



# ETUDE DES RETOMBÉES ECONOMIQUES ET TOURISTIQUES DES TOURNAGES AUDIOVISUELS ET CINEMATOGRAPHIQUES EN PROVENCE-ALPES-COTE D'AZUR

Rapport final



## **Comité de pilotage de l'étude**

### **Cabinet IDATE**

Florence Leborgne  
Sophie Girieud

### **Cabinet PV2D**

Jean-Michel Puydebat

### **Cabinet Euroêka Marketing Conseil**

Michel Touilloux

### **Cabinet Hexacom**

Eric Lavocat

### **Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille-Provence**

Thierry Huck  
Richard Bower  
Marie-George Guillien-André  
Dominique Cascio

### **Région Provence-Alpes-Côte d'Azur**

Chantal Fischer  
Vassili Meimaris

### **Ville de Nice**

Odile Chapel  
Christophe Baodoino

### **ATOUT FRANCE**

Christophe de Chassey  
Claudine Pellenard  
Frédéric Tambon  
Emmanuel Duval  
Philippe Maud'hui

### **Avec l'appui technique de Film France**

Patrick Lamassoure  
Franck Priot

# Sommaire

<b>1. Introduction</b> .....	<b>7</b>
1.1. Rappel des objectifs de la mission .....	7
1.2. Rappel de la méthodologie employée.....	7
1.3. Précision méthodologique .....	8
<b>2. Benchmarking des territoires français et étrangers en matière de stratégies mises en œuvre pour favoriser les relations cinéma-tourisme</b> .....	<b>9</b>
2.1. Analyse des stratégies Tourisme - Cinéma régionales françaises et étrangères ....	9
2.1.1. Veille relative aux stratégies tourisme – cinéma à l'étranger.....	9
2.1.2. Cinéma et tourisme : quelques réflexions France et régions.....	18
2.2. Analyse des questionnaires Tourisme-Cinéma .....	24
2.2.1. Synthèse de l'analyse des questionnaires Tourisme-Cinéma .....	24
2.2.2. Préconisations générales nouvelles actions Cinéma - Tourisme .....	25
<b>3. Analyse des retombées économiques directes des tournages en Provence-Alpes-Côte d'Azur</b> .....	<b>26</b>
3.1. Présentation générale du financement et du budget d'une œuvre de cinéma et de télévision française .....	26
3.1.1. Œuvres de cinéma françaises .....	26
3.1.2. Œuvres de télévision françaises .....	36
3.2. Cadrage général de la production cinématographique et audiovisuelle en Provence-Alpes-Côte d'Azur .....	44
3.2.1. Evolution du nombre de projets soutenus par la Région .....	44
3.2.2. Evolution des aides versées par la Région.....	45
3.2.3. Evolution du nombre de jours de tournage en région.....	47
3.2.4. Les fonds d'aides locaux.....	48
3.3. Analyse d'un échantillon de productions cinématographiques et audiovisuelles tournées en Provence-Alpes-Côte d'Azur.....	51
3.3.1. Note méthodologique.....	51
3.3.2. Présentation de l'échantillon de productions étudiées.....	52
3.3.3. Eléments de synthèse .....	52
3.3.4. Longs métrages .....	54
3.3.5. Fictions audiovisuelles.....	59
3.3.6. Courts métrages .....	66
3.3.7. Documentaires.....	69
3.3.8. Tournages publicitaires.....	71
3.3.9. Shootings photo.....	72

<b>4. Analyse des retombées économiques indirectes des tournages en Provence-Alpes-Côte d'Azur.....</b>	<b>74</b>
4.1. Contexte .....	74
4.2. Objectifs.....	75
4.2.1. Plan d'intervention .....	76
4.2.2. Méthodologie phase quantitative .....	76
4.3. Le questionnaire .....	77
4.4. Résultats.....	79
4.4.1. Motifs de fréquentation de la région PACA.....	79
4.4.2. Notoriété des films, séries, documentaires et attribution à la région PACA.....	85
4.4.3. Intérêt pour la mise en tourisme des lieux de tournage, studios de cinéma.....	89
4.5. Synthèse.....	94
4.5.1. Taux d'incidence sur la fréquentation de PACA d'un motif de visite lié au cinéma, aux tournages audiovisuels .....	94
4.5.2. Comportement touristique, consommation des visiteurs "cinéma".....	94
4.5.3. Notoriété et attribution des films, séries TV à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.....	95
4.5.4. Intérêt déclaré pour des produits touristiques liés au cinéma, aux tournages audiovisuels ...	96
<b>5. Evaluation des retombées économiques directes et indirectes et recommandations</b>	<b>97</b>
5.1. Evaluation des retombées économiques directes et indirectes .....	97
5.1.1. Retombées économiques directes .....	97
5.1.2. Retombées économiques indirectes.....	98
5.2. Recommandations destinées à optimiser les retombées des tournages.....	101
5.2.1. Synthèse des relations entre tourisme et cinéma.....	101
5.2.2. Préconisations pour un développement du lien cinéma-tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur.....	104
<b>6. Glossaire.....</b>	<b>113</b>

## Index des tables

Table 1 :	Topo sur les décors de cinéma en France .....	22
Table 2 :	Photographie des chiffres des régions en matière d'industrie cinéma et retombées .....	22
Table 3 :	Financement des 182 films d'initiative française agréés en 2009 .....	26
Table 4 :	Répartition du financement des films d'initiative française selon leur devis en 2009 .....	27
Table 5 :	Aides publiques des collectivités territoriales dans la production agréée en 2009 (hors coproductions)30	
Table 6 :	Coûts de production des 140 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2009 .....	31
Table 7 :	Structure des coûts de production des films de fiction selon leur coût total en 2009 .....	32
Table 8 :	Coûts de production des 30 films de documentaire ayant reçu un agrément de production en 2009	34
Table 9 :	Financement des 752 heures de fiction audiovisuelle aidées en 2009 .....	36
Table 10 :	Financement des 2 225 heures de documentaire de télévision aidé en 2009 .....	38
Table 11 :	Coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée en 2009 .....	40
Table 12 :	Coûts de production des documentaires de télévision aidés en 2009 .....	42
Table 13 :	Montant constaté de l'aide minimale et maximale accordée par catégorie d'œuvres entre 2003 et 2009 .....	46
Table 14 :	Nombre de jours de tournage minimum et maximum par catégorie d'œuvres entre 2003 et 2009 ....	47
Table 15 :	Comparaison des plafonds d'aides accordées par les fonds d'aides régionaux .....	48
Table 16 :	Comparaison des obligations faites aux productions en termes de temps de tournage dans la région49	
Table 17 :	Comparaison des obligations faites aux productions en dépenses locales .....	50
Table 19 :	Principaux indicateurs relatifs aux tournages en Région PACA.....	52
Table 20 :	Ventilation des dépenses locales par poste .....	53
Table 21 :	Répartition des dépenses en Région par grand poste .....	53
Table 22 :	Part des dépenses en Région .....	53
Table 23 :	Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux.....	54
Table 24 :	Mesure de l'impact direct pour 1 EUR de subvention par catégorie d'œuvres .....	54
Table 26 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 16 longs métrages étudiés .....	55
Table 27 :	Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 16 longs métrages étudiés.....	56
Table 33 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 2 longs métrages intégralement tournés en PACA ....	57
Table 34 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 3 longs métrages partiellement tournés en PACA .....	58
Table 35 :	Principaux indicateurs relatifs aux tournages de longs métrages en Région PACA .....	58
Table 36 :	Analyse des fictions audiovisuelles de l'échantillon .....	59
Table 37 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 14 fictions TV étudiées.....	60
Table 38 :	Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 14 fictions TV étudiées.....	61
Table 39 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 5 fictions unitaires .....	62
Table 40 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 4 séries TV .....	63
Table 41 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 3 fictions d'époque .....	64
Table 42 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 2 fictions intégralement tournées en PACA .....	65
Table 43 :	Principaux indicateurs relatifs aux tournages de fictions audiovisuelles en Région PACA.....	65
Table 44 :	Analyse des courts métrages de l'échantillon .....	66
Table 45 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 5 courts métrages étudiés.....	67
Table 46 :	Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des courts métrages .....	68
Table 47 :	Analyse des documentaires de l'échantillon .....	69
Table 48 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 5 documentaires étudiés.....	69
Table 49 :	Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des documentaires .....	70
Table 50 :	Analyse des tournages publicitaires de l'échantillon .....	71
Table 51 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 5 tournages publicitaires .....	72
Table 52 :	Analyse des shootings photo de l'échantillon.....	72
Table 53 :	Détail des dépenses en PACA par poste des 2 shootings photo.....	73

Table 54 : Estimations des retombées économiques directes par catégorie d'œuvres en Région Provence Alpes Côte d'Azur en 2009.....	97
Table 55 : Comparaison du poids respectif de chaque catégorie d'œuvres dans les crédits engagés par la Région Provence Alpes Côte d'Azur et dans les retombées économiques directes en 2009.....	98
Table 56 : Estimations des retombées économiques indirectes en Région Provence Alpes Côte d'Azur, dans la ville de Marseille et la ville de Nice .....	99
Table 57 : Répartition des retombées indirectes ventilées par poste de dépenses (hypothèse moyenne) .....	100
Table 58 : Demandes les plus fréquentes des équipes de tournage auprès des Commissions locales du film en PACA .....	102
Table 59 : Circuits et randonnées pédestres proposés par l'ODT d'Aubagne sur les traces de Marcel Pagnol	103
Table 60 : Monuments de l'État ouverts aux tournages en PACA et dont la gestion domaniale est confiée au Centre des monuments nationaux .....	110

\*\*\*

## Index des figures

Figure 1 : Exemple de ces parcours cinéma : le parcours Adèle Blanc Sec.....	14
Figure 2 : Carte de 12 illustrations de l'impact du cinéma .....	18
Figure 3 : Exposition "Monuments, stars du 7 <sup>ème</sup> art" .....	21
Figure 4 : Evolution de la répartition du financement des films d'initiative française, 2000-2009 .....	28
Figure 5 : Evolution du nombre annuel de films aidés par les collectivités territoriales en France, 2002-2009 ..	29
Figure 6 : Evolution du montant annuel des aides des collectivités territoriales en France, 2002-2009 .....	29
Figure 7 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production des films de fiction, 2003-2009 .....	33
Figure 8 : Evolution la structure des coûts de production des films de fiction par grands ensembles, 2003-2009	33
Figure 9 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production des films documentaires, 2003-2009 .....	35
Figure 10 : Evolution la structure des coûts de production des films documentaires par grands ensembles, 2003-2009 .....	35
Figure 11 : Evolution de la répartition des financements de la fiction audiovisuelle aidée, 2000-2009.....	37
Figure 12 : Evolution de la répartition des financements du documentaire de télévision aidé, 2000-2009.....	39
Figure 13 : Répartition par genre des aides des Régions en faveur de la production audiovisuelle en 2009.....	40
Figure 14 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée, 2005-2009 .....	41
Figure 15 : Evolution de la structure des coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée par grands ensembles, 2005-2009.....	41
Figure 16 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production du documentaire de télévision aidé, 2005-2009 .....	43
Figure 17 : Evolution de la structure des coûts de production du documentaire de télévision aidé par grands ensembles, 2005-2009.....	43
Figure 18 : Evolution du nombre de projets soutenus par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur par catégorie	44
Figure 19 : Evolution des aides totales versées aux productions.....	45
Figure 20 : Evolution de la subvention moyenne accordée par œuvre .....	46
Figure 21 : Evolution du nombre moyen de jours de tournage par catégorie.....	47
Figure 22 : Répartition des dépenses en PACA des 16 longs métrages étudiés.....	55
Figure 23 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 16 longs métrages .....	56
Figure 29 : Répartition des dépenses en PACA des 2 longs métrages intégralement tournés en PACA.....	57
Figure 30 : Répartition des dépenses en PACA des 3 longs métrages partiellement tournés en PACA.....	58
Figure 31 : Répartition des dépenses en PACA des 14 fictions TV étudiées.....	60
Figure 32 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 14 fictions TV .....	61
Figure 33 : Répartition des dépenses en PACA des 5 fictions unitaires .....	62
Figure 34 : Répartition des dépenses en PACA des 4 séries TV.....	63
Figure 35 : Répartition des dépenses en PACA des 3 fictions d'époque .....	64
Figure 36 : Répartition des dépenses en PACA des 2 fictions intégralement tournées en PACA .....	65
Figure 37 : Répartition des dépenses en PACA des 5 courts métrages étudiés.....	67
Figure 38 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 5 courts métrages .....	68
Figure 39 : Répartition des dépenses en PACA des 5 documentaires étudiés.....	70
Figure 40 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 5 documentaires .....	71
Figure 41 : Répartition des dépenses en PACA des 5 tournages publicitaires .....	72
Figure 42 : Répartition des dépenses en PACA des 2 shootings photo.....	73

# 1. Introduction

## 1.1. Rappel des objectifs de la mission

Les objectifs assignés à cette étude étaient les suivants :

- **Identifier et évaluer qualitativement et quantitativement les retombées économiques liées directement au tournage :**
  - Détailler le financement d'une œuvre de cinéma et de télévision ;
  - Evaluer les budgets moyens des œuvres de cinéma et de télévision et la part consacrée au tournage ;
  - Mesurer le niveau et l'évolution des dépenses effectuées en région (en valeur absolue et en part relative sur le budget total) et déterminer les types d'activités concernées ;
  - Evaluer l'impact des aides publiques aux tournages ;
- **Identifier et évaluer qualitativement et quantitativement les retombées indirectes :**
  - Mesurer le retour sur investissement pour un territoire touristique à forte ou moyenne notoriété, identifier les types d'activités concernées et évaluer les délais dans lesquels ce retour se produit ;
  - Evaluer la durée de l'impact d'un film ou d'un téléfilm ;
  - Déterminer les types de films ou téléfilms qui produisent un impact particulièrement important sur le tourisme et établir – si cela s'avère pertinent - une typologie des productions en la matière ;
  - Estimer l'influence du niveau d'équipement de la région sur les retombées potentielles et déterminer quels équipements particuliers le territoire doit posséder afin d'optimiser les retombées ;
  - Mesurer l'influence du fonds de soutien sur les retombées ;
  - Déterminer les stratégies à mettre en œuvre par les territoires dans le but d'accroître les retombées futures et identifier les partenaires à mobiliser dans ce cadre ;
  - Dégager, via la présentation de cas réels, les bonnes pratiques à l'international, à la fois en termes de stratégies territoriales mises en œuvre et de calculs de leurs impacts ;
- **Modéliser, pour les retombées directes et indirectes, le schéma d'impact économique, en fonction du type de production et du type de territoire.**

## 1.2. Rappel de la méthodologie employée

La conduite de la mission s'est articulée autour de quatre étapes principales :

- La **phase 1** a conduit à effectuer un benchmarking des stratégies menées en France et à l'étranger (Royaume Uni, Espagne, Italie et Belgique) pour favoriser les relations cinéma-tourisme. L'objectif en était de dégager les grandes tendances en matière de politiques mises en œuvre pour générer du tourisme par la production audiovisuelle. Ce travail a été effectué sur la base de recherches documentaires et sur la base d'un questionnaire auprès de 17 structures françaises et étrangères (6 retours).
- La **phase 2** a permis d'évaluer les retombées économiques directes des tournages en région PACA grâce à l'analyse d'un échantillon de productions audiovisuelles réalisées sur le territoire. 47 dossiers fournis par la Région Provence Alpes Côte d'Azur et la Ville de Nice ont été retraités et analysés dans ce cadre.

- La **phase 3** se composait :
  - D'une enquête qui a été réalisée auprès de 300 touristes et excursionnistes interrogés à Marseille (Vieux Port, gare St Charles, Notre Dame de la Garde), à Nice (le port, vieille Ville, Promenade des Anglais dont pointe Rauba Capeu) et à Cannes (la Croisette), ainsi qu'auprès d'un sur-échantillon de 149 personnes interrogées à Marseille (Boutique Plus Belle La Vie, Embarcadère Plus Belle La Vie) et Cannes (le Palais des Festivals, Exposition Traverso, Train touristique Cinéma Tour). Cette enquête était destinée à évaluer les motivations des touristes liées aux tournages ainsi qu'à fournir des éléments sur les retombées touristiques des productions audiovisuelles ;
  - De 3 à 4 entretiens auprès d'acteurs représentatifs du secteur touristique régional visant à recueillir des retours qualitatifs sur les retombées touristiques des tournages en PACA. Neuf entretiens ont finalement été réalisés ;
- La **phase 4** a conduit à réaliser un outil excel permettant d'évaluer les retombées économiques directes en région PACA et les retombées touristiques indirectes en région PACA, à Marseille et à Nice, et à formuler des recommandations sur les actions prioritaires à mener afin de maximiser les bénéfices des tournages audiovisuels pour le territoire.

Ce document reprend l'ensemble des travaux réalisés au cours des 4 phases de la mission.

### 1.3. Précision méthodologique

Les retombées économiques identifiées et mesurées au cours de cette mission sont les retombées directes et indirectes telles que définies dans le glossaire (Cf. 6. Glossaire), à savoir :

- Le surplus d'activité généré directement par le tournage en région PACA (recrutement de personnel, prestations de fournisseurs, frais de logement et de repas).
- Les dépenses réalisées par les visiteurs dont la venue est liée explicitement à un tournage effectué précédemment sur ce territoire (restauration, hébergement, transport, visites touristiques, achats divers).

L'étude ne prend cependant pas en compte l'ensemble des retombées induites (appelées aussi "effet boule de neige"), c'est-à-dire l'ensemble des dépenses des structures et du personnel des structures qui ont bénéficié des retombées directes et indirectes des tournages.

L'étude ne prend pas en compte non plus les dépenses qui seraient effectuées par les équipes de tournage pendant la durée du tournage mais non directement imputables au tournage (visites de musées, achats de souvenirs par exemple).

## 2. Benchmarking des territoires français et étrangers en matière de stratégies mises en œuvre pour favoriser les relations cinéma-tourisme

### 2.1. Analyse des stratégies Tourisme - Cinéma régionales françaises et étrangères

#### 2.1.1. Veille relative aux stratégies tourisme – cinéma à l'étranger

##### **Le Royaume Uni, un pays en avance dans l'exploitation des liens tourisme-cinéma**

Au niveau national, l'équivalent de France Guide, Visit Britain, propose sur son site internet dès sa page de garde par thématique une entrée TV et cinéma au même titre que les 10 autres entrées touristiques que sont : jardins, séjours verts, histoire et patrimoine, détente et plaisirs, musées et galeries, rock, plein air, shopping, gastronomie et sport.

Cela traduit, avec la présence du rock notamment comme entrée, une volonté d'être "contemporain" que le site touristique français France Guide n'a pas introduite avec le même degré d'intensité (la France restant un pays de patrimoine et de traditions).

Concrètement cela se traduit par deux principales rubriques très développées tournant autour de la visite des lieux de tournage mais proposant deux approches différentes :

- la première propose des entrées par personnage de films ayant chacun fait l'objet de nombreux films et pour lesquels la liste des principaux lieux de leur saga est proposée : parmi eux *Sherlock Homes*, *Le prisonnier* (série anglaise mondialement connue), *Elizabeth et le grand siècle*, *Robin des Bois*, *Harry Potter*, *James Bond*...
- la seconde propose dix coups de cœur de grands films anglais ou tournés au Royaume Uni allant de *4 mariages et un enterrement* à *Trainspotting* en passant par *Braveheart* ou les *Monty Python*....

Un itinéraire à Londres sur les traces des stars de cinéma ("movie maps") est également proposé. Une initiative relayée par Film London qui propose notamment des itinéraires liés à une dizaine de films, dont *Bridget Jones* par exemple (cf. ci-après quelques extraits tirés d'Internet) :

## Exemple – Développer les lieux de tournage de James Bond

(extraits du site internet Visit Britain) <http://www.visitbritain.com/fr/FR/>)

### Les lieux de tournage des James Bond dans tout le Royaume Uni

Fans de l'espion So british, lancez-vous sur les traces de votre héros favori, à la découverte des lieux de tournage à travers toute la Grande-Bretagne.

#### Eden Project (St Austell, Cornouailles)

**Votre mission : un parcours dans la jungle tropicale... des Cornouailles !**

L'Eden Project interroge les rapports entre l'homme et la nature et a servi de décor dans "Meurs un autre jour". Baladez-vous dans ces fantastiques "biodomes" (les plus grands du monde) - et attention aux ennemis cachés !

>> Eden Project ([www.edenproject.com](http://www.edenproject.com))



#### National Motor Museum (Brockenhurst, Hampshire)

**Votre mission : l'expo des gadgets et véhicules de James**

A 90 miles de Londres, le musée propose une exposition unique qui dévoile les incroyables engins, véhicules et autres gadgets qui ont fait rêver tant de spectateurs dans "Vivre et Laisser Mourir", "L'Espion qui m'aimait", "Le Monde ne suffit pas" ou "Meurs un autre jour".

>> James Bond Experience ([www.beaulieu.co.uk](http://www.beaulieu.co.uk)) au National Motor Museum.



#### Nene Valley Railway (Peterborough)

**Mission : un voyage à travers l'Angleterre secrète**

Ce magnifique chemin de fer pour trains à vapeur vous fera découvrir les plus beaux panoramas de l'Est de l'Angleterre. Il a servi de décor dans "Octopussy".

>> Nene Valley Railway ([www.nvr.org.uk](http://www.nvr.org.uk))



#### La plaque de Sean Connery (Edimbourg)

**Votre mission : rendre hommage au premier des 007**

Une plaque commémorant la carrière de Sean Connery a été installée dans sa ville natale à l'initiative du Scottish Film Council en 1996. Vous la trouverez au 176 Fountainbridge Street.

>> Plaque commémorative de Sean Connery ([www.myedinburgh.org/?page=1147](http://www.myedinburgh.org/?page=1147))

#### Somerset House (Londres)

**Votre mission : visite et patin à glaces**

Ce bâtiment du 18<sup>ème</sup> siècle représente le QG du MI6 dans "Demain ne meurt jamais". Films en plein air, concerts et piste de patinage en plein air.

>> Somerset House ([www.somerset-house.org.uk/](http://www.somerset-house.org.uk/))



#### MI6 Building (London)

**Votre mission : toucher uniquement avec les yeux !**

Voici le QG du Secret Intelligence Service (SIS), mieux connu sous le nom de MI6. C'est l'endroit où James Bond reçoit ses ordres de M et où Q fait ses démonstrations de gadgets. On aperçoit le bâtiment dans "Golden eye" et "Le monde ne suffit pas".

>> MI6 Building



## Extraits du site Internet de Film London

(entrée Film Tourism) [http://filmlondon.org.uk/film\\_culture/film\\_tourism](http://filmlondon.org.uk/film_culture/film_tourism)

### Movie Maps

Love from London	Match Point	Thunderbirds
South Bank Movie Trail	Closer	Love Actually
Bollywood	Bridget Jones: The Edge of Reason	The Mother
London on Film		

London is one of the most cinematic cities in the world and images of London on screen contribute significantly to the branding of the capital, increasing the attraction of the city for business and leisure tourism alike. Over 15 million overseas tourists come to London each year - together with ten million domestic visitors and 150 million day trippers. Films depicting the UK are responsible for attracting about 1 in 10 overseas tourists, spending around 1.8 billion GBP a year.

Major brands such as Bond and Harry Potter have become global advertisements for London and the UK with such films sparking a boom in tourism and generating an amount of screen time that no tourist board could afford to purchase in terms of advertising its brand and destination.

Following the success of a series of Movie Maps produced in partnership with Visit London, Film London has launched a new online Movie Map as the first of its tourism initiatives under the banner of Love From London. The maps invite people to take a fresh look at the city by exploring the capital's hot spots of celluloid magic and creating their own film-inspired tours of the city.



Ces initiatives ont été multipliées depuis que des études ont montré qu'une part non négligeable du public touristique étranger était venu en Angleterre suite à des films soit directement, soit indirectement en modifiant l'image du pays. Une récente étude de Oxford Economics<sup>1</sup> sur ce qu'on qualifie au Royaume Uni de "film induced industry" évoque le chiffre de 1 visiteur sur 10.

En termes de retombées touristiques, Oxford Economics identifie un effet direct et un effet plus diffus.

Un exemple d'effet direct est donné par le rapport d'Oxford Economics, selon lequel 10% des voyages au Royaume-Uni seraient motivés par un film ou ses décors.

<sup>1</sup> The Economic Impact of the UK Film Industry, Oxford Economics, 3<sup>rd</sup> edition, June 210

Un second effet plus diffus est lié au rôle de "branding" joué par un film permettant de modifier l'image d'un pays ou d'une région ou d'en donner une image plus favorable ou plus positive :

- Ainsi, un sondage effectué sur le site Internet du CRT Nord-Pas de Calais auprès de 7 377 votants en ligne montre que 72% des personnes ne connaissant pas la région Nord-Pas de Calais ont eu envie de venir dans la région suite au film Bienvenue chez les Ch'tis ;
- Selon la Lettre de l'Ambassade des Etats-Unis en France (n°1 - janvier-février 2006), 62% des touristes américains qui se rendent en France déclarent avoir découvert et admiré le pays dans un film.

Selon le rapport d'Oxford Economics cité précédemment, l'impact direct des tournages de films au Royaume Uni est évalué à 1.594 milliards GBP en 2009 représentant 36 000 emplois. Oxford Economics estime à 1.9 milliard GBP les dépenses touristiques liées à des films tournées en Grande-Bretagne (sur un total de 16,4 milliards pour l'économie touristique britannique), correspondant à 20 000 emplois sur un total de 170 000 emplois (soit 11.8%), contribuant à hauteur de 950 millions GBP au PIB britannique. Au total, l'industrie du film a généré 4.574 milliards GBP en 2009 (retombées directes et indirectes confondues dont les retombées touristiques) contribuant à 99 650 emplois.

Il y a peu de chance que le même chiffre soit obtenu en France compte tenu :

→ **1/** de la notoriété beaucoup plus ancrée à l'international de nombreux sites français auquel le cinéma n'apporte qu'un petit plus

→ et **2/** du fait de la part très importante des publics américains au Royaume Uni beaucoup plus faible en France qui sont très sensibles à ce type d'effet marketing (en effet, on compte 3 millions de visiteurs américains en France contre 4 millions au Royaume Uni).

Des chiffres publiés au Royaume Uni montrent que l'impact immédiat (1 an après la sortie par exemple) sur la fréquentation d'un site de type Monument Historique ayant servi comme scène de tournage varie dans des proportions allant de 30 – 40% à plus de 100% (doublement de la fréquentation) comme le montre l'exemple de Antony House (propriété du National Trust) cadre du dernier Tim Burton, Alice au Pays des Merveilles, ou de Alwick Castle ayant servi de lieux de tournage pour Harry Potter (tous deux à plus de 100%) ou de monuments londoniens figurant dans Da Vinci Code qui ont connu en moyenne 30 à 40% d'augmentation. L'étude est beaucoup moins précise sur la durée de l'impact même si elle cite une étude de Riley sur les USA qui envisage des impacts importants sur au moins 5 ans. A noter que les impacts sont moindres sur des pays difficiles d'accès et peu fréquentés touristiquement mais reste néanmoins dans des fourchettes allant de 20 à 30% (*Crocodile Dundee* +20% sur la fréquentation touristique étrangère en Australie, *Le Seigneur des anneaux* +17% sur la fréquentation touristique étrangère en Nouvelle Zélande, enfin *Lost in translation* +28% sur la fréquentation touristique étrangère au Japon). (Sources Riley)

A noter que certains chiffres donnent des impacts sur site beaucoup plus forts (beaveheart )

A signaler qu'il existe au Royaume Uni une application Apple iPhone concernant les lieux de tournage principaux dans ce pays et qu'un fabricant de voitures (Vauxhall) a monté un partenariat avec Visit Britain proposant un "tour" en voiture sur 23 lieux touristiques du Royaume Uni ayant servi de cadre à 39 films.

Ces initiatives sont par ailleurs relayées au niveau régional comme le montre l'exemple de la région des East Midlands avec Robin des Bois.

## Extraits du site internet touristique de la Région East Midlands

(<http://www.discovereastmidlands.fr>)



Bienvenue sur la terre du célèbre hors-la-loi ! Avec la complicité de ses joyeux compagnons, ce héros médiéval volait les riches pour donner aux pauvres de la région des East Midlands. Russell Crowe tiendra la vedette du nouveau film "Robin des Bois" de Ridley Scott, dont la sortie est prévue le 19 mai 2010. Visitez les East Midlands et profitez de l'aventure médiévale par vous-même!

**23 mars - 31 octobre 2010** : Visite du Château de Nottingham et du Centre des Visiteurs de la Forêt de Sherwood pour voir les costumes et les souvenirs du film.



### Château de Nottingham et statue de Robin des Bois

Ce magnifique château du 17<sup>ème</sup> siècle fut construit à l'emplacement du château médiéval d'origine et offre une vue spectaculaire sur la ville. Il abrite désormais un musée et une galerie d'art. À partir de l'été 2010, il accueillera également une exposition rassemblant souvenirs, décors et costumes du film.



### Forêt de Sherwood

Venez découvrir la beauté historique de la forêt de Sherwood et imaginez-vous dans la peau de Robin et de ses joyeux compagnons, vivant cachés au milieu de magnifiques chênes. L'arbre le plus haut et le plus célèbre de la forêt est un chêne de 500 ans nommé Major Oak qui, selon la légende, servait de point de rassemblement à Robin et sa bande de hors-la-loi.



### Le Robin Hood Festival et le Robin Hood Pageant

Visitez le "Robin Hood Festival" ou le "Robin Hood Pageant" et remontez le temps vers l'époque de Robin des Bois et sa bande de joyeux drilles. Au programme : des combats d'épée en direct, des joutes et de nombreuses activités médiévales que vous pourrez vivre comme ces célèbres hors-la-loi



### Pub : Old Trip to Jerusalem

Creusée dans la pierre juste en dessous du château de Nottingham, il s'agirait de la plus vieille auberge d'Angleterre, hantée par quelques fantômes. C'est ici que la légende de Robin des Bois est née, les aventures du héros étant rapportées par les locaux autour d'une bière.



### Attraction : City of Caves de Nottingham

Descendez dans les profondeurs de la ville de Nottingham et explorez un monde parallèle. Découvrez la vie souterraine au fil des siècles, lorsque les habitants de la ville durent trouver refuge dans ces caves.



### Musée : Galleries of Justice

Découvrez les crimes macabres et les châtiments au temps de Robin des Bois, les histoires sinistres des hors-la-loi de Nottingham dans le bâtiment où ils furent jugés, emprisonnés et exécutés de façon barbare



### Edwinstowe

Visitez l'église St Mary où, selon la légende, Robin des Bois et Dame Marianne se seraient mariés. Une statue de Robin demandant la main de Marianne est exposée à la bibliothèque.



### Circuit Robin des Bois

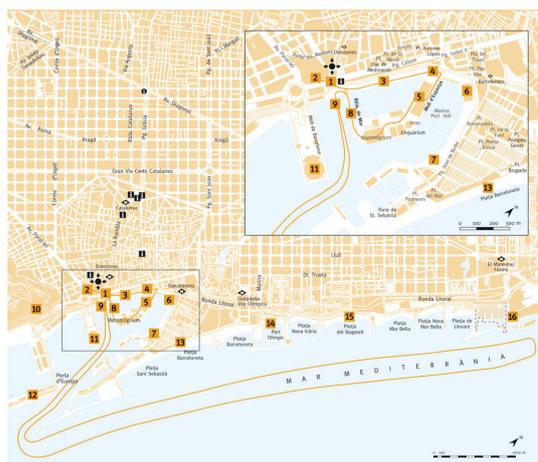
Plongez dans la légende en téléchargeant cette visite guidée consacrée au célèbre hors-la-loi.

Les commentaires audio, en anglais uniquement sont disponibles en téléchargement sur le site internet. Des points d'information à chaque étape proposent des traductions en français et en allemand).

## Les autres initiatives repérées dans d'autres pays

### Espagne / Catalogne

Les Barcelona movie walks en partenariat avec l'OT de Barcelone, la commission du film Catalogne / Barcelone et la CEET, une école touristique renommée à Barcelone téléchargeables sur le site de l'OT sur des thèmes comme le Barcelone de Woody Allen, le Barcelone de Pedro Almodovar, le Barcelone de Erasmus.



A noter que le même type d'initiative existe à Paris avec 12 circuits cinéma édités par la mission Cinéma de Paris (de 5 à 25 000 exemplaires) dans une optique plus culturelle que touristique (ces documents sont très difficilement téléchargeables sur le site de la Ville de Paris, non relayés sur le site de l'OT et introuvables sur celui du CRT Ile de France)

Figure 1 : Exemple de ces parcours cinéma : le parcours Adèle Blanc Sec



A noter que l'Espagne et ses régions (Andalousie, Valence, Catalogne) se positionnent tout comme PACA plus sur les décors extérieurs que sur les studios, les capacités de ceux existants étant relativement limitées ("parc audiovisuel de Catalunya" à Terrassa 2 000 m<sup>2</sup>, Malaga surface équivalente, Palma 1 000 m<sup>2</sup>...) à l'exception notoire de Ciudad de la Luz ouverte en 2005 à Alicante qui développe 11 000 m<sup>2</sup> de studios sans compter des décors extérieurs y compris des zones de tournage aquatique le long de la mer et de la plage (élément unique au monde).

De 2005 à 2007, ce complexe a accueilli 19 productions totalisant d'après la principauté de Valence (qui a initié ce projet) 69.5 millions EUR d'impact économique direct (dont notamment 109 000 nuitées hôtelières). A noter enfin que Séville accueille le seul salon professionnel européen des lieux de tournage et ce depuis 2009 avec le SILE (Location Trade Show).

### Italie

Plusieurs initiatives repérées en Italie, en particulier à Turin, sur le site de l'OT de Turin et de sa région. Capitale historique du cinéma abritant le musée national du cinéma, un itinéraire cinéma, décrivant (sans carte) les lieux de tournage de films allant de Cabiria, en passant par Antonioni, Commencini ou Dario Argento...

Il existe par ailleurs un circuit touristique dans Rome lié au cinéma conçu par un tour opérateur (Argiletum), en collaboration avec ActivCinema, Rome, la Revue d'Archéologie Cinématographique de Rome et l'Italie.



En collaboration avec le Conseil de Tourisme Gouvernemental italien (ENIT), le CIT Vacances et le Parc national Cinque Terre, les Cinémas de Palais ont tenu l'avant-première exclusive screenings de GENOVA à Sydney, Melbourne et Brisbane. Cette campagne de promotion a connu un grand succès.

Le film GENOVA de Winterbottom donne envie aux visiteurs pour explorer les allées mystérieuses et son littoral glorieux de cette ville.

"Le cinéma représente un grand potentiel promotionnel pour une destination" a dit Barbara Raffellini de Cinque Terre - "un nombre augmentant de voyageurs cherche des endroits montrés dans les films. Ils sont tirés par la curiosité, en comptant revivre l'émotion sur le grand écran et explore les secrets derrière la machine de rêve."

Le film Cœur d'Encre, a quand à lui, eu des effets économiques directes sur le territoire de la province de Savone dans le nord-ouest de l'Italie en réalisant 3 millions EUR et 25 000 nuitées en relation avec le film.



## Belgique

En collaboration avec Wallimage, la commission du film régionale wallonne qui fédère trois commissions locales dont une sur Liège et sa province le CLAP, a été mis en œuvre par cette dernière une brochure des films tournés à Liège et sa région.



## La Wallonie

Il s'agit d'une organisation de l'industrie cinématographique très calquée sur l'organisation française avec "Wallimage" qui est l'équivalent de "Film France" et des bureaux de tournage régionaux ou provinciaux :

- CLAP pour les provinces de Liège, Namur et Luxembourg belge ;
- BATCH pour la province du Hainaut ;
- ABW, agence du film de la province du Brabant Wallon.



Il existe sur internet une base de données des tournages en Wallonie [www.wallonie-tournage.be](http://www.wallonie-tournage.be).

En matière touristique, ces organismes pourtant récents (2006 pour le CLAP par ex) ont développé des opérations tourisme et cinéma. Faits intéressants et notamment :

- "Ça c'est tourné près de chez vous"
- "Tourisme et cinéma"



### **Opération "relations publiques" :**

Grande fête du cinéma Wallon en 2009 en direction du grand public et des professionnels, intitulée "Cinéma made in Wallonia"



"Nous wallons voir ce que nous wallons voir..."

Comprenant :

- projections de films Wallons, dont avant première de "Véritable histoire du chat botté" ;
- visites d'entreprises wallonnes actives dans l'industrie cinématographie (10 entreprises) ;
- visites de lieux de tournages wallons (3 grands lieux) ;



- un événement VIP avec remise de prix

Au total, 20 000 personnes ont participé en 3 jours à "Made in Wallonia".



