



Institut des comptes nationaux

LE FONCTIONNEMENT DU SECTEUR DE L'EXPLOITATION
DE SALLES DE CINÉMA EN BELGIQUE

OBSERVATOIRE DES PRIX

Table des matières

Table des matières.....	2
Introduction	3
1. La filière du cinéma en Belgique	5
1.1 La production de films.....	6
1.2 Les distributeurs de films	8
1.3 L'exploitation de salles de cinéma	9
1.4 L'exploitation de films hors cinéma	10
1.5 Les concentrations au sein de la filière.....	11
1.5.1 Les concentrations verticales.....	11
1.5.2 Les concentrations horizontales	12
1.5.3 Facteurs explicatifs de ces concentrations	12
1.5.4 Taux de concentration	13
1.6 Les subsides au sein de la filière	15
1.6.1 Soutien à la production	16
1.6.2 Soutien à la distribution	16
1.6.3 Soutien à l'exploitation.....	17
2. Dynamique et structure du secteur des exploitations de salles cinématographiques	19
2.1 La demande cinématographique	19
2.2 L'offre cinématographique	21
2.3 La relation exploitants - distributeurs	24
2.4 Les défis du secteur	25
2.4.1 La numérisation des salles de cinéma	25
2.4.2 Les changements sociétaux.....	27
2.4.3 Les défis futurs	27
3. Évolution et niveau de prix d'un ticket de cinéma.....	29
3.1 Évolution du prix d'un ticket de cinéma	29
3.2 Composition du prix	32
3.3 Comparaison avec les pays voisins.....	34
4. Analyse financière de la filière du cinéma	36
4.1 Considérations méthodologiques.....	36
4.2 Situation financière.....	37
5. Conclusion	41
6. Bibliographie	44
Liste des abréviations	46
Annexes	48
Annexe 1. Taux de concentration dans la filière du cinéma.....	48
Annexe 2. Calculs des différents ratios.....	49
Annexe 3. Autres tableaux relatifs à l'analyse économique et financière	50

Introduction

Depuis le 3 avril 2013¹, le champ d'action de l'Observatoire des prix a été élargi et porte dorénavant sur l'analyse de l'évolution des prix, de leurs niveaux, des marges et du fonctionnement du marché. L'étude sur le secteur NACE 5914 « Projection de films cinématographiques » relève de ce cadre. Elle a été réalisée par l'Observatoire des prix à la suite des résultats annuels de son screening horizontal des secteurs relatif au fonctionnement du marché en Belgique². Le screening horizontal de l'exercice 2014 a en effet mis le secteur de l'exploitation de salles de cinéma en évidence pour son risque élevé d'avoir un fonctionnement du marché moins efficace. Les principaux indicateurs ayant contribué à mettre en avant ce secteur sont la forte concentration des acteurs et la grande stabilité de leur nombre dans le temps.

D'autres éléments sont également entrés en ligne de compte dans le choix de ce secteur :

- *Son importance économique* : le secteur a réalisé un chiffre d'affaires intérieur de 249,9 millions EUR en 2013 et a employé environ 628 personnes en ETP³. De plus, ce secteur présente un certain intérêt pour le consommateur, puisque le cinéma fait partie des principaux loisirs.
- *L'actualité du secteur* : dans le passé, ce secteur a fait l'objet de plaintes auprès de l'Autorité belge de la Concurrence⁴. En octobre 2015, une notification de concentration a ainsi été présentée dans le cadre de l'accord de principe conclu par le groupe Kinopolis pour le rachat des cinémas de la société Utopolis.

Peu d'études portent actuellement sur le secteur des exploitants de salles de cinéma en Belgique et les données disponibles sur le fonctionnement de ce marché restent limitées.

Pour pallier à ce manque d'information, cette étude s'est principalement basée sur les statistiques de la DG Statistique-Statistics Belgium du SPF Economie, sur les données d'Eurostat relatives à l'enquête structurelle des entreprises et sur les comptes annuels des principales entreprises du secteur. En raison de différences méthodologiques, le nombre d'acteurs au sein d'un secteur peut diverger. En effet, les statistiques structurelles des entreprises, publiées par Eurostat, sont basées sur les codes NACE (Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne). Cela peut influencer les résultats de l'analyse, car les codes NACE concernés englobent des activités dépassant le cadre strict de la filière cinématographique. Ainsi, par exemple, la nomenclature d'activités NACE 5914 ne reprend pas uniquement les entreprises actives dans la projection de films cinématographiques en salle de cinéma, mais concerne également les bandes vidéo, les activités de ciné-clubs et la projection en plein air ou dans d'autres installations de projection. Les statistiques du SPF Economie sont quant à elles basées sur une enquête menée auprès du secteur de l'exploitation de salles de cinéma⁵. Les statistiques

¹ La loi du 03/04/2013 porte sur l'insertion des Livres IV (intitulé « Protection de la concurrence ») et V (intitulé « La concurrence et les évolutions de prix ») dans le Code de droit économique.

² Observatoire des prix, « [Fonctionnement du marché en Belgique. Screening horizontal des secteurs – février 2015](#) ».

³ Eurostat, Statistiques annuelles détaillées sur les services (NACE Rév. 2 H-N et S95).

⁴ Depuis ces dernières années, il s'agit entre autres de la plainte déposée le 11 juillet 2008 par UGC Belgium NV contre Kinopolis Group SA pour abus de position dominante (Décision n° 2011 - V/M – 11 du 7 avril 2011) et de la plainte déposée le 18 novembre 2011 par la société NV Handling CO contre les majors américains dans le contexte de la numérisation de salles de cinéma et des investissements qui y sont liés (Décision n° 2014-P/K-23-AUD du 2 décembre 2014).

⁵ D'après l'arrêté royal du 14 décembre 1999 prescrivant une statistique annuelle de l'exploitation des salles de cinéma.

sont donc, dans ce cas, élaborées au moyen des renseignements donnés à l'aide d'un questionnaire soumis à tout établissement exploitant une ou plusieurs salles de projection cinématographique.

Par ailleurs, des entretiens avec la Fédération des Cinémas de Belgique et avec le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles ont permis d'approfondir certaines thématiques. Les études réalisées par le Centre du Cinéma ont été utilisées comme base pour la compréhension du fonctionnement de la filière du cinéma. De plus, certains éclaircissements ont été apportés grâce aux rencontres menées avec l'Autorité belge de la Concurrence suite à la publication de sa décision du 25 mars 2016 sur le dossier Kinopolis Group NV/Utopolis (Utopia NV)⁶. D'autres études ont également inspiré cette analyse, notamment l'étude d'Olivier Babeau (2010), « Le livre blanc des salles obscures », rédigé à la demande de la Fédération nationale des cinémas français (FNCF), ainsi que les rapports annuels de l'Observatoire européen de l'Audiovisuel et de l'Union Internationale des Cinémas.

L'approche retenue pour analyser cette filière se compose de quatre parties :

La première partie de cette étude a pour objectif de décrire le fonctionnement de la filière du cinéma ainsi que la relation entre ses différents acteurs (la production de films, la distribution de films et l'exploitation de salles). Une attention particulière sera accordée aux concentrations horizontales et verticales qui caractérisent ce secteur ainsi qu'aux subsides accordés aux différents acteurs de la filière.

La deuxième partie analysera en détail le fonctionnement du secteur des exploitations de salles. L'analyse portera ainsi sur l'évolution de l'offre et de la demande cinématographique, ainsi que sur le pouvoir de négociation entre exploitants et distributeurs. Cette partie de l'étude évoquera également la modernisation et les défis futurs du secteur face au développement de produits concurrents (vidéo à la demande, sites de partage vidéo, télévision de rattrapage...).

La troisième partie traitera de l'évolution et du niveau de prix d'un ticket de cinéma ainsi que de la composition de ce prix. Une comparaison de l'évolution du prix du ticket en Belgique et au sein des principaux pays voisins sera également abordée.

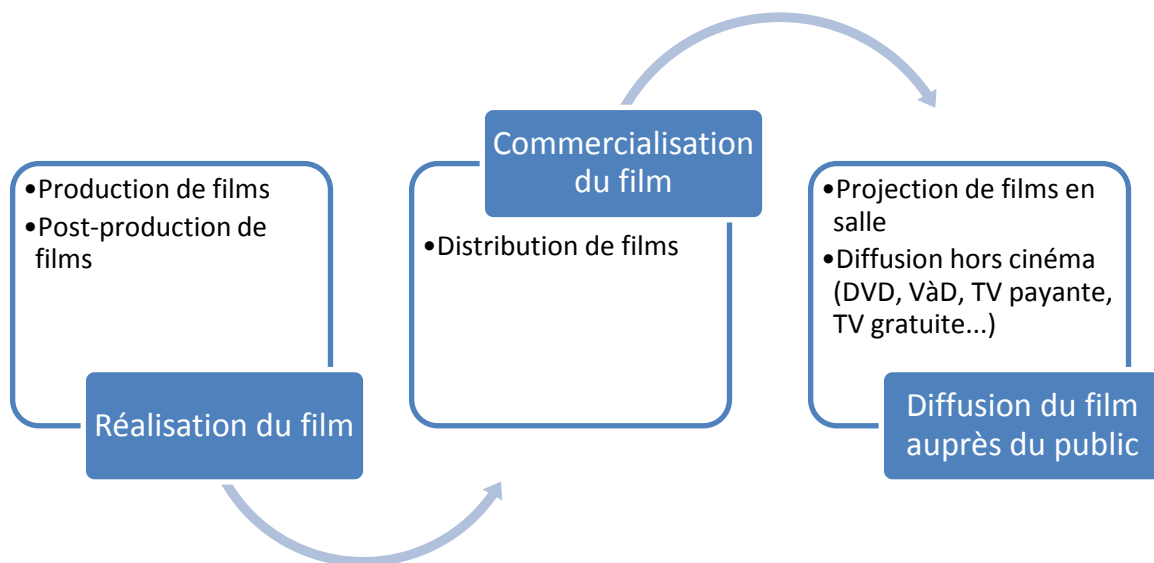
La quatrième partie de l'étude portera sur la situation financière des différents acteurs de la filière, au travers d'une analyse de rentabilité, de solvabilité et de liquidité.

⁶ http://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/2016io12_bma-pub.pdf.

1. La filière du cinéma en Belgique

La filière cinématographique est composée de différents acteurs : les producteurs de films, les distributeurs de films, les exploitants de salles cinématographiques et les autres diffuseurs (voir schéma 1). Avant d'analyser chaque maillon de cette filière, il convient de préciser le caractère simplifié de ce schéma⁷ ainsi que le caractère théorique du trajet du film. En effet, selon le film considéré, le schéma présenté peut varier en fonction des éventuelles concentrations horizontales et/ou verticales du secteur. Par exemple, un producteur de films peut également être actif dans la distribution de films, ce qui lui permet de ne pas devoir faire appel à un distributeur indépendant.

Schéma 1. Les différents acteurs de la filière cinématographique



Source : SPF Économie

⁷ Les secteurs de production et de post-production de films peuvent regrouper une série d'activités, telles que la réalisation du casting, l'écriture de scénario, la création sonore, le montage, le mixage, la réalisation des animations et des effets spéciaux... Le secteur de la distribution comprend également différentes activités liées à la commercialisation d'un film, telles que le marketing du film, les relations avec la presse, la duplication des copies et la distribution du film.

1.1 La production de films

Les activités de production de films cinématographiques englobent l'ensemble des phases allant de la conception à la réalisation d'une œuvre cinématographique. Il s'agit, pour le producteur, de veiller à la faisabilité du projet en termes de financement ainsi que de rechercher les ressources humaines nécessaires à la réalisation du film (auteurs, réalisateurs, acteurs, techniciens...). Le producteur précise également les aspects logistiques (lieux de tournage et matériel) et établit des contacts avec les distributeurs qui assureront la diffusion du film.

En 2013, selon les dernières données disponibles d'Eurostat⁸, la Belgique comptait 2.213 entreprises dont l'activité principale était la production (NACE 5911) et la post-production (NACE 5912) de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision⁹. 80 % d'entre elles étaient des entreprises de production. Ces entreprises peuvent présenter des statuts juridiques très variés (S.A., S.P.R.L., A.S.B.L., indépendants...) et exercer leurs activités de manière continue ou occasionnelle. En effet, parmi l'ensemble des producteurs belges, on trouve de nombreux producteurs privés indépendants auxquels sont attribués un ou plusieurs longs métrages par an ou un long métrage isolé au cours d'une longue période. Le nombre d'entreprises répertoriées par Eurostat peut dès lors contenir des entreprises de production et de post-production disposant d'une existence juridique valable, mais n'ayant pas exercé d'activité durant l'année considérée.

En 2013, l'ensemble de ces entreprises belges ont employé 2.753 employés en ETP¹⁰ et réalisé un chiffre d'affaires total de 1.309,2 millions EUR (dernières données disponibles sur Eurostat). En 2014, 35,4 % du chiffre d'affaires du secteur était détenu par les dix entreprises les plus grandes du secteur¹¹ (30,1 % en 2013¹²). STUDIO 100, Umedia Production et VIDEOHOUSE font partie du top 3 de ces entreprises (avec 18,2 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2014)¹³. Ces résultats peuvent bien sûr varier d'une année à l'autre.

En Belgique, la production cinématographique a connu un essor depuis l'instauration du Tax Shelter en 2004. Cet incitatif fiscal, qui encourage les entreprises à investir dans l'activité de production, a permis de financer des films d'initiative belge, mais aussi d'attirer des productions internationales en Belgique. Ainsi, le nombre de films tournés en Belgique a plus que doublé depuis la mise en place du Tax Shelter

⁸ Eurostat, Statistiques annuelles détaillées sur les services (NACE Rév. 2 H-N et S95).

⁹ Les statistiques disponibles n'ont pas permis d'isoler la production et post-production de films cinématographiques de celles relatives aux autres types de films (vidéo et programmes de télévision).

¹⁰ Le nombre d'emplois au sein de l'activité « production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision » peut être une sous-évaluation de la réalité. En effet, les entreprises de production cinématographique peuvent faire appel à des intérimaires ou des personnes exerçant temporairement une activité au sein de ce secteur.

¹¹ Le chiffre d'affaires total du secteur a été calculé sur la base des chiffres d'affaires obtenus dans les comptes annuels et, quand ces derniers n'étaient pas disponibles, sur la base des chiffres d'affaires renseignés dans les déclarations TVA.

¹² D'après les comptes annuels des entreprises déposés à la Centrale des bilans de la BNB, pondération réalisée sur base du chiffre d'affaires total du secteur publié sur Eurostat (Statistiques annuelles détaillées sur les services - NACE Rév. 2 H-N et S95).

¹³ Studio 100 produit essentiellement des émissions de télévision pour les jeunes. Videohouse produit des films et émissions à destination des médias télévisés, mais la société est également active dans la réalisation de films, de documentaires et de spots publicitaires. Umedia Production produit différents types de films, à savoir des longs et courts-métrages à destination des salles cinématographiques, mais aussi des séries télévisées.

(+150 % entre 2003 et 2010 selon une étude commanditée par Umedia¹⁴). Selon les informations du Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias¹⁵, les courts métrages¹⁶ produits en Belgique (hors diffusion télévisée) sont principalement des productions belges. Au contraire, les longs métrages¹⁷ sont plutôt des coproductions, encadrées par des accords. Différents accords de coproduction existent en effet entre la Belgique et d'autres pays¹⁸. Ces accords établissent un cadre pour les relations cinématographiques et encouragent la collaboration entre les différents partenaires. En effet, ils spécifient la part de la contribution financière respective des coproducteurs ainsi que l'obligation de participation technique et artistique de ces derniers. Au sein des longs métrages coproduits reconnus par la Fédération Wallonie-Bruxelles, la part des investissements étrangers (75 % en moyenne) est largement supérieure à celle des investissements belges. En revanche, pour les courts métrages (hors diffusion télévisée), la part belge¹⁹ est plus élevée, soit 83 % des investissements totaux.

Par ailleurs, deux mesures ont été prises afin d'encourager toujours plus l'activité de production cinématographique. La Belgique a tout d'abord ratifié en 2004 la Convention européenne sur la coproduction cinématographique. Cette convention vise spécifiquement à faciliter les coproductions alliant au moins trois coproducteurs européens provenant de trois pays différents. Elle définit les règles applicables aux coproductions telles que, entre autres, l'assimilation aux films nationaux, les modalités d'admission au régime de la coproduction, les proportions des apports respectifs des coproducteurs, les droits des coproducteurs, la participation technique et artistique ainsi que l'équilibre général des échanges. Ensuite, depuis janvier 2015, le mécanisme du Tax Shelter a été simplifié dans le but de renforcer son attractivité et de stimuler la production cinématographique en Belgique.

¹⁴ MORRENS Vincent et DE BRUYNE Marc Henri, « [Résultats de l'étude uMedia-Deloitte. Le Tax Shelter : un placement très rentable pour l'Etat](#) ».

¹⁵ Il n'existe actuellement aucune statistique relative au nombre total de films produits par des producteurs belges. Les données présentées dans ce chapitre concernent les longs et courts métrages belges d'expression française exploités en salles, ayant obtenu des aides à la production provenant de la Fédération Wallonie-Bruxelles et/ou des subventions à la diffusion et des primes à la qualité. Ces données sont basées sur les informations détenues par le Service général de l'Audiovisuel et des Multimédias de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Ce service général intervient dans différentes thématiques liées à l'audiovisuel ainsi que dans le cinéma via le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA), dont l'objectif principal est de soutenir et promouvoir les œuvres audiovisuelles. Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Annuaire de l'audiovisuel 2011-2012](#) ».

¹⁶ Un court métrage est un film dont la durée est inférieure à 60 minutes et concerne principalement des films indépendants et expérimentaux, quelle que soit la catégorie cinématographique envisagée (documentaire, fiction, animation, film politique, etc).

¹⁷ Un long métrage est un film d'une durée de plus de 60 minutes.

¹⁸ Sept accords de coproduction incluent la Belgique et les pays suivants : la France (depuis 1962), l'Allemagne (depuis 1964), l'Italie (depuis 1970), Israël (depuis 1971), la Tunisie (depuis 1976), le Canada (depuis 1984) et la Suisse (depuis 1989). La Fédération Wallonie-Bruxelles a également conclu des accords de coproduction avec le Portugal (depuis 1993), la Tunisie (depuis 1997), le Maroc (depuis 2000), l'Italie (depuis 2000), la France (depuis 2004), la Suisse (depuis 2008) et la Chine (depuis 2012). La Communauté flamande n'a actuellement conclu aucun accord de coproduction. Des négociations sont néanmoins en cours en vue d'en établir un avec la France. Cet accord pourrait aboutir en 2016. Par ailleurs, Het Vlaams Audiovisueel Fonds de la Communauté flamande a conclu avec le « Nederland Film Fonds » des Pays-Bas un traité prévoyant que chaque partie réserve une enveloppe budgétaire spécifique aux projets cinématographiques majoritaires de l'autre partie.

¹⁹ Les investissements belges dans la production cinématographique comprennent également les diverses formes d'aides, qu'elles soient régionales, communautaires ou européennes, ainsi que les apports du Tax shelter.

Il est également à noter qu'il existe en Belgique un accord de coproduction entre le « Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel » de la Fédération Wallonie-Bruxelles et « Het Vlaams Audiovisueel Fonds » de la Communauté flamande. Dans le cadre de cet accord, les parties se sont engagées mutuellement à soutenir financièrement chaque année quatre projets de longs métrages de fiction et quatre projets de documentaires présentés par l'autre Communauté.

1.2 Les distributeurs de films

Les distributeurs font office d'intermédiaires entre les producteurs de films et les exploitants de salles de cinéma. Ils détiennent, sur base contractuelle, les droits de diffusion d'un film (au cinéma et/ou en DVD et/ou à la télévision) sur un territoire spécifique et pendant une période déterminée. Le contrat qui lie distributeur et exploitant stipule également le montant octroyé au distributeur par l'exploitant en échange du film transmis. Ce montant varie en fonction du potentiel commercial du film, de sa durée de projection en salle, du nombre de salles employées à cet effet... Il se peut que le distributeur intervienne financièrement dans les frais de sortie tels que, par exemple, les coûts de la campagne publicitaire, les frais de transports du film, le sous-titrage ou encore le tirage des copies. Enfin, le contrat établi entre le distributeur et l'exploitant traite de la diffusion future du film, partielle ou totale, auprès des différents médias et tend dès lors à ce que le film réalise les meilleures audiences possibles (voir chapitre 2.4).

