

L'ENCOURAGEMENT DU CINÉMA SUISSE EN MUTATION

*Analyse des structures actuelles et
perspectives d'avenir*

Étude réalisée par

Goldmedia GmbH Strategy Consulting

GOLDMEDIA

Sur mandat de

l'Office fédéral de la culture OFC



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'intérieur DFI
Office fédéral de la culture OFC

Impressum

© 2024 Goldmedia GmbH Strategy Consulting

Oranienburger Str. 27 | 10117 Berlin | Allemagne

Tél. : +49 30 246 266-0 | info@goldmedia.de | www.goldmedia.com

Juliane Müller | Pr. Klaus Goldhammer | Eduard Scholl

Senior Advisor

Pr. Oliver Castendyk

Mandant

Office fédéral de la culture OFC

Hallwylstr. 15 | 3003 Berne | Suisse

Tél. : +41 58 462 92-66 | info@bak.admin.ch | www.bak.admin.ch/bak/fr/home.html

Publication

Octobre 2024

Table des matières

1	Introduction	5
2	Le paysage audiovisuel en Suisse	7
2.1	Aperçu	7
2.2	Prestataires et production audiovisuelle	8
2.3	Distribution/diffusion (promotion cinématographique)	10
2.4	Marché du cinéma	11
2.5	Marché de la télévision	14
2.6	Marché du streaming	16
2.7	Marché de la VR/AR	18
2.8	Marché des jeux vidéo	19
3	L'encouragement de l'audiovisuel public en Suisse.....	21
3.1	Instruments d'encouragement	21
3.1.1	Encouragement national du cinéma (OFC)	21
3.1.2	Encouragement régional	23
3.1.3	SRG SSR	27
3.1.4	Instruments d'encouragement des projets XR et des jeux vidéo	28
3.1.5	Autres instruments d'encouragement.....	30
3.2	Financement et répartition des aides	33
3.2.1	Financement de la production audiovisuelle indépendante encouragée par des fonds publics.....	33
3.2.2	Financement des œuvres cinématographiques	34
3.2.3	Financement de productions télévisuelles et autres productions audiovisuelles (Web, multimédia, XR)	36
3.3	Synthèse intermédiaire : encouragement de l'audiovisuel public en Suisse	38
4	Analyse SWOT des structures d'encouragement du cinéma en Suisse	40
4.1	Approche méthodologique.....	40
4.2	Forces et faiblesses du marché audiovisuel suisse.....	40
4.3	Forces et faiblesses de l'encouragement du cinéma suisse	41
4.4	Opportunités et menaces de l'encouragement suisse du cinéma.....	44
4.5	Synthèse intermédiaire : analyse SWOT	46
5	L'encouragement du cinéma suisse comparé à d'autres pays ..	49
5.1	Sélection des pays à comparer et notes méthodologiques	49
5.2	Structures d'encouragement	50
5.3	Production d'œuvres cinématographiques	51
5.4	Aide aux films de cinéma par les chaînes de télévision	55
5.5	Aide à la distribution et promotion des films à l'étranger	56
5.6	Aide liée au site (aides aux tournages)	57

5.7	Encouragement à la production audiovisuelle, hors production d'œuvres cinématographiques	58
5.8	Synthèse intermédiaire : comparaison avec des pays étrangers	59
6	Possibilités d'action et perspectives d'avenir pour l'encouragement du cinéma suisse	61
6.1	Priorités d'action et objectifs de développement	61
6.2	Aperçu des scénarios de développement	62
6.3	Recommandations d'action	64
6.3.1	Concentrer les aides grâce à l'introduction de seuils minimaux	64
6.3.2	Introduire des fonds d'encouragement distincts	65
6.3.3	Porter davantage d'attention à l'exploitation et à l'amélioration de la visibilité	65
6.3.4	Augmenter l'encouragement à la distribution et à la promotion	67
6.3.5	Élargir le processus de bonifications de l'aide liée au succès	67
6.3.6	Étendre la promotion du site	68
6.3.7	Encourager les films de commande pour les plateformes de streaming et la télévision	68
6.3.8	Prendre en compte le domaine de la XR et des jeux vidéo	69
6.3.9	Introduire des exigences de durabilité	70
6.3.10	Réformer le processus de dépôt et d'expertise	71
6.3.11	Automatiser et harmoniser les instruments d'encouragement	73
6.3.12	Changer de forme d'organisation	74
7	Conclusion et perspectives	76
8	Bibliographie et références	77
9	Annexe	84
9.1	Entretiens qualitatifs	84
9.2	Comparaison avec l'étranger	85
9.3	Groupe consultatif	87

1 Introduction

Le paysage audiovisuel suisse, y compris l'encouragement du cinéma, est confronté à de nombreux défis qui touchent à la fois aux aspects structurels et financiers. Dans un petit pays multilingue comme la Suisse, encourager la production de films et l'accès à la culture cinématographique nécessite une stratégie soigneusement coordonnée. Le paysage audiovisuel est caractérisé par une grande variété d'acteurs, allant des petits producteurs indépendants aux grands distributeurs de films et aux salles de cinéma. Cette diversité offre des formes d'expression créatives et une scène culturelle dynamique, mais complique la coordination et l'efficacité des mesures d'encouragement. Les modèles de financement complexes, l'évolution des comportements d'utilisation des médias ainsi que des structures de création de valeur nécessitent une politique d'encouragement capable de réagir avec flexibilité à la dynamique du marché.

C'est dans ce contexte que l'Office fédéral de la culture (OFC) a chargé Goldmedia GmbH de réaliser un état des lieux du paysage audiovisuel et du régime d'encouragement existant ainsi que de formuler et d'évaluer des recommandations d'action pour le développement de l'encouragement du cinéma suisse à l'avenir.

Cette étude aborde les questions centrales suivantes :

- Comment est organisé le paysage audiovisuel actuel et quelle est la situation de l'encouragement en Suisse ? Quelle est la situation des autres marchés audiovisuels dans les pays d'Europe ?
- Quelles sont les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces des systèmes d'encouragement et de financement ainsi que de leur structuration ?
- Quels objectifs ou scénarios de développement l'encouragement public fédéral du cinéma devrait-il poursuivre dans un nouvel environnement ?
- Comment devrait-il se positionner entre le cinéma grand public et la diversité de la création et de l'offre cinématographique ?
- Comment l'OFC peut-il se distinguer des autres partenaires de financement ou comment coopérer avec eux ?
- Les structures et les formes de coopération existantes entre les nombreux acteurs de la production, de la distribution et de l'exploitation cinématographiques ainsi que de la formation et de la formation continue dans les métiers de l'audiovisuel sont-elles tournées vers l'avenir ou faut-il développer les synergies, la coordination voire poursuivre des changements structurels ?

Ces questions trouvent leur réponse dans les étapes d'analyse ci-après dans le cadre de la présente étude :

État des lieux du système existant

L'état des lieux examine les acteurs du paysage audiovisuel en Suisse (chap. 2) ainsi que les structures de financement et d'encouragement existantes (chap. 3). Cela comprend l'analyse approfondie des acteurs du paysage cinématographique dans les domaines de la production, de la distribution/diffusion, du cinéma, de la télévision, du streaming, de la VR/AR, des jeux vidéo en termes de taille du sous-marché, de sources de financement,

de structure et de portée de l'encouragement ainsi que de la diffusion et de la promotion. Sur le plan méthodologique, cette première étape de l'analyse repose sur des recherches et des analyses approfondies de données secondaires existantes, dont des statistiques officielles, évaluations d'encouragement et études.

Analyse SWOT

L'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (SWOT) des structures d'encouragement et de financement actuelles ainsi que leur conception s'appuie sur des entretiens dirigés avec des acteurs suisses et étrangers du secteur (chap. 4). Les entretiens ont été réalisés entre juin 2023 et janvier 2024. Au total, 18 entretiens qualitatifs ont été menés avec des spécialistes du marché audiovisuel suisse dans les domaines de l'animation, de l'AR/VR, des services audiovisuels, de la télévision, des festivals, de l'encouragement du cinéma, des salles de cinéma, de la production et de la distribution. En outre, quatre entretiens approfondis ont été menés avec des spécialistes étrangers des marchés cinématographiques de Belgique, d'Allemagne, d'Autriche et de Scandinavie.

L'encouragement du cinéma suisse comparé à d'autres pays

Une analyse comparative a été réalisée par rapport à d'autres marchés cinématographiques européens (chap. 5). La Belgique, le Danemark, l'Autriche et l'Allemagne ont été utilisés pour la comparaison, notamment en ce qui concerne la taille du marché, les structures d'encouragement existantes, la production et les parts de marché des œuvres cinématographiques ainsi que l'efficacité de l'encouragement.

Déduction de recommandations d'action

Les étapes d'analyse précédentes ont permis de déduire les principales priorités d'action et les objectifs de développement ainsi que des recommandations d'action qui en découlent pour le développement ou la transformation du régime suisse d'encouragement du cinéma (chap. 6). Tous ces éléments ont été regroupés en trois scénarios de développement : Statu quo PLUS (scénario 1), développement ultérieur (scénario 2) et transformation (scénario 3).

L'objectif de l'étude est de fournir aux acteurs de l'encouragement du cinéma en Suisse un aperçu et un comparatif du régime d'encouragement du cinéma suisse et de formuler des recommandations concrètes pour le développement ultérieur de la politique cinématographique.

Le mandant et Goldmedia ont été accompagné dans la préparation de l'étude par le groupe consultatif (Sounding Board), composé de spécialistes de l'encouragement fédéral et régional, de la télévision nationale, de la production, des statistiques culturelles, du domaine juridique, de la recherche et de l'innovation, de la formation, du réseautage et de l'administration.¹

¹ Un aperçu des membres du groupe consultatif figure en annexe dans le tableau 14.

2 Le paysage audiovisuel en Suisse

2.1 Aperçu

Pour décrire le paysage audiovisuel suisse et ses objectifs, ses missions et les formes de coopération existantes, une distinction fondamentale peut être faite entre les acteurs primaires et les acteurs secondaires.

Le marché principal comprend les sociétés de production, les exploitants de salles de cinéma, les fournisseurs de services de télévision et de streaming, ainsi que les cinéastes. En 2021, les 1576 entreprises du marché audiovisuel suisse assujetties à la TVA ont réalisé un chiffre d'affaires total de 6,7 milliards de francs² et employé au total 14 760 personnes³ (voir Tab. 1).

Tab. 1 : Chiffre d'affaires*, nombre d'entreprises et emplois dans le marché audiovisuel suisse par secteur économique, 2021

Secteur économique	Chiffre d'affaires en CHF*	Entreprises	Emplois
Production audiovisuelle	618 millions	1288	5774
Postproduction / autres prestations techniques	11 millions	51	214
Distribution / diffusion	428 millions	58	485
Exploitants de salles de cinéma	137 millions	119	2356
Diffuseurs TV	5511 millions	60	5931
TOTAL	6704 millions	1576	14 760

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021, NOGA 5911-5914, 6020. OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021 : emplois par secteur d'activité. * Chiffre d'affaires total hors prestations à l'étranger.

En outre, le paysage audiovisuel comprend également les marchés adjacents de la réalité virtuelle⁴ (VR) / réalité augmentée⁵ (AR) et des jeux vidéo. Toutefois, aucune donnée comparable sur ces marchés ne peut être trouvée dans les statistiques sur la TVA. Alors que le secteur économique « Édition de jeux électroniques » (NOGA 5821) est inclus

² AFC – Administration fédérale des contributions (2023) : Statistiques sur la TVA 2021. Note méthodologique : chiffre d'affaires total hors prestations à l'étranger. Les prestations à l'étranger représentent les transactions que les assujettis génèrent exclusivement à l'étranger. Il s'agit de biens qui n'arrivent jamais en Suisse, mais qui sont livrés à l'étranger par les assujettis. Ces transactions sont exonérées d'impôt.

³ OFS – Office fédéral de la statistique (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021 : emplois par secteur d'activité. Note méthodologique : la statistique de l'emploi (STATEM) inclut également les salariés dont le taux d'occupation est faible ainsi que le personnel temporaire ou intérimaire. Ces derniers, en particulier, sont des contrats de travail que l'on rencontre typiquement dans la production audiovisuelle.

⁴ La réalité virtuelle (VR) est une technologie qui permet à un utilisateur de s'immerger et d'interagir dans un environnement tridimensionnel généré par un ordinateur. Il faut pour cela généralement porter des casques de VR, qui offrent à l'utilisateur une expérience immersive en remplissant son champ de vision d'images et de sons virtuels.

⁵ La réalité augmentée (AR) est une technologie qui insère des images, des vidéos ou des informations générées par un ordinateur dans l'environnement réel, élargissant ainsi la perception de la réalité de l'utilisateur. Cela se fait généralement à l'aide d'appareils tels que des smartphones, des tablettes ou des casques de réalité augmentée spéciaux.

dans les statistiques, le développement de jeux vidéo et le secteur VR/AR ne sont pas enregistrés séparément, mais sont compris dans le secteur économique « Programmation informatique » (NOGA 6201). Selon une étude de la Swiss Game Developers Association (SGDA), les développeurs suisses de jeux vidéo ont réalisé un chiffre d'affaires de 150 millions de francs en 2018. En 2019, 130 entreprises étaient actives sur le marché, employant au total 592 personnes.⁶ Selon les statistiques sur la TVA, 44 entreprises ont réalisé en 2021 environ 55 millions de francs⁷ de chiffre d'affaires sur le marché intérieur de l'« Édition de jeux électroniques ».

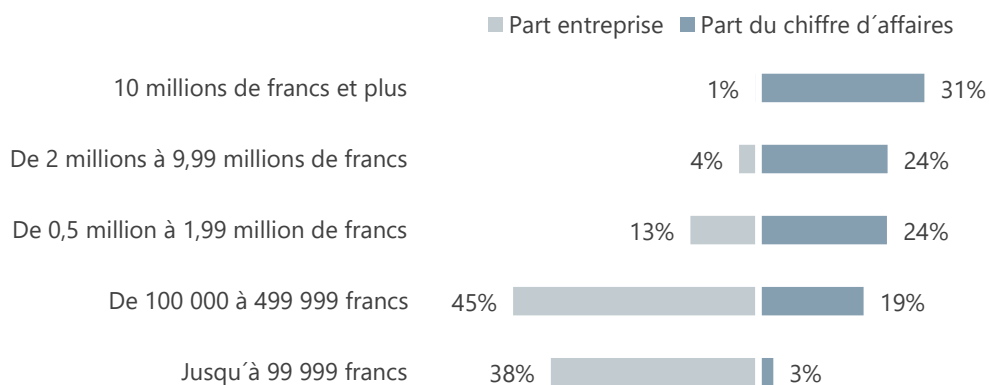
2.2 Prestataires et production audiovisuelle

Structure du marché et répartition du chiffre d'affaires de la production audiovisuelle

En 2021, selon les statistiques sur la TVA, 1288 entreprises étaient actives dans la production audiovisuelle (Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; NOGA 5911) en Suisse et ont généré ensemble un chiffre d'affaires de 618 millions de francs.⁸ Le chiffre d'affaires moyen par entreprise en 2021 était d'environ 480 000 francs.

La structure du marché de la production audiovisuelle en Suisse se caractérise par de petites et moyennes entreprises (voir Fig. 1). Plus de 80 % des entreprises appartiennent à des catégories de CA inférieur à 500 000 francs. Elles génèrent 22 % du chiffre d'affaires total de la production en Suisse. En revanche, les huit entreprises ayant réalisé le chiffre d'affaires le plus élevé (catégorie de taille : 10 millions de francs et plus), et qui ne représentent que 1 % des sociétés de production, ont généré 31 % du chiffre d'affaires total du secteur.

Fig. 1 : Répartition du nombre d'entreprises et du chiffre d'affaires dans la production audiovisuelle par catégorie de taille, 2021



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

Les films publicitaires constituent une source importante de revenus pour la production audiovisuelle suisse. Ils représentaient environ 28 % du chiffre d'affaires en 2021, suivis

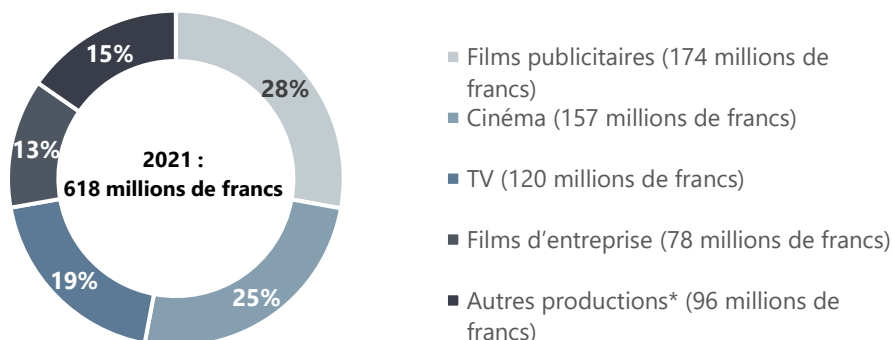
⁶ SGDA (sans indication de l'année) : Gameentwicklung Schweiz 2019.

⁷ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

⁸ Ibid. Note méthodologique : chiffre d'affaires total hors prestations à l'étranger.

par le cinéma (25 %) et la télévision (19 %). Les films d'entreprise contribuent également à une part significative du chiffre d'affaires à hauteur de 13 % (voir Fig. 2).

Fig. 2 : Répartition du chiffre d'affaires de la production audiovisuelle, 2021



Source : Analyse Goldmedia 2023. Chiffre d'affaires (hors prestations à l'étranger) selon AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021. Répartition du chiffre d'affaires selon BAK Economics (2022) : Étude de branche La production cinématographique en Suisse (informations sur les entreprises pour l'exercice 2019). * Autres productions : mult média, courts métrages, films indépendants, autres films.

Nombre d'entreprises et emplois dans la production audiovisuelle

Le nombre d'entreprises n'a cessé d'augmenter ces dernières années : par rapport à 2017, 116 entreprises supplémentaires au total étaient actives sur le marché en 2021.⁹ Sept entreprises sur dix sont basées dans les cantons suivants : Zurich, Genève, Vaud, Tessin et Berne. Les cantons représentent les trois quarts des emplois dans la production cinématographique suisse. Les grandes entreprises opèrent presque exclusivement dans les zones urbaines.¹⁰

En 2021, 5774 personnes étaient employées dans la production audiovisuelle, soit 3915 postes équivalents plein-temps (EPT). Entre 2017 et 2021, le secteur a enregistré une augmentation des emplois d'environ 800 emplois. 65 % des salariés de la production audiovisuelle sont employés par de petites entreprises (jusqu'à neuf personnes) et 25 % par des entreprises de dix à 49 personnes. Seuls 10 % des salariés travaillent dans des entreprises de taille moyenne comptant de 50 à 249 personnes.¹¹

Prestataires de services audiovisuels

Le secteur des prestataires de services audiovisuels (Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, code NOGA 5912) en Suisse est très petit par rapport à celui de la production : en 2021, 51 entreprises y étaient établies, représentant un chiffre d'affaires cumulé de 11 millions de francs. En 2021, 214 personnes au total y étaient employées.¹²

⁹ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

¹⁰ BAK Economics (2022) : Étude de branche. La production cinématographique en Suisse 2022.

¹¹ OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021.

¹² AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021 ; OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021.

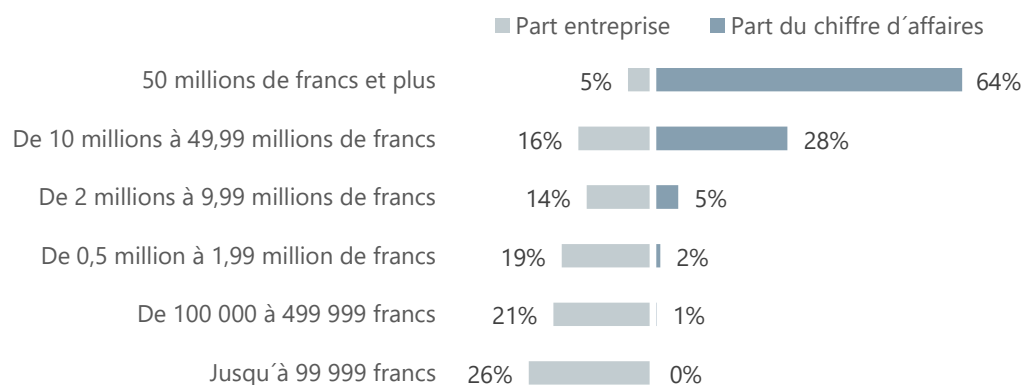
2.3 Distribution/diffusion (promotion cinématographique)

Chiffre d'affaires et emplois

En 2021, 58 entreprises au total étaient actives dans le secteur de la distribution et de la diffusion de films en Suisse (hors vidéo clubs ; code NOGA 5913), pour un chiffre d'affaires total d'environ 1,4 milliard de francs¹³. Cependant, la majorité du chiffre d'affaires généré concerne des prestations à l'étranger ; en 2021, celles-ci représentaient environ 70 % du chiffre d'affaires total, soit 972 millions de francs. Le chiffre d'affaires hors prestations à l'étranger s'est élevé à environ 428 millions de francs.¹⁴ En moyenne, le chiffre d'affaires par distributeur hors prestations à l'étranger a atteint environ 7,4 millions de francs.

Le marché de la distribution et de la diffusion cinématographiques en Suisse est dominé par une poignée de prestataires (voir Fig. 3). Les trois prestataires ayant réalisé les CA les plus élevés (5 % de toutes les entreprises) ont généré environ les deux tiers du chiffre d'affaires total du secteur en 2021.

Fig. 3 : Répartition du nombre d'entreprises et du chiffre d'affaires dans le secteur de la distribution/diffusion par catégorie de taille, 2021



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

En 2021, 485 personnes travaillaient dans le secteur de la distribution et de la diffusion en Suisse, soit 48 de moins que l'année précédente.¹⁵

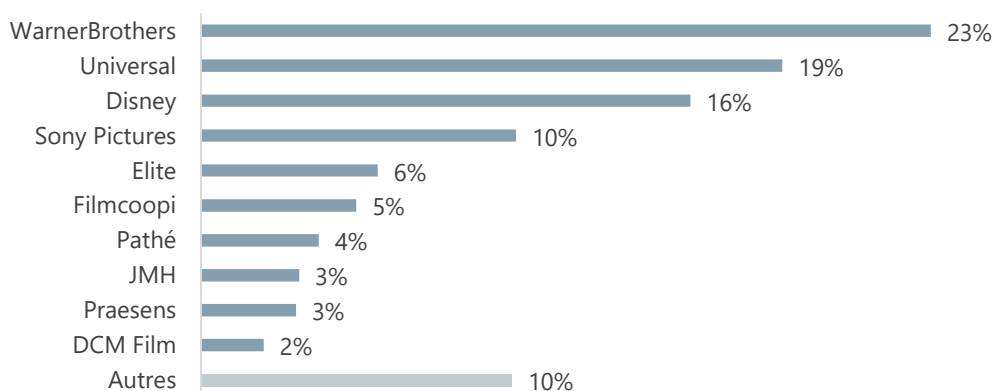
Structure du marché

En termes d'entrées en salles, les filiales des studios américains WarnerBrothers, Universal et Disney ont occupé les premières places du classement en 2022 (voir Fig. 4). Ces trois prestataires représentaient ensemble 57 % des entrées en salles de cinéma en Suisse. Ascot Elite Entertainment Group (Elite), premier distributeur suisse, est à la cinquième place avec une part de marché de 6 %.

¹³ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

¹⁴ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

¹⁵ OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021.

Fig. 4 : Part de marché des entrées en salles par distributeur 2022

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après ProCinéma (2022) : Facts & Figures 2022.

