



HAL
open science

La circulation commerciale des films maghrébins dans les salles de cinéma en France : Enquête sur des entreprises de distribution des films

Abdelfettah Benchenna

► **To cite this version:**

Abdelfettah Benchenna. La circulation commerciale des films maghrébins dans les salles de cinéma en France : Enquête sur des entreprises de distribution des films. Dominique Marchetti. La circulation des productions culturelles : Cinémas, informations et séries télévisées dans les mondes arabes et musulmans, Centre Jacques Berque, pp.236-258, 2017, 9791092046328. hal-01859677

HAL Id: hal-01859677

<https://sorbonne-paris-nord.hal.science/hal-01859677>

Submitted on 23 Jun 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Chapitre 13. La circulation commerciale des films maghrébins dans les salles de cinéma en France

Enquête sur des entreprises de distribution des films

Abdelfettah Benchenna

- 1 Le positionnement commercial de l'industrie cinématographique a eu d'emblée une visée internationale. Le déploiement de stratégies d'expansion sur les marchés internationaux est l'une des caractéristiques qui a fortement participé à l'institutionnalisation du cinéma et à sa mise en place (Creton, 2014, p. 146). Convoquant des enjeux à la fois économiques, culturels, politiques, voire géopolitiques, l'exportation de films est une préoccupation majeure des acteurs économiques ou politiques. Elle est à la fois une arme de la diplomatie culturelle¹, un moyen pour rentabiliser les films à travers le monde et pour conquérir de nouveaux marchés. Avec ou sans le soutien des instances étatiques, les sociétés de distribution jouent un rôle central dans ce processus. En 2013, par exemple, l'exportation des films français, à travers le monde, a engendré des recettes financières qui s'élèvent à 437,2 millions d'euros (CNC, 2015, p. 42). La même année, la France a distribué le plus grand nombre de films étrangers au monde : 324 films sont sortis en première exclusivité, selon le CNC, dont 152 sont des productions américaines. Quatre pays européens (l'Espagne, l'Italie, la Grande Bretagne et l'Allemagne) totalisent 63 films contre 10 films de nationalité japonaise, neuf canadiens, quatre chinois. 86 films distribués en France portent la mention « autres nationalités ». 133 films ont été coproduits avec la France, dont 76 pour lesquels la part du budget français est majoritaire.
- 2 Ces chiffres confortent les constats récurrents sur la place dominante des productions américaines dans les salles de cinémas en France, même si elle tend à baisser depuis 2007 en faveur des films d'initiative française. Ils témoignent également de la diversité de la provenance des films qui profite plus à ceux qui sont classés sous la désignation « autres nationalités ». Cependant, ces mêmes chiffres ne renseignent pas avec précision non seulement sur la répartition entre les pays concernés mais aussi sur les logiques qui

président à la distribution et à l'exploitation des films venus d'ailleurs dans les salles de cinéma en France. Ceux-ci ne permettent pas, non plus, de saisir les mutations en cours de la distribution des films et des conditions de leur exploitation en salles en France, d'une part, et les conditions de leurs productions et celles de leur exportation au-delà du pays producteur, d'autre part.

- 3 En partant du cas des films des pays du Maghreb ayant fait l'objet d'une sortie commerciale dans les salles de cinéma en France, ce chapitre interroge les logiques d'un tel processus, tant du côté des pays producteurs que de celui des sociétés de distribution en France. Après avoir questionné à la fois la notion « film des pays du Maghreb » et la position des différents États de cette région sur la question de la nationalité du film, il s'agit d'identifier les facteurs intervenant dans le processus de distribution-exploitation des films produits ou coproduits par ces pays dans les salles de cinéma en France et les rapports de forces entre les acteurs en présence.
- 4 L'hypothèse générale de cette contribution est que les logiques de distribution des films produits ou coproduits par les pays du Maghreb dans les salles de cinéma en France sont à penser à trois niveaux. Le premier, l'échelle macro, renvoie aux enjeux de la diplomatie culturelle, aux rapports géopolitiques entre pays et des politiques des espaces nationaux de production et de distribution. Le second niveau, à l'échelle méso, a trait aux acteurs économiques de la filière, à leur concurrence, mais aussi à leurs contraintes et leurs exigences respectives. Enfin, la dimension micro est celle du spectateur, de ses pratiques cinématographiques et des stratégies qui président aux choix de films qu'il souhaite consommer en salle de cinéma. Je ne m'intéresserai ici qu'au niveau méso² en cherchant à comprendre les facteurs qui entrent en jeu dans la distribution des films des pays du Maghreb. Celle-ci obéirait à une logique qui convoque non seulement les dimensions économique et esthétique, mais également une dimension postcoloniale, au sens où le préfixe post ne fait pas référence à l'après mais à l'au-delà qui dépasse la chronologie et invite, dans une perspective de rupture, à sortir d'une lecture linéaire et séquentielle de l'histoire (Collignon, 2007 ; Bancel et al., 2010). Autrement dit, dans un contexte caractérisé par une transnationalisation des biens culturels et par des mutations sociologiques liées plus particulièrement à la présence sur le territoire français d'une population originaire des pays du Maghreb, l'attitude des distributeurs des films des pays du Maghreb serait déterminée par plusieurs logiques : l'étendue de leur marge de manœuvre économique ; leurs exigences et leurs contraintes ; les moyens dont ils disposent pour accompagner un film ainsi que le regard esthétique qu'ils portent sur les réalisateurs, les films à distribuer comme sur les cinémas de pays post-colonisés du sud. Ce chapitre se nourrit donc à la fois des études postcoloniales et des recherches en économie politique critique de la culture, ce qui permet de mieux cerner les différents enjeux en présence. Outre une série d'entretiens réalisés avec des réalisateurs maghrébins et de distributeurs de films en France, cette recherche s'appuie sur un ensemble de documents du CNC et sur des données quantitatives concernant la distribution des films des pays du Maghreb en France durant la période 2000/2013. Ces données m'ont été fournies par différents services du CNC³.

Le[s] « Cinéma[s] du Maghreb » ?

- 5 Les auteurs de plusieurs ouvrages, publiés depuis le milieu des années 2000, et de nombreux professionnels s'accordent pour dire que la notion de « cinéma(s) du

Maghreb »⁴ est une construction sociale. Inscrivant son propos dans une perspective historique, Roy Armes (2006, p.16-17) précise par exemple qu'au lendemain des indépendances, il s'agit bien de trois cinémas nationaux (algérien, marocain et tunisien) « qui font partie intégrante de ce nouveau sens de l'identité nationale [...] La plupart des films de cette première période adoptent un style avant tout réaliste pour relater la lutte nationale ». Pour Denis Brahimi, cette notion est déterminée par « le lieu d'où l'on parle » : les cinémas du Maghreb sont vus différemment par les professionnels du cinéma, les cinéphiles et par les publics selon le lieu où l'on vit. « Mais, il est certain aussi que, pour en parler, on est amené à faire une sorte de synthèse de ces regards. Le lieu d'où l'on parle n'est pas un lieu réel, c'est un lieu construit » (Brahimi, 2009, p. 7). Selon Patricia Caillé (2010), la catégorie « films du Maghreb » ou « Cinémas du Maghreb » doit être interrogée, chacune des cinématographies nationales ayant sa spécificité historique, culturelle, économique, esthétique et thématique. Pour Will Higbee (2012, p. 102), les cinéastes maghrébins s'identifient plus encore au cinéma national qu'à un cinéma régional, malgré des initiatives entreprises le plus souvent en dehors des pays du Maghreb, comme « Maghreb Cinémas », une organisation fondée au festival de Locarno en 2005. Jacques Choukroun, distributeur de films algériens en France, exprime également sa méfiance à l'égard de cette notion et se défend de l'utiliser. Il préfère désigner les pays par leur nom. Pour lui, il s'agit d'une « création idéologique, d'un côté et de l'autre. Soit des Maghrébins, eux-mêmes, soit des Européens. Il ne viendra jamais à l'idée de dire : je fais le festival des pays de l'Espagne, de l'Italie et de la France. Moi je suis originaire de l'Algérie. J'ai fait mes études après l'indépendance en Algérie. J'ai été historien et j'ai fait des études d'histoire et je suis venu les terminer ici à la Sorbonne. Donc je suis très sensible à ces questions personnellement. C'est un truc personnel »⁵.