Dans la pratique, les producteurs soumettent dès le départ leur scénario aux distributeurs, avant même que le film ne soit produit, afin d'obtenir un préachat. En cas de refus, les producteurs peuvent également vendre les droits de diffusion de leur film, une fois celui-ci produit. À cette fin, ils tentent de rencontrer des distributeurs de différents pays lors de la projection de leur film dans le cadre de festivals ou sur des marchés internationaux. Selon le Centre du Cinéma, seuls 20 % des films belges sont acquis sur scénario. Ceux-ci sont en effet considérés comme plus risqués pour les distributeurs, car ils sont souvent coproduits par une chaîne de télévision, ce qui limite leur possibilité de diffusion via les autres médias. Enfin, il se peut aussi que les producteurs distribuent eux-mêmes leur film au cinéma ou décident même de le diffuser uniquement via les autres médias, ce qui arrive par exemple lorsque le film est jugé à faible potentiel commercial.

L'activité de distribution est exercée par différents types de sociétés :

- Les sociétés de distribution étrangères, principalement des filiales des studios américaines (Warner Bros, Paramount ou 20th Century Fox) : elles diffusent principalement des films américains ;
- Les distributeurs affiliés à un circuit de salles (comme Belga Films, Kinopolis Film Distribution) et les distributeurs affiliés à une chaîne de télévision (RTBF par exemple) ;
- Les distributeurs belges indépendants²⁰ (comme ABC Distribution, Cinéart).

Selon les dernières statistiques disponibles d'Eurostat²¹, en 2013, la Belgique comptait 199 entreprises de distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision (NACE 5913) en activité principale, qui employaient 216 salariés en ETP et réalisaient un chiffre d'affaires total de 226,7 millions EUR²². 36,1 % du chiffre d'affaires du secteur était détenu par les trois entreprises les plus

²⁰ Il s'agit de distributeurs qui sont indépendants d'un groupe industriel, financier ou audiovisuel (actif dans l'exploitation cinématographique et/ou la télédiffusion, et qui n'est pas lié à un distributeur non européen).

²¹ Eurostat, Statistiques annuelles détaillées sur les services (NACE Rév. 2 H-N et S95).

²² Les statistiques disponibles n'ont pas permis d'isoler la distribution de films cinématographiques de celles relatives à d'autres types de films (vidéos, DVD et programmes de télévision). Cependant, sur base des informations communiquées par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, le nombre de distributeurs de films cinématographiques en Belgique serait aux alentours de 50.

grandes du secteur en 2014²³ (33,8 % en 2013²⁴). Il s'agit de The Walt Disney Company (Benelux), Belga-Films et Twentieth Century Fox Film Belge. Les entreprises de distribution répertoriées par Eurostat exercent une activité tantôt continue tantôt occasionnelle. L'activité de distribution menée par certains producteurs se révèle, quant à elle, souvent plus sporadique.

1.3 L'exploitation de salles de cinéma

L'exploitation cinématographique assure un rôle de diffusion des films auprès du public via la projection en salle. Elle s'organise autour de deux filières, à savoir une filière dite « commerciale » où l'on retrouve les grands groupes cinématographiques tels que Kinopolis ou Utopolis et une filière dite d'« art et essai » où l'on retrouve principalement de plus petits complexes qui programment des films d'auteurs et des courts métrages. Certains cinémas, principalement les cinémas de quartier, peuvent être présents au sein des deux filières et diffuser ainsi des films commerciaux, mais aussi des films d'auteur.

Après avoir connu d'importantes évolutions durant ces trente dernières années, le cinéma belge se situe actuellement dans une phase de maturité à l'instar du cinéma européen. En effet, les nombreux complexes multisalles sont aujourd'hui bien implantés en Belgique et la totalité des salles belges sont numérisées (voir chapitre 2).

En 2013, selon les dernières statistiques disponibles d'Eurostat²⁵, la Belgique comptait 116 entreprises actives dans la projection de films cinématographiques ou de bandes vidéo (NACE 5914)²⁶. Elles employaient 628 salariés en ETP pour un chiffre d'affaires total de 249,9 millions EUR. En 2014, le groupe Kinopolis représentait à lui seul 49,5 % du chiffre d'affaires du secteur. Avec U.G.C. Belgium (7,8 % du chiffre d'affaire du secteur) et Imagix (5,8 %), il fait partie des entreprises les plus importantes du secteur²⁷.

Ce maillon de la filière sera analysé en profondeur dans les chapitres suivants.

²³ Le chiffre d'affaires total du secteur a été calculé sur la base des chiffres d'affaires obtenus dans les comptes annuels et, quand ces derniers n'étaient pas disponibles, sur la base des chiffres d'affaires renseignés dans les déclarations TVA.

²⁴ D'après les comptes annuels des entreprises déposés à la Centrale des bilans de la BNB, pondération réalisée sur base du chiffre d'affaires total du secteur publié sur Eurostat (Statistiques annuelles détaillées sur les services - NACE Rév. 2 H-N et S95).

²⁵ Eurostat, Statistiques annuelles détaillées sur les services (NACE Rév. 2 H-N et S95).

²⁶ La nomenclature d'activités NACE 5914 reprend les entreprises actives dans la projection de films cinématographiques ou de bandes vidéo dans des salles de cinéma, en plein air ou dans d'autres installations de projection, ainsi que les activités des ciné-clubs.

²⁷ Le chiffre d'affaires total du secteur a été calculé sur la base des chiffres d'affaires obtenus dans les comptes annuels et, quand ces derniers n'étaient pas disponibles, sur la base des chiffres d'affaires renseignés dans les déclarations TVA.

1.4 L'exploitation de films hors cinéma

La diffusion d'un film au cinéma et via les autres médias (vente/location de DVD, vidéo à la demande (VàD), télévisions payantes et gratuites) est organisée selon une chronologie des médias²⁸. Celle-ci définit les règles relatives à l'ordre et aux délais de commercialisation des divers produits découlant d'une œuvre cinématographique. En effet, un certain laps de temps doit s'écouler entre la diffusion d'un film en salle et sa commercialisation sous d'autres formes (DVD, VàD, diffusion télévisée...) afin de permettre aux différents diffuseurs (salles de cinéma, opérateurs de VàD, télévisions...) d'exploiter au maximum leurs droits de diffusion grâce au respect de fenêtres d'exploitation. La Fédération des Cinémas de Belgique souligne par ailleurs que le succès de la phase de commercialisation hors cinéma dépend de la carrière cinématographique du film. C'est pourquoi le concept de chronologie des médias a toute son importance.

Il n'existe pas en Belgique de réglementation nationale au sujet de cette chronologie des médias. Cependant, au sein de la fédération Wallonie-Bruxelles, il existe un décret datant du 26 mars 2009 sur les services de médias audiovisuels. Dans ce décret, il est précisé que « la RTBF et les éditeurs de services télévisuels ne peuvent diffuser une œuvre cinématographique en-dehors des délais convenus avec les ayants-droits ».

Le 23 mars 2012, le Comité de concertation du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel²⁹ a émis une recommandation, et donc des principes à suivre, concernant la chronologie des médias, et ce afin d'améliorer la diffusion des œuvres. Cette recommandation ne vise cependant que les films belges qui comprennent au moins un producteur de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Dans cette recommandation, il est précisé que chaque mode de diffusion dispose d'une période d'exploitation de l'œuvre audiovisuelle. Cette période d'exploitation ne peut débuter qu'au lendemain de la fin d'exploitation du média précédent.

Dans la pratique, les différents diffuseurs de films cinématographiques ont conclu un accord informel, ou « gentlemen's agreement », basé en grande partie sur les fenêtres d'exploitation des pays voisins. L'objectif est de limiter la concurrence transfrontalière entre les différents produits de diffusion. À titre d'exemple, cet accord permet de synchroniser les sorties DVD en version française en Belgique et en France afin d'éviter les importations parallèles de ces produits.

Au cours de ces dernières années, la chronologie des médias n'a cessé de se modifier avec des fenêtres d'exploitation de plus en plus courtes. Ce phénomène s'explique entre autres par l'arrivée de nouveaux médias tels que la vidéo à la demande (VàD) et actuellement la vidéo à la demande avec abonnement (SVàD). Selon la Fédération des Cinémas de Belgique, la fenêtre cinéma était de 6 mois en 2005. Elle est actuellement limitée à 4 mois. Après ce délai, un film peut être commercialisé sous DVD et VàD. Concernant la télévision payante, un film peut y être diffusé 6 mois après sa sortie en DVD. Un an plus tard, le film peut être vu à la télévision gratuite.

²⁸ Ce chapitre ne concerne pas les films de catégorie B, à savoir les films qui ne sont pas projetés au cinéma, mais qui sont diffusés directement en VàD ou à la télévision par exemple.

²⁹ À la demande du Ministre en charge de l'audiovisuel, ce comité de concertation rend des avis en matière de politique liée à la production et à la diffusion cinématographiques et audiovisuelles.

1.5 Les concentrations au sein de la filière³⁰

1.5.1 Les concentrations verticales

Une caractéristique importante de la filière cinématographique est la présence d'une concentration verticale (ou intégration verticale) des différentes activités de la filière. Ce type de concentration apparaît généralement au sein de grands groupes du cinéma et de l'audiovisuel, que ce soit au niveau national ou mondial. Un grand nombre d'entre eux sont en effet actifs au sein de plusieurs maillons de la filière cinématographique, que ce soit la production, la distribution, l'exploitation, l'édition de DVD ou la diffusion via les médias. Des sociétés de distribution ou d'exploitation s'intègrent par exemple en amont en développant des activités de production cinématographique. Des studios de production peuvent également s'intégrer en aval via la création ou le rachat d'une filiale de distribution ou d'exploitation. Cette intégration verticale permet à ces grands groupes cinématographiques de réduire leur dépendance vis-à-vis des différents acteurs de la filière, et même parfois de contrôler la diffusion des films au sein des divers médias.

Cette tendance à l'intégration verticale est particulièrement forte aux Etats-Unis où quelques « majors » dominant pratiquement toute la filière. La forte concentration des activités de production et de distribution de ces grands studios américains leur permet de disposer d'une position forte dans l'ensemble du secteur. Ces majors se sont même diversifiés dans d'autres secteurs tels que, par exemple, le secteur de l'édition (DVD), du multimédia (diffusion sur Internet) et de l'audiovisuel (TV, radio). Par ailleurs, cette industrie américaine a également la particularité d'être présente dans le monde entier grâce à ces activités de distribution et d'édition. À titre d'exemple, la société The Walt Disney Company est aussi bien active dans la production et la distribution de films que dans les médias (télévision et radio), le multimédia (jeux vidéo, nouvelles technologies liées à internet), les produits dérivés et les parcs d'attraction.

Au niveau européen, ainsi qu'à l'échelle nationale, on observe également des phénomènes d'intégration verticale au sein de toute la filière. Ainsi, en Belgique, le groupe Kinopolis par exemple, outre son activité d'exploitation cinématographique, exerce également depuis 1997 une activité de distribution de films nationaux et internationaux en Belgique et au Luxembourg (SA Kinopolis Film distribution - KFD). Par ailleurs, le groupe collabore également avec le producteur de film néerlandais Dutch FilmWorks pour la distribution de films aux Pays-Bas. Les autres activités principales du groupe Kinopolis sont le in-theatre sales, à savoir la vente de boissons, snacks et merchandising dans les complexes cinématographiques, l'organisation d'événements B2B, la gestion immobilière et la publicité à l'écran (actionnaire à 100 % de la régie publicitaire Brightfish SA depuis décembre 2011).

Il existe également en Belgique de nombreuses intégrations verticales à plus petite échelle. C'est notamment le cas de la société Artemis Productions qui produit et coproduit des documentaires, des courts et longs métrages, mais qui exploite également depuis 2015 le cinéma Le Palace à Bruxelles, un complexe de 4 salles de cinéma dédié aux films d'art et essai, principalement belges et européens. La société Lumière Publishing, quant à elle, est active dans la production de courts métrages, de films d'animation et de fiction ainsi que dans la distribution de films européens dans les salles en Belgique et aux Pays-Bas. Lumière est également le distributeur en DVD de séries criminelles scandinaves et de certains films belges, ainsi que l'exploitant du Cinéma Lumière de Bruges depuis 2011. Enfin, les chaînes de télévision belges sont également très actives dans les coproductions avec des producteurs indépendants.

³⁰ La concentration définit un état d'un secteur ou d'une filière où le nombre d'entreprises est relativement réduit et dont certaines disposent d'une place dominante au sein du marché. Cette concentration est le résultat de l'extension des activités de certaines entreprises et de l'élimination de certains de leurs concurrents, au moyen de diverses opérations : croissance interne des activités, fusion, absorption, prise de participation, filialisation...

1.5.2 Les concentrations horizontales

Le secteur du cinéma est également caractérisé par des phénomènes de concentration horizontale de ses entreprises. La filière présente en effet un nombre limité d'entreprises au sein d'un même maillon, ce qui permet à ces sociétés de réaliser des Economies d'échelle et d'augmenter leur pouvoir de négociation face aux fournisseurs et clients³¹. En Europe, mais aussi en Belgique, la filière du cinéma est beaucoup moins concentrée horizontalement qu'aux Etats-Unis où les majors dominent particulièrement les activités de production et de distribution de films. En Europe, quelques groupes réalisent une grande partie du chiffre d'affaires du secteur, mais une multitude d'autres petits acteurs sont également actifs au sein de ces secteurs. L'activité d'exploitation de salles de cinéma est quant à elle plus concentrée par zone géographique que les activités liées à la distribution ou à la production. En Belgique, les 5 premiers producteurs et post-producteurs ont réalisé 25,7 % du chiffre d'affaires total du secteur en 2014, et les 10 premiers 35,4 % du chiffre d'affaires total du secteur. Pour la distribution, les 5 premiers distributeurs ont réalisé 54,6 % du chiffre d'affaires du secteur en 2014. Le secteur de l'exploitation cinématographique est quant à lui dominé par le groupe Kinopolis qui détient un peu moins de 40 % des places offertes (données de 2010 estimées par le Centre du cinéma) et réalise presque 50 % du chiffre d'affaires total du secteur (données de 2014)³².

Certaines entreprises de la filière combinent à la fois des stratégies d'intégration verticale et de concentration horizontale. C'est le cas par exemple du groupe Kinopolis qui dispose du nombre le plus important de salles et de complexes cinématographiques en Belgique, tout en élargissant son activité d'exploitation dans d'autres pays d'Europe (France, Espagne, Pays-Bas...). Le groupe prend également part à d'autres activités de la filière cinématographique, principalement la distribution.

1.5.3 Facteurs explicatifs de ces concentrations

Le phénomène de concentrations horizontales et verticales dans la filière du cinéma permet à certaines entreprises de s'agrandir et de prendre en charge des activités d'autres maillons du secteur. La présence de ces entreprises intégrées s'explique par la nature incertaine des œuvres cinématographiques et par le besoin des sociétés de se prémunir des risques liés à leur activité.

Le film est en effet un produit unique dont la valeur économique, et donc son prix, ne dépend pas de ses coûts de production initiaux, relativement élevés et principalement fixes. Sa valeur économique dépend exclusivement de son succès en salle, et donc de l'appréciation des spectateurs. Les producteurs, ne pouvant agir sur les prix, tentent dès lors de convaincre le public par la projection de leur film sur un maximum d'écrans et par une publicité agressive. Par ailleurs, le prix de vente du film sur les autres marchés, comme la télévision, ne dépend pas non plus du coût du film, mais bien de son succès en salle, et donc de son audience potentielle. Les exploitants de salles font également face à d'importants coûts fixes (coût du personnel, loyer, matériel et équipement nécessaire à la projection...), que le film ait eu du succès ou non. Ainsi, la présence d'importants coûts fixes au sein des différents maillons de la filière du cinéma et la nature incertaine de l'activité cinématographique rendent par conséquent la filière particulièrement risquée en cas d'échec. Ce risque encourage l'intégration horizontale, dans la mesure où les entreprises s'agrandissent afin de produire, distribuer et/ou exploiter un nombre plus élevé de films, ce qui leur permet de mutualiser les risques (les échecs étant compensés par les succès). L'intégration verticale au sein des secteurs audiovisuels permet également d'offrir des garanties quant aux débouchés futurs du film.

³¹ En Belgique, toute entreprise cinématographique désireuse de procéder à une expansion par acquisition ou rachat a l'obligation de consulter l'Autorité belge de la Concurrence pour accord. Les concentrations à notifier auprès de cette instance doivent atteindre certains seuils de chiffre d'affaires. Pour plus d'informations à ce propos, voir Autorité belge de la Concurrence, « [Concentrations](#) ».

³² Eurostat, Statistiques annuelles détaillées sur les services (NACE Rév. 2 H-N et S95) et les comptes annuels des entreprises.

Face à toutes ces incertitudes, l'industrie cinématographique américaine a surtout développé de grands groupes intégrés, ce qui a fortement réduit la concurrence au sein du secteur. L'Europe a réagi différemment en mettant en place des aides publiques afin de réduire les risques économiques de l'activité. En Europe, les télévisions de service public ont également été impliquées dans la production de films nationaux afin de garantir leur diffusion. Ce système européen a ainsi permis de soutenir la production de films indépendants à caractère plus culturel.

1.5.4 Taux de concentration

L'analyse du taux de concentration de la filière cinématographique a été réalisée au moyen de données issues des comptes annuels des entreprises, déposés à la Centrale des bilans de la BNB. Les statistiques les plus récentes datent de 2014 et sont présentées à partir de 2000. Une comparaison a été effectuée entre le taux de concentration du secteur de l'exploitation de salles de cinéma et celui des deux autres maillons. Le propos est illustré par les ratios de concentration C1 à C10, où C1 désigne la part de la plus grande entreprise dans le chiffre d'affaires total du secteur³³. Les ratios de concentration C2 à C10, quant à eux, représentent l'apport des deuxième à dixième plus grandes entreprises dans le chiffre d'affaires total du secteur.

Ce taux de concentration est également complété par la présentation de l'indice Herfindahl-Hirschman (IHH), calculé grâce à l'addition des carrés des parts de marché de toutes les entreprises du secteur. Si le calcul est exécuté sur la base de la part de marché sans pourcentage (par exemple 49,5 % devient alors 49,5), le résultat est plus élevé avec un facteur 10.000³⁴. Ce mode de calcul alternatif doit permettre d'interpréter le résultat en fonction d'une échelle appliquée par le Ministère de la Justice aux États-Unis³⁵ en vertu de laquelle un résultat inférieur à 1.000 implique que le secteur n'est pas ou peu concentré. Un résultat se situant entre 1.000 et 1.800 signifie que le secteur est modérément concentré et un résultat supérieur à 1.800 signifie que le secteur est très concentré.

L'exploitation de salles de cinéma (NACE 5914) est apparue comme un secteur très concentré tout au long de la période 2000-2014 (voir données détaillées en annexe 1). En 2014, l'indice Herfindahl-Hirschman (IHH) s'élevait en effet à 2.588. De plus, les cinq plus grandes entreprises du secteur (C5) possédaient une part de marché cumulée de 71,4 % en 2014.

Avec un IHH respectif de 174 et de 536 en 2014, les secteurs de la production/post-production (NACE 5911-5912) et de la distribution de films (NACE 5913) n'étaient que faiblement concentrés³⁶.

³³ De 2008 à 2013, le chiffre d'affaires total des trois secteurs analysés provenait des données d'Eurostat (Statistiques annuelles détaillées sur les services – NACE Rév. 2 H-N et S95). En raison de l'indisponibilité de cette donnée pour la période 2000-2007 et pour 2014, le chiffre d'affaires total des secteurs estimé par la DG Statistique du SPF Economie a été utilisé. Ce dernier a été calculé sur la base des chiffres d'affaires obtenus dans les comptes annuels et, quand ces derniers n'étaient pas disponibles, sur la base des chiffres d'affaires renseignés dans les déclarations TVA.