2.4 Marché du cinéma

Structures des exploitants de salles de cinéma

La première exploitation en salles reste la forme d'exploitation la plus importante des films suisses. Comme dans de nombreux autres pays européens, le nombre de salles de cinéma en Suisse est en baisse depuis des années. Alors qu'il existait 299 cinémas en 2010, il n'y en avait plus que 262 en 2022. En revanche, le nombre d'écrans a augmenté régulièrement entre 2010 et 2022, d'environ 11 % pour atteindre un total de 617 écrans.¹⁶ Cela illustre l'évolution de l'infrastructure cinématographique vers les cinémas multiplexes : en 2022, les 18 cinémas multiplexes (avec chacun au moins huit salles de cinéma) représentaient 31 % de toutes les salles de Suisse. Ils représentent également 42 % des entrées en salles.¹⁷

Contrairement au nombre de cinémas, le nombre d'exploitants de salles de cinéma est relativement stable (code NOGA 5914). Entre 2017 et 2021, il existait en Suisse respectivement 119 et 118 sociétés de cinéma assujetties à la TVA. En raison de la pandémie de coronavirus, le chiffre d'affaires total en 2021 s'est élevé à 137 millions de francs, soit un chiffre d'affaires moyen de 1,2 million de francs par exploitant de salles de cinéma. En 2019, le chiffre d'affaires total était deux fois plus élevé, à 285 millions de francs.¹⁸ Après une diminution considérable du nombre d'emplois en raison de la pandémie, une légère reprise s'est manifestée en 2021 avec un total de 2356 salariés.¹⁹

La structure du marché de l'industrie cinématographique en Suisse se caractérise par un grand nombre de petites entreprises (voir Fig. 5). Plus de la moitié des entreprises réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 500 000 francs, ce qui ne représente que 8 % du chiffre d'affaires de la branche sur le marché du cinéma en 2021. 31 % du chiffre d'affaires total est généré par seulement cinq exploitants de salles de cinéma (4 % de l'ensemble des entreprises). Avec 36 %, la part du lion revient à 17 exploitants de salles de cinéma (14 % de toutes les entreprises) qui entrent dans la catégorie des chiffres d'affaires de 2 à 5 millions de francs.

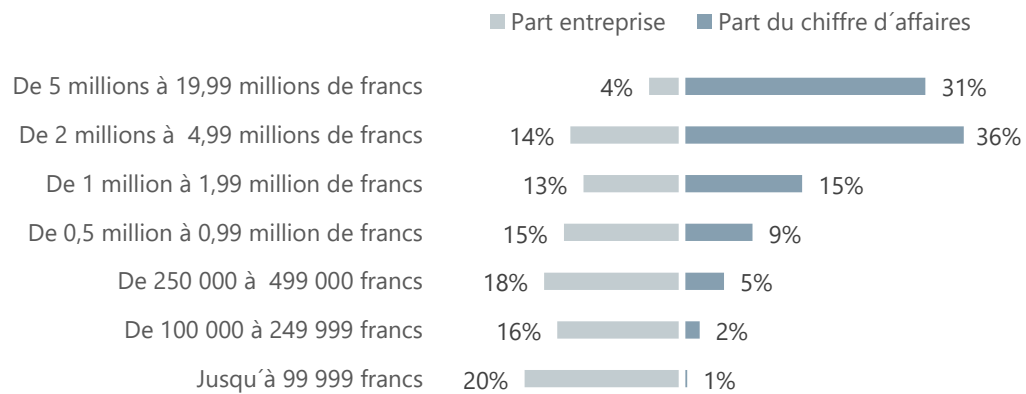
¹⁶ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Évolution de l'infrastructure cinématographique.

¹⁷ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Les multiplexes en Suisse.

¹⁸ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

¹⁹ OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021.

Fig. 5 : Répartition du nombre d'entreprises et du chiffre d'affaires dans le secteur du marché du cinéma par catégorie de taille, 2021



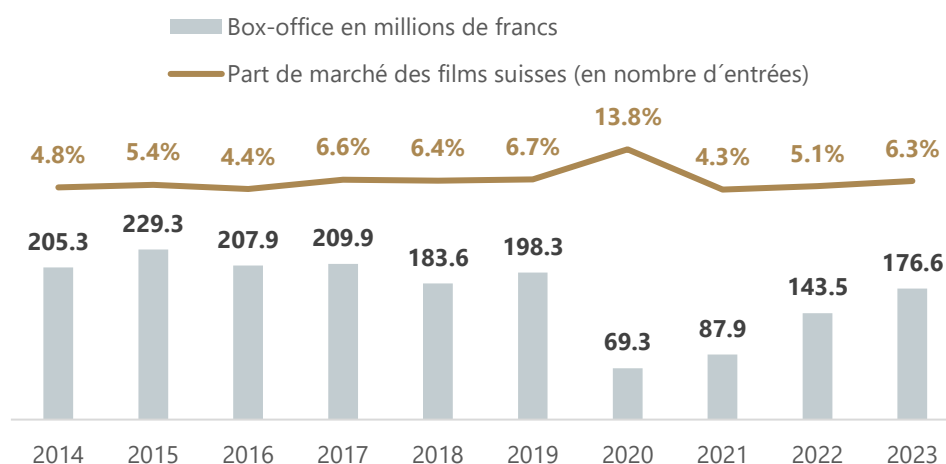
Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

Parmi les plus grandes sociétés de cinéma de Suisse, on compte Blue Entertainment SA, une filiale de Swisscom dont les « blue cinemas » représentent environ 80 salles de cinéma et 14 000 places²⁰ réparties sur 15 sites en Suisse, le groupe Pathé, qui exploite sept cinémas multiplex soit 71 écrans en Suisse²¹, et Arena Cinemas AG avec un total de six cinémas multiplex et 63 écrans²².

Fréquentation des cinémas et part de marché en Suisse

En 2023, des signes de reprise après la pandémie ont été observés sur le marché du cinéma en termes d'entrées en salles : le chiffre d'affaires généré par la vente de billets (box-office) a atteint environ 177 millions de francs en 2023. Cependant, le niveau d'avant la pandémie, qui était d'environ 198 millions de francs (2019), n'a pas encore pu être atteint (voir Fig. 6).

Fig. 6 : Box-office et part de marché des films suisses en Suisse, de 2014 à 2023



Source : Analyse Goldmedia 2024. Box-office selon ProCinema (2023) : Facts & Figures 2023, part de marché selon l'OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Part de marché par pays d'origine des films

²⁰ blue Entertainment SA (2024) : blue en chiffres.

²¹ Pathé Cinéma Suisse (2024) : Pathé Suisse : les chiffres-clés.

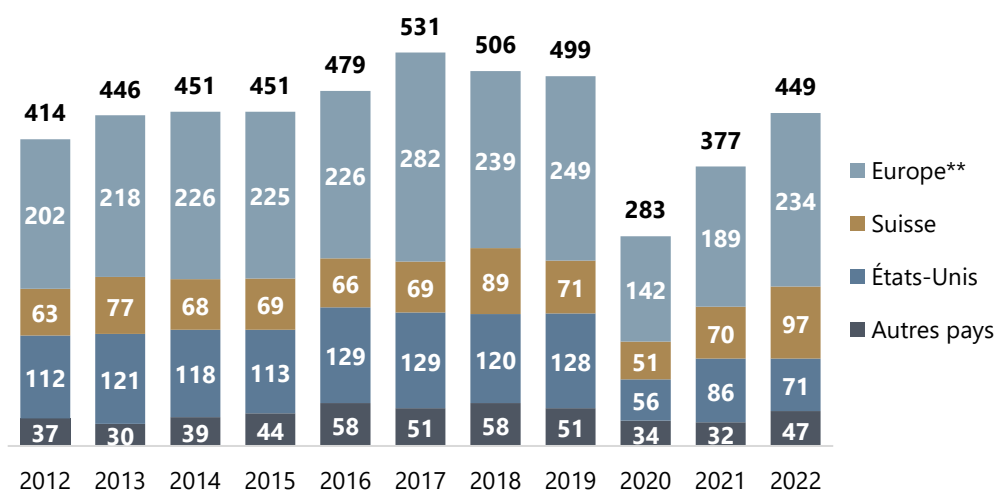
²² Analyse Goldmedia selon Arena Cinemas AG (2024).

Depuis 2010, la part de marché des films suisses dans le total des entrées en salles en Suisse se situe généralement entre 4,3 % et 6,7 %.²³ Exception faite de l'année 2020 où la part de marché était de 13,8 % : le film suisse « Les enfants du Platzspitz » a atteint à lui seul environ 330 000 entrées en salles²⁴. En outre, certains lancements de films provenant des États-Unis ont été reportés en raison du coronavirus. En 2023, les œuvres cinématographiques suisses ont enregistré au total environ 661 000 entrées en salles, soit une part de marché de 6,3 % (hors coproductions minoritaires).²⁵

Les films américains dominent le marché du cinéma suisse : ils ont représenté environ les deux tiers des entrées en salles au cours des dix dernières années. En 2023, les films américains représentaient 67,9 % de part de marché, les films européens²⁶ 22,9 %.²⁷

Au total, 449 films ont été exploités pour la première fois dans les salles suisses en 2022 (voir Fig. 7). Le nombre de films suisses a atteint un nouveau record de 97 films en 2022 en raison des effets de rattrapage consécutifs à la pandémie.²⁸

Fig. 7 : Nombre de sorties de films* par pays d'origine, 2017 à 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après OFS (2024) : Statistiques du film et du cinéma. Nombre de longs métrages exploités par pays d'origine. * hors festivals de cinéma, cinémas en plein air et cinémas érotiques ; et hors « ciné-clubs » jusqu'en 2015 ; ** Europe : États membres actuels du Conseil de l'Europe (hors Suisse).

Festivals et exploitation en salles à l'étranger

Les festivals de cinéma jouent un rôle important dans la visibilité des films suisses, notamment à l'étranger. Swiss Films, l'agence de promotion du film suisse financée par l'OFC, fournit quelques données à ce sujet : parmi les 85 festivals de longs métrages soutenus par Swiss Films, 49 festivals au total ont sélectionné un ou plusieurs longs métrages avec une participation suisse en 2022 (dont 38 festivals en Europe).

Dans les compétitions de ces festivals, 64 longs métrages avec participation suisse (46 productions suisses dont des coproductions majoritaires) ont été projetés et 47 prix

²³ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Part de marché par pays d'origine des films.

²⁴ ProCinema (2022) : Facts & Figures 2022.

²⁵ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Part de marché par pays d'origine des films.

²⁶ États membres du Conseil de l'Europe 2024 (hors Suisse).

²⁷ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Part de marché par pays d'origine des films.

²⁸ OFS (2024) : Statistiques du film et du cinéma. Nombre de longs métrages exploités par pays d'origine.

ont été décernés (dont 30 à des longs métrages de fiction, 11 à des documentaires et six à des films d'animation).²⁹ En 2022, des films suisses ont été sélectionnés cinq fois au total dans des festivals avec remises de prix internationales et ont reçu dix nominations et cinq prix.³⁰

Les festivals offrent aux films suisses une visibilité supplémentaire en vue de leur distribution : en 2022, Swiss Films a encouragé l'exportation d'un total de 48 films à l'étranger (dont 12 en Allemagne).³¹ En outre, 175 exploitations internationales de films avec une participation suisse ont été comptabilisées au total, dont 73 sorties dans des pays limitrophes : Allemagne (24), France (19), Italie (19) et Autriche (11).³² En 2022, les films suisses ont réalisé au total 1,2 million d'entrées en salles à l'étranger (dont 415 533 entrées pour le film « Le Brigand Briquambroque » en Allemagne et en Autriche).³³

2.5 Marché de la télévision

Chiffre d'affaires du marché et emplois

En 2021, 60 entreprises de programmation de télévision et télédiffusion au total étaient actives (code NOGA 6020)³⁴, pour un chiffre d'affaires total d'environ 3,7 milliards de francs³⁵. Sur ce montant, 1,7 milliard de francs sont imputables aux revenus des chaînes de télévision payante et 697 millions de francs aux revenus publicitaires. Le nombre de salariés sur le marché de la télévision a diminué de plus de 400 personnes en 2020. Toutefois, en 2021, ce nombre a augmenté d'environ 100 personnes, pour atteindre un total de 5931 salariés.³⁶

Part de marché de la télévision et durée d'utilisation

Le marché de la télévision suisse est dominé par les chaînes de télévision étrangères (voir Fig. 8). Selon la région linguistique, celles-ci atteignent une part de marché de 58 % à 68 %. Parmi les chaînes nationales, la SRG SSR domine avec une part de marché de 29 % à 32 %. Les fournisseurs privés de télévision suisse en Suisse romande et italienne n'obtiennent qu'une petite part de marché globale de 2 % à 3 %. En Suisse alémanique, les chaînes de télévision privées nationales détiennent une part de marché d'environ 10 %.

²⁹ Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022, p. 27.

³⁰ Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022, annexe 9 : Films récompensés lors de remises de prix internationales.

³¹ Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022, annexe 7 : Résultats Distribution Support.

³² Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022, p. 33.

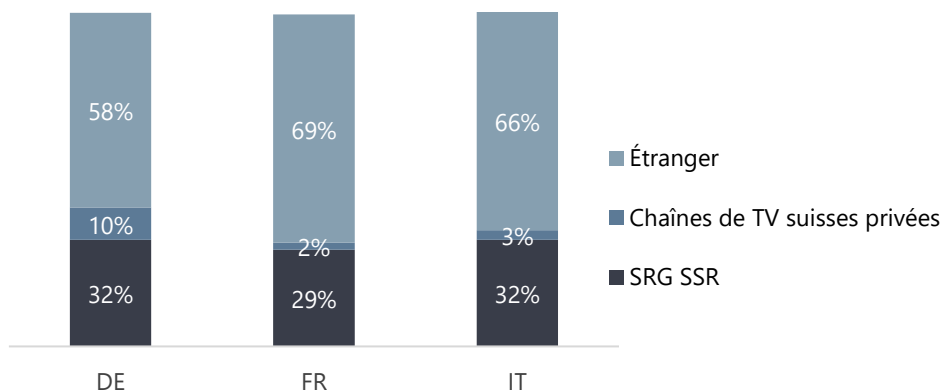
³³ Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022, annexe 11 : Résultats au box-office / Entrées internationales 2022.

³⁴ AFC (2023) : Statistiques sur la TVA 2021.

³⁵ PwC (2022) : Switzerland Entertainment and Media Outlook 2022-2026.

³⁶ OFS (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021.

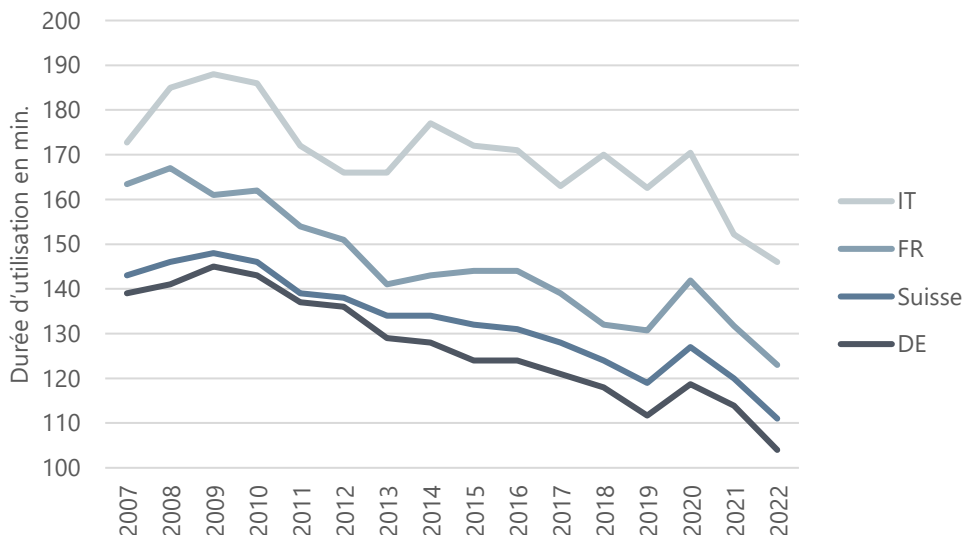
Fig. 8 : Part de marché TV en Suisse, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après Mediapulse (2023) : Données annuelles 2022, parts de marché TV du lundi au dimanche, téléspectateurs âgés de 3 ans et plus.

Comme dans d'autres pays européens, le développement de la durée d'utilisation quotidienne (linéaire) de la télévision en Suisse est en déclin depuis des années (voir Fig. 9) : alors que la durée d'utilisation quotidienne de la télévision dans l'ensemble de la Suisse était de 143 minutes en 2007, elle n'était plus que de 111 minutes en 2022 (-22 % par rapport à 2007). Alors que la durée d'utilisation en Suisse romande et en Suisse allemande a diminué de 25 % au cours de cette période, la baisse en Suisse italienne (Italie) a été plus faible (16 %).

Fig. 9 : Évolution du temps d'utilisation quotidien de la télévision en Suisse, 2007 à 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après Mediapulse 2007-2022. Durée d'utilisation de la télévision du lundi au dimanche, téléspectateurs âgés de 3 ans et plus.

2.6 Marché du streaming

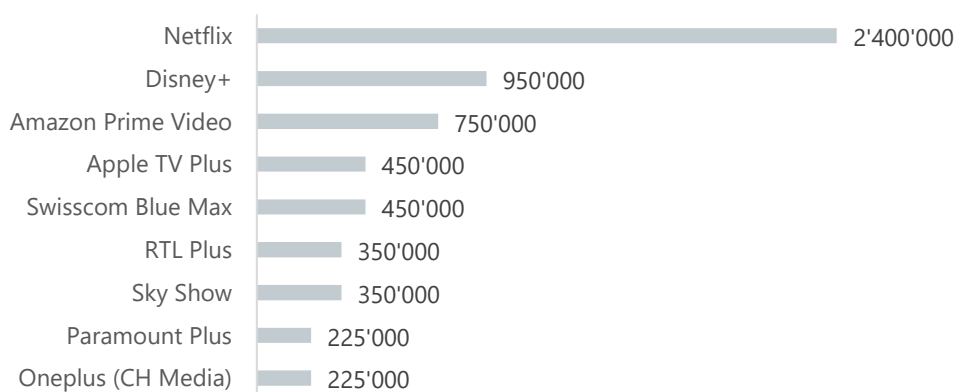
Offres et portées

Au total, 38 offres de vidéo à la demande sont disponibles en Suisse, parmi lesquelles les plateformes internationales de streaming Netflix, Disney+, Amazon Prime Video et Apple TV+. Les plateformes nationales comprennent, entre autres : les médiathèques des opérateurs de réseau Swisscom et UPC Sunrise ainsi que les offres en ligne de la SRG SSR. Au total, 13 offres de VoD existent en Suisse, dont les offres Pluto TV et Zattoo.³⁷

Au total, 22 offres de VoD payantes étaient disponibles sur le marché suisse de la VoD en 2022, dont 13 étaient des plateformes de S-VoD (abonnement). Par ailleurs, neuf offres proposaient du contenu à l'achat et 15 proposaient la location de titres individuels (T-VoD).³⁸ La majorité des revenus de vente au détail est réalisée sur le marché payant avec la S-VoD (avec abonnement). Selon PwC, les fournisseurs ont généré un chiffre d'affaires de 186 millions de francs grâce aux abonnements en 2022. En revanche, les revenus issus de la T-VoD (vidéo transactionnelle à la demande) ne se sont élevés qu'à 18 millions de francs. Selon PwC, le chiffre d'affaires généré dans le secteur de la S-VoD devrait atteindre 223 millions de francs d'ici 2026, tandis que celui généré par la T-VoD devrait se limiter à 19 millions de francs.³⁹

Parmi les plus grands fournisseurs en Suisse figurent les plateformes internationales Netflix avec 2,4 millions d'abonnements, Disney+ avec 950 000 abonnements et Amazon Prime Video avec 750 000 abonnements (voir Fig. 10). À titre de comparaison : à la fin du premier trimestre 2023, la plateforme en ligne Play Suisse de la SRG SSR comptait environ 720 000 abonnements.⁴⁰

Fig. 10 : Nombre d'utilisateurs des offres de S-VoD en Suisse, 04/2023



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après Ipsos (2023) : Étude 2023 sur la vidéo en streaming en Suisse sur mandat de Moneyland.ch., n=1538 personnes résidant en Suisse alémanique et romande (18-74 ans).

En termes d'utilisation, Netflix domine avec 58 % de part de marché, tandis que les offres en ligne de la SRG SSR sont utilisées par 37 % (Play SRF / Play RTS) et 25 % (Play Suisse)

³⁷ Observatoire européen de l'audiovisuel (2023) : Base de données MAVISE, version : 31.8.2023.

³⁸ OFS (2023) : Statistique du film et du cinéma, StatVoD. Note méthodologique : plusieurs types de VoD peuvent être proposés sur une même plateforme.

³⁹ PwC (2022) : Switzerland Entertainment and Media Outlook.

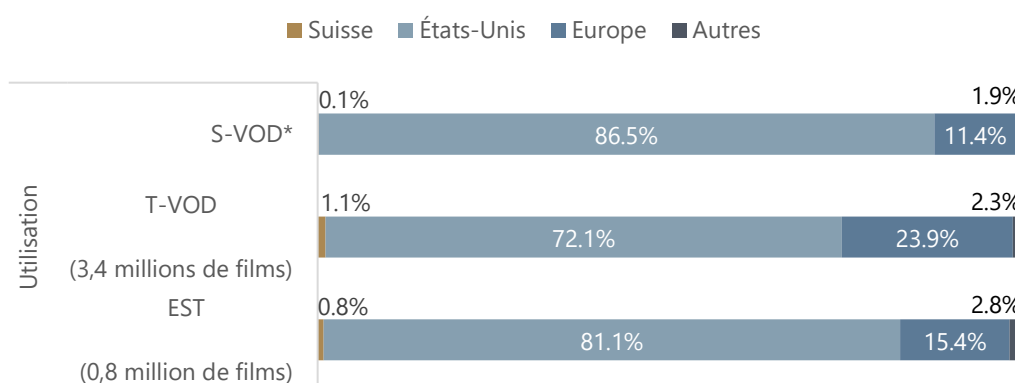
⁴⁰ SRG SSR (2024) : Indicateurs Play Suisse.

de la population de Suisse alémanique et romande. Disney+ est utilisé par 30 % et Amazon Prime Video 23 % des habitants de Suisse alémanique et romande.⁴¹

Utilisation selon l'origine des films

Dans le secteur de la S-VoD, environ 10 % des films proposés proviennent de Suisse, près de la moitié des États-Unis et environ un tiers d'autres pays européens. En termes d'utilisation, la part des œuvres cinématographiques suisses est nettement inférieure et ne représente qu'une infime fraction (0,1 %) du segment S-VoD. Les films américains dominent et représentent 87 % de l'utilisation. Dans le secteur de la T-VoD, la part des films suisses (0,8 % à l'achat et 1,1 % en location de titres individuels) n'est que légèrement supérieure (voir Fig. 11).

Fig. 11 : VoD en Suisse, Utilisation selon l'origine des films, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2024 d'après OFS (2023) : Statistique du film et du cinéma, StatVoD. * Les vues sur les services avec abonnement (S-VOD) sont définies différemment. C'est pourquoi les chiffres d'audience absolus ne sont pas publiés. Les chiffres relatifs par origine doivent être considérés comme une approximation de la répartition réelle.

Productions suisses en streaming

Les fournisseurs de streaming internationaux et nationaux (à l'exception de la SRG SSR) ne produisent actuellement que quelques longs métrages de fiction, séries ou documentaires suisses. En 2022, débute le tournage du long métrage de fiction « Early Birds », la première coproduction Netflix en collaboration avec CH Media Entertainment.⁴² La série « Winter Palace » est quant à elle la première coproduction entre Netflix et le service public RTS.⁴³ Les productions internes de la plateforme One+, une offre de CH Media, se concentrent actuellement principalement sur les formats de télé-réalité.⁴⁴

Les investissements dans le cinéma suisse pourraient augmenter à partir de 2024, avec l'application d'une obligation d'investissement pour les services de streaming nationaux et étrangers ainsi que pour les services de télévision étrangers avec des fenêtres publi-

⁴¹ Ipsos (2023) : Étude 2023 sur la vidéo en streaming en Suisse sur mandat de Moneyland.ch.

⁴² Netflix (2022) : EARLY BIRDS (WT) – Drehstart für erste Schweizer Koproduktion, communiqué de presse du 1.12.2022.

⁴³ RTS (2023) : « Winter Palace », première série coproduite par la RTS et Netflix, communiqué de presse du 6.9.2023.