- 6 Cette référence récurrente à un « cinéma maghrébin » est formalisée dans le discours politique à partir du milieu des années 1990. Le texte d'accord relatif à la coproduction cinématographique entre les États de l'Union du Maghreb arabe, signé conjointement par l'Algérie, la Lybie, le Maroc et la Tunisie, en 1994 fait référence à cette notion. Cependant, sa traduction dans les faits reste très limitée, voire inexistante, malgré les espoirs exprimés dès le début des années 1970 de voir, par exemple, les « trois pays [...] unifier leurs efforts et faire l'inventaire de leurs possibilités techniques, humaines, financières, pour réaliser des coproductions maghrébines exploitables sur le plan international »⁶. Les désaccords entre les pouvoirs politiques des quatre pays seraient à l'origine d'une telle situation. Les dispositions stipulant la création « d'un festival cinématographique maghrébin qui sera organisé alternativement, chaque année » [Article N° 16], lequel n'a jamais vu le jour. La seule tentative de lancer un festival du film maghrébin à Oujda en 2005 a fait l'objet d'une seule unique édition⁷.
- 7 Autrement dit, la consolidation des notions « Cinéma maghrébin », « Cinémas du Maghreb » ou « Film du Maghreb » s'opère davantage à l'extérieur des pays du Maghreb. Leurs origines sont à chercher, entre autres, dans la multiplication, ces dix dernières années, de festivals et autres manifestations cinématographiques pérennes, en France en particulier, consacrées aux films de réalisateurs algériens, marocains ou tunisiens. Ces manifestations cinématographiques, qui font référence à une filmographie de plus en plus importante, se sont bâties progressivement une légitimité dans un double contexte : d'un côté, celui de l'absence de politiques de promotion et d'accompagnement des productions cinématographiques par les pays d'origine des réalisateurs de ces films et, de l'autre, celui d'un questionnement sur les mutations sociétales, le rapport de la France aux pays du

Maghreb et aux cultures de cette région du monde. Ces manifestations se sont données, le plus souvent, pour objectif de promouvoir ces productions auprès d'un large public⁸, d'inscrire leur action dans une démarche qui parie sur la « capacité [de ces films] à transformer une perception parfois caricaturale de la culture musulmane et arabe »⁹ et de mettre « en valeur [les] cultures d'origine, [de] briser des tabous, [de] permettre une relecture de l'histoire de la colonisation et des indépendances des pays, [de] mettre à plat les raisons de l'émigration, etc. »¹⁰.

Quelle[s] nationalité[s] pour les « films maghrébins » ?

- 8 Si la nationalité d'un film est toujours un enjeu pour les réalisateurs, pour les producteurs et pour les États, elle l'est également pour le chercheur parce qu'elle révèle des rapports de force et permet de mesurer son importance dans la circulation du film au-delà des frontières du pays dont le film se réclame être originaire. Les provenances multiples des capitaux investis dans l'industrie du cinéma imposent aux analystes à reconsidérer cette notion. Certains pays européens ont défini clairement les films qui peuvent prétendre à la nationalité de leur pays. Ainsi, pour déterminer la nationalité britannique d'un film (et lui attribuer le « British Film Certification »), le BFI¹¹ a mis au point un test culturel. Il s'appuie sur plusieurs critères répartis dans quatre sections et cumulant un total de 31 points (la moyenne étant fixée à 16). En France, un « film à initiative française » est défini comme suit, par le CNC (2013, p. 5) : il s'agit « d'un film agréé par le CNC dont le financement est majoritairement ou intégralement français. Ces Films d'Initiative Française peuvent être coproduits avec des coproducteurs étrangers mais, dans ce cas, la part étrangère sera minoritaire ». Une telle définition n'est pas sans conséquence pour la majorité des films, réalisés par des cinéastes algériens, marocains ou tunisiens ou originaire des pays du Maghreb, qui ont accès aux salles en France.
- 9 Dans les pays du Maghreb, il n'y a pas de définition claire de ce que c'est un film « marocain », « algérien » ou « tunisien ». Les responsables chargés de gérer ce secteur restent flous sur cette question. Quelle nationalité, en effet, pour un film réalisé par un cinéaste algérien et financé majoritairement par des fonds européens ? Peut-on inclure dans le bilan annuel du cinéma marocain un film dont le réalisateur est français d'origine marocaine, même si ce dernier n'a reçu aucune aide pour réaliser son film ? Les exemples de cette nature ne manquent pas et les questions restent totalement ouvertes.

Les spécificités de la production des « films maghrébins » et leurs répercussions sur la distribution

- 10 Une analyse approfondie, qui reste à faire, des modes de financement de la production des films, permettrait très probablement de montrer les différences en la matière entre les trois pays. Si au Maroc, des dispositifs d'aides à la production des films ont été mis en place depuis le milieu des années 1980, celles-ci restent très faibles en comparaison avec celles octroyées en Europe, par exemple. En Algérie, le financement des films relèverait plus du « parcours du combattant » (Aggar, 2007, p. 35). En l'absence de soutien étatique, les cinéastes tunisiens se tournent essentiellement vers les aides européennes, ce qui explique que la majorité écrasante des films tunisiens sont coproduits avec les pays européens. Sur les douze films sortis en France, huit sont des coproductions. C'est ce qui

amène Anouar Trabelsi (2009) à se demander dans le cas tunisien s'il ne serait pas plus pertinent de l'inclure dans le « cinéma européen ».

- 11 Mais ces différences cachent un trait commun à une partie non négligeable des films dans les trois pays. Les réalisateurs sont souvent les producteurs de leurs propres films, créant leurs sociétés de production dans cet objectif. Sur les sept films financés totalement par des fonds marocains, sortis en France entre 2000 et 2013, quatre sont produits par leurs réalisateurs avec les aides étatiques : *Number One* (Zakia Tahiri), *Où vas-tu Moshé ?* (Hassan Benjelloun), *Les Bandits* (Said Naciri) et *Soif* (Saâd Chraïbi). Seuls deux réalisateurs, Nouredine Lakhmari pour *Casanegra* puis *Zéro* et Hicham Ayouch pour *Fissures* ont pu réaliser leurs films en s'appuyant sur les financements étatiques et des sociétés de productions audiovisuelles. Il va de même pour les films algériens et tunisiens sortis en salles de cinéma en France : Belkacem Hadjadj est à la fois producteur et réalisateur de son film *El Menara* ; le film de Fatma Zohra Zamoum, *Kedach ethabni*¹², est produit par sa société de production Z et compagnie, avec les soutiens d'organismes étatiques comme l'Agence Algérienne pour le Rayonnement Culturel (AARC), l'Établissement Public de Télévision algérienne et le Centre cinématographique marocain. Le film tunisien *Tendresse du loup*, sorti en 2007 en France, est produit par la société de production JS Production, propriété de son réalisateur Jilani Saadi.
- 12 Les réalisateurs maghrébins qui se lancent dans le métier de « producteur », le plus souvent par nécessité, sans formation et avec très peu de moyens financiers, arrivent très difficilement à faire circuler leurs films, tant dans leur pays qu'à l'étranger. Un réalisateur-producteur marocain, reconnu pour la qualité artistique de ses films, nous confie qu'il lui est arrivé de payer des exploitants de salles au Maroc pour que ces derniers se décident à programmer son film. Cette pratique, qui relève d'une économie souterraine de la culture (Mattelart, 2011), lui permet ainsi de prétendre au dispositif de l'avance sur recettes pour son prochain film, mis en place par le Centre Cinématographique Marocain (CCM) en 2004. Concernant l'étranger, à l'exception des festivals nationaux et internationaux, très peu de « films maghrébins » bénéficient d'une sortie commerciale dans les salles.
- 13 Cependant, les réalisateurs-producteurs qui vivent entre l'Europe et leur pays d'origine, ou installés de façon permanente dans un pays européen, connaissent mieux les rouages de l'industrie cinématographique en Europe. Ils profitent plus facilement des dispositifs d'aides, tant dans leurs pays d'origine qu'en Europe. Ils sont mieux armés pour négocier avec les distributeurs. Certains d'entre eux sont parfois actionnaires dans deux entreprises de production, l'une en Europe et l'autre dans leur pays d'origine. Plus globalement, prétendre aux aides financières européennes, françaises ou francophones serait fortement lié aux parcours et à la sociologie des réalisateurs maghrébins.

Ce que les chiffres nous apprennent

- 14 Les bases de données sur l'exploitation des films produits ou coproduits par les pays du Maghreb, dans les salles de cinéma en France¹³ montrent des écarts substantiels aussi bien sur les films qui y figurent que sur le nombre d'entrées enregistrées ou leur nationalité. Ce travail s'appuie plus particulièrement sur des données fournies par le CNC, relatives aux sorties en salles de cinéma en France de films produits ou coproduits par les pays du Maghreb. Les informations sont issues directement des systèmes d'information de la billetterie des salles, via deux applications (web cinedi¹⁴ et TSA¹⁵), permettant le

contrôle des recettes, leur répartition aux ayants droit et le calcul de la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le compte de soutien à l'industrie cinématographique¹⁶.

Le rôle déterminant de la coproduction dans la circulation commerciale des films

- 15 Entre janvier 2000 et décembre 2013, 62 films, produits ou coproduits par les pays du Maghreb, ont fait l'objet d'une sortie commerciale dans les salles de cinéma en France (tabl. 1). 47 d'entre eux sont des coproductions et 30 sont d'initiative française au sens où leur financement est majoritairement français et leurs droits sont détenus par l'entreprise de production déléguée française (CNC, non daté). Seuls quatre films produits totalement par des fonds tunisiens sont sortis dans les salles en France. Il en va de même pour l'Algérie, sept ayant été par ailleurs produits totalement par le Maroc alors que, sur cette même période, ce dernier a produit et coproduit 185 films au total.

Tableau 1 : répartition des films par pays producteur ou coproducteur, distribués dans les salles de cinéma en France entre 2000 et 2013¹⁷.