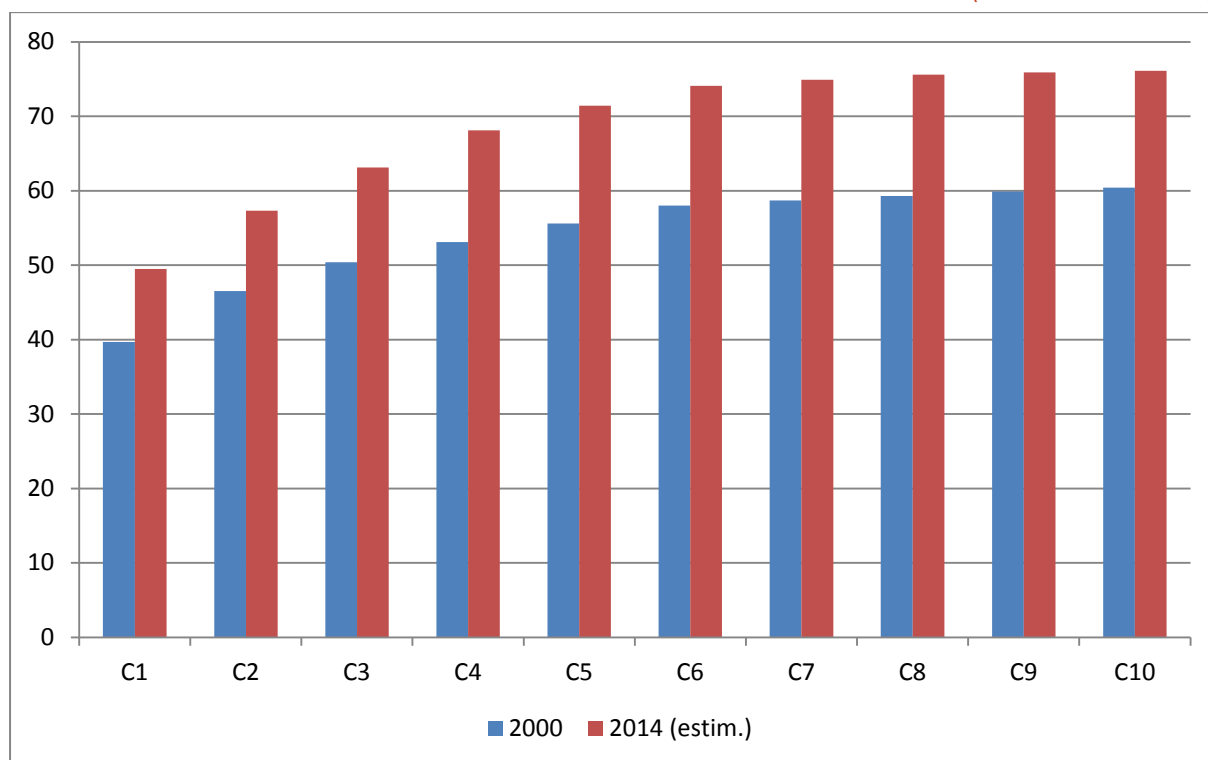
³⁴ Dans ce cadre, l'indice est égal à 10.000 si le secteur ne compte qu'un acteur. Si le secteur en compte plusieurs et que ces derniers possèdent des parts de marché à peu près équivalentes, l'indice s'approche de 0.

³⁵ U.S. Department of Justice, « [Concentration and Market Shares](#) »,

³⁶ Les taux de concentration dans le secteur de la production/post-production de films ainsi que dans celui de la distribution se retrouvent dans les tableaux 2 et 3 de l'annexe 1 « Taux de concentration dans la filière du cinéma ».

Graphique 1. Taux de concentration dans le secteur de l'exploitation de salles de cinéma (NACE 5914)

(En % du chiffre d'affaires)



Sources : BNB (Centrale des bilans), SPF Economie, calculs propres

Outre la forte concentration du secteur, les résultats mettent également en évidence la présence d'un acteur dominant au sein de l'exploitation de salles de cinéma. En effet, selon la jurisprudence établie par la Cour de Justice des Communautés européennes³⁷, une présomption de position dominante³⁸ existe pour une entreprise lorsque celle-ci possède une part de marché supérieure à 50 %. Les parts de marché (sur base du chiffre d'affaires) du plus grand groupe d'exploitation de salles, à savoir Kinopolis Group, sont pratiquement de 50 %. Selon l'Autorité belge de la Concurrence, il existe bien une position dominante de l'acteur considéré en raison de l'importance de sa part de marché de 2000 à 2014, mais aussi en raison de plusieurs autres éléments, comme par exemple :

- La relative stabilité de l'infrastructure du parc cinématographique depuis 1990, en ce qui concerne le nombre de salles et de sièges ;

³⁷ Commission européenne, « [Arrêt de la Cour du 13 février 1979. Hoffmann-La Roche & Co. AG contre Commission des Communautés européennes](#) ».

³⁸ Selon l'article 86 du traité CEE, « La position dominante concerne une situation économique détenue par une entreprise qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en cause en lui fournissant la possibilité de comportements indépendants dans une mesure appréciable vis-à-vis de ses concurrents, de ses clients et, finalement, des consommateurs. Une telle position n'exclut pas l'existence d'une certaine concurrence mais met la firme qui en bénéficie en mesure sinon de décider, tout au moins d'influencer notablement les conditions dans lesquelles cette concurrence se développera et, en tout cas, de se comporter dans une large mesure sans devoir en tenir compte et sans pour autant que cette attitude lui porte préjudice. »

- L'importance des parts de marché de Kinopolis Group (exprimées en termes de nombre de salles et de sièges³⁹) en prenant en compte les cinémas situés par zone urbaines et péri-urbaines ;
- La part de marché des principaux concurrents encore très faible ;
- L'exploitation de salles peu ou pas dispersées géographiquement par les principaux concurrents de Kinopolis ;
- L'intégration verticale de Kinopolis à l'égard du marché de la régie publicitaire (via le quasi-monopole de Brightfish avec 92 %) et de la distribution de films (via le principal distributeur de films flamands KFD) qui renforce également sa position dominante.

Par ailleurs, outre le fait que le secteur de l'exploitation de salles de cinéma en Belgique est déjà très concentré, il est également caractérisé par des barrières à l'entrée élevées. De plus, le secteur connaît certains obstacles à l'expansion, ce qui rend difficile la création de nouveaux complexes. L'Autorité belge de la Concurrence fait ainsi référence à l'importance des investissements qui sont nécessaires pour la construction, entre autres, des bâtiments, des parkings, mais aussi aux obstacles administratifs comme l'obtention des permis de construire et la recherche d'un emplacement approprié. Le processus de mise en place d'un nouveau complexe de cinéma peut ainsi prendre plusieurs années. Ces investissements importants sont également plus risqués sur un marché concentré et (presque) saturé. Par ailleurs, certaines autorités locales refuseraient la mise en place de plus d'un complexe cinématographique sur leur territoire. Tel est le cas par exemple dans les communes d'Aarschot, de Malines, de Turnhout et de Lommel.

Enfin, le réseau de cinémas dispersés et interconnectés de Kinopolis, qui lui confère ainsi des parts de marché élevées tant au niveau national que local, lui permet de bénéficier d'économies d'échelle, ce qui augmente les barrières à l'entrée et à l'expansion pour ses concurrents. De plus, l'intégration verticale de Kinopolis, entre autres dans le domaine de la distribution (via KFD), renforce également sa position dominante, principalement en Flandre.

Malgré la position dominante de Kinopolis et l'existence de barrières à l'entrée, certains complexes (tels que le groupe UGC, Utopolis et Acinapolis Siniscoop Eurocoop) ont étendu leur réseau au cours de ces dernières années, tant en Flandre qu'en Wallonie. Le groupe UGC a ainsi connu une croissance presque continue de sa part de marché au cours de la période 2000-2014.

1.6 Les subsides au sein de la filière

L'industrie du film est réputée comme étant fort subsidiée. Il ne faut toutefois pas en conclure que l'octroi de subventions publiques est identique pour chaque maillon de l'industrie. La Commission Européenne a établi qu'au niveau national, environ 70 % du soutien financier accordé au secteur cinématographique est attribué aux producteurs.⁴⁰ Le présent chapitre tente de donner un aperçu des subventions publiques auxquelles les différents maillons de l'industrie cinématographique peuvent faire appel. Etant donné la difficulté d'inventorier les différentes aides financières, l'aperçu ci-dessous doit être considéré comme non exhaustif.

³⁹ Selon les analyses de l'Autorité belge de la Concurrence (mars 2016), la concentration sur les marchés locaux en Région flamande et à Bruxelles montre un renforcement de la position dominante du groupe Kinopolis au sein de ceux-ci. Ainsi, le IHH est estimé par exemple à environ [5000-6000] à Bruxelles, Lommel et Mechelen, mais peut atteindre [6000-7000] à Hasselt et même [7000-8000] à Leuven.

⁴⁰ La Commission Européenne appelle à plus de moyens en faveur de la distribution et de la promotion de films européens.

1.6.1 Soutien à la production

Au niveau fédéral

Le Tax Shelter, instrument introduit par le gouvernement fédéral en 2004, encourage et soutient les productions audiovisuelles et cinématographiques au moyen d'une collaboration entre le secteur de la production de films et le secteur privé. Les deux parties tirent toutes deux profit de ce système. Les entreprises de production parviennent, en effet, à rassembler plus facilement les moyens financiers nécessaires. Les sociétés investissant dans ces productions obtiennent, quant à elles, une exonération fiscale de leurs bénéfices réservés imposables, et ce jusqu'à 150 % du montant investi en Belgique pour de telles productions, avec un maximum de 750.000 EUR. Ce stimulus fiscal est toutefois soumis à un certain nombre de conditions légales⁴¹.

Au niveau régional et local

Au niveau régional, les producteurs de films peuvent s'adresser à tout type d'instances en vue de l'obtention d'un soutien financier pour la réalisation de leurs productions. La Fédération Wallonie-Bruxelles soutient, par l'intermédiaire du Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel, des productions audiovisuelles et cinématographiques francophones. La Région Wallonne et la Région de Bruxelles-Capitale soutiennent également le secteur via le fonds d'investissement Wallimage/Bruxellimage. Enfin, la Communauté Flamande apporte un soutien financier à l'industrie audiovisuelle par l'intermédiaire du 'Vlaams Audiovisueel Fonds en Screen Flanders', lancé en 2012 et par lequel la Région Flamande souhaite encourager financièrement les producteurs de films belges.

Au niveau local, différentes villes, communes et provinces soutiennent l'industrie cinématographique (exemple <http://www.agencedufilm.be>).

Au niveau européen

Le programme MEDIA, mis en place par la Commission Européenne, permet aux producteurs de films de faire également appel à un soutien financier au niveau européen. Ce programme MEDIA existe depuis 1991 et consiste en des programmes pluriannuels successifs. Il offre différentes formes de soutien, notamment à de petites maisons de production. La majorité de l'aide vise néanmoins principalement à favoriser la distribution et la promotion des œuvres cinématographiques européennes dans le monde. A la suite de l'expiration du programme MEDIA⁴² 2007-2013, la Commission Européenne a créé, le 1^{er} janvier 2014, un nouveau programme de subsides d'une durée de 7 ans, appelé Creative Europe⁴³.

1.6.2 Soutien à la distribution

Au niveau fédéral et régional

Selon les informations disponibles, ni les autorités fédérales ni le gouvernement flamand ne viennent en aide au secteur de la distribution, ce qui nous a été confirmé par la Fédération des Cinémas de Belgique. La Fédération Wallonie-Bruxelles offre un soutien financier aux distributeurs de productions audiovisuelles au moyen de subsides octroyés par la Commission d'aide aux Opérateurs Audiovisuels.

⁴¹ Les conditions légales en question figurent sur le site suivant : [Taxshelter](#).

⁴² Acronyme pour Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle.

⁴³ Ce programme, d'un budget total de 1,5 milliard EUR, a pour objectif de soutenir la distribution et la promotion des films européens et de faire connaître ces films européens au-delà des frontières.

Toutefois, ces subsides sont liés à des conditions déterminées⁴⁴ selon lesquelles seuls quatre distributeurs entrent actuellement en ligne de compte⁴⁵.

Au niveau européen

Comme pour la production, le programme MEDIA soutient financièrement la distribution de films audiovisuels européens. En ce qui concerne la distribution de films européens, les distributeurs peuvent obtenir un subside destiné à être investi dans la coproduction, l'acquisition de droits ou la distribution d'autres productions européennes. En outre, au moyen de stimulus financiers, le programme incite les distributeurs à investir dans la publicité et la promotion de films européens.

1.6.3 Soutien à l'exploitation

Au niveau fédéral et régional

Au niveau régional, il existe d'importantes différences au niveau de l'octroi d'aide financière publique. Les salles de cinéma d'art et essai de Bruxelles bénéficient, par exemple, de l'aide de la Région de Bruxelles-Capitale, mais aussi de la COCOF (Commission communautaire française de la Région bruxelloise) et de la Fédération Wallonie-Bruxelles^{46 47}. Comme pour le secteur de la distribution, ni l'autorité fédérale ni le gouvernement flamand ne soutiennent le secteur de l'exploitation.

En ce qui concerne la digitalisation des salles de cinéma, des phases de subventions ont été établies afin d'aider les salles de cinéma dans cet important investissement. Ce point est analysé plus en détail dans le chapitre 2.4.1. Au niveau local, certaines salles de cinéma ont obtenu des subventions provenant des autorités municipales ou communales (ex. la ville de Gand).

⁴⁴ Ces conditions figurent sur le site : Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les distributeurs](#) ».

⁴⁵ Cinéart, Imagine Film Distribution, O'Brother Distribution et Le Parc Distribution.

⁴⁶ Concrètement, la Fédération Wallonie-Bruxelles offre un soutien financier aux exploitants de cinémas d'art et essai au moyen de subsides délivrés par la Commission d'aide aux Opérateurs Audiovisuels. Les salles de cinéma doivent toutefois répondre à des critères déterminés relatifs au nombre de films locaux et de films d'art et essai projetés afin d'être prises en considération pour l'octroi de subsides. Pour plus d'informations à ce propos, veuillez consulter : Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les exploitants de salles art et essai](#) »,

⁴⁷ En 2015, le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel a soutenu 11 exploitants de salles de cinéma d'art et essai (5 contrats-programmes de 5 ans et 6 conventions de 2 ans) pour un montant total de 915.000,00 EUR. Les exploitants de salles subventionnés dans le cadre d'une convention de 2 ans sont Le Parc Charleroi (Quai de l'Image), Vendôme, Cinéma Galeries, Les Grignoux Namur, Le Styx, Cinéma Aventure. Les exploitants de salles subventionnés dans le cadre d'un contrat-programme de 5 ans sont Les Grignoux Liège, Plaza Art, Nova, Actor's Studio, Flagey.

Au niveau européen

L'organisation Europa Cinemas est fondamentale en ce qui concerne la subvention européenne du secteur de l'exploitation. Europa Cinemas a été fondée en 1992 dans le cadre du programme MEDIA et fait partie du programme actuel Creative Europe. En Belgique, les exploitants sont soutenus directement par Europa Cinemas. Les cinémas présentant au moins 50 % de productions européennes peuvent faire appel à cette aide européenne⁴⁸.

Digitalisation des salles de cinéma

En 2011, le Parlement Européen a décidé que les petites salles de cinéma devaient être soutenues dans la transition vers la digitalisation vu leur difficulté à en supporter le coût, contrairement aux multiplexes. Le Parlement Européen se référait notamment au rôle du programme MEDIA. En ce qui concerne la digitalisation des salles, le programme MEDIA 2007-2013 prévoyait, à partir de 2011, une aide financière temporaire pour l'acquisition d'équipement digital de salles de cinéma, principalement destiné aux salles présentant des films européens récents. Selon la Fédération des cinémas de Belgique, les subsides accordés à certains cinémas belges concernaient principalement l'aménagement des salles de cinéma (climatisation, câblage, frais annexes...) et non l'équipement numérique. Les subsides pouvaient atteindre 500 à 10.000 EUR par salle, soit une aide relativement limitée compte tenu du coût total lié au passage au numérique (environ 70.000 à 80.000 EUR). D'autres aides financières ont par ailleurs été mises en place par les acteurs de la filière afin de favoriser le passage au numérique de certains exploitants. Le chapitre 2.4.1. analyse ce point plus en détail.

⁴⁸ Voici, à titre d'exemples, des exploitants belges membres d'Europa Cinemas qui ont été soutenus en 2013 : Le Cartoon's (Anvers), L'Ecran (Ath), Lumière (Bruges), Actor's Studio (Bruxelles), Aventure (Bruxelles), Vendôme (Bruxelles), Galeries (Bruxelles), La Vénérie (Bruxelles), Le Parc (Charleroi), Buda Kunstcentrum (Courtrai), Sphinx (Gand), Studio Skoop (Gand), L'Etoile (Jodoigne), Le Churchill (Liège), Sauvenière (Liège), Le Parc (Liège), Zed (Leuven), Plaza Art (Mons), Forum (Namur), Cine Centre (Rixensart), Ciné Versailles (Stavelot)... En 2015, le réseau Europa Cinemas comptait 24 salles belges, dont deux viennent de rejoindre le réseau. Le montant du soutien dégagé en faveur des salles belges pour leur programmation était de 299.754 EUR en 2015. Voir Commission européenne, « [La nouvelle stratégie pour le cinéma européen vise à stimuler la diversité culturelle et la compétitivité à l'ère numérique](#) ».

2. Dynamique et structure du secteur des exploitations de salles cinématographiques

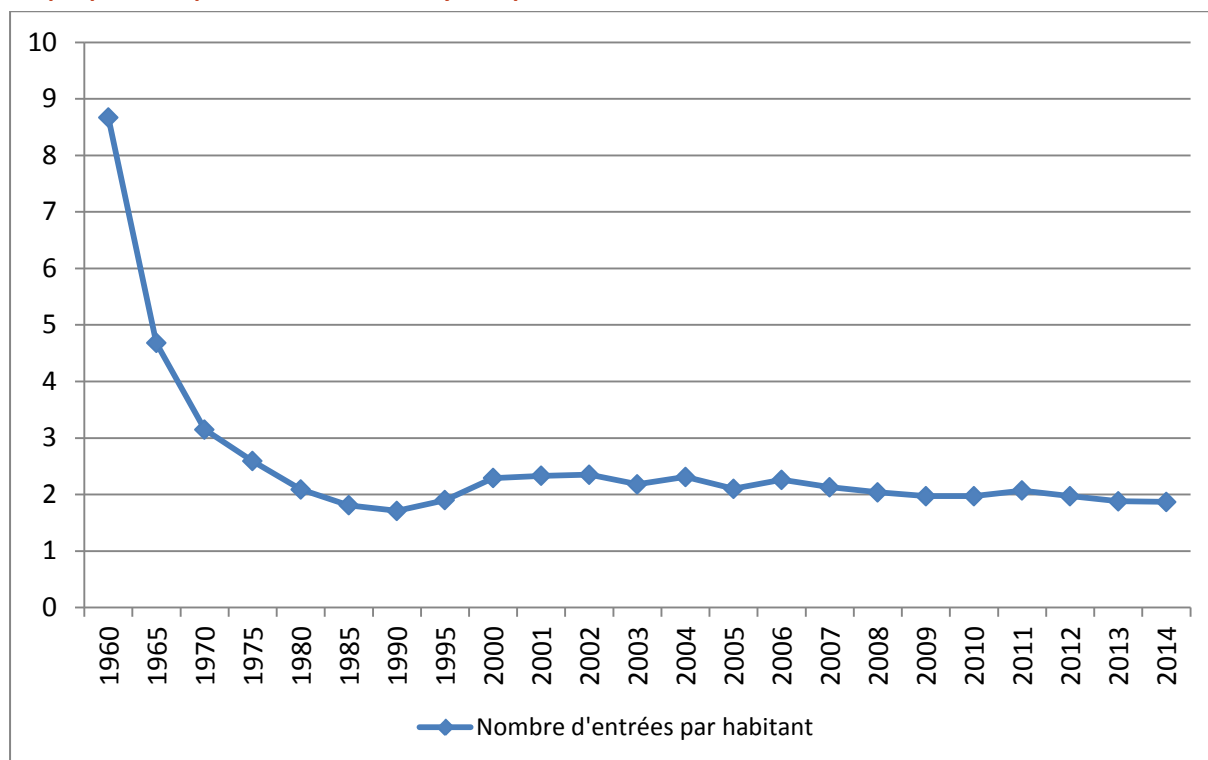
2.1 La demande cinématographique

Créé à la fin du XIX^{ème} siècle, le cinéma est rapidement devenu un loisir pour un grand nombre de personnes. Mais l'intérêt que la population lui porte a fortement évolué depuis lors. Après avoir connu des hauts et des bas lors des deux guerres mondiales, les cinémas ont vu leur fréquentation s'établir en moyenne à presque 9 films par habitant par an dans les années 60. L'attrait de l'exploitation cinématographique a par la suite chuté drastiquement en raison principalement de la pénétration croissante de la télévision à domicile, concurrençant ainsi directement le cinéma⁴⁹. En effet, le succès de ce nouveau média, d'abord en noir/blanc puis en couleur, a bouleversé les modes de consommation audiovisuels. En 1960, le taux de pénétration de la télévision noir/blanc dans les ménages était déjà de 27 %, pour ensuite s'élever à 65 % en 1970⁵⁰. C'est au cours de cette période que la fréquentation moyenne des salles de cinéma chute de manière impressionnante, soit de 63,7 % entre 1960 et 1970. À partir des années 70, la télévision couleur fait son apparition et les raccordements aux réseaux de télédistribution se multiplient, entraînant une chute de la fréquentation moyenne des salles de cinéma de 33,7 % entre 1970 et 1980. Par ailleurs, l'apparition des produits dérivés de la télévision (magnétoscope et vidéocassettes préenregistrées) à la fin des années 70 a renforcé l'utilisation de la télévision au détriment du cinéma. Dans les années 1990, le Belge n'allait ainsi plus voir que 1,7 film en moyenne par an. Malgré un regain d'intérêt pour le cinéma à partir des années 2000, le niveau de fréquentation est resté relativement faible, mais stable, autour de 2 films par habitant par an.