⁴⁴ CH Media (2021) : Die neue Streaming-Plattform von CH Media Entertainment heisst ‚oneplus‘, communiqué de presse du 9.3.2021.

citaires en Suisse. L'obligation d'investissement s'élève à 4 % du revenu brut perçu annuellement en Suisse. Cette obligation s'applique déjà aux chaînes de télévision nationales.⁴⁵

L'Office fédéral de la culture estime le volume annuel des investissements en 2021 à environ 29 millions de francs. Les chaînes de télévision peuvent investir jusqu'à 0,5 million de francs par programme dans des services publicitaires (p. ex. des services médiatiques pour les œuvres cinématographiques suisses). Selon les estimations de l'OFC, cela signifie que le budget réellement investi dans le cinéma suisse (p. ex. dans les productions ou les licences) peut être réduit à 18 millions de francs au titre de l'obligation d'investissement.⁴⁶

2.7 Marché de la VR/AR

Les applications AR et VR sont également devenues un marché important en Suisse, même si les évolutions indiquent en de nombreux endroits que la plus forte croissance est encore à venir. Le terme à la mode dans ce contexte est actuellement le *métavers*, un univers de VR dans lequel les utilisateurs interagissent avec d'autres utilisateurs dans un environnement généré par ordinateur et qui promet de nouvelles applications allant de « la publicité à la mode en passant par les concerts virtuels ».⁴⁷

Revenus de vente au détail

Selon les calculs, les dépenses des consommateurs en vidéos et jeux VR se sont élevées à environ 8 millions de francs en 2021, avec environ 130 000 casques de VR actifs sur le marché. Selon les prévisions de PwC, ce nombre devrait atteindre environ 400 000 d'ici 2026. Jusqu'à présent, le marché a été principalement monopolisé par les applications mobiles de réalité augmentée et la majorité des revenus ont été générés par le téléchargement d'applications telles que Pokémon Go, les achats intégrés ainsi que par la publicité AR sur mobile. Le volume du marché de l'AR était d'environ 40 millions de francs en 2021. Selon les prévisions, le volume global des ventes devrait presque tripler, passant de 48 millions de francs en 2021 à 136 millions de francs. « Grâce à son solide marché de la blockchain, de la cryptomonnaie et de la technologie, la Suisse est en passe de devenir un pôle du métavers. » De plus, Meta, Google et Microsoft « ont concentré leurs activités métavers à Zurich ».⁴⁸

Acteurs centraux du marché

Outre les activités de ces acteurs mondiaux, il existe en Suisse nombre de développements, initiatives, laboratoires et installations qui opèrent sur le marché de la VR et de l'AR. L'éventail des applications dépasse souvent le secteur du divertissement et s'étend des applications industrielles à la santé et à l'éducation. Parmi ces acteurs figurent, entre autres, Ateo (développement d'applications et métavers avec ludification), VRFX (développements VR/AR/métavers et logiciels interactifs), Bandara (conseil et développement

⁴⁵ OFC (2023) : Quotas et obligations d'investissement.

⁴⁶ CSEC-E (2021) : Questions complémentaires sur la révision de la loi sur le cinéma. Révision de la loi sur le cinéma. Obligation d'investir – variantes de mise en œuvre. Note méthodologique : les chiffres d'affaires ci-dessous se réfèrent principalement aux années 2018/2019.

⁴⁷ PwC (2022) : Swiss Entertainment & Media Outlook 2022–2026.

⁴⁸ PwC (2022) : Swiss Entertainment & Media Outlook 2022–2026.

dans le domaine de la VR/AR), Mindmaze (technologies AR et VR pour la neuroéducation et la santé), VRM Suisse (solutions VR industrielles), Imverse (développement d'expériences VR immersives et de technologies holographiques), Magic Leap Suisse (casques et plateformes intégrant du contenu numérique dans le monde réel), Hololight (solutions AR pour applications industrielles), WeAreVR (VR Park à Zurich) ou l'Immersive Realities Research Lab de la Haute école spécialisée de Lucerne (qui fait partie du projet de recherche international TRANSMIXR encouragé par l'UE pour soutenir les industries culturelles et créatives).

2.8 Marché des jeux vidéo

L'industrie du jeu vidéo en Suisse est un secteur en croissance avec une variété d'entreprises axées sur le développement et la commercialisation de jeux vidéo, d'applications mobiles et d'autres médias de divertissement interactifs.

Revenus de vente au détail

En 2021, les revenus de la vente au détail sur le marché suisse du jeu vidéo s'élevaient à environ 1,3 milliard de francs et devraient atteindre environ 1,8 milliard de francs d'ici 2026, selon les prévisions. Le segment le plus important et qui connaît la croissance la plus rapide est celui des jeux sociaux et occasionnels, avec 763 millions de francs (58 %). Les revenus sont ici principalement générés par des achats intégrés dans les jeux sur mobile et sur navigateur. Le marché des jeux classiques sur ordinateur et console représentait 513 millions de francs en 2021 et continue de croître légèrement. Avec une part d'environ 39 %, le segment reste relativement important par rapport aux pays voisins. En Allemagne et en Autriche, cette proportion n'est que d'environ 25 %. Il convient également de comptabiliser les revenus publicitaires dans les jeux vidéo, qui ne s'élevaient qu'à environ 41 millions de francs en 2021 et stagnent depuis.⁴⁹

Acteurs centraux du marché

La Swiss Game Developers Association (SGDA) est la plus grande association indépendante de développeurs de jeux vidéo et regroupe une cinquantaine de studios et de nombreux studios de développement indépendants. Dans le cadre de la Gamesweek de Zurich, la SGDA organise les Swiss Game Awards pour récompenser l'innovation suisse dans le domaine des jeux numériques.⁵⁰ Le secteur est soutenu par l'initiative Swiss-Games, qui fait partie de la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia.⁵¹

Le marché est principalement composé de (petits) développeurs indépendants de moins de 20 employés chacun, notamment Sunnyside Games, Stray Fawn, Okomotive, Urban Games et Blindflug.⁵² Le développement suisse le plus réussi est la série *Farming Simulator* de GIANTS Software. Ce jeu de simulation agricole existe depuis 2008 et est réédité au moins une fois par an. Sorti fin 2021, le 22^e volet s'est vendu à 4 millions d'exemplaires la première année, ce qui en fait « de loin le jeu PC et vidéo le plus réussi des pays germanophones ».⁵³ La Farming Simulator League possède sa propre ligue d'e-

⁴⁹ Ibid.

⁵⁰ SGDA (2024) : La SGDA en bref.

⁵¹ ProHelvetia (2024) : Qu'est-ce que SwissGames ?

⁵² Gameswirtschaft (2021) : Schweizer Studios kämpfen für Games-Förderung.

⁵³ Gameswirtschaft (2022) : Landwirtschafts-Simulator 22 Verkaufszahlen : 4 Millionen in einem Jahr.

sports depuis 2019.⁵⁴ Le jeu d'horreur *Murdaun* du studio lucernois Hidden Fields, qui se déroule dans les Alpes suisses, a reçu une reconnaissance internationale. Il a été lancé dans le monde entier en 2021 et adapté en six langues.⁵⁵

En outre, de grands éditeurs de la scène internationale tels que Microsoft, Sony, Nintendo, Ubisoft et Electronic Arts ont des filiales en Suisse et sont représentés au sein de la Swiss Interactive Entertainment Association (SIEA).⁵⁶

⁵⁴ GIANTS Software GmbH (2024) : Farming Simulator League.

⁵⁵ Scholl, Anne-Sophie (2021) : Zum virtuellen Gruseln schön.

⁵⁶ SIEA (2024) : Vision.

3 L'encouragement de l'audiovisuel public en Suisse

3.1 Instruments d'encouragement

3.1.1 Encouragement national du cinéma (OFC)

Les instruments nationaux d'encouragement du cinéma de l'Office fédéral de la culture comprennent l'encouragement sélectif, l'aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma) et l'aide liée au site (promotion du site, PICS).

Encouragement sélectif

L'encouragement sélectif du cinéma de l'OFC vise à soutenir la diversité et la qualité du cinéma suisse en finançant des longs métrages de fiction, des documentaires, des films d'animation et des courts métrages, mais aussi l'écriture de scénarios et la production ainsi que le développement de projets de films documentaires et d'animation. L'aide financière issue de l'encouragement sélectif du cinéma ne peut excéder 50 % des dépenses imputables.⁵⁷

Les demandes d'encouragement sont évaluées par une commission d'experts dont les membres changent régulièrement⁵⁸. Depuis 2019, les demandes de coproductions sans société de production suisse déléguée (coproductions minoritaires) sont évaluées par une experte ou un expert unique selon un système de points.

Selon le plan de répartition 2024, un total de 16,2 millions de francs est mis à la disposition de la production cinématographique (scénario/développement, réalisation, post-production) dans le cadre de l'encouragement sélectif du cinéma par l'OFC. Sur ce montant, 9,8 millions de francs sont réservés aux longs métrages de fiction, 3,4 millions de francs aux films documentaires et 1,0 million de francs aux films d'animation. En outre, une enveloppe de 2,0 millions de francs est prévue pour les coproductions minoritaires avec réalisation ou production déléguée étrangère.⁵⁹

Aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma)

L'aide au cinéma liée au succès est attribuée automatiquement, sur la base des exploitations en salles et en festivals, sous forme de bonifications pour la production, la réalisation, le scénario, la distribution et les cinémas. Le montant de l'aide est mesuré sur la base de deux indicateurs clés : le nombre d'entrées dans les cinémas suisses (y compris les entrées dans les festivals de films suisses) ainsi que les points récoltés grâce à la participation à des festivals de films ou en remportant un prix à un festival⁶⁰.

Les aides de Succès Cinéma doivent servir à la production ou à la promotion de nouveaux films suisses. Sont éligibles les longs et courts métrages suisses ainsi que les co-

⁵⁷ Ordonnance du DFI sur l'encouragement du cinéma, art. 25 OECin.

⁵⁸ Les comités sont recomposés tous les deux ans, art. 44, al. 1, OECin.

⁵⁹ OFC (2024) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2024.

⁶⁰ Le nombre de points récoltés grâce à la participation à des festivals dépend de l'importance du festival. Voir OFC (2024) : Liste des festivals et prix pour le modèle succès Festival de l'année 2024.

productions internationales avec une participation suisse. L'objectif principal de cet encouragement automatisé est d'accroître la présence des films suisses dans les salles de cinéma.⁶¹

D'après le plan de répartition de l'OFC, en 2024, un montant de 4,5 millions de francs est destiné aux domaines de la production, de la réalisation et du scénario, ainsi que 1,9 million de francs à l'exploitation (distribution et cinémas).⁶² En 2022, des bonifications d'un montant total de 4,3 millions de francs ont été réinvesties dans le développement, la réalisation et la post-production de films suisses (coproductions comprises). Les salles de cinéma ont reçu 1,3 million de francs de bonifications. Les distributeurs ont réinvesti 0,7 million de francs dans l'acquisition des droits et la promotion.⁶³

Promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS)

Depuis 2016, outre l'encouragement sélectif et l'aide liée au succès, la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse, ou PICS en abrégé, est une autre source importante de financement public. L'accent est mis sur les coproductions entre la Suisse et l'étranger, afin d'attirer davantage de productions étrangères et d'obtenir des prestations auprès des sociétés de productions en Suisse. Comme pour l'encouragement sélectif, l'exploitation en ligne des longs métrages est également autorisée, en plus des œuvres cinématographiques. Toutefois, les films destinés à une première diffusion à la télévision ne sont pas éligibles.

Seules les sociétés de production suisses et les projets cinématographiques majoritairement produits en Suisse et déjà financés à 75 % (hors PICS) peuvent bénéficier d'un encouragement.⁶⁴ Les films de fiction doivent totaliser au moins cinq jours de tournage en Suisse.⁶⁵ Les coûts imputables à la réalisation en Suisse pour des prestations artistiques, techniques et logistiques fournies par des tiers peuvent être pris en compte. Le montant de l'aide s'élève à 20 % des coûts imputables. Pour les coproductions minoritaires et les frais techniques, un taux majoré de 40 % s'applique. La contribution maximale est de 600 000 francs. Dans le cadre du PICS, un crédit annuel de 6 millions de francs est disponible. Cependant, seulement 80 % du montant de l'aide est garanti. Les 20 % restants seront payés en fonction de la disponibilité des crédits afin d'éviter un dépassement budgétaire. En 2022, 11,0 millions de francs ont été attribués à 46 projets de films dans le cadre de la promotion du site, dont 7,0 millions de francs pour des coproductions.⁶⁶ Selon les informations de l'OFC, les films suisses seront exclus de la PICS à partir de 2025. Seules les coproductions internationales avec participation suisse seront alors autorisées afin de réduire la pression financière sur cet instrument d'encouragement et de renforcer l'objectif de la coproduction internationale.

⁶¹ OFC (2024) : Aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma).

⁶² OFC (2022) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2022.

⁶³ OFC (2022) : L'encouragement du cinéma suisse. Facts & Figures 2022.

⁶⁴ OFC (2024) : Promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS).

⁶⁵ Les films de fiction et d'animation doivent justifier des coûts imputables suivants : 2 millions de francs pour les films suisses, 1,2 million de francs pour les coproductions majoritaires et 300 000 de francs pour les coproductions minoritaires. Les documentaires doivent justifier des coûts imputables suivants : 350 000 de francs pour les films suisses, 250 000 de francs pour les coproductions majoritaires et 150 000 de francs pour les coproductions minoritaires. Voir OFC (2024) : Promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS).

⁶⁶ OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

Mesures compensatoires MEDIA et Eurimages

Dans le cadre des mesures compensatoires MEDIA, l'OFC met à disposition environ 5,2 millions de francs, notamment pour le développement de projets de films suisses et la distribution de films européens dans les cinémas suisses. À cela s'ajoutent 0,6 million de francs pour la présence internationale du cinéma suisse (p. ex. l'encouragement à l'exportation) ainsi que des moyens de financement du fonds d'encouragement du cinéma du Conseil de l'Europe, Eurimages, de 0,8 million de francs.⁶⁷

Autres mesures d'encouragement de l'OFC

En outre, l'OFC soutient l'exploitation cinématographique conformément au plan de répartition 2024 avec environ 2,0 millions de francs d'encouragement à l'exploitation de films et de primes à la diversité (notamment pour la distribution de films suisses et de coproductions avec réalisation suisse).⁶⁸

L'OFC soutient également le Prix du cinéma suisse, la promotion du cinéma à l'étranger (Swiss Films), la culture cinématographique (festivals de cinéma, publications, etc.), la formation continue (Focal) ainsi que le patrimoine cinématographique et l'archivage (Cinémathèque Suisse) à hauteur de 19,8 millions de francs au total.⁶⁹

3.1.2 Encouragement régional

Les encouragements régionaux soutiennent des projets de films ayant un lien avec leur propre région (production ou réalisation), principalement par le biais d'un encouragement sélectif. Cependant, Cinéforum, la Fondation romande pour le cinéma, s'appuie également sur l'instrument d'encouragement automatique des projets de films ayant déjà reçu des aides de l'OFC ou de la SRG SSR p. ex. (soutien complémentaire).⁷⁰

Les encouragements régionaux du cinéma consacrent la majorité de leurs aides à la réalisation d'œuvres cinématographiques (voir Fig. 12). En 2022, le volume d'encouragement s'est élevé à 20,2 millions de francs, ce qui correspond à environ 70 % du total des aides régionales de 29,2 millions de francs. Un peu plus de la moitié des encouragements destinés aux œuvres cinématographiques ont été consacrés à des coproductions internationales à participation majoritaire suisse (coproductions majoritaires) (11,7 millions de francs) ; les œuvres cinématographiques suisses ont reçu au total 6,5 millions de francs.

⁶⁷ OFC (2024) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2024.

⁶⁸ OFC (2024) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2024.

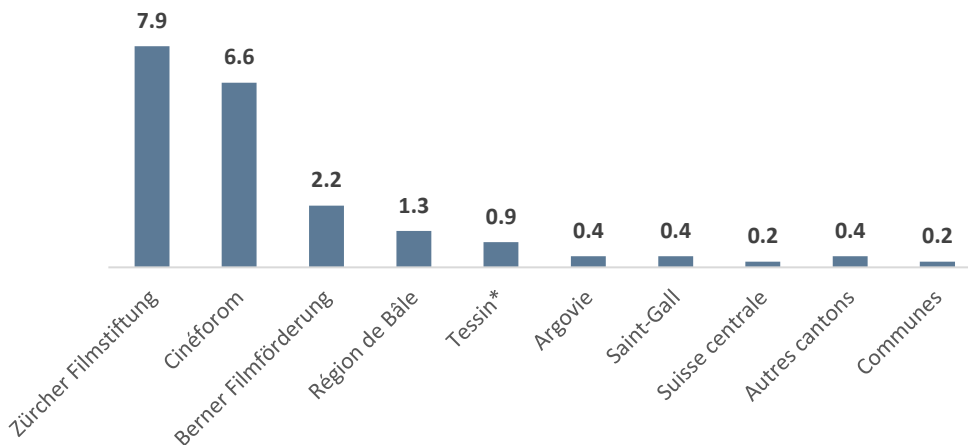
⁶⁹ Ibid.

⁷⁰ Cinéforum (2024) : Soutien complémentaire.

Fig. 12 : Encouragements régionaux par catégorie, 2022, en millions de francs

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse en 2022.

La Zürcher Filmstiftung et Cinéforum apportent aux projets audiovisuels une aide relativement élevée, de plus de 10 millions de francs chacun. Les autres institutions d'encouragement régionales et cantonales versent chacune moins de 3 millions de francs. La majorité des encouragements régionaux va aux œuvres cinématographiques (voir Fig. 13).

Fig. 13 : Aperçu des encouragements — répartition des financements d'œuvres cinématographiques par les institutions d'encouragement régionales, 2022, en millions de francs

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022. * y compris les fonds nationaux de l'OFC dans le cadre de « l'Aide additionnelle Svizzera italiana » (selon le plan de répartition 2022 : 400 000 francs)

Zürcher Filmstiftung

La Zürcher Filmstiftung soutient des projets dans le canton de Zurich ainsi que les auteurs, réalisateurs, sociétés de production et distributeurs. La fondation est principalement financée par les cotisations annuelles du canton de Zurich, de la ville de Zurich et de la péréquation financière cantonale. Les demandes d'encouragement sont examinées par quatre commissions d'experts (Fiction, Animation, Non-fiction, Marketing & Promo-

tion), composées chacune de trois à cinq membres. La fondation soutient le développement et la réalisation de contenus audiovisuels, à l'exception des jeux vidéo. Les coproductions minoritaires et majoritaires sont également encouragées.⁷¹

En 2022, la Zürcher Filmstiftung a octroyé un montant total de 10,9 millions de francs (10,3 millions de francs d'encouragement sélectif ; 0,6 million de francs d'encouragement lié au succès). L'encouragement a porté notamment sur 58 projets de fiction et d'animation ainsi que sur 33 projets de non-fiction.⁷²

Cinéforum

Cinéforum encourage le développement et la réalisation cinématographique en Suisse romande. Les films de fiction, documentaires et d'animation de toute durée et pour toutes formes d'exploitation (cinéma, TV, DVD, VoD) ainsi que les projets XR (« soutien aux expériences numériques ») sont encouragés.

Environ la moitié des aides est automatiquement attribuée aux projets (soutien complémentaire) qui ont déjà bénéficié d'un encouragement à la réalisation de l'OFC ou de la SRG SSR. De plus, Cinéforum complète automatiquement les contributions de l'encouragement lié au succès de Succès Cinéma (OFC), Succès Passage Antenne (SRG SSR) et d'autres encouragements régionaux qui ont vocation à être réinvestis dans le développement de projets. En 2022, Cinéforum a apporté une aide automatique de 6,7 millions de francs pour un total de 109 projets.⁷³

Cinéforum soutient également la réalisation cinématographique grâce à un encouragement sélectif. L'expertise est effectuée par une commission composée de sept membres sélectionnés à tour de rôle parmi un pool d'environ 80 scénaristes, réalisateurs, producteurs et autres spécialistes du cinéma et de l'audiovisuel. En 2022, le montant de l'aide dans le cadre de l'encouragement sélectif s'est élevé à 8,6 millions de francs pour un total de 73 projets entrés en production (agrément). À cela s'est ajoutée une aide d'un montant de 0,4 million de francs pour l'exploitation.⁷⁴

Autres encouragements régionaux

En Suisse, outre la Zürcher Filmstiftung et Cinéforum, il existe 16 autres encouragements régionaux (cantons et communes). Les encouragements régionaux de Berne, Bâle, Argovie, Suisse centrale et Saint-Gall consacrent chacun plus de 0,6 million de francs à des projets audiovisuels.

Tab. 2 : Aperçu des encouragements régionaux (sélection), 2022

Encouragement régional	Objectif de l'encouragement sélectif	Budget d'encouragement 2022 en CHF
Zürcher Filmstiftung	La fondation encourage les auteurs, réalisateurs, sociétés de production et distributeurs basés dans le canton de Zurich. La fondation soutient le développement et la réalisation de contenus audiovisuels, à l'exception des jeux vidéo. Les coproductions minoritaires et majoritaires sont également encouragées.	10,9 millions

⁷¹ Zürcher Filmstiftung (2024) : Die Förderung.

⁷² Zürcher Filmstiftung (2023) : Jahresbericht 2022.

⁷³ Cinéforum (2022) : Rapport d'activité 2022.

⁷⁴ Cinéforum (2022) : Rapport d'activité 2022.

Cinéforum	Les films de fiction, documentaires et d'animation ainsi que les projets XR sont encouragés. La commission est composée de sept membres sélectionnés à tour de rôle parmi un groupe d'environ 80 scénaristes, réalisateurs, producteurs et autres spécialistes du cinéma et de l'audiovisuel.	9,0 millions (hors encouragement automatique)
Pro cinéma Berne	Les projets cinématographiques (développement, production), l'exploitation cinématographique, les événements cinématographiques et les cinéastes (Prix bernois du cinéma, stages FOCAL, formation continue) sont encouragés. Une aide à la production peut être demandée pour la réalisation d'un film de fiction, documentaire ou d'animation ou d'un film expérimental si le film est produit de manière indépendante sur le plan artistique et économique. Les téléfilms ne sont pas encouragés. La commission cinématographique est composée de six membres.	2,8 millions
Fachausschuss Film und Medienkunst Basel-Stadt	Cette commission (trois membres) encourage les productions cinématographiques indépendantes et les projets d'art numérique : films de toutes durées et de tous genres (animation, documentaire, fiction, expérimental), formats de série, projets transmédia et crossmédia, art vidéo et films artistiques, art informatisé ou projets artistiques utilisant des technologies ou des médias numériques et interactifs.	1,2 million
Innerschweizer Filmfachgruppe (Suisse centrale)	Depuis 1986, les cantons de Suisse centrale ont délégué l'examen de l'encouragement du cinéma au Innerschweizer Filmfachgruppe (IFFG), qui fait office de commission (composée de sept membres) pour examiner les demandes de films des six cantons de Suisse centrale (Lucerne, Uri, Zoug, Schwytz, Obwald, Nidwald). L'encouragement peut s'étendre aux domaines suivants : développement de projets (scénario, recherche), production cinématographique et vidéo (post-production comprise), présentation et médiation de films et de vidéos.	962 090
Aargauer Kuratorium Département cinéma	L'Aargauer Kuratorium encourage le développement, la réalisation et la distribution des projets de films de cinéastes professionnels argoviens. Les films de fiction, documentaires et expérimentaux ainsi que les projets d'art numérique sont pris en compte. En outre, les cinéastes peuvent être soutenus par des contributions individuelles aux œuvres, des séjours en studio et des bourses de voyage. Avec Succès Aargau, les organisations cinématographiques et les institutions culturelles d'Argovie peuvent être encouragées à programmer des films argoviens.	646 550
St. Galler Filmförderung	L'encouragement du cinéma à St-Gall soutient les films de fiction, documentaires ou des courts métrages, des films d'animation, des films expérimentaux ou des projets multimédias. Un encouragement par le biais de contributions au projet est possible dans les phases et domaines de projet suivants : développement du sujet et de projets, réalisation, post-production, présentation et médiation, développement personnel/formation continue. La commission du cinéma est composée de trois collaborateurs de l'Office de la culture et de deux spécialistes externes.	600 000

Source : Analyse Goldmedia 2023 sur la base des données de : Zürcher Filmstiftung (2023), Cinéforum (2022), Pro cinéma Berne (2022), Canton de Bâle-Ville (2024), Canton de Lucerne (2024), Aargauer Kuratorium (2023), Canton de Saint-Gall (2024).