### ***Autre pays en pointe sur le sujet***

L'**Australie** où l'on relève une collaboration des DMO avec l'industrie et les commissions du film.

Exemple du film *Nemo* dont la promotion a été assurée par "Australian Tourism Commission" : <http://www.tourism.australia.com/en-au/search.aspx?q=nemo>

La **Nouvelle Zélande** a consacré un site internet au film "Seigneur des Anneaux".

Plus de 100 000 fans se sont déplacé à la capitale pour rencontrer les stars du film et admirer les affiches de dizaines de mètres de haut des personnages de la saga.

**Première mondiale du Seigneur des anneaux : le retour du roi, à Wellington, en Nouvelle-Zélande**  
 Date: Lundi 1er décembre 2003

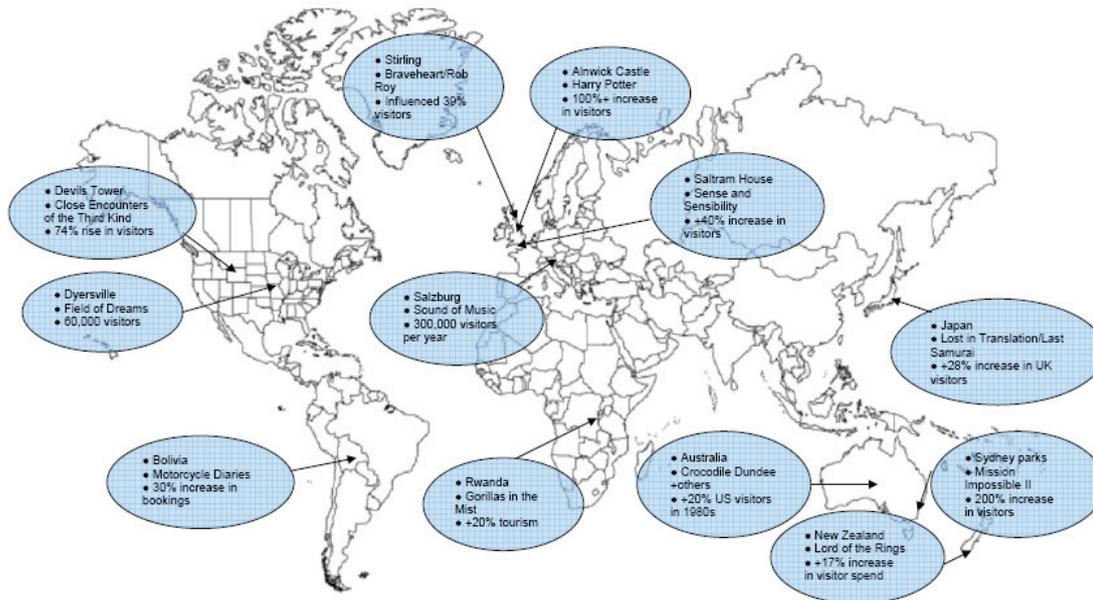


Les stars et toute l'équipe du Seigneur des anneaux étaient présentes à la première mondiale du dernier volet de la légendaire trilogie - Le Retour du roi. La première s'est déroulée au Embassy Theatre à Wellington, capitale de la Nouvelle-Zélande, et fut accueillie par plus de 100.000 fans, tous venus voir les vedettes du film, alors que ces dernières défilaient jusqu'au théâtre. Les rues de Wellington étaient ornées d'affiches - certaines hautes de huit étages - des personnages de la saga.

Article et diaporama Yahoo ! : [cliquez ici](#)

Article CNN : [cliquez ici](#)

**Figure 2 : Carte de 12 illustrations de l'impact du cinéma sur le tourisme**



### 2.1.2. Cinéma et tourisme : quelques réflexions France et régions

Les liens entre cinéma et tourisme peuvent s'établir de plusieurs manières :

• **Visites de musées du cinéma :**

- Peu de musées du cinéma en France : musée du cinéma / cinémathèque de Paris moins de 100 000 visiteurs sur les 300 000 spectateurs, Institut Lumière à Lyon 186 000 visiteurs et spectateurs (la part des visiteurs n'est pas connu), le centre d'interprétation "scénovision" Maison de Jour de fête autour de Tati ouvert en région Centre à St Sévère en 2009 ;
- Quelques projets identifiés : Marseille ouvre en 2011 le Château de la Buzine (rendu célèbre par Marcel Pagnol dans *Le Château de ma mère*) qui abritera une maison des cinématographies méditerranéennes et un espace muséal consacré à Marcel Pagnol (3 200 m<sup>2</sup> - 11 millions EUR - équipe d'exploitation choisie en juin 2010) ;
- Autres projets : musée de la TV et de l'audiovisuel TV Cité dans le centre commercial d'Aubervilliers le Millénaire livré en 2011, un projet dans les cartons de "musée du cinéma" à Cannes (Etudes de programmation réalisées – coût évalué selon une source Moniteur entre de 200 à 280 millions EUR<sup>2</sup>). A noter aussi l'échec des studios Paradis à Angoulême jamais ouverts malgré 10 millions EUR d'investissement ;
- Le Grand Rex, un parcours spectacle avec 50 000 visiteurs ;

<sup>2</sup> Source : Le mMoniteur du 15 février 2008

- En PACA, un musée du cinéma est projeté à Saint-Tropez et un projet de cité du cinéma a été imaginé à Cannes (abandon)
- Bref, un "quasi désert" en France alors qu'à l'étranger certains exemples semblent prouver que des projets comparables peuvent susciter d'importantes fréquentations, à l'image du succès rencontré par le musée du cinéma de Turin ouvert en 2000 (scénographie de François Confino scénographe de Cités Cinés) qui a accueilli 523 000 visiteurs en 2009. Néanmoins, le British Film Institute avait de son côté fermé le MOMI à Londres en 1998.

- **Participation à des festivals de cinéma**

Les festivals de cinéma dont le nombre est très important en France (166 recensés en 2007 soit le plus important nombre en Europe) ne font pas l'objet d'un comptage centralisé et national de leur fréquentation (ni d'ailleurs d'un document touristique centralisé alors qu'il existe un club festival axé sur la musique) ; or on peut penser que ces festivals accueillent non seulement des résidents mais aussi quelques touristes (quelques chiffres : festival de Deauville 200 000 visiteurs, festivals Lumière à Lyon et festival du film et de la Rochelle 80 000 visiteurs, festival du film fantastique de Gérardmer 50 000 visiteurs, festival du film francophone d'Angoulême 19 000 visiteurs...).

- **Visites de studios de cinéma** (qui pourraient s'apparenter à du tourisme de découverte économique) :

Là aussi très peu de studios français se visitent : les studios de la plaine Saint Denis uniquement pour les groupes dans le cadre d'un circuit ½ journée en autocar du quartier de la plaine St Denis et des Magasins Généraux (passage devant le studio 101...) organisé par le CDT de la Seine Saint Denis ainsi que dans le cadre de l'opération annuelle de Tourisme de Découverte Economique "Voyage au cœur des techniques (qui fait suite à l'opération "Et Voila le Travail") organisée par ce même CDT avec la visite de l'ENS Louis Lumière, la visite des laboratoires Eclair à Epinay ainsi qu'une ciné – croisière le long du canal de l'Ourcq et du canal Saint Martin (de Pantin à Bercy) jusqu'à la cinémathèque française (programme exclusivement sur rendez-vous, une date unique pour chaque prestation).

- **Visites de lieux de tournages de films**

- A part les initiatives parisiennes précédemment citées (parcours cinéma édités par la Mairie de Paris – Paris Film mais mal voire pas relayés sur les sites touristiques Paris et Paris Ile de France dont le dernier en date à l'occasion de la sortie d'Adèle Blanc Sec) ou de Languedoc Roussillon, peu de territoires affichent les films tournés chez eux sur leurs sites touristiques que ce soit en listes, en cartes, en images.... (sur le site Sun France du CRT Languedoc Roussillon, la rubrique "cinéma" figure dans l'entrée "made in Languedoc Roussillon" au même titre que terroir, artisanat, tourisme de découverte économique... Une sélection est faite sur le site et la liste complète des films tournés dans la région issue de la Commission Régionale du film est téléchargeable et ce département par département).
- On note par ailleurs que des circuits touristiques sur des lieux de tournage se sont multipliés dans différentes régions, à l'exemple du "Ch'ti Tour" (voir ci-après) dans la commune de Bergues dans le Nord-Pas de Calais - lieu principal du tournage du film Bienvenue chez les Ch'tis (multiplication par 4 de la fréquentation de la commune en 2008, année de sortie du film (35 700 sollicitations à l'Office de Tourisme au lieu de 9 100 en 2007), l'effet s'étant poursuivi en 2009 enregistrant 34 300 sollicitations à l'Office de Tourisme) et en 2010 (25 000 à fin septembre). Le chiffre de 2010 est dû à la diffusion du film sur la chaîne nationale belge. Le Ch'ti Tour connaît un grand succès à raison d'un circuit par jour en haute saison. L'OT ne fabrique pas de statistiques spécifiques à ce produit.
- En Picardie, la mise en vente par le Comité Régional du Tourisme de Picardie d'un Week-end événementiel sur les pas de Séraphine à Senlis, ou encore la programmation par 3 compagnies maritimes vendéennes de croisières autour de Fort Boyard (on ne peut pas visiter le fort mais seulement en avoir une vision extérieure) qui continuent à bien fonctionner (voir ci après page de la compagnie de croisières) ou le circuit mis en place autour de la maison de Jour de Fête sur les lieux de tournage du village (voir dossier de presse Maison de Jour de Fête).



- Le film de Gérard Oury reste le plus gros succès public de l'Histoire du cinéma français.

Sortie en décembre 1966, le film a totalisé pendant longtemps le plus grand nombre d'entrées en France avec plus de 17 millions de tickets vendus.

Le film a connu un succès international, y compris en Allemagne où il fut la première comédie présentée à l'écran consacrée à la seconde guerre mondiale.



- D'une manière générale, en France, les tournages réalisés dans des monuments historiques n'ont que peu de retombées sur le marketing touristique des sites de visite ; néanmoins, on peut penser que la programmation par le Centre des Monuments Nationaux d'une exposition "les monuments, stars du 7<sup>ème</sup> art" à la Conciergerie à l'automne 2010 – en clôture de l'opération "les monuments font leur cinéma" - annonce le début d'une synergie entre tourisme et cinéma

Figure 3 : Exposition "Monuments, stars du 7<sup>ème</sup> art"



**Table 1 : Topo sur les décors de cinéma en France**

Nombre de décors	Source d'information
200 monuments décors	Centre des Monuments Nationaux
Ile de France : 994 décors	Film France
PACA : 841 décors	
Midi-Pyrénées : 2970 décors	
Rhône Alpes : 228 décors	
Picardie : 417 décors	
Bourgogne : 818 décors	
Nord Pas de Calais : 516 décors	
Auvergne : 2963 décors	
Alsace : 658 décors	
Centre Val de Loire : 1126 décors	
Normandie : 749 décors	

Source: <http://www.filmfrance.net> / <http://www.monuments-nationaux.fr/>

Aucune coordination n'est offerte sur les sites des Comités Régionaux de Tourisme par exemple.

**Table 2 : Photographie des chiffres des régions en matière d'industrie cinéma et retombées**

Région	Nombre et m <sup>2</sup> de studios	Nombre de films accueillis	Dépenses injectées dans la Région par les productions cinéma	Projets de studio	Sources
Ile de France	5 principaux (Plaine St Denis, SFP, Arpajon, Saint Ouen, Boulogne) 30 000 m <sup>2</sup>	200 films cinéma par an (dt 50 % à Paris = 70 % du marché français)	100 millions EUR en 2009 (+20% grâce au crédit d'impôt sur 2008)	Cité du cinéma de Luc Besson (+11 000 m <sup>2</sup> ) horizon 2013 à Saint-Denis ?	Les Echos
PACA	3 principaux (Belle de Mai, Victorine et Médiapôle St Césaire à Arles) 12 000 m <sup>2</sup>	82 films par an. – 39% des films étrangers tournés en France	<i>Plus Belle la Vie</i> : 19 millions EUR - 18 millions EUR sur les Alpes Maritimes ; film de Ridley Scott A Good Year 12 millions EUR dans le Lubéron...	Aucun	Divers articles de presse
Rhône Alpes	2 principaux (Pixel à Lyon et la Cartoucherie de Bourg de Valence) 5 000 m <sup>2</sup>	14 films aidés en 2008	Ces films aidés injectent 7 à 8 millions EUR	Aucun	
Languedoc Roussillon		36 films par an (pour 366 jours de tournage)	3.6 millions EUR de retombées en 2008		



La région PACA est la 2<sup>ème</sup> région de France pour l'accueil des films après l'Île de France. Elle dispose de plus d'atouts que la région Rhône-Alpes tant en taille de studio qu'en décors extérieurs (monuments et surtout décors ensoleillés) et en relais de commissions départementales du film (8 en PACA) et ce malgré une Commission Régionale du film plus récente qu'en Rhône-Alpes.

En dehors de ces 4 régions, il convient de signaler les initiatives de 2 régions, le Nord Pas de Calais d'une part et la région Aquitaine d'autre part, qui ont chacune développé récemment des pôles images (zone de l'Union à Roubaix à proximité de l'équipement culturel audiovisuel du Fresnoy et de la Commission Régionale du film, site des terres neuves à Bègles) qui développent néanmoins des petites capacités de studios (moins de 1 000 m<sup>2</sup>).

## Les synergies institutionnelles entre Comité Régionaux de Tourisme et commissions régionales du film : peu de réelles coopérations

L'exemple de la région Rhône Alpes : des conférences de presse sont organisées à deux voix (Comité Régional du Tourisme Rhône Alpes et Rhône Alpes Cinéma) sur des marchés étrangers à l'occasion de la sortie d'un film tourné en Rhône Alpes pour promouvoir la région.

A noter que la Bretagne, est la première région française à avoir intégré, depuis le 1er janvier 2010, la Commission Régionale du film au Comité Régional de Tourisme de Bretagne.

Elle s'interroge sur la mise en œuvre d'un concept Allo Clap\*, développé par Allo Ciné qui consiste à implanter sur des lieux de tournage des panneaux comportant une photo d'un film accompagnée d'un flash code permettant de télécharger sur un smartphone la bande annonce du film, un extrait faisant référence au lieu où se trouve le visiteur ou un commentaire audio (Article extrait de la Gazette Officielle n° 2072 du 18 août 2010)



\* AlloClap se présente ainsi sous la forme d'un panneau rigide (vissé ou sur pied de format 15cm x 20cm, 40cm x 60cm ou 60cm x 80cm) installé aux abords du lieu de tournage. On y

retrouve une mise en lumière du film, une anecdote liée au tournage (InfoClap !), un raccourci vers des informations complémentaires en audio ainsi que la possibilité de (re)voir l'une des scènes du long métrage directement sur mobile (en scannant le flashcode présent sur le panneau avec un téléphone).

Le service AlloClap sera par ailleurs relayé sur le site d'AlloCiné, à travers une nouvelle rubrique dédiée aux lieux de tournage.

Cette véritable invitation au cinéma pourrait déboucher à terme, dans les grandes villes de cinéma, sur de véritables parcours touristico-cinéphiliques.

## 2.2. Analyse des questionnaires Tourisme-Cinéma

Nous avons identifié **17 structures françaises et étrangères** (Royaume-Uni, Espagne, Italie et Belgique), à la fois **acteurs cinéma et tourisme**, auxquelles nous avons adressé **un questionnaire** (traduits en anglais et en espagnols).

(Cf. annexes pour le détail des questionnaires et des réponses)

### 2.2.1. Synthèse de l'analyse des questionnaires Tourisme-Cinéma

Le nombre réduit des retours de questionnaires (6 structures ont renseigné le questionnaire) nous met dans l'impossibilité d'apporter des affirmations quant aux politiques adoptées en matière de stratégies cinéma-tourisme.

Nous avons tenté d'approfondir le sujet, quand l'occasion nous a été donnée, avec certains responsables pour compléter au mieux notre vision.

Nous estimons également qu'il est imprudent d'exprimer les résultats des questionnaires avec des graphiques et données statistiques.

Néanmoins, nous pouvons relever certaines tendances.

- La finalité d'un tournage de film :
  - économique et culturelle;
  - Il n'est pas fait de lien entre les tournages et l'augmentation de fréquentation touristique, les visites de décors, la promotion touristique.
- Mise en place d'outils d'évaluation économique des tournages :  
Mise en place d'outils d'évaluation de l'impact des tournages sur l'économie (en particulier dépenses hôtels et restaurants de la production)...mais pas d'évaluation impact films sur la fréquentation touristique (augmentation fréquentation post film, visite de décors...)
- Synergie entre commissions régionales du film et correspondants tourisme en matière de cinéma  
Les échanges sont réguliers au niveau régional avec les CRT ..mais pas vraiment avec le niveau infrarégional (OT, CDT) (la commission du film Ile de France vient de sortir un guide sur le tournage à l'attention des communes d'Ile de France)
- Communication cinéma - tourisme  
Principalement sur internet (site des CRT ou régions), par des opérations presse, sous forme de brochure tourisme traitant de l'actualité du cinéma (ex agenda des festivals) ...mais rarement sur les lieux de tournage et de décors à l'exception Ville de Paris et bien sûr Wallimage

## 2.2.2. Préconisations générales nouvelles actions Cinéma - Tourisme

- Coupler le lancement d'un film régional avec la promotion de la région sur un marché étranger (cela pouvant aller jusqu'à l'implication du niveau national comme en Italie où l'Enit promeut le film "Genova" sur le marché australien en collaboration avec la ville et la région Ligurie)
- Dans les grandes villes cinématographiques à l'image de Barcelone, Londres, Paris, Boston ("10 memorable movies") lancer des circuits sur les décors d'un film, sur les traces de tous les films d'un cinéaste donné...avec des applications géolocalisées sur smartphones (Lyon, Marseille, Nice, Nantes par exemple pourraient s'y prêter)
- Réfléchir à intégrer le tourisme du cinéma dans le Tourisme de Découverte Economique : après tout il n'est pas plus difficile de visiter des décors de cinéma qu'une usine ...à condition de l'organiser (fenêtre de vision ne dérangeant pas les tournages par exemple)
- A l'occasion de tournages de films dans des MH ou des Villes historiques, lancer comme la région Picardie des "packages sur les traces de ...Séraphine à Senlis" par exemple, ou en Angleterre des circuits (guidés ou avec outils high tech) sur les lieux historiques de Robin des Bois à l'occasion de la sortie du film...systématiser cette démarche
- Enfin, lister les lieux de tournage de tous les films tournés en région en associant le cinéaste et le lieu, à l'exemple de Languedoc Roussillon...l'impact peut durer longtemps comme le prouve la communication actuelle de Gruissan / pays de la Narbonnaise sur les cabanes du film 37°2 ou de Beaune, Nuits St Georges sur les décors du film *La Grande Vadrouille*.
- Organiser des eductours pour promouvoir un territoire touristique auprès des producteurs et professionnels du cinéma en matière de tournages.

### 3. Analyse des retombées économiques directes des tournages en Provence-Alpes-Côte d'Azur

#### 3.1. Présentation générale du financement et du budget d'une œuvre de cinéma et de télévision française

##### 3.1.1. Œuvres de cinéma françaises

#### Financement des œuvres de cinéma françaises

##### *La structure de financement des films d'initiative française en 2009*

**182 films** d'initiative française ont été agréés en 2009 pour un financement total de 927.48 millions EUR, soit une moyenne de **5.1 millions EUR par œuvre**.

- Les **producteurs français et les chaînes de télévisions** (préachats + coproductions) contribuent ensemble à **plus de 60%** du devis des films français agréés en 2009 (3.12 millions EUR en moyenne par film).
- **Près de 30%** du budget moyen d'un film français agréé en 2009 est assuré par les **distributeurs français**, les **apports étrangers** et le **soutien automatique du CNC**, qui financent en moyenne à eux trois 1.44 million EUR sur le devis d'une œuvre de cinéma.
- Les **autres sources de financement** (SOFICA, aides sélectives, aides régionales, etc.) apportent chacune moins de 4% du budget moyen d'un film français agréé en 2009 et représentent au total à peine plus de **10%** du plan de financement moyen d'un film (0.54 million EUR).

**Table 3 : Financement des 182 films d'initiative française agréés en 2009**

(millions EUR, %)

Sources de financement	Montants totaux	Montants moyens / film	Répartition
Apports des producteurs français	266.76	1.47	28.8%
Préachats des chaînes de télévision	265.74	1.46	28.7%
A valoir des distributeurs français*	120.55	0.66	13.0%
Apports étrangers	75.50	0.41	8.1%
Soutien automatique CNC	66.03	0.36	7.1%
Apports des SOFICA	34.87	0.19	3.8%
Apports en coproduction des chaînes de télévision	34.74	0.19	3.7%
Aides sélectives CNC	25.82	0.14	2.8%
Aides régionales**	18.79	0.10	2.0%
Mandats étrangers***	13.10	0.07	1.4%
A valoir des éditeurs vidéo français****	5.58	0.03	0.6%
Total des financements	927.48	5.10	100.0%

\* Y compris mandats vidéo et étranger pour certains films.

\*\* Aides régionales incluant les apports du CNC. Les aides régionales sont comptabilisées séparément à partir de 2002.

\*\*\*\* Mandats pour la vente des films sur les marchés hors des pays coproducteurs. Comptabilisés séparément à partir de 2003.

\*\*\*\* Les mandats pour l'édition vidéo sont comptabilisés séparément depuis 2002.

Source : CNC, La production cinématographique en 2009, mars 2010

### **Les sources de financement des films d'initiative française selon leur devis en 2009**

Logiquement, la structure de financement des films d'initiative française est fortement corrélée au montant total du devis :

- Plus le film affiche un **devis modeste**, plus la part **producteur et aides publiques** (CNC et région) est élevée. Ces deux sources de financement concourent à hauteur de **85%** au financement des films dont le devis est inférieur à 1 million EUR en 2009, contre moins d'un tiers pour les films dont le devis est supérieur ou égal à 7 millions EUR.
- A contrario, les apports des **chaînes de télévision** en préachats et en coproductions et les mandats contribuent en 2009 à **plus de 56%** du financement des **films à 7 millions EUR** et plus, soit une participation plus de 4 fois supérieure à leurs investissements dans les films inférieurs à 1 million EUR (12%).

**Table 4 : Répartition du financement des films d'initiative française selon leur devis en 2009**  
(%)

Sources de financement	< 1 M EUR	1-4 M EUR	4-7 M EUR	≥7 M EUR	Tous
Apports des producteurs français (soutien automatique inclus)	68.5	43.1	47.0	29.9	35.9
Chaînes de télévision (coproductions + préachats)	5.8	25.9	27.5	36.4	32.4
Mandats (salles, vidéo et étranger)	6.3	4.6	9.8	19.8	15.0
Apports étrangers	3.2	6.7	8.1	8.7	8.1
Aides sélectives CNC et aides régionales	15.8	15.4	3.6	1.5	4.8
Apports des SOFICA	0.3	4.4	3.9	3.6	3.8
Total des financements	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

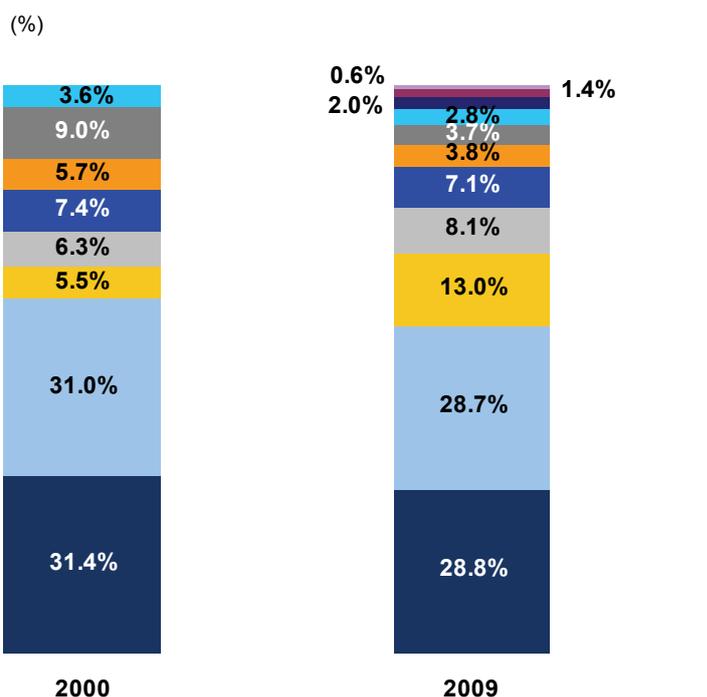
Source : CNC, La production cinématographique en 2009, mars 2010

### **L'évolution du financement des films d'initiative française**

Bien que la structure de financement des films d'initiatives française soit restée relativement stable sur la période 2000-2009, quelques évolutions notables ont eu lieu au cours de ces dix dernières années :

- Les **sociétés de production** et les **chaînes de télévision** (coproductions et préachats) demeurent les **principaux financiers** des films d'initiative française mais leur part relative conjointe dans le devis de ces œuvres **a reculé de plus de 10 points** en 10 ans (71.4% en 2000 contre 61.2% en 2009) ;
- La part des distributeurs dans le financement des films d'initiative française a plus que doublé, passant de 5.5% en 2000 à 13.0% 2009 (+7.5 points) ;
- Les **apports étrangers** ont vu leur part **augmenter de 1.8 point** en 10 ans dans le devis des films d'initiative française (6.3% en 2000, 8.1% en 2009).

**Figure 4 : Evolution de la répartition du financement des films d'initiative française, 2000-2009**



- apports des producteurs français
- à valoir des distributeurs français\*
- soutien automatique CNC
- apports en coproduction des chaînes TV
- aides régionales\*\*
- à valoir des éditeurs vidéo français\*\*\*\*
- préachats des chaînes TV
- apports étrangers
- apports des SOFICA
- aides sélectives CNC
- mandats étrangers\*\*\*

\* Y compris mandats vidéo et étranger pour certains films.

\*\* Aides régionales incluant les apports du CNC. Les aides régionales sont comptabilisées séparément à partir de 2002.

\*\*\* Mandats pour la vente des films sur les marchés hors des pays coproducteurs. Comptabilisés séparément à partir de 2003.

\*\*\*\* Les mandats pour l'édition vidéo sont comptabilisés séparément depuis 2002.

Note : 144 films d'initiative française ont été agréés en 2000.

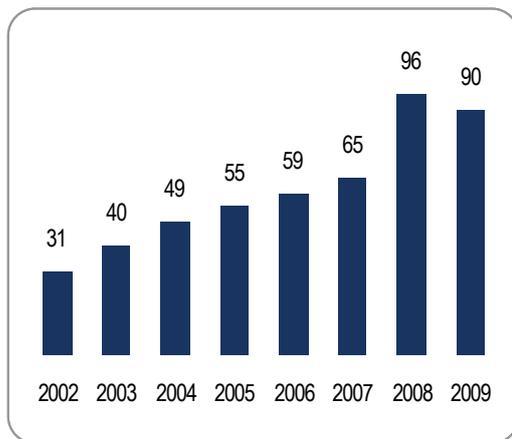
Source : CNC, La production cinématographique en 2009, mars 2010

### Zoom sur les aides publiques des collectivités territoriales à la production cinématographique

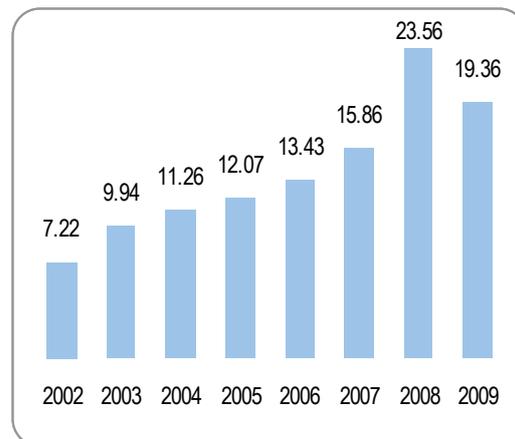
**90 films** ont bénéficié d'aides publiques des collectivités territoriales en 2009 (-6,3% par rapport à 2008 ; 3 fois plus qu'en 2002), pour un montant total de 19.36 millions EUR (apports du CNC dans le cadre "du 1 pour 2" inclus, évalués à 4.42 millions EUR). En recul de 17.8% par rapport à 2008, ces subventions ont progressé de 168% en 7 ans.

Ces œuvres affichent un devis moyen de 4.14 millions EUR (5.49 millions EUR en 2008). Les aides des collectivités territoriales couvrent en moyenne **5.2% des devis** des films qu'elles soutiennent (4.5% en 2008), apports du CNC inclus.

**Figure 5 :** Evolution du nombre annuel de films aidés par les collectivités territoriales en France, 2002-2009



**Figure 6 :** Evolution du montant annuel des aides des collectivités territoriales en France, 2002-2009 (millions EUR)



\* Ces aides incluent l'apport du CNC et ne tiennent pas compte des investissements des Région en coproduction.  
Source : CNC, La production cinématographique en 2009, mars 2010

Parmi les 90 films aidés par les collectivités territoriales en 2009 :

- 5 films ne sont pas d'initiative française (4 en 2008) ;
- 43 sont des premiers films (35 en 2008) et 18 des deuxièmes films (12 en 2008) ;
- 26 films sont financés simultanément par deux collectivités territoriales (18 films en 2008), 6 films par trois collectivités (5 films en 2008) et 2 films par quatre collectivités (un film en 2008) ;
- 61 films sont préachetés par Canal+ (61 en 2008), 14 par TPS Cinéma (24 en 2008) et 57 par Ciné Cinéma (52 en 2008).
- 33 films sont financés par des chaînes en clair (44 en 2008) ;
- 46 films sont financés par des SOFICA (48 en 2008) ;
- 30 films cumulent le bénéfice de l'avance sur recettes (avant ou après réalisation) et l'aide d'au moins une collectivité territoriale (31 en 2008) ;
- 65 films font l'objet d'une demande de crédit d'impôt (64 en 2008).

Les **Régions** sont les collectivités territoriales les plus impliquées dans la production de films cinématographiques. Elles apportent **90.9%** du total des subventions accordées par les collectivités territoriales en 2009 (96.9% en 2008).

La Région **Ile-de-France** a apporté près de la **moitié des aides des collectivités territoriales** en 2009 (8.81 millions EUR, soit 45.5% du montant total des subventions publiques). Elle intervient sur 31 films, soit plus d'un tiers des films aidés par les collectivités territoriales ;

9 films ont été aidés par la Région **Provence-Alpes-Côte d'Azur en 2009**, soit 10% des œuvres de cinéma soutenues par les collectivités territoriales, pour un montant global de 1.13 million EUR, soit près de 6% du total des aides publiques des collectivités territoriales ; Parallèlement, **Rhône-Alpes Cinéma** contribue au financement de **14 films** agréés en 2009 (10 films en 2008) dont 11 sont d'initiative française. L'apport en coproduction de Rhône-Alpes Cinéma s'élève à 3.65 millions EUR (3.0 millions EUR en 2008), soit 261 000 EUR en moyenne par film (300 000 EUR en 2008).

La somme des apports en coproduction de Rhône-Alpes Cinéma et des aides publiques octroyées par les collectivités territoriales pour le financement de la production de films agréés en 2009 équivaut à une **contribution totale** des collectivités territoriales de **23.01 millions EUR** (26.56 millions EUR en 2008) sur 99 films.

**Table 5 : Aides publiques des collectivités territoriales dans la production agréée en 2009 (hors coproductions)**

Collectivités territoriales	Nombre de films aidés	Montants (millions EUR)
Ile-de-France	31	8.81
PACA*	9	1.13
Centre	6	1.10
Languedoc-Roussillon	7	0.82
Poitou-Charentes	12	0.75
Midi-Pyrénées	5	0.69
Bretagne	4	0.58
Nord-Pas-de-Calais	3	0.49
Aquitaine	4	0.48
Pays-de-la-Loire	5	0.47
Alpes-Maritimes	5	0.45
Charente	6	0.42
Bourgogne	3	0.42
Charente-Maritime	7	0.38
Alsace	4	0.36
Lorraine	3	0.33
Auvergne	3	0.28
CU de Strasbourg	4	0.23
Haute-Normandie	2	0.22
Picardie	1	0.19
Limousin	3	0.19
Aveyron	1	0.15
Corse	1	0.15
Franche-Comté	1	0.13
Finistère	2	0.09
Vienne	1	0.05
Basse-Normandie	1	0.01
Total des aides	90**	19.36

\* La ville de Nice met en place, en 2011, un fonds d'aide à l'écriture et à la réécriture de scénario de longs métrages ou d'œuvres audiovisuelles de longue durée. Cette aide prend la forme d'un soutien financier et d'un accueil en résidence (4 semaines maximum) d'un scénariste confirmé, en contrat d'auteur avec une production.

\*\* Le total du nombre de films aidés par l'ensemble des Régions est supérieur à 90 car certaines œuvres sont subventionnées par plusieurs collectivités territoriales simultanément.

Note : Ce tableau ne comptabilise pas les aides des Régions en coproduction.

Source : CNC, La production cinématographique en 2009, mars 2010

## Coûts de production des œuvres de cinéma françaises

### Les coûts de production des films de fiction

#### La structure des coûts de production des films de fiction en 2009

Sur les 140 longs métrages de fiction agréés par le CNC en 2009, il s'avère que le coût de production moyen d'un film en France s'élève à **5.73 millions EUR**.

- Les postes de coûts les plus importants sont : le personnel (19.5% du budget en 2009), les charges sociales (12.3%) et l'interprétation (11.4%) Les postes relatifs aux **rémunérations** (hors participation) représentent ainsi à eux seuls **plus de la moitié du coût moyen d'un film** (56.3% en 2009).
- Une part moins importante du budget de production est consacrée au tournage (30.4% des dépenses en 2009) et à la **technique** (13.3%).

**Table 6 : Coûts de production des 140 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2009**

(millions EUR, %)

Postes de coûts	Coûts totaux	Coûts moyens / film	Répartition
Rémunérations	451.39	3.22	56.3%
Droits artistiques	64.91	0.46	8.1%
Personnel*	156.20	1.12	19.5%
Rémunération producteur	40.29	0.29	5.0%
Interprétation**	91.68	0.65	11.4%
Charges sociales	98.31	0.70	12.3%
Technique	106.92	0.76	13.3%
Moyens techniques***	68.75	0.49	8.6%
Pellicules - laboratoires	38.17	0.27	4.8%
Tournage	243.61	1.74	30.4%
Décors et costumes	66.59	0.48	8.3%
Transport, défraiement, régie	74.83	0.53	9.3%
Assurances et divers	50.92	0.36	6.3%
Divers****	51.27	0.37	6.4%
<b>Total des coûts de production</b>	<b>801.93</b>	<b>5.73</b>	<b>100.0%</b>

\* Il s'agit notamment de la direction administrative, de la main d'œuvre employée sur le tournage, du personnel technique lié au montage et à la finition, du personnel de régie, des techniciens, de la main d'œuvre travaillant sur les décors, etc.

\*\* Il s'agit essentiellement des rôles principaux et secondaires, mais aussi des petits rôles, des doublures, des figurants et des agents artistiques.

\*\*\* Montage, éclairage, matériel de prises de vue, auditorium, machineries, etc.

\*\*\*\* Le poste "Divers" comprend les frais généraux et les imprévus.

Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

#### La structure des coûts de production des films de fiction selon leur coût total en 2009

- La structure de coûts des longs métrages de fiction à **moins de 1 million EUR** se caractérise par un **poids des dépenses de rémunération plus faible** en comparaison des films à budget plus élevé (moins de la moitié du devis de production en 2009) et **une part plus importante accordée aux dépenses techniques** (un quart du devis). Ces films doivent en effet absorber des coûts techniques incompressibles indispensables à leur réalisation.
- Les films présentant un coût global compris entre **7 et 15 millions EUR** consacrent une part particulièrement élevée de leur budget de production **aux dépenses de rémunération** (près de 60% en 2009) et notamment à **l'interprétation** (13%).

A contrario, c'est dans les films de cette tranche de coûts que les dépenses de **transports, défraiements et régie affichent le poids le plus faible** (8.2%).

- Les longs métrages dont le coût global est supérieur à 15 millions EUR dépensent **plus d'un tiers de leur budget de production dans les frais de tournage**. Ce poids particulièrement élevé s'explique notamment par la part conséquente accordée aux **décors et costumes** (plus de 11% des coûts de production en 2009). C'est dans les films de cette tranche de coûts que le **poids de frais techniques est le plus faible** (moins de 11%). De façon générale, la part des frais techniques dans les coûts de production diminue au fur et à mesure que les budgets augmentent.