Pays producteur ou coproducteur du film	Nombre de films
Algérie	4
Algérie / France	5
France / Maroc / Belgique	4
France / Algérie	1
France / Algérie / Grèce	1
France / Algérie / Tunisie / Belgique	1
France / Allemagne / Tunisie / Grande Bretagne	1
France / Belgique / Italie / Maroc	1
France / Grande Bretagne / Tunisie	1
France / Italie / Algérie	1
France / Maroc	10
France / Maroc / Espagne	2
France / Tunisie	2
France / Tunisie / Belgique	2
France / Tunisie / Suisse	1
France / Tunisie / Syrie	1

Grande Bretagne / Italie / Slovaquie / France / Tunisie	1
Italie / France / Tunisie	1
Maroc	7
Maroc / France	3
Tunisie	4
Tunisie / France	8
Total	62

- 16 En comparaison avec les autres pays européens, la France est de loin le pays où les films produits ou coproduits avec les pays du Maghreb sont les plus distribués dans les salles. Elle est également au premier rang en tant que pays coproducteur de films avec ces trois pays du Maghreb. Sur la période 2000-2013, 27 films produits ou coproduits par le Maroc ont fait l'objet d'une sortie commerciale dans les salles de cinéma en France contre 22 pour la Tunisie et 13 pour l'Algérie.
- 17 La coproduction des films joue un rôle déterminant dans leur circulation commerciale. Un film coproduit avec la France a plus de chance d'être visible dans ce pays qu'un film qui ne l'est pas¹⁸. Certains réalisateurs maghrébins privilégient ce mécanisme non seulement parce qu'il leur permet de prétendre à des financements autres que ceux dont ils peuvent éventuellement bénéficier dans leur pays d'origine mais également pour voir leur film sortir dans les salles à l'étranger, et plus particulièrement en Europe. De leur côté, les coproducteurs français ont tout intérêt que les films aient du succès en France et une visibilité maximale¹⁹. Ainsi la moyenne d'entrées des films coproduits entre 2000 et 2013 est de 65 000 entrées, alors que les films produits uniquement par un des trois pays du Maghreb ne dépassent guère 3 500 entrées. Les sociétés de distribution françaises privilégient les films coproduits avec la France. Les films maghrébins coproduits avec d'autres pays européens (Espagne, Italie, Norvège, par exemple) ne font pas l'objet de sortie commerciale en salle de cinéma en France (tabl. 2).

DANS MA TÊTE UN ROND-POINT

Fi rassi rond-point

Un film de Hassen Ferhani

Dans le plus grand abattoir d'Alger, des hommes vivent et travaillent à huis-clos aux rythmes lancinants de leurs tâches et de leurs rêves. L'espoir, l'amertume, l'amour, le paradis et l'enfer, le football se racontent comme des mélodies de Chaabi et de Rai qui cadencent leur vie et leur monde.

Algérie / France / Qatar / Liban / Pays Bas
2015 - 100 mn - couleur - 1,85 - 5,1
visa en cours - DCP
avec
Youssef, Hocine, Ali Bey, Ali et Madame Dalila,
Halim, Saïdek, Amine

TANIT D'OR TAHAR CHERIAA (PREMIÈRE ŒUVRE)
ET TANIT D'OR CATÉGORIE DOCUMENTAIRES
/ 26/ Journées Cinématographiques de Carthage
MEILLEUR DOCUMENTAIRE INTERNATIONAL
/ 25/ Festival du film de Turin
GRAND PRIX DE LA COMPÉTITION FRANÇAISE
et MENTION SPÉCIALE DU PRIX DU GNCR
/ FID Marseille
PRIX DOCUMENTAIRE SUR GRAND ÉCRAN
/ 35/ Festival international du film d'Amiens
PRIX DE LA CRITIQUE
et PRIX DU PUBLIC
/ 29/ Festival international du film de Belfort
GRAND PRIX
/ 8/ Festival international du cinéma d'Alger



Cet extrait du dossier de presse du film *Dans ma tête un rond-point*, qui a reçu de nombreux prix internationaux, montre le poids des coproductions (ici entre l'Algérie, la France, le Liban, le Qatar et les Pays-Bas) pour faciliter la circulation transnationale des films.

Tableau 2 : films coproduits entre le Maroc et d'autres pays européens non sortis en France²⁰.

Titre du film	Pays coprod.	Années	Réalisateurs	Nombre d'entrées en Europe
<i>Un Novio Para Yasmina</i>	MA / ES	2008	Irene Cardona	46749
<i>La vida perra de Juanita Narboni</i>	MA / ES	2005	Farida Ben Lyziad	7797
<i>A Casablanca les anges ne volent pas</i>	IT / MA	2004	Mohamed Asli	3132
<i>Il mercante di stoffe</i>	IT / MA	2009	Antonio Baiocco	2397
<i>Sound of Morocco</i>	IT / MA	2009	Giuliana Gamba	602
<i>Le Regard</i>	NO / MA	2005	Nour Eddine Lakhmari	3404

Le difficile accès aux salles

- 18 Si la présence dans les salles de cinéma en France des films produits ou coproduits par tous les pays du Maghreb reste très limitée au regard des autres productions, qu'elles soient françaises ou d'autres pays, ce désintérêt renvoie surtout au cinéma d'auteur international dans son ensemble auquel on peut les rattacher. Selon un de nos

interlocuteurs, les décisionnaires sont désormais les exploitants : « J'ai toujours été effrayé par toutes les concessions qui ont été faites aux exploitants. [...] On trouve des salles qui te disent : "oui, je te passe ton film". Vous regardez le programme : "mardi soir 10h" et terminé. Et vous devez lui donner entre 500 et 1000 euros parce qu'il a passé votre film et lui vous renvoie 42 euros de recettes. C'est un marché de dupe, c'est un scandale. Le CNC ferme les yeux là-dessus, les exploitants se gavent ».

- 19 Comme le précise Julien Duval (2006, p. 109), beaucoup sont les exploitants qui procèdent à « une rotation rapide des films permettant de 'faire le plein' en un temps minimal et d'éviter au maximum les fauteuils vides. Dans ces conditions, sous peine de disparaître très vite des salles, un film doit rencontrer le succès dès 'la première séance du mercredi' ». En 2003, le rapport d'information au Sénat sur l'exploitation des films en salles relevait déjà la difficulté qu'éprouvent les films à accéder aux salles : « L'augmentation régulière du nombre de films proposés, la véritable explosion du nombre de copies tirées et la concentration des sorties sur quelques semaines, provoquent un encombrement qui, au final, empêche la majorité des films de trouver leur public » (Thiollière et Ralite, 2003, p. 80). Dix ans après, cette tendance se confirme. Entre 2003 et 2013, le nombre total de films sortis en salle est passé de 509 à 654 films, soit une augmentation de 28,5 % (tabl. 3). La saturation du marché français par les films commerciaux des pays industrialisés, les États-Unis et la France, laisse peu de place aux cinématographies des autres pays et au cinéma indépendant. Cette situation a été dénoncée, dès 2004, par l'association de cinéastes indépendants²¹. Pour Kamal Elmahouti²², outre les facteurs objectifs auxquels les films maghrébins n'échappent, à savoir les règles de la distribution des films dans les salles en France, la place accordée aux films du Maghreb, et plus généralement des pays arabes, est liée au « rapport de force qui existe dans le monde entre les superpuissances dominantes avec la culture dominante et des pays dits du sud. Il y a finalement dans le volume de places possibles pour une année, en nombre de copies, nombre de salles, nombre de projections possibles, on a quelque chose qui inonde le marché, c'est que cette place-là est occupée par les films américains, par les films français et quelques rares exceptions, de films européens et finalement la place qui reste est marginale ». Cependant, à partir de 2013, les films maghrébins commencent à être plus présents par rapport à ceux du Japon, du Canada, de la Chine ou de l'Espagne. Si entre 2000 et 2012, le nombre de films, produits ou coproduits par un des trois pays du Maghreb, présents dans les salles en France se situe entre un et six films, 11 films ont été présents dans les salles en 2013 (tabl. 3).
- 20 À l'instar de la majorité des autres pays, les films produits ou coproduits par les pays du Maghreb, doivent souvent trouver une place dans le segment Art et essai (PrévotEAU, 2012, p. 149). À l'exception de quatre, tous les films produits ou coproduits par les trois pays du Maghreb ont bénéficié du label « Art et essai ».

Tableau 3 : nationalité des films sortis en première exclusivité en salle de cinéma en France entre 2001 et 2013²³

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Total
France 100%	145	146	132	135	141	141	172	155	155	166	178	180	197	30,1%
France majoritaire	38	34	51	73	53	56	37	43	65	50	55	62	76	11,6%
France minoritaire	22	28	34	30	43	45	53	42	50	56	56	58	57	8,7%
États-Unis	157	147	155	169	149	174	174	155	163	144	139	149	152	23,2%
Grande-Bretagne	33	19	28	27	37	35	31	26	34	33	32	34	23	3,5%
Allemagne	11	9	8	11	15	12	13	16	10	13	15	9	17	2,6%
Italie	4	15	10	9	13	6	3	11	7	14	11	7	14	2,1%
Japon	11	11	13	16	16	15	10	7	13	7	6	11	10	1,5%
Canada	5	7	4	4	4	6	6	4	4	3	1	9	9	1,4%
Espagne	13	13	9	15	10	12	9	13	9	18	14	11	9	1,4%
Chine	9	9	5	8	5	12	7	8	4	2	4	4	4	0,6%
Autres nationalités	56	49	60	62	64	75	58	75	74	73	83	81	86	13,1%
Total	504	487	509	559	550	589	573	555	588	579	594	615	654	100,0%
Part des films produits ou coproduits par les pays du Maghreb et distribués dans les salles en France sur la même période														
Algérie 100%	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	2	0	4
Algérie majoritaire	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	5
Algérie minoritaire	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	2	4
Maroc 100%	0	1	0	1	0	0	0	0	2	1	1	0	1	7
Maroc minoritaire	1	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	0	5	17
Maroc majoritaire	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	3
Tunisie 100%	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	4
Tunisie majoritaire	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	8
Tunisie minoritaire	1	1	0	1	2	1	1	0	1	3	0	0	0	11
Total des films distribués	2	5	3	5	5	1	4	4	6	6	3	5	11	62

Remarque : le nombre total des films distribués est bien 62. Notons la coprésence de l'Algérie et de la Tunisie pour le film *Hors la loi*. Nous l'avons reporté pour les deux pays.