3.1.3 SRG SSR

Dans le cadre de la concession⁷⁵, l'institution de droit public SRG SSR est tenue de contribuer au financement (avec contrepartie) du cinéma suisse. Pour cela, elle doit diffuser des productions suisses indépendantes. En 1996, la SRG SSR et les cinq partenaires de l'industrie cinématographique de l'époque (aujourd'hui au nombre de sept⁷⁶) ont créé le Pacte de l'audiovisuel, un instrument dont le but est de promouvoir la présence et la qualité du cinéma suisse.⁷⁷

D'après son rapport de gestion, la SRG SSR a investi en 2022 217 millions de francs dans des productions de tiers et commandes, dont 51 millions de francs ont été consacrés à des productions créées dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel. Environ 130 millions de francs sont consacrés à d'autres productions de commande (notamment dans le divertissement) et près de 40 millions de francs ont été destinés à l'achat de licences externes, généralement des productions achetées à l'étranger.

Tab. 3 : Charges programme et production de la SRG SSR, 2022

Domaines	Charges en CHF
Charges programme et production	402,2 millions
dont productions et commandes extérieures	217,3 millions
dont Pacte de l'audiovisuel*	51,4 millions
dont autres productions de commande	127,2 millions
dont productions sous licence	38,7 millions

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après SRG SSR (2023) : Rapport de gestion 2022 ; données internes de la SRG SSR. *Incl. hors Pacte et primes automatiques « Succès passage antenne ».

Dans le cadre du Pacte pour la période de 2020 à 2023, la SRG SSR a contribué chaque année à la production (ou au développement) de films et de séries avec un budget de 28,5 millions de francs. Selon ce Pacte, 19 millions de francs ont été consacrés à des projets télévisés, 0,5 million de francs à des projets multimédias, 8 millions de francs à des œuvres cinématographiques⁷⁸ et 1 million de francs à des films d'animation. À cela s'ajoutent 4 millions de francs pour les primes au succès (SPA – Succès passage antenne), de sorte que le budget annuel s'élève à 32,5 millions de francs.⁷⁹ En outre, la

⁷⁵ Voir OFCOM (2023) : Octroi de concession.

⁷⁶ Les associations suivantes ont négocié et signé le Pacte actuel avec la SRG SSR : Association suisse des producteurs-trices (SFP), Association suisse des réalisateurs-trices-et scénaristes (ARF/FDS), Groupement Suisse du Film d'Animation (GSFA), Association Romande de la Production Audiovisuelle (AROPA), Swissfilm Association (SFA), Groupe auteurs-trices, réalisateurs-trices, producteurs-trices (GARP), Groupe d'Intérêt des producteurs suisses indépendants (IG).

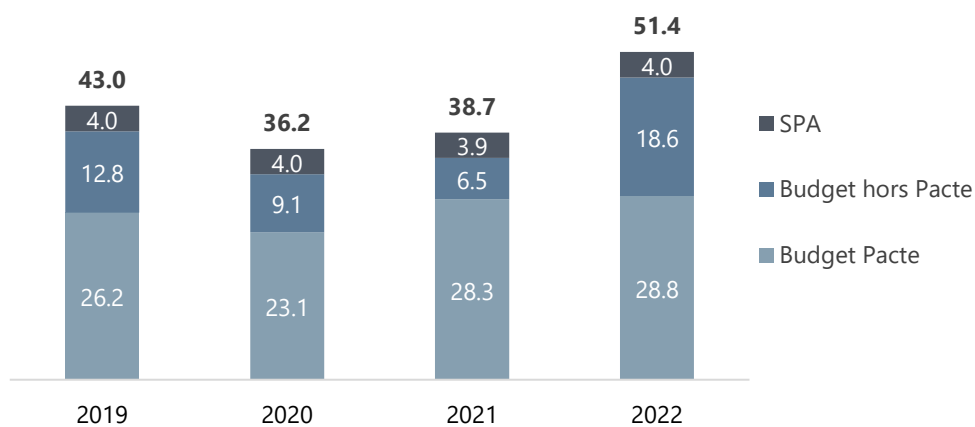
⁷⁷ Dans le cadre de la concession, le groupe public SRG SSR est tenu de contribuer à l'encouragement du cinéma suisse. Le premier Pacte de l'audiovisuel entre la SRG SSR et l'industrie de la production indépendante a été conclu en 1996. La SRG SSR consacre ainsi un budget annuel à la production de films et de séries suisses. Le budget est convenu avec sept associations partenaires de sociétés de production indépendantes pour une durée de quatre années (actuellement de 2024 à 2027). Voir SRG SSR (2022) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Descriptif des processus.

⁷⁸ Cette part est portée à 10 millions de francs à condition que des aides externes supplémentaires soient disponibles de manière durable pour les formats télévisés. Les partenaires déterminent chaque année la part des productions de cinéma et constituent une commission paritaire (composée de 3 membres de la SRG SSR et de 3 membres des associations). Voir SRG SSR (2020) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Accord SRG SSR – production indépendante.

⁷⁹ SRG SSR (2022) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Descriptif des processus.

SRG SSR investit régulièrement des fonds supplémentaires dans la production audiovisuelle indépendante (hors Pacte). Pour ce qui est de l'encouragement sélectif, la répartition est faite selon les régions linguistiques et gérée par les unités opérationnelles SRF, RTS, RSI et RTR. Les projets sont sélectionnés par les équipes éditoriales des différentes chaînes et coordonnés au niveau national. En 2022, la SRG SSR a participé à 115 projets cinéma et 54 projets TV dans le cadre du Pacte (voir Fig. 14). Les investissements nettement plus élevés de 51,4 millions de francs en 2022 sont liés aux effets de rattrapage après la pandémie de coronavirus.

Fig. 14 : Investissements de la SRG SSR dans les productions audiovisuelles indépendantes (Pacte de l'audiovisuel*, hors Pacte, SPA), de 2019 à 2022, en millions de francs**



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après SRG SSR (2020-2023) : Facts & Figures. Pacte de l'audiovisuel 2019, 2020, 2021 et 2022. * Par rapport à l'OFC (voir OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse en 2022), la SRG SSR présente les investissements conclus contractuellement. Dans les statistiques de l'OFC, ces investissements n'apparaissent p. ex. que l'année de réalisation ou pas du tout, notamment lorsque les projets sont annulés après la réalisation. ** La SRG SSR attribue automatiquement des primes Succès passage antenne (SPA), qui récompensent le succès des coproductions lors de leur diffusion dans tous les programmes de la SRG SSR (premières diffusions et rediffusions).

Un échantillon de la pénétration nette pour les mois de mars, septembre et octobre 2021 et 2022 démontre que grâce aux diffusions TV sur les chaînes de la SRG SSR, les productions du Pacte touchent entre environ 470 000 et 1 580 000 téléspectateurs par mois (chiffre net, au moins 5 minutes d'utilisation consécutive).⁸⁰ À titre de comparaison : en 2022, les œuvres cinématographiques suisses ont totalisé environ 444 000 entrées en Suisse.⁸¹

3.1.4 Instruments d'encouragement des projets XR et des jeux vidéo

Encouragement des projets XR

Il n'existe actuellement que quelques mécanismes d'encouragement pour les projets XR en Suisse. Au niveau régional, Cinéforum dispose d'un mécanisme d'encouragement

⁸⁰ Analyse Goldmedia 2023 basée sur les données communiquées par la SRG SSR pour mars, septembre et octobre 2021/2022.

⁸¹ OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Parts de marché des films par pays d'origine.

pour les projets audiovisuels numériques innovants (« soutien aux expériences numériques »), qui s'adresse explicitement aux projets XR.⁸² L'aide porte sur la recherche, le prototypage ou la réalisation. En 2022, le montant de l'encouragement s'est monté à 250 000 francs (dont 150 000 francs pour l'encouragement de la recherche).⁸³

En Suisse romande, il existe également le « Pôle de création numérique » qui a pour objectif de rassembler les acteurs de la culture et de l'innovation ainsi que de promouvoir l'écosystème de la création numérique. Les partenaires financiers et autres sont notamment : la SRG SSR / RTS – Radio Télévision Suisse, le GIFF – Festival International du Film de Genève et la HES-SO Genève – Haute École Spécialisée de Suisse occidentale.⁸⁴ Outre la mise en relation, le conseil et le réseautage, les prestations de soutien comprennent également l'encouragement de projets individuels dans le cadre de compétitions thématiques.⁸⁵ Cependant, le Pôle ne cible pas exclusivement la branche XR.

La Zürcher Filmstiftung ne dispose pas de mécanismes d'encouragement XR dédiés, mais elle soutient, par le biais du concours « Fast Track », des œuvres audiovisuelles techniquement innovantes et/ou présentant une ambition artistique particulière. Un jury, qui change chaque année, sélectionne jusqu'à trois projets gagnants. La Fondation prend en charge 80 % de leur financement, dès qu'au moins 20 % du financement est garanti. Les frais de réalisation ne peuvent pas dépasser 400 000 francs.⁸⁶ Les projets XR sont également éligibles à un encouragement via Fast Track. Cependant, aucun projet XR n'a été encouragé entre 2020 et 2023.⁸⁷

Au niveau national, la SRG SSR soutient des projets multimédias, parmi lesquels figurent également des projets XR. Dans le cadre du Pacte, la SRG SSR prévoit un budget annuel de 0,5 million de francs.⁸⁸ En 2022, la réalisation d'un projet XR (« Them. Us. Me ») a été encouragée à hauteur de 75 000 francs.⁸⁹

Par ailleurs, il n'existe aucun mécanisme d'encouragement dédié à la branche XR au niveau national. Virtual Switzerland est cependant un réseau national de la branche XR financé par des fonds fédéraux via Innosuisse, l'Agence suisse pour l'encouragement de l'innovation. Virtual Switzerland promeut et soutient l'introduction et le développement de technologies immersives (réalité augmentée, mixte, virtuelle) en Suisse.⁹⁰

Encouragement des jeux vidéo

En Suisse, les jeux vidéo sont encouragés par la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia. Cela inclut l'initiative SwissGames visant à promouvoir le secteur suisse des jeux vidéo, tant en Suisse qu'à l'étranger. SwissGames organise ou soutient la participation de la Suisse à plus de 20 événements différents par an, aidant ainsi les développeurs suisses à gagner en visibilité, à nouer des contacts avec l'industrie internationale du jeu vidéo et à accéder au marché mondial.⁹¹

⁸² Cinéforum (2024) : Soutien aux expériences numériques.

⁸³ Cinéforum (2024) : Résultats du soutien XN 1^{re} & 2^e session 2022.

⁸⁴ Pôle de création numérique (2024) : Ce que nous faisons. Ce que nous soutenons.

⁸⁵ Pôle de création numérique (2024) : Programmes.

⁸⁶ Zürcher Filmstiftung (2024) : Über den Fast Track.

⁸⁷ Analyse Goldmedia basée sur les renseignements de la Zürcher Filmstiftung (2024) : Archive Fast Track.

⁸⁸ SRG SSR (2022) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Descriptif des processus.

⁸⁹ Cinéforum (2024) : Résultats du soutien XN 1^{re} session 2022.

⁹⁰ Virtual Switzerland (2024) : About us.

⁹¹ Pro Helvetia (2024) : Qu'est-ce que SwissGames ?

Début 2024, Pro Helvetia a attribué les mesures d'encouragement des jeux qui relevaient auparavant de la catégorie « Médias interactifs » à la discipline Conception (« Game Design »).⁹² Cette intégration stratégique vise à simplifier l'encouragement.⁹³ Pro Helvetia soutient les créateurs suisses (« Emerging Talents ») dans les domaines de la pré-production, de la contribution à la production et de la post-production. Dans le cadre du « Game Design », sont encouragés « les contenus numériques pour ordinateurs, consoles de jeux, téléphones ou appareils de réalité mixte, dont l'utilisation nécessite un haut degré d'interaction et dont l'impact sur le contenu est important ⁹⁴ ». Le montant de l'encouragement s'élève à un maximum de 20 000 francs pour la pré-production (prototypage), à 50 000 francs pour la production et à un maximum de 20 000 francs pour la post-production (marketing compris).⁹⁵

3.1.5 Autres instruments d'encouragement

Swiss Films

Swiss Films est l'agence de promotion des films suisses à l'étranger. Cette fondation de droit privé a conclu un accord de prestations avec l'Office fédéral de la culture, qui fournit la majeure partie de son financement. Swiss Films soutient les cinéastes suisses dans la promotion de leurs œuvres et dans la mise en réseau à l'échelle internationale, tout en encourageant spécifiquement la diffusion des films suisses à l'étranger. Swiss Films s'adresse par conséquent aux délégués de festivals internationaux, aux World Sales et aux sociétés de distribution de films, ainsi qu'aux institutions de la culture cinématographique ou aux journalistes. Swiss Films informe sur les nouveaux films suisses et organise des programmations de films dans le monde entier en collaboration avec des institutions cinématographiques ou des festivals internationaux, tout en étant présente aux festivals ainsi que sur les marchés majeurs.

En 2022, Swiss Films a enregistré un total de 2,4 millions de francs de dépenses liées aux projets (hors charges administratives/frais généraux). La majeure partie du volume de l'encouragement est allée aux « Activités festivières et de marché et aux mesures de soutien » (1,6 million de francs). Les autres postes de dépenses sont notamment « Communication, relations presse et gestion des données » (0,7 million de francs, moins les frais généraux) ainsi que « Prix, événements et partenariats » (0,3 million de francs, moins les frais généraux). Parmi ces dépenses, 570 200 francs ont été versés directement aux cinéastes en guise de contributions de soutien.⁹⁶

En outre, Swiss Films s'occupe de l'encouragement à l'exportation (Distribution Support) sur mandat de l'OFC. Dans le cadre de cet encouragement à l'exportation, des fonds supplémentaires d'un montant de 0,7 million de francs ont été versés aux distributeurs en 2022. Toutefois, les fonds de transfert de la tâche d'exécution Encouragement à l'exportation ne sont pas comptabilisés dans le budget annuel de Swiss Films.⁹⁷

⁹² Le site swissgames.ch, qui regroupait toutes les mesures de Pro Helvetia liées aux jeux vidéo, n'est plus en ligne depuis 2024.

⁹³ Gamesmarkt (2024) : Pro Helvetia ordnet Fördermaßnahmen für Games der Design-Abteilung zu.

⁹⁴ Pro Helvetia (2024) : Game Design Emerging Talents.

⁹⁵ Pro Helvetia (2024) : Game Design Emerging Talents. Pré-production, production, post-production.

⁹⁶ OBT SA (2023) : Rapport de l'organe de révision au Conseil de la Fondation SWISS FILMS Zurich sur les comptes annuels 2022.

⁹⁷ Ibid.

MEDIA Desk Suisse

Depuis 2014, la Suisse ne participe plus au programme européen d'encouragement MEDIA.⁹⁸ Afin de compenser les conséquences financières pour le secteur cinématographique, la Suisse a introduit les mesures compensatoires MEDIA au niveau national. Le MEDIA Desk Suisse a été chargé par l'Office fédéral de la culture de gérer ces mesures compensatoires. L'objectif des mesures compensatoires MEDIA est de renforcer la compétitivité internationale de l'industrie cinématographique suisse, les institutions culturelles cinématographiques et la formation continue des cinéastes. Les mesures compensatoires se concentrent en priorité sur le soutien de l'offre de films européens (non nationaux) dans les salles de cinémas suisses.⁹⁹

En 2022, les distributeurs suisses ont reçu un total de 2,2 millions de francs dans le cadre de l'aide à la distribution sélective et automatique, soit un peu plus de la moitié du montant total des mesures compensatoires (2022 : 4,1 millions de francs ; montant envisagé pour l'année). Environ un quart du montant des mesures compensatoires (1,1 million de francs) a été consacré au développement de 23 projets présentant un potentiel international en 2022. En moyenne, chaque projet de film a reçu 46 630 francs. MEDIA Desk Suisse encourage des films documentaires, de fiction et d'animation ainsi que des séries télévisées et des projets VR.¹⁰⁰

Fonds culturel Suissimage

La coopérative suisse pour les droits d'auteur d'œuvres audiovisuelles « Suissimage » reverse 10 % de ses recettes d'exploitation notamment au Fonds culturel Suissimage, qui soutient spécifiquement la création cinématographique suisse grâce à des aides financières. Le Fonds concentre ses activités sur l'encouragement automatique à la réalisation de films de fiction et documentaires suisses exploités pour la première fois lors d'une sortie en salles. Seuls les projets dont l'encouragement a déjà été garanti par l'Office fédéral de la culture (OFC) et/ou par une unité opérationnelle de la SRG SSR sur la base d'un contrat dans le cadre du « Pacte de l'audiovisuel » recevront une aide.¹⁰¹

En 2022, le Fonds culturel a encouragé 31 documentaires et 12 films de fiction pour un montant total de 2,9 millions de francs. Le montant de l'encouragement par film était compris entre 3900 francs et 120 000 francs. 28 films ont été financés par l'OFC et le Pacte de l'audiovisuel (SRG SSR) ; 4 films ont été soutenus par l'OFC sans financement de la SRG SSR et 11 films ont été encouragés uniquement par le Pacte de l'audiovisuel.¹⁰²

Fonds de production télévisuelle

Le Fonds de production télévisuelle (FPT) est une initiative des sociétés de gestion Swissperform, Suissimage et Société suisse des auteurs ou de leurs fondations culturelles. Son objectif est d'encourager les productions télévisuelles et les webséries émanant de

⁹⁸ OFC (2024) : Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2025-2028 (voir 4.2.7 Cinéma, coopération internationale).

⁹⁹ MEDIA Desk Suisse (2023) : Rapport annuel 2022.

¹⁰⁰ Ibid.

¹⁰¹ Fonds culturel Suissimage (2024) : Portrait.

¹⁰² Fonds culturel Suissimage (2023) : Rapport de gestion 2022.

sociétés de production suisses indépendantes. Au moins 30 % des fonds doivent être utilisés pour des documentaires.¹⁰³

En 2022, des crédits d'un montant de 3,3 millions de francs ont été approuvés pour des projets individuels, dont 2,2 millions de francs pour 17 films de fiction et d'animation et 1,1 million de francs pour 31 documentaires. Parmi eux, dix concernaient des développements de scénarios (445 000 francs ; 13,6 %) et 38 des aides à la réalisation (2,8 millions de francs ; 86,4 %).¹⁰⁴

Pour-cent culturel Migros

Le Pour-cent culturel Migros est une initiative d'encouragement privée de l'entreprise Migros (regroupant commerce, santé, finance). Le Pour-cent culturel Migros soutient des initiatives culturelles et sociales depuis 1957. Ses institutions permanentes sont notamment l'Institut Gottlieb Duttweiler (GDI), l'École-club Migros, le train du Monte Generoso et le Migros Museum für Gegenwartskunst.¹⁰⁵

Dans le secteur audiovisuel, le projet d'encouragement Story Lab du Pour-cent culturel Migros soutient le développement d'œuvres cinématographiques (documentaires, films de fiction, films d'animation, etc.), de courts métrages, de séries, de projets XR (VR, AR, 360°) et cross-média, ainsi que de jeux vidéo. Il soutient les auteurs, réalisateurs, producteurs, acteurs, artistes indépendants, concepteurs et techniciens du domaine de la narration audiovisuelle. Les projets dans lesquels l'aspect artistique l'emporte sur l'approche narrative, comme les films expérimentaux, les installations audiovisuelles, les clips vidéo, l'art vidéo ou les jeux occasionnels, ne sont pas encouragés. L'encouragement comprend une aide financière pour les projets individuels (montant maximum par projet : 50 000 francs) ainsi qu'un accompagnement par le biais du coaching et du réseautage.¹⁰⁶ Jusqu'en 2020, le Pour-cent culturel Migros a soutenu également la post-production de films suisses (environ 660 000 francs pour 26 projets).¹⁰⁷ Depuis 2021, les projets de films perçoivent également des contributions de soutien pluridisciplinaires du Pour-cent culturel Migros.¹⁰⁸

Les montants exacts des encouragements pour les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel ne sont pas rendus publics. Le Pour-cent culturel Migros a investi au total 139 millions de francs en 2022 dans les domaines de l'éducation (61,3 %), de la culture (18,6 %), des loisirs (9,4 %), de la société (5,2 %), de l'administration (3,1 %) et des affaires (2,4 %).¹⁰⁹

¹⁰³ Fonds de production télévisuelle S.à.r.l. (2023) : Rapport annuel 2022.

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Fédération des coopératives Migros (2024) : Pour-cent culturel.

¹⁰⁶ Story Lab du Pour-cent culturel Migros (2024) : Comment la promotion est-elle organisée ?

¹⁰⁷ Story Lab du Pour-cent culturel Migros (2021) : Encouragement du cinéma du Pour-cent culturel Migros.

¹⁰⁸ Fédération des coopératives Migros (2024) : Projets culturels.

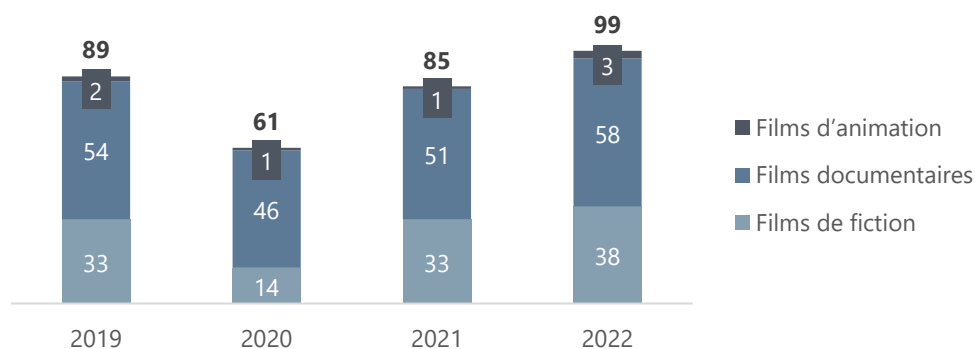
¹⁰⁹ Fédération des coopératives Migros (2024) : L'année 2022 du groupe Migros en faits et chiffres.

3.2 Financement et répartition des aides

3.2.1 Financement de la production audiovisuelle indépendante encouragée par des fonds publics

En Suisse, la production audiovisuelle encouragée par des fonds publics se caractérise principalement par des œuvres cinématographiques. Au total, 99 œuvres cinématographiques ont été produites en 2022, dont 58 films documentaires, 38 films de fiction et trois films d'animation (voir Fig. 15). Au cours des quatre dernières années (de 2019 à 2022), 84 films ont été produits par an en moyenne. Le nombre de films de fiction a fluctué en raison de la pandémie de coronavirus (2020 : 14 films), mais a augmenté d'un quart depuis 2019, en raison des sorties retardées par le COVID-19. Le nombre de films documentaires s'est stabilisé au cours des quatre dernières années. Les longs métrages d'animation ne sont quant à eux produits que sporadiquement.

Fig. 15 : Nombre d'œuvres cinématographiques encouragées par des fonds publics, 2019-2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

En Suisse, les formats télévisés et autres formats audiovisuels (multimédia) sont créés principalement dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel entre la production audiovisuelle indépendante et la SRG SSR publique. En 2022, 11 séries de fiction, un unitaire pour la télévision, 42 documentaires télévisés et quatre projets multimédias ont été produits. En moyenne sur les quatre dernières années (de 2019 à 2022), six séries de fiction, un unitaire pour la télévision, 37 documentaires télévisés et 23 projets multimédias ont été produits. En règle générale, la SRG SSR coproduit un téléfilm par an dans le cadre du Pacte. Les productions de séries ont augmenté (2019 : trois séries de fiction). Le nombre de documentaires télévisés a oscillé entre 29 et 42 films.¹¹⁰

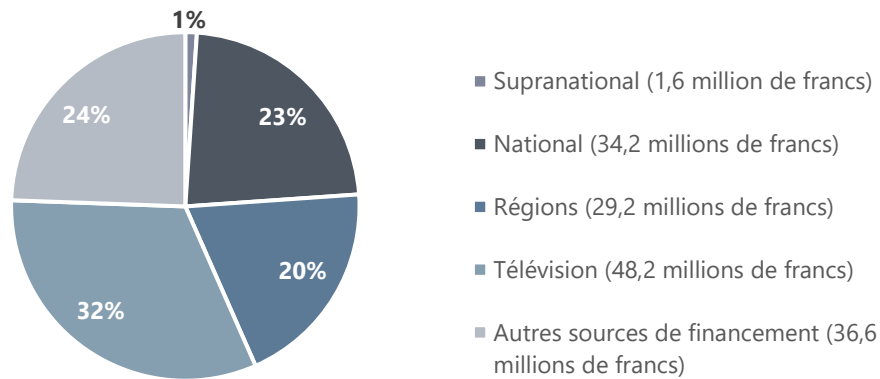
Le financement suisse de productions audiovisuelles indépendantes (cinéma, TV, multimédia) s'est élevé à environ 150 millions de francs en 2022.¹¹¹ La plus grande part du financement (43 %) provient des fonds publics de la Confédération (OFC) et des instances de promotion régionales et cantonales. La télévision contribue à hauteur de 32 %

¹¹⁰ SRG SSR : Facts & Figures. Pacte de l'audiovisuel pour la période 2019 à 2022.