**Table 7 : Structure des coûts de production des films de fiction selon leur coût total en 2009**  
(%)

Postes de coûts	< 1 M EUR	1-2.5 M EUR	2.5-4 M EUR	4-7 M EUR	7-15 M EUR	≥15 MEUR
Rémunérations	46.6%	51.3%	53.5%	56.5%	59.1%	55.1%
Droits artistiques	6.8%	6.9%	6.5%	7.6%	8.8%	8.6%
Personnel	18.0%	19.1%	21.1%	20.2%	18.9%	19.3%
Rémunération producteur	4.9%	5.3%	4.5%	4.6%	5.6%	4.6%
Interprétation	4.3%	7.5%	8.6%	12.5%	13.0%	11.2%
Charges sociales	12.6%	12.6%	12.8%	11.6%	12.8%	11.4%
Technique	25.0%	19.7%	16.0%	13.9%	12.3%	10.8%
Moyens techniques	12.0%	10.5%	8.4%	8.9%	8.2%	8.2%
Pellicules laboratoires	13.0%	9.1%	7.6%	5.0%	4.1%	2.6%
Tournage	28.4%	29.0%	30.5%	29.6%	28.6%	34.0%
Décors et costumes	7.0%	5.8%	7.0%	7.7%	7.5%	11.3%
Transport, défraiement, régie	11.1%	11.2%	10.8%	9.5%	8.2%	9.6%
Assurances et divers	3.6%	6.1%	6.4%	6.6%	6.4%	6.3%
Divers	6.8%	5.9%	6.2%	5.7%	6.5%	6.8%
Total des coûts de production	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

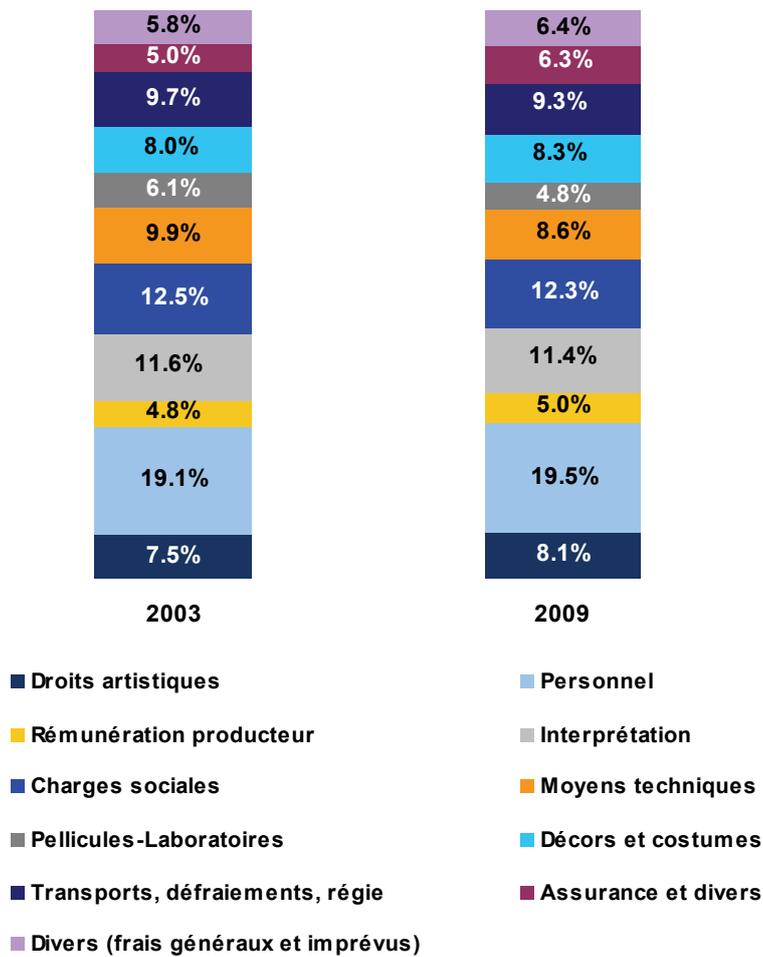
Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

#### *L'évolution de la structure des coûts de production des films de fiction*

Les budgets de production des films de fictions ayant reçu l'agrément du CNC affichent une **stabilité remarquable** dans leur structure de coûts depuis 2003. Au niveau des grands ensembles comme dans le détail par poste, le poids respectif des diverses composantes des budgets de longs métrages français de fiction a très peu évolué au cours de ces six dernières années.

La **baisse tendancielle de la part des dépenses techniques** peut toutefois être signalée : elle recule de 2.7 points entre 2003 et 2009.

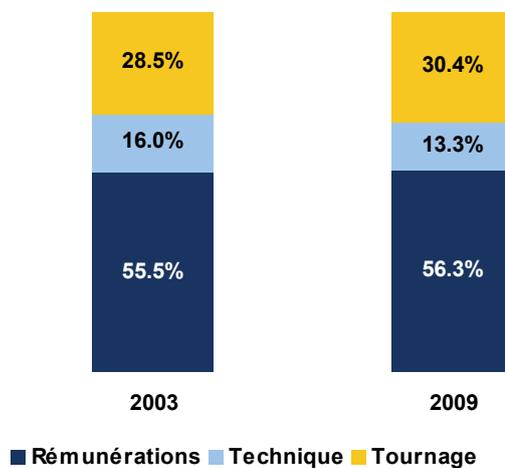
**Figure 7 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production des films de fiction, 2003-2009**



Note : 117 films de fiction ont reçu un agrément en 2003.

Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

**Figure 8 : Evolution la structure des coûts de production des films de fiction par grands ensembles, 2003-2009**



Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

### Les coûts de production des films de documentaire

#### La structure des coûts de production des films de documentaire en 2009

Le **coût de production moyen** des 30 films documentaires ayant reçu un agrément de production en 2009, s'établit à **0.78 millions EUR**.

- En 2009, le **personnel** (18.2%), les **moyens techniques** (14.4%), les **dépenses de transports, défraiements et régie** (14.1%) et les **frais de pellicules et laboratoires** (13.8%) **constituent les principaux postes de coûts**.
- Poste de coût majeur pour les films de fiction, **l'interprétation représente évidemment une part très faible du budget** de production moyen d'un documentaire (0.9% en 2009).
- Au total, l'ensemble des **rémunérations captent près de la moitié du budget de production** d'un film de documentaire produit en 2009 (46.5%).
- Moins élevés, les postes de dépenses liés à la **technique** et au **tournage** affichent un **poids similaire** dans le budget de production moyen d'un film de documentaire (respectivement 28.2% et 25.3% en 2009).

**Table 8 : Coûts de production des 30 films de documentaire ayant reçu un agrément de production en 2009**

(millions EUR, milliers EUR, %)

Postes de coûts	Coûts totaux	Coûts moyens / film	Répartition
Rémunérations	10.88	362.67	46.5%
Droits artistiques	2.64	88.0	11.3%
Personnel	4.27	142.3	18.2%
Rémunération producteur	1.22	40.7	5.2%
Interprétation	0.20	6.7	0.9%
Charges sociales	2.55	85.0	10.9%
Technique	6.60	220.0	28.2%
Moyens techniques	3.38	112.6	14.4%
Pellicules - laboratoires	3.22	107.5	13.8%
Tournage	5.93	197.67	25.3%
Décors et costumes	0.12	3.8	0.5%
Transport, défraiement, régie	3.31	110.3	14.1%
Assurances et divers	1.15	38.3	4.9%
Divers*	1.35	44.8	5.7%
Total des coûts de production	23.41	780.0	100.0%

\*Le poste "Divers" comprend les frais généraux et les imprévus.

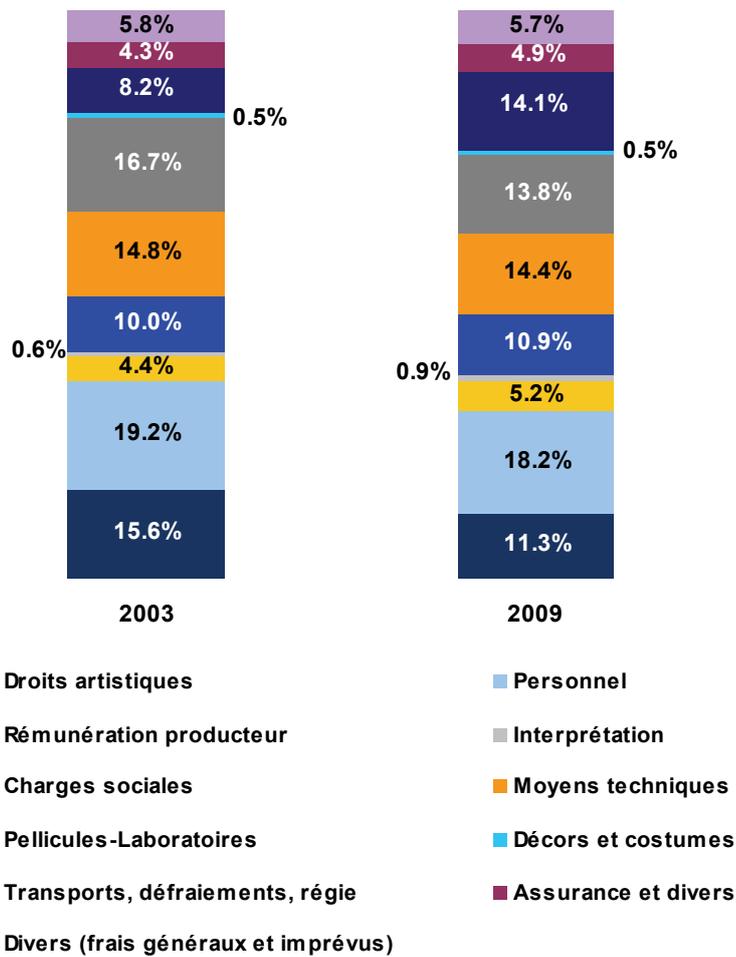
Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

#### L'évolution de la structure des coûts de production des films de documentaire

La structure de coûts de production des films de documentaire agréés par le CNC a **peu évolué** au cours des six dernières années. On notera toutefois que :

- Les dépenses de **rémunérations** et les **frais techniques** ont vu leur poids dans le budget de production global reculer de respectivement 3.2 points et 3.3 points entre 2003 et 2009, au profit des autres frais de tournage dont la part a progressé de 6.5 points sur la même période.
- Plus spécifiquement, la part des **droits artistiques** dans le budget moyen d'un film de documentaire a régressé de 4.3 points entre 2003 et 2009. De la même façon, la part des frais de **pellicules et laboratoires** a perdu 2.9 points sur la même période.
- A l'inverse, la part des dépenses de **transports, défraiements et régie** s'est accrue de 5.9 points entre 2003 et 2009.

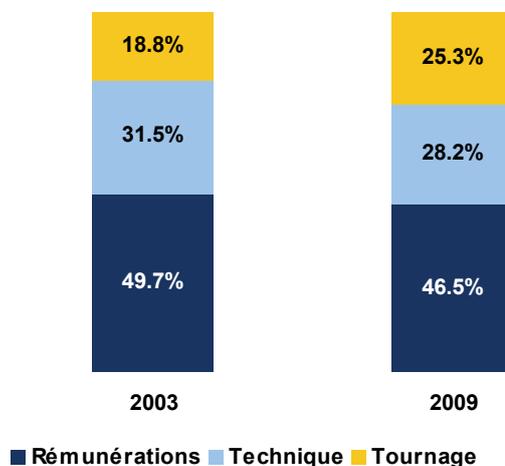
**Figure 9 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production des films documentaires, 2003-2009**



Note : 14 films documentaires ont reçu un agrément en 2003.

Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

**Figure 10 : Evolution la structure des coûts de production des films documentaires par grands ensembles, 2003-2009**



Source : CNC, Les coûts de production des films en 2009, mars 2010

### 3.1.2. Œuvres de télévision françaises

#### Financement des œuvres de télévision françaises

##### *Le financement des œuvres de fiction audiovisuelles aidées*

##### *La structure de financement des œuvres de fiction audiovisuelles aidées en 2009*

Le volume de fiction audiovisuelle aidée par le CNC en 2009 s'établit à **752 heures** pour 265 dossiers aidés. Le total des financements atteint près de **665 millions EUR**, soit un coût horaire moyen de **884.2 milliers EUR**.

- Les devis sont financés en **quasi-totalité par des sources françaises** (97.4% en 2009, soit 647.8 millions EUR au total ou 861.4 milliers EUR par heure de fiction aidée).
- Les **chaînes de télévision** financent près des **trois-quarts** de la fiction audiovisuelle aidée en 2009 (493.4 millions EUR au total, soit 656.1 milliers EUR par heure de fiction aidée).
- Le **CNC** et les **producteurs hexagonaux** contribuent dans des proportions similaires au financement de la fiction audiovisuelle aidée en 2009, respectivement à hauteur de **10.8%** et **9.3%** des devis (soit des investissements globaux respectifs de 71.7 millions et EUR 61.8 millions EUR ou 95.4 milliers et 82.2 milliers EUR par heure de fiction aidée).

**Table 9 : Financement des 752 heures de fiction audiovisuelle aidées en 2009**

(millions EUR, milliers EUR, %)

Sources de financement	Montants totaux	Coût horaire moyen	Répartition
Financement français	647.8	861.4	97.4%
Producteurs français	61.8	82.2	9.3%
Préventes en France	4.3	5.7	0.6%
Diffuseurs	493.4	656.1	74.2%
SOFICA	1.2	1.6	0.2%
CNC	71.7	95.4	10.8%
Autres	15.4	20.5	2.3%
Financements étrangers	17.1	22.7	2.6%
Coproductions étrangères	12.1	16.1	1.8%
Préventes à l'étranger	5.0	6.65	0.8%
Total des financements	664.9	884.2	100.0%

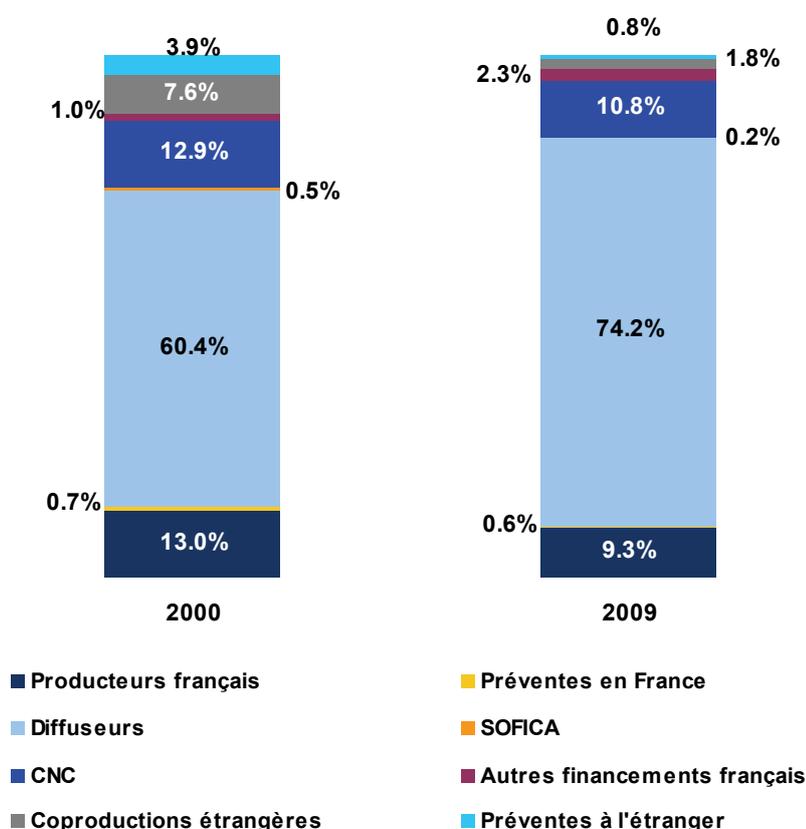
Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

##### *L'évolution du financement des œuvres de fiction audiovisuelles françaises aidées*

Depuis dix ans, la structure du financement de la fiction audiovisuelle aidée s'est **peu modifiée** dans ses grands composantes (forte prédominance des financements français et plus particulièrement des apports des diffuseurs et, dans une moindre mesure, des producteurs et du CNC). Les évolutions suivantes peuvent néanmoins être soulignées :

- Déjà majoritaire, le **poids des chaînes de télévision** dans le financement de la fiction audiovisuelle aidée s'est **accru de 13.8 points** au cours de ces dix dernières années, passant de 60.4% en 2000 à 74.2% en 2009.
- La **part de la contribution des producteurs français** dans les devis de fiction audiovisuelle aidée **a reculé de 3.7 points** entre 2000 (13.0%) et 2009 (9.3%), tendance qui s'est amorcée au milieu des années 2000.
- Le poids des **investissements étrangers** dans la production de fiction audiovisuelle aidée connaît une **baisse tendancielle** depuis dix ans (-8.9 points entre 2000 et 2009), sous l'effet conjugué du recul des coproductions étrangères et des préventes à l'étranger.

**Figure 11 : Evolution de la répartition des financements de la fiction audiovisuelle aidée, 2000-2009**  
(%)



Note : Le volume de fiction audiovisuelle aidée par le CNC en 2000 s'élève à 708 heures, soit 305 dossiers aidés.  
Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

### **Le financement des documentaires de télévision aidés**

#### *La structure de financement des documentaires de télévision aidée en 2009*

**2 225 heures** de documentaire de télévision ont été aidées par le CNC en 2009, ce qui représente 1 894 dossiers aidés. Un montant total de 345.1 millions EUR a été investi dans ce volume de production, soit un coût horaire moyen de 155.1 milliers EUR.

- **Très largement majoritaires** (94.0%) les **financements français** s'élèvent à 324.5 millions EUR en 2009, soit 145.8 milliers EUR par heure de documentaire aidée.
- Les apports des **chaînes de télévision** couvrent **près de la moitié** (47.3%) des devis de documentaires audiovisuels aidés en 2009 (163.1 millions EUR au total, soit 73.3 milliers EUR par heure de documentaire aidée).
- Le **CNC** contribue à hauteur de **1/5<sup>ème</sup>** des financements totaux de documentaire de télévision en 2009 (19.4%) : le totale annuel de ses aides s'élève à 66.8 millions EUR, soit 30.0 milliers EUR par heure de documentaire aidée.
- Avec 56.3 millions EUR investis, les **producteurs français** ont financé **16.3%** des devis de documentaires de télévision aidés en 2009, soit 25.3 milliers EUR par heure de documentaire aidée.

**Table 10 : Financement des 2 225 heures de documentaire de télévision aidé en 2009**

(millions EUR, milliers EUR, %)

Sources de financement	Montants totaux	Coût horaire moyen	Répartition
Financement français	324.5	145.8	94.0%
Producteurs français	56.3	25.3	16.3%
Préventes en France	4.2	1.9	1.2%
Diffuseurs	163.1	73.3	47.3%
SOFICA	0.3	0.1	0.1%
CNC	66.8	30.0	19.4%
Autres	33.9	15.2	9.8%
Financements étrangers	20.6	9.3	6.0%
Coproductions étrangères	12.9	5.8	3.7%
Préventes à l'étranger	7.7	3.5	2.2%
Total des financements	345.1	155.1	100.0%

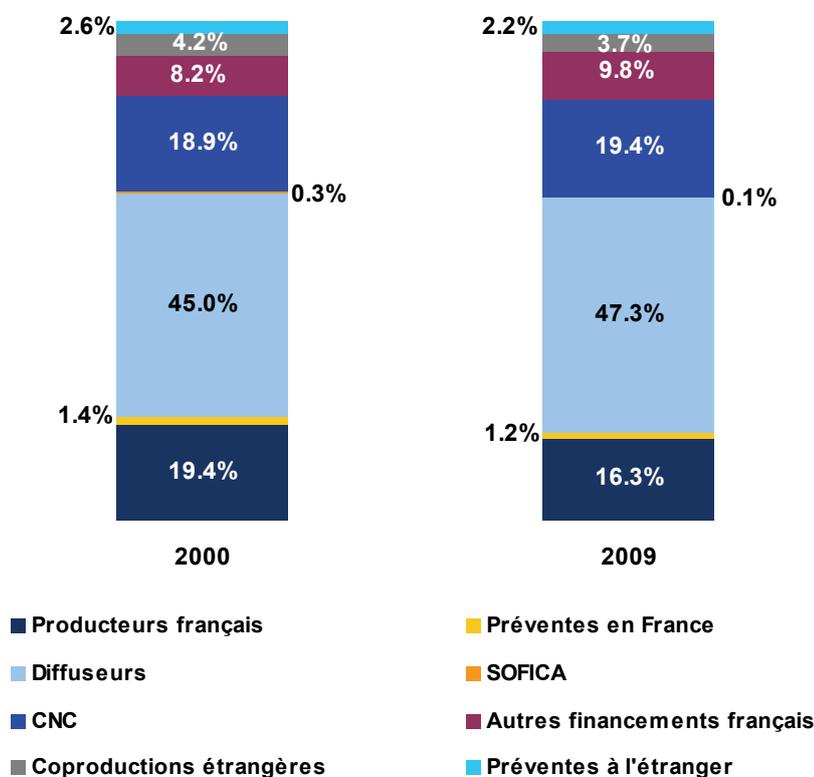
Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

#### *L'évolution du financement des documentaires de télévision aidés*

La structure de financement du documentaire de télévision aidé affiche une **forte stabilité** au cours de ces dix dernières années :

- Etabli à 45% en 2000, le **poids des diffuseurs a faiblement progressé** en 10 ans (+2.3 points) pour atteindre 47.3% en 2009.
- Passant de 18.9% en 2000 à 19.4% en 2009, la **part CNC a très peu varié** (+0.5 point) en dix ans.
- Le **poids des investissements des producteurs français** dans le documentaire de télévision aidé **a diminué de 3.1 points** entre 2000 (19.4%) et 2009 (16.3%).
- En baisse de seulement 0.9 point, la part des **apports étrangers** dans la production aidée de documentaires de télévision est restée **quasi-stable** en dix ans (6.8% en 2000, 5.9% en 2009), tant sur le plan des investissements en coproductions que des préventes.

**Figure 12 : Evolution de la répartition des financements du documentaire de télévision aidé, 2000-2009**  
(%)



Note : Le volume de documentaire de télévision aidé par le CNC en 2000 s'élève à 2 262 heures, soit 1 640 dossiers aidés.

Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

### **Zoom sur les fonds régionaux d'aide à la création et à la production audiovisuelles**

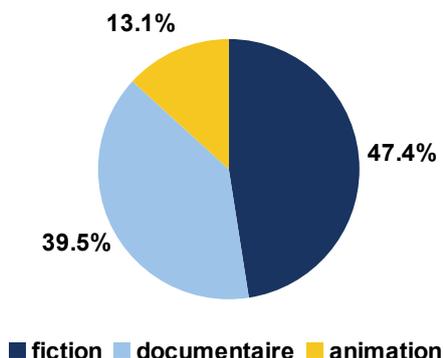
Selon le rapport du CNC "La production audiovisuelle aidée en 2009", publié en avril 2010, les aides en faveur de la production audiovisuelle accordées par les Régions se sont élevées à **17.4 millions EUR** en 2009<sup>3</sup>, en **recul de 5.7%** par rapport en 2008 et inférieures de 8.4% à l'engagement prévisionnel de 18.99 millions EUR inscrit dans les conventions. Dans ce total, 5.9 millions EUR correspondent à l'apport versé par le CNC<sup>4</sup>, contre 6.2 millions EUR en 2008 (-4.8%).

Concernant la répartition des subventions régionales par genre de programmes, la **fiction a obtenu près de la moitié de ces aides** en 2009 (47.4% soit 8.3 millions EUR), tandis que le documentaire et l'animation ont reçu respectivement 39.5% et 13.1% de ces fonds (soit 6.9 millions EUR et 2.3 millions EUR).

<sup>3</sup> Il s'agissait alors de montants votés et non encore dépensés.

<sup>4</sup> Sous réserve que ces aides aient été confirmées et que les œuvres aidées aient obtenu une autorisation définitive de production délivrée par le CNC.

**Figure 13 : Répartition par genre des aides des Régions en faveur de la production audiovisuelle en 2009**



Source : CNC, "La production audiovisuelle aidée en 2009", avril 2010

## Coûts de production des œuvres de télévision françaises

### *Les coûts de production des œuvres de fiction audiovisuelles aidées*

*La structure des coûts de production des œuvres de fiction audiovisuelles aidées en 2009*

Le **coût de production total** des 752 heures de fiction audiovisuelle aidées s'élève à près de **665 millions EUR** en 2009, soit un coût moyen de **884.2 milliers EUR** par heure produite.

- Prépondérantes dans les coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée en 2009, les dépenses de **rémunérations** représentent **près de 60%** du budget global en 2009 (391.5 millions EUR au total, 520.6 milliers EUR par heure aidée).
- **Près d'un tiers** du budget de production de la fiction audiovisuelle aidée en 2009 est consacré aux **autres dépenses de tournage** (209.0 millions EUR au total, 277.9 milliers EUR par heure aidée).
- D'importance moindre, les **frais techniques et de laboratoires** totalisent **moins de 10%** des coûts de production en 2009 (64.4 millions EUR au total, 85.6 milliers EUR par heure aidée).

**Table 11 : Coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée en 2009**

(millions EUR, milliers EUR, %)

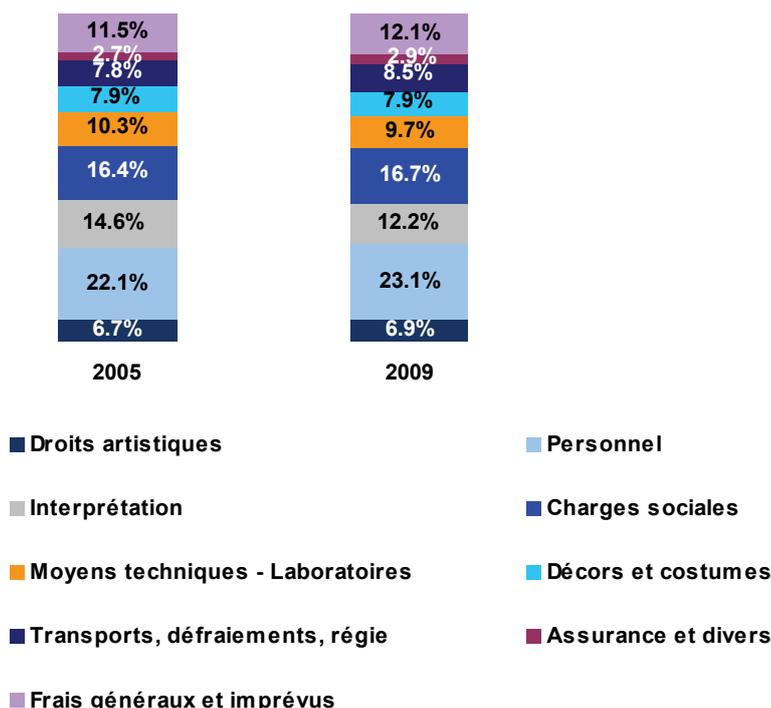
Postes de coûts	Coûts totaux	Coût horaire moyen	Répartition
Rémunérations	391.5	520.6	58.9%
Droits artistiques	46.1	61.3	6.9%
Personnel	153.4	204.0	23.1%
Interprétation	81.1	107.8	12.2%
Charges sociales	110.9	147.5	16.7%
Moyens techniques / Laboratoires	64.4	85.6	9.7%
Tournage	209.0	277.9	31.4%
Décors et costumes	52.8	70.2	7.9%
Transport, défraiement, régie	56.6	75.3	8.5%
Assurances et divers	19.1	25.4	2.9%
Frais généraux et imprévus	80.5	107.0	12.1%
Total des coûts de production	664.9	884.2	100.0%

Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

*L'évolution de la structure des coûts de production des œuvres de fiction audiovisuelles aidées*

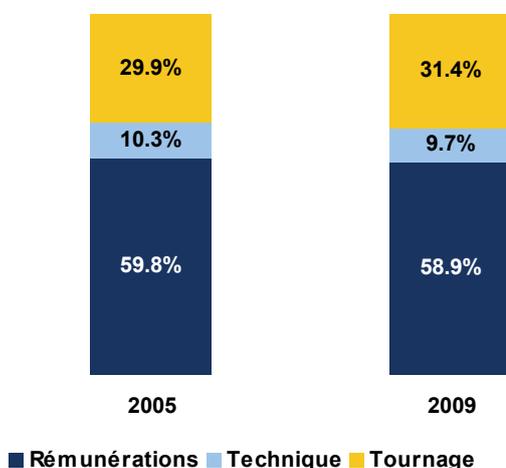
La structure des coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée n'a **quasiment pas évolué** lors de ces cinq dernières années. La **légère progression des autres dépenses de tournage** peut cependant être notée (+1.5 point), sous l'effet conjugué de l'augmentation des postes "Transport, défraiement, régie" (+0.7 point) et "Frais généraux et imprévus" (+0.6 point).

**Figure 14 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée, 2005-2009**



Note : Le volume de fiction audiovisuelle aidée par le CNC en 2005 s'élève à 847 heures, soit 276 dossiers aidés.  
Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

**Figure 15 : Evolution de la structure des coûts de production de la fiction audiovisuelle aidée par grands ensembles, 2005-2009**



Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

### **Les coûts de production des documentaires de télévision aidés**

#### *La structure des coûts de production des documentaires de télévision aidés en 2009*

Les 2 225 heures de documentaire de télévision aidées en 2009 ont généré des coûts de production totaux de **345.1 millions EUR**, soit un coût horaire moyen de **155.1 milliers EUR**.

- Majoritaires dans les budgets des documentaires aidés, les dépenses de **rémunérations** représentent **plus de la moitié** des coûts de production (184.6 millions EUR au total, 83.0 milliers EUR par heure aidée).
- Les **autres dépenses de tournage pèsent environ un quart du budget** de production d'un documentaire audiovisuel aidé (88.9 millions EUR au total, 39.9 milliers EUR par heure aidée).
- Le part des **moyens techniques et laboratoires** s'élève à **1/5<sup>ème</sup>** des coûts de production des documentaires aidés (71.6 millions EUR au total, 32.2 milliers EUR par heure aidée).

**Table 12 : Coûts de production des documentaires de télévision aidés en 2009**

(millions EUR, milliers EUR, %)

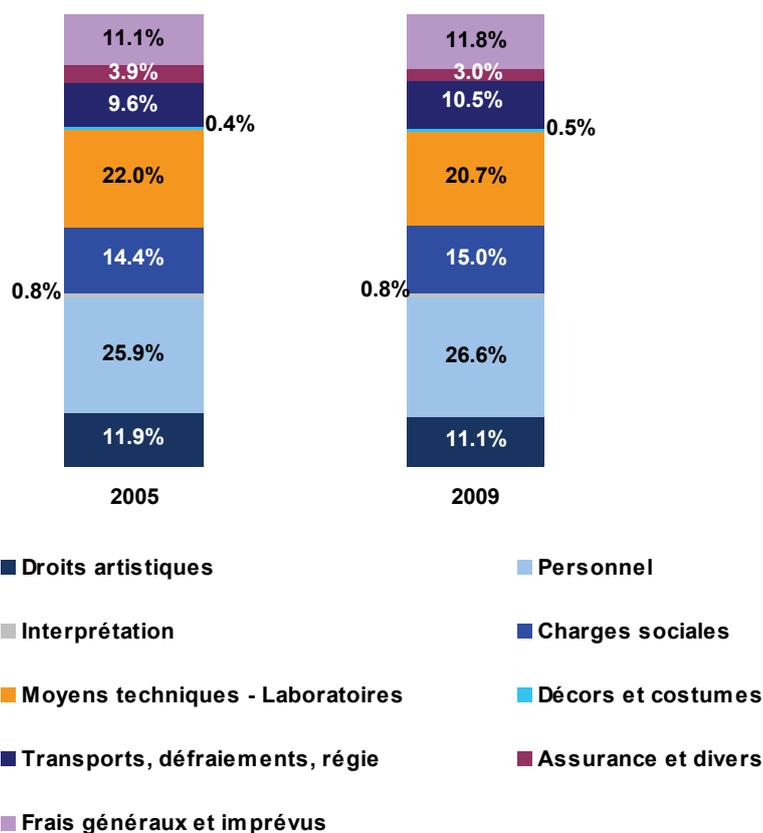
Postes de coûts	Coûts totaux	Coût horaire moyen	Répartition
Rémunérations	184.6	83.0	53.5%
Droits artistiques	38.2	17.2	11.1%
Personnel	91.8	41.3	26.6%
Interprétation	2.7	1.2	0.8%
Charges sociales	51.9	23.3	15.0%
Moyens techniques / Laboratoires	71.6	32.2	20.7%
Tournage	88.9	39.9	25.8%
Décors et costumes	1.6	0.7	0.5%
Transport, défraiement, régie	36.2	16.3	10.5%
Assurances et divers	10.5	4.7	3.0%
Frais généraux et imprévus	40.6	18.2	11.8%
Total des coûts de production	345.1	155.1	100.0%

Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

#### *L'évolution de la structure des coûts de production des documentaires de télévision aidés*

Seule la **légère baisse du poids des frais techniques et de laboratoire** (-1.3 point entre 2005 et 2009) peut être soulignée dans l'évolution de la structure des coûts de production de documentaires de télévision aidés, par ailleurs très stable au cours de ces cinq dernières années.

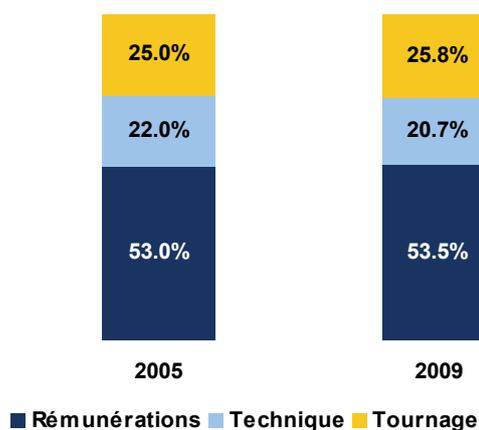
**Figure 16 : Evolution de la structure détaillée des coûts de production du documentaire de télévision aidé, 2005-2009**



Note : Le volume de documentaire de télévision aidé par le CNC en 2005 s'élève à 2 066 heures, soit 1 752 dossiers aidés.

Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

**Figure 17 : Evolution de la structure des coûts de production du documentaire de télévision aidé par grands ensembles, 2005-2009**



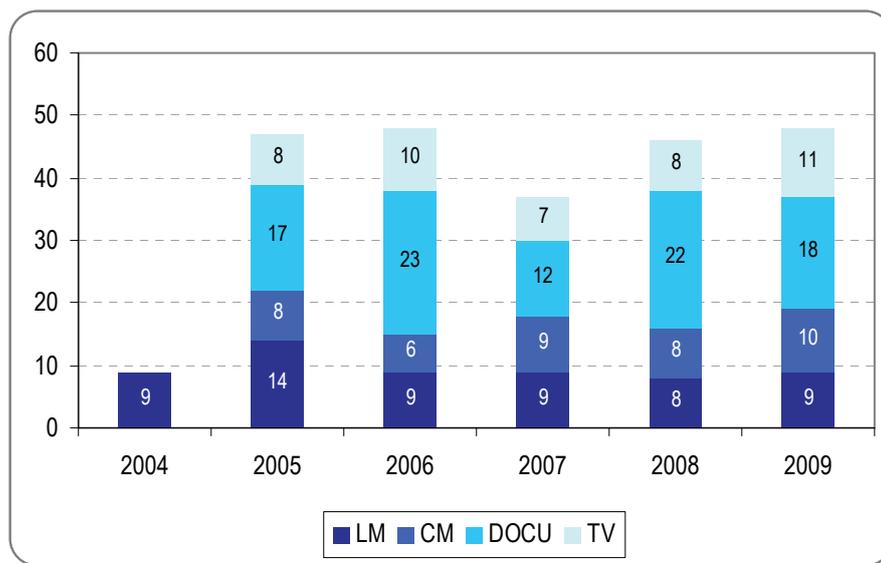
Source : CNC, La production audiovisuelle aidée, dossier 315, juillet 2010

## 3.2. Cadrage général de la production cinématographique et audiovisuelle en Provence-Alpes-Côte d'Azur

### 3.2.1. Evolution du nombre de projets soutenus par la Région

**Attention** : Ne sont pris en compte dans les commentaires suivants que les aides à la production.

Figure 18 : Evolution du nombre de projets soutenus par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur par catégorie



Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Sur la base des données disponibles, il apparaît que **226 œuvres ont bénéficié d'aides à la production depuis 2004**, dont :

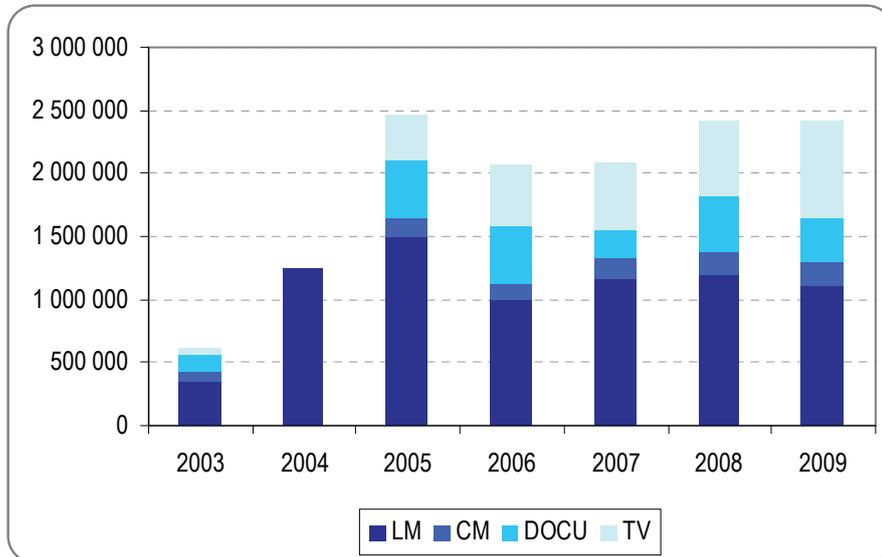
- 92 documentaires, soit 40,7% des œuvres aidés ;
- 58 longs métrages, soit 25,7% ;
- 44 œuvres de télévision (séries et téléfilms), soit 19,5% ;
- 41 courts et moyens métrages, soit 18,1%.