⁴⁹ La baisse de la fréquentation des exploitations cinématographiques est également due au développement des loisirs résultant du changement de contexte socioculturel de l'époque. En effet, l'utilisation de l'automobile se généralise dans les années 60, ce qui va bouleverser l'utilisation du temps libre.

⁵⁰ JAUMAIN Michel et VANDENBULCKE Guy, « L'exploitation cinématographique en Belgique : audience et mutation de l'offre », dans CRISP (éd.), *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 24/1986, n° 1129-1130, p. 1-73.

Graphique 2. Fréquentation annuelle moyenne par habitant



Source : SPF Economie, DG Statistique-Statistics Belgium

Plus récemment, les données du SPF Economie indiquent une baisse de la fréquentation moyenne annuelle par habitant au sein des cinémas en Belgique de 5,1 % entre 2010 et 2014. En effet, le consommateur se rendait en moyenne 1,97 fois par an au cinéma en 2010 contre 1,87 fois en 2014. Sur base des données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, disponibles jusqu'à 2013 au moment de la rédaction de ce rapport, il apparaît qu'au sein de nos pays voisins, la fréquentation s'est élevée à 1,61 entrée par habitant pour l'Allemagne et à 1,84 pour les Pays-Bas en 2013, soit un niveau inférieur à celui de la Belgique. Cependant, ces deux pays ont réussi à redynamiser quelque peu leur secteur cinématographique, avec une croissance de la fréquentation moyenne par habitant de respectivement 3,9 % et 8,2 % entre 2010 et 2013 (contre -4,6 % pour la Belgique sur la même période). La France, par contre, a vu la fréquentation de ses cinémas chuter de 7,8 % au cours de cette période, mais a affiché tout de même une fréquentation de 2,95 entrées par habitant en 2013. Au niveau européen, la tendance est cependant à la baisse, avec une chute de fréquentation de 6,3 % pour l'EU28 entre 2010 et 2013 et une fréquentation moyenne de 1,79 entrée par habitant en 2013. Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, au cours de ces dernières années, « la fréquentation des cinémas a d'abord été stimulée par l'effet de nouveauté de films 3D à grand succès, pour ensuite diminuer de façon plus ou moins continue depuis lors »⁵¹.

Selon la Fédération des Cinémas de Belgique, la baisse récente de la fréquentation des salles de cinéma peut s'expliquer en partie par le développement continu de produits concurrents (vidéo à la demande (VàD), télévision de rattrapage (catch-up TV), la haute définition (HD), le streaming légal et illimité, la TV mobile...), mais aussi par la croissance du téléchargement illégal. Il est également à noter que les variations de fréquentation d'une année à l'autre sont influencées entre autres par les conditions climatiques qui incitent le public à se rendre ou non dans une salle de cinéma. De plus, certains événements sportifs, tels que les matchs de football des Diables Rouges, concurrencent également fortement le cinéma. L'année 2015 aurait cependant été plus favorable pour le secteur de l'exploitation

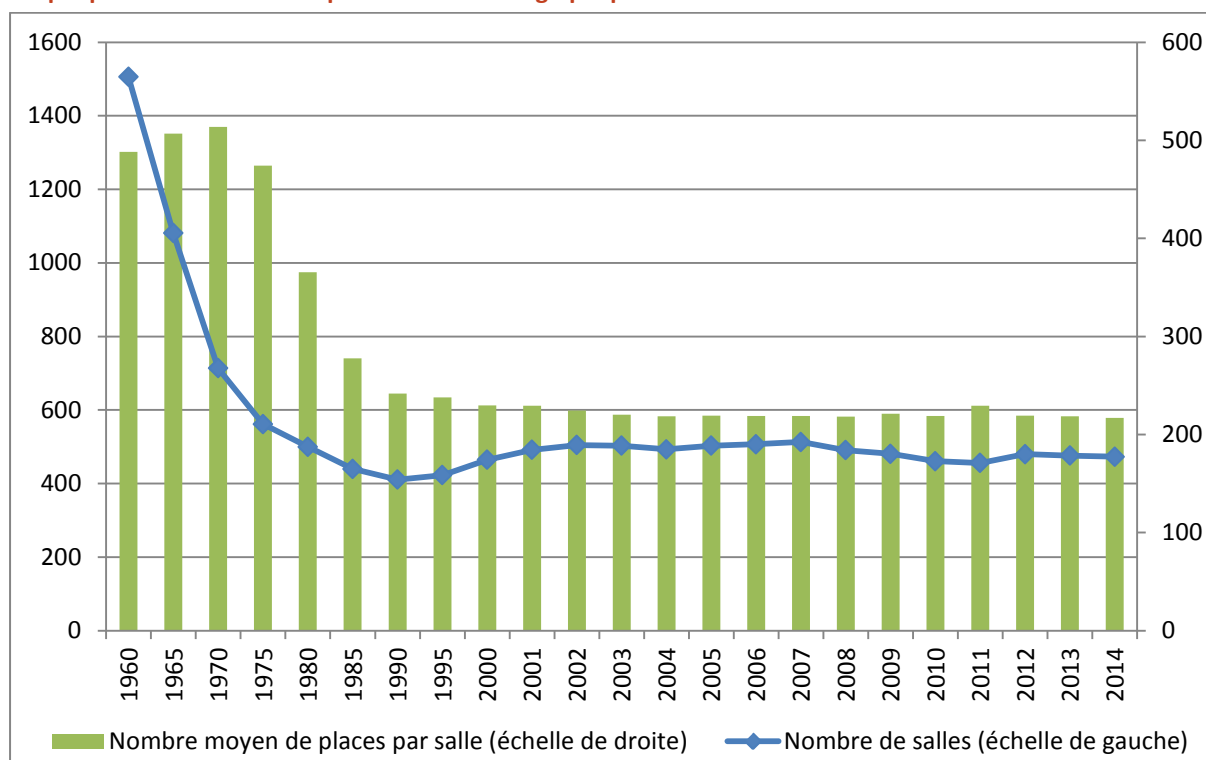
⁵¹ Observatoire européen de l'audiovisuel, « [Annuaire 2014 – Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysage paneuropéen](#) ».

de salles de cinéma, d'après les premiers chiffres de la filière issus de l'asbl Cinedata. L'offre de films proposés et les investissements technologiques réalisés participeraient en effet à un engouement plus important à l'égard du cinéma.

2.2 L'offre cinématographique

Dans les années 60, le parc de l'exploitation cinématographique en Belgique était composé de 1.506 salles offrant en moyenne 488 places par salle. Face à la forte baisse de fréquentation observée au cours des 30 années qui ont suivi, le nombre de salles de cinéma a chuté en se situant à 411 en 1990. Le secteur des exploitants a dès lors dû se restructurer et se moderniser afin de contrecarrer la baisse de fréquentation des salles de cinéma et pour pouvoir faire face au développement de modes alternatifs de consommations audiovisuelles (télévision et magnétoscope).

Graphique 3. Évolution de l'exploitation cinématographique



Source : SPF Economie, DG Statistique-Statistics Belgium

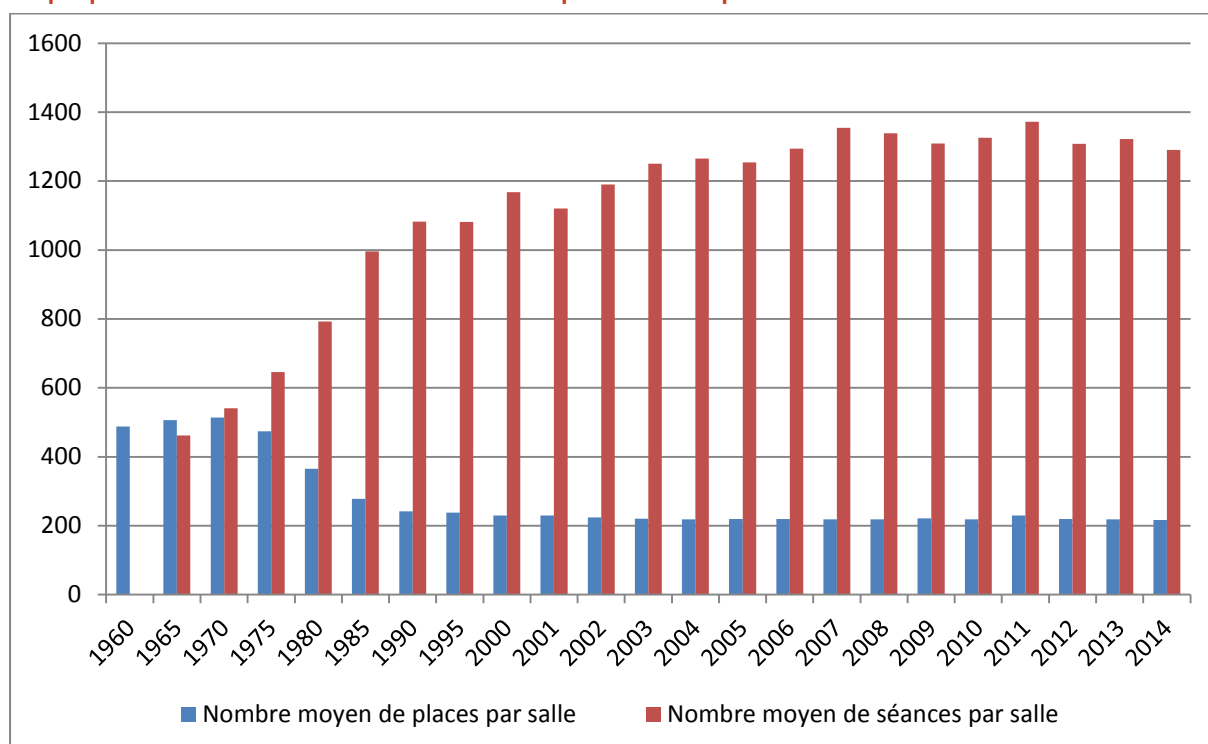
Dès les années 70, des complexes multisalles se sont répandus en Belgique avant l'arrivée des multiplexes, comprenant un minimum de huit salles, fin des années 80. Ces multiplexes ont émergé dans les grandes agglomérations belges telles que Bruxelles, qui a inauguré en la matière avec le tout premier multiplexe en 1988. Le secteur s'est ainsi complètement restructuré, avec un déploiement plus conséquent de ces complexes cinématographiques dans les années 90, ce qui a permis de relativement stabiliser le niveau de fréquentation des salles. En effet, le développement de complexes multisalles a permis au public d'avoir accès à une plus large programmation de films au sein d'un même complexe, tout en réduisant les risques pour ces complexes puisque l'impact d'une moins bonne audience pour un film est compensé par les résultats réalisés sur le reste de la programmation. Le développement des multiplexes a également permis au public de bénéficier d'un confort plus important (confort des sièges, qualité du son et de l'image...). Actuellement, la modernisation est continue. Une publication réalisée par Bamart⁵² renvoie ainsi aux quatre tendances actuelles des multiplexes : le in-theater sales (vente de produits alimentaires, espace de restauration...), la 3D, le B2B (location de salles aux entreprises) et

⁵² Kunstenpunt, « [Ketens/Groepen. Van bioscoop naar place to be voor audiovisueel entertainment](#) ».

l'évènementiel. Cette dernière tendance se développe avec des évènements autour de la Saint-Valentin ou d'Halloween par exemple, des films prévus pour un public spécifique (femmes, enfants), la projection en direct de la cérémonie d'ouverture du festival de Cannes ou d'évènements sportifs... Les multiplexes peuvent également exploiter d'autres paramètres pour stimuler leurs ventes : les créneaux horaires (semaine ou week-end), le type de salle de projection (petite ou grande)... Ces grands complexes, mais aussi certaines exploitations plus petites, ont également pu se diversifier par le développement d'une large gamme de tarifs et cartes de fidélité afin d'attirer un nouveau public et/ou mieux fidéliser le public existant. Par ailleurs, des actions marketing visant à promouvoir le cinéma sont également menées, en collaboration avec des entreprises d'autres secteurs (telles que BNP Paribas Fortis ou Mobistar). Un tarif réduit est proposé au sein des cinémas participants, et ce durant une certaine période et sous certaines conditions. Enfin, actuellement, les multiplexes sont parfois intégrés dans des centres commerciaux afin d'attirer toujours plus le consommateur au moyen de loisirs se situant à proximité (restauration, boutiques, salles de sport...). Concernant les plus petites exploitations, qui sont souvent des cinémas de quartier, elles ont acquis avec le temps une connaissance précise des attentes de leurs clients, ce qui leur permet de les fidéliser en leur proposant une programmation ciblée et des horaires adaptés. Ces petits cinémas font donc office d'alternative aux multiplexes grâce à l'offre de films proposés, à des prix plus attractifs et à une proximité géographique plus appréciée par certains spectateurs.

Il est également intéressant de noter que, parallèlement à la baisse du nombre moyen de places par salle, les cinémas belges ont augmenté le nombre moyen de séances par salle. Cette tendance résulte en réalité du développement de complexes multisalles qui offrent un nombre de séances élevé par salle, soit au minimum 4 ou 5 séances par jour. Cela leur permet de compenser en partie la diminution de la capacité de leurs salles de projection. Les petites exploitations cinématographiques proposent par contre une ou deux séances par jour.

Graphique 4. Évolution du nombre de séances et de places offertes par salle



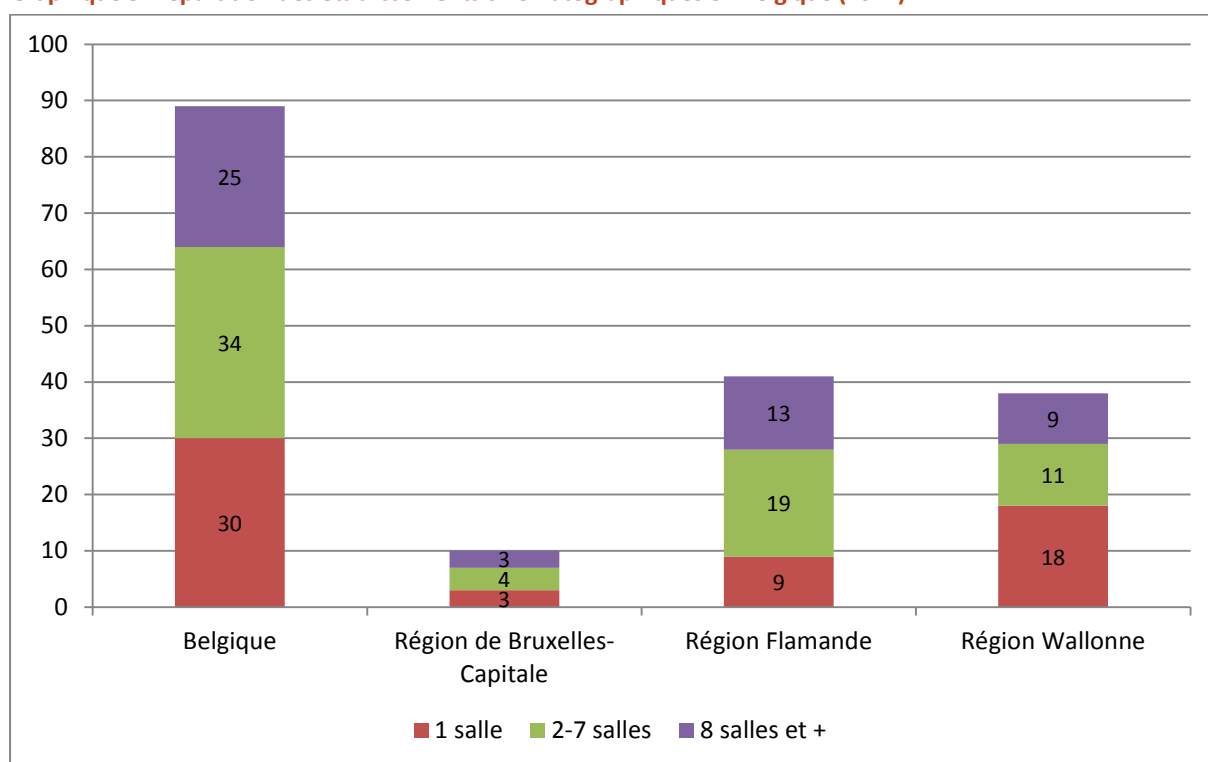
Source : SPF Économie, DG Statistique-Statistics Belgium

Le développement de complexes multisalles depuis les années 70 caractérise donc le parc cinématographique actuel, au détriment principalement des petits cinémas disposant de un ou deux écrans et qui proposent entre autres des films d'auteurs (appelés aussi films d'«art et essai»). Il peut

s'agir par exemple de courts-métrages, de films indépendants nationaux ou étrangers ou de documentaires.

Malgré sa forte restructuration et sa modernisation depuis les années 60, le secteur continue encore actuellement de se concentrer, mais dans une bien moindre mesure. Ainsi, en 2014, 473 salles étaient encore actives sur le territoire belge (contre 493 salles en 2004). Environ 20 % des salles avaient une capacité de plus de 300 places en 2004 et 2014, contre 83 % dans les années 60. L'ensemble de ces salles est détenu par 89 établissements cinématographiques en 2014 (contre 108 établissements en 2004). Les multiplexes (8 à 15 écrans) et mégaplexes (cinémas de 16 écrans et plus) représentent 28 % du total de ces établissements (contre 20 % en 2004) et détiennent un peu plus de 70 % du total des places^{53 54}. Parmi ces multiplexes et mégaplexes, 12 % d'entre eux sont localisés en Région de Bruxelles-Capitale, 52 % en Région flamande et 36 % en Région wallonne.

Graphique 5. Répartition des établissements cinématographiques en Belgique (2014)



Source : SPF Économie, DG Statistique-Statistics Belgium

⁵³ Sur base des données du SPF Économie de 2010 à 2014, « Évolution du nombre de complexes en fonction du nombre d'écrans ».

⁵⁴ Selon les analyses de l'Autorité belge de la Concurrence (mars 2016), le développement des multiplexes a pris plus d'ampleur en Belgique qu'aux Pays-Bas. En effet, en Belgique, les principaux exploitants de salles de cinéma sont principalement des multiplexes ou mégaplexes. Les grands acteurs présents aux Pays-Bas détiennent, au contraire, des établissements de taille variée.

2.3 La relation exploitants - distributeurs

Afin de pouvoir projeter un film en salle, l'exploitant doit verser au distributeur un certain pourcentage des recettes engendrées par la projection du film. Les négociations se déroulent individuellement avec chaque groupe cinématographique et pour chaque film. Ce pourcentage, établi dans un contrat de location, peut varier d'un film à l'autre en fonction de différents éléments :

- Les recettes brutes potentielles du film ;
- L'attrait commercial du film (casting, bande-annonce...);
- Les résultats d'entrées dans les pays où le film a déjà été projeté ;
- La période de projection du film (les vacances scolaires par exemple) ;
- Les droits de licence payables par le distributeur de film lui-même au producteur ;
- Le nombre de semaines d'exploitation du film ;
- Le nombre de salles et de séances de projection du film ;
- ...

Toutefois, les conditions de location des films sont réglementées en Belgique. En effet, la loi du 30 juillet 1963 relative à la location des films destinés à la projection commerciale, modifiée par la loi du 20 mai 1985, donne au Ministère des Affaires économiques (actuellement le SPF Economie) le pouvoir de déterminer le prix maximum de location des films destinés à la projection commerciale⁵⁵. Ce n'est qu'avec l'arrêté ministériel d'exécution du 13 mars 1986 relatif au prix de location des films destinés à la projection commerciale que sont fixés les prix maximums de location. Ceux-ci ne peuvent dépasser 50 % de la recette nette d'exploitation (qui, pour rappel, est égale à la recette brute déduction faite de la TVA, des taxes communales et des droits d'auteur). Ce taux de location peut néanmoins atteindre un maximum de 55 % de la recette nette lorsque le nombre de tickets d'entrée vendus dépasse de 50 % le « palier de référence »⁵⁶. Par ailleurs, pour les salles de cinéma dont le palier de référence est plus restreint (soit inférieur ou égal à 300 tickets d'entrée vendus par semaine de projection), la loi prévoit un taux de location limité à 35 % ou 40 % selon le succès du film projeté. Il existe également une location au forfait, sur base du nombre de sièges, mais cela concerne surtout les petites salles.

Le taux de location correspond toujours à un pourcentage du prix du ticket, quel que soit le montant du prix de ce ticket, ce dernier étant fixé librement par l'exploitant. Les différents tarifs réduits (étudiants, personnes âgées, carte avantages...) sont donc pris en compte. Les exploitants fixent ainsi les taux de location sur ces prix de ticket inférieurs. Pour les formules telles que les « Ladies' Night », où le prix du ticket est beaucoup plus élevé que pour un ticket standard, l'exploitant déterminera dans la plupart des cas le prix sur lequel le taux de location s'appliquera.