¹¹¹ « Les 150 millions de francs comprennent la production indépendante qui a été cofinancée par les pouvoirs publics. Les films de commande ne sont pas inclus. Le volume des films de commande de la SSR (Tatort, séries documentaires) peut être estimé à 5-6 millions de francs. Dans son étude de branche 2022, Swiss Film Association a estimé la production de films de commande à 255 millions de francs et 1540 films (2019). » (voir OFC (2022) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022, p. 46).

(principalement SRG SSR), tandis que les autres sources comme les fonds propres, l'exploitation, le Fonds culturel Suissimage, le Pour-cent culturel Migros, les fondations, les investisseurs représentent 24 % (voir Fig. 16).

Fig. 16 : Financement suisse de la production indépendante audiovisuelle par source de financement, 2022, en millions de francs

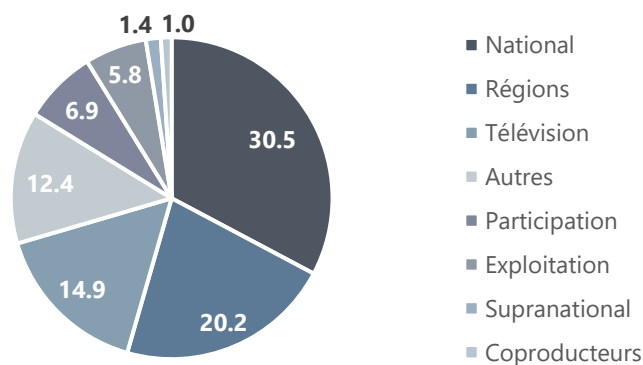


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2022) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

3.2.2 Financement des œuvres cinématographiques

En 2022, le financement des œuvres cinématographiques encouragées par des fonds publics a atteint un nouveau sommet de 93,1 millions de francs. Au cours de l'année 2020 marquée par la pandémie de coronavirus, le financement du cinéma s'est élevé à 51,2 millions de francs. En moyenne sur les quatre dernières années (de 2019 à 2022), le financement s'est monté à 70,1 millions de francs par an. Cela signifie que le financement a augmenté en moyenne de 11 millions de francs par an par rapport à la période de 2015 à 2018.¹¹² En 2022, les principales sources de financement ont été la Confédération avec 30,5 millions de francs, les encouragements régionaux avec 20,2 millions de francs et la télévision (notamment la SRG SSR, voir le chap. 3.1.3.) avec 14,9 millions de francs (voir Fig. 17).

Fig. 17 : Composition du financement suisse des œuvres cinématographiques 2022, en millions de francs

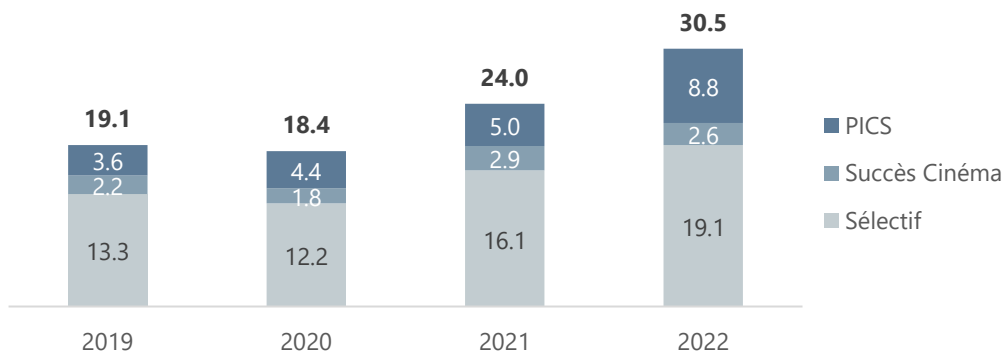


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

¹¹² OFC (2022) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

Les instruments nationaux d'encouragement des œuvres cinématographiques par l'OFC comprennent l'encouragement sélectif et l'aide au cinéma liée au succès, Succès Cinéma, ainsi que l'aide liée au site (promotion du site) PICS (voir le chap. 3.1.1). Entre 2019 et 2022, l'OFC a soutenu des longs métrages à hauteur de 23,1 millions de francs en moyenne par an (encouragement sélectif, Succès Cinéma et PICS) (voir Fig. 18). 71 % des aides de l'OFC sont allées aux films de fiction, 23 % aux films documentaires et 6 % aux films d'animation.

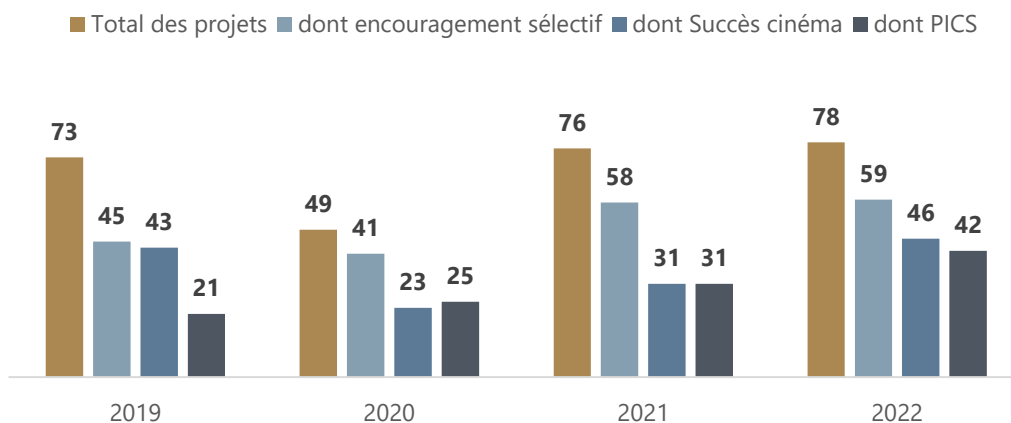
Fig. 18 : Instrument d'encouragement de l'OFC pour les œuvres cinématographiques, de 2019 à 2022, en millions de francs



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

En moyenne, entre 2019 et 2022, 51 des 69 œuvres cinématographiques soutenues par l'OFC ont été financées chaque année par l'encouragement sélectif. En moyenne, 36 projets par an ont reçu une aide de Succès Cinéma et 30 projets ont bénéficié de l'aide liée au site (promotion du site) (voir Fig. 19).

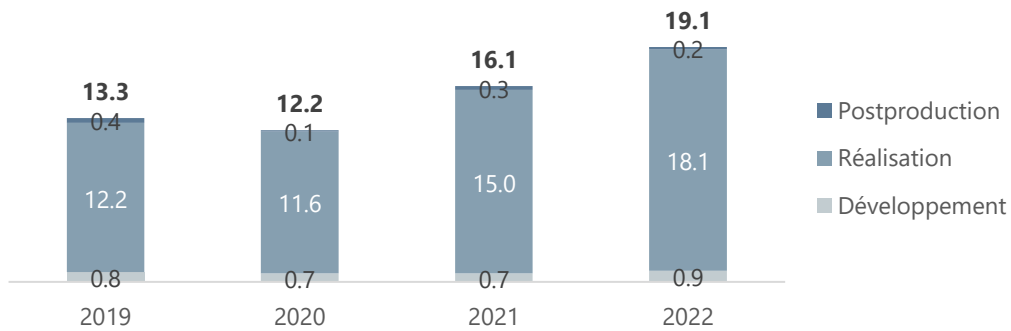
Fig. 19 : Nombre de projets d'œuvres cinématographiques encouragés par un instrument d'encouragement, de 2019 à 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

Entre 2019 et 2022, l'OFC a versé en moyenne 15,2 millions de francs par an dans le cadre de l'encouragement sélectif du cinéma (voir Fig. 20). Le secteur de la réalisation bénéficie chaque année du montant d'encouragement le plus important.

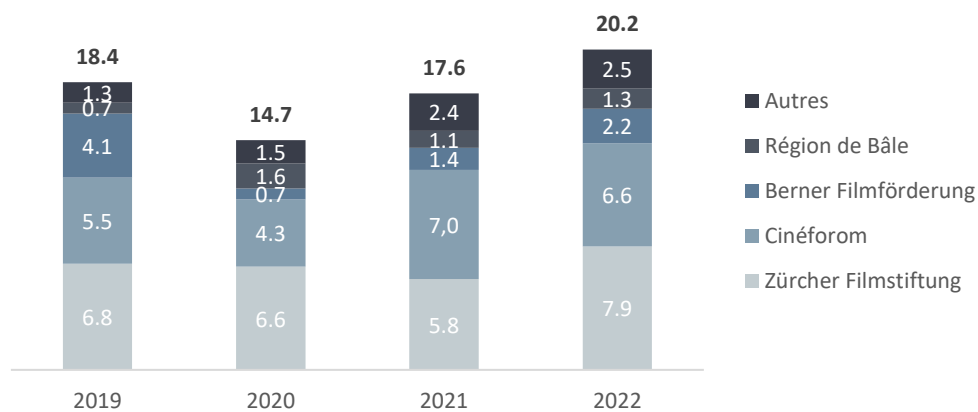
Fig. 20 : Répartition de l'encouragement sélectif du cinéma par l'OFC entre le développement, la réalisation et la post-production 2019-2022, en millions de francs



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

Outre l'encouragement national par l'OFC, les institutions régionales d'encouragement représentent la deuxième source de financement des œuvres cinématographiques financées par des fonds publics en Suisse : entre 2019 et 2022, les œuvres cinématographiques suisses ont reçu en moyenne 17,7 millions de francs par an d'encouragements régionaux. En 2022, le montant de l'encouragement s'est élevé à 20,2 millions de francs. Les institutions d'encouragement régionales les plus importantes sont la Zürcher Filmstiftung, Cinéforum, Pro cinéma Berne et la région de Bâle (voir Fig. 21).

Fig. 21 : Encouragements régionaux des œuvres cinématographiques par institution d'encouragement, 2019-2022, en millions de francs

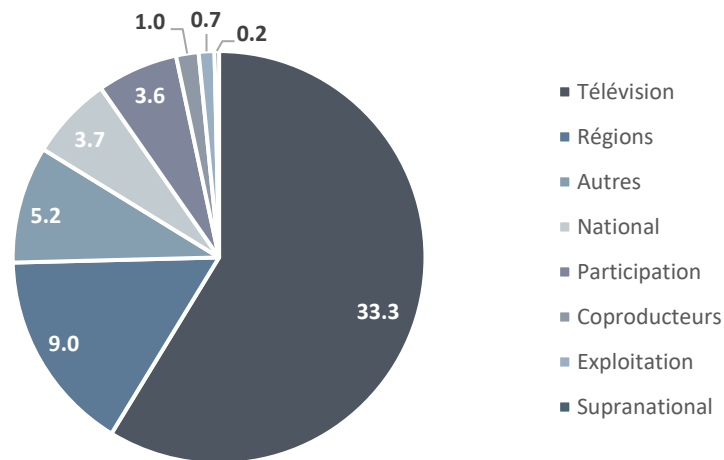


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

3.2.3 Financement de productions télévisuelles et autres productions audiovisuelles (Web, multimédia, XR)

En 2022, le financement des autres productions audiovisuelles indépendantes encouragées par des fonds publics s'est élevée à 56,6 millions de francs, la télévision (en particulier la SRG SSR, voir chapitre 3.1.3) en étant le contributeur majoritaire à hauteur de 33,3 millions de francs. Les encouragements régionaux ont constitué une autre source de financement importante à hauteur de 9,0 millions de francs (voir Fig. 22).

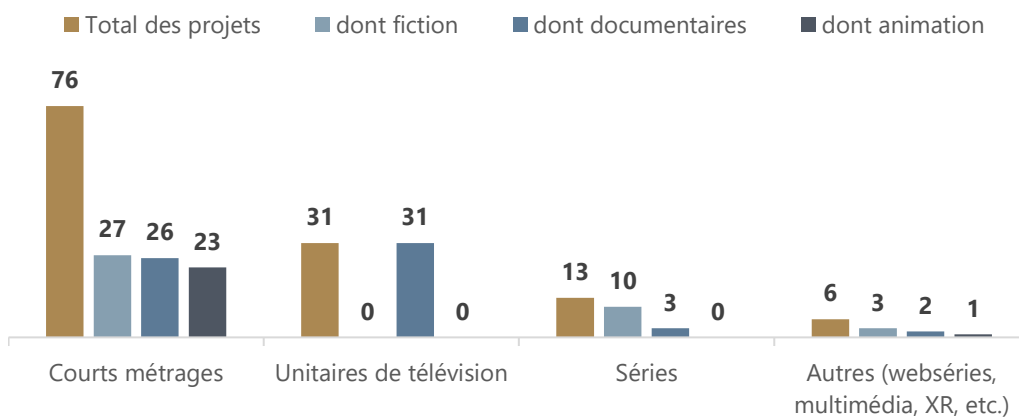
Fig. 22 : Composition du financement suisse d'autres productions audiovisuelles indépendantes (TV, multimédia) 2022, en millions de francs



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

Au total, 128 productions audiovisuelles ont été encouragées en 2022, dont 76 courts métrages et 31 unitaires de télévision (voir Fig. 23). Parmi les six projets qui relèvent d'autres formats se trouve « Them. Us. Me. », le seul projet AR/VR encouragé par des fonds publics. Les autres sont des webséries ou des projets multimédias.¹¹³ L'aide à la réalisation de ce projet AR provient de Cinéforum (100 000 francs) et de la SRG SSR (aide du Pacte, 75 000 francs).¹¹⁴

Fig. 23 : Nombre de projets de production audiovisuelle indépendants encouragés, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

¹¹³ Analyse Goldmedia d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022, chap. 7, liste des films 2022. Note méthodologique : les projets audiovisuels bénéficiant de contributions de la Confédération, des régions ou de la SRG SSR sont considérés comme encouragés par des fonds publics.

¹¹⁴ Cinéforum (2024) : Résultats du soutien XN 1^{re} session 2022.

3.3 Synthèse intermédiaire : encouragement de l'audiovisuel public en Suisse

Voici un récapitulatif des principaux résultats :

- Les instruments nationaux d'encouragement du cinéma par l'Office fédéral de la culture comprennent l'encouragement sélectif, l'aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma) et la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS).
- Selon le plan de répartition 2024, un total de 16,2 millions de francs est mis à la disposition de la production cinématographique (scénario/développement, réalisation, post-production) dans le cadre de l'encouragement sélectif du cinéma par l'OFC. Concernant l'aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma), un montant de 4,5 millions de francs est destiné aux domaines de la production, de la réalisation et du scénario, ainsi que 1,9 million de francs à l'exploitation en salles (distribution et cinémas) en 2024. Dans le cadre de la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse PICS, un crédit annuel de 6 millions de francs est disponible.
- Les encouragements régionaux (tels que Zürcher Filmstiftung, Cinéforum) soutiennent des projets de films ayant un lien avec leur région, principalement par le biais d'un encouragement sélectif. En 2022, le volume des encouragements s'élevait à 29,2 millions de francs, les œuvres cinématographiques ayant reçu environ 70 % du total de ces fonds régionaux.
- D'après son rapport de gestion, la SRG SSR a investi en 2022 217 millions de francs dans des productions de tiers et commandes, dont 51 millions de francs ont été consacrés à des productions créées dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel. Entre 2020 et 2023, la SRG SSR a participé chaque année à la production (ou au développement) de films et de séries avec un budget de 28,5 millions de francs (encouragement sélectif) dans le cadre du Pacte. À cela s'ajoutent 4 millions de francs pour les primes au succès (SPA – Succès Passage Antenne), de sorte que le budget annuel s'élève au total à 32,5 millions de francs. En outre, la SRG SSR investit des fonds supplémentaires dans la production audiovisuelle indépendante (hors Pacte).
- Il n'existe actuellement que quelques mécanismes d'encouragement pour les projets XR en Suisse. En Suisse romande, les projets XR sont encouragés par Cinéforum et le Pôle de création numérique. La fondation Zürcher Filmstiftung soutient des œuvres audiovisuelles innovantes sur le plan technique et/ou répondant à des exigences artistiques particulières. Au niveau national, la SRG SSR soutient des projets « multimédia », dont des projets XR. Par ailleurs, il n'existe aucun mécanisme d'encouragement dédié à la branche XR au niveau national.
- Les jeux sont financés par la Fondation suisse pour la culture Pro Helvetia. Cela inclut l'initiative SwissGames visant à promouvoir le secteur suisse des jeux vidéo, tant en Suisse qu'à l'étranger. Les montants maximaux d'encouragement sont de 20 000 francs (prototypage et post-production) ou 50 000 francs (production).
- Parmi les autres institutions d'encouragement, les plus importantes sont l'agence de promotion du cinéma suisse Swiss Films, Media Desk Suisse, le fonds culturel

Suissimage, le Fonds de production télévisuelle (FPT) et le Pour-cent culturel Migros.

- Le financement suisse de productions audiovisuelles indépendantes (cinéma, TV, multimédia) s'est élevé à environ 150 millions de francs en 2022. La plus grande part du financement (43 %) provient des fonds publics de la Confédération (OFC) et des instances de promotion régionales et cantonales. La télévision contribue à hauteur de 32 % (principalement SRG SSR), tandis que les autres sources de financement représentent 24 %.
- En 2022, le financement des œuvres cinématographiques encouragées par des fonds publics a atteint un nouveau sommet, avec un total de 93,1 millions de francs, en raison des effets de rattrapage consécutifs à la pandémie. En 2022, les principales sources de financement ont été la Confédération avec 30,5 millions de francs, les encouragements régionaux avec 20,2 millions de francs et la télévision (notamment la SRG SSR) avec 14,9 millions de francs.
- Le financement des autres productions audiovisuelles encouragées par des fonds publics s'est élevé à 56,6 millions de francs en 2022, la télévision (notamment la SRG SSR) ayant contribué à hauteur de 60 % environ, suivie par les encouragements régionaux à hauteur d'environ 16 %.

4 Analyse SWOT des structures d'encouragement du cinéma en Suisse

4.1 Approche méthodologique

L'analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces (SWOT)¹¹⁵ du marché audiovisuel suisse ainsi que des structures d'encouragement du cinéma existantes s'est basée sur des entretiens guidés avec des acteurs suisses de la branche. Les entretiens ont été réalisés entre juin 2023 et janvier 2024 à l'aide d'un questionnaire partiellement standardisé en visioconférence ou en face-à-face. Cette analyse porte sur les appréciations subjectives¹¹⁶ des acteurs de la branche vis-à-vis du paysage audiovisuel suisse et de l'encouragement du cinéma. Au total, 18 entretiens qualitatifs ont été menés avec des spécialistes des secteurs suisses de la production audiovisuelle, de la distribution, du cinéma, de la télévision, des festivals, de l'animation, de la VR/AR, des prestataires de services audiovisuels et de l'encouragement du cinéma (voir annexe, Tab. 10).

En outre, quatre entretiens qualitatifs ont été menés avec des spécialistes étrangers dans les domaines de l'encouragement du cinéma et de la production de Belgique, d'Allemagne, d'Autriche et de Scandinavie (voir annexe, Tab. 11). Les entretiens avec des spécialistes étrangers ont servi, entre autres, à comparer les résultats de l'analyse SWOT sur l'encouragement du cinéma suisse avec les marchés étrangers ainsi qu'à examiner les opportunités et les menaces d'un point de vue international.

4.2 Forces et faiblesses du marché audiovisuel suisse

Selon les acteurs du secteur interrogés, l'infrastructure et la situation économique, les capacités de production et le personnel qualifié ainsi que la structure du marché représentent les principales forces et faiblesses du marché audiovisuel suisse. Le Tab. 4 en donne un aperçu :

Tab. 4 : Forces et faiblesses du marché de l'audiovisuel suisse, 2023

Domaine	Forces	Faiblesses
Infrastructure et situation économique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Réglementations libérales, bonnes infrastructures, situation économique stable ▪ Bonne coopération entre mandants et syndicats ▪ Conditions de travail stables ▪ Bons moyens financiers (également via des investissements privés) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Salaires élevés et franc fort qui rendent la production en Suisse coûteuse
Capacités de production et personnel qualifié	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Suisse peut produire efficacement et dispose de bonnes infrastructures dans le secteur des PME ▪ Paysage audiovisuel solide et diversifié ▪ Documentaires et films publicitaires comme points forts ▪ Nombreuses coproductions ▪ Équipes de tournage flexibles et polyvalentes 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La Suisse est moins bien positionnée dans les secteurs du son et des studios, avec trop peu de volume pour soutenir les grands studios ou post-productions ▪ Emplois créatifs précaires

¹¹⁵ « SWOT » : Strengths (forces), Weaknesses (faiblesses), Opportunities (opportunités) et Threats (menaces).

¹¹⁶ Goldmedia n'a procédé à aucune évaluation de ces appréciations. Dans le cas de déclarations vérifiables et fondées sur des faits, leur exactitude a toutefois été vérifiée par Goldmedia.

Domaine	Forces	Faiblesses
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innovations et prestations techniques haut de gamme 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Trop peu de personnel qualifié dans les domaines de la technologie cinématographique et de l'organisation de la production
Structure du marché	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La taille raisonnable du marché garantit de bons échanges entre les acteurs de celui-ci 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le marché de l'audiovisuel est fragmenté et trop concentré sur de petits marchés linguistiques régionaux ▪ Marché trop segmenté avec une forte concurrence (p. ex. avec l'existence de plusieurs associations de producteurs) ▪ Les petites chaînes de télévision privées n'ont pas les moyens de produire des séries et films de fiction

Source : analyse Goldmedia 2023 basée sur des entretiens qualitatifs auprès de spécialistes.

Forces, notamment en termes de puissance économique et d'infrastructures

Les acteurs du secteur ont identifié comme atouts du marché de l'audiovisuel suisse, notamment les réglementations libérales, la bonne infrastructure et la situation économique stable en Suisse.

La Suisse dispose d'un paysage de producteurs flexible et de grande qualité. La production peut également être très efficace en Suisse, ce qui compense quelque peu les inconvénients dus au niveau élevé des salaires. Dans l'ensemble, le marché audiovisuel suisse est très diversifié et hautement professionnalisé, les secteurs du documentaire et du film publicitaire étant considérés comme particulièrement forts.

Les équipes de tournage sont très flexibles et pour la plupart polyvalentes, souvent engagées dans différents domaines tels que la fiction, les films de commande et les films publicitaires.

Faiblesses, notamment en termes de coûts, de taille et de fragmentation du marché

Les acteurs du secteur considèrent les niveaux de salaires très élevés et la force du franc suisse comme une faiblesse, ce qui rend la (co)production en Suisse très coûteuse par rapport aux autres pays européens.

La taille de la Suisse est l'une des faiblesses les plus fréquemment citées quant au marché de l'audiovisuel : dans ce contexte, les différentes régions linguistiques sont considérées comme un désavantage, car elles fragmentent trop le marché et l'industrie audiovisuelle dans son ensemble se spécialise trop sur les divers marchés de ces régions linguistiques.

La petite taille du marché se reflète également sur la télévision : la SRG SSR est le seul groupe télévisuel (de droit public) qui agit comme mandant. Les très petites chaînes de télévision privées suisses n'ont pas les moyens de produire des séries et films de fiction (onéreux).

4.3 Forces et faiblesses de l'encouragement du cinéma suisse

Dans le cadre des entretiens, les acteurs du secteur ont d'abord été interrogés ouvertement sur les forces et les faiblesses de l'encouragement du cinéma suisse. Des questions

détaillées ont été ensuite posées pour évaluer les instruments et les structures d'encouragement. Le tableau 5 donne un aperçu des principales forces et faiblesses.