Entre 2005 et 2009, le nombre d'œuvres subventionnées est resté globalement stable à l'exception de l'année 2007, essentiellement marquée par une forte baisse du nombre de documentaires aidés.

### 3.2.2. Evolution des aides versées par la Région

#### Les montants totaux annuels

Figure 19 : Evolution des aides totales versées aux productions (EUR)



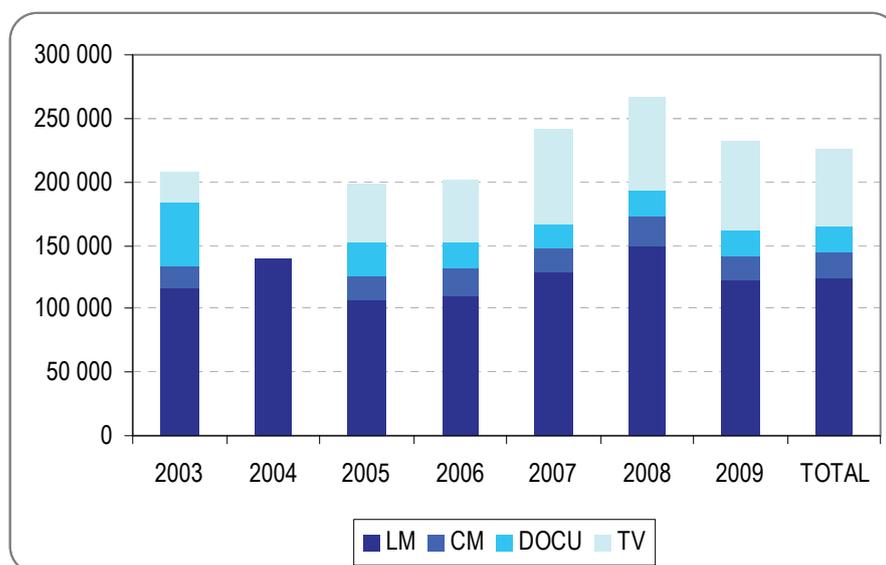
Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Depuis 2003, l'ensemble des aides apportées par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur se sont élevées à **13 320 188 EUR**. Depuis 2005, les montants globaux sont restés relativement stables (autour de 2,4 millions EUR), malgré un léger retrait en 2006 et 2007. Cette évolution est cohérente avec la stabilité du nombre de productions bénéficiant d'aides régionales. Néanmoins, la ventilation des aides par catégorie d'œuvres est différente de la ventilation par nombre d'œuvres aidées, les sommes engagées par œuvre dépendant de la catégorie de l'œuvre :

- Ainsi, les longs métrages bénéficient-ils d'un montant d'aides largement supérieur aux autres catégories : 56,8% de l'aide totale a ainsi été versée aux longs métrages;
- Les téléfilms et séries TV représentent 21% des sommes versées par la Région ;
- Les documentaires rassemblent 15.5% des aides attribuées ;
- Les courts et moyens métrages, 6.7%.

## Les moyennes annuelles par type d'œuvres

**Figure 20 : Evolution de la subvention moyenne accordée par œuvre**  
(EUR)



Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

En moyenne, toutes catégories d'œuvres confondues depuis 2003, une production a bénéficié de 53 928 EUR d'aides. Les écarts sont cependant importants selon la catégorie d'œuvres considérée :

- Un long métrage a bénéficié en moyenne de 124 000 EUR sur cette période ;
- Un téléfilm ou une série TV de 60 761 EUR ;
- Un documentaire de 21 774 EUR;
- Un court ou moyen métrage de 19 838 EUR.

Au sein d'une même catégorie, les écarts constatés entre les montants des aides accordées peuvent aller du simple au double pour les courts et moyens métrages, de 1 à 4 pour les téléfilms et séries TV, de 1 à 7.5 pour les longs métrages et de 1 à 10 pour les documentaires.

**Table 13 : Montant constaté de l'aide minimale et maximale accordée par catégorie d'œuvres entre 2003 et 2009**

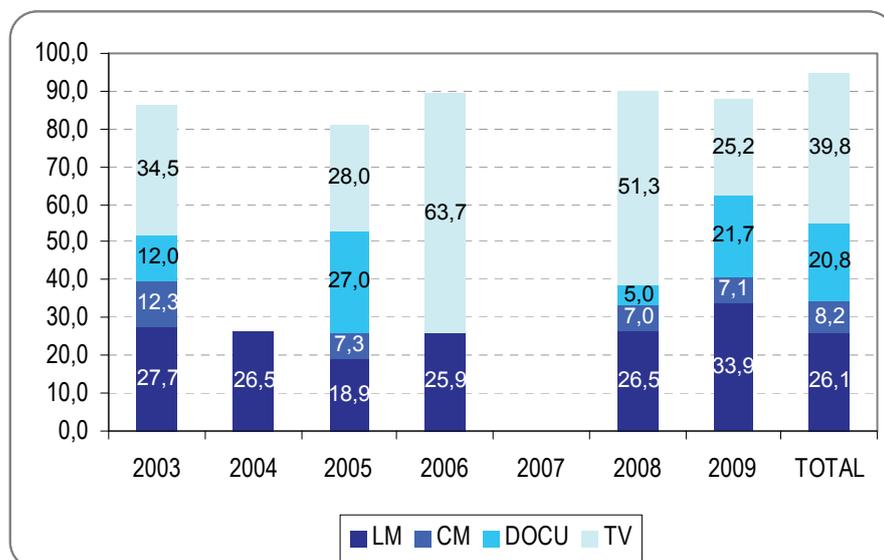
	Min	Max
Longs métrages	20 000	152 000
Courts et moyens métrages	12 000	25 000
Documentaires	6 000	60 000
Téléfilms et séries TV	20 000	75 000

Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Il est à souligner que les montants accordés aux documentaires ont subi une baisse rapide après 2003 (49 000 EUR/œuvre en 2003, 19 556 EUR en 2009). Dans le même temps, les téléfilms et séries TV ont quant à eux bénéficié d'une hausse importante des sommes moyennes accordées (23 500 EUR/œuvre en 2003, 70 455 EUR en 2009). Quant aux courts, moyens et longs métrages le montant moyen des aides accordées reste relativement stable sur la période malgré quelques variations d'une année à l'autre.

### 3.2.3. Evolution du nombre de jours de tournage en région

**Figure 21 : Evolution du nombre moyen de jours de tournage par catégorie**  
(en nombre de jours de tournage en région)



Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

En termes de nombre de jours de tournage, en moyenne (c'est-à-dire toutes catégories d'œuvres confondues) depuis 2003, **une production soutenue par la région PACA se traduirait par 26 jours de tournage en région** :

- Les téléfilms et séries TV sont la catégorie nécessitant le nombre de jours de tournage en région le plus important: 39.8 jours/œuvre en moyenne ;
- Suivent, les longs métrages : 26.1 jours/œuvre ;
- Les documentaires : 20.8 jours/œuvre;
- Les courts et moyens métrages : 8.2 jours /œuvre.

Ces chiffres moyens masquent cependant d'importantes disparités au sein d'une même catégorie, comme le montre le tableau ci-après.

**Table 14 : Nombre de jours de tournage minimum et maximum par catégorie d'œuvres entre 2003 et 2009**  
(en jours)

	Min	Moyenne	Max
Longs métrages	2	26.1	70
Courts et moyens métrages	4	8.2	23
Documentaires	2	20.8	84
Téléfilms et séries TV	13	39.8	180

Source : IDATE-HEXACOM à partir de données fournies par la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

### 3.2.4. Les fonds d'aides locaux

A titre indicatif sont présentés ci-après les plafonds d'aides maximales accordées par les fonds d'aides régionaux (en rouge, les plafonds les plus bas de chaque catégorie, en bleu les plafonds les plus élevés).

**Table 15 : Comparaison des plafonds d'aides accordées par les fonds d'aides régionaux**  
(EUR)

	Longs métrages de fiction	Longs métrages documentaires	Courts métrages	Séries TV	Fictions TV	Documentaires	Animation
Aquitaine	200 000	100 000	30 000	150 000	100 000	15 000 à 30 000	30 à 60 000
Auvergne	100 000	50 000	15 000		75 000	15 000	
Bourgogne	200 000		25 000	100 000	100 000	50 000	
Basse-Normandie			30 000			25 000	
Haute-Normandie	150 000		23 000		150 000	28 000	
Bretagne	150 000	60 000	40 000		100 000	35 000	Pas de plafond
Centre	200 000	60 000	45 000	150 000	75 000	30 000	De 75 à 50 000
Champagne-Ardenne	200 000		35 000			35 000	
Corse	150 000	200 000	80 000	200 000	100 000	80 000	
Franche Comté		150 000	30 000			40 000	
Guadeloupe	200 000		20 000	150 000	80 000	De 30 à 45 000	
Ile de France							
Languedoc-Roussillon	200 000	75 000	40 000	25 000/épisode	120 000		
Limousin	150 000		40 000		90 000	28 000	
Lorraine	200 000		20% max du budget		100 000	20% max du budget	
Midi-Pyrénées	144 000		18 000		72 000	24 000	72 000
Nord-Pas de Calais	200 000		30 000		150 000	De 40 à 60 000	
Pays de la Loire	130 000		25% du coût prévisionnel	25% du coût prévisionnel	130 000	25% du coût prévisionnel	
Picardie			de 10 000 à 35 000			de 10 000 à 30 000	
Poitou-Charentes	De 150 (fiction) à 300 000 (animation)		45 000	150 000	150 000	30 000	15 000 /épisode
PACA	200 000	50 000	30 000	100 000	100 000	de 15 000 à 25 000	
Rhône-Alpes			30 000	180 000	180 000	70 000	180 000
Réunion	300 000	100 000		200 000	200 000	De 15 000 à 50 000	60 000

Source : Ecran Total

Il ressort de cette première comparaison que les montants des aides sont sujets à de fortes fluctuations, car directement liés à la volonté des pouvoirs publics régionaux de privilégier certaines catégories d'œuvres plutôt que d'autres. Les écarts peuvent ainsi aller de 1 à 2,8 sur les téléfilms, de 1 à 3 sur les longs métrages de fiction, de 1 à 4 sur les longs métrages documentaires, et de 1 à 8 sur les courts métrages ainsi que sur les documentaires TV.

**Table 16 : Comparaison des obligations faites aux productions en termes de temps de tournage dans la région**

(en % du temps de tournage total, sauf indication différente)

	Longs métrages de fiction	Longs métrages documentaires	Courts métrages	Séries TV	Fictions TV	Documentaires	Animation
Alsace	35%	35%	100%	50%	50%		
Aquitaine	40% (18j)		très significative		50%		
Auvergne	50%	50%	100%		100%	100%	
Bourgogne	significatif *		100% *		50% *	50% *	50% *
Basse-Normandie			100%				
Haute-Normandie	sous conditions	sous conditions	100% *			100% *	
Bretagne	significatif **	50% **	intégral ou quasi-intégral**		significatif **	50% **	
Centre	40% (18j)	significatif	100%	50%	50%	significatif	
Champagne-Ardenne	tout ou partie		tout ou partie			tout ou partie	
Corse	60%	60%	60%	60%	60%	60%	
Franche Comté	significatif		100% *			100% *	
Ile de France	50% (20j)			50% (20j)	50% (20j)	40j de montage et postprod	
Languedoc-Roussillon	30%	30%					
Limousin	significatif		50%		significatif		
Midi-Pyrénées	50% *		significatif *		50% *	significatif *	
Nord-Pas de Calais		50% *	50% *		50% *	50% *	
Pays de la Loire	significatif				significatif		
Picardie			100%				
PACA	3 semaines		100%		50%	50%	

\* sauf auteur, réalisateur, producteur régionaux

\*\* conditions parmi d'autres possibles

Source : Ecran Total

A l'exception des régions Guadeloupe, Lorraine, Poitou-Charentes, Rhône Alpes et Réunion, la quasi-totalité des régions françaises ont prévu des obligations de temps minimal de tournage dans la région en contrepartie des aides accordées.

Ces obligations vont en règle générale de 30% à 100%, selon les régions et les catégories d'œuvres concernées, pour les obligations chiffrées. Certaines régions se contentent de demander qu'une part "significative" de la production se fasse en région, mais sans fixer de seuil chiffré.

Les contraintes les plus élevées concernent généralement les courts métrages.

Dans un certain nombre de régions ces contraintes ne s'appliquent pas quand l'auteur, le réalisateur ou le producteur sont implantés en région. Dans d'autres régions ce critère peut être proposé mais peut être remplacé par d'autres critères alternatifs.

**Table 17 : Comparaison des obligations faites aux productions en dépenses locales**  
(en % de l'aide obtenue sauf mention différente)

	Longs métrages de fiction	Longs métrages documentaires	Courts métrages	Séries TV	Fictions TV	Documentaires	Animation
Alsace	100%	120%	120%	120%	120%		
Aquitaine		50% du coût total					50% du coût total
Bourgogne	100%		100%	100%	100%	100%	
Haute-Normandie	sous conditions	sous conditions					
Bretagne	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	+ de 50% de la masse salariale assurée par des techniciens et/ou des comédiens régionaux **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **		retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	+ de 50% de la masse salariale assurée par des techniciens et/ou des comédiens régionaux **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **
Centre	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **	retombées significatives pour l'emploi audiovisuel **
Corse	150% (+recruter des insulaires)	150% (+recruter des insulaires)			150% (+recruter des insulaires)		
Franche Comté		favoriser l'emploi de professionnels locaux	favoriser l'emploi de professionnels locaux			favoriser l'emploi de professionnels locaux	
Ile de France	80% des dépenses en région pour 2 prestations parmi 4			80% des dépenses en région pour 2 prestations parmi 4	80% des dépenses en région pour 2 prestations parmi 4	2 prestations requises	
Languedoc-Roussillon			100%	100%	100%	100%	
Lorraine	120% **		120% **		120% **	120% **	
Nord-Pas de Calais	grille d'implication régionale	grille d'implication régionale	grille d'implication régionale	grille d'implication régionale	grille d'implication régionale	grille d'implication régionale	
Pays de la Loire			utilisation de ressources et compétences régionales			utilisation de ressources et compétences régionales	
Poitou-Charentes	x4 ou x2 pour des budgets < à 2,5 M EUR		x4	x4	x4	x4	x4
PACA	150%	150%	150%			150%	
Rhône Alpes			x1,5	x4 dont 2x dans la filière	x4 dont 2x dans la filière	x2	x4 dont 2x dans la filière
Réunion	utilisation de compétences locales	utilisation de compétences locales		utilisation de compétences locales	utilisation de compétences locales	utilisation de compétences locales	utilisation de compétences locales

\* sauf auteur, réalisateur, producteur régionaux

\*\* conditions parmi d'autres possibles

Source : Ecran Total

A l'exception des régions Auvergne, Basse-Normandie, Champagne-Ardenne, Guadeloupe, Limousin, Midi-Pyrénées et Picardie, la plupart des régions françaises ont prévu des critères liés aux dépenses locales. Selon les objectifs recherchés par les fonds d'aides (essentiellement générer des retombées économiques directes et induites et/ou développer/structurer une filière audiovisuelle régionale), les obligations les plus courantes portent sur des obligations de dépenses proportionnelles aux aides engagées et/ou des obligations de recours à de la main d'œuvre locale. Le premier critère est généralement exprimé en pourcentage des aides accordées tandis que le deuxième est le plus souvent qualitatif. Dans la quasi-totalité des cas, les régions adoptent les mêmes obligations quelle que soit la catégorie d'œuvre concernée.

Il est à noter que les régions Poitou-Charentes et Rhône-Alpes se distinguent tout particulièrement en matière d'obligations de dépenses locales. Tandis que les autres régions ayant instauré cette obligation impose un taux compris entre 100% et 150% de l'aide accordée, ces deux régions demandent à ce que les productions dépensent localement entre 2 et 4 fois l'aide accordée.

### **3.3. Analyse d'un échantillon de productions cinématographiques et audiovisuelles tournées en Provence-Alpes-Côte d'Azur**

#### **3.3.1. Note méthodologique**

L'analyse présentée ci-après repose sur l'exploitation des documents suivants :

- 47 dossiers de production fournis par la Région PACA, la Ville de Nice et le Conseil Général des Alpes Maritimes ;
- Bilans annuels des interventions territoriales de la Commission Régionale du Film PACA dans les productions cinématographiques et audiovisuelles pour les années 2003 à 2009.
- Document de synthèse de la Commission Régionale du Film PACA concernant les productions soutenues par la Région entre 2003 et 2009.

Afin de compléter l'information fournie par les deux collectivités impliquées dans le bon déroulement de cette mission, l'IDATE a contacté les services du CNC dans le but d'obtenir des données détaillées et/ou synthétiques sur les productions tournées partiellement ou totalement en Région PACA avant et après la mise en place du fonds d'aide régional. Le CNC n'a cependant pas été en mesure d'accéder à notre demande. Le Centre ne peut en effet communiquer des informations détaillées par production jugées confidentielles et ne dispose pas des ressources nécessaires pour traiter ces informations et livrer des données agrégées.

De ce fait, il n'a pas été possible de compléter l'échantillon établi sur la base des éléments fournis par la Région PACA et la Ville de Nice. En particulier, il ne nous a pas été possible de mesurer de possibles différences entre les retombées économiques directes et indirectes avant et après la mise en place du fonds d'aide de la Région, ni de mesurer les différences entre les productions soutenues par la Région et celles ne bénéficiant pas de ce soutien. De plus, la taille de l'échantillon ne permet pas de mesurer une éventuelle progression des retombées économiques au cours de la période couverte (2003-2009).

En ce qui concerne l'exploitation des documents fournis par la Région PACA et la Ville de Nice, il est à souligner l'hétérogénéité du niveau d'informations disponibles selon les dossiers considérés. Ainsi, selon les cas, l'analyse s'est faite soit à partir des budgets prévisionnels soit à partir des budgets définitifs que ce soit pour la partie de la production effectuée en PACA ou pour le tournage hors région. Nous avons cependant jugé préférable de prendre en compte l'ensemble des éléments disponibles afin de conduire l'analyse. Le détail de l'information disponible pour chaque production est présenté en annexe. Par souci

de transparence, quand l'analyse développée inclut à la fois des données définitives et des données prévisionnelles, cela est signalé par une note de bas de tableau.

Enfin, les comptes de production mis à notre disposition ne présentant pas le même niveau de détail, l'analyse de la ventilation des dépenses locales n'a pu être conduite que par grand niveau de postes, mais il n'a pas été possible d'entrer plus finement dans le détail.

Précisons que sur la période considérée, la constitution d'un dossier de subvention ne prévoit pas le retour des budgets réalisés ou des comptes du film dans leur intégralité. La mise en place de fiches de renseignements par la Région PACA à partir de 2011 devrait permettre de mieux évaluer les retombées économiques des tournages subventionnés par la Région.

Pour mémoire et conformément à la proposition d'étude, nous entendons par retombées économiques directes, le surplus d'activité généré par le tournage sur un territoire : recrutement de personnel (techniciens, ouvriers, comédiens...), prestations de fournisseurs (décors, accessoires, matériels techniques...), frais de logement et de repas.

Les retombées indirectes recouvrent principalement les retombées touristiques.

### 3.3.2. Présentation de l'échantillon de productions étudiées

Dans le cadre de la deuxième phase de la mission, 47 dossiers de production ont fait l'objet d'une analyse approfondie de leurs comptes de tournage, dont :

- 16 longs métrages (34% des dossiers traités) ;
- 14 fictions audiovisuelles (30% des dossiers traités) ;
- 5 courts métrages (11% des dossiers traités) ;
- 5 documentaires (11% des dossiers traités) ;
- 5 tournages publicitaires (11% des dossiers traités) ;
- 2 shootings photo (4% des dossiers traités).

Le détail de l'échantillon est fourni en annexes (titres des œuvres, information disponible par dossier...).

### 3.3.3. Eléments de synthèse

**Table 18 : Principaux indicateurs relatifs aux tournages en Région PACA**

(unité, EUR, %)

	Nb moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses moyennes par œuvre en PACA	Dépenses quotidiennes moyennes	Part des dépenses en PACA
Longs métrages	34	910 413	26 876	15%
Fictions TV	40	1 470 021	36 425	43%
Courts métrages	6	45 580	7 472	43%
Documentaires	49	85 992	1 741	39%
Tournages publicitaires	7	296 852	40 115	n.d.
Shootings photo	4	27 038	6 759	n.d.

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Table 19 : Ventilation des dépenses locales par poste**

(en % des dépenses locales)

Postes de dépenses	Longs métrages	Fictions TV	Courts métrages	Documentaires	Tournages pub	Shootings photo
Droits artistiques	0.6%	1.0%	0.0%	6.5%	0.0%	0.0%
Personnel	24.6%	30.9%	17.4%	28.9%	27.8%	14.8%
Interprétation	6.9%	4.9%	4.7%	0.4%	15.1%	0.0%
Charges sociales	14.7%	16.7%	7.2%	15.6%	0.0%	0.0%
Décors et costumes	15.4%	21.3%	17.6%	2.4%	36.7%	0.0%
Transports, défraiement, régie	30.9%	17.1%	35.4%	11.2%	14.2%	56.0%
Moyens techniques	5.5%	7.4%	15.9%	28.4%	6.1%	23.7%
Pellicules – Laboratoires	0.4%	0.4%	1.6%	3.4%	0.0%	0.0%
Assurances et divers	1.0%	0.2%	0.3%	3.2%	0.0%	5.5%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Table 20 : Répartition des dépenses en Région par grand poste**

(en % des dépenses locales)

Postes de dépenses	Longs métrages	Fictions TV	Courts métrages	Documentaires	Tournages pub	Shootings photo
Rémunérations	46.8%	53.5%	29.2%	51.5%	42.9%	14.8%
Technique	5.9%	7.8%	17.5%	31.8%	6.1%	23.7%
Tournage	47.3%	38.7%	53.3%	16.7%	51.0%	61.5%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Table 21 : Part des dépenses en Région**

(en % des dépenses totales)

Postes de dépenses	Longs métrages	Fictions TV	Courts métrages	Documentaires
Droits artistiques	1.1%	6.7%	0.0%	19.9%
Personnel	16.4%	50.0%	32.8%	36.5%
Interprétation	5.6%	17.2%	44.1%	18.2%
Charges sociales	15.9%	40.5%	21.8%	37.2%
Décors et costumes	29.7%	72.2%	79.3%	100.0%
Transports, défraiement, régie	44.8%	58.9%	77.0%	57.6%
Moyens techniques	9.2%	49.3%	52.4%	63.2%
Pellicules – Laboratoires	1.4%	6.3%	6.3%	14.4%
Assurances et divers	2.3%	4.7%	5.4%	35.4%
Total	15.0%	43.3%	43.3%	39.1%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Table 22 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux**

Postes de dépenses	Longs métrages		Fictions TV		Courts métrages		Documentaires	
	PACA	Hors PACA	PACA	Hors PACA	PACA	Hors PACA	PACA	Hors PACA
Rémunérations	11.3%	88.7%	36.5%	63.5%	28.8%	71.2%	32.9%	67.1%
Technique	6.7%	93.3%	37.7%	62.3%	31.4%	68.6%	46.0%	54.0%
Tournage	28.5%	71.5%	61.1%	38.9%	72.0%	28.0%	54.3%	45.7%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Table 23 : Mesure de l'impact direct pour 1 EUR de subvention par catégorie d'œuvres**  
(EUR)

	Dépenses locales pour 1 EUR investi par la Région PACA	Dépenses locales pour 1 EUR investi par les collectivités territoriales de PACA
Longs métrages	4.99	6.51*
Fictions TV	17.47	17.04
Courts métrages	2.13	1.99
Documentaires	3.77	3.33

\* La différence avec la colonne précédente provient du fait que le plus gros tournage intégré dans cet échantillon ("*Les Vacances de Mister Bean*") n'a pas été aidé par la région.

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

### 3.3.4. Longs métrages

#### Détail des dépenses en Région PACA par poste

Les **16** dossiers de longs métrages étudiés représentent **542** jours de tournage sur le territoire de la Région PACA pour des dépenses régionales évaluées à **14.57 millions EUR**, soit environ **15% des budgets totaux** hors frais généraux et imprévus.

En moyenne, les films de l'échantillon dépensent **910 413 EUR** sur le territoire régional au cours de leurs **34 jours** de tournage, **soit une dépense quotidienne de 26 876 EUR**.

- Les **rémunérations** et les **autres frais de tournage** constituent leurs principales dépenses en Région PACA, ces deux ensembles représentant chacun un peu moins de la moitié du budget de production (environ 47%).
- Plus particulièrement, les charges de **transports, défraiement et régie** représentent le **principal poste de dépenses** (31%), devant les **frais de personnels** (25%).
- Les **frais techniques** pèsent moins de **6%** dans les dépenses régionales.

**Table 24 : Détail des dépenses en PACA par poste des 16 longs métrages étudiés**  
(EUR, %)

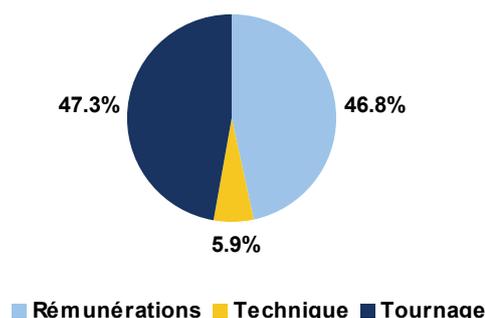
Postes de dépenses	Dépenses en région des 16 films	Dépenses moyennes en région par film	Répartition par poste
Droits artistiques	81 229	5 077	0.6%
Personnel	3 588 545	224 284	24.6%
Interprétation	1 001 321	62 583	6.9%
Charges sociales	2 148 203	134 263	14.7%
Décors et costumes	2 243 527	140 220	15.4%
Transports, défraiement, régie	4 495 819	280 989	30.9%
Moyens techniques	799 211	49 951	5.5%
Pellicules – Laboratoires	58 157	3 635	0.4%
Assurances et divers	150 598	9 412	1.0%
<b>Total</b>	<b>14 566 610</b>	<b>910 413</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 22 : Répartition des dépenses en PACA des 16 longs métrages étudiés**



Source : IDATE, HEXACOM

## Poids des dépenses en Région PACA dans les devis globaux

Les 16 longs métrages de l'échantillon ont dépensé en moyenne **15% de leurs budgets de production**, évalués à 97.4 millions EUR, en Région PACA (hors frais généraux et imprévus).

- La **phase en amont** des tournages (écriture du scénario et des dialogues, etc.) n'est pour ainsi dire **pas réalisée en PACA** : seul 1% des droits artistiques est dépensé en Région.
- Ce sont les **autres dépenses de tournages** qui sont le **plus localisées en Région PACA** (28.5%), notamment les frais de transports, défraiement, régie, réglés à près de 45% sur le territoire régional, et les décors et costumes, poste dont près de 30% des dépenses sont effectuées en PACA.
- Dans les **dépenses de rémunérations, faiblement localisées en Région** (11.3%), les frais de personnel et les charges sociales afférentes ont les parts de dépenses régionales les plus significatives avec respectivement 16.4% et 15.9%.
- Les étapes en aval des tournages (postproduction) sont **peu localisées en PACA** : les moyens techniques, qui incluent notamment les dépenses de montage, sont mobilisés à plus de 90% hors région.

**Table 25 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 16 longs métrages étudiés**  
(EUR, %)

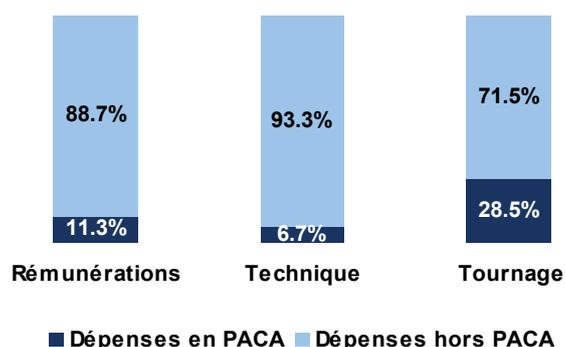
Postes de dépenses	Dépenses en région des 16 films	Dépenses totales des 16 films	Part des dépenses en région
Droits artistiques	81 229	7 319 634	1.1%
Personnel	3 588 545	21 893 783	16.4%
Interprétation	1 001 321	17 783 691	5.6%
Charges sociales	2 148 203	13 482 403	15.9%
Décors et costumes	2 243 527	7 547 637	29.7%
Transports, défraiement, régie	4 495 819	10 042 112	44.8%
Moyens techniques	799 211	8 700 645	9.2%
Pellicules – Laboratoires	58 157	4 034 253	1.4%
Assurances et divers	150 598	6 624 552	2.3%
Total	14 566 610	97 428 710	15.0%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 23 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 16 longs métrages**



Source : IDATE, HEXACOM

## Comparaison des dépenses en Région PACA entre longs métrages intégralement et partiellement tournés en PACA

**Avertissement** : étant donné le faible nombre de films constituant les échantillons par catégorie (entre 2 et 3 films selon les catégories), les analyses ci-dessous sont à interpréter avec une certaine prudence et sont ici davantage données à titre indicatif. On peut légitimement supposer que des échantillons de taille équivalente mais sur la base d'autres productions auraient conduit à des moyennes différentes de celles obtenues ici. Ainsi certaines incohérences qui peuvent ressortir de la lecture des éléments ci-après (par exemple, le fait que les longs métrages tournés partiellement en région dépensent plus en région que les longs métrages partiellement tournés en région) ne peuvent s'expliquer que par la taille des échantillons considérés.

### Longs métrages intégralement tournés en PACA

Le montant moyen des dépenses effectuées en PACA par les longs métrages intégralement tournés en Région de l'échantillon s'élève à **575 099 EUR** pour **37 jours** de tournage en moyenne sur le territoire régional, soit une dépense quotidienne de **15 756 EUR**.

- Les **rémunérations** constituent plus de la **moitié** des dépenses en PACA (52%). Les frais de personnel captent à eux seuls plus du quart du budget régional.

- **44%** des frais effectués en Région PACA sont des **dépenses de tournage**. Premier poste de dépenses régionales, les charges de transports, défraiement et régie représentent à eux seuls plus du quart des dépenses en PACA.
- La part des dépenses en Région relative aux **frais techniques** est **inférieure à 4%**.

**Table 26 : Détail des dépenses en PACA par poste des 2 longs métrages intégralement tournés en PACA**

(EUR, %)

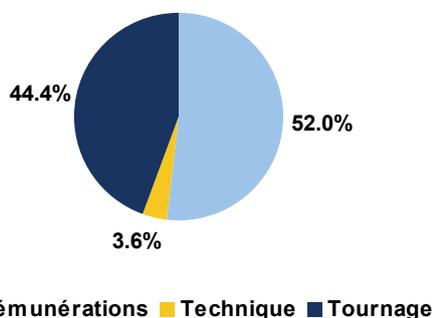
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 2 films	Dépenses moyennes en Région par film	Répartition par poste
Droits artistiques	2 375	1 188	0.2%
Personnel	298 383	149 192	25.9%
Interprétation	101 559	50 779	8.8%
Charges sociales	195 897	97 948	17.0%
Décors et costumes	206 141	103 070	17.9%
Transports, défraiement, régie	304 084	152 042	26.4%
Moyens techniques	32 398	16 199	2.8%
Pellicules - Laboratoires	9 361	4 680	0.8%
Assurances et divers	0	0	0.0%
Total	1 150 197	575 099	100.0%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 24 : Répartition des dépenses en PACA des 2 longs métrages intégralement tournés en PACA**



Source : IDATE, HEXACOM

### **Longs métrages partiellement tournés en PACA**

Les trois longs métrages partiellement tournés en PACA de l'échantillon ont dépensé chacun en moyenne **623 142 EUR** en Région pour une durée de tournage moyenne de 31 jours sur le territoire, soit une dépense quotidienne de **20 320 EUR**.

- **Près de la moitié** des dépenses en Région sont des **rémunérations** (49.6%) et notamment des frais de personnels, qui représentent plus du quart du budget régional.
- **Les autres frais de tournage** comptent pour **40%** des dépenses effectués en PACA. Ils comprennent essentiellement les charges de transports, défraiement et régie, qui représentent à elles seules plus de 28% des dépenses régionales.
- **10.5%** des dépenses localisées en Région PACA sont des frais techniques.

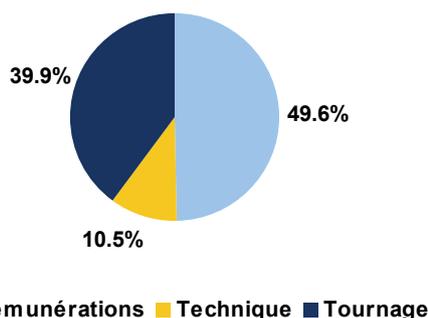
**Table 27 : Détail des dépenses en PACA par poste des 3 longs métrages partiellement tournés en PACA**

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 3 films	Dépenses moyennes en Région par film	Répartition par poste
Droits artistiques	47 013	15 671	2.5%
Personnel	493 718	164 573	26.4%
Interprétation	86 336	28 779	4.6%
Charges sociales	299 882	99 961	16.0%
Décors et costumes	169 368	56 456	9.1%
Transports, défraiement, régie	528 105	176 035	28.2%
Moyens techniques	148 445	49 482	7.9%
Pellicules - Laboratoires	48 085	16 028	2.6%
Assurances et divers	48 476	16 159	2.6%
<b>Total</b>	<b>1 869 427</b>	<b>623 142</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 25 : Répartition des dépenses en PACA des 3 longs métrages partiellement tournés en PACA**



Source : IDATE, HEXACOM

## Les points clefs de l'analyse des longs métrages

**Table 28 Principaux indicateurs relatifs aux tournages de longs métrages en Région PACA**  
(unité, EUR, %)

Genres de longs métrages	Nb moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses moyennes par œuvre en PACA	Dépenses quotidiennes moyennes	Part des dépenses en PACA
Intégralement tourné en PACA	37	575 099	15 756	20%
Partiellement tourné en PACA	31	623 142	20 320	42%
Tous genres confondus	34	910 413	26 876	15%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

- Au global, les dépenses des tournages de longs métrages de l'échantillon s'avèrent **faiblement localisées en PACA**.
- Si l'analyse révèle que ce sont les longs métrages partiellement tournés en PACA qui effectuent la plus grande part de leurs dépenses de production dans la Région, ce résultat doit toutefois être considéré avec précaution, compte tenu du grand nombre de devis prévisionnels ayant servi au calcul de ces pourcentages.
- Très peu concerné par les phases amont et aval des tournages, **l'essentiel du budget régional est consacré aux dépenses de production** à proprement dites et notamment aux postes suivants :
  - Transports, défraiement et régie (poste qui inclut, entre autre, les frais de déplacements, d'hébergement et de restauration),
  - Décors et costumes ;
  - Personnel (embauche de technicien locaux).
- On notera par ailleurs le **faible recours à l'emploi de comédiens locaux** : moins de 6% des dépenses d'interprétation des longs métrages de l'échantillon sont localisées en PACA et ces films ne consacrent que 7% de leur budget régional à ce poste.