La répartition des films selon les distributeurs

Les grosses productions, un prisme déformant

- 21 Une étude, portant sur les coûts de distribution de films d'initiative française sortis en 2009, montre une plus ou moins forte adéquation entre les moyens mis en œuvre pour la promotion des œuvres d'initiative française et leur succès en salles. Les 176 films, sortis cette année-là ont réalisé en moyenne 364 441 entrées et plus de la moitié (50,6 %, comme en 2008) sont en dessous des 100 000. Le million d'entrées est dépassé par 10,2 % des films (10,6 % en 2008) et le seuil des trois millions d'entrées par 1,7 % d'entre eux (1,2 % en 2008). Seuls quatre films présentés comme coproduits par un ou deux pays du Maghreb, sur les 62, sont dans la moyenne des nombres d'entrées alors que les 58 autres enregistrent, en moyenne, dix fois moins d'entrées. *La Dernière Légion* a enregistré presque 200 000 entrées, contre 640 000 entrées pour *La source des femmes*. Les deux autres films, (*Hors la loi* et *Né quelque part*), ont réalisé plus de 400 000 entrées.
- 22 Deux aspects poussent inévitablement à ne pas prendre en compte ces productions : les spécificités économiques des sociétés chargées de leur distribution et la composition du budget de production de ces films. Tout d'abord, trois films sur les quatre sont distribués par des acteurs économiques majeurs de l'industrie cinématographique en France, adossés à de grands groupes des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel : *La source des femmes* est distribué par Europacorp, une société qui intervient dans les activités de production, distribution salle, vidéo, VoD, la vente de droits TV pour la France, la vente des droits internationaux. Les films *Hors la loi* et *Né quelques part* sont distribués respectivement par StudioCanal, filiale du groupe Canal+, et par Mars Films, filiale à 100 % du même Studio Canal depuis 2002, c'est-à-dire respectivement la troisième et la deuxième sociétés de distribution en termes du nombre de films d'initiative française distribués en 2012 (CNC, 2014, p. 10). C'est ce qui explique que le film *Hors la loi* est présent

sur les écrans avec 416 copies, soit presque 7,6 % de la totalité des salles de cinéma en France (n =5478 en 2010). 24 942 séances ont été programmées sur le territoire national²⁴, majoritairement en 2010- 2011. *Les sources de femmes* est distribué avec 346 copies et programmé sur plus 24 000 séances, essentiellement entre 2011 et 2012. Quant à *Né quelque part*, il a fait l'objet de 22 199 séances.

- 23 Ensuite, les budgets consacrés à la distribution de ces quatre films dépassent de loin ceux de la production de la majorité des films produits uniquement par des budgets issus des pays du Maghreb. En effet, le montage financier du film *Hors la loi* d'un montant de 21,5 millions d'euros²⁵ se répartit entre la France (59 %), l'Algérie (21 % à travers l'Agence Algérienne pour le Rayonnement Culturel)²⁶, la Tunisie (10 %) et la Belgique (10 %). Studio Canal et le groupe Canal Plus en sont les coproducteurs, au côté de France 2, France 3, Kiss Films, propriété de Jamel Debbouze. Il va de même pour *Né quelque part*, film réalisé par le cofondateur du *Bondy Blog*, Mohamed Hammadi. Avec un budget, certes moins important, estimé à 5,5 millions d'euros, ce film est financé à hauteur de 88 % par des fonds français et seulement 11 % de fonds marocains : deux sociétés de productions françaises, Kiss Production de Jamel Debbouze et Quad Production, avec le concours d'autres financeurs comme France 3 Cinéma, Mars Films, Jouror Productions, Frakas Productions Ten Films²⁷ et Agora Films. La participation marocaine intervient précisément à travers cette dernière²⁸ qui a bénéficié d'une avance sur recettes attribuée par le CCM, en 2013, de 150 000 euros²⁹. *Né quelque part* a été tourné au Maroc. Il va de même pour *Les sources de femmes*, dont le budget est majoritairement français (64 %), la Belgique (14 %), l'Italie (12 % avec Indigo Films et Bim Distribuzione) et le Maroc (10 %)³⁰ étant en complément. Cette participation marocaine intervient à travers des fonds publics. Enfin, *La dernière légion*, du cinéaste américain Lefler Doug, est une coproduction majoritairement assurée par des pays européens, la Tunisie y contribuant seulement à hauteur de 13 % du budget global.
- 24 Les participations minoritaires des pays du Maghreb à ces grosses productions cinématographiques relèveraient d'enjeux totalement différents. L'implication tunisienne dans le budget de *La dernière légion* est une initiative privée de la société Quinta Production, propriété du producteur distributeur Tarek Ben Ammar. L'intervention financière algérienne, dans le film de Noureddine Bouchareb, serait motivée, entre autres, par des raisons politiques qui entretiennent la question de la lutte pour la libération de l'Algérie. Quant au Maroc, le soutien et les aides logistiques apportées par le CCM relèvent de plusieurs stratégies : tournées au Maroc, les productions occidentales sont présentées par les responsables du CCM comme de véritables outils publicitaires pour le tourisme marocain. L'activité de tournage, où le Maroc entre en concurrence avec d'autres pays, génère une économie et des ressources financières non négligeables qui ne bénéficient pas pour autant aux productions marocaines et à leurs promotions³¹.
- 25 Enfin, la particularité de ces films est qu'ils renvoient, pour trois d'entre eux, à des questions postcoloniales, aux nouveaux visages de la société française (Bancel *et al.*, 2010 et de ses rapports avec une partie de ses anciennes colonies : l'immigration maghrébine en France, pour *Né quelque part* ; la place de la femme dans la famille maghrébine pour *la source des femmes*, et l'épineuse « guerre d'Algérie », pour *Hors la loi* réalisé par Rachid Bouchareb. Ce dernier avait signé, quatre ans auparavant *Indigènes*, une production de 14,5 millions d'euros, dont le sujet exhume une page occultée de l'histoire de France, celle des anciens combattants issus des pays du Maghreb et leur rôle dans la libération de la France. Cette production avait enregistré un nombre record d'entrées en

France, avoisinant les trois millions. Rachid Bouchareb a également réalisé, en 2011, *Omar m'a tuer* (500 000 entrées). Toutes ces productions font appel à des apports financiers des pays du Maghreb mais qui restent peu importants au regard de ceux des coproducteurs français.

- 26 Au final, la pertinence de la qualification « films maghrébins » est très problématique. La stratégie de leurs initiateurs relèverait, du moins pour *Hors la loi* et *Né quelque part*, à la fois de la mobilisation identitaire et du calcul économique (Benchenna, 2014) qui intègre ces pays dans le montage financier du budget de leur production, en prétendant à leurs systèmes d'aides et/ou en bénéficiant des moyens logistiques et humains. Le nouveau directeur du CCM, Sarim Fassi Fihri, semble être de cet avis quand il déclare à la dixième édition du festival du Panorama des cinémas du Maghreb et du Moyen-Orient : « les coproductions d'initiative française, même avec le Maroc, l'Algérie et la Tunisie, très souvent ce sont des films français. En tout cas, pour le Maroc, et je peux citer plusieurs cas, où quand on met Maroc, c'est avant tout pour avoir l'avance sur recettes locale. On a même vu des films avec une coréalisation uniquement pendant les tournages et puis le réalisateur marocain a disparu en route. On n'en parle plus ».

Des thématiques en affinité avec les spectateurs ?

- 27 Outre la taille économique des distributeurs, les budgets alloués à la production et à la distribution, la thématique abordée par les films semble être un autre critère de choix à prendre en compte dans la diffusion auprès des publics en France. Un de nos interlocuteurs résume la programmation des films maghrébins en salle ainsi : « Il y a des films qui pourraient être vus, des films vus et des films qui ne seront pas vus. Puis, il y a ceux qui sont considérés ne faisant pas partie d'un marché dit national. C'est-à-dire qu'ils n'ont pas de publics ».
- 28 L'analyse des chiffres en termes de nombres d'entrées tend à montrer que les thématiques qui semblent accueillir le plus d'écho auprès du public français sont l'immigration (comme par exemple *Le grand voyage* avec 167 354 entrées) ou, la domination masculine dans la société maghrébine (*La saison des hommes* avec 106 616 entrées, *Satin rouge* avec 113 485 entrées, *Française* avec 104 029 entrées, *Fatma* ou *Les yeux secs* avec respectivement 41 157 et 56 082 entrées) ou encore des faits divers politiques, comme l'assassinat à Paris de l'opposant politique marocain Mehdi Benbarka. À l'exception d'*Ali Zaoua* (Nabil Ayouch, 2001) ou *Sur la planche* (Leila Kilani, 2012), très peu de films maghrébins traitant des réalités sociales de ces pays ont attiré des publics en France. Outre les qualités esthétiques de ces deux films, leurs auteurs sont de fins connaisseurs des rouages de l'industrie cinématographique française. Un facteur qui semble jouer également un rôle dans les résultats obtenus en termes de nombre d'entrées dans les salles de cinéma en France pour ces deux films.
- 29 À l'exception de *Fatma* réalisé par Khaled Ghorbal, les films traitant des relations de domination homme-femme dans les pays du Maghreb, ou au sein des familles maghrébines en situation d'immigration en France (le film *Française*, par exemple, de Souad El-Bouhati), sont des œuvres de réalisatrices. C'est la vulnérabilité des femmes maghrébines dans l'espace privé qui est le plus souvent mise en scène. On ne peut que s'interroger, avec Brigitte Rollet (2011, p. 87), « sur les présupposés à l'œuvre dans le financement, la diffusion et la réception de films réalisés par des femmes, portant le plus souvent sur des problématiques "genrées" (maternité, sexualité, féminité). La question de