Tab. 5 : Forces et faiblesses de l'encouragement du cinéma suisse, 2023

Domaine	Forces	Faiblesses
Diversité	<ul style="list-style-type: none"> La répartition étendue des aides permet de réaliser de nombreux films même (plus) risqués dans les différentes régions linguistiques. 	<ul style="list-style-type: none"> Une production élevée conduit à une cannibalisation mutuelle et à un manque de réception des films en salles
Stratégie d'encouragement (OFC)	<ul style="list-style-type: none"> L'encouragement s'effectue au niveau du projet et non au niveau de l'entreprise (pas de subventions d'exploitation) 	<ul style="list-style-type: none"> Il n'existe pas de stratégie d'encouragement globale pour l'ensemble de la Suisse. Encouragement versé à trop de films « moyens » peu pertinents pour le public des cinémas ou des festivals « L'encouragement à l'arrosoir » complique le financement des grosses productions (Trop) focaliser sur le cinéma ne correspond pas (plus) aux évolutions du marché et aux comportements d'utilisation des médias
Encouragement sélectif (OFC)	<ul style="list-style-type: none"> La branche est impliquée dans le processus de prise de décision Moins sujet à l'arbitraire, car il repose sur l'accord d'un groupe de personnes au sein de commissions Renforcement de la création cinématographique « indépendante » 	<ul style="list-style-type: none"> La production et l'exploitation n'ont pas suffisamment de poids dans l'expertise du projet L'accent mis sur l'encouragement de petites entreprises/petits projets et de jeunes cinéastes empêche la création de structures de production professionnelles plus importantes Manque d'objectivité et de continuité, trop peu de spécialistes (établis) de la production et de la diffusion au sein des commissions d'expertise Le modèle de commission conduit à des compromis et à un manque de responsabilité Des décisions difficiles à comprendre et un manque d'échange entre requérants-es et experts-es. La possibilité d'une seconde demande entraîne le dépôt de projets trop peu développés
Succès Cinéma et PICS	<ul style="list-style-type: none"> Retours extrêmement positifs de la branche concernant le principe de base des modèles d'encouragement Succès Cinéma et PICS 	<ul style="list-style-type: none"> Le faible encouragement pour les salles de cinéma n'incite guère à projeter des films suisses Budget du PICS trop faible pour atteindre les objectifs (amener davantage de coproductions internationales en Suisse)
Forme organisationnelle (OFC)	<ul style="list-style-type: none"> Le rattachement avec l'administration fédérale garantit un niveau de sécurité relativement élevé en termes de stabilité budgétaire 	<ul style="list-style-type: none"> Manque de souplesse et d'agilité, l'administration ne peut pas suivre la forte dynamique du marché Principe d'annuités des crédits
Structures d'encouragement	<ul style="list-style-type: none"> Des encouragements nationaux et régionaux variés créent un financement stable 	<ul style="list-style-type: none"> De faibles niveaux d'harmonisation et d'automatisation rendent la planification difficile et les films peuvent être « bloqués » par certaines institutions d'encouragement Le « préfinancement » n'incite guère à se focaliser sur l'exploitation

Encouragement régional	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plus agile et plus rapide que l'OFC ▪ Zurich et Cinéforum mettent à disposition des ressources régionales relativement importantes ▪ L'encouragement automatique de Cinéforum est un exemple positif ▪ Augmentation de la diversité régionale et linguistique 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Concurrence et manque d'échange entre institutions d'encouragement ▪ TROP de projets (sous-financés) sont encouragés ▪ Les stratégies d'exploitation ne jouent qu'un rôle secondaire lors de l'expertise des projets
-------------------------------	--	--

Source : analyse Goldmedia 2023 basée sur des entretiens qualitatifs auprès de spécialistes.

Forces, notamment vis-à-vis de la promotion de la diversité, Succès Cinéma et PICS

D'après les acteurs du secteur interrogés, l'un des points forts de l'encouragement du cinéma suisse réside dans le fait que la répartition étendue des aides permet de créer de nombreux projets issus de différentes régions (linguistiques), ce qui contribue à la diversité. Cela encourage également de nombreux acteurs différents de l'industrie cinématographique.

L'encouragement lié au succès (Succès Cinéma ou Festival) et l'aide liée au site (promotion du site, PICS) sont considérés par les acteurs du secteur interrogés comme des instruments d'encouragement importants et efficaces. La PICS est considérée comme un instrument approprié pour soutenir l'ensemble de la branche et améliorer la planification des productions.

Le vaste réseau d'encouragements nationaux et régionaux crée un « apport » d'aides stable, les acteurs régionaux étant perçus comme plus agiles et plus rapides.

Un grand avantage en ce qui concerne l'implantation de l'encouragement national du cinéma au sein de l'administration (par opposition à l'institut cinématographique) est la plus grande stabilité (perçue) des budgets d'encouragement. Il convient à cet effet de noter que les aides allouées dans le budget fédéral sont soumises à des contrôles réguliers et ne peuvent pas être considérées comme fiables sur le long terme.

Faiblesses, notamment en termes de stratégie d'encouragement, de structures d'encouragement et de visibilité

La faible réception des œuvres cinématographiques suisses est considérée comme une faiblesse. Les films qui ne toucheraient qu'un petit public ne serviraient qu'une fin en soi et ne parviendraient pas à atteindre l'objectif de l'encouragement à la diversité. La faible fréquentation des cinémas serait principalement due aux raisons suivantes : (a) l'orientation excessive de l'encouragement sur les œuvres cinématographiques, ce qui ne correspond plus à la réalité du marché, (b) la répartition des aides, qui complique le financement de grandes productions (de haute qualité) et conduit à une production élevée des œuvres cinématographiques qui se cannibalisent mutuellement, ainsi que (c) l'attention insuffisante portée à l'exploitation, tant en termes de montant et de répartition des aides que lors de l'expertise des projets.

Dans l'ensemble, le modèle et le processus d'examen de l'encouragement sélectif ont été perçus plutôt négativement : le modèle A/B et la composition des commissions basée sur la disponibilité de leurs membres empêchent également une certaine continuité et professionnalisation. Le modèle de commission conduit également à des compromis et à un manque de responsabilité. De plus, les producteurs et distributeurs (établis) seraient absents des commissions.

La conception des modèles d'encouragement de Succès Cinéma et PICS est généralement perçue positivement. Cependant, leurs ressources financières insuffisantes sont critiquées, ce qui signifie que les instruments d'encouragement ne peuvent avoir qu'une efficacité limitée. Par ailleurs, le calcul des bonifications de Succès Cinéma devrait être revu : d'une part, il existe un déséquilibre entre la prise en compte de la participation aux festivals et celle du nombre d'entrées en salles. D'autre part, les chiffres du streaming et de la TV ne sont pas du tout pris en compte. Les incitations pour les exploitants de salles de cinéma à projeter des films suisses sont considérées comme trop faibles en raison du plafond budgétaire et des modalités de versement.

En ce qui concerne la forme organisationnelle, les personnes interrogées estiment que l'OFC ne peut pas réagir de manière suffisamment flexible et agile aux variations du marché en raison de sa situation au sein de l'administration fédérale. En raison de sa forme juridique, l'encouragement du cinéma s'inscrit dans un cadre trop étroit et les changements (nécessaires), comme la suppression du principe d'annuités, ne sont pas possibles ou seulement au prix de beaucoup d'efforts et de temps.

Même si la diversité de l'encouragement est considérée comme une force, le paysage des encouragements est globalement trop fragmenté. Pour un pays aussi petit que la Suisse, les personnes interrogées estiment qu'il existe trop de partenaires d'encouragement différents, chacun disposant de ressources financières limitées, de sorte qu'un projet implique souvent plusieurs institutions d'encouragement (régionales), dont certaines se font concurrence. En outre, il existe un potentiel d'amélioration en termes de collaboration et d'harmonisation des structures et des processus ainsi que d'automatisation de l'encouragement.

4.4 Opportunités et menaces de l'encouragement suisse du cinéma

Pour terminer, les spécialistes ont été interrogés sur les opportunités et les risques pour le marché audiovisuel suisse et l'encouragement du cinéma. Une synthèse est présentée dans le Tab. 6 :

Tab. 6 : Opportunités et menaces de l'encouragement suisse du cinéma, 2023

Domaine	Opportunités	Menaces
Coopération internationale et localisation en Suisse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'élargissement des mesures d'incitation économiques peut contribuer à renforcer la Suisse en tant que lieu de tournage. ▪ Une coopération internationale accrue apporte (plus) de savoir-faire externe sur le marché ▪ Positionnement grâce à des compétences technologiques ▪ La production audiovisuelle peut augmenter le potentiel en termes de main-d'œuvre, de tourisme, d'image, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En raison du faible niveau d'incitation et des coûts élevés, la Suisse risque de perdre en compétitivité par rapport aux autres pays. ▪ Émigration de jeunes talents suisses en raison d'une faible coopération/résonance internationale
Diversité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les régions linguistiques offrent du potentiel sur de nombreux marchés internationaux ▪ Diversification de l'accès au marché international grâce à des partenariats internationaux 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En raison du mauvais accueil réservé aux œuvres cinématographiques suisses, l'objectif de l'encouragement à la diversité n'est en réalité que partiellement atteint. Si l'OFC ne change pas sa stratégie d'encouragement, la pertinence et l'efficacité de l'encouragement pourraient continuer à décliner.
Streaming	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les obligations d'investissement pour les services de streaming peuvent conduire à une augmentation permanente des volumes d'investissement et de production 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Forte pression concurrentielle dans l'offre de plateformes mondiales de VoD ▪ Les services de streaming déterminent la visibilité des films sur leurs plateformes

Utilisation des médias	<ul style="list-style-type: none"> La délinéarisation favorise l'exploitation internationale, la collaboration et les échanges culturels 	<ul style="list-style-type: none"> Le cinéma et la télévision (linéaire) continuent de perdre de leur importance en raison de l'évolution des comportements d'utilisation des médias Le focus de l'encouragement sur le cinéma correspond de moins en moins aux habitudes des spectateurs (les encouragements passent à côté des besoins)
Innovation	<ul style="list-style-type: none"> Création de formats innovants pour le renouvellement du médium « film », p. ex. grâce à des synergies avec l'encouragement fédéral à l'innovation, la science et la recherche 	
SRG SSR		<ul style="list-style-type: none"> L'initiative de réduction du financement de la radiodiffusion publique peut entraîner une réduction du volume d'encouragement ou des œuvres de commandes

Source : Analyse Goldmedia 2023 basée sur des entretiens qualitatifs auprès de spécialistes.

Opportunités, notamment en termes d'aide liée au site (promotion des tournages) et d'internationalisation

Le renforcement de l'aide liée au site (économique) peut contribuer non seulement à renforcer le marché audiovisuel suisse, mais également à accroître le potentiel de main-d'œuvre, le tourisme et l'image de la Suisse. La forte position de la Suisse en matière d'innovations et de prestations techniques haut de gamme dans le secteur cinématographique offre un potentiel supérieur de profilage en tant que site technologique, p. ex. dans des studios virtuels.

La diversité linguistique de la Suisse offre un potentiel d'exploitation pour le marché audiovisuel sur de nombreux marchés internationaux, notamment dans les grands pays voisins, l'Allemagne, la France et l'Italie. Les partenariats internationaux donnent à la Suisse la possibilité de diversifier son accès au marché cinématographique mondial et d'introduire un savoir-faire externe sur le marché national de la production.

Dans ce contexte, l'utilisation non linéaire croissante du contenu audiovisuel présente également des opportunités. Les œuvres peuvent ainsi être plus facilement exploitées à l'échelle internationale et rendues accessibles à un public plus large, ce qui peut accroître la notoriété du film suisse et favoriser les échanges culturels.

L'obligation d'investissement de 4 % du revenu brut annuel généré en Suisse, qui existe depuis 2024 pour les services de streaming et les services de télévision avec fenêtres publicitaires suisses, peut garantir une augmentation à long terme des volumes d'investissement et de production ainsi que la compétitivité de la Suisse à l'international.

Grâce à des synergies (p. ex. avec d'autres encouragements à l'innovation de la Confédération ou le financement de la science et de la recherche suisses), le marché suisse de l'audiovisuel a la possibilité de redéfinir le médium « film » au travers de formats innovants.

Menaces, notamment en termes de compétitivité et d'utilisation des médias

En raison de la faible incitation financière (PICS) et des coûts de production élevés, la Suisse risque de perdre davantage en compétitivité en tant que site de production par rapport à d'autres pays. En outre, le faible niveau de coopération et de résonance à l'international peut aggraver l'exode des jeunes talents suisses, notamment vers les pays voisins forts (« fuite des cerveaux »).

Il existe une forte pression concurrentielle des plateformes de streaming internationales. Les productions suisses sont en concurrence avec un grand nombre de productions du monde entier, dont la visibilité est déterminée par les services.

Compte tenu de la faible réception des films suisses dans les salles de cinéma, l'objectif d'encouragement à la diversité culturelle et linguistique n'est en réalité que partiellement atteint. En raison de l'évolution des comportements d'utilisation des médias, le cinéma et la télévision (linéaire) perdent de plus en plus d'importance. Dans ce contexte, l'encouragement du cinéma suisse, fortement axé sur les œuvres cinématographiques, risque de perdre en pertinence, en efficacité et en acceptation.

Comme il n'existe actuellement aucun autre mandant important dans le domaine de la télévision (privée) en Suisse en dehors de la SRG SSR, l'initiative d'une réduction de la redevance pour la radiodiffusion publique menace le volume des commandes et des aides affluant vers le marché audiovisuel.¹¹⁷

4.5 Synthèse intermédiaire : analyse SWOT

Voici un récapitulatif des résultats de l'analyse SWOT de l'encouragement du cinéma suisse :

- **Strengths (forces) :** le paysage audiovisuel suisse bénéficie d'une situation économique stable et d'une infrastructure bien développée. Ces conditions-cadres permettent une production efficace et de haute qualité. Les secteurs du film documentaire et du film publicitaire sont particulièrement forts. La flexibilité et le professionnalisme des équipes de tournage ainsi que la grande diversification du paysage audiovisuel contribuent à la compétitivité du marché audiovisuel suisse. L'étroite coopération entre mandants et syndicats ainsi que les conditions de travail stables apparaissent également comme des aspects positifs.
- **Weaknesses (faiblesses) :** les coûts de production élevés en Suisse, dus aux salaires élevés et à la force du franc, représentent une faiblesse importante. La fragmentation du marché due aux différentes régions linguistiques conduit à une taille de marché limitée et rend la coopération nationale plus difficile. En outre, l'encouragement du cinéma est perçu comme étant trop axé sur les œuvres cinématographiques et n'étant plus en adéquation avec son époque. La large répartition des encouragements mène à une production élevée, mais sans visibilité et réception suffisantes des films, ce qui compromet quelque peu l'objectif d'encouragement de la diversité. Le manque d'harmonisation et d'automatisation des structures d'encouragement rend également difficile la planification et l'efficacité des mesures d'encouragement.
- **Opportunities (opportunités) :** la coopération internationale et le renforcement de la promotion du site offrent des opportunités significatives pour le marché audiovisuel suisse. Grâce à des mesures d'incitation ciblées, la Suisse peut renforcer sa position comme lieu de tournage et promouvoir une coopération internationale apportant davantage de savoir-faire et de ressources. La diversité linguistique de

¹¹⁷ SRG SSR (2023) : La SSR salue le rejet de l'initiative « 200 francs, ça suffit » par le Conseil fédéral mais est préoccupée par les conséquences d'une réduction annoncée de la redevance média. Communiqué de presse du 8.11.2023.

la Suisse ouvre un potentiel pour une large exploitation à l'international, notamment dans les pays voisins. Le recours croissant aux services de streaming permet de rendre les films suisses accessibles à un public international et de favoriser les échanges culturels. Les encouragements à l'innovation et les synergies avec la science et la recherche peuvent également produire de nouveaux formats et technologies créatifs.

- Threats (menaces) : les coûts de production élevés et les incitations faibles pourraient encore réduire la compétitivité de la Suisse par rapport aux autres pays. Une résonance et une coopération internationales insuffisantes pourraient conduire à une fuite des talents. La forte pression concurrentielle des plateformes mondiales de streaming et la détermination de la visibilité par les distributeurs font courir un risque aux productions suisses : celui de se retrouver noyées dans l'offre internationale. En outre, l'accent mis sur l'encouragement pour les œuvres cinématographiques pourrait réduire encore davantage la pertinence et l'efficacité de l'encouragement, compte tenu de l'évolution des comportements d'utilisation des médias. Enfin, la possible réduction du financement du service public audiovisuel menace le volume d'encouragement et la situation des commandes sur le marché audiovisuel suisse.

Fig. 24 : Analyse SWOT : tour d'horizon des principales forces et faiblesses ainsi que des opportunités et des menaces, 2023

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ De nombreux films peuvent être créés, renforçant ainsi le cinéma « indépendant » ▪ Encouragement sélectif : par projet (et non par entreprise), les projets sont sélectionnés indirectement par la branche via les commissions ▪ Le modèle de commission réduit le risque d'arbitraire ▪ Retours positifs sur les mesures d'encouragement du PICS et de Succès Cinéma ▪ Sécurité budgétaire (OFC) grâce à l'implantation dans l'administration ▪ Budgets d'encouragement stables ▪ Encouragements régionaux : plus agiles et plus rapides que l'encouragement fédéral, l'encouragement automatique de Cinéforum en est un exemple positif 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Faible réception et cannibalisation mutuelle en raison d'un nombre de sorties élevé ▪ L'accent est (trop) mis sur les œuvres cinématographiques et les jeunes talents ▪ Le « principe de l'arrosoir » rend difficile le financement des grosses productions ▪ La production et l'exploitation pas suffisamment valorisé ▪ Modèle de commission (composition, objectivité, communication, etc.) ▪ Deuxième dépôt ▪ PICS et Succès Cinéma : des budgets trop faibles pour atteindre les objectifs ▪ Forme organisationnelle : peu flexible et agile, principe d'annuités ▪ Structures d'encouragement : manque d'harmonisation et d'automatisation, concurrence entre encouragements régionaux

OPPORTUNITÉS

- Renforcement de l'aide aux tournages grâce à l'élargissement des mesures d'incitation, offre également un potentiel pour le personnel, le tourisme, l'image, etc.
- Savoir-faire externe grâce à la coopération internationale
- Positionnement en tant que pôle de compétence technologique
- Les régions linguistiques et la délinéarisation offrent du potentiel sur de nombreux marchés internationaux
- Augmentation du volume de production grâce à l'obligation d'investissement
- Utilisation de synergies avec l'encouragement à l'innovation, la science et la recherche

MENACES

- Perte croissante de compétitivité à l'international si les incitations ne sont pas développées
- Fuite des talents en raison d'un manque de résonance et de coopération internationale
- Perte de pertinence et d'acceptation de l'encouragement s'il n'est pas adapté aux évolutions du marché et à l'usage des médias
- Forte pression concurrentielle parmi les fournisseurs de streaming internationaux, visibilité
- Menace d'une baisse du volume des commandes pour la télévision

Source : analyse Goldmedia 2023 basée sur des entretiens qualitatifs auprès de spécialistes.

5 L'encouragement du cinéma suisse comparé à d'autres pays

5.1 Sélection des pays à comparer et notes méthodologiques

Pour la comparaison de l'encouragement du cinéma suisse avec l'international, la Belgique, le Danemark, l'Autriche et l'Allemagne ont été utilisés comme pays de comparaison.¹¹⁸ Les pays examinés ont été sélectionnés parce qu'ils ont une taille de marché similaire à celle de la Suisse, possèdent plusieurs régions linguistiques et/ou disposent de structures d'encouragement (efficaces) dont pourrait s'inspirer la Suisse. Les pays de comparaison ont été sélectionnés en étroite coordination avec le mandant et le Sounding Board ainsi que sur la base d'entretiens avec des spécialistes¹¹⁹.

Tab. 7 : Comparaison de l'encouragement du cinéma suisse avec les marchés étrangers

Pays de comparaison	Principes de sélection
Belgique	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plusieurs régions linguistiques ▪ Régionalité (Wallonie / Flandre) ▪ Aide incitative importante (Tax Shelter) ▪ Taille du marché comparable ▪ Taille du pays comparable (population en 2022 : 11,6 millions)
Danemark	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Très grand succès national et international des films ▪ Part de marché nationale plus élevée ▪ Système d'intendant (par opposition au système de commission en Suisse) ▪ Obligation d'investissement prévue pour les géants du streaming (« New media agreement » 2022-2025)
Allemagne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Régionalité ▪ Régime d'encouragement différencié du cinéma (encouragement de projets, de référence et d'incitation, encouragements régionaux et fédéraux, encouragement de programmes pour différentes plateformes) ▪ Une réforme globale du régime d'encouragement du cinéma est prévue
Autriche¹²⁰	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nouvelle loi sur l'encouragement au tournage comprenant un amendement à la loi sur l'encouragement du cinéma à partir de 2023 ▪ Un encouragement incitatif important avec les nouveaux programmes d'encouragement FISA+ et ÖFI+ ▪ Taille du marché comparable ▪ Taille du pays comparable (population en 2022 : 9,0 millions)

Source : Analyse Goldmedia 2023

¹¹⁸ Bien que la France soit l'un des pays de coproduction les plus importants pour la Suisse, son régime d'encouragement du cinéma est si important et si unique qu'elle n'a pas été choisie comme pays de comparaison.

¹¹⁹ Au cours des entretiens, les spécialistes ont été interrogés sur les régimes d'encouragement d'autres pays européens qui pourraient servir de modèle à la Suisse.

¹²⁰ En Autriche, une version revisitée du régime d'encouragement du cinéma a été introduite en 2023, entraînant une modification de la situation du marché (à partir de fin 2023 / début 2024). À des fins de comparaison avec l'international, cette étude utilise principalement les données de l'année 2022, c'est pourquoi le nouveau régime d'encouragement autrichien n'est pas présenté ici.

Afin de compenser les différences (notamment en termes de population et de taille du marché), des chiffres clés (p. ex., par habitant ou par film) sont souvent calculés dans le cadre des comparaisons de pays suivantes.

Afin de garantir la comparabilité des valeurs économiques, les indicateurs dépendants des devises nationales ont en outre été ajustés en fonction du pouvoir d'achat selon les parités de pouvoir d'achat (PPA) de l'UE-27¹²¹. Tous les pays de comparaison se situent au-dessus de la moyenne de l'UE-27, de sorte que les valeurs absolues sont réduites pour tous les pays après ajustement en fonction du pouvoir d'achat. En raison du niveau élevé des prix, c'est en Suisse que l'ajustement en fonction du pouvoir d'achat a le plus grand impact. Toutefois, l'ajustement en fonction du pouvoir d'achat doit être considéré avec réserve parce qu'il suppose que tous les montants (des encouragements) sont uniquement dépensés au niveau national.

La conversion des devises en euros pour la Suisse (CHF) et le Danemark (DKK) a été effectuée selon les taux de change en vigueur au 30 décembre de l'année concernée.

5.2 Structures d'encouragement

Si l'on examine les structures d'encouragement des cinq pays (y compris la Suisse), on constate de nombreux parallèles et similitudes (pour un aperçu des structures d'encouragement, voir l'annexe, Tab. 12) :

- Dans tous les États comparés, il existe des encouragements au niveau fédéral et régional.
- Tous les régimes d'encouragement disposent d'encouragements sélectifs, dans lequel un comité ou un intendant attribue un montant d'encouragement en fonction du scénario, du casting et du budget, ainsi qu'un encouragement automatique lié au succès (entrées au cinéma, invitations, nominations et récompenses aux festivals) ou sur la base d'un effet économique régional (encouragement incitatif).
- Les chaînes de télévision et les services de streaming sont impliqués en tant que donateurs dans les cinq régimes d'encouragement du cinéma. Cependant, les modèles sont très différents : certains États obligent les chaînes de télévision et les services de streaming à payer des redevances cinématographiques, qui entrent dans l'encouragement. D'autres les contraignent à investir, comme la Suisse avec le Pacte de l'audiovisuel (télévision) et l'obligation d'investissement pour les services de streaming et de télévision.
- L'organisation de l'attribution des fonds varie. En Suisse, au niveau fédéral, cela relève de l'administration publique et non, comme dans les autres pays de comparaison, (aussi) d'une institution indépendante d'encouragement du cinéma. Dans la plupart des autres pays, les commissions sont également l'un des moyens d'attribuer les encouragements sélectifs.

