

*Le téléspectateur a oublié depuis longtemps  
que regarder un film à la télévision, ce n'est que  
regarder une mauvaise copie de l'original.*

Jean-Luc Godard

Les relations entre grand et petit écran sont complexes, protégées, encadrées et... compliquées par un dispositif ambitieux, avec des objectifs multiples : aider un secteur artistique et culturel essentiel, maintenir un réseau de salles déconcentré et accessible au plus grand nombre, protéger la sensibilité des téléspectateurs.

Le premier constat est rassurant, puisque, avec 170 millions d'entrées en l'an 2000, la France est aujourd'hui en tête dans la fréquentation des salles de cinéma, loin devant l'Italie ou l'Allemagne. L'offre télévisuelle est pourtant abondante, quasiment gratuite, à l'exception de la redevance (dont la charge représente environ une place de cinéma par mois et par foyer), ou relativement peu coûteuse pour les programmes payants.

Cet équilibre reposait jusqu'à présent sur une double exigence : le cinéma a besoin de la télévision, qui contribue largement à son financement, et la télévision a besoin du cinéma, qui lui assure ses plus fortes audiences. Or, il semble que ces éléments fondateurs soient en train d'évoluer sensiblement.

### **Pas de télévision sans cinéma**

La diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision est quantitativement limitée, sauf pour Arte, qui doit simplement diffuser « une majorité » de films européens. Les chaînes hertziennes non cryptées et les

chaînes du câble peuvent diffuser 192 films par an – auxquels s'ajoutent éventuellement 52 films de type art et essai en dehors des heures dites « de grande écoute », et des films de « Ciné-Club », avec des contraintes précises. Canal Plus peut diffuser 365 titres par an entre midi et minuit (et 120 entre minuit et midi), les chaînes « cinéma » du câble 416, les chaînes de paiement à la séance 500. Pour tous, il existe des jours ou des horaires interdits, avec des spécifications selon la catégorie des chaînes installées en France. Les chaînes du câble et du satellite critiquent cette réglementation qui ne s'applique pas aux chaînes étrangères : RTL 9 diffuse environ 10 films par semaine, soit 500 par an, Turner (TCN et TNT) plus du double.

Cet échiquier, véritable casse-tête pour les producteurs et les programmeurs des chaînes françaises, a été construit pour répondre à trois objectifs :

– préserver le réseau des salles de cinéma : pas de films sur TF1, France 2, France 3 et M6 les mercredis et vendredis soirs, (sauf le « Ciné-Club » en fin de soirée), pas de films le week-end, avant le dimanche soir à 20 heures 30. Bizarrement, aucune restriction les jours fériés ! Même sur Canal Plus, créée comme « la chaîne du cinéma », les mercredis et vendredis sont interdits jusqu'à 21 heures, le dimanche et les jours fériés jusqu'à 18 heures. De plus, la diffusion télévisée des œuvres cinématographiques obéit à une chronologie précise : il faut attendre 3 ans après la sortie du film en salle, 2 ans si la chaîne est co-producteur, moins pour une diffusion cryptée sur Canal Plus. C'est long, d'autant plus que la vidéo ou le DVD sont commercialisés un an après la sortie du film pour les « gros » films, 6 mois pour les autres films (ces délais sont d'ailleurs fréquemment réduits à la demande du distributeur à 9 mois dans le premier cas, et à 4 mois dans le second).

– protéger le cinéma français, qui doit représenter 40 % au minimum de la diffusion en moyenne et aux

heures de grande écoute, et le cinéma européen (60 % minimum). En réalité, les films français constituent plus de la moitié de la diffusion et les films américains font le reste, à 2 % près.

– défendre la création télévisuelle française, en imposant aux diffuseurs des obligations d'investissement et de programmation à des heures de grande écoute, d'où une nécessaire contraction de l'espace accordé au cinéma (pas plus de 104 films sur les 192 par an entre 20 h 30 et 22 h 30, 144 pour le câble).

Le téléspectateur a totalement intégré ces contraintes (qu'il ignore bien sûr) et n'en retient que les grands « rendez-vous ». La demande d'une offre plus accessible et plus diversifiée a cependant fondé l'ouverture de nombreuses chaînes cinéma de qualité sur les bouquets satellite qui ont par ailleurs mis en place des services de paiement à la séance (dit *pay per view*), Multivision et Kiosque, avec quelques films français et beaucoup de produits américains, érotiques ou réservés aux adultes.

### **La fin des certitudes**

Les films de début de soirée réalisent certes de très fortes audiences, qui figurent encore régulièrement parmi les meilleures de l'année, mais cette avance, et surtout cette garantie, s'érodent progressivement depuis le milieu des années quatre-vingt-dix sur TF1, France 2 et France 3. L'élargissement de l'offre sur des supports diversifiés en est une cause, ainsi que l'amélioration de la qualité des fictions (téléfilms) produites par les chaînes, et surtout l'augmentation des rediffusions : en moyenne annuelle, plus des trois-quarts des films ont déjà été diffusés au moins une fois, plus de la moitié au moins deux fois.

