

Modèle rêvé d'un distributeur pan-européen – Entre contraintes économiques et culturelles

Résumé

Alors que les majors américaines gèrent la distribution de leurs films de manière très centralisée, le secteur de la distribution en Europe est caractérisé par des structures locales et indépendantes. Les distributeurs indépendants européens font pourtant souvent face à des problèmes similaires et travaillent de manière isolée sur les sorties de mêmes films. Un distributeur pan-européen pourrait permettre de rassembler les frais et les efforts et, idéalement, d'améliorer la circulation des films européens et les rendre plus concurrentiels.

Sur base d'un corpus académique, de divers rapports et études et d'entretiens avec des professionnels du secteur, la première partie identifie les obstacles à un tel projet.

Face à la fragilité du secteur de la distribution et à son importance dans l'équilibre de l'industrie du cinéma européen, plusieurs aides européennes ont été créées pour soutenir les distributeurs : nous revenons sur ce qui a été mis en place par MEDIA et Eurimages et sur leurs résultats.

Le plus gros obstacle à notre projet est que le marché européen est fragmenté économiquement, législativement et surtout culturellement, ce qui empêche de sortir uniformément les films.

Différentes tentatives de distribution pan-européenne ont pourtant été faites, selon différentes stratégies : nous revenons sur la mini-major européenne le distributeur pan-européen et l'alliance de distributeurs et identifions leurs points forts et points faibles.

Ces considérations faites, nous imaginons en deuxième partie un modèle de distributeur pan-européen caractérisé par une stratégie d'acquisitions en labels : cela permettrait de cibler les publics et de sortir des films de niches grâce aux recettes engendrées par des films plus populaires, ceux-ci étant identifiés comme les films européens s'exportant le mieux.

Au vu de la diversité culturelle de l'Europe, un marketing en deux niveaux (global-local) serait envisagé : se basant sur une stratégie de base, chaque pays serait amené à l'adapter en fonction de son public national. De plus, nous miserons sur des stratégies de sorties innovantes exploitant le potentiel d'Internet pour impliquer au maximum les publics.

Le financement de notre structure serait assuré par plusieurs sources : fonds publics, privés, sponsoring, implication des chaînes de télévision et plateformes VOD. Quant à notre structure, elle sera caractérisée par une collaboration proche entre équipe internationale et équipes nationales.

En effet, l'expertise locale reste indispensable pour sortir des films européens indépendants. Cependant, une mise en commun des efforts et des recettes donnera plus de stabilité structurelle et donc, à défaut d'une rentabilité immédiate, une meilleure circulation et visibilité du cinéma européen.