Il est à noter que les contrats de location sont renégociés chaque semaine en fonction des résultats du film et que le taux de location est généralement dégressif en fonction de la durée du film à l'affiche⁵⁷. En

⁵⁵ JUSTEL, « [13 mars 1986. Arrêté ministériel relatif au prix de location des films destinés à la projection commerciale](#) ».

⁵⁶ Il s'agit de « la moyenne du nombre de tickets d'entrée vendus par salle de cinéma et par semaine de projection, calculée sur l'année cinématographique qui précède l'année en cours ». Depuis 2016, les paliers de référence sont calculés par la Fédération des Cinémas de Belgique pour l'ensemble des exploitants de salles de cinéma en Belgique (année de référence 2015, application du 1^{er} avril 2016 au 31 mars 2017).

⁵⁷ Le tarif peut être fixe ou dégressif. Cependant, le choix du type de tarif ne dépend pas de l'importance du cinéma, ni du type de film, mais bien de la manière dont l'exploitant décide de travailler.

effet, la fixation du nombre de semaines de projection d'un film n'est jamais convenue à l'avance entre les distributeurs et les exploitants de salles de cinéma. La durée d'un film à l'affiche dépendra en réalité du nombre de spectateurs présents entre le mercredi et le dimanche. Chaque lundi matin, les résultats de chaque film à l'affiche sont comparés entre eux, et ce pour chaque créneau horaire (15h - 17h - 20h et 22h). Les films enregistrant le plus faible nombre de spectateurs ne sont ainsi plus projetés aux heures de moins bonne audience ou sont remplacés par des nouveautés⁵⁸.

Selon les statistiques du SPF Économie, la part moyenne des recettes nettes revenant aux distributeurs s'est élevée à 46,7 % en 2014, ce qui est légèrement en baisse par rapport aux années précédentes (à titre de comparaison, ce taux s'élevait à 48,8 % en 2005, à 48,3 % en 2007 et à 46,9 % en 2010). Cette baisse du taux de location pourrait indiquer une position un peu plus forte des exploitants face aux distributeurs lors de la négociation des contrats.

Le pouvoir de négociation entre distributeur et exploitant dépend fortement de l'attrait du film et de la puissance des partenaires. Ainsi, le pouvoir de négociation sera davantage en faveur du distributeur lorsque le potentiel commercial du film est considéré comme important. Mais certains éléments peuvent influencer les négociations en faveur des exploitants, tels que la taille de l'établissement en termes d'écran, son rattachement ou non à un groupe cinématographique ainsi que le nombre de semaines de projection du film. Le pouvoir de négociation des exploitants vis-à-vis des distributeurs serait donc d'autant plus fort que la structure de l'établissement est grande, car les grands établissements et groupes cinématographiques, avec leurs nombreux écrans, sont des partenaires incontournables pour le lancement d'un nouveau film. Selon la Fédération des Cinémas de Belgique, cette situation leur permettrait, par exemple, de ne pas revoir les taux de location à la hausse en cas de gros succès d'un film. Quant aux petites structures, qui disposent de moins de salles, elles bénéficient en général d'un taux de location moins avantageux comparativement aux établissements de grande taille. Il en résulte ainsi des taux de location différents selon le type d'établissement (petite, moyenne ou grande structure).

2.4 Les défis du secteur

2.4.1 La numérisation des salles de cinéma

Le passage au numérique, au détriment des bobines 35 mm, est aujourd'hui une réalité pour la totalité des salles belges. En Belgique, l'expansion du numérique s'est principalement déroulée à partir de 2010. Si toute nouveauté technologique apporte son lot de changements suscitant satisfactions comme contrariétés, la transition vers le numérique n'en fait pas exception. Celle-ci va en effet de pair avec une amélioration de la circulation des films dont le format est désormais plus réduit que l'ancienne bobine et, dès lors, plus facilement transportable et moins coûteux. Par conséquent, cela donne accès à un nombre de films plus important, en ce compris les films présentant de potentiels risques commerciaux. Le numérique permet également d'éviter l'usure des copies et fournit une plus grande qualité de projection. Il permet également la diffusion en direct d'événements sportifs, de représentations théâtrales ou autres spectacles grâce à une antenne satellite. De plus, l'abandon des projections 35 mm représente un allègement des coûts qui étaient alors supportés par les distributeurs, étant donné que la création d'une copie en numérique est bien moins coûteuse. Par contre, le passage au numérique entraîne des coûts d'investissement conséquents relatifs à l'équipement des salles (entre 70.000 et 80.000 EUR par salles⁵⁹), auquel il faut encore ajouter de nombreux coûts indirects (contrats de maintenance, remplacement du matériel...).

⁵⁸ Les blockbusters obtiennent en moyenne 60 % du nombre total de leurs spectateurs au cours des deux premières semaines de projection. Il est ainsi assez rare qu'un film soit projeté plus de 6 semaines, d'autant plus au sein des petits cinémas (disposant de moins d'écrans) où les films ne restent à l'affiche que quelques semaines.

⁵⁹ Selon la Fédération des Cinémas de Belgique.

Un dispositif d'origine américaine a été mis en place en Europe sous la pression de certains exploitants qui refusaient de numériser l'entièreté de leur activité sans l'intervention des distributeurs de films. Ce dispositif consiste à ce que les investissements en numérique soient financés en partie par une contribution financière des distributeurs (principalement les grands studios américains), appelée « Virtual Print Fee » (ou Frais de copies virtuels). Cette contribution correspond en réalité aux Economies réalisées par les distributeurs sur les copies numériques dont le coût de production est beaucoup moins élevé que pour les anciennes bobines⁶⁰. Dans la plupart des cas⁶¹, ce versement est réalisé de manière indirecte, étant donné qu'un intermédiaire économique, le tiers investisseur, finance l'achat de matériel, tout en assurant également son entretien. Il répartit ensuite les frais entre exploitants (qui assument environ 15 % de l'achat du matériel) et distributeurs. Les VPF sont réclamés par le tiers investisseur aux distributeurs qui fournissent des films à l'exploitants pendant une durée variable, en général de 7 ans, jusqu'à récupération du prix total du matériel (et rémunération du tiers investisseur).

Une variante de ce système a également été proposée : il s'agit du tiers collecteur. Dans ce modèle de financement, c'est l'exploitant lui-même qui emprunte directement aux banques. La contribution financière des distributeurs (ou VPF) est prélevée par le tiers collecteur afin de rembourser l'emprunt réalisé par les exploitants.

Il est à noter que le non recours d'un exploitant à ce système de VPF peut s'expliquer par la faible rentabilité de l'opération pour le tiers investisseur. En effet, les tiers investisseur calculent, sur base du nombre de films projetés, ce que le système de VPF peut leur rapporter pour un cinéma donné. Si celui-ci projette trop peu de nouveaux films, sur trop peu de séances, le tiers investisseur peut refuser l'opération en raison du risque de ne pas pouvoir couvrir ses frais. D'autre part, l'exploitant peut lui-même décider de ne pas recourir au système de VPF et dès lors bénéficier d'autres possibilités de financement (aides communales, régionales, provinciales, européennes⁶², fonds propres...). Cela lui permet ainsi d'être plus libre dans sa programmation⁶³.

En Belgique, le passage au numérique dans l'exploitation cinématographique a été quasi-total en 2013, avec un taux de pénétration du marché pour les écrans numériques de 98,8 % selon les données provisoires de l'Observatoire européen de l'audiovisuel⁶⁴. Depuis 2014, la numérisation des salles de cinéma est totale, étant donné que les films circulent exclusivement sur support numérique.

Le défi actuel du secteur relève de l'évolution constante des formats numériques. En effet, la durée de vie d'un projecteur est estimée en théorie à une période comprise entre 5 et 10 ans, en fonction des évolutions technologiques. Le 2K (résolution de 2048x1080) est actuellement le format de résolution de base des salles de cinéma belges. Mais depuis 2011, les grandes exploitations, telles que Kinopolis, se sont déjà équipées de projecteurs 4K (résolution de 4096x2160) qui offrent une qualité d'image supérieure. L'arrivée de nouvelles générations de projecteurs, encore plus performants et exigeants de nouveaux investissements, risquent de fragiliser les exploitations de petite taille.

⁶⁰ Le coût de production d'une copie de film sur bobine s'élevait à environ 1.000 EUR alors qu'une copie numérique revient aux alentours de 100 à 200 EUR. Le numérique permet également de réduire les coûts de transport et de stockage.

⁶¹ En Belgique, Kinopolis est le seul exploitant n'ayant pas fait appel à un tiers investisseur. Il gère donc lui-même son système de VPF.

⁶² La Fédération des Cinémas de Belgique souligne que cette aide européenne à destination du cinéma belge a été restreinte (voir chapitre 1.6) et complétée par le soutien financier des gouvernements régionaux.

⁶³ Source : Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel de la Fédération Wallonie-Bruxelles

⁶⁴ Chez nos pays voisins, ce taux s'élevait en 2013 à 100 % pour les Pays-Bas, 99,6 % pour la France et 90,5 % pour l'Allemagne.

2.4.2 Les changements sociétaux

Le secteur fait actuellement face à un nouveau bouleversement, à savoir le changement comportemental de la population lié à la présence massive des médias dans notre quotidien, que ce soit la télévision, la radio, la téléphonie mobile et l'internet avec ses divers réseaux sociaux... Notre mode de consommation est de plus en plus « nomade » et les modes d'accès au film se multiplient. Actuellement, le consommateur veut en effet être libre de faire et voir ce qu'il veut, où il le veut et quand il le souhaite. Ainsi, les divers programmes, films et séries peuvent être visionnés non seulement sur les postes de télévision, mais également via les ordinateurs, téléphones mobiles, tablettes ou consoles de jeux. Il existe également depuis quelques années toute une série de services à la demande qui concurrencent fortement le cinéma : les services de V&D (vidéo à la demande) offerts par les distributeurs de télévision, les services en ligne en accès direct sur Internet, les sites de partage vidéo (streaming légal, comme iTunes) ou la télévision de rattrapage (catch-up TV) qui permet de revoir un film ou un programme télévisé quelques temps après sa première diffusion à la TV. De plus, l'expérience du grand écran n'est plus exclusivement réservée qu'au cinéma, mais se vit également à domicile avec la présence des home cinema qui simulent le même type d'environnement audiovisuel.

Selon les données publiées par l'International Video Federation (IVF), le total de la consommation belge de vidéos en ligne (vidéo digitale et V&D via TV) a connu une forte croissance ces dernières années. En 2013 (dernières données disponibles), cette croissance s'élevait à 38,2 % par rapport à 2012 et même à 63,3 % par rapport à 2010, atteignant ainsi 75,3 millions EUR.

Ces changements sociétaux ainsi que l'apparition de ces nouveaux produits audiovisuels concernent principalement la télévision. Mais ils affectent tout de même indirectement la demande dans le secteur des exploitations cinématographiques.

2.4.3 Les défis futurs

Dans un contexte de stagnation, voire de baisse, de la fréquentation des salles cinématographiques et au vu de l'émergence de nouveaux modes de consommation, le secteur devra continuellement se renouveler afin de maintenir ses activités. La pression concurrentielle des nouvelles formes de diffusion du film pousse en effet certains exploitants à innover et à, ainsi, présenter le cinéma comme une expérience singulière.

Les exploitants ont pu étendre leur offre de films grâce à la technologie numérique. Celle-ci ouvre également la voie à d'importantes nouvelles innovations technologiques telles que la projection à grande gamme dynamique (High Dynamic Range ou HDR), le son 3D immersif, le cinéma 4D, les écrans-triple panoramiques⁶⁵. La dimension « spectacle » peut également être renforcée par d'autres innovations liées à l'odorama ou à la mobilité des sièges afin de rendre la sensation cinématographique plus complète et immerger ainsi complètement le spectateur dans un autre univers. Ces innovations ont l'ambition d'offrir aux consommateurs une véritable expérience cinématographique afin que les salles de cinéma puissent se différencier des autres produits audiovisuels et ainsi conserver, voire augmenter, leur attrait auprès du public. Mais le coût de telles innovations est loin d'être négligeable et risque de renforcer la position de marché des grands établissements multisalles au détriment des plus petites structures, bien qu'une grande partie de celles-ci fasse partie d'un réseau dit « non commercial », axé sur la projection de films d'art et d'essai.

⁶⁵ La projection à grande gamme dynamique est une technique permettant d'attribuer plus de valeurs à un même pixel afin de représenter de nombreux niveaux d'intensité lumineuse dans une image. Le son 3D immersif est une technique restituant, au moyen d'un casque audio ou d'une paire d'oreillettes, un son qui permet de situer chaque élément sonore dans l'espace à trois dimensions. Le Cinéma 4D correspond au cinéma 3D traditionnel (hauteur + largeur + profondeur), auquel est ajoutée une quatrième dimension afin de produire un effet sensoriel (simulateur de vent, de mouvement...). Les écrans-triple panoramiques permettent quant à eux de projeter des films réalisés en version panoramique.

Certaines initiatives, comme l'opération « 4 EUR pour les moins de 14 ans » lancée en 2014 en France (valable dans toutes les salles, pour tous les films et quel que soit le jour), peuvent également permettre de relancer la fréquentation des cinémas en exploitant un potentiel de marché auprès de nouveaux publics cibles. Des actions marketing ponctuelles existent actuellement en Belgique. Les BNP Paribas Fortis FILM DAYS apparaissent comme la plus grosse action permettant d'attirer davantage de clientèle. Un tarif de 4 EUR par séance est en effet proposé lors de quatre jours par an. De plus, ces FILM DAYS proposent les « Cinevox Happenings » qui mettent le cinéma belge à l'honneur en organisant des avant-premières en compagnie d'acteurs, de réalisateurs... Depuis mars 2015, une autre action a vu le jour en collaboration avec Mobistar : la « Loyal Star ». Les clients de la compagnie téléphonique reçoivent un message leur permettant d'obtenir, les mardis, un ticket de cinéma gratuit à l'achat d'une place. Enfin, en 2016, l'opération « Cinéma parent non admis » figure parmi les initiatives élaborées dans le cadre du Festival international du film francophone. Quatre séances de cinéma sont proposées aux enfants de 5 à 8 ans au Centre culturel de Namur, avec l'objectif de susciter l'intérêt des jeunes à long terme pour le cinéma.

Le défi du secteur réside ainsi essentiellement dans sa modernisation continue, tant au niveau de ses installations qu'au niveau de son offre. Mais la promotion et la sensibilisation du public aux œuvres cinématographiques, principalement d'art et d'essai, restent également une priorité pour certains acteurs de la filière.

3. Évolution et niveau de prix d'un ticket de cinéma

Le prix du ticket reste un frein important à la fréquentation des cinémas. Ce constat ressort en effet d'une enquête réalisée par le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel en 2015 (actualisation de l'étude de 2009) relative à l'image du cinéma belge francophone. Ainsi, 57 % des répondants jugent le prix d'un ticket de cinéma trop élevé, contre 25 % en 2009. Ce frein important à la fréquentation des salles est suivi de loin par le manque de temps (24 % des répondants en 2015, contre 39 % en 2009), l'irrespect des gens et le bruit (19 % en 2015, contre 1 % en 2009), les horaires peu compatibles avec le travail ou la vie de famille (11 % en 2015, contre 9 % en 2009) et le téléchargement (10 % en 2015, 0 % en 2009).

L'Observatoire des prix s'est alors penché sur l'évolution et le niveau de prix d'un ticket de cinéma ainsi que sur sa composition.

Bien qu'il soit fixé librement par l'exploitant, le prix d'une place de cinéma dépend entre autres de l'importance de la concurrence, de la taille des infrastructures (multiplexe ou cinéma de quelques salles seulement), du lieu d'implantation du cinéma (centre-ville ou province) et de la filière commerciale ou non de l'établissement⁶⁶. Ce prix peut également varier en fonction de l'âge du consommateur (réductions parfois prévues pour les enfants de 3 à 18 ans, pour les étudiants et pour les seniors +60 ans), du jour et de l'heure de projection ainsi que de la formule choisie (ticket unique, carte de plusieurs places ou carte d'accès illimité). Des suppléments peuvent également être demandés en cas, par exemple, de films 3D, 3D HFR⁶⁷ ou pour des films dont la durée excède les 2h.

Vu l'offre assez large de prix possibles, il est difficile de déterminer avec exactitude un prix moyen du ticket de cinéma et encore plus d'établir une comparaison avec nos principaux pays voisins. Les résultats présentés ci-dessous doivent donc être interprétés avec prudence.

3.1 Évolution du prix d'un ticket de cinéma

Depuis 10 ans, le prix moyen d'un ticket de cinéma à tarif normal a progressé plus vite que l'inflation totale (mesurée sur basé de l'IPC national). En d'autres termes, cela signifie que le consommateur paie aujourd'hui sa place de cinéma (au tarif normal) plus cher que le reste de ses produits de consommation, en comparaison à il y a 10 ans (soit par rapport à l'année 2006, prise comme année de référence dans cette étude).

Plus précisément, entre 2006 et 2015, le prix de la place de cinéma a augmenté de 33 % en moyenne annuelle, contre 18 % pour l'IPC. Il apparaît néanmoins que l'ensemble des services culturels⁶⁸ a progressé dans le même ordre de grandeur, soit de 31 %.

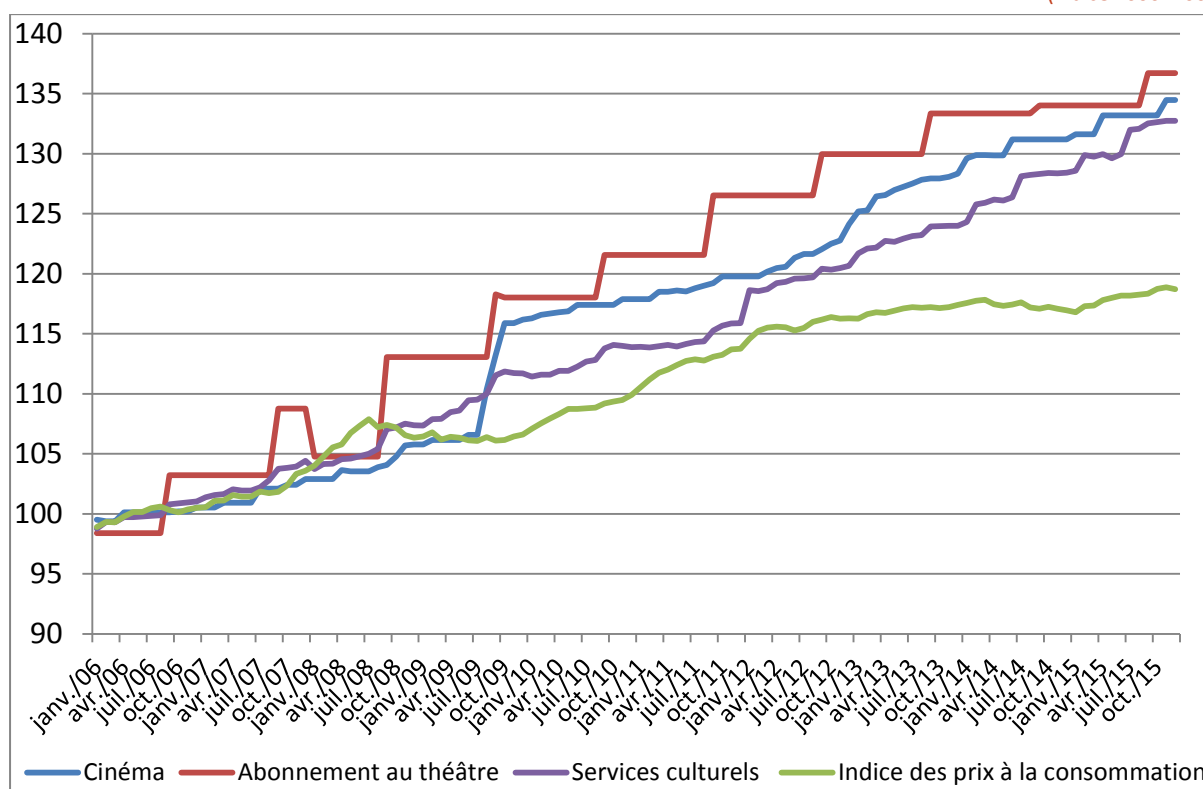
⁶⁶ Les établissements dits non commerciaux (tels que les centres culturels ou les cinémas d'art et d'essai) peuvent proposer des séances scolaires, des soirées-débats, des décentralisations de festivals (Festival du Film d'Amour de Mons, Brussels short film festival, Festival du Film Fantastique de Bruxelles...), des ciné-clubs, des documentaires, etc.

⁶⁷ Le 3D au format HFR (High Frame Rate) est une technologie permettant de projeter un nombre plus élevé d'images par seconde, ce qui améliore la fluidité et la netteté du film 3D.

