

CINÉMA

Disney rafle le box-office sur fond de critique des productions hollywoodiennes

Joker, qui avait passé deux semaines à la première place du box office mondial, vient d'être détrôné par *Maléfique*, le deuxième opus de la production Disney, qui engrange 153 millions de dollars sur son premier week-end d'exploitation. Avec *Avengers : Endgame*, *Captain Marvel*, *Aladdin*, *Le Roi Lion* et *Toy Story 4*, Disney s'est placé à la tête du box office durant quasiment toute l'année, devant le studio américain le plus rentable de l'année. Tous ces films ont pour point commun d'être des suites de productions à succès, symbole pour certains d'un élan de sérialisation du cinéma et d'épuisement de la machine hollywoodienne. Ce phénomène a été vivement critiqué par les cinéastes américains M. Scorsese et F.F. Coppola à l'occasion du Festival Lumière à Lyon, déclenchant à leur tour de nombreuses réactions.

Le cinéma de patrimoine comme nouvelle source de valorisation

Au cours des quinze dernières années, les rééditions et les films restaurés envahissent les salles françaises et l'actualité du cinéma. À l'occasion du Festival Lumière et de son marché du film, le CNC a présenté une étude sur l'économie du cinéma de patrimoine, analysant une nette hausse de sa présence. Sur les 8093 titres exploités dans les salles françaises en 2018, le CNC a relevé 3093 films de patrimoine (10 ans et plus), soit 38% de l'offre. C'est dans cette perspective que le groupe MK2 et la société Carlotta Films, spécialisée dans le cinéma de répertoire ont décidé de « développer une collaboration poussée de mise en avant des grandes oeuvres du patrimoine mondial ».



centre national
du cinéma et de
l'image animée

L'animé à le vent en poupe

Alors que le CNC vient d'accorder des aides à l'écriture à 14 projets d'animation pour un montant total de 147.000€, l'Académie des Oscars a reçu pas moins de 32 films en compétition pour la catégorie films d'animation. C'est un record. Parmi eux, on trouve notamment la production française *J'ai perdu mon corps*, primé dans plusieurs festivals et acheté par Netflix après sa diffusion à Cannes. L'animé n'est donc pas en reste dans la guerre des contenus.

On assiste ici à un processus de tentative de légitimation du film animé comme film de cinéma, initié il y a quelques années et confirmé par la sortie récente de plusieurs films d'animation à destination d'un public adulte.

DIGITA & MÉDIA

Salto : le grand saut des chaînes

La plateforme commune de France Télévisions, M6 et TF1 va tripler son budget initial, qui passera d'un peu moins de 50 millions d'euros à 135 millions d'euros sur trois ans. Les actionnaires investiront en plus 250 millions d'euros sur trois ans, dans l'acquisition et la création de contenus - financés sur les recettes que la plateforme compte générer dans le futur. Ce changement de stratégie marque la volonté des trois groupes de constituer une offre véritablement compétitive dans le domaine des contenus.

Le groupe français Banijay va s'offrir le géant de la télé-réalité Endemol

Cela pourrait bien être l'opération de l'année dans le secteur de l'audiovisuel. Selon plusieurs sources, le groupe français Banijay, propriété de Stéphane Courbit, est sur le point de mettre la main sur le géant Endemol Shine, détenu par Disney et le fonds Apollo Global Management. En effet, en se concrétisant, ce deal créerait le plus grand producteur de télévision au monde avec 2,6 milliards d'euros de revenus.



Podcasts : un marché foisonnant

Quasiment saturé aux Etats-Unis, le marché du podcast émerge en France. Alors que la deuxième édition du Paris Podcast Festival vient de se clôturer, une enquête menée à son occasion montre que près d'un Français sur 10 écoute un podcast natif au moins une fois par semaine. Si les initiatives se multiplient - rien qu'en 2019, 4 nouveaux acteurs français ont investi le secteur -, le marché cherche son modèle économique, entre publicité et abonnement. En levant 1,1 million d'euros pour mettre en oeuvre sa technologie de publicité en temps réel pour le marché de l'audio parlé, la plateforme française Audion vient de franchir une étape dans le processus de généralisation de la publicité dans le secteur. Pendant ce temps, huit entreprises du secteur ont décidé de la création d'une organisation professionnelle, et le ministère de la Culture a annoncé entamer une réflexion sur la création d'un fonds de soutien aux podcasts.

Chine. Q. Tarantino a refusé de modifier *Once upon a time...* pour le plier à la censure chinoise. Le film ne sortira donc pas en salle dans le pays.

Comme ailleurs, producteurs et diffuseurs devront faire face à la concurrence des géants américains.

INTERNATIONAL

Un projet de studio londonien déserté par les Américains en raison du Brexit

Si le Brexit n'est pas encore effectif, les incertitudes qu'il soulève ont suffi au groupe américain Pacifica Ventures (développeur à LA) de retirer ses investissements pour la construction d'un énorme studio de 110 millions de livres (soit presque 130 millions d'euros). C'est une grosse perte pour le R-U, Pacifica Ventures ayant déjà fait ses preuves dans la construction de studios à succès avec la fondation en 2007 d'un studio à Albuquerque qui a été racheté par Netflix en 2018, après avoir été utilisé pour de nombreuses productions, notamment *Breaking Bad*, *Sicario* et *The Avengers*.

Guerre des plateformes : toujours plus puissantes

Netflix a cette semaine déclenché plusieurs actualités : la première concerne l'annonce par plusieurs médias de la suppression imminente du système de partage de comptes entre amis, rapidement démentie. La plateforme a ensuite annoncé lundi son intention de lever l'équivalent de 2 milliards de dollars via l'émission de nouvelles obligations. Avec cet emprunt, son investissement total dans les contenus atteindra 15 milliards de dollars pour l'année 2019, soit trois fois plus qu'il y a trois ans. Il s'agit ici de préparer l'offensive face à l'arrivée imminente d'Apple TV+ et de Disney+ en novembre, alors que la valorisation boursière d'Apple vient d'atteindre un niveau record. Ces chiffres ont suscité de vives réactions dans le champ politique et médiatique : les appels au démantèlement des GAFAM ont ainsi été rapportés par plusieurs titres de presse.



mipcom®

Mipcom : une édition sous le signe de la révolution de la SVoD

« L'offensive du streaming » était le thème du Mipcom cette année. En tout, 450 plateformes étaient présentes à Cannes avec plus de 1800 acheteurs, dont de nombreuses plateformes moins connues à l'exemple de Rakuten TV, qui a annoncé à cette occasion le lancement d'une offre de VOD gratuite financée par la publicité, l'AVOD. Face à cette offre croissante de plateformes SVOD et une rationalisation accrue du temps des consommateurs, les plateformes nouvelles se sont lancées dans une véritable bataille pour l'acquisition des contenus.

Source : Télérama, Ecran total, Le Film Français, Screen Daily, Variety, 3 couleurs, Première, Le Monde, Le Figaro