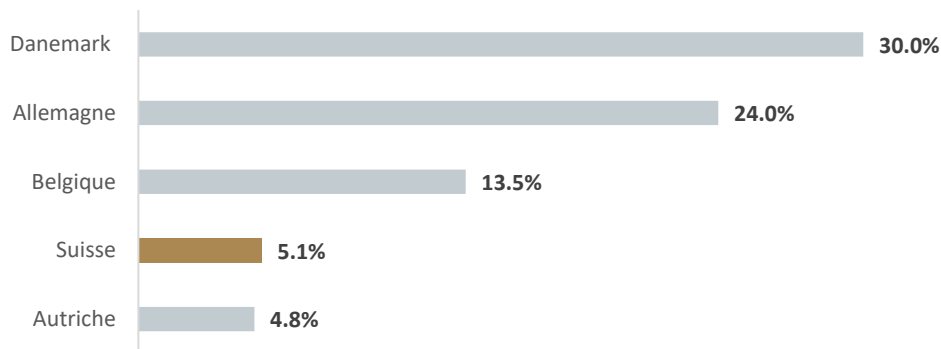
¹²¹ Eurostat (2024) : Niveaux des prix comparés 2022.

5.3 Production d'œuvres cinématographiques

Parts de marché et production

À l'instar de l'Autriche, la Suisse ne détient qu'une faible part de marché avec ses œuvres cinématographiques nationales contrairement au Danemark, à l'Allemagne et à la Belgique (voir Fig. 25). La part de marché au Danemark est six fois supérieure et en Belgique, elle est presque encore trois fois supérieure. Les trois industries cinématographiques mentionnées ici sont en concurrence avec les productions des pays voisins ; toutefois, la concurrence du cinéma suisse en France, en Italie et en Allemagne est plus forte et plus diversifiée que la concurrence scandinave au Danemark et que la concurrence française et néerlandaise en Belgique. Même dans une comparaison paneuropéenne avec tous les États membres de l'UE, la part de marché nationale des œuvres cinématographiques suisses est très faible.¹²²

Fig. 25 : Part de marché des œuvres cinématographiques nationales (hors coproductions minoritaires), 2022

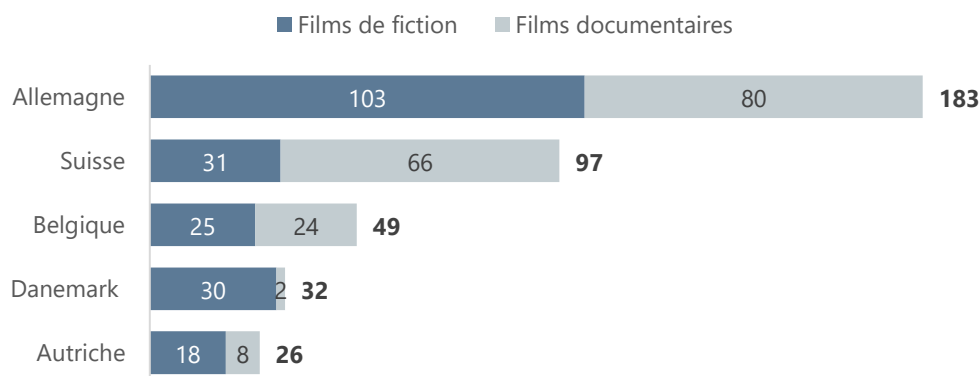


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFS (2024) : Statistique du film et du cinéma. Part de marché par pays d'origine des films ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Données internes ; CCA (2023) : Bilan 2022 ; VAF (2023) : Jaarverslag 2022 ; ÖFI (2023) : Données internes.

Cela n'est cependant pas dû à un manque d'offre: après l'Allemagne, la Suisse possède la deuxième plus grande production d'œuvres cinématographiques (voir Fig. 26). Malgré la taille très différente du marché, presque autant de documentaires nationaux sont projetés dans les cinémas suisses qu'en Allemagne. Ce chiffre est particulièrement frappant si on le compare à la production documentaire de la Belgique, du Danemark et de l'Autriche. Ce n'est pas un hasard : ce résultat est fortement influencé par l'encouragement dans ces cinq États, car la grande majorité des films nationaux projetés dans les cinémas en ont reçu un (national et/ou régional).

¹²² EAO Yearbook (2022) : FILM-MS Cinema admissions - Market shares by origin (2017-2021).

Fig. 26 : Nombre de sorties d'œuvres cinématographiques nationales (hors co-productions minoritaires), 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Données internes ; CCA (2023) : Bilan 2022 ; VAF (2023) : Jaarverslag 2022 ; Verein Film Austria (2024) : Kinostart 2022.

La particularité du paysage cinématographique suisse est que, par rapport à un marché relativement restreint, de nombreux films suisses se disputent le même public. Cela peut également se justifier par la nécessité de produire pour les différentes régions linguistiques de Suisse. Cette concurrence dans les salles, renforcée par la politique d'encouragement, pourrait contribuer au fait que le nombre d'entrées en salles des films suisses est généralement inférieur à 10 000 (voir annexe, Tab. 13).

La concurrence au cinéma est plus forte que p. ex. sur un service de VoD car le nombre de salles de cinéma et de plages horaires par lieu est plus limité.

Encouragement à la production d'œuvres cinématographiques

Selon les données ajustées en fonction du pouvoir d'achat, la Suisse se situe au même niveau que l'Autriche et le Danemark pour ce qui est de l'encouragement global à la production cinématographique (incitations et coproductions minoritaires incluses) (voir Fig. 27). La Belgique verse au total environ 10 millions d'euros d'encouragement supplémentaires, mais les incitations avec avantages fiscaux (Tax Shelter) représentent près de la moitié (44 %) de l'encouragement global.

Fig. 27 : Montant total de l'encouragement à la production d'œuvres cinématographiques (valeur absolue)*, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022

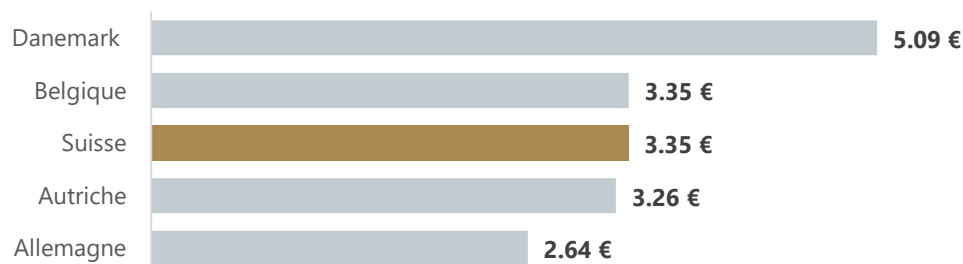


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données in-

ternes ; VAF (2023) : Données internes ; Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. * incitations et coproductions minoritaires incluses, hors Pacte de la SRG SSR (Suisse), hors ORF Film/Fernseh-Abkommen (Autriche).

La Suisse encourage les œuvres cinématographiques à hauteur de 3,35 euros par habitant (montant ajusté en fonction du pouvoir d'achat) et se situe, avec la Belgique, dans la moyenne, devant l'Allemagne et l'Autriche et derrière le Danemark (voir Fig. 28).

Fig. 28 : Montant total de l'encouragement à la production d'œuvres cinématographiques par habitant*, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022

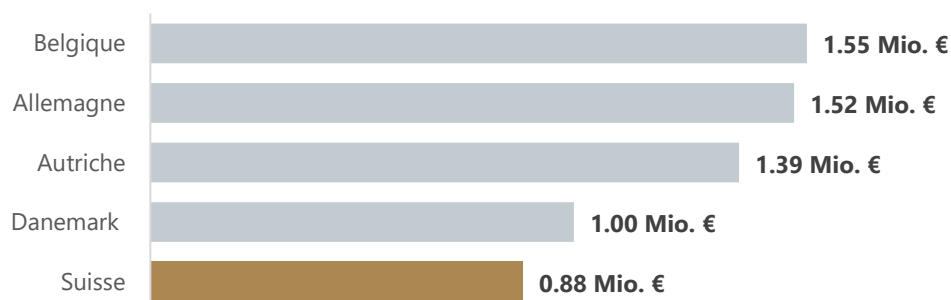


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. * incitations et coproductions minoritaires incluses, hors Pacte de la SRG SSR (Suisse), hors ORF Film/Fernseh-Abkommen (Autriche).

Répartition des aides

Même si la Suisse ne verse pas moins d'encouragements que la Belgique p. ex., la stratégie d'encouragement de la Suisse fait que les montants des aides sont répartis sur un plus grand nombre de films (voir Fig. 29).

Fig. 29 : Montant moyen de l'encouragement par œuvre de fiction*, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. * incitations et coproductions minoritaires incluses, hors Pacte de la SRG SSR (Suisse), hors ORF Film/Fernseh-Abkommen (Autriche).

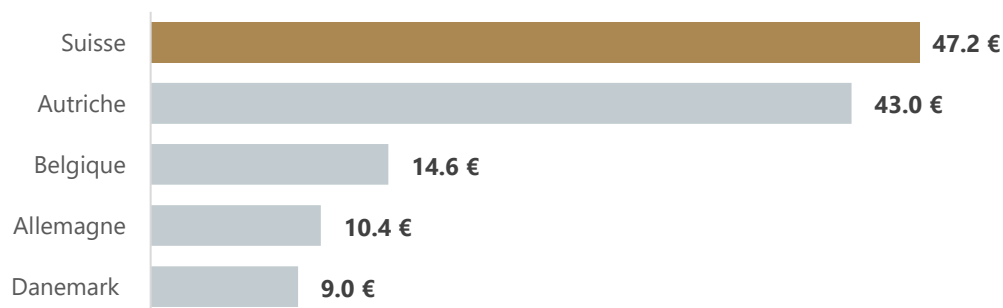
Par conséquent, les budgets moyens d'encouragement par film en Suisse sont nettement inférieurs à ceux des pays comparés, ajustés en fonction du pouvoir d'achat. C'est également le cas pour les documentaires, dont le montant moyen de l'encouragement

n'est inférieur qu'en Autriche. Au lieu de soutenir moins de films de manière plus conséquente, on en soutien plus avec des montants plus faibles, ce qui s'explique également par la fragmentation du marché et le multilinguisme en Suisse.

À cela s'ajoute le fait qu'au Danemark, du moins, le nombre nettement inférieur de projets de films (par rapport à la Suisse) peut ainsi être accompagné et encouragé de manière plus importante en raison du modèle d'intendance, depuis l'élaboration du scénario jusqu'à la distribution.¹²³

Le subventionnement des films nationaux (parmi lesquels les coproductions internationales financées par la Suisse) par ticket de cinéma vendu en Suisse est élevé. La Suisse dépense environ 47 euros par entrée pour une œuvre cinématographique nationale (2022 : 620 000 entrées ; coproductions minoritaires incluses) (donnée ajustée en fonction du pouvoir d'achat). À l'instar de la Suisse, le Danemark a dépensé au total environ 29 millions d'euros pour soutenir la production d'œuvres cinématographiques en 2022, mais n'a subventionné un ticket de cinéma pour un film national qu'à hauteur de 9 euros (voir Fig. 30).

Fig. 30 : Encouragement à la production d'œuvres cinématographiques par entrée (films nationaux)*, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. * incitations et coproductions minoritaires incluses, hors Pacte de la SRG SSR (Suisse), hors ORF Film/Fernseh-Abkommen (Autriche).

Si l'on combine le rendement des productions cinématographiques (généralement encouragées) avec les résultats de ces films au box-office (efficacité de l'encouragement), 1 euro d'aide génère 0,19 euro au box-office suisse (2022). Le Danemark obtient le plus grand effet d'efficacité avec des recettes cinématographiques de 1,02 euro par euro d'aide. En Autriche, ce chiffre est de 0,23 euro, en Belgique de 0,64 euro et en Allemagne de 0,81 euro par euro d'aide.¹²⁴

¹²³ Plus de détails sur les différences entre les modèles d'intendance et de commission : Schmid (2018) : Un ou beaucoup, telle est la question. Soutien au cinéma, le système d'évaluation suisse en comparaison européenne.

¹²⁴ Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse en 2022 ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. Remarques méthodologiques : les calculs incluent les incitations et les coproductions minoritaires, hors Pacte de la SRG SSR (Suisse), hors ORF Film/Fernseh-Abkommen (Autriche). Pour le calcul, l'encouragement total de la production cinématographique a été rapporté aux recettes en salles des films encouragés.

5.4 Aide aux films de cinéma par les chaînes de télévision

Les chaînes de télévision peuvent contribuer au financement des productions cinématographiques de différentes manières : elles peuvent (a) contribuer à l'encouragement du cinéma. En Allemagne p. ex., les chaînes de télévision sont obligées de reverser une partie de leur chiffre d'affaires ou des financements de leurs programmes à l'organisme d'encouragement du cinéma, la Filmförderungsanstalt (FFA). En outre, les chaînes publiques et privées participent au financement des encouragements des Länder. Les aides ainsi générées sont distribuées par l'institution d'encouragement elle-même et, en échange, les chaînes reçoivent des droits de diffusion pour les films encouragés.

L'autre possibilité (b) est que les chaînes sont légalement tenues d'investir une partie de leurs dépenses de programmation dans l'achat de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques. Cette obligation d'investissement conduit indirectement à soutenir la production d'œuvres cinématographiques. La part des subventions est plus ou moins élevée selon que les droits de diffusion acquis ont de la valeur, p. ex. si ces films sont aptes à être diffusés à la télévision et dans quelle mesure la chaîne de télévision cofinancante participe aux recettes supplémentaires du film.

Les deux possibilités ne peuvent par conséquent être comparées que de manière très limitée. Si, p. ex., les droits de diffusion acquis correspondaient entièrement à la valeur marchande des droits de diffusion des coproductions cinématographiques, les redevances allouées pour l'acquisition des droits de diffusion ne constitueraient pas dans ce cas une subvention. On pourrait tout au plus parler d'un effet incitatif.

Avec le Pacte de l'audiovisuel, la SRG SSR s'engage à investir dans le cinéma. En contrepartie, elle perçoit des droits de diffusion et des droits de participation (y compris sur les recettes d'autres exploitations en salles, les sorties DVD, etc.). Si l'on suppose que les droits acquis et les droits de participation ont une certaine valeur, la part d'encouragement pur de la SRG SSR dans la production cinématographique en Suisse est inférieure au montant d'investissement de 8 millions de francs alloués chaque année par la SRG SSR aux productions cinématographiques.

En 2022, la part moyenne de cofinancement d'une chaîne de télévision en Suisse (telle que la SRG SSR) s'est élevée à 16 %.¹²⁵ Les chaînes de télévision allemandes investissent – à l'instar de la SRG SSR pour acquérir certains droits d'utilisation – à hauteur d'au moins 30 millions d'euros dans les œuvres cinématographiques.¹²⁶ À cela s'ajoutent des versements directs des chaînes de télévision dans les encouragements au niveau fédéral et des Länder d'un montant d'environ 75 millions d'euros.¹²⁷ Converti en francs suisses et ajusté en fonction du pouvoir d'achat, l'investissement total par habitant serait ainsi environ deux fois plus élevé qu'en Suisse. Il convient toutefois de tenir compte du fait que les ressources financières des chaînes publiques allemandes par habitant sont supérieures à celles de la SRG SSR, mais aussi du fait que les chaînes privées allemandes investissent dans la production d'œuvres cinématographiques, quoique dans une bien

¹²⁵ OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022.

¹²⁶ Analyse Goldmedia d'après ARD (2023) : ARD-Produzentenbericht für das Jahr 2022 ; ZDF (2023) : Angaben zum Beschaffungsaufwand ; SPIO (2023) : Filmstatistisches Jahrbuch 2023. Les investissements de ProSiebenSat.1, RTL et Sky ne sont pas inclus.

¹²⁷ FFA (2023) : Evaluierungsbericht der FFA zur Entwicklung des Abgabeaufkommens vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Situation des Filmmarktes in Deutschland gemäß § 171 Abs. 1 FFG.

moindre mesure que les chaînes publiques, et soutiennent les institutions d'encouragement du cinéma — ce que les chaînes de télévision privées suisses (dont le chiffre d'affaires est nettement inférieur) ne sont pas en mesure de faire.

5.5 Aide à la distribution et promotion des films à l'étranger

En matière d'aide à la distribution des films suisses au niveau national, la Suisse se situe dans la moyenne si l'on rapporte le total au nombre d'habitants (voir Fig. 31).

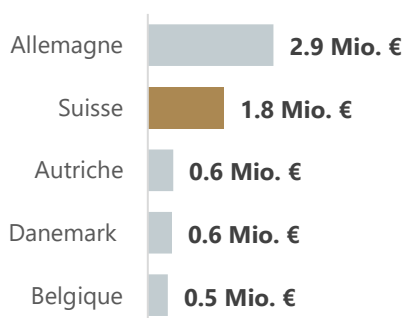
Fig. 31 : Encouragement à la distribution des films nationaux sur le territoire suisse* (cinéma, VoD, DVD), total et par habitant, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Facts & Figures 2022 ; Zürcher Filmstiftung (2023) ; Cinéforum (2023) ; Pro cinéma Berne (2022), Canton de Bâle-Ville (2024), Canton de Lucerne (2024), Aargauer Kuratorium (2023), Canton de Saint-Gall (2024) ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; ÖFI (2023) : Tätigkeitsbericht 2022 ; Filmfonds Wien (2023) : Jahresbericht 2022. * Marketing inclus, hors prestations médiatiques/aides liées à la pandémie de coronavirus.

La Suisse occupe une position d'avant-garde en matière de dépenses consacrées à la promotion des films suisses à l'étranger (voir Fig. 32).

Fig. 32 : Promotion des films nationaux à l'étranger*, ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022

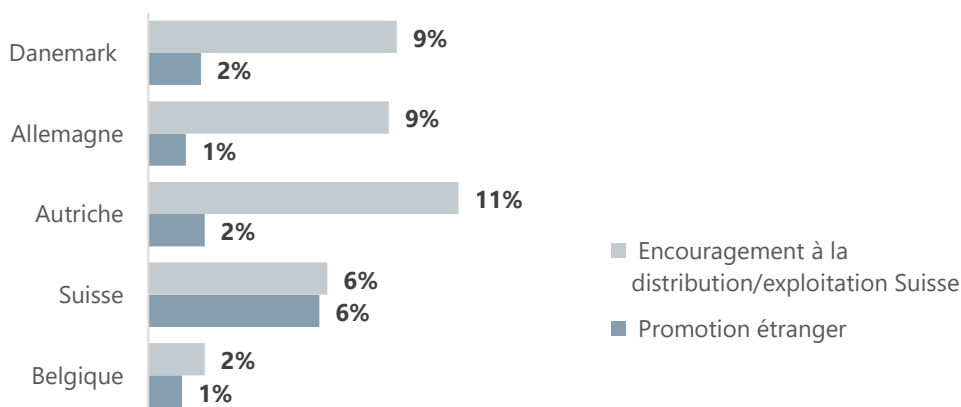


Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après OBT SA (2023) : Rapport de l'organe de révision [...] 2022 ; DFI (2023) : Données internes ; German Films (2023) : Jahresbericht 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; ÖFI (2023) : Tätigkeitsbericht 2022 ; Filmfonds Wien (2023) : Jahresbericht 2022. * Budget lié au projet uniquement, hors dépenses administratives, encouragement à l'exportation inclus.

Une comparaison entre les pays montre que la Suisse dépense relativement peu pour son encouragement à la distribution sur son territoire. Ce montant est à peu près au même niveau que celui des dépenses pour la promotion des films à l'étranger (voir Fig.

33). Cette politique d'encouragement pourrait s'expliquer par le fait que la Suisse multilingue se considère dans une position plus forte pour produire du contenu destiné au marché international.

Fig. 33 : Rapport entre l'encouragement à la distribution/diffusion sur le territoire national et la promotion à l'étranger pour l'encouragement à la production d'œuvres cinématographiques, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023. Encouragement à la distribution/diffusion en Suisse d'après l'OFC (2023) : Facts & Figures 2022 ; Zürcher Filmstiftung (2023) ; Cinéforum (2023) ; Pro cinéma Berne (2022), Canton de Bâle-Ville (2024), Canton de Lucerne (2024), Aargauer Kuratorium (2023), Canton de Saint-Gall (2024) ; DFI (2023) : Facts and Figures 2023 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; ÖFI (2023) : Tätigkeitsbericht 2022 ; Filmfonds Wien (2023) : Jahresbericht 2022. * Marketing inclus, hors prestations médiatiques/aides liées à la pandémie de coronavirus. Promotion à l'étranger d'après OBT SA (2023) : Rapport de l'organe de révision [...] 2022 ; DFI (2023) : Données internes ; German Films (2023) : Jahresbericht 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; ÖFI (2023) : Tätigkeitsbericht 2022 ; Filmfonds Wien (2023) : Jahresbericht 2022.

5.6 Aide liée au site (aides aux tournages)

L'encouragement du cinéma est également utilisé dans le monde entier pour renforcer ses lieux de tournage. Le taux de l'encouragement du cinéma en tant qu'aide liée au site est limitée par l'UE, par le biais de ce que l'on appelle la communication sur le cinéma, à 80 % des coûts de production et à certains plafonds d'encouragement par rapport aux coûts totaux de production.¹²⁸

« Le nouveau programme de promotion de l'investissement de la cinématographie en Suisse (PICS) est, avec l'aide sélective et l'aide liée au succès le troisième pilier de l'encouragement du cinéma par la Confédération. Le PICS permettra de réaliser davantage de prestations en Suisse lors de la production de films et d'attirer des productions de l'étranger dans notre pays. Davantage de jours de tournage en Suisse ne signifient pas seulement une plus-value pour les entreprises audiovisuelles associées, mais aussi un renforcement en général de la place économique suisse. »¹²⁹

¹²⁸ Journal officiel de l'Union européenne (2013) : Communication de la Commission sur les aides d'État en faveur des œuvres cinématographiques et autres œuvres audiovisuelles (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), (2013/C 332/01), en particulier les points 5.1 et 5.2.

¹²⁹ OFC (sans indication de l'année) : Politique culturelle de l'Office fédéral de la culture pendant la période 2016 à 2020 ; Les nouveautés dans le domaine de l'encouragement du cinéma : la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS), p. 1.

Des encouragements similaires, axés sur l'aide liée au site, comme le Deutschen Filmförderfonds (DFFF) ou le Tax Shelter belge, qui s'élèvent chacun à plus de 100 millions d'euros par an, sont d'un ordre de grandeur différent de celui de la PICS avec un volume de financement de 6 millions de francs par an. Compte tenu du niveau élevé d'incitations dans tous les pays voisins (France, Allemagne, Autriche, Italie) et de l'absence d'autres avantages financiers en Suisse (p. ex. en termes de salaires ou de taux de change), l'incitation économique à tourner ou réaliser la post-production de productions internationales entièrement ou partiellement en Suisse est moindre.

5.7 Encouragement à la production audiovisuelle, hors production d'œuvres cinématographiques

Il existe de grandes différences entre les pays comparés en termes d'encouragement, qui ne s'appliquent pas aux œuvres cinématographiques mais aux productions télévisées et au streaming.

En Allemagne, en 2022, environ la moitié des productions TV et VoD (en particulier celles destinées à une première exploitation sur les services de streaming) ont été encouragées par le German Motion Picture Fund (GMPF) au niveau fédéral et par des fonds des Länder. En Autriche, l'encouragement s'est élevé à 17 millions d'euros en 2022, dont environ les deux tiers ont été versés au Fernsehfonds Austria (RTR).¹³⁰ Ce montant est susceptible d'augmenter considérablement grâce à la nouvelle incitation FISA+. Le Danemark encourage de manière sélective les productions télévisuelles par le biais du Public Service Fund, mais soutient aussi occasionnellement les productions VoD (Viaplay). La Belgique apporte également un encouragement sélectif via les fonds médias VAF et CCA ainsi que via Screen Flanders et des incitations fiscales (voir Fig. 34).