### 3.3.5. Fictions audiovisuelles

#### Présentation de l'échantillon de fictions TV étudiées

Les 14 dossiers de fictions audiovisuelles étudiés représentent 565 jours de tournage sur le territoire de la Région PACA pour des dépenses régionales évaluées à 20.58 millions EUR, soit environ 43% des budgets totaux hors frais généraux et imprévus.

**Table 29 : Analyse des fictions audiovisuelles de l'échantillon**  
(unité, millions EUR, %)

Types de fictions	Nombre de dossiers	Nombre total de jours de tournage en PACA	Nombre moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses en PACA	Budgets totaux	Part des dépenses en PACA
Fictions unitaires	5	126	25	4.04	13.09	31%
Séries TV	4	311	78	11.73	24.13	49%
Fictions d'époque	3	59	20	2.57	6.60	39%
Fictions intégralement tournées en PACA	2	69	35	2.24	3.79	59%
Total	14	565	40	20.58	47.49	43%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses et budgets s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

#### Détail des dépenses en Région PACA par poste

Le montant moyen des dépenses en Région d'une fiction TV de l'échantillon s'élève à **1.5 million EUR** pour une moyenne de **40 jours** de tournage et une dépense quotidienne de **36 425 EUR**.

- Les **rémunérations** représentent **plus de la moitié** des dépenses en Région (53.5%). Cette catégorie comprend notamment les frais de personnel qui captent 31% des frais de production localisés en PACA
- **38.7%** des dépenses en PACA sont directement liées au **tournage**. Elles se composent en grande partie des frais de décors et costumes, qui captent **1/5<sup>ème</sup>** du budget régional.
- Les frais techniques pèsent à peine **8%** dans les **dépenses régionales**.

**Table 30 : Détail des dépenses en PACA par poste des 14 fictions TV étudiées**  
(EUR, %)

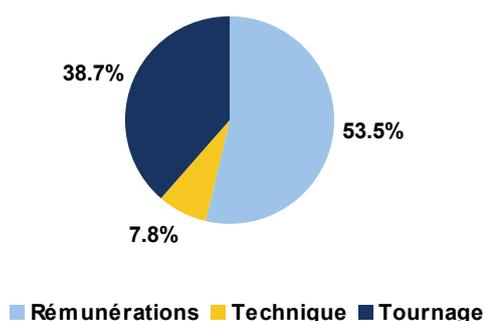
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 14 fictions TV	Dépenses moyennes en Région par fiction TV	Répartition par poste
Droits artistiques	207 770	14 841	1.0%
Personnel	6 351 364	453 669	30.9%
Interprétation	1 013 020	72 359	4.9%
Charges sociales	3 447 037	246 217	16.7%
Décors et costumes	4 386 653	313 332	21.3%
Transports, défraiement, régie	3 525 536	251 824	17.1%
Moyens techniques	1 531 520	109 394	7.4%
Pellicules - Laboratoires	72 646	5 189	0.4%
Assurances et divers	44 748	3 196	0.2%
<b>Total</b>	<b>20 580 296</b>	<b>1 470 021</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 26 : Répartition des dépenses en PACA des 14 fictions TV étudiées**



Source : IDATE, HEXACOM

### Poids des dépenses en Région PACA dans les devis globaux

Les 14 fictions étudiées ont dépensé en moyenne **43% de leurs budgets de production**, évalués à 47.5 millions EUR, en Région PACA (hors frais généraux et imprévus).

- Ce sont les **autres dépenses de tournages** qui sont **le plus localisées** en Région PACA (61.1%), notamment les frais de décors et costumes, réglés à plus de 72% sur le territoire régional, et les charges de transports, défraiement et régie, poste dont près de 59% des dépenses sont effectuées en PACA.
- Près de 38% des dépenses techniques sont effectuées en PACA, et notamment les moyens techniques, facturés pour moitié en Région.
- Les **dépenses de rémunérations** sont localisées en Région PACA à hauteur de 36.5% de leur montant. La **moitié des frais de personnel** sont engagés sur le territoire régional.

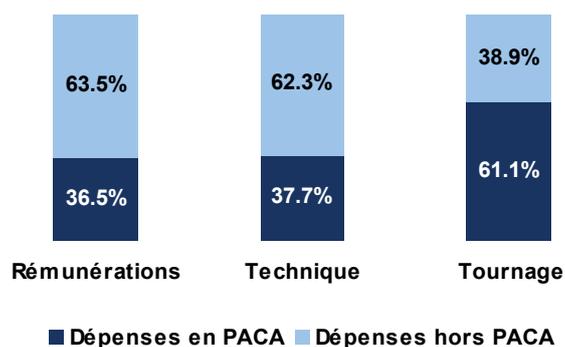
**Table 31 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 14 fictions TV étudiées**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 14 fictions TV	Dépenses totales des 14 fictions TV	Part des dépenses en Région
Droits artistiques	207 770	3 081 310	6.7%
Personnel	6 351 364	12 705 266	50.0%
Interprétation	1 013 020	5 901 115	17.2%
Charges sociales	3 447 037	8 521 027	40.5%
Décor et costumes	4 386 653	6 079 517	72.2%
Transports, défraiement, régie	3 525 536	5 990 098	58.9%
Moyens techniques	1 531 520	3 104 644	49.3%
Pellicules - Laboratoires	72 646	1 150 722	6.3%
Assurances et divers	44 748	954 584	4.7%
Total	20 580 296	47 488 283	43.3%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 27 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 14 fictions TV**



Source : IDATE, HEXACOM

## Analyse des dépenses en Région PACA par genre

### Fictions unitaires

Les cinq fictions unitaires de l'échantillon ont dépensé chacun en moyenne **808 552 EUR** en PACA pour une durée de tournage moyenne de **25 jours** sur le territoire régional, soit une dépense quotidienne de **32 085 EUR**.

- **45.4%** des dépenses en Région sont des **rémunérations** et notamment des **frais de personnels**, qui représentent **22.5%** du budget régional.
- Les **autres frais de tournage** comptent pour **43.4%** des dépenses effectués en PACA. Ils comprennent essentiellement les charges de **transports, défraiement et régie**, qui représentent à elles seules près de **29%** des dépenses régionales.
- **11.3%** des dépenses localisées en Région PACA sont des **frais techniques**.

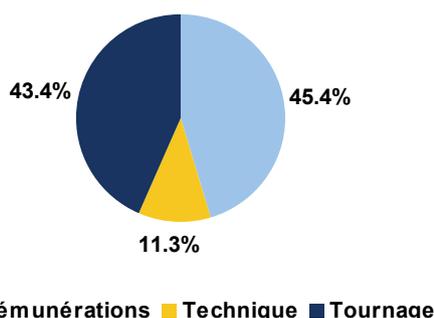
**Table 32 : Détail des dépenses en PACA par poste des 5 fictions unitaires**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 fictions unitaires	Dépenses moyennes en Région par fiction	Répartition par poste
Droits artistiques	2 100	420	0.1%
Personnel	908 910	181 782	22.5%
Interprétation	250 763	50 153	6.2%
Charges sociales	671 701	134 340	16.6%
Décors et costumes	544 865	108 973	13.5%
Transports, défraiement, régie	1 170 062	234 012	28.9%
Moyens techniques	391 091	78 218	9.7%
Pellicules - Laboratoires	64 470	12 894	1.6%
Assurances et divers	38 797	7 759	1.0%
<b>Total</b>	<b>4 042 759</b>	<b>808 552</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 28 : Répartition des dépenses en PACA des 5 fictions unitaires**



Source : IDATE, HEXACOM

### Séries TV

Le montant moyen des dépenses effectuées en PACA par les quatre séries TV de l'échantillon s'élève à **2.9 millions EUR** pour **78 jours de tournage** en moyenne sur le territoire régional, soit une dépense quotidienne de **37 710 EUR**.

- **Plus de la moitié** du budget régional est consacré aux **rémunérations** (54%). Les frais de **personnel** représentent à elles seules plus du tiers des dépenses réalisées en PACA (34.5%).
- Les **charges directement liées au tournage** comptent pour 40% des dépenses en Région. Premier poste de cette catégorie, les décors et costumes constituent **28%** des frais engagés en PACA.
- **Moins de 6%** des dépenses effectuées en PACA sont des **frais techniques**.

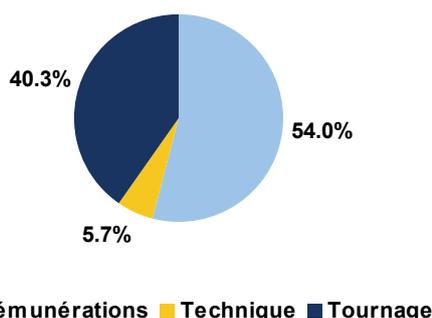
**Table 33 : Détail des dépenses en PACA par poste des 4 séries TV**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en région des 4 séries TV	Dépenses moyennes en région par série TV	Répartition par poste
Droits artistiques	55 942	13 986	0.5%
Personnel	4 043 731	1 010 933	34.5%
Interprétation	447 503	111 876	3.8%
Charges sociales	1 792 568	448 142	15.3%
Décors et costumes	3 323 716	830 929	28.3%
Transports, défraiement, régie	1 396 113	349 028	11.9%
Moyens techniques	665 933	166 483	5.7%
Pellicules - Laboratoires	0	0	0.0%
Assurances et divers	2 180	545	0.0%
<b>Total</b>	<b>11 727 686</b>	<b>2 931 922</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 29 : Répartition des dépenses en PACA des 4 séries TV**



Source : IDATE, HEXACOM

### ***Fictions d'époque***

Avec une durée de tournage moyenne en PACA de **20 jours**, les fictions d'époque étudiées ont dépensé chacune en moyenne **856 963 EUR** en Région, soit **43 574 EUR** par jour.

- Les **rémunérations** représentent **plus de la moitié** des dépenses réalisées en Région (54.2%). Premier poste de dépenses régionales, les frais de **personnel** comptent pour **plus du quart du budget** dépensé en PACA (26.3%).
- **36.5%** des dépenses effectuées en Région sont **directement liées au tournage**. Elles se composent pour l'essentiel de frais de **transports, défraiement et régie**, qui représentent plus du quart des dépenses en PACA (25.7%).
- 9.3% des dépenses effectuées en PACA sont des **frais techniques**.

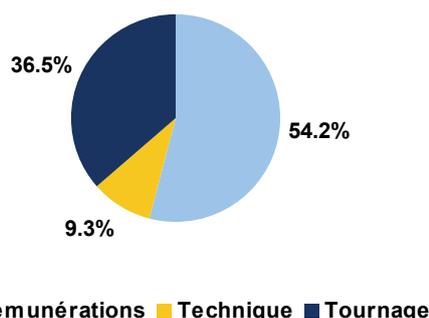
**Table 34** **Détail des dépenses en PACA par poste des 3 fictions d'époque**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 3 fictions d'époque	Dépenses moyennes en Région par fiction	Répartition par poste
Droits artistiques	65 628	21 876	2.6%
Personnel	676 796	225 599	26.3%
Interprétation	154 541	51 514	6.0%
Charges sociales	496 946	165 649	19.3%
Décors et costumes	275 010	91 670	10.7%
Transports, défraiement, régie	659 460	219 820	25.7%
Moyens techniques	234 813	78 271	9.1%
Pellicules - Laboratoires	4 624	1 541	0.2%
Assurances et divers	3 071	1 024	0.1%
<b>Total</b>	<b>2 570 889</b>	<b>856 963</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 30 : Répartition des dépenses en PACA des 3 fictions d'époque**



Source : IDATE, HEXACOM

### ***Fictions intégralement tournées en PACA***

Le montant moyen des dépenses effectuées en PACA par les deux fictions intégralement tournées en Région de l'échantillon s'élève à **1.12 million EUR** pour **35 jours** de tournage en moyenne sur le territoire régional, soit une dépense quotidienne de **32 449 EUR**.

- Les **rémunérations** constituent près des **deux-tiers** des dépenses en PACA (65%). Elles se composent pour moitié des frais de personnel, qui captent à eux seuls près du tiers du budget régional (32%).
- **Moins d'un quart** des frais engagés en Région PACA sont des **dépenses de tournage** (24.8%). Premier poste de cette catégorie, les charges de transports, défraiement et régie représentent 13.4% du budget dépensé en PACA.
- La part des dépenses en Région relative aux **frais techniques** atteint **11%**.

**Table 35 : Détail des dépenses en PACA par poste des 2 fictions intégralement tournées en PACA**  
(EUR, %)

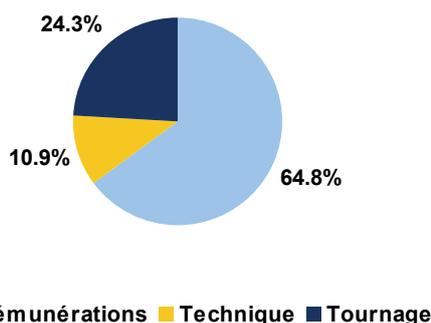
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 2 fictions	Dépenses moyennes en Région par fiction	Répartition par poste
Droits artistiques	84 100	42 050	3.8%
Personnel	721 927	360 963	32.2%
Interprétation	160 213	80 107	7.2%
Charges sociales	485 821	242 911	21.7%
Décors et costumes	243 062	121 531	10.9%
Transports, défraiement, régie	299 902	149 951	13.4%
Moyens techniques	239 684	119 842	10.7%
Pellicules - Laboratoires	3 552	1 776	0.2%
Assurances et divers	700	350	0.0%
<b>Total</b>	<b>2 238 962</b>	<b>1 119 481</b>	<b>100.0%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 31 : Répartition des dépenses en PACA des 2 fictions intégralement tournées en PACA**



Source : IDATE, HEXACOM

## Les points clefs de l'analyse des fictions audiovisuelles

**Table 36 : Principaux indicateurs relatifs aux tournages de fictions audiovisuelles en Région PACA**  
(EUR, %)

Genres de longs métrages	Nb moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses moyennes par œuvre en PACA	Dépenses quotidiennes moyennes	Part des dépenses en PACA
Fictions unitaires	25	808 552	32 085	31%
Séries TV	78	2 931 922	37 710	49%
Fictions d'époque	20	856 963	43 574	39%
Fictions intégralement tournées en PACA	35	1 119 481	32 449	59%
Tous genres confondus	40	1 470 021	36 425	43%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

- Au global, les dépenses des tournages des fictions TV de l'échantillon se révèlent **fortement localisées en PACA**, et notamment les œuvres intégralement tournées sur le territoire dont près de 60% du budget est dépensé dans la Région.
- Les **séries TV** présentent le **plus grand nombre de jours de tournage et la plus forte dépense globale moyenne en PACA**, tandis que les **fictions d'époque** affichent la **dépense quotidienne en Région la plus élevée**.
- Premier poste de dépenses en Région (31%), les frais de personnel sont pour moitié réalisés en PACA, ce qui témoigne d'un **recours significatif des fictions TV à l'emploi de techniciens locaux**.
- Dans une moindre mesure, les œuvres audiovisuelles tournées en PACA emploient aussi un **nombre non négligeable de comédiens locaux** : plus de 17% des dépenses d'interpénétration sont en effet effectuées en Région (part 3 fois supérieure à celle des longs métrages).

### 3.3.6. Courts métrages

#### Présentation de l'échantillon de courts métrages étudiés

Les **5** dossiers de courts métrages analysés représentent **30.5 jours** de tournage sur le territoire de la Région PACA pour des dépenses régionales évaluées à près de **228 000 EUR**, soit environ **43% des budgets totaux** hors frais généraux et imprévus.

**Table 37 : Analyse des courts métrages de l'échantillon**

Nombre de dossiers	Nombre total de jours de tournage en PACA	Nombre moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses en PACA (millions EUR)	Budgets totaux (millions EUR)	Part des dépenses en PACA (%)
5	30.5	6	0.23	0.53	43%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

#### Détail des dépenses en Région PACA par poste

Le montant moyen des dépenses en Région d'un court métrage de l'échantillon s'élève à **45 580 EUR** pour une moyenne de **6 jours** de tournage et une dépense quotidienne de **7 472 EUR**.

- Les **rémunérations** représentent **moins de 30%** des dépenses en Région (29.2%). Premier poste de cette catégorie, les frais de personnel captent 17.4% des frais localisés en PACA.
- **Plus de la moitié** du budget dépensé en Région est directement liée au **tournage** (53.3%). Premier poste de dépenses régionales, les frais de transports, défraiement et régie comptent pour plus du tiers des charges comptabilisées en PACA (35.4%).
- Relativement conséquente, la part des **frais techniques** dans les dépenses régionales atteint 17.5%.

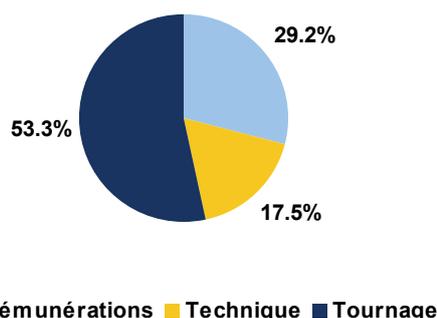
**Table 38 : Détail des dépenses en PACA par poste des 5 courts métrages étudiés**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 courts	Dépenses moyennes en Région par court	Répartition par poste
Droits artistiques	0	0	0.0%
Personnel	39 547	7 909	17.4%
Interprétation	10 611	2 122	4.7%
Charges sociales	16 374	3 275	7.2%
Décors et costumes	40 108	8 022	17.6%
Transports, défraiement, régie	80 737	16 147	35.4%
Moyens techniques	36 148	7 230	15.9%
Pellicules - Laboratoires	3 650	730	1.6%
Assurances et divers	723	145	0.3%
Total	227 899	45 580	100.0%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.  
Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 32 : Répartition des dépenses en PACA des 5 courts métrages étudiés**



Source : IDATE, HEXACOM

### Poids des dépenses en Région PACA dans les devis globaux

Les 5 courts métrages étudiés ont dépensé en moyenne **43% de leurs budgets de production**, évalués à 526 651 EUR, en Région PACA (hors frais généraux et imprévus).

- Très fortement localisées en PACA, les **autres dépenses de tournages** sont effectuées à plus 72% sur le territoire régional. Cette proportion atteint 77% pour les frais de transports, défraiement et régie et dépasse les 79% pour les décors et costumes.
- **Près d'un tiers des dépenses techniques** sont effectuées en PACA (31.4%), et notamment les moyens techniques, facturés pour plus de moitié en Région (52.4%).
- **Moins de 30% des dépenses de rémunérations** sont localisées en Région PACA (28.8%). Respectivement 33% et 44% des frais de personnel et d'interprétation sont toutefois engagés sur le territoire régional, ce qui témoigne d'un **important recours à la filière audiovisuelle locale**.

**Table 39 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des courts métrages**  
(EUR, %)

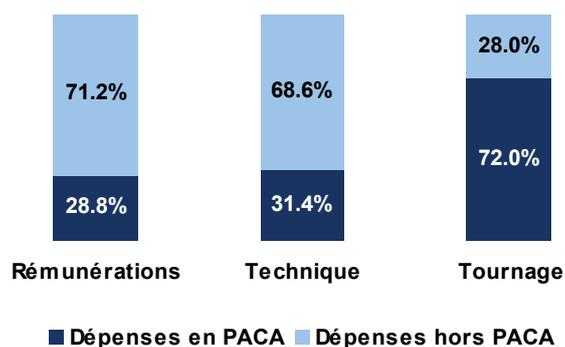
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 courts	Dépenses totales des 5 courts	Part des dépenses en Région
Droits artistiques	0	11 067	0.0%
Personnel	39 547	120 644	32.8%
Interprétation	10 611	24 077	44.1%
Charges sociales	16 374	75 159	21.8%
Décors et costumes	40 108	50 588	79.3%
Transports, défraiement, régie	80 737	104 795	77.0%
Moyens techniques	36 148	68 982	52.4%
Pellicules - Laboratoires	3 650	57 869	6.3%
Assurances et divers	723	13 470	5.4%
<b>Total</b>	<b>227 899</b>	<b>526 651</b>	<b>43.3%</b>

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 33 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 5 courts métrages**



Source : IDATE, HEXACOM

### 3.3.7. Documentaires

#### Présentation de l'échantillon de documentaires étudiés

Les **5** dossiers de documentaires étudiés totalisent **247 jours** de tournage sur le territoire de la Région PACA pour des dépenses régionales évaluées à près de **430 000 EUR**, soit environ **39% des budgets totaux** hors frais généraux et imprévus.

**Table 40 : Analyse des documentaires de l'échantillon**

Nombre de dossiers	Nombre total de jours de tournage en PACA	Nombre moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses en PACA (millions EUR)	Budgets totaux (millions EUR)	Part des dépenses en PACA (%)
5	247	49	0.43	1.10	39%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

#### Détail des dépenses en Région PACA par poste

Le montant moyen des dépenses en Région d'un documentaire de l'échantillon s'élève à **85 992 EUR** pour une moyenne de **49 jours** de tournage et une dépense quotidienne de **1 741 EUR**. Ces chiffres s'expliquent par le fait qu'une des œuvres étudiées totalise 144 jours de tournage. Sans cette production, le nombre moyen de jours de tournage baisse à 26 et la dépense quotidienne moyenne double pour atteindre 3 502 EUR.

- Les **rémunérations** représentent **plus de la moitié** du budget dépensé en Région (51.5%). Premier poste de dépenses en PACA, les frais de personnel captent 28.9% des frais localisés sur le territoire.
- Très mince par rapport aux autres genres, la part des dépenses en Région relative aux **autres dépenses de tournages** n'atteint que **16.7%** des frais comptabilisés en PACA. Ce faible poids est notamment dû à la part insignifiante des décors et costumes (parfaitement logique dans un budget de documentaire) qui ne comptent que pour 2.4% des dépenses régionales.
- Plus importante que dans les autres genres, la part des **frais techniques** dans les dépenses régionales atteint **32%**.

**Table 41 : Détail des dépenses en PACA par poste des 5 documentaires étudiés**

(EUR, %)

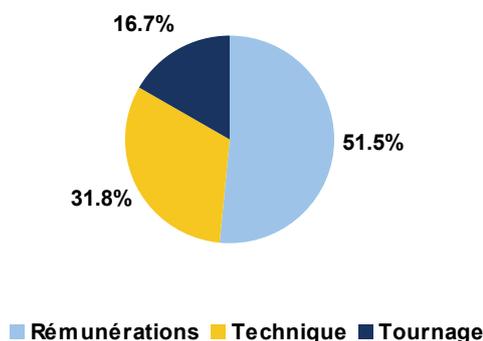
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 documentaires	Dépenses moyennes en Région par documentaire	Répartition par poste
Droits artistiques	27 938	5 588	6.5%
Personnel	124 469	24 894	28.9%
Interprétation	1 713	343	0.4%
Charges sociales	67 060	13 412	15.6%
Décors et costumes	10 158	2 032	2.4%
Transports, défraiement, régie	47 968	9 594	11.2%
Moyens techniques	122 061	24 412	28.4%
Pellicules - Laboratoires	14 705	2 941	3.4%
Assurances et divers	13 890	2 778	3.2%
Total**	429 962	85 992	100.0%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 34 : Répartition des dépenses en PACA des 5 documentaires étudiés**



Source : IDATE, HEXACOM

### Poids des dépenses en Région PACA dans les devis globaux

Les 5 documentaires étudiés ont dépensé en moyenne 39% de leurs budgets de production, évalués à 1.1 million EUR, en Région PACA (hors frais généraux et imprévus).

- **Plus de la moitié des autres dépenses de tournages** sont localisées en PACA (54.3%)
- **46.3% des dépenses techniques** sont effectuées en PACA, et notamment les moyens techniques, facturés à plus de 60% en Région (63.2%).
- **Environ un tiers des dépenses de rémunérations** sont localisées en Région PACA (32.9%). Plus de 36% des frais de personnel sont comptabilisés en Région, signe d'une **embauche importante de techniciens locaux**.

**Table 42 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des documentaires**  
(EUR, %)

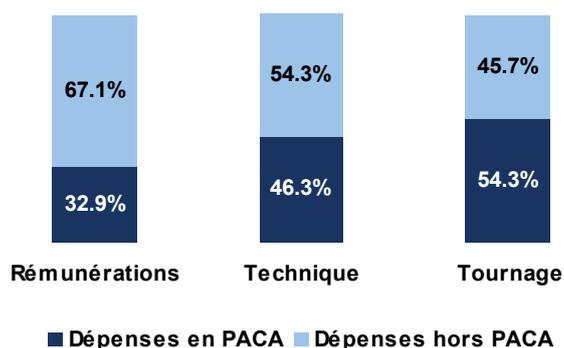
Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 documentaires	Dépenses totales des 5 documentaires	Part des dépenses en Région
Droits artistiques	27 938	140 459	19.9%
Personnel	124 469	341 187	36.5%
Interprétation	1 713	9 400	18.2%
Charges sociales	67 060	180 304	37.2%
Décors et costumes	10 158	10 158	100.0%
Transports, défraiement, régie	47 968	83 211	57.6%
Moyens techniques	122 061	193 187	63.2%
Pellicules – Laboratoires	14 705	102 341	14.4%
Assurances et divers	13 890	39 256	35.4%
Total	429 962	1 099 503	39.1%

L'ensemble du tableau inclut des données prévisionnelles.

Les dépenses s'entendent hors frais généraux et imprévus.

Source : IDATE, HEXACOM

Figure 35 : Poids des dépenses en PACA dans les devis globaux des 5 documentaires



Source : IDATE, HEXACOM

### 3.3.8. Tournages publicitaires

#### Présentation de l'échantillon de tournages publicitaires étudiés

Les **5** tournages publicitaires analysés ont passé au total **37 jours** en Région PACA et ont dépensé **1.48 million EUR** sur son territoire.

Table 43 : Analyse des tournages publicitaires de l'échantillon

Nombre de dossiers	Nombre total de jours de tournage en PACA	Nombre moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses en PACA (millions EUR)*	Budgets totaux (millions EUR)	Part des dépenses en PACA (%)
5	37	7	1.48	n.d.	n.d.

\* Données partielles.

Source : IDATE, HEXACOM

#### Détail des dépenses en Région PACA par poste

Le montant moyen des dépenses en Région d'un tournage publicitaire de l'échantillon s'élève à **296 852 EUR** pour une moyenne de **7 jours** de tournage et une dépense quotidienne de **40 115 EUR**.

- Les **rémunérations** représentent **43%** des dépenses en Région. Premier poste de cette catégorie, les frais de personnel captent 28% des frais localisés en PACA.
- **Plus de la moitié** du budget dépensé en PACA est directement liée au **tournage** (51%). Premier poste de dépenses régionales, les décors et costumes comptent pour plus du tiers des frais engagés en Région (36.7%).
- La part des **frais techniques** dans les dépenses régionales n'atteint que **6%**.

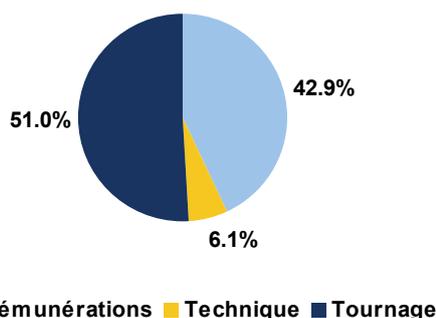
**Table 44 : Détail des dépenses en PACA par poste des 5 tournages publicitaires**  
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 publicités*	Dépenses moyennes en Région par publicité*	Répartition par poste
Droits artistiques	0	0	0.0%
Personnel	413 328	82 666	27.8%
Interprétation	223 904	44 781	15.1%
Charges sociales	0	0	0.0%
Décor et costumes	544 619	108 924	36.7%
Transports, défraiement, régie	211 338	42 268	14.2%
Moyens techniques	91 071	18 214	6.1%
Pellicules - Laboratoires	0	0	0.0%
Assurances et divers	0	0	0.0%
Total*	1 484 261	296 852	100.0%

\* Données partielles.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 36 : Répartition des dépenses en PACA des 5 tournages publicitaires**



Source : IDATE, HEXACOM

### 3.3.9. Shootings photo

#### Présentation de l'échantillon de shootings photo étudiés

Les **2 shootings photo** étudiés totalisent **8 jours** de tournage en Région PACA pour **54 075 EUR** de dépenses sur son territoire.

**Table 45 : Analyse des shootings photo de l'échantillon**

Nombre de dossiers	Nombre total de jours de tournage en PACA	Nombre moyen de jours de tournage en PACA	Dépenses en PACA (millions EUR)*	Budgets totaux (millions EUR)	Part des dépenses en PACA (%)
2	8	4	0.05	n.d.	n.d.

\* Données partielles.

Source : IDATE, HEXACOM

## Détail des dépenses en Région PACA par poste

En moyenne, les shootings photo de l'échantillon dépensent **27 038 EUR** en **4 jours** sur le territoire régional, soit une dépense quotidienne de **6 759 EUR**.

- Très faible par rapport aux autres genres, la part des **rémunérations** dans le budget dépensé en PACA atteint à **peine 15%**.
- Les frais relatifs au **tournage** captent **61.5%** des dépenses régionales. Premier poste de dépenses en PACA, les charges de transports, défraiement et régie représentent à elles seules 56% des dépenses comptabilisées en Région.
- Les **frais techniques** pèsent **près du quart** du budget dépensé en Région (24%).

**Table 46 : Détail des dépenses en PACA par poste des 2 shootings photo**

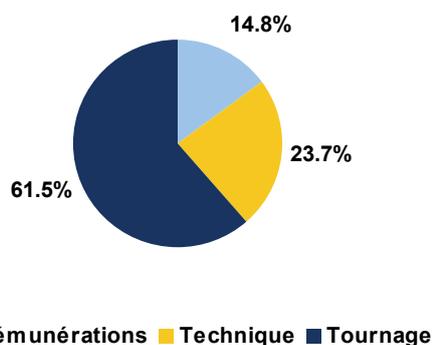
(EUR, %)

Postes de dépenses	Dépenses en Région des 5 shootings photo*	Dépenses moyennes en Région par shooting*	Répartition par poste
Droits artistiques	0	0	0.0%
Personnel	8 000	4 000	14.8%
Interprétation	0	0	0.0%
Charges sociales	0	0	0.0%
Décors et costumes	0	0	0.0%
Transports, défraiement, régie	30 275	15 138	56.0%
Moyens techniques	12 800	6 400	23.7%
Pellicules - Laboratoires	0	0	0.0%
Assurances et divers	3 000	1 500	5.5%
Total	54 075	27 038	100.0%

\*Données partielles.

Source : IDATE, HEXACOM

**Figure 37 : Répartition des dépenses en PACA des 2 shootings photo**



Source : IDATE, HEXACOM

## 4. Analyse des retombées économiques indirectes des tournages en Provence-Alpes-Côte d'Azur

### 4.1. Contexte

#### L'accueil de tournages, un enjeu économique pour les territoires

→ Depuis quelques années s'opère une prise de conscience que l'industrie cinématographique peut être un levier de développement économique et touristique particulièrement intéressant pour les territoires. Les connexions entre les secteurs du tourisme, du cinéma ou de la télévision sont encore très limitées mais commencent à se développer (dispositifs d'aide à la diffusion et à la production passant de 5 millions en 1997 à 56.9 millions en 2009<sup>5</sup>).

→ Comme le précise la Commission Nationale Film France dans la première étude publiée en France, sur les retombées économiques des tournages en région (hors Ile-de-France) en 2005, si le soutien à une forme d'expression culturelle est, historiquement, la première motivation du soutien financier des collectivités territoriales à la production cinématographique et audiovisuelle, **les retombées économiques directes et induites apparaissent aujourd'hui comme un des buts essentiels des politiques locales ou régionales d'aide au cinéma et à la télévision en France.**

On entend par **retombées économiques directes**, le surplus d'activité généré par le tournage sur un territoire : recrutement de personnel (techniciens, ouvriers, comédiens...), prestations de fournisseurs (décors, accessoires, matériels techniques...), frais de logement et de repas.

**Les retombées indirectes et induites** recouvrent principalement les retombées touristiques, troisième motivation des collectivités territoriales qui misent sur l'impact publicitaire des décors d'un film ou d'un téléfilm sur les spectateurs, jusqu'à constituer, dans certains cas, un produit touristique à part entière (le "Da Vinci Tour" en Europe). On y intègre également l'ensemble des dépenses locales des prestataires et personnels non-régionaux. Les flux d'achat ainsi créés vont engendrer des chiffres d'affaires, des valeurs ajoutées, des emplois et des recettes fiscales.

Les retombées directes peuvent être évaluées à partir de données précises (devis, documents comptables...), mais les retombées indirectes et induites sont plus difficiles à estimer. En métropole, les régions impliquées dans une politique d'accueil de tournages se basent sur un multiplicateur de dépenses situé autour de x1.5.

---

<sup>5</sup> Apport cumulé Etat / Collectivités territoriales (Etat : 14.5 millions EUR / Collectivités : 42.4 millions EUR)

## Mesurer l'impact territorial pour mieux adapter les dispositifs de soutien et optimiser les retombées

→ L'étude de Film France de 2005 a confirmé l'influence positive d'une politique territoriale incitative sur les dépenses locales de tournage. **Le niveau très significatif de l'implication financière de certaines collectivités territoriales pose la question générale de l'évaluation de leurs politiques en faveur du cinéma et de l'audiovisuel, et plus précisément de la mesure de l'impact économique des tournages.**

→ C'est dans ce cadre qu'Atout France et ses partenaires ont souhaité développer une étude approfondie sur les retombées économiques, financières, touristiques et d'images des tournages sur le territoire de Provence-Alpes-Côte d'Azur.

**Ce rapport d'étude présente les résultats de la phase 3 d'enquêtes auprès des visiteurs en PACA pour analyser principalement les retombées touristiques et d'image (retombées indirectes).** Ces résultats seront exploités en phase 4 de définition du schéma d'impact économique.

## 4.2. Objectifs

Les enquêtes auprès des touristes et excursionnistes en région PACA avaient pour objectifs principaux :

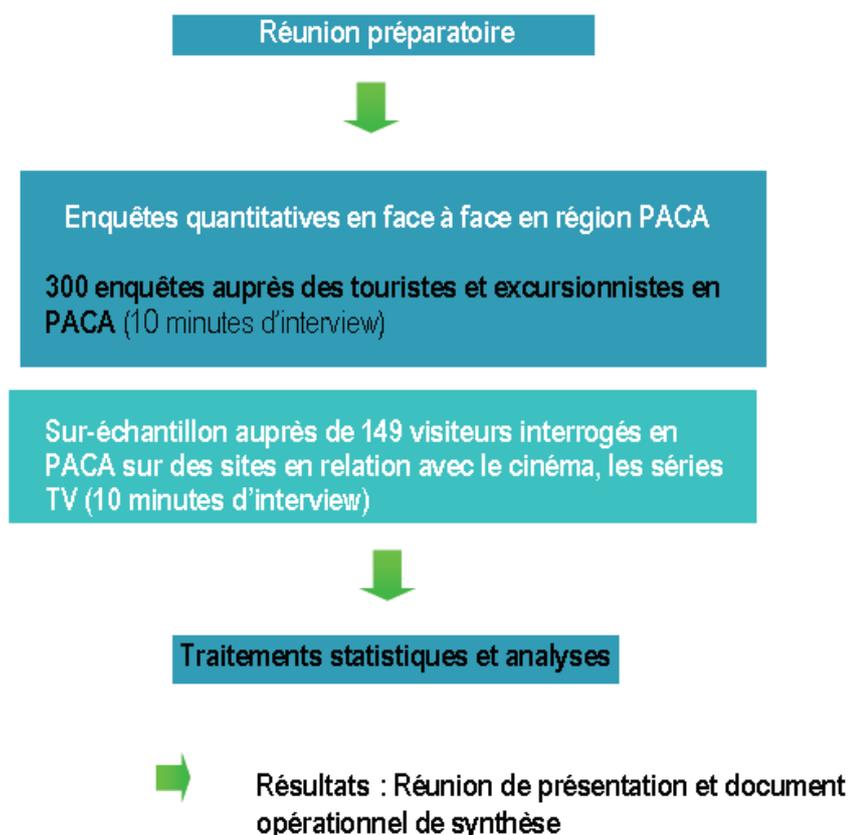
- **Enquête auprès des touristes et excursionnistes en PACA :**  
Evaluation du **ratio d'incidence d'une motivation de visite cinématographique** dans la fréquentation de la destination touristique PACA → **Poids dans la fréquentation touristique globale de PACA**
- **Zoom auprès de la cible réalisant en PACA une activité liée aux tournages audiovisuels :**  
Evaluation du taux d'attractivité des sites liés à la production audiovisuelle et description du comportement touristique de la cible et de la consommation touristique globale résultante.