l'émancipation féminine au sein d'un système patriarcal, celle de la sexualité vécue hors du cadre conjugal, sont pourtant récurrentes à la fois dans la littérature et dans le cinéma produits par des femmes d'Afrique du Nord, plus fortement encore quand leurs œuvres sont financées et diffusées en France ». À l'instar de la littérature postcoloniale, les constructions conceptuelles qui sont souvent convoquées dans ces films sont « la représentation », « la femme du Tiers-monde », « l'essentialisme » et « l'identité » (Bahri, 2006, p. 301). Cette question trouverait écho chez un public cinéphile français parce qu'elle lui permettrait d'explorer cette région du monde, par le biais du contexte spécifique des vies des femmes. Le contexte sociopolitique français depuis une trentaine d'années, et le rapport de la France aux pays du Maghreb, y sont pour beaucoup, sans négliger le rôle des médias et la médiatisation de questions comme la violence faites aux femmes, l'immigration, l'islam, devenues le lot quasi-quotidien des programmes médiatiques. Certaines productions participent à une mise en accusation systématique et parfois explicite de « l'homme maghrébin », qu'il soit d'ailleurs dans son pays d'origine ou en situation d'immigration en Europe. La question de la condition des femmes dans les pays musulmans devient alors un « conflit de civilisation » qui opposerait les « sociétés barbares » aux sociétés démocratiques dont la civilisation serait menacée par des mâles « polygames, violents voire violeurs, prisonniers d'une culture où ils emprisonnent leurs femmes, entre voile imposé, mariages forcés et mutilations génitales subies » (Fassin, 2006). Certains films du Maghreb s'inscrivent dans cette lignée. Leurs auteurs, le plus souvent féminins, trouvent appui dans ce que Éric Fassin désigne comme l'« impérialisme de la démocratie sexuelle – soit l'appropriation, dans un contexte postcolonial, de la liberté et de l'égalité, appliquées au genre et à la sexualité, comme emblèmes de la modernité démocratique ». La domination masculine se retrouve également dans d'autres films tous d'initiative française : par exemple, *Fatma* (Khaled Ghorbal, 2002) primé par la Confédération internationale des cinémas d'art et d'essai à la « Quinzaine des réalisateurs » du Festival de Cannes ; *Les Yeux secs*³², réalisé par Narjiss Nejjar, sorti en 2004 ; ou, plus récemment, le film de Leila Marrakechi, *Rock the casbah*, dans lequel la question de l'héritage, très inégalitaire entre les hommes et les femmes, est abordée.

- 30 De nouvelles thématiques semblent trouver également écho auprès des publics comme l'embrigadement des jeunes maghrébins dans le terrorisme comme le montre le film de Nabil Ayouch, *Les chevaux de dieu*³³, une coproduction franco-belgo-marocaine, qui a réalisé 30 567 entrées.

Les distributeurs intéressés majoritairement par les films d'initiative française

- 31 Une autre propriété de la répartition des films entre distributeurs est la grande dispersion de ces derniers dans les films d'initiative française. En effet, sur la période 2000-2013, 32 entreprises de distribution sur 44 ont distribué un seul film chacune, produit ou coproduit par un des pays du Maghreb. Neuf ont accompagné deux films. Seules trois sociétés ont distribué plus : Les films de l'Atalante, Les films des deux rives, Océan films distribution.
- 32 L'hypothèse la plus plausible serait que la dispersion est liée à la rentabilité du film distribué et donc, au nombre d'entrées enregistrées, conjugué aux différentes aides auxquelles le distributeur peut prétendre. Comme le précise fort bien Michel Gomez (2011, p. 9), contrairement au producteur – dans notre cas également réalisateur de son

film – qui raisonne film par film, une société de distribution raisonne en termes de structure sur un volume annuel de films allant de 5 à 20. Ses choix de trésorerie sont déterminés non seulement par la qualité des films mais également par leur commercialisation (exploitation en salle, mandat vidéo, VoD, exportation, droit télévision, etc.). L'examen du nombre d'entrées des films maghrébins montre que plus de la moitié des films distribués par les distributeurs ayant à leur actif un seul film produit ou coproduit par un des pays du Maghreb, n'ont pas dépassé les 10 000 entrées. Peu d'entre eux ont eu une sortie sur support vidéo. Rares sont également les films qui sont diffusés après leur sortie en salle sur les chaînes de télévision françaises. L'engagement d'une société de distribution pour accompagner un deuxième film serait donc tributaire du résultat du premier film sur lequel un distributeur s'est engagé. Plusieurs exemples vont dans ce sens. MK2 ne semble plus être intéressé par la distribution des films produits ou coproduits par les pays du Maghreb et ce depuis plus de douze ans, après avoir accompagné respectivement en 2002 et 2003, les films *Fatma* (Khaled Ghorbal, 41 157 entrées) et *Mille mois* (Faouzi Bensaïdi, 15 730 entrées). Il en va de même pour d'autres sociétés comme Les films du Losange depuis huit ans et pour d'autres sociétés de distribution qui ont accompagné seulement deux films.

- 33 Le même constat peut être formulé concernant les sociétés de distribution ayant accompagné des films avec très peu d'investissements dans les frais d'édition, avec un nombre de copies très limité, par exemple.
- 34 Parallèlement à cette donnée sur le nombre d'entrées par film, très surveillé par les distributeurs, l'engagement de ces derniers est lié surtout à l'auteur, son « talent » et plus largement à l'« accointance entre le producteur, l'auteur du film et le distributeur »³⁴. L'accompagnement de ces films est motivé, pour certains distributeurs, par une sensibilité particulière aux réalisateurs algériens, marocains et tunisiens, devenue une composante importante de leur ligne éditoriale. C'est le cas des distributeurs Les films des deux rives et Les films de l'Atalante, dirigés respectivement par Jacques Choukroun et Gérard Vaugeois et qui ont déjà à leur actif, respectivement quatre et cinq films maghrébins distribués en France, depuis les années 2000.

Un intérêt lié à l'organisation des festivals et de manifestations cinématographiques

- 35 Gérard Vaugeois et Jacques Choukroun ont commencé la distribution des films des pays du Maghreb à partir de leur implication dans l'organisation de manifestations dédiées aux cinémas des pays nord-africains. Ainsi, la création en 2008 de la société de distribution *Les films des deux rives* est liée au démarrage du festival *Panorama du cinéma Algérien* (2007) et de *Regards sur le cinéma algérien* (2009) dans la région Languedoc-Roussillon. Dirigée par l'historien Jacques Choukroun, cette société distribue des films des pays du pourtour méditerranéen dont la majorité viennent d'Algérie³⁵.
- 36 Pour Gérard Vaugeois (Films de l'Atalante), l'intérêt pour la distribution des films des pays du Maghreb, va également de pair avec son implication au festival *Maghreb des films* (2009), organisé à Paris. Avant les années 2000, ce distributeur, fin connaisseur des cinémas peu diffusés en France et ancien exploitant du cinéma *Les 3 Luxembourg*, n'avait distribué qu'un seul film marocain. Son intérêt pour les cinémas des pays du Maghreb part d'une conviction selon laquelle il y aurait actuellement « un mouvement favorable qui se dessine à l'émergence de cinématographie [maghrébine] même si elle est plurielle »

et d'une qualité très inégale. « Quand je vais à Tanger [au festival national du film] voir la production marocaine, je suis un peu, parfois déçu, parce que la puissance publique met de l'argent dans des films archinuls. Mais aussi surpris parce que, au fil des années, on découvre une énergie qui se déplace et qui amène les cinéastes vers des propositions décollant complètement de ce qui était le cinéma marocain il y a encore dix ans ou quinze ans ». Créée en 1980, les Films de l'Atalante revendique « l'ambition d'être et de demeurer un éditeur et un diffuseur de films d'auteurs, de qualité, avec un choix et une ambition d'élitisme partagé, bien en phase avec l'époque »³⁶.

- 37 Ces deux distributeurs justifient également leurs engagements au côté des films des pays du Maghreb par les mutations sociologiques que connaît la France depuis la fin de la période coloniale, notamment la présence croissante en France de Maghrébins. Critiquant le peu d'intérêt que les salles de cinéma, en France, portent aux films d'Afrique du Nord, Gérard Vaugeois n'hésite pas à pointer du doigt les exploitants de salles qui, selon lui, oublient que parmi les 64 millions que nous sommes en France, « il y a peut-être dix millions de personnes qui ont une relations directe ou indirecte avec le Maghreb. Elles ne comptent pas cela ». Jacques Choukroun va dans le même sens en précisant que les films des pays du Maghreb participent au dialogue entre les deux rives de la méditerranée.