La programmation dite de 20 h 30 est principalement composée de films récents, en couleur, et jamais sous-titrée. Les films inédits en première partie de soirée sont minoritaires, rarement français, sauf sur TF1 et lorsqu'ils sont co-produits par la chaîne. France 3 programme assez

régulièrement des œuvres en noir et blanc, avec succès, et un bon rapport audience/prix, alors que l'expérience des films colorisés semble avoir atteint son apogée en 1997 (*La Vache et le prisonnier*, sur France 2), et tourner court depuis (à l'exception de la diffusion en mars 2001 des *Tontons-flingueurs* sur M6, en contre-programmation des soirées électorales sur TF1, France 2 et France 3).

L'audience des films américains reste sensiblement plus forte que celle des films français, (comme le laisse présager la répartition des entrées en salle), et ils sont toujours les plus nombreux dans le palmarès des dix meilleurs résultats publié par Médiamétrie. Cependant, dans le classement des cent meilleures audiences toutes chaînes confondues, le premier film n'arrive qu'en neuvième position en 1998 et 1999, en quinzième en l'an 2000, devancés par le sport le plus souvent, l'information, voire des séries de fiction récurrentes.

La télévision a une réelle responsabilité dans la mise à disposition de tous des grandes œuvres du patrimoine et de l'histoire du cinéma. Le dispositif qui prévoit l'existence du « Ciné-Club » est à cet égard plus qu'ambigu, puisque la seule contrainte affichée s'exprime ainsi : « à une heure d'écoute appropriée ». Les appréciations de cette notion sont éminemment subjectives, puisqu'elles peuvent déboucher sur une programmation tardive, si tardive que, proche de minuit, elle peut par inadvertance glisser au lendemain...

Il faut la volonté et la culture d'un Patrick Brion de France 3, célèbre voix du *Cinéma de minuit*, pour préserver cette mission, comme contrepartie aux concessions faites pour accroître l'audience des films de début de soirée.

### **Pas de cinéma sans télévision**

Les chaînes de télévision participent pour 40 % au financement du cinéma français, par l'intermédiaire de leurs filiales (obligation d'investir au minimum 3 % de leur chiffre d'affaires annuel). Depuis 10 ans, cet investissement

est passé de 285 millions en 1990 à 570 millions en 1998 pour les chaînes hertziennes en clair (Arte incluse), soit une co-production moyenne de 80 à 90 films par an (dont 20 à 25 premiers films), sur un total d'environ 170.

Cette participation obligatoire a deux objectifs, qui peuvent s'opposer. Le premier, le soutien à la création cinématographique française, est atteint ; le second, qui consiste à assurer une large diffusion de ces œuvres, est plus incertain. Près de 50 % de la production française ne fait pas l'objet d'une diffusion télévisée en clair, le reste étant le plus souvent diffusé après 22 h 30 : le quart pour TF1, la moitié pour France 2 et M6, les trois quarts pour France 3 (moyenne sur 9 ans). Ces choix de programmation traduisent bien la difficulté qu'il y a à concilier deux stratégies : celle de la chaîne, qui ne s'engage que sur des produits grand public pour le prime-time ; celle du producteur, qui privilégie la création cinématographique et la recherche de nouveaux talents.

Ce décalage entre les attentes du spectateur et celles du téléspectateur suscite de nombreuses interrogations : ainsi, le succès en salle et dans les festivals de premiers films – comme *La Discrète*, *Tous les matins du monde...* (coproduits par France 3 Cinéma) – n'a aucunement été reconnu par le public de télévision.

La politique de co-production révèle en outre bien des surprises. La chaîne, en cas de trop grand succès en salle, n'est même pas assurée d'avoir les moyens d'acheter les droits de la deuxième diffusion télévision : cela a été le cas de France 3 pour *Les Visiteurs*. De même, le co-producteur d'un film à succès n'est pas systématiquement co-producteur du second : si France 2 Cinéma a fait le succès de *La Vérité si je mens*, c'est TF1 qui a pris le relais pour le deuxième film du même nom ! (France 3 Cinéma a cependant pu produire *Les Visiteurs 2...*)

Enfin, le co-producteur, toujours en cas de succès, peut voir la distribution vidéo ou les droits dérivés lui échapper au profit de la filiale commerciale d'une chaîne

concurrente... et même le partenariat pour la promotion du film : M6 ou Paris-Première s'étaient faits une spécialité de cette politique habile qui leur permettait de figurer en bonne place lors de la campagne d'affichage, et de toucher par là le jeune public. Et peu importe que le nom du co-producteur du film soit écrit en petits caractères dans le long générique !

Ces quelques exemples, tout en illustrant une forte communauté d'intérêts, montrent aussi qu'il y a juxtaposition de métiers, et qu'à vouloir les relier trop étroitement, on peut susciter des effets secondaires inattendus.

Pour le téléspectateur, il n'y a pas de confusion, et les publics se répartissent entre grand et petit écran selon leur âge, leurs goûts, leurs ressources et leur lieu d'habitation. Les résultats sont cependant très différents : le nombre de téléspectateurs d'un bon programme télévisé est équivalent au nombre de spectateurs qu'un film à succès peut espérer réunir en un an !