⁶⁸ Cela comprend le cinéma, théâtre et salles de concert, les musées, bibliothèques, jardins zoologiques et autres attractions d'un jour, les redevances et abonnements de radio et télévision, les autres services culturels et les services photographiques.

Graphique 6. Évolution récente de l'IPC, et des prix à la consommation des services culturels

(Indice 2006=100)



Source : SPF Économie, DG Statistique-Statistics Belgium

Il est important de noter que dans les calculs de l'IPC national, le prix moyen d'un ticket de cinéma est basé sur le prix plein payé par un adulte. Les données ne tiennent donc pas compte des abonnements et des réductions diverses.

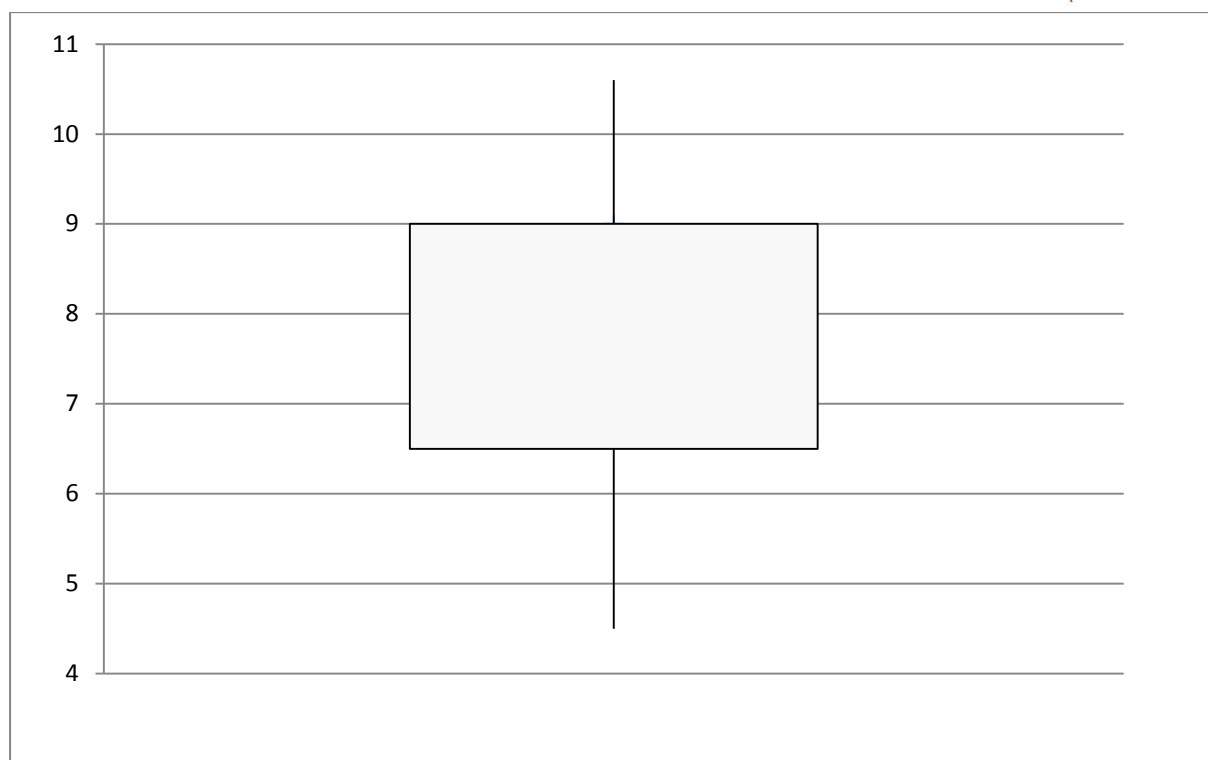
Le prix plein d'un ticket de cinéma a donc évolué plus fortement à la hausse que l'ensemble des biens de consommation. Cela résulte sans doute des énormes investissements auxquels les cinémas ont dû faire face ces dernières années afin de se moderniser (salle 3D, numérisation...) ainsi qu'au développement des multiplexes qui offrent un large éventail de services parallèles.

En 2015, ce ticket de cinéma basé sur le prix plein s'élevait en moyenne à 8,9 EUR⁶⁹. Étant donné que ce prix moyen ne reflète pas les disparités de prix au sein des 78 complexes cinématographiques analysés, une boîte à moustaches (ou box plot) a été réalisée afin de représenter graphiquement cette dispersion. Il apparaît que le prix minimum proposé au consommateur pour la projection d'un film est de 4,50 EUR, alors que le prix maximum est de 10,60 EUR. La dispersion des prix s'élève donc à 6,10 EUR. Par ailleurs, 50 % des complexes proposent un prix normal allant de 6,50 EUR à 9 EUR, la médiane étant de 7,5 EUR. Les prix proposés par les différents cinémas belges sont donc assez hétérogènes.

⁶⁹ Ce prix a été estimé par l'Observatoire des prix sur base d'un relevé de prix auprès de 78 établissements cinématographiques, pondéré en fonction du poids de la population au sein de chaque province.

Graphique 7. Boîte à moustache sur le prix normal d'un ticket de cinéma

(Données 2015)

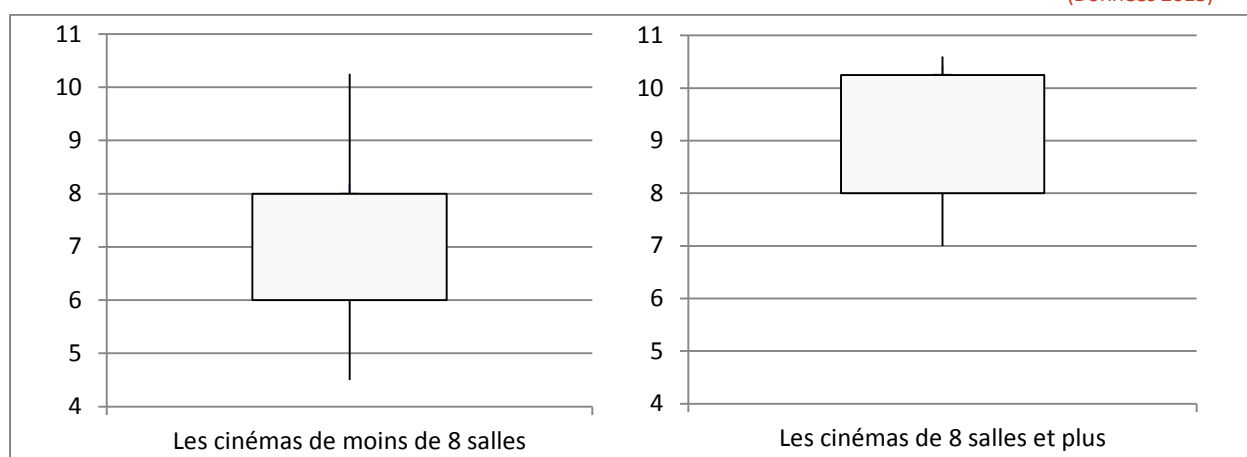


Sources : Sites des cinémas belges, SPF Économie, calculs propres

En tenant compte de la taille des différents complexes cinématographiques, il apparaît que le prix demandé par les plus grands établissements est en moyenne supérieur à celui pratiqué dans les plus petits cinémas. Ainsi, la moitié des cinémas de moins de 8 salles (55 complexes) proposent un prix compris entre 6 et 8 EUR (le prix médian étant 7 EUR), alors que 50 % des plus grandes structures (23 complexes) proposent un prix allant de 8 à 10,25 EUR, avec un prix médian à 9,75 EUR.

Graphique 8. Boîtes à moustache sur le prix normal d'un ticket pour les cinémas de moins de 8 salles et ceux de 8 salles et plus

(Données 2015)



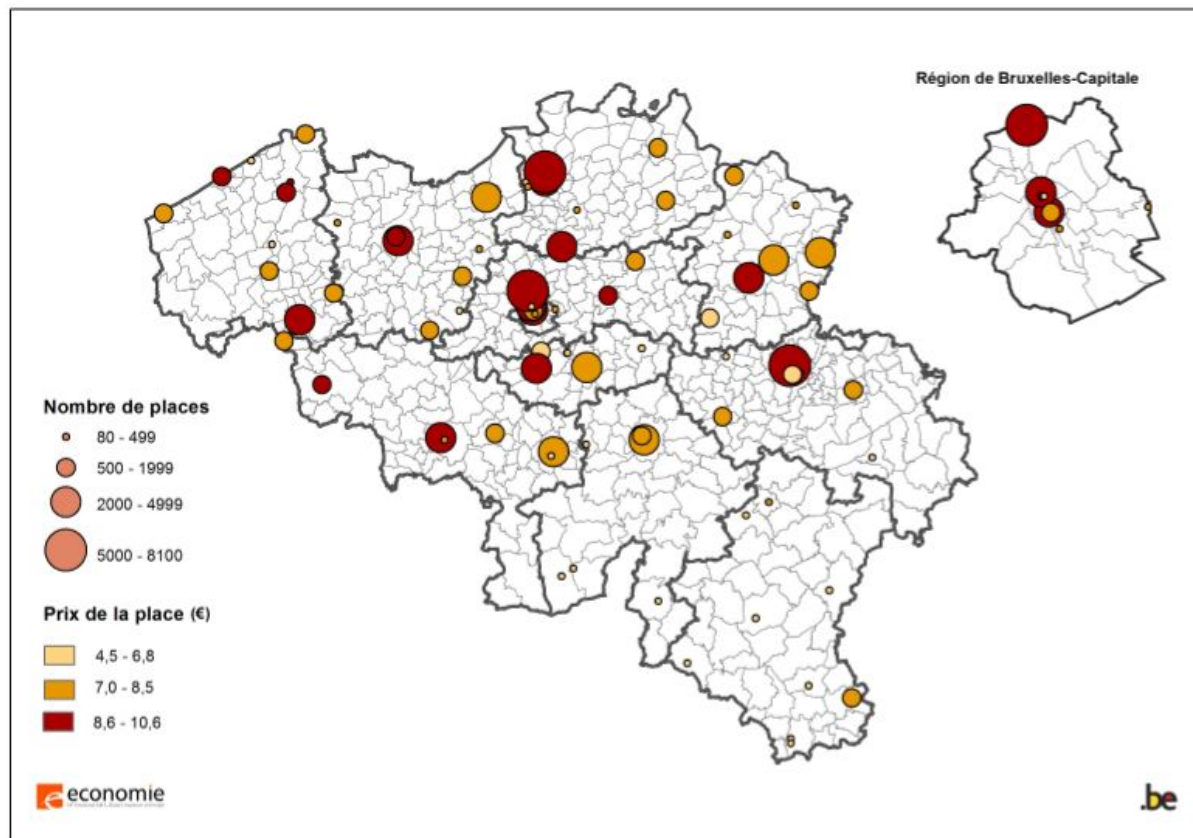
Sources : Sites des cinémas belges, SPF Économie, calculs propres

La différence de prix entre les petites et grandes structures cinématographiques peut également être observée au moyen d'une cartographie localisant les cinémas en Belgique en fonction de leur taille (nombre de places offertes) et du prix proposé pour un ticket normal (prix plein). Il apparaît ainsi

clairement qu'au plus la capacité d'un cinéma est grande, au plus le prix du ticket de cinéma risque d'être élevé.

Schéma 2. Cartographie des cinémas de Belgique en fonction de leur taille (nombre de places) et de leur prix pour un ticket normal

(Données 2015)



Sources : Sites des cinémas belges, SPF Économie

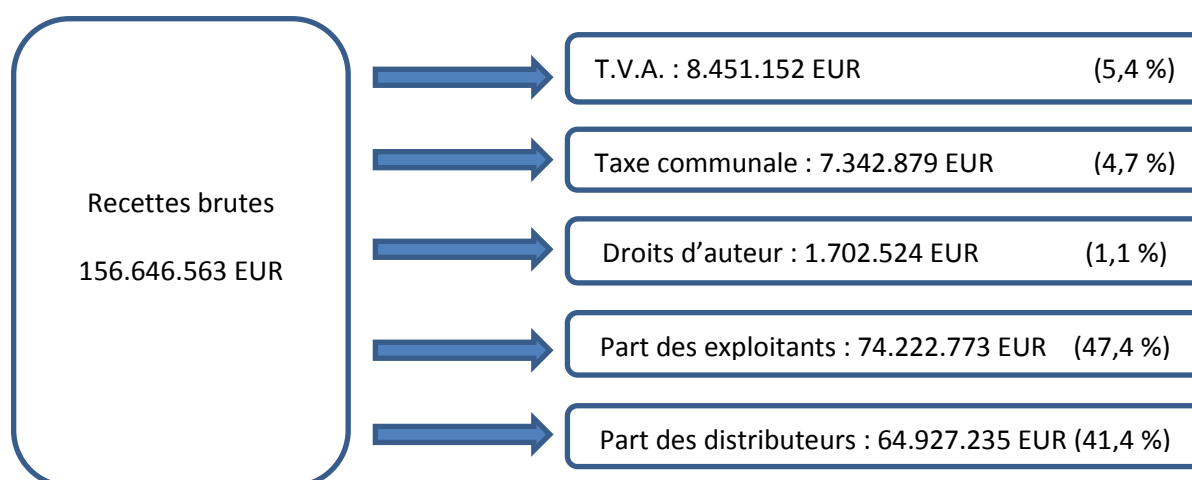
Selon la Fédération des Cinémas de Belgique, cette différence de prix entre petits et grands complexes cinématographiques s'explique en grande partie par l'existence d'une série de facilités et de services mis en place par les grands complexes, à savoir un accès aisé, la présence d'un large parking, la flexibilité des horaires, l'offre de films plus large, ce qui leur permet d'augmenter leur attractivité sur le public, et par conséquent leurs prix. Leurs coûts de fonctionnement importants et leurs investissements technologiques expliquent également leurs prix plus élevés, bien que beaucoup de petits cinémas soient également très bien équipés.

3.2 Composition du prix

Sur base des enquêtes annuelles du SPF Economie sur l'exploitation des salles de cinéma, des données sont récoltées, entre autres, sur les recettes du secteur. Ces recettes proviennent de la vente de tous les tickets. Les réductions et tarifs préférentiels sont donc pris en compte.

Il est ainsi possible de déterminer les différentes composantes du prix d'un ticket de cinéma sur base de la répartition des recettes issues de la vente de ces tickets (données de 2014, données les plus récentes).

Schéma 3 : Les différentes composantes du prix d'un ticket de cinéma⁷⁰



Source : SPF Économie, DG Statistique-Statistics Belgium

Les différentes composantes sont ainsi au nombre de cinq⁷¹ :

La TVA : les exploitations de salles cinématographiques bénéficient d'un taux de TVA réduit de 6 % sur les tickets d'entrée. Son poids dans le prix d'un ticket est de 5,4 %⁷². Ce taux de TVA est limité en raison du caractère culturel du cinéma.

La taxe communale sur les spectacles de cinéma, qui varie d'une commune à l'autre, constitue environ 4,7 % du prix. Les autorités communales ont en effet le pouvoir d'imposer des taxes, dites communales, sur les spectacles et divertissements, parmi lesquels figurent les projections cinématographiques. Cette taxe a pour objectif de financer les missions de service public des communes, étant donné que les salles cinématographiques génèrent des dépenses pour les communes en termes de sécurité, de mobilité, de propreté et d'infrastructure. Le niveau de la taxe, ainsi que son caractère fixe ou progressif, varie d'une commune à l'autre (par exemple, 0,50 EUR par spectateur payant ou 10 % des recettes nettes). Le taux de taxation peut également varier selon le type de salles (par exemple 6 % des recettes pour les salles ordinaires et 2 % pour les salles d'art et d'essai). Le taux de taxation peut également être rehaussé lorsque les projections de films sont coupées par des messages publicitaires. Des exonérations peuvent également être prévues dans certaines communes pour certains types de projections ayant par exemple un caractère documentaire ou dont la diffusion n'a pas de but lucratif.

⁷⁰ À titre de comparaison, la part des différentes composantes du prix d'un ticket de cinéma était en 2006 de 5,4 % pour la TVA, de 5,4 % pour la taxe communale, de 1,1 % pour les droits d'auteur, de 45,7 % pour les exploitants et de 42,4 % pour les distributeurs.

⁷¹ À titre de comparaison, la répartition en France des recettes issues de la vente des tickets est la suivante : 5,30 % pour la T.V.A, 10,72 % pour la taxe spéciale additionnelle qui finance le fonds de soutien du Centre national du cinéma et de l'image animée, 1,27 % pour la SACEM au titre de la représentation publique de la musique de film, 38,28 % pour la rémunération des distributeurs et 44,43 % pour la rémunération des exploitants. Source : Centre national du cinéma et de l'image animée, « [Bilan 2014](#) ».

⁷² La taxe communale n'est pas soumise à la TVA.

Des droits d'auteur sont versés par les exploitants de salles de cinéma à la SABAM⁷³ pour la diffusion publique des œuvres musicales de son répertoire national ou international⁷⁴. Le tarif s'élève à 1,2 % du chiffre d'affaires réalisé pour la projection d'un film (recettes brutes HTVA – la taxe communale sur les divertissements)⁷⁵. Les droits d'auteur sont ensuite répartis entre tous les ayants-droits qui ont déclaré les œuvres musicales figurant dans le film. Il s'agit des auteurs, des compositeurs, des arrangeurs et des éditeurs. Cette répartition se fait selon une clé de répartition déterminée préalablement dans la déclaration de l'œuvre musicale concernée. Pour les consommateurs, les droits d'auteur représentent au final 1,1 % du prix du ticket.

Le revenu qui revient aux **exploitants de salles de cinéma** représente 47,4 % du prix du ticket. Cette part est néanmoins variable dans la mesure où les revenus perçus par les exploitants dépendent des accords signés avec les distributeurs.

Les distributeurs, quant à eux, perçoivent en moyenne 41,4 % du prix d'un ticket. Mais cette part varie par exemple selon l'origine du film et le nombre de semaines de projection de ce film (voir chapitre 2.3). Une partie de ces revenus perçus par des distributeurs va ensuite être reversée aux producteurs.

3.3 Comparaison avec les pays voisins

Il existe très peu de sources de données européennes sur l'évolution et le niveau d'un ticket de cinéma. Sur base des seules statistiques disponibles auprès de Media Salles⁷⁶ relatives au prix moyen du ticket, il est possible de réaliser une comparaison du niveau du prix d'un ticket de cinéma en Belgique par rapport à ses principaux pays voisins. Le prix moyen du billet a été calculé sur base des recettes brutes totales issues des ventes de billets (y compris la TVA et/ou autres taxes) divisées par le nombre d'entrées, à savoir le nombre total de billets vendus pour tous les films projetés durant l'année (pas seulement les nouvelles versions). Les données prennent donc en compte tant le prix de base que les éventuelles réductions et tarifs préférentiels. Les données sont disponibles pour la période 1989 à 2013 (donnée provisoire).

En 2006, selon Media Salles, le prix d'un ticket de cinéma s'élevait à 6,0 EUR en Belgique. Ce prix était identique à celui enregistré dans la moyenne des pays voisins. Depuis, ce prix a progressé davantage en Belgique et a atteint 7,8 EUR en 2013 contre 7,4 EUR pour le prix moyen pratiqué dans les pays voisins. Des disparités existent néanmoins entre les pays voisins. Ainsi, la France a enregistré en 2013 le prix du ticket de cinéma le moins cher avec 6,5 EUR. Le prix de ce ticket est, par contre, supérieur en Allemagne (7,9 EUR) et aux Pays-Bas (8,1 EUR).

Ainsi, de 2006 à 2013, la progression du prix d'un billet de cinéma a été évaluée à 29,5 % en Belgique (ce qui correspond à l'évolution du prix d'un ticket de cinéma à tarif normal suivi par l'IPC belge, soit + 27,1 % au cours de la période considérée), contre 22,36 % en moyenne au sein des pays voisins. Plus précisément, cette hausse s'est élevée à 21,6 % pour les Pays-Bas, à 32,4 % pour l'Allemagne, mais elle s'est limitée à 9,4 % pour la France.

⁷³ La SABAM, organisme chargé de la défense des intérêts des auteurs des productions visuelles et sonores, est en effet la seule instance en Belgique à prélever les droits d'auteur pour la musique dans les films projetés en Belgique.

⁷⁴ Par les contrats de réciprocité conclus avec ses sociétés sœurs à l'étranger, la SABAM représente également le répertoire musical mondial.