Les relations contractuelles complexes entre distributeurs et réalisateurs

Le film maghrébin, une prise de risque pour le distributeur ?

- 38 Outre la concurrence entre les films pour trouver des exploitants qui veuillent bien les programmer, les moyens mobilisés par les distributeurs restent très limités. 30 % des films dits maghrébins ont été présents dans les salles avec moins de quatre copies et 43 % avec au plus 10 copies. Si cette décision amoindrit le potentiel commercial du film et les recettes futures, les distributeurs jugent qu'ils ne peuvent engager beaucoup de frais (achats d'espaces publicitaires dans les médias, matériel publicitaire, frais de promotion du film, etc.) pour un film dont ils ne sont pas sûrs qu'il rencontrera des publics : « sortir un film a un coût et, quand ce coût est plus important que les recettes potentielles ou supposées, pour n'importe quel commerçant, parce qu'il s'agit d'un produit, cela dissuade », résume ainsi un de nos interlocuteurs.
- 39 Une comparaison – en termes de nombre de copies des films produits ou coproduits par les trois pays du Maghreb – avec les films français, sortis sur les écrans en France entre 2004 et 2013, montre des différences substantielles d'investissements dans les frais d'édition par exemple. En 2004, cinq films maghrébins étaient présents sur les écrans, dont trois avec moins de dix copies et deux avec moins de cinquante copies. En même temps, les 169 films français sortis, la même année étaient répartis comme suit :

Tableau 4 : nombre de copies pour les films sortis en France en 2004

	Films français sortis en 2004	Films maghrébins sortis en 2004
nombre de films avec - de 10 copies	33	3

nombre de films - 50 copies	34	2
nombre de films entre 50 et 100 copies	18	0
nombre de films entre 100 et 200 copies	28	0
nombre de films entre 200 et 400 copies	28	0
nombre de films plus de 400 copies	28	0

- 40 Pour Jacques Choukroun³⁷, « le système de la distribution en France est un système cher. Il est très difficile de sortir un film avec des moyens limités. Le moindre budget de distribution en France est au moins à 30 ou 40 000 euros. Avec 40 000 euros, si vous n'avez pas les aides du CNC, il faut que le film trouve 20 000 spectateurs et ça c'est très difficile actuellement. Donc, la distribution des films d'Algérie, du Maroc et de la Tunisie risque d'être structurellement déficitaire ». Les autres entretiens menés auprès des différents interlocuteurs montrent que les coûts engagés dans la distribution³⁸ de la majorité des films, produits ou coproduits par les pays du Maghreb sont en dessous de la moyenne observée en France.
- 41 De plus, ces coûts n'ont cessé d'augmenter durant les dix dernières années. Selon le CNC, les coûts de distribution des films de moins de dix copies s'élevaient en moyenne à 53 000 euros en 2004, pour atteindre en moyenne 62 000 euros en 2013. Les coûts de distribution des films sortis avec un nombre de copies entre 10 et 50 (27 sur 62 films) avoisinaient 1,5 millions d'euros. En même temps, une baisse des coûts s'est amorcée à partir de 2013 sous l'effet du passage au numérique. Plus généralement, selon le CNC (2004, p. 44), pour les films à petits budgets, la modestie des dépenses de sortie (50 000 euros en moyenne) par titre ne permet pas de compenser la faiblesse des recettes (15 000 en moyenne par titre), le taux de rentabilité distributeur salles étant de -70 %.

Incompréhension, absence de transparence ou méconnaissance des rouages de la distribution ?

- 42 Plusieurs rapports, commandités le plus souvent par le CNC (Bonnell, 2008 et Gomez, 2011), mettent l'accent sur le caractère complexe et passionné d'une relation, entre acteurs en présence – auteurs, producteurs et distributeurs –, chargée « par une certaine méconnaissance feinte ou réelle de l'ensemble de l'économie du secteur cinématographique » (Gomez, 2011).
- 43 Les distributeurs doivent parfois faire face à ce que Gérard Vaugois désigne comme une « incompréhension des détenteurs des droits sur les films maghrébins » :
- 44 « J'essaie de sortir, depuis deux ans, le film de Mohamed El-Aboudi, un documentaire remarquable, complètement abouti, réussi à tous les égards. Mais c'est une calamité avec le vendeur qui fantasme et qui voit quand il reçoit un mail, déjà des virements avec plein de zéros. Il n'a rien compris. C'est exactement la même chose avec le film Les terrasses

que je sors là. Il a fallu reprendre le film au vendeur qui ne le souhaitait pas en France parce qu'il voulait des sommes invraisemblables ».

- 45 De leur côté, certains réalisateurs, plus particulièrement ceux qui ne résident pas en France, semblent se plaindre de leurs relations avec les distributeurs de leur film. Par exemple, un réalisateur nous confie n'avoir touché aucune somme du distributeur de son film et ne dispose pas d'informations sur le nombre d'entrées que celui-ci a réalisé. Une seconde expérience, du même réalisateur, était infructueuse avec un autre distributeur qui a déposé le bilan et le film n'a jamais pu sortir dans les salles. Un autre confrère aurait été sollicité par le distributeur à participer a posteriori aux frais engagés dans la distribution par ce dernier. Ces réalisateurs avouent d'autant plus leur incapacité à suivre l'exploitation de leurs films dans les salles en France qu'ils n'y résident pas.
- 46 Plus généralement, les distributeurs restent peu diserts sur les modalités contractuelles qui les lient aux ayants droit des films qu'ils distribuent. La base de données des registres du cinéma et de l'audiovisuel fournit, cependant, une série d'informations qui éclairent sur les termes des contrats entre distributeur et les différents ayants droit³⁹. Si certains distributeurs accordent le minimum garanti aux auteurs des films qui nous intéressent, d'autres prennent peu de risque. Leur engagement se réduit à verser a posteriori un intéressement à l'auteur du film en fonction des recettes d'exploitation du film et des aides obtenues pour la distribution du film.

Apports et limites des aides à la distribution aux films produits ou coproduits par les pays du Maghreb

- 47 Si 47 des 62 films distribués en France, entre 2000 et 2013, sont des coproductions entre la France et un des pays du Maghreb, c'est que celles-ci permettent aux distributeurs de bénéficier du soutien automatique à la distribution. Les films de long métrage français ou de coproduction franco-étrangère peuvent, en effet, après délivrance de l'agrément de production, devenir générateurs de soutien financier au profit de l'entreprise qui les distribue, à condition que cette dernière prenne en charge les dépenses de distribution (achat d'espaces publicitaires, tirage de copies, coûts de promotion divers) ou qu'elle ait consenti des avances sous forme d'un minimum garanti pendant la production du film. Outre les films agréés, sont également éligibles les œuvres réalisées avec les aides aux « cinémas du monde »⁴⁰. Le montant du soutien est déterminé par le CNC, selon un barème qui prend en compte le nombre d'entrées enregistrées par les salles ayant programmé le film⁴¹. Cependant, tous les films, n'ont pas bénéficié de ce soutien parce qu'ils ne répondent pas aux critères d'éligibilité mentionnés plus haut. À l'exception des films réalisés avec les aides aux cinémas du monde ou précédemment, le fond Sud, les films produits uniquement par des fonds algériens, marocains, ou tunisiens ne peuvent bénéficier du soutien automatique à la distribution, ce qui les rend, aux yeux des distributeurs, plus fragiles économiquement.
- 48 Parallèlement au soutien automatique à la distribution, certains films ont bénéficié également des aides sélectives à la distribution concernant les œuvres cinématographiques « de qualité qui présentent des difficultés de distribution ». Les distributeurs peuvent également prétendre à l'aide sélective à la distribution aux films peu diffusés et à l'aide sélective dite « Images de la diversité ». Le montant total de toutes les aides pour une même œuvre (aides sélectives, soutien automatique mobilisé, aide à la

diversité, etc.) ne peut excéder 50 % de l'investissement du distributeur, c'est-à-dire des dépenses de distribution et du minimum garanti pour l'exploitation salles, si ce dernier est bien spécifié dans le mandat de distribution. Sur les 62 films, 12 ont bénéficié de l'aide à la distribution des cinématographies peu diffusées ; 11 ont eu accès à l'aide sélective à la distribution aux films inédits (aide film par film). Cinq autres ont joui de l'aide « images de la diversité ».