Les principaux indicateurs étudiés étaient les suivants :

- **Motivations de visite** en PACA → poids de la visite en lien avec les tournages audiovisuels
- **Activités réalisées** : tourisme vert, visite de villes, musées, lieux de tournage...
- **Comportement touristique associé** : durée de séjour, hébergements marchand ou non marchand, composition du groupe de visite, dépenses...
- **Notoriété des lieux de tournage** en PACA et des films, séries TV, documentaires. Attribution des films, séries TV à la région PACA
- **Retombées image** au profit de PACA
- **Intérêt pour des informations touristiques** sur les lieux de tournage, les productions...

**Les indicateurs définis et les analyses développées ont une finalité opérationnelle pour la réflexion et définition de produits touristiques, plusieurs résultats intégrant d'autre part la modélisation économique.**

#### 4.2.1. Plan d'intervention



#### 4.2.2. Méthodologie phase quantitative

##### Enquêtes administrées en face à face et échantillons

→ Les enquêtes ont été réalisées en face à face rue auprès des visiteurs présents en région PACA à deux périodes : du 12 au 20 août 2010 (63% des enquêtes) puis du 23 septembre au 2 octobre 2010 (37% des enquêtes). Les interviewés ont été sélectionnés de façon aléatoire : tous les visiteurs, n'habitant pas les villes d'enquête, étaient susceptibles d'être interrogés (en excluant les déplacements pour motif professionnel).

- **Echantillon touristes/excursionnistes : 300 enquêtes constituant un échantillon représentatif selon des critères de sexe, âge, professions, nationalités.** Les quotas ont été définis à partir des statistiques de cadrage disponibles. L'enquête a été développée à Marseille (Vieux Port, gare St Charles, Notre Dame de la Garde), Nice (le port, vieille Ville, Promenade des Anglais dont pointe Rauba Capeu) et Cannes (la Croisette).
- **Sur-échantillon touristes/excursionnistes interrogés sur lieux de visite liés au cinéma, aux séries TV : 149 enquêtes avec un suivi des critères de sexe, âge, professions, nationalités.** L'enquête a été développée à Marseille (Boutique Plus Belle La Vie, Embarcadère Plus Belle La Vie) et Cannes (le Palais des Festivals, Exposition Traverso, Train touristique Cinéma Tour)

→ A ces deux échantillons complémentaires correspond une bonne valeur de représentativité et de significativité des résultats décrivant les retombées économiques et image des tournages audiovisuels en PACA.

## Terrain d'enquêteurs professionnels

- **Les enquêtes ont été administrées par des enquêtrices professionnelles d'Euroêka Marketing Conseil, encadrées par un chef d'équipe.** Les différentes autorisations et modalités d'enquêtes ont été fournies par les partenaires et responsables de sites de l'étude que nous remercions.
- Au lancement de l'étude, **un briefing enquêteur a été organisé** pour former spécifiquement les enquêteurs à l'administration du questionnaire.
- **Pour chaque terrain d'enquêtes un dispositif de contrôle est développé :** suivi terrain et quotas, relecture des questionnaires par le superviseur, tris à plat de cohérence, contrôles téléphoniques réalisés.

### 4.3. Le questionnaire

Le questionnaire a été défini par Euroêka Marketing Conseil, en relation avec les commanditaires de l'étude. Sa durée était de 10 minutes, composé de questions fermées avec une question ouverte sur la notoriété des sites associés aux films, séries TV. Le questionnaire a été traduit en anglais et italien.

#### 1. Motivations de visite en PACA

#### 2. Comportement touristique (total échantillon et sur-échantillon cinéma)

#### 3. Notoriété des films et attribution à la région PACA / retombées image

#### 4. Intérêt pour des informations touristiques liées au cinéma

#### 5. Signalétique

### Traitements statistiques : codification, tris à plat et tris croisés

Un plan de codification a été établi pour la question ouverte.

**Après traitement statistique, les résultats les plus significatifs sont ceux mesurés auprès de l'échantillon total pour chacun des deux échantillons (échantillon visiteurs et sur-échantillon cinéma)** (un résultat mesuré égal à 90% dans l'échantillon est donné avec une précision de  $\pm 3.5\%$  pour l'échantillon de 300 personnes et de  $\pm 5.2\%$  pour l'échantillon de 150 personnes, cf. table des intervalles de confiance en annexe).

Les cibles principales analysées dans l'étude :

- Touristes / excursionnistes en PACA : 300 personnes
- Sur-échantillon cinéma : 149 personnes interrogées sur un lieu d'activité lié au cinéma (dont 18 personnes venues avec un motif de pratique d'une activité liée au cinéma)

Les analyses tris croisés ont été également réalisées selon les variables suivantes :

- Sexe, âge, profession
- Français / étrangers
- **Et autres variables de tris s'avérant pertinentes à l'analyse.**

Les écarts significatifs à 95% sont repérés par des flèches : ↗ ↘

## Livrables

Les résultats sont présentés dans les pages suivantes à partir de graphiques et d'une synthèse opérationnelle

## Structure échantillons

SYNTHÈSE DES RESULTATS			Age	
Sexe interviewé	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Hommes	48 %	51 %	18-34 ans	35 %
Femmes	52 %	49 %	35-49 ans	32 %
			50-59 ans	15 %
			60 ans et plus	17 %

Profession	Echantillon visiteurs PACA Base : 300		Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149	
	Interviewé	Chef de famille	Interviewé	Chef de famille
Artisans commerçants chefs d'entreprises	13 %	20 %	14 %	17 %
Cadres supérieurs	19 %	25 %	26 %	27 %
Cadres moyens professions intermédiaires	12 %	12 %	19 %	16 %
Employés	20 % ↗	19 %	13 % ↘	14 %
Ouvriers	2 %	3 %	3 %	5 %
Retraités	15 %	15 %	15 %	17 %
Etudiants	14 % ↗	3 %	7 % ↘	3 %
Autres inactifs	4 %	2 %	3 %	2 %

SYNTHÈSE DES RESULTATS			Taille foyer	
Pays de résidence	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
<b>FRANCE</b>	<b>80 %</b>	<b>75 %</b>	1 personne	25 %
Dont PACA	17 % ↗	7 % ↘	2 personnes	34 %
<b>ETRANGER</b>	<b>20 %</b>	<b>25 %</b>	3 personnes	18 %
Dont Italie	5 %	8 %	4 personnes et plus	21 %
Grande Bretagne	2 %	8 % ↗	NSP	2 %
Suisse	1 %	3 %		1 %
Belgique	3 %	1 %		
USA	2 %	0 %		
Allemagne	1 %	1 %		
Pays Bas	0 %	1 %		
Autres pays	6 %	3 %		

Points d'enquête	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
	Marseille	38 %
Nice	47 %	66 %
Cannes	16 %	

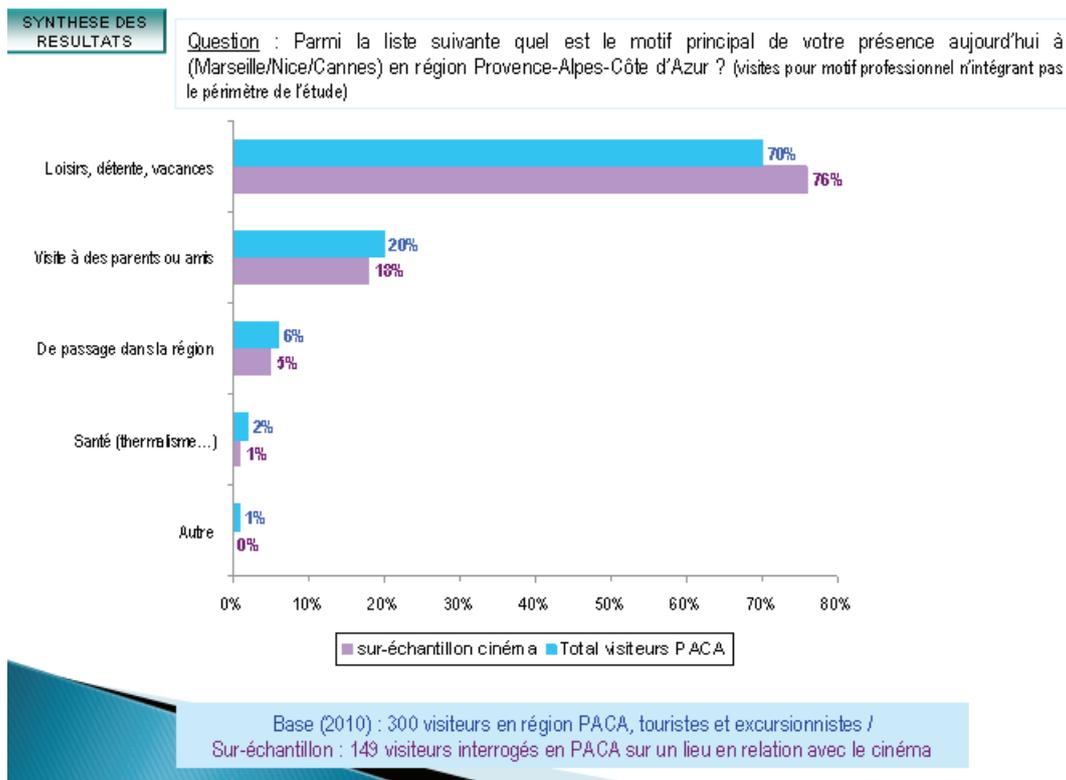
  

Période d'enquête	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
	12 au 20 Août 2010	61 %
23 septembre au 2 octobre 2010	39 %	34 %

## 4.4. Résultats

### 4.4.1. Motifs de fréquentation de la région PACA

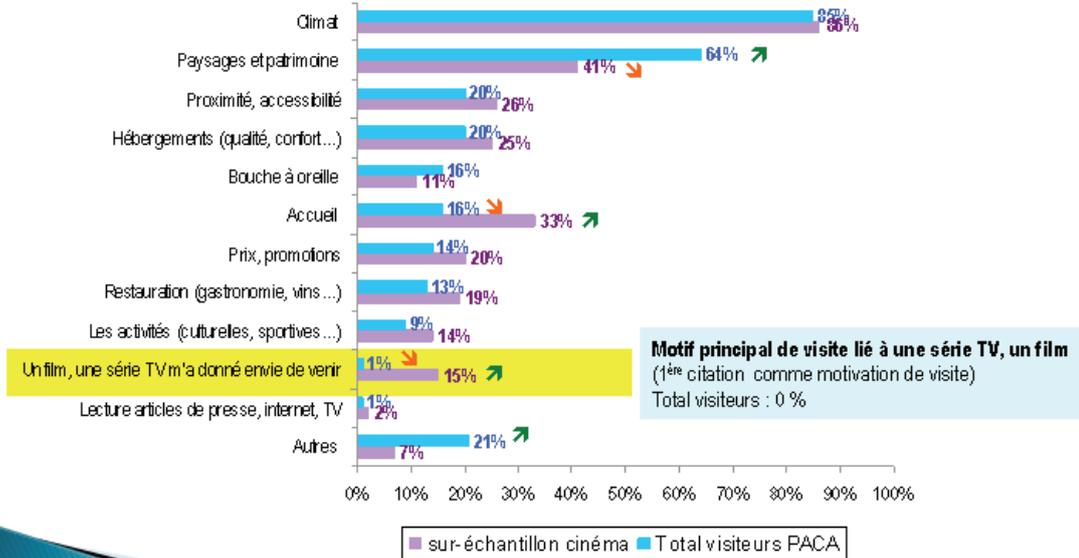
#### Circonstance de visite en Provence-Alpes-Côte d'Azur



## Motif principal de visite en Provence-Alpes-Côte d'Azur

### SYNTHÈSE DES RESULTATS

**Question :** Parmi la liste suivante indiquez les trois raisons principales qui ont motivé votre visite, votre séjour aujourd'hui à (Marseille/Nice/Cannes) en région Provence-Alpes-Côte d'Azur. Indiquez en premier votre raison principale ? (**non posée si visite à de la famille ou motif santé**)



Base (2010) : 232 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes, motif agrément /  
Sur-échantillon : 121 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma, motif agrément

16

## Sur-échantillon : profil de ceux venus en PACA suite à film, série TV

Effectifs par cible faibles, écarts à interpréter avec précaution

	Total	Sexe		Profession chef de famille			
		Hommes	Femmes	CSP supérieures	CSP intermédiaires	CSP modestes	Inactifs
(Base)	121	65	56	53	34	6	28
Venus suite à film, série TV en PACA	15 %	14 %	16 %	9 %	24 %	17 %	14 %

	Total	NATIONALITE		AGE			GROUPE DE VISITE		
		Français	Etrangers	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus	Seu(e)	Couples	Familles amis
(Base)	121	86	35	38	55	28	20	59	45
Venus suite à film, série TV en PACA	15 %	20% ↗	3% ↘	21%	13%	11%	15%	14%	20%

	Total	TYPE DE VISITE		CINÉPHILES		FREQUENCE DE VISITE EN PACA		
		Séjours	Excursions	OUI	NON	Réguliers	Occasionnels	Première visite
(Base)	121	105	16	62	39	57	35	29
Venus suite à film, série TV en PACA	15 %	14%	19%	18%	8%	12%	14%	21%

Sur-échantillon : 121 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma, motif agrément

17

## Activités réalisées en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

**SYNTHÈSE DES RESULTATS**

**Question :** Parmi la liste suivante indiquez l'activité ou les activités que vous avez réalisées ou que vous allez réaliser durant votre visite, votre séjour à (Marseille/Nice/Cannes) en région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Activités réalisées	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
	Visite de villes	61 %
Restaurants, produits du terroir	60 %	52 %
Tranquillité et repos	54 %	46 %
Balades, randonnées	51 %	47 %
Natation, baignade plages	49 % ↘	60 % ↗
Visite foires, marchés, brocantes, shopping	49 % ↗	30 % ↘
Visite de sites naturels	40 % ↗	19 % ↘
Visite musées, monuments	35 % ↗	16 % ↘

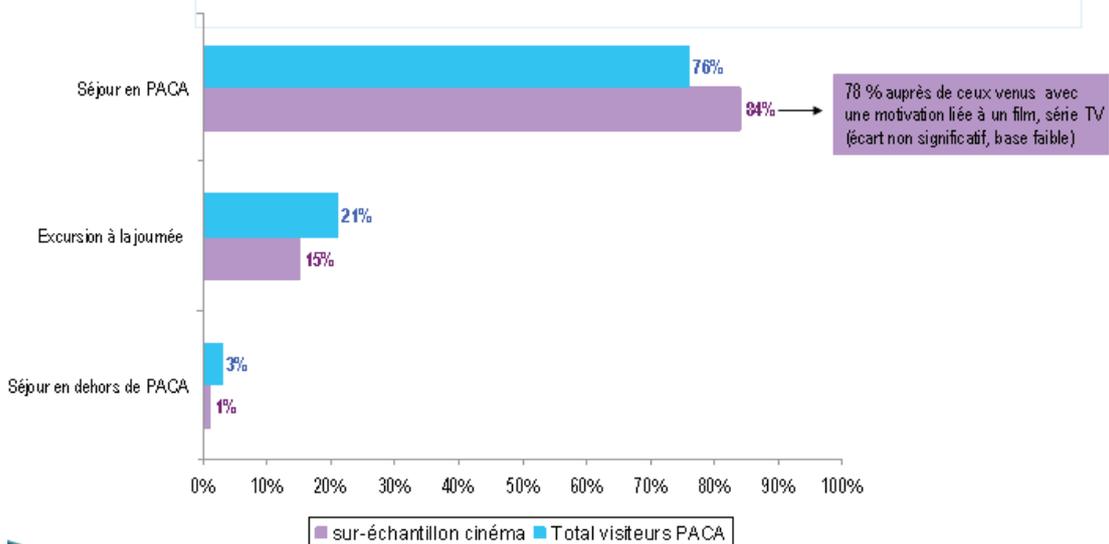
Activités réalisées	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Sorties (bars, discothèques)	20 %	18 %
Fêtes, événements, festivals	13 %	10 %
Tourisme fluvial	10 %	19 % ↗
Parcs de loisirs	7 %	11 %
Visite de lieux de tournages de films ou séries TV, lieux en relation avec le cinéma	6 %	100 % (*)
Remise en forme (thalasso, thermalisme...)	4 %	4 %
Autres sports	2 % ↘	11 % ↗
Autres activités	3 %	1 %
(nombre moyen d'activités)	(4,7)	(5,0)

(\*) : quota d'étude

## Type de visite en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

**SYNTHÈSE DES RESULTATS**

**Question :** Etes-vous aujourd'hui... ? En visite d'une journée à (Marseille/Nice/Cannes) et sa région et vous rentrez chez vous à votre domicile ce soir / en séjour à (Marseille/Nice/Cannes) ou dans la région PACA (au moins une nuit) / en séjour en dehors de la région PACA ?



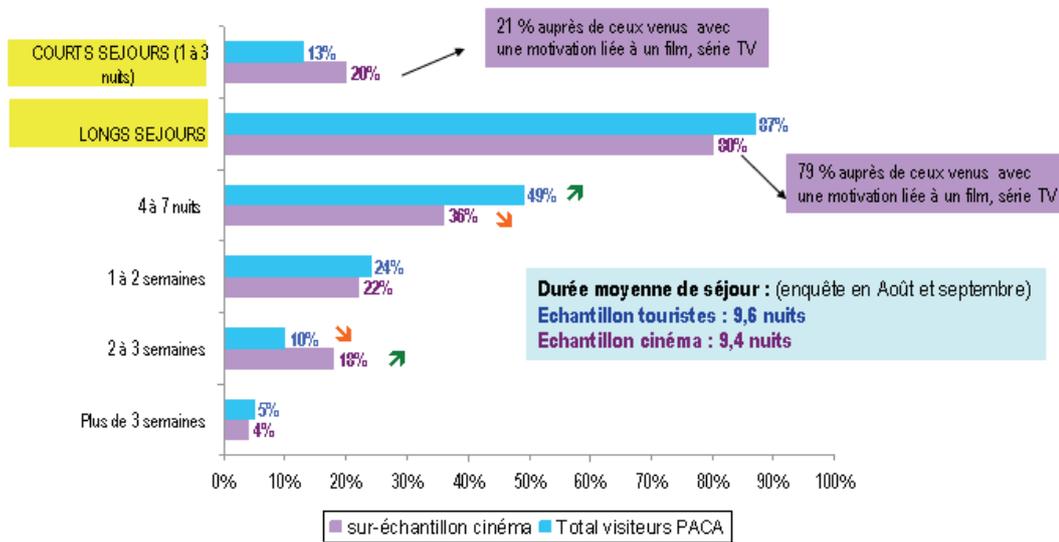
Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

19

## Durée du séjour en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Au total combien de nuits allez-vous passer en région Provence-Alpes-Côte d'Azur ?



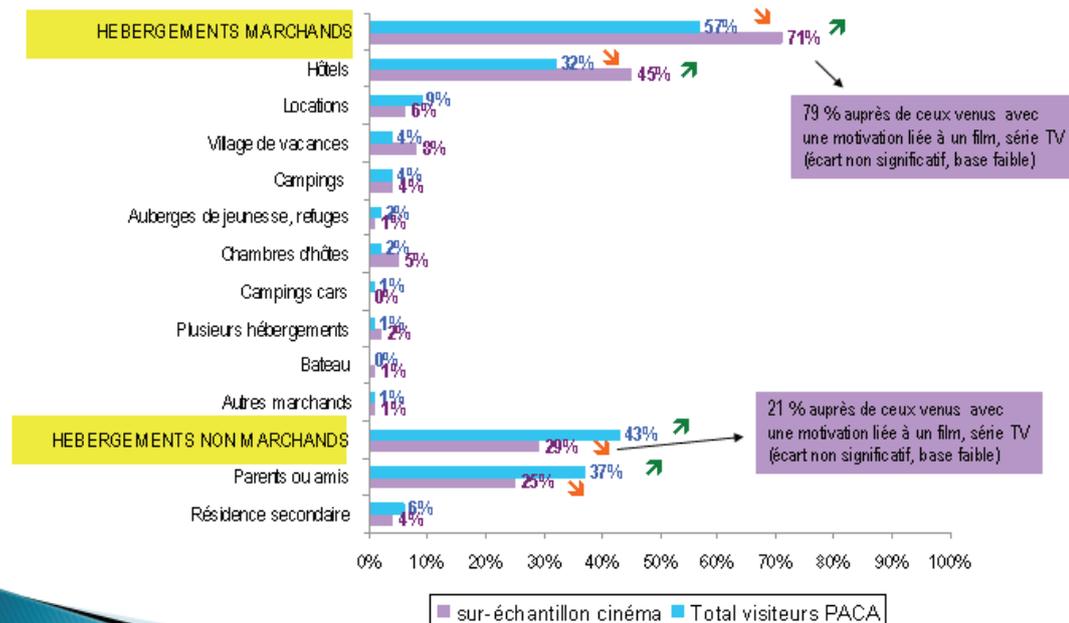
Base (2010) : 229 séjournants en région PACA/  
 Sur-échantillon : 125 séjournants interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

20

## Mode d'hébergement en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Quel est votre mode d'hébergement en région Provence-Alpes-Côte d'Azur ?



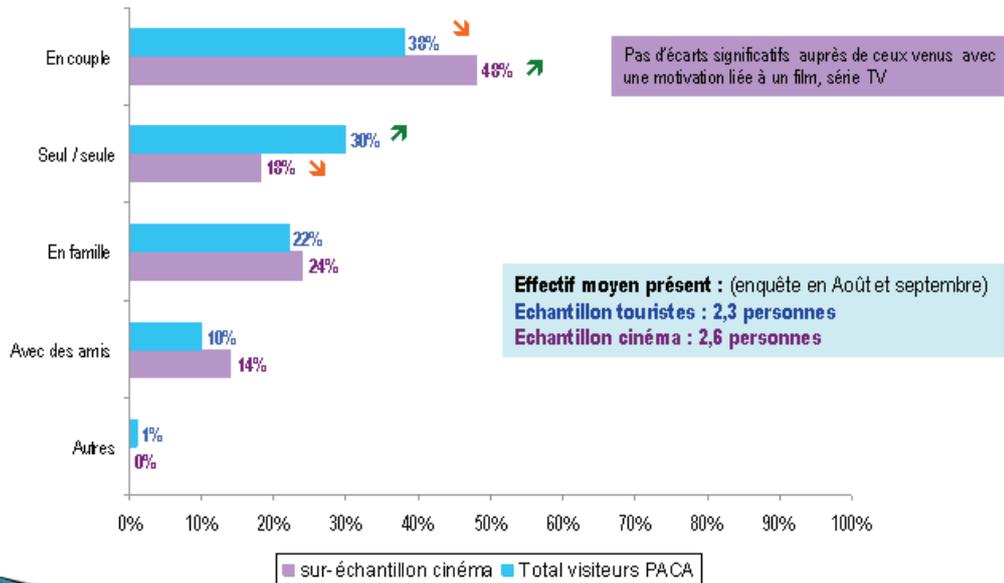
Base (2010) : 229 séjournants en région PACA/  
 Sur-échantillon : 125 séjournants interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

2

## Groupe de visite en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Etes-vous venu(e) en région Provence-Alpes-Côte d'Azur... ?



Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

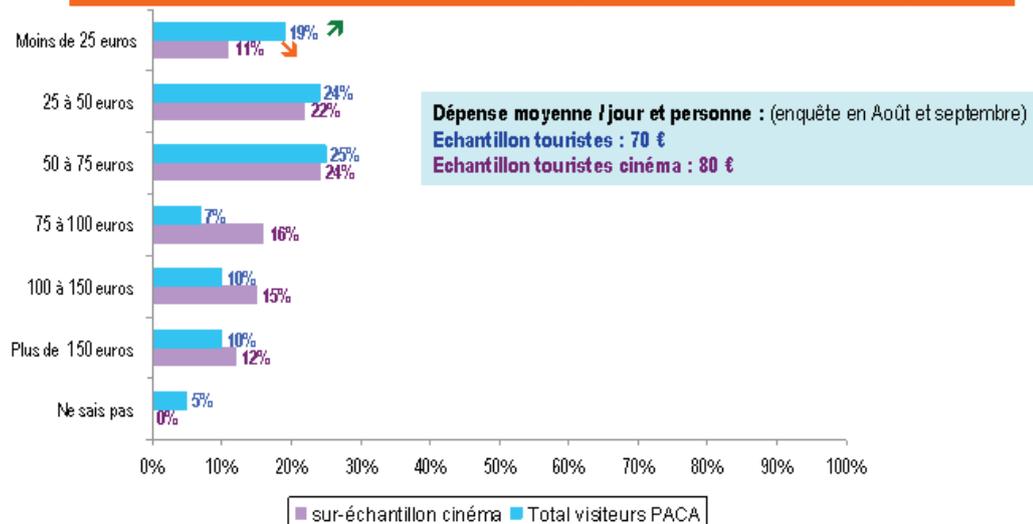
2

## Dépenses par jour/personne des séjournants en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Au total, à l'issue de votre séjour en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, quel sera le montant total de vos dépenses (hébergement, restauration, cadeaux souvenirs), sans inclure le coût du déplacement pour venir et partir de PACA... ?

Le tableau ci-dessous correspond au calcul : total des dépenses / durée de séjour / nombre de personnes



Base (2010) : 229 séjournants en région PACA, touristes /  
Sur-échantillon : 125 séjournants interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

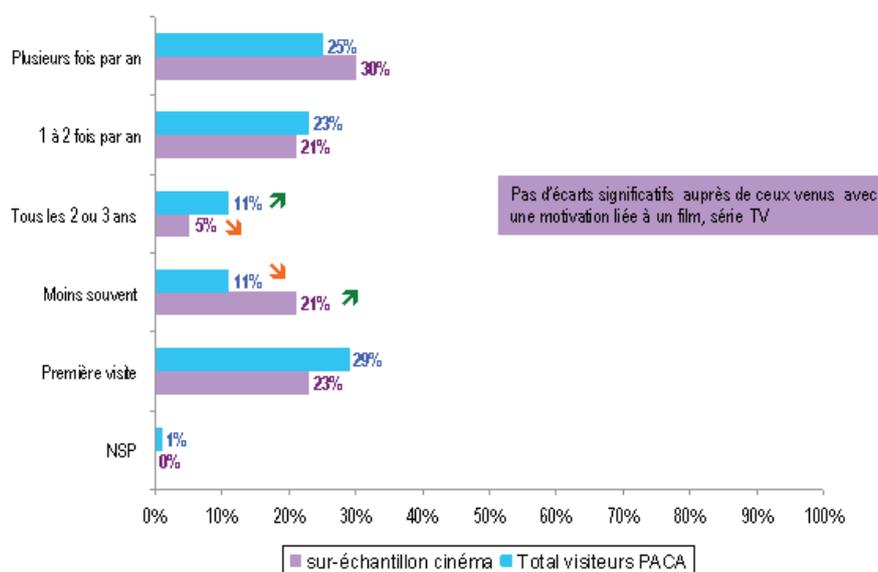
(\*) : données non significatives pour les excursionnistes, bases d'analyse faibles dans les échantillons

2:

## Habitudes de fréquentation de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES  
RESULTATS

Question : Pour une visite d'un ou plusieurs jours fréquentez-vous la région Provence-Alpes-Côte d'Azur... ?



Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

24

## 4.4.2. Notoriété des films, séries, documentaires et attribution à la région PACA

### Les sites connus en région Provence-Alpes-Côte d'Azur

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Quel(s) lieux de la ville et de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur associez-vous à des films ou téléfilms ? (en spontané)

#### Lieux et sites connus

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Net citations Marseille et environs	53 %	50 %
<b>Net Marseille</b>	<b>47 %</b>	<b>46 %</b>
Marseille (sans précisions)	14 %	16 %
Le Vieux Port	25 % ↗	15 % ↘
Le panier	13 % ↘	21 % ↗
Notre Dame de la Garde	3 %	4 %
Le Château D'If	4 %	2 %
Le Parc Borely	0 % ↘	5 % ↗
La Comiche de Marseille	8 % ↗	3 % ↘
Les collines de Marseille	0 %	4 %
Les Calanques	2 %	2 %
Les plages de Marseille	0 %	3 %
Autres lieux de Marseille	4 % ↘	10 % ↗

#### Lieux et sites connus

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
<b>Net environs de Marseille</b>	<b>11 %</b>	<b>12 %</b>
Aubagne	9 %	5 %
L'Estaque	1 %	4 %
Autres autour de Marseille	1 % ↘	5 %
<b>Films ou séries TV à Marseille</b>	<b>7 %</b>	<b>5 %</b>
Plus Belle le Vie à Marseille	7 %	5 %
Taxi à Marseille	2 %	0 %
Autres films à Marseille	1 %	1 %
Taxi	1 %	0 %

#### Lieux et sites connus

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Net citations Nice et environs	27 %	32 %
Nice (sans précisions)	12 %	16 %
La Promenade des Anglais	10 %	7 %
Cours Saleva	2 %	3 %
Le Vieux Nice	3 % ↗	0 %
Les plages de Nice	1 %	3 %
La place Massena	0 %	3 %
Autres lieux de Nice	4 % ↗	1 %
La Baie des Anges	1 %	1 %
Net citations Cannes et environs	28 % ↘	52 % ↗
Cannes	17 % ↘	28 % ↗
La Croisette	9 % ↘	19 % ↗
Le Palais des Festivals	2 %	5 %
Festival de Cannes	3 %	5 %

#### Lieux et sites connus

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Net citations Saint Tropez et environs	19 %	14 %
Saint Tropez	18 %	14 %
Les Gendarmes de Saint Tropez	1 %	0 %
Autres villes en PACA	10 % ↘	19 % ↗
Monaco	6 %	7 %
Grasse	0 % ↘	5 %
Aix en Provence	1 %	3 %
Cassis	0 %	3 %
Autres villes de PACA	3 %	7 %
Ensemble Provence	7 %	8 %
La Provence	5 %	6 %
Pagnol	2 %	1 %
Femadel	0 %	1 %
Autres	8 %	5 %
Ne sait pas	6 % ↗	2 % ↘

## Notoriété des films, séries TV, documentaires

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Indiquez pour chacun des films, séries TV et événements suivants si vous le connaissez ne serait-ce que de nom ?

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149		Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Festival International du film à Cannes (*)	81 %	78 %	La Main au collet	32 %	33 %
Les films de Marcel Pagnol	79 % ↗	68 % ↘	La Baie des Anges	32 %	34 %
Plus Belle la Vie (*)	77 %	77 %	Joyeuses Pâques	33 %	31 %
Le gendarme de Saint Tropez	78 %	72 %	French Connection	33 %	29 %
Taxi (1,2,3,4)	76 %	73 %	L'Italien	33 % ↗	24 % ↘
Jean de Florette et Manon des Sources	70 %	63 %	Fabio Montale	30 % ↗	19 % ↘
Brice de Nice	66 %	66 %	Cinq Sœurs	25 %	19 %
Sous le soleil	59 %	56 %	La Nuit Américaine	18 %	25 %
Les Vacances de Mr Bean	53 %	54 %	Mafiosa	15 % ↘	23 % ↗
Le Transporteur	50 %	58 %	Heureux qui connut Nice	12 %	18 %
La Cité de la Peur	52 %	50 %	Une grande année A Good Year	11 %	17 %
Borsalino	52 %	49 %	La République	11 %	15 %
Marius et Janette	49 %	48 %	Le Détour	8 % ↘	17 % ↗
			L'Homme à l'envers	10 %	11 %
			La Réparation	6 % ↘	12 % ↗
			(nombre moyen de titres connus)	(11,5)	(11,4)

(\*) : point d'enquête cinéma

## Attribution à la région PACA des films, séries TV, documentaires

SYNTHÈSE DES RESULTATS

Question : Pour chacun des films, séries TV et événements que vous connaissez indiquez tous ceux que vous associez à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ?

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149		Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Les films de Marcel Pagnol	59 % ↗	47 % ↘	La Main au collet	13 %	9 %
Plus Belle la Vie (*)	52 % ↘	64 % ↗	La Baie des Anges	13 %	12 %
Jean de Florette et Manon des Sources	48 %	42 %	French Connection	12 %	11 %
Le gendarme de Saint Tropez	47 %	42 %	L'Italien	11 %	7 %
Festival International du film à Cannes (*)	46 % ↘	60 % ↗	Joyeuses Pâques	10 %	11 %
Taxi (1,2,3,4)	43 %	53 %	Cinq Sœurs	10 %	8 %
Brice de Nice	43 %	41 %	La Nuit Américaine	6 %	9 %
Sous le soleil	37 %	37 %	Heureux qui connut Nice	6 %	8 %
Marius et Janette	22 %	28 %	La République	5 %	6 %
Le Transporteur	20 %	28 %	Mafiosa	3 %	7 %
Fabio Montale	18 % ↗	7 % ↘	Une grande année A Good Year	3 % ↘	9 % ↗
Les Vacances de Mr Bean	17 %	17 %	L'Homme à l'envers	2 %	2 %
La Cité de la Peur	17 %	15 %	Le Détour	1 %	5 %
Borsalino	16 %	17 %	La Réparation	1 %	4 %
			Aucun d'entre eux	2 %	0 %
			(nombre moyen de titres attribués à PACA)	(5,8)	(6,1)

(\*) : point d'enquête cinéma

## Bilan notoriété / attribution des films , séries TV, documentaires

**SYNTHÈSE DES RESULTATS**

Question : Indiquez pour chacun des films, séries TV et événements suivants si vous le connaissez ne serait-ce que de nom ? / Pour chacun des films, séries TV et événements que vous connaissez indiquez tous ceux que vous associez à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur ?