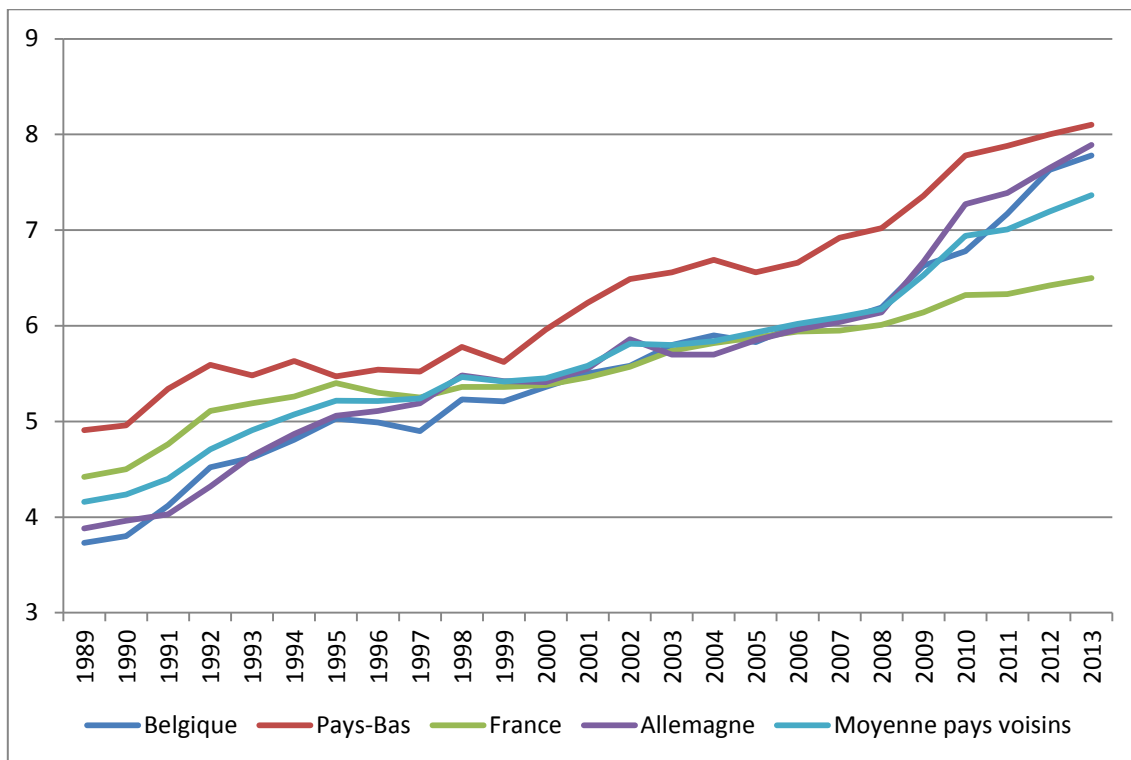
⁷⁵ Voir le contrat annuel pour l'exécution de musique lors de projections de films : SABAM, « [Cinéma : Exécution de musique lors de projections de films](#) »,

⁷⁶ Media Salles est un projet du Programme MEDIA « Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle » de l'Union européenne. Il vise à favoriser la distribution en salle de films européens.

Sur une plus longue période, soit depuis 1989, les prix ont plus que doublé (+108,6 %) en Belgique, contre 77,1 % en moyenne au sein des pays voisins (+65,0 % aux Pays-Bas, + 103,4 % en Allemagne, +47,1 % en France).

Graphique 9. Évolution du prix d'un ticket de cinéma en Belgique et au sein des pays voisins

(En euro)



Source : Media Salles

4. Analyse financière de la filière du cinéma

4.1 Considérations méthodologiques

L'analyse financière de la filière cinématographique, réalisée dans cette partie de l'étude, repose principalement sur les résultats du secteur de l'exploitation de salles de cinéma (NACE 5914). L'analyse porte également, de manière plus restreinte, sur les deux autres maillons de la filière, à savoir les secteurs de la production et de la post-production (NACE 5911-5912) ainsi que de la distribution (NACE 5913) de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision.

Chacun de ces maillons est analysé au travers de sa situation financière, essentiellement grâce à un ratio de rentabilité, mais aussi de solvabilité et de liquidité.

L'analyse de la situation financière de la filière cinématographique a été réalisée au moyen de données issues des comptes annuels des entreprises, déposés à la Centrale des bilans de la BNB. Les statistiques les plus récentes datent de 2014 et sont présentées à partir de 2008.

La rentabilité des trois maillons de la filière a été calculée sur la base de la marge nette d'exploitation des entreprises⁷⁷. Le calcul de ce ratio requiert de disposer du chiffre d'affaires et des autres produits d'exploitation de ces sociétés, qui n'apparaissent que dans les comptes annuels à schéma complet⁷⁸. Les entreprises du secteur cinématographique qui ne publient pas ce type de comptes ont donc été exclues de l'analyse, ce qui réduit la représentativité du secteur. Les entreprises conservées représentent malgré tout une part importante du chiffre d'affaires total estimé du maillon concerné⁷⁹.

Il convient toutefois d'envisager avec prudence les résultats de rentabilité du secteur de l'exploitation de salles de cinéma. En effet, dans le cadre de cette analyse financière, les données des différentes entreprises Kinopolis, issues des comptes annuels des entreprises de la BNB, ont été agrégées de manière simple par l'Observatoire des prix. Ces entreprises entretiennent toutefois des relations commerciales entre elles, ce qui signifie que ces transactions financières mutuelles, additionnées de manière simple, peuvent être comptabilisées deux fois au sein du même groupe. Les résultats de Kinopolis agrégés par l'Observatoire des prix ne reflètent donc pas exactement la situation financière du groupe. De plus, ils influencent considérablement les résultats de l'ensemble du secteur, étant donné que Kinopolis en est l'acteur principal et détient environ 50 % du chiffre d'affaires total. Les résultats du groupe peuvent dès lors donner une image déformée de la réalité. Ils ont malgré tout pu être nuancés grâce aux informations

⁷⁷ La marge nette d'exploitation reflète le résultat (rentabilité) des activités opérationnelles d'une entreprise ou d'un secteur, sans tenir compte des résultats financiers et exceptionnels et non corrigée pour les non-flux de trésorerie. Calcul : voir annexe 2 « Calculs des différents ratios ».

⁷⁸ La publication de comptes annuels selon un schéma complet ou abrégé dépend de la taille des entreprises concernées. Seules les grandes entreprises sont tenues de déposer leurs comptes annuels avec un schéma complet. Les petites entreprises peuvent utiliser un schéma abrégé dans lequel la mention du chiffre d'affaires est facultative.

⁷⁹ En 2014, le chiffre d'affaires du secteur de l'exploitation de salles de cinéma (NACE 5914), tel qu'obtenu via les comptes annuels des entreprises (avec schéma complet) du secteur, représentait 76,6 % du chiffre d'affaires total du secteur. Le chiffre d'affaires a été calculé sur la base des chiffres d'affaires obtenus dans les comptes annuels et, quand ces derniers n'étaient pas disponibles, sur la base des chiffres d'affaires renseignés dans les déclarations TVA. Les chiffres d'affaires du secteur de la production/post-production (NACE 5911-5912) et de la distribution (NACE 5913) de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision représentaient respectivement 57,2 % et 70,0 % du chiffre d'affaires total estimé du secteur.

issues des comptes consolidés du groupe pour le marché belge⁸⁰. Faut d'exhaustivité des données financières dans ces comptes consolidés, la même démarche n'a pu être réalisée pour les indicateurs de solvabilité et de liquidité de la filière. Ces informations sont néanmoins annexées et commentées brièvement dans l'analyse⁸¹.

L'indicateur de solvabilité concerne le degré d'indépendance financière d'une entreprise ou d'un secteur. Il a été calculé au moyen de trois ratios : les fonds propres par rapport au total bilantaire, les fonds propres par rapport aux dettes et les dettes par rapport aux fonds propres⁸². Plus la part des fonds propres est importante dans le total du bilan (ou au total du passif), plus le secteur est indépendant des dettes (ou des moyens financiers fournis par des tiers). Il est généralement admis qu'une entreprise dispose d'une forte solvabilité lorsqu'elle enregistre un ratio fonds propres / total du bilan supérieur à 35 % ou 40 %.

Le troisième indicateur financier concerne la liquidité des différents maillons, qui est déterminée par le calcul de ratios de liquidité au sens strict et au sens large⁸³. Ces ratios mesurent la capacité d'une entreprise ou d'un secteur à respecter ses engagements financiers à court terme. Un ratio de 1 au moins est généralement considéré comme la norme et permet d'envisager une structure de liquidités comme étant « solide », bien qu'il faille faire preuve de la plus grande prudence en la matière.

Un taux moyen de rentabilité, de solvabilité et de liquidité couvrant la période 2008-2014 a également été présenté pour l'ensemble des maillons et des entreprises analysées.

4.2 Situation financière⁸⁴

L'analyse financière de la filière cinématographique se base sur un nombre limité d'entreprises, sélectionnées d'après leur code NACE et d'après les comptes annuels complets qu'elles publient. Les résultats financiers mentionnés ci-dessous doivent donc être considérés avec prudence, dans la mesure où une partie des acteurs du secteur a été exclue de l'analyse. Ainsi, par exemple, les petits cinémas, tels que les cinémas d'art et essai, ne sont pas représentés au sein du secteur de l'exploitation de salles de cinéma. Bien que les cinémas retenus représentent une part significative du chiffre d'affaires total du secteur, l'échantillon proposé ne peut être perçu comme un reflet exact de la réalité de la filière. Les grands complexes cinématographiques existants se retrouvent dès lors dans cet échantillon et peuvent influencer dans une large mesure les résultats financiers de l'ensemble du secteur. C'est le cas du groupe le plus important du secteur, Kinopolis, qui détient environ 50 % des parts de marché totales.

⁸⁰ Cette difficulté d'utilisation des comptes des entreprises a engendré une impossibilité de mettre au point un ratio « prix-coûts ». Ce ratio aurait permis de mettre en relation l'évolution du prix du ticket de cinéma avec celle des coûts supportés par les exploitants. Par manque de données disponibles, ce ratio n'apparaît donc pas dans l'analyse.

⁸¹ Voir tableau 1 de l'annexe 3 « Autres tableaux relatifs à l'analyse économique et financière ».

⁸² Calculs : voir annexe 2 « Calculs des différents ratios ».

⁸³ Calculs : voir annexe 2 « Calculs des différents ratios ».

⁸⁴ Les échantillons d'entreprises analysées varient fortement au cours de la période analysée, mais certaines sociétés conservent malgré tout leur position dominante d'une année à l'autre.

Rentabilité de la filière cinématographique

Au sein de la filière cinématographique, les marges d'exploitation nette annuelles moyennes les plus faibles ont été générées par le secteur de la production et de la post-production de films (5,0 %) et par le secteur de la distribution de films (5,5 %). Après avoir connu un pic à la baisse respectif de 3,7 % et de 3,9 % en 2013, ces deux secteurs ont vu leur rentabilité se rehausser en 2014 pour atteindre respectivement 5,7 % et 4,8 %⁸⁵. De 2008 à 2014, la marge d'exploitation nette du secteur de l'exploitation de salles de cinéma surpassait celle des deux autres secteurs précités et s'élevait à 10,7 % en moyenne annuelle. Cette marge d'exploitation nette semble s'être contractée après avoir connu un pic à la hausse en 2011 de 17,6 %⁸⁶. Les résultats financiers plus faibles du secteur pour les années 2012, 2013 et 2014 apparaissent comme particulièrement tributaires de ceux du groupe Kinopolis, bien que ce constat doive être nuancé.

Tableau 1. Rentabilité de la filière cinématographique

(En %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Moy 08/14
Marge d'exploitation nette								
Production et post-production de films cinématographiques et autres (5911-5912)	5,2	5,9	5,5	4,1	4,9	3,7	5,7	5,0
Distribution de films cinématographiques et autres (5913)	6,2	5,0	7,8	5,6	5,4	3,9	4,8	5,5
Exploitation de salles de cinéma (5914)	9,3	11,2	13,9	17,6	8,0	7,4	7,4	10,7

Sources : BNB (Centrale des bilans), SPF Économie, calculs propres

D'après les données des comptes annuels des entreprises, Kinopolis avait rencontré une baisse de rentabilité entre 2011 d'une part et 2012, 2013, 2014 d'autre part. En effet, comme l'ensemble du secteur, Kinopolis avait enregistré un pic à la hausse en 2011 (22,0 %), mais a vu sa marge d'exploitation nette se réduire à 5,0 % (2012), 5,4 % (2013) et 5,0 % (2014). Si les résultats de Kinopolis sont soustraits de ceux de l'ensemble du secteur de l'exploitation de salles de cinéma, une autre tendance s'observe. Entre 2008 et 2014, la marge d'exploitation nette annuelle moyenne du secteur sans Kinopolis s'est légèrement contractée et s'est élevée à 9,1 % (contre 10,7 % si on inclut Kinopolis). Néanmoins, la rentabilité des entreprises (à l'exception de Kinopolis) s'est améliorée entre 2011 d'une part et 2012, 2013, 2014 d'autre part⁸⁷. Ainsi, la chute de rentabilité de Kinopolis s'est fait ressentir sur les résultats financiers de la totalité du secteur et les aurait tirés vers le bas.

Tableau 2. Rentabilité de Kinopolis

(En %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Moy 08/14
Marge d'exploitation nette								
Kinopolis	12,8	14,2	17,8	22,0	5,0	5,4	5,0	11,7

Sources : BNB (Centrale des bilans), SPF Économie, calculs propres

⁸⁵ En 2013, le secteur de la production et de la postproduction de films cinématographiques avait enregistré une chute importante de son résultat d'exploitation (9901) ainsi qu'une augmentation de son chiffre d'affaires (70). Le secteur de la distribution de films avait, quant à lui, connu une diminution plus importante de son résultat d'exploitation (9901) que de son chiffre d'affaires (70). La situation financière de ces deux secteurs s'est toutefois inversée au cours de l'année 2014.

⁸⁶ Le pic à la hausse de 2011 s'explique par une augmentation plus forte du résultat d'exploitation de l'ensemble du secteur de l'exploitation de salles de cinéma (9901) par rapport à la hausse du chiffre d'affaires (70) du secteur total.

⁸⁷ La hausse de la marge d'exploitation nette du secteur sans Kinopolis entre l'année 2011 et la période 2012-2013-2014 s'explique par l'augmentation du résultat d'exploitation (9901) des entreprises analysées, combinée avec une réduction de leur chiffre d'affaires (70).

Tableau 3. Rentabilité du secteur de l'exploitation de salles de cinéma sans Kinopolis

(En %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Moy 08/14
Marge d'exploitation nette								
Exploitation de salles de cinéma (5914) sans Kinopolis	3,7	6,1	7,2	10,4	13,2	11,3	11,9	9,1

Sources : BNB (Centrale des bilans), SPF Économie, calculs propres

Cette baisse de rentabilité pour Kinopolis est due à la chute importante du résultat d'exploitation (9901) du groupe, en raison d'une augmentation du coût des services (61). Toutefois, cette chute de rentabilité doit être nuancée. En effet, dans ses bilans, l'entreprise précise que la hausse des charges d'exploitation s'explique par un changement dans le modèle de rémunération du groupe («De stijging van de bedrijfskosten is voornamelijk te verklaren door een wijziging in het vergoedingsmodel ten aanzien van Kinopolis Group NV»). De plus, cette baisse de rentabilité des entreprises Kinopolis doit également être comparée aux résultats issus des comptes consolidés du groupe. En effet, étant donné que ces différentes entreprises entretiennent des relations commerciales entre elles, la simple addition de leurs résultats financiers réalisée ici peut mener à un double-comptage des transactions du même groupe. Les données des comptes consolidés révisés de Kinopolis ont dès lors été très utiles pour nuancer les résultats obtenus au préalable, dont l'interprétation peut se révéler erronée. Ces comptes laissent entrevoir que la rentabilité de Kinopolis entre les années 2011 d'une part et 2012, 2013, 2014 d'autre part n'a pas subi d'affaiblissement. La marge d'exploitation nette du groupe⁸⁸ s'est en effet établie à 18,1 % en 2011, 17,3 % en 2012, 21,2 % en 2013 et 18,2 % en 2014. Ce constat est identique pour l'ensemble du secteur de l'exploitation de salles de cinéma dont les résultats financiers ont été corrigés pour Kinopolis grâce à un recours aux comptes consolidés révisés du groupe. Entre 2008 et 2014, la marge d'exploitation nette annuelle moyenne du secteur s'élevait alors à 13,1 % (contre 10,7 % selon les comptes annuels de toutes les entreprises du secteur). De plus, la rentabilité du secteur s'est améliorée entre 2011 et les années suivantes.

Tableau 4. Rentabilité du secteur de l'exploitation de salles de cinéma, corrigée pour Kinopolis

(En %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Moy 08/14
Marge d'exploitation nette								
Exploitation de salles de cinéma (5914), correction pour Kinopolis grâce aux comptes consolidés	7,8	7,4	11,6	15,2	15,7	17,9	16,0	13,1

Sources : BNB (Centrale des bilans), SPF Économie, calculs propres

Solvabilité et liquidité de la filière cinématographique⁸⁹

D'une manière générale, le secteur de l'exploitation de salles de cinéma peut faire face à ses obligations financières à long terme. En effet, la solvabilité du secteur était correcte entre 2008 et 2014 avec un rapport entre les fonds propres et le total du bilan de 36,6 % et un rapport entre les fonds propres et les dettes de 0,6. Par contre, la solvabilité des secteurs de la production/post-production et de la distribution de films était moins forte au cours de la même période (avec un résultat respectif de 28,6 % et 0,4 pour la production/post-production et de 31,5 % et 0,5 pour la distribution).

⁸⁸ Cette information provient des comptes consolidés du groupe Kinopolis qui comprennent les résultats financiers de la Belgique, de la France, de l'Espagne, des Pays-Bas et d'autres pays. La marge d'exploitation nette du groupe a été calculée spécifiquement pour la Belgique, au moyen de la mise en rapport du résultat d'exploitation (9901) et du chiffre d'affaires (70) de Kinopolis.

⁸⁹ Voir tableau 1 de l'annexe 3 « Autres tableaux relatifs à l'analyse économique et financière ».

Avec des ratios de liquidité au sens strict et large supérieurs à 1, les secteurs de la production/post-production et de la distribution de films disposaient d'un volume de liquidités suffisant pour respecter leurs engagements financiers à court terme. Cela n'est toutefois pas le cas du secteur de l'exploitation de salles de cinéma dont ces ratios s'élevaient à 0,5 en moyenne annuelle entre 2008 et 2014.

5. Conclusion

La filière du cinéma en Belgique se compose de quatre acteurs majeurs. Il s'agit des entreprises de production et de post-production de films (NACE 5911-5912), des distributeurs de films (NACE 5913), des exploitants de salles de cinéma (NACE 5914) et d'autres diffuseurs de films tels que la télévision ou les distributeurs de DVD. La présente étude traite principalement du secteur de l'exploitation de salles de cinéma. En effet, cet acteur a été identifié par le screening horizontal des secteurs comme présentant un risque possible de fonctionnement du marché moins efficace.

Les relations complexes qui unissent l'ensemble des acteurs de la filière cinématographique sont décrites dans le premier chapitre de cette étude. Après avoir acquis les droits de diffusion du film au cinéma (et éventuellement en DVD et/ou à la télévision) auprès des producteurs, les distributeurs fournissent le film aux exploitants, tout en assurant souvent sa promotion. Néanmoins, la filière du cinéma présente des phénomènes de concentration verticale, ce qui implique que certains groupes cinématographiques soient actifs au sein de plusieurs maillons. La filière est également caractérisée par la présence d'intégration horizontale, d'autant plus importante en aval de la filière. En effet, avec un indice Herfindahl-Hirschman (IHH) respectif de 174 et de 703 en 2014, les secteurs de la production/postproduction et de la distribution de films n'étaient que faiblement concentrés. Les cinq plus grandes entreprises de ces deux secteurs possédaient une part de marché cumulée respective de 25,7 % et de 54,6 %. L'exploitation de salles de cinéma apparaissait par contre comme un secteur très concentré avec un IHH de 2.588 en 2014. Les cinq entreprises les plus grandes du secteur détenaient 71,4 % de la totalité du chiffre d'affaires. Au niveau des marchés locaux, la concentration est encore plus prononcée : le IHH est estimé par exemple à environ [5000-6000] à Bruxelles, mais peut atteindre [6000-7000] à Hasselt et même [7000-8000] à Leuven. Ces phénomènes de concentration verticale et horizontale permettent à certaines entreprises de s'agrandir et de bénéficier d'importantes économies d'échelle sur certains coûts (entre autres les coûts de gestion, frais informatique et de marketing). Cet avantage concurrentiel leur confère dès lors un pouvoir de marché plus important à l'égard des différents fournisseurs. Un degré élevé de concentration peut ainsi être considéré comme un risque pour le bon fonctionnement de la filière du cinéma étant donné la présence d'acteurs dominants sur le marché. De plus, les phénomènes de concentration permettent aux entreprises de prendre en charge un nombre plus élevé de films et de mutualiser ainsi les risques d'échec liés à leur activité. Cette incertitude face aux succès cinématographiques explique également la mise en place d'un système de subsides à destination de l'ensemble de la filière en Belgique. Le panel d'aides proposées est multiple. Ainsi, par exemple, le système du Tax Shelter a encouragé les investissements dans les œuvres cinématographiques et des subsides régionaux et locaux sont accordés sous certaines conditions par la Fédération Wallonie-Bruxelles à tous les niveaux de la filière. Le programme Media de l'Union européenne a également soutenu le secteur, notamment dans le cadre de la numérisation des salles de cinéma en 2011. Actuellement, l'ensemble des salles belges sont numérisées.