- 49 Si les aides permettent aux distributeurs de mieux accompagner le film, elles ne garantissent pas nécessairement plus de public. Les distributeurs s'accordent pour dire que les aides ne suscitent pas les programmations dans les salles. Elles ne permettent pas non plus d'augmenter le nombre des entrées. Concernant l'aide à la distribution des cinématographies peu diffusées, quatre films ont eu exactement le même montant d'aide (15 000 euros), leurs nombres d'entrées étant respectivement de 1 253, 1 313, 11 683 et 56 082. Le même type de constat peut être fait concernant les films ayant bénéficié de l'aide sélective à la distribution aux films inédits. Sans ces aides, le distributeur est obligé de revoir à la baisse les frais qu'il a prévu d'engager pour accompagner le film. Un autre distributeur va plus loin. Connaissant le fonctionnement interne des commissions d'aide et les profils des membres qui les composent, il n'hésite pas à qualifier les systèmes d'aide du CNC de « très peu équitable. [...] Il y a des sectarismes très forts, y compris de l'administration, et ce sectarisme s'opère à plusieurs niveaux. Il s'opère au niveau des films [...]. Les films maghrébins ne croulent pas sous les aides. Il n'y a pas de volonté ». En dépit de ces critiques, la France reste le pays européen où les réalisateurs maghrébins trouvent le plus d'aide à la fois pour réaliser leurs films et aussi pour qu'ils soient distribués et peut-être sans ces aides, beaucoup de films resteraient à l'état de projet. Au moment où les réalisateurs, producteurs et distributeurs sollicitent d'autres fonds, comme ceux des pays du Golfe, une des pistes de recherches futures serait d'analyser les logiques qui président aux attributions des aides du CNC aux films des pays du Maghreb.
- 50 Penser la distribution en France des films produits ou coproduits par les pays du Maghreb en partant des contraintes et des moyens des sociétés de distribution, c'est prendre en compte à la fois les dimensions économique et esthétique des films et la place que ces derniers occupent dans l'espace cinématographique français. Mais la question préalable demeure le périmètre des « cinémas du Maghreb ». Doit-on penser ces films comme un seul bloc, ou les considérer séparément en fonction du pays dont ils se réclament ? Alors que la majorité des films programmés dans les salles, sont des coproductions où la part majoritaire, en termes de fonds financier, est française, doit-on continuer à les considérer comme des « films maghrébins » ? Alors qu'une part non négligeable des réalisateurs de ces films vivent entre la France et leur pays d'origine ou sont installés de façon permanente dans le premier, doit-on considérer leurs films comme relevant de leur pays d'origine ? Ces questions renvoient directement à la question plus globale des relations qu'entretiennent ces pays avec la France.
- 51 La distribution des films dits du Maghreb dans les salles du cinéma en France, implique également une analyse des thématiques des films qui trouvent un accueil particulier auprès des publics en France, et ceux qui n'en trouvent pas. Cette question doit être prise en compte dans son articulation avec le regard que porte l'espace social français, à travers les médias, la littérature, le cinéma et les productions audiovisuelles sur les pays du Maghreb, dans une histoire postcoloniale. Les mutations de la société française, liées en particulier à la présence d'une population issue des différents âges de l'émigration maghrébine en France (Sayad, 1999) sont également une piste de recherche à développer

en s'intéressant à la fois à la place qu'accordent ces populations à ces films dans leurs pratiques spectatoriennes et à la présence de réalisateurs issus de cette immigration.

- 52 S'intéresser à la distribution des films maghrébins en France, c'est de plus identifier, dans un contexte souvent caractérisé par le manque de transparence et parfois la méconnaissance de la réalité économique des autres acteurs, les rapports de forces et les logiques des acteurs économiques et politiques qui interviennent dans ce processus. Les dispositifs d'aides, au sein du CNC, permettent encore à certains distributeurs de continuer à s'intéresser aux films d'auteurs de cette région du monde. Mais il est évident que l'approche présentée dans ce chapitre doit être complétée par deux autres dimensions importantes : les « politiques culturelles » des trois pays du Maghreb et la place qu'elles accordent à la circulation des leurs cinémas au-delà de leurs frontières ; les publics et la consommation de ces filmographies, à l'ère du multi-écrans.

BIBLIOGRAPHIE

- AGGAR, S., « Financement du cinéma algérien : le parcours du combattant des cinéastes », *Asaru cinéma*, n° 4, 2007, p. 35-37 [en ligne] URL : http://www.sudplanete.net/_uploads/fichiers/fichiers/asaru4-40.pdf [consulté le 3 octobre 2016].
- ARMES, R., *Les cinémas du Maghreb : images postcoloniales*, Paris, L'Harmattan, 2006.
- BAHRI, D., « Le féminisme dans/et le postcolonialisme », in *Penser le postcolonial : une introduction critique*, sous la dir. de N. Lazarus, Paris, Amsterdam, 2006, p. 301-330.
- BANCEL, N., BERNAULT, F., BLANCHARD, P., AMIRAUX, V., dir., *Ruptures Postcoloniales : les nouveaux visages de la société française*, Paris, La Découverte, 2010.
- BENCHENNA, A., « De la mobilisation identitaire à l'entreprise lucrative : le cas du portail d'information Yabliadi.com », in *Médias et migrations dans l'espace euro-méditerranéen*, sous la dir. de T. Mattelart, Paris, Mare & Martin, 2014.
- BEURÉ, F., DANARD, B., JARDILLIER, S., JEANNEAU, C., *L'économie du film français*, Paris, Les études du CNC, 2013.
- BHABHA, H.K., *Les lieux de la culture : une théorie postcoloniale*, Paris, Payot, 2007.
- BONNELL, R., *Le Droit des auteurs dans le domaine cinématographique : coûts, recettes et transparence*, Paris, Documentation française, 2008 [en ligne] URL : <http://www.ladocumentationfrancaise.fr/var/storage/rapports-publics/094000085.pdf> [consulté le 3 octobre 2016].
- BRAHIMI, D., *50 ans de cinéma maghrébin*, Paris, Minerve, 2009.
- CAILLÉ, P., « Hybridité ou Dissonance ? Quelques réflexions épistémologiques et méthodologiques sur la réception du Festival du Film Tunisien à Paris », *Mise au point*, n° 2, 2010, [En ligne] URL : <http://map.revues.org/1169> [consulté le 5 janvier 2015].
- CAILLÉ, P., MARTIN, F., *Les cinémas du Maghreb et leurs publics*. Paris, L'Harmattan, 2012.

CENTRE CINÉMATOGRAPHIQUE MAROCAIN (CCM), *Bilan cinématographique, année 2013* [en ligne] URL : <http://www.ccm.ma/inter/bilans/1-bilan.pdf> [consulté le 26 octobre 2016]

CHIBANE, M., CHIBANE K., « Le cinéma post-colonial des banlieues renoue avec le cinéma politique », *Mouvements*, n° 27-28, 2003, p. 35-38 [en ligne] DOI : 10.3917/mouv.027.0035 [consulté le 3 octobre 2016].

CENTRE NATIONAL DU CINÉMA ET DE L'IMAGE ANIMÉE (CNC), *La rentabilité des films*, étude réalisée par le BIPE, CNC, Service des études, des statistiques et de la prospective, 2004.

CNC, *Les coûts de distribution des films français en 2012, Les études du CNC*, 2014 [en ligne] URL : <http://www.larp.fr/dossiers/wp-content/uploads/2014/07/les-co%C3%BBts-de-distribution-des-films-fran%C3%A7ais-en-2012.pdf> [consulté le 26 octobre 2016].

CNC, « Bilan 2010 : les films, les programmes audiovisuels, la vidéo, l'exploitation, la production, la distribution, l'exportation... », *Les Dossiers du CNC*, n°318, 2011 [en ligne] URL : http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?

[p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-4074.pdf](http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-4074.pdf) [consulté le 26 octobre 2016].

CNC, « Bilan 2013 : les films, les programmes audiovisuels, la vidéo, l'exploitation, la production, la distribution, l'exportation... », *Les Dossiers du CNC*, n°330, 2014 [en ligne] URL : http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?

[p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-9701.pdf](http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-9701.pdf) [consulté le 26 octobre 2013]

CNC, « Bilan 2014 : les films, les programmes audiovisuels, la vidéo, l'exploitation, la production, la distribution, l'exportation... », *Les Dossiers du CNC*, n°332, 2015 [en ligne] URL : http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?

[p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-16601.pdf](http://www.cnc.fr/web/fr/detail_ressource?p_p_auth=six3QYQh&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&stru%2Fdocument_library%2Fget_file&folderId=17459&name=DLFE-16601.pdf) [consulté le 26 octobre 2015].

CNC, *L'agrément des films de long métrage*, document non daté [en ligne] URL : <https://www.google.fr/url?>

[sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi_sqv7h_jPAhXMWBoKHZ0oDk0QFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cnc.fr%2Fdocument_library%2Fget_file%3Fuuid%3D9d9865f8-213c-4dea-b1ee-04f41a323986%26groupId%3D18&usg=AFQjCNEU-lEsAC2MyVHQlfmN2hc4PS25JQ&sig2=N8HklX8JKqXRvVUh578Law](https://www.google.fr/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwi_sqv7h_jPAhXMWBoKHZ0oDk0QFggeMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.cnc.fr%2Fdocument_library%2Fget_file%3Fuuid%3D9d9865f8-213c-4dea-b1ee-04f41a323986%26groupId%3D18&usg=AFQjCNEU-lEsAC2MyVHQlfmN2hc4PS25JQ&sig2=N8HklX8JKqXRvVUh578Law) [consulté le 26 octobre 2016]

COLLIGNON, B., « Note sur les fondements des *postcolonial studies* », *EchoGéo*, n° 1, 2007, [en ligne] DOI : 10.4000/echogeo.2089 [consulté le 20 janvier 2015].

CRETON, L., *Économie du cinéma : perspectives stratégiques*, Paris, Armand Colin, 2014.

DUVAL, J., « L'art du réalisme. Le champ du cinéma français au début des années 2000 », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 161-162, 2006, p. 96-115 [en ligne] DOI : 10.3917/arss.161.0096 [consulté le 3 octobre 2016].

FASSIN, É., « La démocratie sexuelle et le conflit des civilisations », *Multitudes*, n° 26, 2006, p. 123-131 [en ligne] DOI : 10.3917/mult.026.0123 [consulté le 3 octobre 2016].

GOMEZ, M., *La transparence de la filière cinématographique : la relation entre le producteur et ses mandataires*, Paris, Rapport au CNC, 2011 [en ligne] URL : <http://www.cnc.fr/web/fr/rapports/-/ressources/622607> [consulté le 2 février 2015].