### Notoriété

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Au moins un connu	100 %	100 %
Au moins un long métrage	99 %	99 %
Au moins une série TV	83 %	89 %
Festival International de Cannes (*)	81 %	78 %
Au moins un documentaire	19 % ↘	29 % ↗
Au moins un court métrage	11 % ↘	23 % ↗

### Attribution à la région PACA

	Echantillon visiteurs PACA Base : 300	Sur-échantillon visiteurs cinéma PACA Base : 149
Au moins un attribué à PACA	98 %	100 % ↗
Au moins un long métrage	88 %	91 %
Au moins une série TV	65 %	72 %
Festival International de Cannes (*)	46 % ↘	60 % ↗
Au moins un documentaire	9 %	13 %
Au moins un court métrage	2 % ↘	9 % ↗

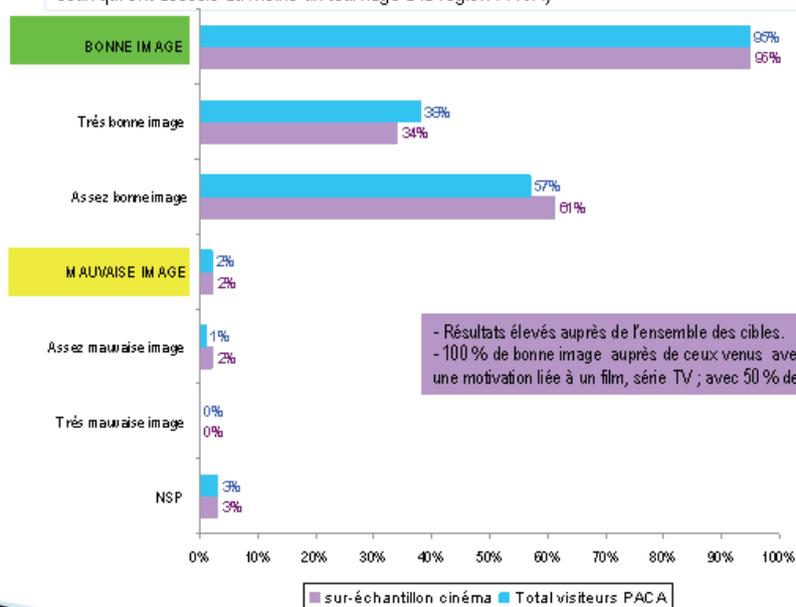
Séries TV   Longs métrages   Documentaires   Courts métrages

(\*) : point d'enquête cinéma

## Image véhiculée de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

**SYNTHÈSE DES RESULTATS**

Question : Les films, séries TV et événements que vous associez à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur vous en donnent-ils une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise image ... ? (question posée à ceux qui ont associé au moins un tournage à la région PACA)



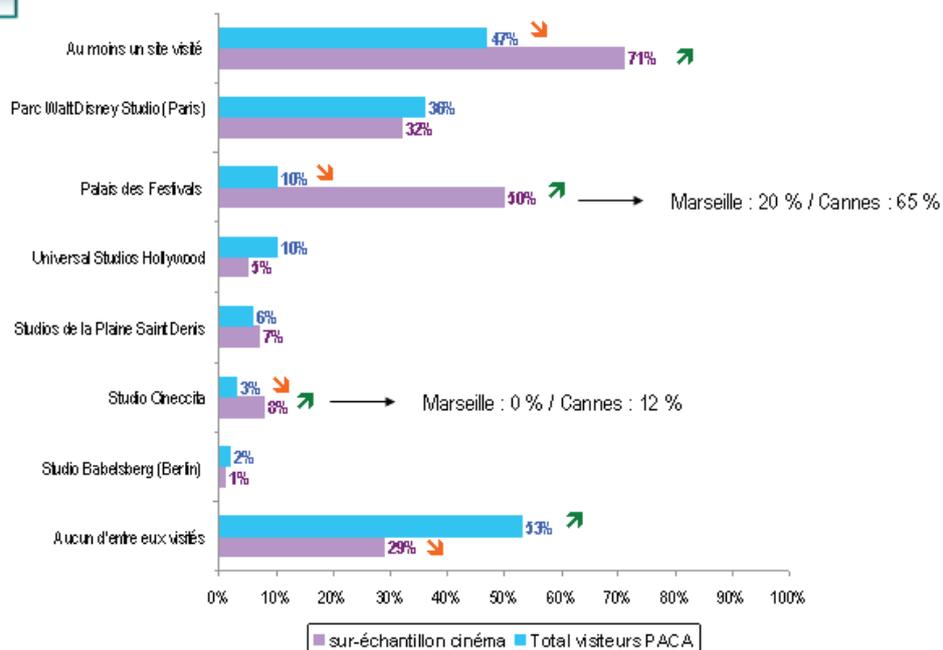
Base (2010) : 294 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes, ont associé un tournage à PACA / Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma ont associé un tournage à PACA

31

## Les sites visités

SYNTHÈSE DES  
RESULTATS

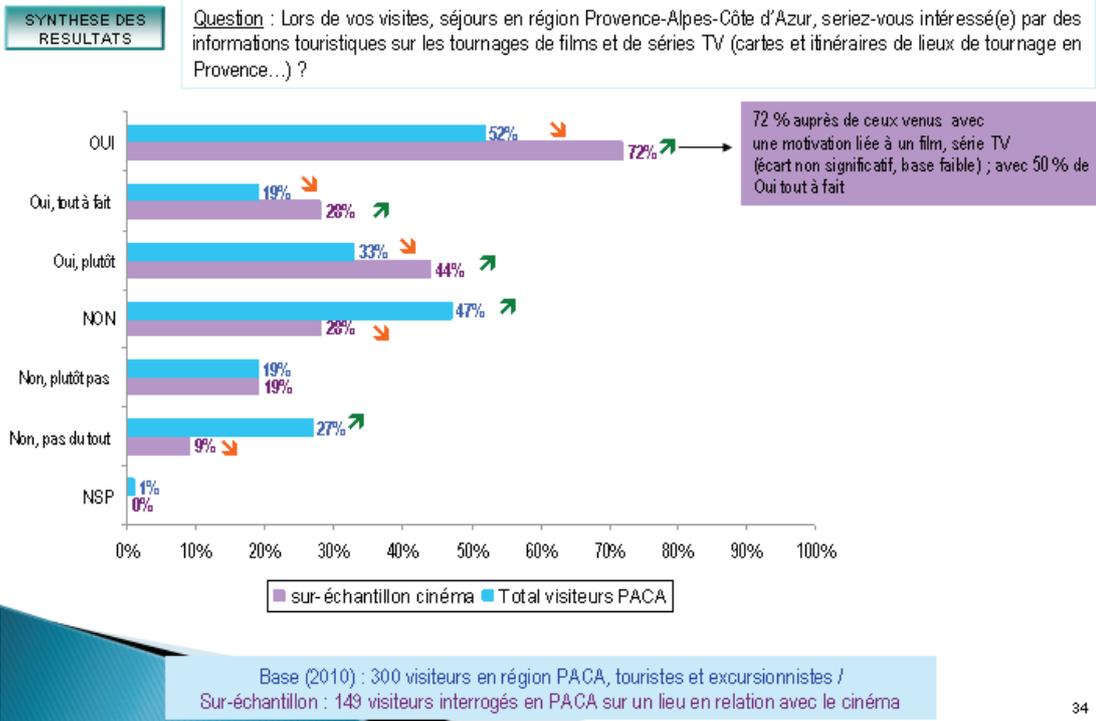
Question : Avez-vous déjà visité un ou plusieurs des sites suivants...? (déclaratif)



Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

### 4.4.3. Intérêt pour la mise en tourisme des lieux de tournage, studios de cinéma

#### Intérêt pour de informations touristiques sur les tournages de films, séries TV



34

#### Profil des visiteurs intéressés (échantillon total visiteurs)

	Total	Sexe		Profession chef de famille			
		Homme	Femme	CSP supérieures	CSP intermédiaires	CSP modestes	Inactifs
(Base)	300	145	155	135	94	10 (*)	61
OUI	52 %	51 %	53 %	59 % ↗	45 %	70 %	44 %
NON	48 %	49 %	47 %	41 % ↘	55 %	30 %	56 %

	Total	NATIONALITE		AGE			GROUPE DE VITE		
		Français	Etrangers	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus	Seu(e)	Couples	Familles amis
(Base)	300	240	60	106	130	64	89	114	97
OUI	52 %	52 %	53 %	55 %	53 %	45 %	53 %	54 %	51 %
NON	48 %	48 %	47 %	45 %	47 %	55 %	47 %	46 %	49 %



35

	Total	LIEUX D'ENQUETE		
		Marseille	Nice	Cannes
(Base)	300	113	140	47 (*)
OUI	52 %	28 % ↓	66 % ↑	66 % ↑
NON	48 %	72 % ↑	34 % ↓	34 % ↓

	Total	TYPE DE VISITE		ONEPHILES		FREQUENCE DE VISITE EN PACA		
		Séjours	Excursions	OUI	NON	Réguliers	Ocasionnels	Première visite
(Base)	300	237	63	160	139	143	66	87
OUI	52 %	50 %	59 %	69 % ↑	33 % ↓	53 %	53 %	49 %
NON	48 %	50 %	41 %	31 % ↓	67 % ↑	47 %	47 %	51 %

Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes

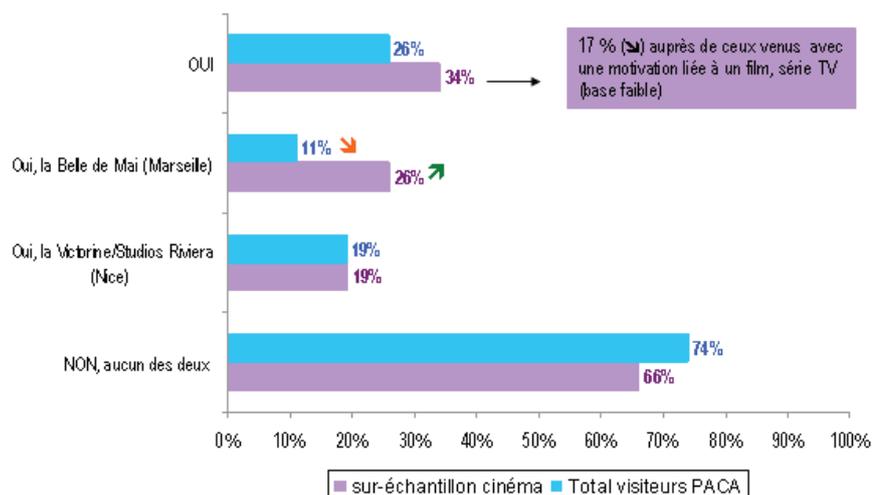
(\*) : effectif faible écart à interpréter avec précaution

35

## Notoriété des studios de cinéma

SYNTHÈSE DES  
RÉSULTATS

Question : Connaissez-vous, ne serait-ce que de nom, les studios de cinéma la Belle de Mai (Marseille) et la Victorine/Studios Riviera (Nice) ?



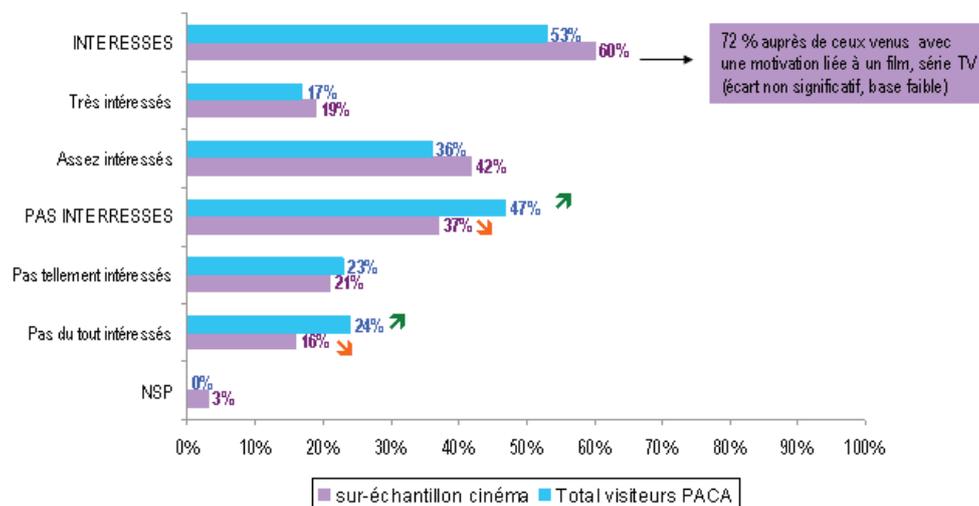
Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

37

## Intérêt pour la possibilité de visite des studios de cinéma

SYNTHÈSE DES  
RÉSULTATS

Question : Seriez-vous très intéressé(e), assez intéressé(e), pas tellement intéressé(e), ou pas du tout intéressé(e) par la visite studios de cinéma la Belle de Mai (Marseille) et/ou la Victorine/Studios Riviera (Nice) ?



Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes /  
Sur-échantillon : 149 visiteurs interrogés en PACA sur un lieu en relation avec le cinéma

38

### Profil des visiteurs intéressés

	Total	Sexe		Profession chef de famille			
		Hommes	Femmes	CSP supérieures	CSP intermédiaires	CSP modestes	Inactifs
(Base)	300	145	155	135	94	10 (*)	61
INTERESSES	53 %	50 %	55 %	60 %	48 %	70 %	43 %
PAS INTERESSES	47 %	50 %	45 %	40 %	52 %	30 %	57 %

	Total	NATIONALITE		AGE			GROUPE DE VISITE		
		Français	Etrangers	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus	Seu(e)	Couples	Famille amie
(Base)	300	240	60	106	130	64	89	114	97
INTERESSES	53 %	53 %	55 %	60 %	52 %	44 %	48 %	60 %	52 %
PAS INTERESSES	47 %	47 %	45 %	40 %	48 %	56 %	52 %	40 %	48 %

Base (2010) : 300 visiteurs en région PACA, touristes et excursionnistes

(\*) : effectif faible écart à interpréter avec précaution

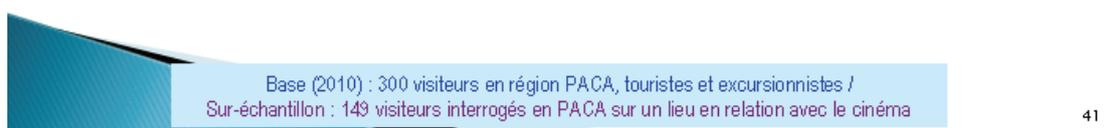
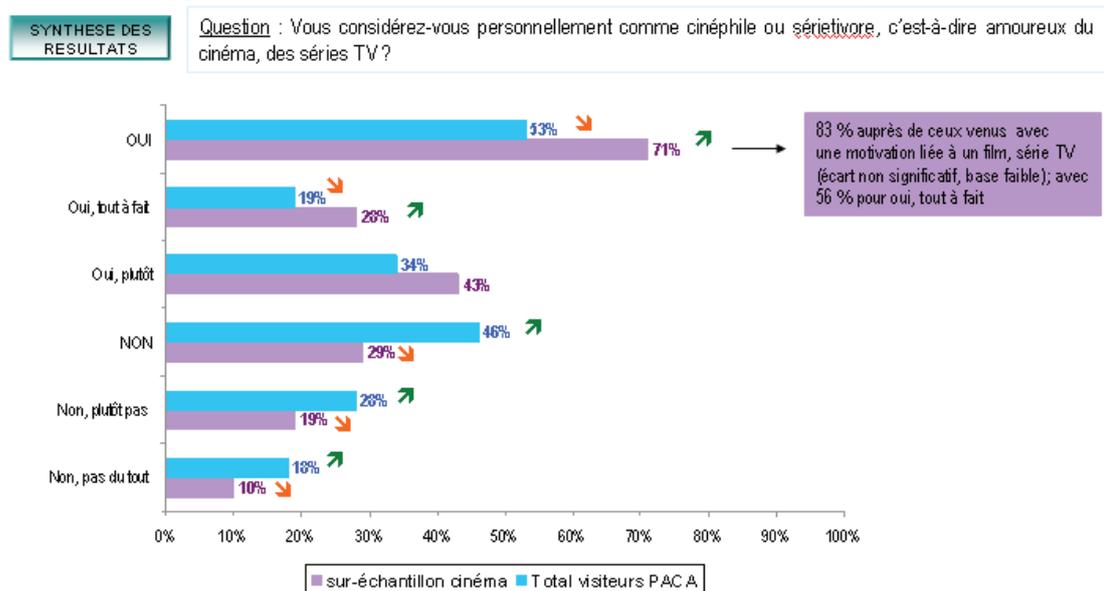
39

	Total	LIEUX D'ENQUETE		
		Marseille	Nice	Cannes
(Base)	300	113	140	47 (*)
INTERESSES	53 %	35 % ↘	76 % ↗	30 % ↘
PAS INTERESSES	47 %	65 % ↗	24 % ↘	70 % ↗

	Total	TYPE DE VISITE		CINEPHILES		FREQUENCE DE VISITE EN PACA		
		Séjours	Excursions	OUI	NON	Réguliers	Occasionnels	Première visite
INTERESSES	53 %	237	63	160	139	143	66	67
PAS INTERESSES	47 %	51 %	59 %	72 % ↗	31 % ↘	56 %	44 %	54 %
NON	48 %	49 %	41 %	28 % ↘	69 % ↗	44 %	56 %	46 %



## Les cinéphiles, serietivores



### Profil des cinéphiles (échantillon total visiteurs)

	Total	Sexe		Profession chef de famille			
		Hommes	Femmes	CSP supérieures	CSP intermédiaires	CSP modestes	Inactifs
(Base)	300	145	155	135	94	10 (*)	61
CINEPHILES	53 %	56 %	51 %	59 %	53 %	60 %	41 % ↘
NON	47 %	44 %	49 %	41 %	47 %	40 %	59 % ↗

	Total	NATIONALITE		AGE			GROUPE DE V SITE		
		Français	Etrangers	18-34 ans	35-54 ans	55 ans et plus	Seul(e)	Couples	Familles amies
(Base)	300	240	60	106	130	64	89	114	97
CINEPHILES	53 %	53 %	57 %	59 %	55 %	39 % ↘	43 % ↘	58 %	60 %
NON	47 %	47 %	43 %	41 %	45 %	61 % ↗	57 % ↗	42 %	40 %



42

	Total	LIEUX D'ENQUETE		
		Marseille	Nice	Cannes
(Base)	300	113	140	47 (*)
CINEPHILES	53 %	49 %	61 % ↗	43 %
NON	47 %	51 %	39 % ↘	57 %

	Total	TYPE DE V SITE		FREQUENCE DE V SITE EN PACA		
		Séjours	Excursions	Réguliers	Occasionnels	Première visite
(Base)	300	237	63	143	66	87
CINEPHILES	53 %	52 %	59 %	57 %	38 % ↘	59 %
NON	47 %	48 %	41 %	43 %	62 % ↗	41 %



## 4.5. Synthèse

### 4.5.1. Taux d'incidence sur la fréquentation de PACA d'un motif de visite lié au cinéma, aux tournages audiovisuels

- Parmi les visiteurs touristiques qui n'étaient pas en région Provence-Alpes-Côte d'Azur pour motif familial ou santé, seuls 1% répondent être venus après avoir vu un film, une série TV leur en ayant donné l'idée, l'envie (0.8% de la population touristique totale). Aucun des interviewés ne dit être venu avec le motif principal "suite à une série TV ou film TV".

Au niveau des activités pratiquées par cette population visiteuse, 6% citeront la visite d'un site lié au cinéma, aux tournages audiovisuels.

- Dans l'échantillon de visiteurs interrogés directement sur des sites de cinéma, tournages et n'étant pas venus pour motif familial ou de santé, 15% expliquent leur présence en PACA suite à un film, une série leur en ayant donné l'envie (12% de l'ensemble de la population interrogée sur un lieu lié au cinéma, aux tournages audiovisuels). Au près de ce cœur de cible, 2% répondent qu'il s'agissait alors du motif principal de visite.

Les visiteurs français interrogés sur lieux de cinéma sont 20% à citer ce motif de visite (3% auprès des touristes étrangers, effectif faible écart à interpréter avec précaution). On rappellera d'autre part que 8% des visiteurs interrogés sur les lieux de cinéma étaient des Britanniques.

**Le ratio d'incidence sur la fréquentation touristique de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur de la visite de sites liés au cinéma et aux tournages audiovisuels est de 0.8%, ratio faible à ce jour.**

### 4.5.2. Comportement touristique, consommation des visiteurs "cinéma"

- Auprès de l'échantillon total, 76% des interviewés sont en séjour en région PACA, cette proportion étant égale à 84% sur l'échantillon cinéma (et précisément 78% auprès de ceux ayant dit venir avec un motif lié au cinéma). Les durées moyennes de séjour sont également proches entre les deux populations. Les visiteurs cinéma présentent une antériorité de fréquentation de PACA identique à la population touristique globale.
- Par contre, de façon significative, la population interrogée sur les sites de cinéma fréquente plus les hébergements marchands : 71% versus 57% auprès de l'échantillon total de touristes, ce constat étant notamment observé en hôtellerie. Le même constat est réalisé pour ceux venus pour un motif lié au cinéma.
- En termes de groupe de visite, on visite les lieux de cinéma plus souvent en couple : 48% contre 38% auprès de l'échantillon total de visiteurs touristiques.
- La dépense quotidienne moyenne par personne et par jour des séjournants interrogés sur lieux de cinéma s'élève à 80 EUR. Auprès de l'échantillon total de touristes elle est égale à 70 EUR.

**La population interrogée sur les lieux liés au cinéma fréquente plus les hébergements marchands (hôtels) avec un niveau dépenses qui apparaît un peu supérieur en tendances.**

### 4.5.3. Notoriété et attribution des films, séries TV à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur

- Les principaux sites de PACA associés spontanément au cinéma par les interviewés sont les suivants (à analyser par rapport aux points d'enquête de l'étude dans les villes) :
  - Marseille : du Vieux Port, le quartier du Panier, la Corniche de Marseille... aux alentours Aubagne.
  - Nice : la Promenade des Anglais
  - Cannes : la Croisette, le Palais des Festivals
  - mais aussi Saint-Tropez, Monaco, la Provence
- Dans chacun des échantillons (population touristique et échantillon interrogé sur lieux de cinéma) tous les interviewés ont répondu connaître au moins un film, une série TV, un documentaire, un événement lié au cinéma. Ce résultat traduit la forte notoriété des films, séries étudiés. En moyenne, plus de 11 titres de la liste étudiée sont connus.
- D'autre part, 98% des visiteurs touristiques et 100% des visiteurs cinéma ont attribué au moins un des titres à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur : globalement ces productions sont bien associées à la région. En moyenne, ce sont 6 titres de la liste qui sont associés à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.
- Longs métrages et séries TV sont les plus connus et attribués :
  - Longs métrages : films de Pagnol, le gendarme de Saint-Tropez, Taxi, Jean de Florette et Manon des Sources, Brice de Nice. La notoriété de chacun est supérieure à 65% avec plus de 40% d'association à PACA.
  - Séries TV : Plus Belle la Vie, Sous le Soleil : 77% et 59% de notoriété et 52% et 37% d'association à PACA.
  - Le Festival International du film à Cannes se situe à 81% de notoriété avec 46% d'association à la région.
  - Globalement, les résultats ne sont que peu différenciés entre échantillon touristique et échantillon cinéma.
- Documentaires et courts métrages sont en retrait pour la notoriété et l'attribution à la région : ce sont respectivement 19% et 11% des interviewés qui connaissent au moins un de la liste étudiée, l'attribution se situant à 9% et 2%. On rappellera que la liste étudiée était beaucoup moins importante que celle des longs métrages et séries TV.
- Les films, séries TV... associés à la région Provence-Alpes-Côte d'Azur en donnent globalement une bonne image : 95% de bonne image auprès des deux échantillons. Auprès de ceux venus avec un motif de visite lié au cinéma cette proportion est de 100% avec 50% de très bonne image.

**Les résultats traduisent la bonne notoriété des productions audiovisuelles réalisées en PACA auprès des visiteurs. Ces films, séries sont bien associées à la région. Les indicateurs sont les plus forts pour les longs métrages et les séries TV. A noter que ces constats sont assez homogènes auprès de deux cibles : touristes et visiteurs cinéma. La notoriété et l'attribution à PACA ne se cantonnent pas aux initiés.**

**Il en résulte de bonnes retombées image au profit de la région Provence-Alpes-Côte d'Azur**

#### 4.5.4. Intérêt déclaré pour des produits touristiques liés au cinéma, aux tournages audiovisuels

- Les habitudes de fréquentation des sites majeurs liés au cinéma en France, Europe et dans le monde sont peu différenciées entre ceux interrogés sur des sites cinéma en PACA et l'ensemble de la population touristique : les seuls écarts constatés concernent le Palais des Festivals (qui était un des points d'enquête cinéma) et les studios Cinecitta en Italie.
- Ce sont toutefois les visiteurs interrogés sur des sites cinéma qui restituent le plus fort intérêt pour des informations touristiques sur les tournages de films et de séries TV auxquelles ils pourraient accéder : 72% contre 52% auprès de l'échantillon total. Ceux venus en PACA avec un motif de visite lié au cinéma sont également 72% à révéler leur intérêt, avec 50% qui se déclarent très intéressés.
- A noter le plus fort intérêt restitué dans les villes de Cannes et Nice auprès de la population touristique totale : 66% d'intérêt et seulement 28% à Marseille.
- La notoriété des studios la Belle de Mai apparaît supérieure auprès des personnes interrogées sur sites de cinéma : 26% versus 11% auprès de la population touristique totale. Aucun écart n'est observé pour les studios Rivera / La Victorine à Nice : 19% auprès des deux populations. A Marseille et Nice les résultats de notoriété des studios de la ville sont supérieurs.
- L'intérêt restitué pour des possibilités de visite s'avère un peu supérieur auprès de ceux interrogés sur sites de cinéma : 60% (53% auprès de la population touristique globale). Auprès de ceux venus en PACA avec un motif de visite cinéma le niveau d'intérêt se situe à 72%. Auprès de la population touristique globale, les scores s'avèrent supérieurs auprès des personnes interrogées à Nice.

**Il a été mis en évidence un certain intérêt des visiteurs pour la possibilité d'accéder à des informations sur les lieux de tournage et/ou pour la possibilité de visite des studios de cinéma en Provence-Alpes-Côte d'Azur; A ce stade, les niveaux d'engagement se situent majoritairement sur une position "assez intéressée". Les résultats sont supérieurs auprès de ceux interrogés sur site cinéma.**

## 5. Evaluation des retombées économiques directes et indirectes et recommandations

### 5.1. Evaluation des retombées économiques directes et indirectes

#### 5.1.1. Retombées économiques directes

Un outil d'évaluation des retombées économiques directes a pu être réalisé sur la base des travaux conduits au cours de la phase 2 de la mission.

Les principales hypothèses qui sous-tendent cet outil sont directement issues des éléments de synthèse figurant dans la phase 2 ;

- Pour 1 EUR investi par la Région PACA, un long métrage génère en moyenne 4,99 EUR de dépenses locales, dont 46.8% correspondent à des dépenses en rémunérations, 5.9% à des dépenses techniques et 47.3% aux autres dépenses de tournage ;
- Pour 1 EUR investi par la Région PACA, une fiction TV (séries et unitaires confondus) génère en moyenne 17.47 EUR de dépenses locales dont 53.5% correspondent à des dépenses en rémunérations, 7.8% à des dépenses techniques et 38.7% aux autres dépenses de tournage ;
- Pour 1 EUR investi par la Région PACA, un court métrage génère en moyenne 2.13 EUR dont 29.2% correspondent à des dépenses en rémunérations, 17.5% à des dépenses techniques et 53.3% aux autres dépenses de tournage ;
- Pour 1 EUR investi par la Région PACA, un documentaire génère en moyenne 3.77 EUR dont 51.5% correspondent à des dépenses en rémunérations, 31.8% à des dépenses techniques et 16.7% aux autres dépenses de tournage.

**Il ressort que les montants des crédits engagés en 2009 par la Région PACA ont permis de générer 21.3 millions EUR de retombées directes**, dont 10.9 millions EUR (soit 51.1% du total) liés à des dépenses de rémunérations, 1.98 million EUR (soit 9.3% du total) à des dépenses techniques et 8.4 millions EUR (soit 39.6% du total) aux autres dépenses de tournage. Plus précisément, ces retombées se ventilent de la façon suivante :

**Table 47 : Estimations des retombées économiques directes par catégorie d'œuvres en Région Provence Alpes Côte d'Azur en 2009**  
(en millions EUR)

	Retombées totales	dont dépenses de rémunération	dont dépenses techniques	dont autres dépenses de tournage
Long métrage	5 644	2 641	0 333	2 669
Fiction TV	13 609	7 281	1 062	5 267
Court métrage	0 447	0 131	0 078	0 238
Documentaire	1 602	0 825	0 510	0 268
<b>Total</b>	<b>21 302</b>	<b>10 878</b>	<b>1 982</b>	<b>8 442</b>

Source : IDATE-HEXACOM d'après la Région Provence Alpes Côte d'Azur

La comparaison du poids de chaque catégorie d'œuvres dans le total des aides engagées en 2009 d'une part et dans l'estimation des retombées économiques directes d'autre part permet de mettre en évidence clairement le rôle décisif joué par les fictions TV en région PACA. Ainsi, alors que ces œuvres cumulaient en 2009 près d'un tiers (30.6%) des aides versées par la Région, elles généraient 2/3 (63.9%) des retombées économiques directes. A elles seules, les dépenses en rémunérations générées par les fictions TV représentaient 34% des retombées économiques directes produites par l'ensemble des productions bénéficiant d'une aide de la Région, soit plus que l'intégralité des retombées directes attribuables aux longs métrages.

**Table 48 : Comparaison du poids respectif de chaque catégorie d'œuvres dans les crédits engagés par la Région Provence Alpes Côte d'Azur et dans les retombées économiques directes en 2009**

(millions EUR, %)

	Montants d'aides engagées	% du total des aides	Montants des retombées économiques estimées	% du total des retombées directes estimées
Long métrage	1 131	44.4%	5 644	26.5%
Fiction TV	0 779	30.6%	13 609	63.9%
Court métrage	0 210	8.3%	0 447	2.1%
Documentaire	0 425	16.7%	1 602	7.5%
<b>Total</b>	<b>2.545</b>	<b>100.0%</b>	<b>21 302</b>	<b>100.0%</b>

Source : IDATE-HEXACOM d'après CNC et la Région Provence Alpes Côte d'Azur

A budget équivalent, toute modification de la ventilation de l'aide accordée à la Région entre les différentes catégories d'œuvres se traduit par une évolution des retombées totales et de leur répartition entre les grands postes de dépenses.

Ainsi, un transfert de 100 000 EUR des montants accordés en 2009 aux longs métrages vers de la fiction TV se traduirait par une augmentation des dépenses totales (22.550 millions EUR au lieu de 21.302 millions EUR), un renforcement du poids des fictions TV dans les dépenses totales (68.1% au lieu de 63.9%) et un léger renforcement des dépenses de rémunérations (51.3% au lieu de 51.1%).

Cet outil permet donc de simuler le résultat des actions entreprises par la Région, voire de réorienter ces actions en fonction des objectifs poursuivis par la Région afin de maximiser leurs effets.

## 5.1.2. Retombées économiques indirectes

Le calcul des retombées économiques indirectes s'appuie sur les résultats de l'enquête conduite auprès des touristes et excursionnistes au cours de la phase 3 ainsi que sur des éléments communiqués par l'INSEE sur le tourisme en région PACA et dans les villes de Marseille et Nice.

Les principales hypothèses utilisées sont les suivantes :

- Le nombre de touristes annuel en région PACA, à Marseille et à Nice, hors tourisme d'affaire (INSEE) ;
- Le pourcentage de touristes et excursionnistes déclarant qu'un film ou un téléfilm leur a donné envie de venir dans la région (enquête phase 3) ;
- La durée totale du séjour (enquête phase 3 et INSEE) ;
- Le budget moyen par jour (enquête phase 3 et l'étude de l'Observatoire Régional du Tourisme de PACA (2005)).

Le calcul présenté dans le fichier Excel fait apparaître une première hypothèse qualifiée d' "hypothèse haute" dans la suite du document (tenant compte des données recueillies à l'occasion de la période estivale) et une seconde hypothèse qualifiée d' "hypothèse moyenne" (reposant sur des données annuelles) pour chaque territoire considéré.

L'hypothèse haute prend en compte dans le calcul la durée totale du séjour en région provenant de l'enquête réalisée au cours de la phase 3 de cette étude (soit 9.6 nuits) ainsi que le budget moyen par jour et par personne calculé sur la base de l'échantillon global (soit 70 EUR/jour/personne).

L'hypothèse moyenne prend quant à elle en compte la durée totale du séjour mesurée par l'INSEE sur l'ensemble de l'année 2009 (soit 6.7 nuits en région PACA, 5 nuits à Marseille et 6.5 nuits à Nice) et utilise le budget moyen moyen issu de l'enquête (soit 70 EUR).

Pour l'hypothèse haute, l'enquête ayant été réalisée pendant la période estivale, il apparaît cohérent que le nombre de nuitées totales soit supérieur à la moyenne annuelle communiquée par l'INSEE.

Par ailleurs, nous préférons retenir le chiffre de 70 EUR pour les dépenses moyennes alors que l'enquête montre que les dépenses des touristes de l'échantillon cinéma sont légèrement supérieures à la moyenne (80 EUR, différence non significative). En effet, il apparaît d'une part que ce chiffre de 70 EUR est plus "robuste" car mesuré sur un échantillon plus large. D'autre part, il nous paraît cohérent avec les éléments présentés dans l'étude *La consommation touristique régionale (Dépenses des touristes en PACA)* réalisée par le CRT PACA en 2005. Selon cette étude, la dépense moyenne s'élevait à 43 EUR par jour et par personne, mais à 61.1 EUR pour les touristes hébergés en hébergement commercial. Or les touristes venant avec une motivation liée au cinéma ont une propension importante à résider en hébergement commercial (79% selon l'enquête). Par ailleurs, cette même étude du CRT montre que la dépense moyenne est un peu plus importante sur le littoral qu'en montagne et dans l'arrière-pays et que les dépenses en Alpes Maritimes et Bouches-du Rhône sont plus élevées que dans les autres départements de la région (or l'enquête a été menée dans des villes du littoral et de ces deux départements). Aussi, pour ces différentes raisons, nous retenons le chiffre de 70 EUR dans notre simulation.

Sur cette base, les estimations réalisées sont les suivantes :

**Table 49 : Estimations des retombées économiques indirectes en Région Provence Alpes Côte d'Azur, dans la ville de Marseille et la ville de Nice**

(en millions EUR)

	Région PACA	Marseille	Nice
Hypothèse haute	168.538	12.902	53.760
Hypothèse moyenne	117.625	6.720	36.400

Source : IDATE-HEXACOM d'après INSEE et enquête Euroêka Marketing Conseil réalisée en phase 3 de cette mission

Selon le Conseil Régional PACA, le chiffre d'affaires du tourisme en région est estimé à environ 10 milliards EUR par an. Ainsi, en appliquant à ce chiffre le ratio de 0.8 %, il apparaît que le chiffre d'affaires lié aux tournages audiovisuels serait de 80 millions EUR.

Ces données sont néanmoins à interpréter avec certaines précautions.

D'une part, il faut rappeler que sur l'échantillon interrogé, le motif "un film, une série TV m'a donné envie de venir" n'a jamais été donné en première citation par aucun visiteur. Il est vrai aussi que les interviews conduites seulement en été ont probablement minoré l'incidence de la motivation cinématographique (versus les visites hors saison).

Par ailleurs, l'Observatoire Régional de Tourisme PACA communiquant des données concernant la répartition de la dépense moyenne par poste, il est donc possible d'estimer les retombées touristiques selon les postes suivants : Hébergement, Nourriture/Restauration, Loisirs, Achats de biens durables et Déplacements. Il est à noter la part prépondérante des

postes Hébergement et Nourriture/Restauration dans les dépenses des touristes (respectivement 26.1% et 28.2% des dépenses quotidiennes moyennes).

Ainsi sur la base de notre hypothèse moyenne, nous arrivons aux chiffres suivants :

**Table 50 : Répartition des retombées indirectes ventilées par poste de dépenses (hypothèse moyenne)**

(en millions EUR)

	Région PACA	Marseille	Nice
Hébergement	30.700	1.754	9.500
Nourriture/Restauration	33.170	1.895	10.265
Loisirs	18.702	1.068	5.788
Achats de biens durables	17.879	1.021	5.533
Déplacements	17.173	0.981	5.314
Total	117.625	6.720	36.400

Source : IDATE-HEXACOM d'après INSEE, Observatoire Régional de Tourisme PACA et enquête Euroêka Marketing Conseil réalisée en phase 3 de cette mission

L'enquête réalisée en phase 3 permet d'estimer les retombées indirectes pour une année donnée : en considérant la forte notoriété et attribution à la région PACA de nombreuses productions et les bonnes retombées d'image au profit de la destination, il est clair que les retombées se construisent et s'accumulent dans le temps. La rémanence est vraisemblablement plus forte que les retombées habituellement mesurées à l'occasion d'un événement, par exemple sportif. Ainsi les films de Marcel Pagnol d'une part et la série TV *Plus Belle La Vie* d'autre part figurent parmi les œuvres à la fois les plus connues par les personnes interrogées (respectivement 79% et 77%) et les œuvres les plus associées à la Région PACA (respectivement 59% et 52%).

Il ressort cependant nettement que les longs métrages et les séries TV bénéficient d'une notoriété bien plus importante que les documentaires et les courts métrages. De ce fait, on peut supposer qu'ils génèrent davantage de retombées touristiques indirectes que les documentaires et les courts métrages. Il n'est pour autant pas possible d'établir un lien direct entre les aides accordées par la Région et les dépenses indirectes produites. Néanmoins, il semble que toute décision de la Région visant à renforcer son soutien aux longs métrages et aux séries TV et téléfilms devrait se traduire par de plus fortes retombées économiques directes et indirectes.

Soulignons par ailleurs que pour 95% des personnes interrogées les films ou séries TV qu'ils associent à la Région leur donnent une assez bonne ou très bonne image de la Région. Au-delà des retombées économiques directes et indirectes, il apparaît donc que les productions audiovisuelles tournées en région PACA contribuent également largement à développer et entretenir une image positive et attractive de la région. Ainsi, si la décision de venir dans la région n'est pas directement liée à une motivation cinématographique ou audiovisuelle, on peut légitimement supposer que l'image véhiculée par la région à travers les productions régionales contribue également à favoriser le développement du tourisme en région.

## 5.2. Recommandations destinées à optimiser les retombées des tournages

En préambule, il convient de préciser que les préconisations ont été élaborées essentiellement à partir des résultats de l'enquête auprès du public effectuée sur des sites de la région PACA (Marseille, Cannes, Nice), de l'analyse des retombées économiques et touristiques des tournages en région PACA et des entretiens approfondis conduits auprès d'un échantillon d'acteurs du cinéma et du tourisme également en région PACA. Elles sont donc spécifiques à cette région, même si certaines d'entre elles peuvent, à l'évidence, être appliquées à d'autres régions françaises en tenant compte du contexte.