Le deuxième chapitre de cette étude traite plus en détail du fonctionnement du secteur de l'exploitation de salles de cinéma en Belgique. En 2014, la Belgique comptait 473 salles actives, détenues par 89 établissements cinématographiques. Les multiplexes (8 à 15 écrans) et mégaplexes (16 écrans ou plus) représentaient 28 % du total de ces établissements, contre 20 % en 2000. Apparus dans les années 90, ces grands établissements cinématographiques ont permis de stabiliser la fréquentation des salles de cinéma qui avait fortement chuté depuis 1960 (-80,3 % entre 1960 et 1990). Après s'être stabilisée, la fréquentation s'est à nouveau contractée plus récemment. En effet, en 2010, le consommateur se rendait en moyenne 1,97 fois au cinéma, contre 1,87 fois en 2014. Cette baisse récente de la fréquentation suit la tendance européenne suivant laquelle le secteur de l'exploitation a enregistré une chute de fréquentation de 6,3 % entre 2010 et 2013, pour une fréquentation de 1,79 film par habitant en 2013. La Fédération des Cinémas de Belgique indique que cette diminution de la fréquentation peut s'expliquer en partie par le développement continu de produits concurrents (vidéo à la demande, télévision de rattrapage...), mais aussi par la croissance du téléchargement illégal. Dans ce contexte, le

défi actuel du secteur consiste dès lors à se moderniser continuellement, tant au niveau de ses installations qu'au niveau de son offre. Des actions récentes telles que la « Loyal Star » en collaboration avec Mobistar ou le « Cinéma parents non admis » visent par exemple à relancer la fréquentation des salles et à susciter l'intérêt pour le cinéma à long terme. Il convient de noter que les innovations technologiques sont surtout le fait des grosses structures cinématographiques qui, grâce aux économies d'échelle, sont plus à même de supporter des investissements conséquents. Les plus petits acteurs, eux, parviennent à se distinguer de leurs concurrents grâce à un prix attractif et à une programmation alternative. Ce deuxième chapitre traite également de la relation contractuelle qui lie exploitants et distributeurs. Un « taux de location maximal » est fixé dans un arrêté ministériel de 1986 et correspond au pourcentage maximal des recettes nettes que l'exploitant verse aux distributeurs (généralement 50 %). En 2014, cette part s'élevait à 46,7 %, ce qui était légèrement en baisse par rapport aux années précédentes. Cette baisse du taux moyen de location pourrait révéler une position un peu plus forte de certains exploitants face aux distributeurs lors de la négociation des contrats. En outre, il semblerait qu'au plus forte est la structure de l'établissement cinématographique, au plus grand est le pouvoir de négociation du taux en faveur de l'exploitant. Ainsi, selon la Fédération des cinémas de Belgique, certains exploitants parviendraient à obtenir des taux de location plus intéressants.

Le troisième chapitre de l'étude se penche sur l'évolution et le niveau de prix d'un ticket de cinéma. Entre 2006 et 2015, le prix d'une place de cinéma à tarif normal a évolué plus fortement à la hausse que le niveau général des prix estimé par l'indice des prix à la consommation (respectivement 33 % et 18 %). En 2015, ce prix s'élevait en moyenne à 8,9 EUR selon les estimations de l'Observatoire des prix. Néanmoins, les prix proposés par les différents cinémas en Belgique se montrent très hétérogènes avec un prix minimum de 4,5 EUR et un prix maximum de 10,6 EUR. Ces prix diffèrent également selon la taille de l'établissement et sont en effet compris entre 6 et 8 EUR pour 50 % des petits complexes (de moins de huit salles) et entre 8 et 10,25 EUR pour 50 % des plus grands complexes. La hausse de prix du ticket de cinéma de ces dernières années peut en réalité s'expliquer par les nombreux investissements que les cinémas ont dû prendre en charge (numérisation, salle 3D...). Cette augmentation du prix du ticket de cinéma en Belgique est par ailleurs plus prononcée qu'au sein des pays voisins (+29,5 % contre +22,4 % entre 2006 et 2013). Il est également à noter que le prix d'un ticket de cinéma comprend divers éléments tels que la TVA, la taxe communale, les droits d'auteur et la part accordée aux distributeurs, ce qui représentait en moyenne en 2014 plus de 50 % des recettes brutes des exploitants.

Le dernier chapitre de l'étude concerne la situation financière de la filière cinématographique. Basée sur un nombre limité d'entreprises, l'analyse révèle que la marge d'exploitation nette annuelle moyenne du secteur de l'exploitation de salles de cinéma (10,7 %) surpassait celles du secteur de la production (5,0 %) et de la distribution (5,5 %) entre 2008 et 2014. Les résultats financiers plus mitigés de 2012, 2013 et 2014 pour le secteur de l'exploitation de salles sont apparus dans un premier temps comme tributaires de ceux de Kinopolis. Les comptes consolidés de l'entreprise ont toutefois permis de nuancer cette situation et d'entrevoir la baisse de rentabilité présumée comme inexistante.

Ainsi, le déploiement constant de grands établissements tels que les multiplexes et les mégaplexes caractérise en grande partie le parc cinématographique actuel. L'importante part de marché que détiennent ces grands exploitants de salles de cinéma amène ces derniers à bénéficier d'importantes économies d'échelle et à augmenter leur pouvoir de marché vis-à-vis des fournisseurs. Actuellement le fonctionnement de marché du secteur de l'exploitation de salles de cinéma ne semble pas poser de problème. Mais, le taux de concentration élevé dans le secteur des exploitants de cinémas peut creuser un fossé entre petites et grandes structures et engendrer des difficultés d'accès au marché pour les producteurs et distributeurs de films. Du point de vue du spectateur, la présence dominante de ces grands groupes peut aller de pair avec le risque d'une offre de films majoritairement commerciale et moins diversifiée culturellement. De plus, les prix pratiqués dans cet établissement sont souvent plus élevés que dans les petits cinémas. L'existence d'autres formes de diffusion du film (DVD, vidéo à la demande...) peut toutefois limiter la progression du prix du ticket remarquée ces dernières années. Dans le futur, les innovations technologiques au cinéma risquent encore de renforcer la position de marché de

ces grands complexes. Les plus petits cinémas, par leur programmation et leur localisation, disposent malgré tout d'une activité « de niche ». Notons également que, malgré un taux de fréquentation en baisse de 2010 à 2014, la situation du secteur de l'exploitation de salles de cinéma semble s'être améliorée en 2015, d'après les premiers chiffres de la filière issus de Cinedata. L'offre de films proposés et les investissements technologiques réalisés participeraient à un engouement plus important des spectateurs à l'égard du septième art.

6. Bibliographie

Rapports et revues

BABEAU Olivier, *Le livre blanc des salles obscures*, Paris, Fédération nationale des cinémas français, 2010.

JAUMAIN Michel et VANDENBULCKE Guy, « L'exploitation cinématographique en Belgique : audience et mutation de l'offre », dans CRISP (éd.), *Courrier hebdomadaire du CRISP*, 24/1986, n° 1129-1130, p. 1-73

LIVIAN Yves, *Les arrangements institutionnels européens face à un nouveau défi technico-économique : le cas du passage au cinéma numérique*, Université Jean Moulin - Lyon 3, Centre Magellan, juin 2012.

Sites internet

Autorité belge de la Concurrence, « [Concentrations](#) »

Autorité belge de la Concurrence, « [Beslissing BMA-2016-IO-12 van 25 maart 2016 in toepassing van artikel IV.61, § 2, van het Wetboek van economisch recht ingevoegd door de wetten van 3 april 2013](#) »

Centre national du cinéma et de l'image animée, « [Bilan 2014](#) »

Cinéma made in Wallonia, « [Financement](#) »

Commission européenne, « [Arrêt de la Cour du 13 février 1979. Hoffmann-La Roche & Co. AG contre Commission des Communautés européennes](#) »

Commission européenne, « [Communication de la Commission au Parlement Européen, au Conseil, au Comité Économique et Social Européen et au Comité des Régions sur les opportunités et les défis de l'ère numérique pour le cinéma européen](#) »

Commission européenne, « [La Commission aide à la numérisation du cinéma](#) »

Commission européenne, « [La nouvelle stratégie pour le cinéma européen vise à stimuler la diversité culturelle et la compétitivité à l'ère numérique](#) »

Commission européenne, « [L'offre restreinte de films incite au téléchargement](#) »

Conseil de l'Europe, « [Eurimages – Fonds de Soutien au Cinéma Européen. Soutien aux salles](#) »

Creative Europe, « [Creative Europe Desk Vlaanderen](#) »

Cultuur - Website Cultuur van de Vlaamse Overheid, « [Multilaterale en internationale steunprogramma's](#) »

De Standaard, « [Digitalisering van buurtbioscopen en arthousecinema's](#) »

DUMON Pieter, « [België is filmparadijs dankzij tax-shelter](#) »

[Europa Cinemas](#)

Europe Creative, « [Desk Europe Créative de la Fédération Wallonie-Bruxelles](#) »

GRESSIER Sylvain, « [L'exploitation cinématographique à l'heure du numérique](#) »

JUSTEL, « [13 mars 1986. Arrêté ministériel relatif au prix de location des films destinés à la projection commerciale](#) »

Kinepolis, « [Rapport annuel 2014](#) »

Kunstenloket, « [Subsidies op Europees niveau](#) »

Kunstenloket, « [Subsidies au niveau régional et local](#) »

Kunstenpunt, « [Arthouse. Naar nieuwe werkmodellen](#) »

Kunstenpunt, « [Ketens/Groepen. Van bioscoop naar place to be voor audiovisueel entertainment](#) »

Kunstenpunt, « [Oproep MEDIA - steun voor digitalisering van bioscopen](#) »

MEDIA SALLES, « [Les chiffres clés du cinéma européen](#) »

MORRENS Vincent et DE BRUYNE Marc Henri, « [Résultats de l'étude uMedia-Deloitte. Le Tax Shelter : un placement très rentable pour l'Etat](#) »

Observatoire des prix, « [Fonctionnement du marché en Belgique. Screening horizontal des secteurs – février 2015](#) »

Observatoire européen de l'audiovisuel, « [Annuaire 2014 – Télévision, cinéma, vidéo et services audiovisuels à la demande – le paysage paneuropéen](#) »,

Parlement européen, « [Les petits cinémas ont besoin d'aide européenne pour passer au numérique](#) »

SABAM, « [Cinémas : Exécution de musique lors de projections de films](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Annuaire de l'audiovisuel 2011-2012](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Bilan 2014 : production, promotion et diffusion cinématographiques et audiovisuelles](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Centre du Cinéma](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Image du cinéma belge en Belgique francophone. Etude 2015](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les distributeurs](#) »

Service général de l'Audiovisuel et des Médias, « [Les exploitants de salles art et essai](#) »

SPF Économie, « [Exploitation des salles de cinéma](#) »

SPF Finances, « [Tax Shelter](#) »

[Screen Flanders](#)

[Taxshelter](#)

Union Internationale des Cinémas, « [Annual Report 2013/2014](#) »

Union Internationale des Cinémas, « [Annual Report 2014/2015](#) »

U.S. Department of Justice, « [Concentration and Market Shares](#) »

VERSTRAETE Alexander, « [Bioscoopuitbaters zijn klagers, maar ik ben vol vertrouwen](#) »

[Vlaams Audiovisueel Fonds](#)

[Wallimage](#)

Liste des abréviations

ASBL	Association Sans But Lucratif
B2B	Business to business
BNB	Banque Nationale de Belgique
CCA	Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel
CEE	Communauté Economique Européenne
COCOF	Commission communautaire française
DG	Direction Générale
ETP	Equivalent Temps Plein
EUR	Euro
FNCF	Fédération Nationale des Cinémas Français
HD	Haute définition
HDR	High Dynamic Range
HFR	High Frame Rate
IHH	Indice Herfindahl-Hirschman
IPC	Indice des prix à la consommation
IVF	International Video Federation
MEDIA	Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle
NACE	Nomenclature statistique des Activités économiques de la Communauté Européenne
PM	Pour mémoire
RMC	Régime Minimal des Comptes généraux
RTBF	Radio Télévision Belge Francophone
SA	Société Anonyme
SABAM	Société Belge des Auteurs, Compositeurs et Editeurs
SACEM	Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique
SPF Economie	Service Public Fédéral de l'Economie, des PME, des classes moyennes et de l'Energie
SPRL	Société Privée à Responsabilité Limitée
SVàD	Vidéo à la demande avec abonnement
TSA	Taxe Spéciale Additionnelle

TVA	Taxe sur la Valeur Ajoutée
UE	Union Européenne
VàD	Vidéo à la demande
VPF	Virtual Print Fee (Frais de copies virtuels)

Annexes

Annexe 1. Taux de concentration dans la filière du cinéma

Tableau 1. Taux de concentration dans le secteur de l'exploitation de salles de cinéma (NACE 5914)

(En % du chiffre d'affaires, à l'exception du IHH)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (estim.)
C1	39,7	47,6	50,3	48,3	48,3	48,8	48,4	48,7	49,9	53,6	49,2	46,0	48,3	48,4	(49,5)
C2	46,5	56,5	60,4	61,1	61,3	60,1	58,3	58,1	57,9	61,4	56,0	52,5	55,4	55,8	(57,3)
C3	50,4	60,7	64,6	65,7	66,6	65,5	63,5	63,3	62,9	66,6	60,6	58,5	61,6	61,2	(63,1)
C4	53,1	64,0	67,9	68,8	69,7	68,9	66,7	66,5	66,4	70,4	64,8	62,9	66,4	66,2	(68,1)
C5	55,6	66,9	71,0	70,5	72,1	72,0	69,9	69,7	69,8	74,0	68,1	66,2	69,8	69,3	(71,4)
C6	58,0	67,9	72,2	71,7	74,1	74,1	73,1	72,8	73,0	77,3	70,9	68,6	72,3	71,8	(74,1)
C7	58,7	68,8	73,0	72,8	75,3	75,8	76,2	75,8	76,0	80,5	72,9	70,0	73,8	72,6	(74,9)
C8	59,3	69,4	73,7	73,5	75,9	77,5	76,7	76,2	76,5	81,2	74,3	70,5	74,4	73,1	(75,6)
C9	59,9	69,8	74,3	74,0	76,4	78,5	77,2	76,7	77,0	81,8	74,8	71,0	74,6	73,4	(75,9)
C10	60,4	70,2	74,9	74,5	76,9	79,1	77,6	77,1	77,4	82,2	75,2	71,4	74,8	73,5	(76,1)
IHH	1.659	2.677	2.677	2.536	2.554	2.575	2.507	2.526	2.621	3.012	2.534	2.232	2.465	2.466	(2.588)

Source : BNB (Centrale des bilans), SPF Economie, calculs propres

Tableau 2. Taux de concentration dans le secteur de la production et de la post-production de films cinématographiques (NACE 5911-5912)

(En % du chiffre d'affaires, à l'exception du IHH)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (estim.)
C1	6,7	8,7	7,8	7,7	6,0	5,5	(6,5)
C2	13,1	16,6	14,5	13,3	10,2	10,4	(12,6)
C3	16,9	21,4	18,9	17,6	14,1	15,0	(18,2)
C4	20,4	25,4	22,3	20,8	17,4	18,1	(23,1)
C5	23,5	27,8	25,6	23,5	20,2	20,6	(25,7)
C6	25,7	30,2	27,5	25,7	22,2	23,2	(28,1)
C7	27,6	32,3	29,4	27,5	24,1	25,2	(30,3)
C8	29,1	34,3	30,9	28,6	26,0	27,2	(32,4)
C9	30,5	35,7	32,2	29,7	27,7	28,7	(33,9)
C10	31,7	37,0	33,4	30,8	29,1	30,1	(35,4)
IHH	146	212	171	149	122	126	(174)

Source : BNB (Centrale des bilans), SPF Economie, calculs propres

Tableau 3. Taux de concentration dans le secteur de la distribution de films cinématographiques (NACE 5913)

(En % du chiffre d'affaires, à l'exception du IHH)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014 (estim.)
C1	10,9	12,6	13,3	17,2	15,7	13,1	(15,7)
C2	19,9	23,3	26,3	27,7	30,9	26,2	(28,1)
C3	25,9	30,6	33,7	35,4	38,8	33,8	(36,1)
C4	31,0	36,6	40,0	41,2	46,4	40,7	(41,6)
C5	34,1	41,7	45,2	45,9	52,3	46,0	(45,6)
C6	37,0	46,7	50,3	50,2	57,9	49,6	(49,0)
C7	39,2	50,1	54,8	54,0	62,8	53,1	(51,9)
C8	41,4	53,1	58,0	56,5	67,6	56,2	(53,7)
C9	43,3	55,1	60,9	58,9	71,2	58,1	(54,8)
C10	45,0	56,0	63,7	59,9	74,6	59,2	(55,6)
IHH	298	439	547	568	737	517	(536)

Source : BNB (Centrale des bilans), SPF Economie, calculs propres

Annexe 2. Calculs des différents ratios⁹⁰

Ratios de rentabilité

Marge nette d'exploitation (%) : (bénéfice ou perte d'exploitation (9901) + subsides en capital (9125)) / (chiffre d'affaires (70) + autres produits d'exploitation (74) – subventions et montants compensatoires (740)) x 100.

Ratios de solvabilité

Capitaux propres/total du bilan (%) : (10/15) / (10/49) x 100.

Capitaux propres/dettes : (10/15) / (17/49)

Dettes/Capitaux propres : (17/49) / (10/15)

Ratios de liquidité

Liquidité au sens strict : (créances à un an au plus (40/41) + placements de trésoreries (50/53) + valeurs disponibles (54/58)) / dettes à un an au plus (42/48).

Liquidité au sens large (stocks et commandes en cours d'exécution (3) + créances à un an au plus (40/41) + placements de trésorerie (50/53) + valeurs disponibles (54/58) + comptes de régularisation de l'actif (490/1)) / (dettes à un an au plus (42/48) + comptes de régularisation du passif (492/3)).

⁹⁰ Sur la base des comptes issus du régime minimal des comptes généraux (RMC).

Annexe 3. Autres tableaux relatifs à l'analyse économique et financière

Tableau 1. Solvabilité et liquidité de la filière cinématographique

(En unité ou en %)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Moy 08/14
Production et post-production de films cinématographiques et autres (5911-5912)								
Solvabilité								
Capitaux propres/total passif (%)	26,6	30,9	34,3	31,1	26,8	25,5	24,7	28,6
p.m. Capitaux propres/dettes	0,4	0,5	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4
p.m. Dettes/capitaux propres	2,7	2,2	1,9	2,2	2,7	2,9	3,0	2,5
Liquidité								
Liquidité (au sens strict)	1,1	0,9	1,0	1,0	1,2	1,3	1,2	1,1
Liquidité (au sens large)	1,0	1,0	1,0	1,0	1,1	1,1	1,0	1,0
Distribution de films cinématographiques et autres (5913)								
Solvabilité								
Capitaux propres/total passif (%)	30,2	26,6	33,3	39,2	32,4	25,7	33,1	31,5
p.m. Capitaux propres/dettes	0,4	0,4	0,5	0,6	0,5	0,3	0,5	0,5
p.m. Dettes/capitaux propres	2,3	2,8	2,0	1,5	2,0	2,9	2,0	2,2
Liquidité								
Liquidité (au sens strict)	1,2	1,3	1,2	1,4	1,1	0,9	1,2	1,2
Liquidité (au sens large)	1,4	1,4	1,3	1,6	1,3	1,3	1,5	1,4
Exploitation de salles de cinéma (5914)								
Solvabilité								
Capitaux propres/total passif (%)	29,8	32,8	21,7	28,7	44,7	48,3	50,4	36,6
p.m. Capitaux propres/dettes	0,4	0,5	0,3	0,4	0,8	1,0	1,0	0,6
p.m. Dettes/capitaux propres	2,3	2,0	3,6	2,4	1,2	1,0	1,0	1,9
Liquidité								
Liquidité (au sens strict)	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5
Liquidité (au sens large)	0,4	0,5	0,6	0,5	0,5	0,4	0,4	0,5

Source : BNB (Centrale des bilans), SPF Economie, calculs propres