HIGBEE, W., « Le cinéma maghrébin vu de l'autre côté de la Méditerranée : cinéma national/transnational/diasporique », in *Les cinémas du Maghreb et leurs publics*, sous la dir. de P. Caillé, F. Martin, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 102-115.

JAÏDI, M.D., « Situation paradoxale d'une cinématographie en devenir », in *Les cinémas du Maghreb et leurs publics*, sous la dir. de P. Caillé, F. Martin, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 208-219.

LAZARUS, N., *Penser le postcolonial : une introduction critique*, Paris, Amsterdam, 2006.

MATTELART, T., *Piratages audiovisuels : les voies souterraines de la mondialisation culturelle*, Bruxelles, De Boeck, 2011.

MORISSET, C., MIÈGE, B., « Les industries du contenu sur la scène médiatique », *Réseaux*, n° 131, 2005, p. 145-185 [en ligne] DOI : 10.3917/res.131.0145 [consulté le 3 octobre 2016].

PIERON, C., VEYRET, J., DANARD, B., *Les coûts de distribution des films français en 2012*, Paris, Les études du CNC, 2014 [en ligne] URL : <http://www.cnc.fr/web/fr/publications/-/ressources/4873098> [consulté le 3 octobre 2016].

PRÉVOTEAU, K., *Le cinéma Art et Essai en France : politique publique - économie - circulation des inédits du Maghreb en salle*, in P. Caillé, F. Martin, *Les cinémas du Maghreb et leurs publics*, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 142 à 155.

ROLLET, B., « D'une rive de la Méditerranée à l'autre : financement, diffusion et reconnaissance des réalisatrices du Maghreb », *Africultures*, n° 89-90, 2011, p. 84-91 [en ligne] DOI : 10.3917/afcul.089.0084 [consulté le 3 octobre 2016].

SAYAD, A., *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*, Paris, Seuil, 1999.

SERCEAU, M., « Cinémas du Maghreb », *CinémAction*, n° 111, Paris, Éditions Charles Corlet-Télérama, 2004.

THIOLLIÈRE M. et RALITE J., *Rapport d'information fait au nom de la commission des Affaires culturelles par la mission d'information chargée d'étudier l'évolution du secteur de l'exploitation cinématographique*, Paris, Sénat, n° 308, 2003 [en ligne] URL : <https://www.senat.fr/rap/r02-308/r02-308.html> [consulté le 25 octobre 2016]

TRABELSI, A., « Le cinéma tunisien est-il européen ? », *Les Enjeux de l'information et de la communication*, n° 1, 2009, p. 96-113 [en ligne] URL : <https://www.cairn.info/revue-les-enjeux-de-l-information-et-de-la-communication-2008-1-page-96.htm> [consulté le 3 octobre 2016].

NOTES

1. Cf. les chapitres 6 et 7 de cet ouvrage.
2. Les deux autres niveaux – macro et micro – seront développés séparément dans deux autres textes.
3. Je tiens à remercier ici les services du CNC, et tout particulièrement Mmes Susane Rodes et Béatrice Mias ainsi que M. Raphaël Ceriez pour leur aide.
4. Nous pouvons citer, entre autres, le livre de Michel Serceau, publié en 2004, La traduction française de celui de Roy Armes en 2006, de Denis Brahimi en 2009 ou plus récemment le travail

coordonné par Patricia Caillé et Florence Martin, paru en 2012. Les références complètes de ces ouvrages figurent dans la bibliographie à la fin de ce texte.

5. Entretien, 2015.
6. M. Ahmed Sefrioui, directeur des beaux-arts au ministère des Affaires étrangères, entretien avec Louis Gravier, *Le Monde diplomatique*, mars 1970.
7. Relancé en 2013, ce festival se consacre depuis sa deuxième édition, aux courts métrages. Sa quatrième édition est prévue en avril 2015.
8. Association « Maghreb des films », <http://www.maghrebdesfilms.fr/le-projet.html>
9. Panorama des cinémas du Maghreb et du Moyen-Orient, <http://www.pcmmo.org/le-panorama/presentation/>
10. <http://www.maghrebdesfilms.fr/le-projet.html>
11. <http://www.bfi.org.uk/film-industry/british-certification-tax-relief/cultural-test-film>
12. http://www.imdb.com/title/tt1986047/companycredits?ref_=tt_dt_co
13. Nous pouvons citer, entre autres, la base de données du CNC, Base de données « Lumières de l'observatoire européen de l'audiovisuel » ou encore le site web <http://www.cbo-boxoffice.com> édité par la société Beautiful People.
14. <http://www.cinedi.com/>
15. <http://www.cnc-tsa.fr/>
16. <http://www2.culture.gouv.fr/culture/deps/chiffres-cles2011/09-cinema-2011.pdf>
17. Tableau réalisé par l'auteur à partir de données fournies par le CNC.
18. Entretien avec Menem Richa, Europa Cinéma, 2014.
19. Entretien avec Menem Richa, Europa Cinémas, 2014.
20. Tableau réalisé par l'auteur à partir de la base de données « Lumière » de l'Observatoire européen de l'audiovisuel.
21. « Nous, cinéastes, demandons que dorénavant aucun film ne puisse monopoliser plus de 10 % des écrans. Aujourd'hui les distributeurs multiplient les copies jusqu'à des niveaux inégaux. Vendredi 2 janvier 2004 : 938 copies pour *Nemo*, 998 pour *Le Seigneur des Anneaux*, 645 pour *Scary Movie 3*, 441 pour *Les ripoux* (606 à sa sortie). Ces quatre films à eux seuls occupent 3 022 écrans. L'inflation des copies est devenue la règle au détriment de la vie des films », L'Association des Cinéastes Indépendants (ACID-France), juillet 2004.
22. Réalisateur et organisateur du festival « Panorama des cinémas du Maghreb et du Moyen-Orient » à Saint-Denis, entretien réalisé en février 2015.
23. Tableau réalisé à partir des bilans CNC, 2010 et 2013 et des données fournies par le CNC concernant les films produits ou coproduits par les trois pays du Maghreb et distribués en France sur la même période.
24. Informations fournies par le CNC à la demande de l'auteur.
25. CNC, 2014, statistiques par secteur, open data.
26. http://www.imdb.com/title/tt1229381/companycredits?ref_=tt_dt_co
27. Source : http://www.imdb.com/title/tt2844994/companycredits?ref_=tt_dt_co
28. <http://www.unifrance.org/annuaires/societe/307156/agora-films>
29. Tableau des aides et avances sur recettes attribuées aux films par le CCM, document accessible en ligne sur le site du CCM.
30. <http://cineuropa.org/nw.aspx?t=newsdetail&l=fr&did=202882>
31. Le bilan pour l'année 2013 du CCM fait état de 21 films de long métrage tournés au Maroc, de 4 films de court métrage, de 6 séries télévisées, de 73 films documentaires, ainsi que 30 films publicitaires et 382 reportages TV. Selon le même document, le montant investi en devises au Maroc par ces tournages s'élève à l'équivalent de 22 millions d'euros (CCM, 2014, p. 17). La même année, le total des avances sur recettes attribuées aux productions marocaines n'a guère dépassé 6 millions d'euros pour 21 films de long métrage (14 avant production et 7 après production) et pour 6 films de court métrage dont 4 avant production et 2 après production).

Cette même enveloppe budgétaire comporte l'aide à l'écriture d'un projet de scénario et à la réécriture de scénario pour 4 films de long-métrage (CCM, 2014, p. 5).

32. Sélectionné à la Quinzaine des réalisateurs à Cannes en 2003, *Les Yeux secs* a été primé plusieurs fois : prix du scénario aux festivals de Namur et de Marrakech, Grand Prix du jury au Festival international du film de Rabat, prix de la première œuvre, prix d'interprétation féminine et prix du costume au Festival national du film marocain (source : *Aujourd'hui le Maroc*, le 14-5-2004).

33. Une adaptation du roman *Les Étoiles de Sidi Moumen* de Mahi Binebine, en référence aux attentats du 16 mai 2003 à Casablanca.

34. Entretien avec Emma Cliquet, CNC, février 2015.

35. Le site web de la société Les films des deux rives fait état de deux films qui ne figurent pas dans les données fournies par le CNC, à savoir le film *Arezki l'indigène* de Djamel Bendeddouche et *Mimezrane, la Fille aux tresses* d'Ali Mouzaoui. Ces films n'ont pas bénéficié d'une sortie nationale en France.

36. <http://www.lesfilmsdelatalante.fr/>

37. Entretien, 5 février 2015.

38. Le CNC regroupe les coûts de distribution d'un film en quatre catégories :

- *les frais techniques* qui comprennent le tirage de copies (argentiques et numériques), le stockage, le transport de copies et les frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce ;
- *les achats d'espaces publicitaires* pour l'affichage, la radio, internet, la presse, le cinéma et la télévision ;
- *la conception et la fabrication du matériel publicitaire*, (affiche, la création et la réalisation de spots radio, de clips vidéo, de sites internet, etc.) ;
- *les frais liés aux relations presse* : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festival et de représentation, rémunération de l'attaché de presse, voyages et déplacements, etc.

39. <http://www.cnc.fr/web/fr/rca>

40. Source : <http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-distribution>.

41. Voir le barème des aides sur le site du CNC <http://www.cnc.fr/web/fr/soutien-automatique-a-la-distribution>.