### Les acteurs du cinéma et du tourisme en Région PACA

Les principaux acteurs de la politique publique d'accueil de tournages en PACA forment un réseau régional coordonné par la Commission Régionale du Film et composé de cinq Commissions locales du film et de quatre bureaux d'accueil :

- Commissions locales du film: Var, Alpes du Sud, Lubéron Vaucluse, Côte d'Azur, Martigues
- Bureaux d'accueil: Marseille, Nice, Aix en Provence, La Ciotat

En outre, deux nouveaux bureaux d'accueil devraient bientôt ouvrir en PACA, à Arles et à Saint-Rémy-de-Provence.

Côté acteurs publics de la politique du tourisme, on recense près de 200 offices de tourisme et syndicats d'initiative en région, 6 comités départementaux du tourisme et un comité régional du tourisme.

### 5.2.1. Synthèse des relations entre tourisme et cinéma

Les entretiens réalisés ont confirmé le rôle très actif des Commissions du film et Bureaux d'accueil en amont et pendant les tournages mais, comme c'est le cas ailleurs, une implication dans l'ensemble assez faible en aval des tournages. Ainsi, ils ont élaboré et animent des outils variés pour la préparation des tournages (site Internet, bases de données décors, fichiers de techniciens et comédiens locaux...) et sont très présents sur les festivals et salons professionnels, en particulier le Festival international du film à Cannes, et ont été partenaires de plusieurs éductours organisés par Film France et la Commission Régionale du film.

Pendant les tournages, ils sont également très impliqués pour faciliter leur bon déroulement : pré-repérage, gestion des demandes d'autorisations, recherche de professionnels locaux, aide logistique, relations presse... Dans ce cadre, ils sont quelques fois conduits à avoir des contacts avec des offices de tourisme ou des services de collectivités locales dont ils regrettent, à quelques exceptions près, le manque de réactivité, alors qu'une réponse rapide à une demande d'un producteur peut être décisive dans son choix du lieu de tournage (cf. dans le domaine de la production publicitaire notamment).

**Table 51 : Demandes les plus fréquentes des équipes de tournage auprès des Commissions locales du film en PACA**

Demandes des équipes de tournage	Actions des Commissions locales du film
Pré-repérage de décors et de lieux de tournage	Collaborer avec un réseau de contacts (office de tourisme, les mairies, les communautés de communes, etc.) qui peuvent fournir des photos ou se déplacer in situ pour prendre des photos.
Demandes d'autorisation	Faciliter les démarches, jouer les intermédiaires, obtenir des dérogations.
Demandes de figurants et de professionnels	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fournir les fichiers des techniciens et comédiens locaux.</li> <li>Faire le lien avec le Pôle Emploi Spectacle, dans les cas où une convention de partenariat a été signée avec la Commission</li> </ul>
Logistique : hébergement, restauration, cantine, location de véhicules, etc.	Fournir un listing d'hôtels et de restaurants partenaires répartis sur l'ensemble du territoire, indiquant les prix et caractéristiques de chaque établissement (en général, l'équipe de tournage réserve et négocie elle-même les tarifs et les horaires)
Demande de locaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aider les équipes de tournage dans leur recherche de locaux.</li> <li>Mettre éventuellement à disposition ses locaux et outils administratifs : salle de réunion, connexion Internet...</li> </ul>
Couverture médiatique locale/relations presse locale	Organiser des conférences de presse et des rdv avec les journalistes de la presse locale, selon les souhaits de la production (certaines productions ne souhaitent pas du tout laisser filtrer d'information sur le tournage).

Source : IDATE et Hexacom d'après entretiens

En revanche, une fois les tournages réalisés, ils apparaissent nettement moins impliqués, ou du moins de façon inégale et peu structurée. Certes les Commissions du film cherchent à estimer les retombées directes des tournages en incitant les producteurs à renseigner la fiche standard de Film France mais, en l'absence de moyens "contraignants", le taux de retour demeure nettement insuffisant (environ 50%) et la fiche Film France ne donne qu'une vision approximative des retombées. La commission du film du Var a mis en ligne le questionnaire, mais là non plus, les retours ne sont pas systématiques.

Enfin, d'un point de vue général, les Commissions du film souhaiteraient être davantage associés à la promotion des films et des fictions TV tournés sur leur territoire, bien que cela ne soit pas dans leur vocation première et nécessiterait sans doute des moyens supplémentaires.

Du côté des acteurs locaux du tourisme, le constat est inverse : sauf exception, ils sont très peu impliqués en amont et pendant les tournages, ce qui peut paraître assez naturel, et commencent à intervenir ou à s'intéresser à la valorisation touristique des films après leur tournage sur le territoire. Certains développent des stratégies dans ce sens (Marseille et Saint-Tropez notamment). En effet, les offices de tourisme rencontrés se sentent très concernés par l'audience des productions tournées sur leur territoire car, pour eux, elles constituent un vecteur important de l'image et de la notoriété d'un site, d'une ville, en France comme à l'étranger et, par conséquent, un élément de décision dans le choix d'une destination. De plus, ils observent que l'impact sera plus fort si l'image "produite" est négative et souhaitent donc désormais pouvoir intervenir en amont des tournages (cf. l'émission *Capital* pour Saint-Tropez (M6), l'émission *Gros Plan* pour Nice (TF1), le film *French Connection* pour Marseille, etc).

Conscients du rôle important des productions cinématographiques et audiovisuelles, certains offices de tourisme mettent ainsi en œuvre des opérations visant à promouvoir une image positive de leur territoire à travers les œuvres tournées localement, comme à Saint-Tropez : stratégie de marque déposée, production de contenus audiovisuels à destination des sociétés de production, analyse des scénarios.

Parallèlement, ces acteurs constatent une demande croissante de la part de la clientèle touristique en matière d'information et d'itinéraires pour se rendre sur les sites de tournages de films ou de séries TV. Dans ce domaine, quelques réponses ont été apportées (cf. le circuit *Plus belle la vie*, les circuits et randonnées pédestres sur les traces de Marcel Pagnol ou les randonnées théâtrales *Manon des Sources*), mais elles apparaissent insuffisantes au regard de la demande (cf. les demandes de visites des plateaux de tournage à Marseille et Nice, les demandes d'itinéraires à Saint-Tropez, etc.).

**Table 52 : Circuits et randonnées pédestres proposés par l'ODT d'Aubagne sur les traces de Marcel Pagnol**

Circuits et randonnées	Description
Circuit pédestre spécial été	Départ à 8h du petit Monde de Marcel Pagnol. Circuit de 7 km à pied, dans les collines des grandes vacances, jusqu'aux pieds des Barres de St Esprit en passant par le Mas de Massacan, la ferme d'Angèle... continuation par le vallon de Passe Temps pour atteindre le village de la Treille. Passage en autocar devant le Château de la Buzine et enfin visite du Petit Monde de Pagnol et de la Maison Natale à Aubagne. Fin des prestations à 12h30.
Circuit spécial été en autocar climatisé	Rendez-vous à 14h au Petit Monde de Marcel Pagnol et visite de la Maison Natale. Puis itinéraire en bus: le Château de la Buzine, le Bar des 4 saisons, le village de la Treille, la fontaine de Manon, la Pascaline et le chemin des Bellons, le Tabac alimentation à Eoures. Retour vers 17h30.
Randonnées découverte du Garlaban	Dimanche 18 Avril 2010 Une fois par an, à la mi-avril, l'Office de Tourisme vous propose 1 randonnée afin de rendre hommage au célèbre académicien. Cette année, cette édition sera une "Spéciale bons randonneurs" avec 1 circuit de 20 kilomètres.
Circuit pédestre souvenirs de l'enfance	Circuits pédestres pour individuels le dernier dimanche du mois. D'avril à novembre 2010 (sauf juillet-août-septembre) Cette journée en Pays d'Aubagne vous permettra de découvrir : Le Mas de Massacan, la ferme d'Angèle, les Barres de Saint Esprit, le Vallon de Passe Temps, la Bastide Neuve, le chemin des Bellons la Treille ( placette du village : la Fontaine de Manon, le restaurant le Cigalon, le cimetière où Pagnol et les siens reposent), Bar des 4 saisons, le Château de ma mère (la Buzine) et le Petit Monde de Marcel Pagnol.

Source : oti-paysdaubagne.com

Par ailleurs, à l'instar des Commissions du film, les acteurs du tourisme disposent de très peu de dispositifs de remontées statistiques et d'outils de mesure des retombées touristiques locales (les "bilans de saison" ne traitent pas du tourisme cinématographique).

Enfin, il arrive que certains offices de tourisme soient sollicités par des productions pour des informations sur les conditions de tournages ou d'accès à des sites extérieurs. Ceux-ci apparaissent souvent démunis et en manque d'information, voire en manque de réactivité...

Ce constat général laisse ainsi apparaître, sauf exception comme à Marseille ou Saint-Tropez, une collaboration encore très faible entre les acteurs publics du tourisme et les acteurs publics de l'audiovisuel et du cinéma. Plusieurs freins ont été pointés par les organismes rencontrés, dont deux ressortent nettement : la méconnaissance des métiers des uns et des autres et l'absence de stratégie commune au niveau local.

## 5.2.2. Préconisations pour un développement du lien cinéma-tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur

De l'analyse de l'enquête auprès du public, des retombées économiques et des entretiens auprès des acteurs du cinéma et du tourisme, 16 préconisations ont été dégagées. Elles sont classées en trois catégories selon qu'elles s'appliquent avant, pendant ou après les tournages. La numérotation associée n'est proposée que pour des commodités de lecture mais ne reflète ni un classement par ordre d'importance, ni un classement par ordre chronologique d'implémentation des mesures.

### Avant les tournages

#### **1. Valoriser les projets de production qui présentent un intérêt touristique avéré pour la région PACA à travers un abondement financier et un label "filmé en PACA"**

La Région intègre dans ses critères d'évaluation pour les débats qui animent les CACs (comité de lecture et d'attribution des aides à la création et à la production) des considérations liées à l'économie : emplois, dépenses de tournages etc. Cependant la politique du cinéma et de l'audiovisuel vise avant tout à accompagner des œuvres et le critère principal reste la qualité artistique et le « plus » culturel.

D'autre part les CACs restent avant tout des lieux de débats et d'attribution de subventions.

Les films qui pourraient avoir un intérêt pour l'image de la région et son développement touristique doivent faire l'objet d'un accompagnement plus sophistiqué qui relèvent de démarches publicitaires ou de marketing.

Ainsi un projet peut être évalué favorablement pour son impact touristique et bénéficier d'une avance sur recette spécifique (une ligne budgétaire prévue à cet effet) mais la convention ou contrat devra spécifier un nombre important d'aspects : validation de la qualité du film une fois terminé (afin d'éviter les effets contraires), conditions d'utilisation par la Région de l'image, obligation du bénéficiaire de citations lors de sa promotion, réflexion sur le nombre de spectateurs du film nécessaires pour que le déclenchement des actions ait un intérêt, conception et financement des actions de promotion conduites en France et à l'étranger sur l'effet positif du film, etc. On le voit, le film ayant un potentiel pour le développement touristique, peut faire l'objet d'un financement particulier mais doit surtout faire l'objet d'une stratégie sur les diverses étapes de vie du film. Cette stratégie doit être développée en résonance avec les autres démarches de promotion touristiques engagées par la Région.

Une synergie entre les métiers du tourisme, les métiers de la communication et du marketing ainsi que du service cinéma et audiovisuel sont nécessaires pour conduire des actions pertinentes sur le thème « cinéma et développement du tourisme » et cohérente avec la politique culturelle régionale.

#### **2. Développer les éducteurs pour les professionnels de l'audiovisuel comme pour les professionnels du tourisme**

Plusieurs éducteurs pour des producteurs ou des scénaristes ont déjà été organisés en région et, d'après les Commissions du film, ils ont généré des tournages qui n'auraient sans doute pas eu lieu dans la région sans ces initiatives (cf. éducteurs pour les scénaristes américains et pour les producteurs indiens). Compte tenu du succès de ces opérations, certaines Commissions du film réfléchissent à la mise en œuvre d'éducteurs auprès de publics cibles comme, notamment, les scénaristes français et les responsables de la fiction des grandes chaînes de TV nationales, puisque les séries et téléfilms apparaissent comme les productions qui génèrent le plus de retombées économiques tout en touchant un public souvent plus nombreux que les films.

Dans le domaine du tourisme, des éductours sont régulièrement organisés par certains organismes professionnels à destination de clientèles cibles ou de voyageurs (exemple : éductours sur les équipements du tourisme social et associatif auprès des Comités d'entreprise, organisé par l'UNAT-PACA). Des éductours sur les lieux et plateaux de tournages de films emblématiques pour les professionnels du tourisme (voyagistes, autocaristes, agences...) pourraient être organisés afin de promouvoir cette nouvelle forme de tourisme auprès d'une clientèle cible largement majoritaire selon notre enquête parmi l'ensemble des visiteurs de la région PACA.

### ***3. Mettre en place une newsletter régionale d'information sur les tournages à destination notamment des acteurs publics du tourisme***

L'information des acteurs du tourisme apparaît comme un préalable indispensable à une démarche en amont pour optimiser la communication autour des tournages de films dans le cadre de la recherche d'une optimisation des retombées. Il s'agirait, à l'instar de ce qui est mis en œuvre par plusieurs agences régionales du cinéma (Languedoc-Roussillon, Région Centre...) de créer un portail d'information couplée à une lettre de diffusion (cf. [www.languedoc-roussillon-cinema.fr](http://www.languedoc-roussillon-cinema.fr), [www.centreimages.fr](http://www.centreimages.fr), ...).

Au-delà de l'information sur les tournages, sur les dates de diffusion et de sorties de œuvres tournées en région, la lettre de diffusion pourrait utilement repérer les productions susceptibles de représenter un "intérêt" touristique en raison des paysages ou des personnages qu'elles mettent en scène. Pour aller au bout de la logique de promotion des films, il devrait également être possible aux acteurs du tourisme de télécharger un flyer, un synopsis, un jeu de photos ou la bande-annonce du film, lequel fait souvent l'objet d'un site internet dédié.

### ***4. Favoriser l'accueil des équipes de tournage localement par une meilleure coordination entre les Commissions locales du Film, les Bureaux du Cinéma et les offices du tourisme, avec la désignation et la formation d'un relais "cinéma" dans les offices de tourisme et au CMN en lien avec les Commissions locales***

Les Commissions du film et les Bureaux du Cinéma demeurent les interlocuteurs privilégiés des productions. Ces acteurs doivent pouvoir s'appuyer sur une collaboration avec le réseau des offices de tourisme qui connaissent particulièrement bien leur territoire. Ce lien apparaît essentiel à la fois en amont de la décision de tournage, dans le choix d'un site, et pendant le tournage, dans son bon déroulé. Pour renforcer ce lien, plusieurs propositions peuvent être formulées :

- Former une personne référente "cinéma" dans chaque office de tourisme ainsi qu'au sein de la délégation Sud-Est du Centre des monuments nationaux (CMN). Cette personne serait formée pour être en mesure de répondre rapidement aux demandes de la commission locale du film ou du bureau d'accueil de la ville ;
- Engager une réflexion sur une meilleure cohérence des grilles tarifaires des villes pour l'accès au domaine public (étudier éventuellement la gratuité, comme à Nice) ;
- Valoriser l'infrastructure régionale de formation professionnelle du secteur présente en région comme, par exemple, l'ESRA-Ecole supérieure de réalisation audiovisuelle à Nice, Studio M à Marseille (BTS audiovisuel), ou l'IUT de Cannes-La Bocca (Licence pro "Journalisme audiovisuel").

### ***5. Structurer une offre packagée pour l'accueil de tournages***

Au-delà du pré-repérage de décors et de la promotion des techniciens et des comédiens exerçant en région auprès des productions, le service d'accueil de tournages comprend également l'aide à la recherche de prestataires de services locaux et de partenaires potentiels. Dans ce domaine, les offices de tourisme rencontrés ont souligné la nécessité d'une proposition tarifaire complète, cohérente et attractive pour attirer des tournages, avec des tarifs négociés auprès des hôtels 3 et 4 étoiles, des restaurants et des loueurs de

voitures (cf. l'initiative engagée par la Direction du Cinéma de la Ville de Nice, en collaboration avec l'OTC de Nice), sur l'exemple de ce que propose déjà le groupe Accor à Marseille à travers son offre "La vie d'artiste" (cf. annexe 4).

### **6. Mieux articuler le Fonds d'aide à la diffusion des films en région**

C'est un des points faibles de toutes les politiques régionales de soutien à la production : la valorisation des films aidés en Région. Pour les longs métrages, les règlements des fonds d'aide imposent quelques fois la tenue d'avant-premières dans une ou plusieurs salles de la région, en lien avec le distributeur dans le cadre du plan de sortie du film. Or, sauf accord ou contexte particulier, les distributeurs privilégient la ou les villes qui, selon eux, présentent le potentiel commercial le plus fort et qui sont faciles d'accès pour les équipes du film (avion, TGV direct).

### **7. Structurer le comité informel de pilotage cinéma-tourisme réunissant les principaux acteurs institutionnels des deux secteurs et développer ses actions**

Comme il a été noté plus haut, les collaborations entre les acteurs publics du tourisme et les acteurs publics de l'audiovisuel et du cinéma sont, sauf exception, encore très rares et peu spontanées. Or, le dialogue et le partage d'informations constituent le socle commun indispensable pour élaborer des actions visant à optimiser les retombées économiques et touristiques des tournages en région.

La création d'un "lieu" d'échange régulier (2 à 3 fois par an par exemple) réunissant les principaux acteurs publics du tourisme (le CRT, les 6 CDT, les 7 ou 8 OT des Villes les plus fréquentées) et du secteur cinéma-audiovisuel (la CRF et le réseau des 10 commissions locales et bureaux d'accueil) serait de nature à permettre le partage d'informations et l'élaboration d'actions communes. Ce type d'initiative, encore inédite en France à notre connaissance, nous paraît essentiel dans un contexte de plus en plus marqué par la concurrence entre les Régions pour l'accueil des tournages des films longs métrages et fictions télévisuelles.

### **8. Accompagner les sociétés de production dans une stratégie marketing touristique autour des tournages, des films, des fictions TV, etc., et ce avant et après les tournages**

Le marketing d'un film avant sa sortie en salle ou sa diffusion à la télévision utilise différents supports qui vont de l'affichage au site internet, en passant par les interviews presse et média, la bande annonce, les produits dérivés, etc. Dans une démarche de valorisation touristique, cette promotion commerciale, qui démarre avant le tournage du film, doit pouvoir intégrer le marketing du territoire dans lequel il sera tourné, ce qui est rarement le cas. Cet aspect est d'autant plus important qu'il permet d'anticiper dès le départ la négociation pour les droits à image et la mise à disposition d'extraits du film.

De ce point de vue, les opérations autour de la série *Plus belle la vie* à Marseille illustrent le marketing touristique complet d'une production audiovisuelle à succès, auquel il ne manque que la visite des studios :

- Mise en place d'un circuit "Plus belle la vie" avec visite guidée du quartier du Panier et ballade en bateau pour voir les lieux de tournage en décor naturel, par l'OTC de Marseille.
- Création, par France 3, d'une boutique de produits dérivés de la série, et dont l'OTC de Marseille fait la promotion,
- Aménagement, par France 3 et l'OTC, d'une petite salle de projection (baptisé "cinéma Le Mistral", 25 places) qui diffuse le making-off de la série.

## Pendant les tournages

### **9. Envisager les conditions d'intégration du tourisme du cinéma dans une logique de "tourisme de découverte économique", en particulier pour la visite des plateaux et lieux de tournage en région**

L'enquête menée auprès des touristes en PACA a montré que 53% des personnes interrogées se déclarent intéressées par une visite des studios de cinéma la Belle de Mai (Marseille) et/ou la Victorine/Studios Riviera (Nice). Cette proportion monte même à 72% au sein de ceux venus avec une motivation liée à un film ou une série TV. Cependant, aucun des deux studios ne se visite et cette perspective s'avère difficile à concrétiser :

- Sollicitée par la Ville de Marseille, France 3, producteur de *Plus Belle la Vie*, ne souhaite pas investir dans la construction d'une réplique des décors de la série, considérant que le succès de la série dépendait de nombreux facteurs qui ne permettaient pas de garantir un "retour sur investissement" ;
- A Nice, les Studios Riviera, exploités par Euro Média France dans le cadre d'une délégation de service public de la Ville, ne se visitent que dans un cadre professionnel ou de formation.

Toutefois, la demande étant significative, il conviendrait de réfléchir à l'aménagement de circuits de visite des deux studios régionaux, à l'instar des circuits de visites d'usines (fenêtre de vision ne dérangeant pas les tournages par exemple), ainsi que des lieux de tournages, en accord avec les équipes de production sur le terrain, avec des cheminements et un calendrier qui ne gênent pas leur travail.

A défaut de pouvoir ouvrir les studios aux visites pendant qu'un tournage est en cours, la possibilité de les ouvrir au grand public en-dehors des périodes de tournages pourrait a minima être envisagé.

Les visites de lieux de tournages pourraient être considérées sur certaines productions, quand les conditions d'accueil le permettent, dans un cadre préalablement défini avec l'équipe de production.

## Après les tournages

### **10. Systématiser les remontées des comptes de production afin d'évaluer précisément les retombées économiques directes**

Pour faire face aux faibles retours de la fiche standard de Film France et à la vision approximative des retombées qu'elle donne, soulignons l'initiative de la Région PACA visant à mettre en place une fiche de renseignements en complément de la fiche Film France). Décidée le 22 octobre dernier, cette fiche devrait être active dès les prochaines instructions de dossiers. Pour plus d'efficacité, nous préconisons que cette fiche ait un statut obligatoire sous réserve de ne pas obtenir le versement de la seconde moitié de la subvention. Par ailleurs, afin de pouvoir collecter plus largement des données homogènes au niveau régional, un rapprochement avec la fiche mise en ligne par la Commission du film du Var<sup>6</sup> serait souhaitable. Ceci permettrait d'obtenir le même niveau d'informations. De plus, pour les productions demandant le soutien de la Région et du Var, ceci faciliterait les démarches administratives des porteurs de projets.

<sup>6</sup> La Commission du film du Var apporte un soutien logistique. Il n'y a pas de fonds d'aide associé. Cependant, elle a mis en place sur son site Internet une "fiche de renseignements économiques" à destination des productions tournées dans le Var, dont l'objectif est de produire des éléments statistiques sur l'importance de l'enjeu économique engendré par l'industrie audiovisuelle et cinématographique. Les éléments recueillis portent sur trois ensembles de postes principaux : A/ Hébergement – Restauration – Défraiements ; B/ Emploi – Personnel ; C/ Industrie – Services.

<http://www.filmvar.com/formulaires/retombees-economiques.php?lang=fr>

### **11. Favoriser la mise en place de circuits touristiques des lieux de tournages de films ou séries TV emblématiques qu'ils soient sous forme d'un package ou d'un mapping**

D'après notre enquête, 52% des visiteurs, touristes et excursionnistes se sont déclarés intéressés par des informations touristiques sur les tournages de films et de séries TV (cartes et itinéraires de lieux de tournage...). La proportion monte à 72 % auprès de ceux venus avec une motivation liée à un film, une série TV.

Par ailleurs, les circuits sur les décors de films ou sur les traces de tous les films d'un cinéaste donné dans les grandes villes cinématographiques (Barcelone, Londres, Paris, Boston et les "10 memorable movies"), rencontrent un vif succès. Certaines envisagent de développer des applications géolocalisées sur smartphones.

Les résultats de l'enquête et ces opérations confortent les initiatives de circuits mapping des lieux de tournages déjà opérationnels (circuit *Plus belle la vie*, *Randonnées théâtrales Manon des Sources*) en cours de mise en œuvre à Saint-Tropez ou en projet à Marseille. Plus précisément, à l'occasion de tournages de films dans des monuments historiques ou des villes historiques, des packages " sur les traces de ..." pourraient être étudiés de façon plus systématique (cf. le film *Séraphine* à Senlis, ou *Robin des bois* en Angleterre).

Plus précisément, deux formes de produits s'adressant à deux types de clientèles pourraient être utilement favorisées :

- Des circuits de type "package touristique" à destination d'une clientèle de groupes et d'individuels en courts séjours (week-end, petites vacances), diffusés par les offices de tourisme ou au sein de circuits ad hoc proposés par des agences et tours-opérateurs;
- Des circuits mapping en téléchargement sur des terminaux mobiles (smartphone, tablette numérique) pour une clientèle individuelle, plutôt de passage.

#### **Projet de l'OTC Marseille**

L'OTC de Marseille envisage d'éditer une carte avec indication des zones géographiques sur un plan, avec photo des scènes reprises dans les films concernés. Dans un second temps, les scènes audiovisuelles relatives aux films pourraient être téléchargées sur internet ou sur Smartphone.

#### **Projet de l'OT Saint-Tropez**

L'OT de Saint-Tropez éditera au printemps 2011, en partenariat avec la Commission du Film du Var et avec l'appui de l'INA, une carte des lieux de tournages dans Saint-Tropez et autour du Golfe : entre les sites des films du *Gendarme* et la plage des Canoubiers, plus de 100 lieux ont été repérés. Cette carte sera doublée d'une application pour iPhone " cinéma et Saint-Tropez " destinée à accompagner les visiteurs par des commentaires sur chaque site. Des itinéraires seront suggérés et les guides de Saint-Tropez seront spécialement formés. Dans le prolongement de cette carte, l'OT envisage de diffuser une information sur chaque lieu de tournage identifié, avec des images et séquences de films en téléchargement pour Smartphone, par flashage d'un code-barre.

#### **Projet de la Commission du Film du Var**

La CFV envisage la création au printemps 2011 d'un rallye automobile ludique entre Brignoles et Saint-Tropez à travers les lieux de tournages varois de films emblématiques.

## **12. Soutenir la création de lieux sur la culture et le patrimoine cinématographique dans les territoires marqués par les tournages de films ou par le cinéma en général**

Deux sites sont actuellement en cours d'aménagement et deux autres sont en projet :

- La création d'un centre culturel du cinéma tropézien dans l'ancienne gendarmerie qui a servi de lieu de tournage au film *Le gendarme de Saint-Tropez* (acquise par la Ville), en partenariat avec la Gendarmerie Nationale. Cet équipement, dont l'ouverture est prévue en janvier 2014, proposera des espaces muséographiques sur l'histoire de la gendarmerie, sur les différents opus du film *Le gendarme de Saint-Tropez* et sur le cinéma en général à Saint-Tropez. Des bureaux d'accueil pour les professionnels pourraient également être aménagés ;
- L'installation de la Cité du cinéma de Marseille dans le Château de la Buzine (le "château de ma mère" de Marcel Pagnol) au cœur d'un parc de 6 hectares. Il disposera de nombreux équipements: bibliothèque, vidéothèque, cinémathèque et auditorium de 350 places. Imaginée comme la future Maison des cinématographies de la Méditerranée, elle sera équipée d'une cinémathèque régionale. 35 000 touristes visiteraient chaque année ces lieux ;
- Délocalisation de la Cinémathèque sur la Place Garibaldi en vue de la création d'un pôle Cinéma (Cinémathèque de Nice, Salles de cinéma, Direction du Cinéma, Bureau du Cinéma), ce projet prévoit aussi la création d'un espace consacré à l'histoire du Cinéma à Nice ;
- Le projet de création du musée du cinéma de Cannes (sur le site de l'ancien Palais des sports) qui devrait regrouper toutes les archives du Festival de Cannes, les copies des films en compétition depuis l'origine, une collection de photos ainsi qu'éventuellement une école de cinéma. Un hôtel 5 étoiles pourrait également être construit sur le site. Le projet devrait être détaillé en 2011 avec l'ambition d'une ouverture en 2014.

## **13. Intégrer (pour les collectivités locales) un volet " cinéma " dans la politique de marketing territorial des collectivités locales qui accueillent régulièrement des tournages (Marseille, Nice, Saint-Tropez, département du Var...)**

Cette recommandation couvre un ensemble d'actions marketing dont certaines ont déjà été engagées par des collectivités locales. Citons en particulier : l'intégration d'un chapitre "cinéma" dans les portails internet des collectivités locales, l'élaboration de contenus audiovisuels à destination des sociétés de production audiovisuelle, la promotion des festivals cinématographiques locaux, une présence ciblée dans des salons ou marchés audiovisuels et cinématographiques, etc.

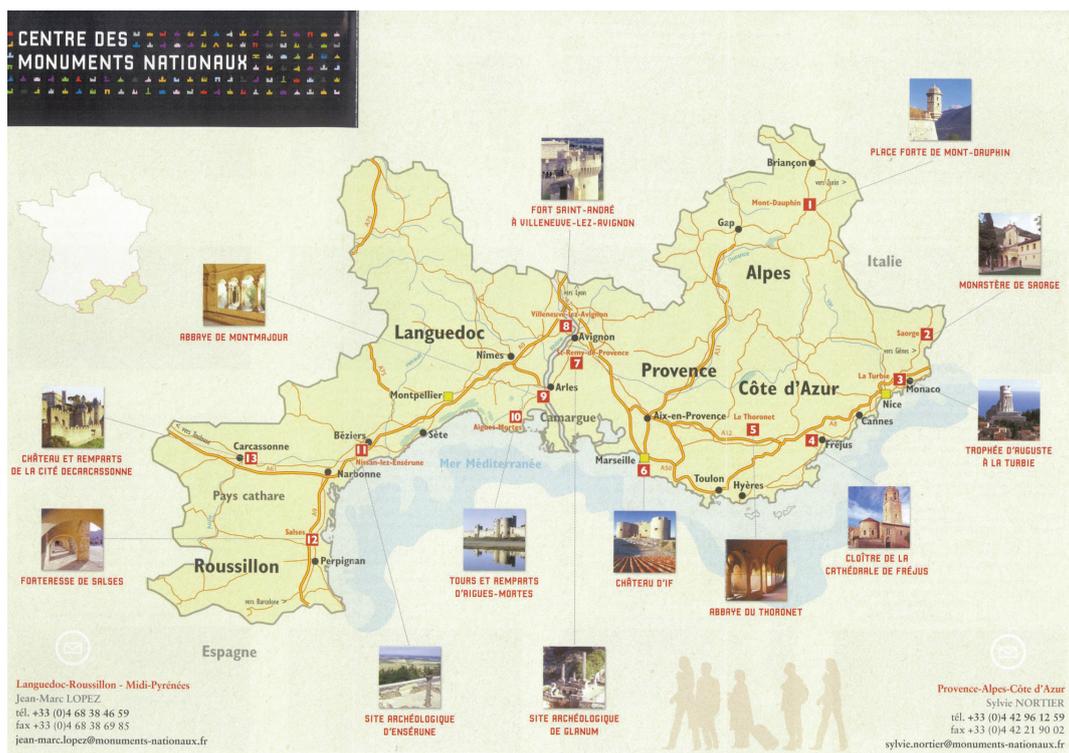
## **14. Valoriser les monuments nationaux en région en tant que sites touristiques et décors de cinéma, en lien avec la délégation sud-est du CMN**

Si les retombées de l'opération "Monuments et cinéma" lancée en mai 2010 par le CMN (et qui prendra fin en janvier 2011), s'avèrent positives, il pourrait être envisagé de mettre en place une opération régionale du même type en s'appuyant sur les festivals en région, et au premier chef le Festival de Cannes : stand, brochure, circuits-mapping, projections... Un tel événement régional nécessiterait une collaboration entre les organismes de tourisme, la Commission Régionale du film et le CMN qui recense près de 20 monuments nationaux ouverts aux tournages en région PACA (cf. table 61).

**Table 53 : Monuments de l'État ouverts aux tournages en PACA et dont la gestion domaniale est confiée au Centre des monuments nationaux**

Départements	Monuments
Alpes de Haute-Provence (04)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cathédrale Saint-Jérôme à Digne</li> </ul>
Hautes-Alpes (05)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Place forte de Mont-Dauphin</li> <li>• Cathédrale Notre-Dame-de-l'Assomption à Gap</li> </ul>
Alpes-Maritimes (06)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trophée d'Auguste à La Turbie</li> <li>• Monastère de Saorge</li> </ul>
Bouches-du-Rhône (13)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hôtel de Sade à Saint-Rémy-de-Provence</li> <li>• Site archéologique de Glanum</li> <li>• Château d'If</li> <li>• Abbaye de Montmajour</li> <li>• Cathédrale Sainte-Marie [Major et ancienne Major] à Marseille</li> <li>• Oppidum d'Entremont à Aix-en-Provence</li> <li>• Cathédrale Saint-Sauveur à Aix-en-Provence</li> </ul>
Var (83)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abbaye du Thoronet</li> <li>• Cathédrale Sainte-Léonce à Fréjus</li> </ul>
Vaucluse (84)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cathédrale Notre-Dame-des-Doms à Avignon</li> <li>• Cloître des célestins à Avignon</li> <li>• Ruines de l'Abbaye Saint-Ruf à Avignon</li> <li>• Tour Ferrande à Pernes-les-Fontaines</li> </ul>

Source : Centre des monuments nationaux



**15. Créer une base régionale d'extraits audiovisuels des films tournés en région**

Il s'agirait d'étendre à la région le travail actuellement engagé par la Commission du film du Var dans le recensement et l'archivage des films et extraits de films tournés en région, dans le but de constituer une base pouvant alimenter des produits et programmes audiovisuels, à destination des sociétés de production, des acteurs du tourisme, comme, pourquoi pas, de la clientèle touristique à travers un accès en ligne via le site internet du CRT.

Dans ce domaine, on notera également l'initiative soutenue par la Région de production d'un court-métrage sur la base d'une vingtaine d'extraits de films tournés en région pour être présenté lors du 64<sup>ème</sup> Festival de Cannes en 2011.

**16. Coupler le lancement d'un film produit en région avec la promotion de la région sur un marché touristique étranger**

Les initiatives de promotion de films "régionaux" dans des salons internationaux du tourisme semblent encore assez peu répandues alors que certaines Régions ou Villes étrangères se révèlent plus actives dans ce domaine comme, par exemple, la Région Rhône-Alpes avec des collaborations régulières entre Rhône-Alpes Cinéma et le CRT. A l'étranger, l'Office national italien du tourisme va même jusqu'à promouvoir le film *Genova* (Un été italien) sur le marché australien en collaboration avec la Ville de Gênes et la Région Ligurie.

Dans ce contexte, le CRT PACA et la Commission Régionale du Film pourraient s'associer pour initier des opérations conjointes de relations presse / relations publiques visant à promouvoir certains films à fort potentiel "touristique" lors de leurs présence sur des salons internationaux du tourisme.

## 6. Glossaire

### Dépenses techniques

Coûts de production liés aux moyens techniques mis en œuvre à l'occasion du tournage. Elles comprennent les postes suivants : moyens techniques (montage, éclairage, matériel de prises de vue, auditorium, machinerie, son, etc.) et pellicules et laboratoires.

### Dépenses de rémunération

Coûts de production liés à la rémunération des personnes intervenant sur un tournage audiovisuel.

Elles comprennent les postes suivants : droits artistiques, personnel (dont direction administrative, main d'œuvre employée sur le tournage, personnel technique lié au montage et à la finition, personnel de régie, techniciens, main d'œuvre travaillant sur les décors, etc.), rémunération producteur, interprétation (rôles principaux et secondaires, petits rôles, doublures, figurants, agents artistiques), charges sociales.

### Autres dépenses de tournage

Coûts de production non comprises dans les dépenses techniques et les dépenses de rémunération.

Elles comprennent les postes suivants : Décors et costumes (studio, décors naturels intérieurs, décors naturels extérieurs, frais divers décoration, meubles et accessoires, effets spéciaux/ cascades, costumes, postiches/ maquillage) ; transport, défraiement, régie (déplacement avant tournage, déplacement pendant tournage, hébergement, restauration, déplacements après tournage, transitaire et douane, bureaux et frais, régie) ; assurances ; divers (dont les frais généraux, publicité, frais d'actes, frais financiers et imprévus).

### Retombées économiques directes

Surplus d'activité généré par le tournage sur un territoire (recrutement de personnel, prestations de fournisseurs, frais de logement et de repas).

### Retombées économiques indirectes

Dépenses réalisées sur un territoire par les visiteurs dont la venue est liée explicitement à un tournage effectué précédemment sur ce territoire (restauration, hébergement, transport, visites touristiques, achats divers).

### Retombées économiques induites

Richesses produites par l'injection de flux financiers dans l'économie locale consécutivement au tournage ("effet boule de neige" : dépenses des structures et du personnel des structures qui ont bénéficié des retombées directes et indirectes).