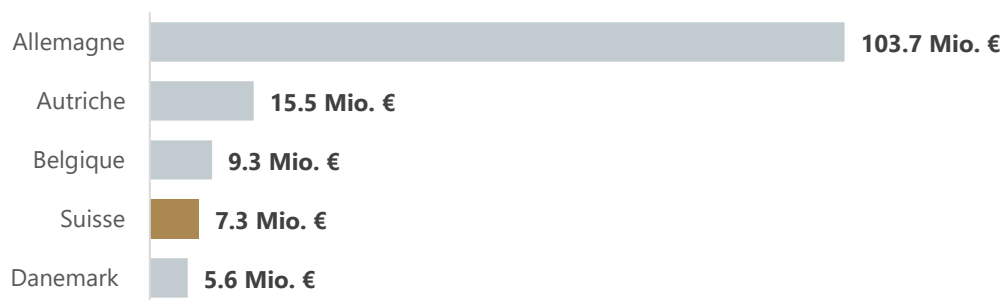
En Suisse, en vertu de l'art. 9, al. 1 b., de l'ordonnance du DFI sur l'encouragement du cinéma, les productions VoD sont également encouragées si elles sont produites par une entreprise de production indépendante et sous sa responsabilité. Cela exclut les productions de commande. Les institutions régionales suisses d'encouragement subventionnent les productions télévisuelles (y compris les séries télévisées) à hauteur de 4,5 millions de francs. L'aide liée au site PICS se limite à l'encouragement des œuvres cinématographiques. En comparaison, les incitations aux États-Unis, au Canada, en Afrique du Sud, en Australie, en Nouvelle-Zélande, en France, en Autriche, en Allemagne, en Ukraine, en Hongrie, en République tchèque, en Belgique, en Lettonie et en Estonie encouragent également, voire majoritairement, les productions pour la télévision ou les plateformes de streaming.¹³¹

Les approches d'encouragement qui financent ou obligent les chaînes de télévision ou les fournisseurs de VoD à investir dans des productions TV ou VoD ne sont expressément pas incluses dans la comparaison. Tel qu'indiqué ci-dessus, il existe également des accords comparables au Pacte de l'audiovisuel ou des engagements volontaires dans les autres pays. Étant donné que les chaînes de télévision acquièrent généralement leurs propres droits d'utilisation, il est difficile de calculer la véritable part d'encouragement.

¹³⁰ ÖFI (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022, p. 101.

¹³¹ World of Locations (2023) : Global Incentives Index 2023. Compiled by Olsberg SPI.

Fig. 34 : Encouragement à la production audiovisuelle* (hors œuvres cinématographiques), ajusté en fonction du pouvoir d'achat, 2022



Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après l'OFC (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022 ; DFI (2023) : Jahresbericht 2022 ; FFA (2023) : Das Kinojahr 2022 ; CCA (2023) : Données internes ; VAF (2023) : Données internes ; ÖFI : Filmwirtschaftsbericht 2022. * hors investissements des chaînes de TV et des productions de commande et sous licence (Pacte de la SRG SSR, ORF Film/Fernseh-Abkommen).

5.8 Synthèse intermédiaire : comparaison avec des pays étrangers

Voici un récapitulatif des principaux résultats de l'analyse comparative avec des pays étrangers :

- Les structures d'encouragement suisses sont tout aussi différenciées que dans les territoires comparés. En plus de l'encouragement à la production, il existe également un soutien au développement du scénario, à la distribution, à la distribution internationale et aux exploitants de salles de cinéma. Il existe des encouragements tant sélectifs qu'automatiques, ces derniers s'appuyant à la fois sur le succès d'un film de référence et sur un effet de pays.
- Il est peu commun que l'encouragement soit géré par un ministère au niveau de l'État, même si c'est aussi occasionnellement le cas dans d'autres pays, p. ex. en République fédérale d'Allemagne sous la forme d'un encouragement du Délégué du gouvernement fédéral à la culture et aux médias (BKM). Toutefois, cela ne concerne que l'organisation de l'encouragement, et non la décision, qui dans ces cas est également prise par des comités de sélection.
- L'encouragement de la production d'œuvres cinématographiques se situe, par habitant, dans la moyenne de l'échantillon. Toutefois, cet encouragement est réparti sur un nombre nettement plus important de projets cinématographiques que dans les pays comparés.
- Les budgets moyens d'encouragement par film en Suisse sont par conséquent nettement inférieurs à ceux des pays comparés. C'est également le cas pour les documentaires, dont le montant moyen de l'encouragement n'est inférieur qu'en Autriche. En d'autres termes, compte tenu du nombre élevé de films encouragés, les montants par œuvre sont moins importants.
- La part de marché des films suisses est faible, tant par rapport aux autres territoires de l'analyse que dans une comparaison avec l'ensemble des États membres de l'UE.
- Cela n'est pas dû au nombre de films disponibles en Suisse. Avec 97 premières au cinéma en 2022, la Suisse devance clairement la Belgique (49), l'Autriche (26) ou le

Danemark (32). La part de formats documentaires est particulièrement élevée et atteint, en chiffres absolus (66), presque le niveau allemand (80).

- Compte tenu du nombre élevé de premières de films suisses en salles et de la faible part de marché, les entrées en salles par œuvre nationale sont de ce fait inférieures à celles des pays comparés, à l'exception de l'Autriche. La majorité des films suisses encouragés font moins de 10 000 entrées en salles.
- Alors que l'Allemagne, la Belgique et le Danemark ont récompensé la vente de tickets de cinéma pour une œuvre nationale en 2022 par des subventions comprises entre 9 et 14 euros, l'encouragement correspondant en Suisse et en Autriche était quatre fois plus élevé, soit respectivement 47 et 44 euros par ticket de cinéma.
- À l'exception de la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS), il n'existe pas d'encouragement automatique incitatif aux tournages en Suisse. Le faible volume d'encouragement financier du PICS, les plafonds par projet et la limitation des coproductions avec des sociétés de production cinématographique suisses offrent objectivement moins d'incitations économiques pour attirer de grandes productions internationales en Suisse par rapport à la Belgique, à l'Autriche ou à l'Allemagne. L'effet incitatif est faible par rapport à d'autres aides telles que la nouvelle mesure FISA+ en Autriche ou le Tax Shelter en Belgique, dont les montants se chiffrent en centaines de millions.
- L'encouragement des productions télévisuelles et VoD diffusées pour la première fois sur les chaînes de télévision et les services de streaming est inférieur à celui des pays comparés. Les chiffres indiqués pour la Belgique et l'Autriche, qui sont plus élevés que ceux de la Suisse (voir Fig. 34), ne donnent néanmoins pas une vision globale, car ils ne tiennent pas compte de l'incitant fiscal belge et des aides autrichiennes FISA+ (depuis 2023) — dont profitent également de nombreuses productions nationales télévisuelles et en streaming.

6 Possibilités d'action et perspectives d'avenir pour l'encouragement du cinéma suisse

6.1 Priorités d'action et objectifs de développement

À partir des résultats des précédentes étapes d'analyse, cinq priorités d'action et objectifs de développement peuvent être déduits d'un point de vue systémique à l'échelle nationale :

- (A) Une plus grande concentration des aides
- (B) Augmentation de la visibilité et de la part de marché des films suisses
- (C) Renforcement du lieu de tournage grâce à l'élargissement des mesures d'incitation
- (D) Optimisation des conditions structurelles du système d'encouragement
- (E) Aménagement de l'encouragement en accord avec une politique audiovisuelle globale

Le tableau suivant résume une sélection des principaux résultats de l'analyse SWOT et de l'analyse des pays étrangers, et les attribue aux priorités d'action qui en découlent :

Tab. 8 : Formulation et contextualisation des priorités d'action

	Key Facts Analyse SWOT	Key Facts Comparaison des pays
(A) Concentration des aides	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La répartition étendue des aides permet de réaliser de nombreux films. ▪ Cependant, cela rend plus difficile le financement de productions plus importantes. ▪ Une production de films élevée conduit à une cannibalisation mutuelle dans les salles de cinéma. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le budget d'encouragement par film est inférieur à celui des pays comparés. ▪ Seule l'Allemagne sort chaque année plus de films que la Suisse.
(B) Augmentation de la visibilité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La part de marché nationale est faible. De nombreux films sont réalisés mais ne trouvent pas de public. ▪ La diversité sans public reste une diversité « théorique ». 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Seule l'Autriche possède une part de marché nationale inférieure. ▪ 1 euro d'encouragement rapporte 0,19 euro au box-office suisse. Le Danemark génère 1,02 euro de recettes par euro d'encouragement.
(C) Développement de l'incitation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Le PICS est un instrument efficace pour renforcer la branche et les tournages, mais les ressources financières sont trop faibles. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ L'effet incitatif international est très faible par rapport à d'autres pays comme la Belgique, l'Autriche ou l'Allemagne.
(D) Optimisation des structures d'encouragement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Les encouragements nationaux et régionaux créent un apport stable ▪ Planification difficile en raison du manque d'harmonisation/d'automatisation ▪ Manque de continuité et d'objectivité dans les commissions, manque de pertinence des décisions ▪ La forme organisationnelle est remise en question 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En Belgique, en Allemagne et en Autriche également, les structures d'encouragement sont très différenciées, mais pas aussi fragmentées au niveau régional qu'en Suisse avec ses 18 encouragements régionaux ou cantonaux. ▪ Presque tous les pays européens disposent d'un institut cinématographique.
(E) Développement de l'encouragement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encouragement (trop) orienté sur le cinéma, alors qu'il devrait s'adapter (davantage) aux comportements d'utilisation des médias ▪ Déséquilibre entre encouragement à la réalisation et à l'exploitation 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ En Allemagne et en Autriche, les programmes sont encouragés sur toutes les plateformes (cinéma, streaming, TV). ▪ Au Danemark, les projets de télévision et de jeux vidéo sont également encouragés par l'institut cinématographique.

- Points de vue divergents sur l'intégration de l'AR/VR et des jeux vidéo

Source : Analyse Goldmedia 2024.

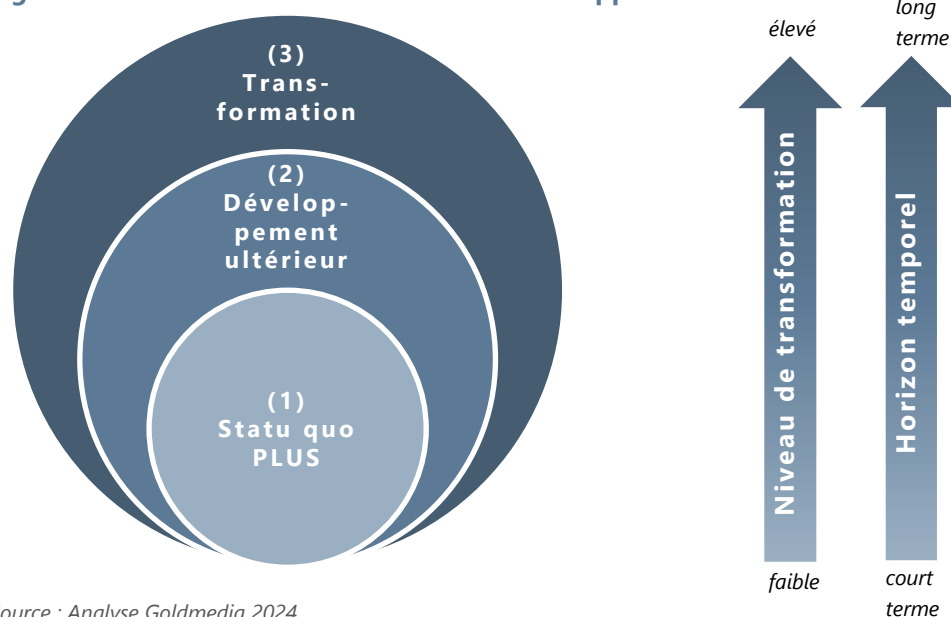
6.2 Aperçu des scénarios de développement

Les possibilités d'action découlent des principaux domaines d'action et des objectifs de développement. Celles-ci sont ensuite affectées à trois scénarios de développement différents, qui se distinguent par l'ampleur des changements qu'ils apportent au système existant et l'horizon temporel dans lequel ils peuvent être mis en œuvre (voir Fig. 35) :

- **Le scénario de développement 1 (Statu quo PLUS)** comprend des mesures qui peuvent être mises en œuvre relativement rapidement et facilement, sans opérer de changements fondamentaux dans les structures d'encouragement existantes. Il comprend des modifications qui – tout en maintenant le régime d'encouragement actuel – visent p. ex. à en améliorer les modalités ainsi qu'à optimiser les processus.
- **Le scénario de développement 2 (développement ultérieur)** s'appuie sur le scénario 1 et l'élargit pour inclure des mesures qui peuvent également impliquer des changements structurels fondamentaux, mais pas une refonte complète du régime d'encouragement existant.
- **Le scénario de développement 3 (transformation)** représente un changement fondamental du régime existant. Il comprend des mesures aux effets de très grande portée, dont la mise en œuvre nécessite une analyse et une planification approfondies et qui s'inscrit dans un horizon temporel à long terme.

Il convient de souligner qu'il ne s'agit pas de scénarios qui s'appuient les uns sur les autres. L'attribution des mesures aux scénarios ne constitue pas un tri selon leur pertinence ou leur urgence, mais vise à mieux comprendre la portée des différentes mesures en termes d'impact sur les structures existantes.

Fig. 35 : Définition des trois scénarios de développement



Source : Analyse Goldmedia 2024.

Un aperçu général des trois scénarios de développement ainsi que des possibilités d'action et mesures associées est disponible dans le Tab. 9.

Tab. 9 : Aperçu des scénarios de développement et des possibilités d'action

	Scénario 1 : Statu quo PLUS	Scénario 2 : Développement ultérieur	Scénario 3 : Transformation
Seuils minimaux	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coûts minimaux de production pour bénéficier de l'encouragement 		
Fonds d'encouragement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduire un fonds d'encouragement distinct pour les films de jeunes cinéastes et, si nécessaire, d'autres domaines 		
Exploitation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Accorder le même poids aux domaines développement, réalisation et exploitation lors de l'expertise ▪ Ciblage d'audience : informations, soutien ▪ Fonds d'encouragement pour les films grand public 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmenter et aménager les encouragements destinés aux exploitants de salles de cinéma (Succès Cinéma, primes à la diversité) 	
Distribution et promotion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Développer la promotion nationale 		
Aide au cinéma liée au succès	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ajuster le système de points et le calcul des bonifications pour l'encouragement du cinéma lié au succès 		
Aide liée au site (promotion du site)		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Augmenter le soutien aux tournages (PICS) ▪ Mettre en place des mesures incitatives avec le SECO 	
Productions de commande	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Adopter un encouragement multiformat et multiplateforme 		
XR et jeux vidéo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Encourager le réseautage des acteurs de la branche du cinéma et des jeux vidéo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Introduire un encouragement du secteur de la XR à l'OFC 	
Développement durable	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Exigences de durabilité (application volontaire) ▪ Encourager une production durable et le développement des compétences 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Normes écologiques minimales obligatoires 	
Soumission et examen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Processus d'examen formalisé avec système de points ▪ Supprimer un deuxième dépôt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Professionnaliser les commissions, notamment grâce à la participation d'une plus grande diversité de professionnels ▪ Forme mixte : modèle d'intendance pour la catégorie Jeunes cinéastes 	
Automatisation et harmonisation		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Automatiser les encouragements régionaux et fédéraux ▪ Coordonner et centraliser les aides pour les grosses productions 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Consolider/mutualiser les organismes d'encouragement régionaux
Forme organisationnelle		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer une alliance des organismes d'encouragement du cinéma 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Créer un institut cinématographique

Source : Analyse Goldmedia 2024.

6.3 Recommandations d'action

Les recommandations d'action sont expliquées plus en détail ci-dessous. L'approche est thématique, chaque domaine comprenant des possibilités d'action et des mesures spécifiques qui peuvent différer en termes de niveau de transformation requis et d'horizon temporel. C'est sur cette base que chaque point est attribué à l'un des trois scénarios de développement. À l'instar d'un système modulaire, les mesures proposées peuvent être combinées et rassemblées de manière flexible pour garantir le développement ultérieur efficace de l'encouragement du cinéma suisse.

6.3.1 Concentrer les aides grâce à l'introduction de seuils minimaux

La comparaison entre les pays a montré que, compte tenu de la taille du pays, la Suisse ne fournit globalement pas moins d'aides que les pays de comparaison (données ajustées en fonction du pouvoir d'achat). Toutefois, la stratégie d'encouragement de la Suisse implique une répartition des montants des aides sur un plus grand nombre de films. La répartition étendue des aides dans le cadre de l'encouragement sélectif signifie qu'il n'y a souvent pas assez de fonds pour la réalisation de productions de plus grande envergure. En raison de l'aspect diversité et de la priorité accordée au contenu (scénario), les entreprises et les projets de petite taille (souvent de jeunes cinéastes) ont tendance à être mis en avant, ce qui rend difficile l'implantation de structures de production professionnelles.

Une mesure pour contrecarrer cette situation pourrait consister à **concentrer les aides en introduisant des coûts minimaux de réalisation comme condition à l'encouragement**.¹³² Grâce à ces seuils minimaux, un plus petit nombre de films recevrait des aides plus élevées afin d'augmenter la valeur de la production. L'aide liée au site PICS a p. ex. déjà introduit des seuils minimaux.¹³³ Les seuils minimaux ci-après (pour les longs métrages) pourraient être pertinents : 2 millions de francs (ou plus) pour les films de fiction, 400 000 francs (ou plus) pour les documentaires et 1 million de francs (ou plus) pour les films d'animation, même s'il convient de noter que très peu de films d'animation sont de toute façon réalisés (et encouragés).

Si le volume global des encouragements n'augmente pas, cela entraînerait une plus grande concentration des fonds et une baisse de la production de films.¹³⁴ Cela peut être considéré comme (supposément) contradictoire par rapport aux objectifs d'encouragement de l'ordonnance sur l'encouragement du cinéma, qui utilise le « nombre de films suisses et de coproductions dont la réalisation a été soutenue » comme un indicateur de réussite des objectifs de l'encouragement (voir annexe 2, ch. 1.2.4 a. OECin.). Dans le même temps, l'encouragement du cinéma doit « contribuer ainsi de manière importante à la qualité et à la diversité de l'offre cinématographique en Suisse » (voir annexe 2, ch. 1.2.3 b. OECin.). Cependant, la diversité ne s'obtient pas nécessairement grâce à une grande quantité de films. L'encouragement à la diversité peut passer par le

¹³² Le même effet serait obtenu si l'on introduisait un montant d'encouragement minimum combiné à des quotas d'encouragement minimaux et maximaux (seuils maximaux et minimaux).

¹³³ OFC (2024) : Promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS).

¹³⁴ Si l'on prend en compte les œuvres cinématographiques produites (et encouragées) en 2022, avec l'introduction de seuils minimaux, seulement 11 films de fiction (seuil minimum : 2 millions de francs), 27 documentaires (seuil minimum : 400 000 francs) et aucun film d'animation (seuil minimum : 1 million de francs) n'atteindraient les seuils minimaux requis (analyse Goldmedia 2023 basée sur les statistiques de financement anonymisées 2022 de l'OFC).

contenu et les sujets abordés ainsi que par la visibilité. Car une diversité qui n'atteint en réalité que quelques personnes reste finalement une diversité théorique.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Introduire des coûts minimaux de réalisation pour bénéficier de l'encouragement*

6.3.2 Introduire des fonds d'encouragement distincts

Pour que de (plus) petits films – tels que des films de jeunes cinéastes ou de nouveaux formats – puissent continuer à être créés, une mesure appropriée serait d'introduire **des fonds d'encouragement dédiés dans le cadre d'un encouragement sélectif**.

Il serait même judicieux de créer une **catégorie d'encouragement pour les films de jeunes cinéastes/de diplôme** (pour les sociétés de production de films de talents émergents), afin que ces projets n'entrent pas en concurrence avec des productions de sociétés (plus) établies, pour l'obtention d'aides (en particulier l'encouragement à la réalisation de films), tout en donnant au thème de l'encouragement des jeunes cinéastes une visibilité particulière. Il est également suggéré de créer un fonds d'encouragement pour les films grand public (axés sur le marché) (voir le chapitre 6.3.3).

L'octroi devrait par conséquent être lié à d'autres conditions d'encouragement et exempté des coûts minimaux de réalisation. L'introduction d'une catégorie d'encouragement distincte peut également avoir du sens dans le domaine des films documentaires/films expérimentaux « spéciaux ».

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Introduire un fonds d'encouragement distinct pour les films de jeunes cinéastes et, si nécessaire, d'autres domaines*

6.3.3 Porter davantage d'attention à l'exploitation et à l'amélioration de la visibilité

Durant le processus d'expertise de l'encouragement sélectif, les principaux critères de pondération sont le sujet et le scénario. Se focaliser davantage sur l'exploitation des films (public cible/marché cible) serait un moyen d'augmenter la visibilité et le succès d'un film. Lors de l'évaluation des demandes d'encouragement, il faudrait de ce fait prendre en compte l'ensemble de la chaîne, du développement à l'exploitation, pour une stratégie de bout en bout.

Lors de l'évaluation, il est par conséquent recommandé **d'accorder le même poids aux critères suivants : (1) développement et scénario/sujet, (2) réalisation et planification du financement et (3) exploitation et distribution**. Cette approche permet de s'assurer que le potentiel de commercialisation est adéquatement pris en compte dès la phase de développement. Les coûts nécessaires à la stratégie d'exploitation envisagée peuvent ainsi être inclus dans l'encouragement. Les objectifs d'exploitation doivent être définis avant le début du projet à l'aide d'ICP (indicateurs clés de performance) appropriés et vérifiés par la suite. L'expertise des commissions se situe actuellement principalement dans le domaine du scénario/du sujet. Afin de pouvoir prendre en

charge correctement les autres étapes du processus, il faudra adapter la composition des commissions (voir le chapitre 6.3.10).

Cette approche présuppose des compétences dans le domaine du marketing de films. Pour y parvenir, il faudrait proposer davantage de **services d'information et de soutien dans le but d'améliorer la compréhension du public (ciblage d'audience)**. L'initiative « Closer to the Audience » de l'Institut danois du cinéma de 2021 en est un exemple.¹³⁵ Grâce à trois éléments clés, elle vise à permettre aux cinéastes de comprendre le public d'un film dès les premières étapes du projet afin de rendre leurs films plus pertinents et plus attrayants : (1) un programme d'encouragement pour des sondages d'audience innovants, (2) des ateliers interdisciplinaires pour les films en développement et (3) un meilleur transfert des connaissances sous la forme d'une base de données en ligne.

Dans ce contexte, la **création d'un fonds d'encouragement distinct pour les films grand public** peut renforcer la réalisation et la sortie de films susceptibles d'attirer un plus large public. Cela représenterait une incitation particulière et faciliterait la comparaison des projets au sein du processus d'évaluation. Prenons l'exemple du Danemark : l'objectif de ce que l'on appelle le Market Scheme est de promouvoir des longs métrages qui attirent le public. Les candidatures sont évaluées selon des critères de qualité et de potentiel d'audience. On s'attend ainsi à ce que les films encouragés obtiennent de meilleurs résultats au box-office qu'un long métrage danois moyen.¹³⁶

Enfin, une autre mesure visant à accroître le nombre de visiteurs pour les films nationaux pourrait consister à **inciter les exploitants de salles de cinéma à projeter des films suisses**. Actuellement, les encouragements existants composés d'un encouragement lié au succès (Succès Cinéma) et de primes à la diversité ne suffisent pas à couvrir les risques pris par les exploitants de salles de cinéma. Compte tenu du plafond budgétaire et des modalités de versement, les exploitants de salles de cinéma ont du mal à inclure les aides dans leurs calculs. Afin d'améliorer la planification des ressources, l'encouragement destiné aux salles de cinéma devrait être augmenté et versé de manière plus dynamique. Il serait également envisageable de définir un montant fixe garanti, versé pour chaque billet de cinéma (pour les films nationaux). Il conviendrait également de revoir la règle selon laquelle les cinémas de plus de 25 salles sont exclus de la prime à la diversité, car ce sont précisément les grands exploitants qui peuvent proposer un plus large éventail de films.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Accorder le même poids aux domaines développement, réalisation/financement et exploitation lors de l'examen*
- *Proposer des informations et des services de soutien dans le domaine du ciblage d'audience*
- *Créer un fonds d'encouragement distinct pour les films grand public*

Développement ultérieur :

- *Augmenter et aménager les encouragements aux exploitants de salles de cinéma (Succès Cinéma, primes à la diversité)*

¹³⁵ DFI – Danish Film Institute (2024) : Closer to the Audience : stronger bond between industry and audience.

¹³⁶ DFI – Danish Film Institute (2024) : Market Scheme.

6.3.4 Augmenter l'encouragement à la distribution et à la promotion

Une mesure visant à améliorer l'image et la part de marché des œuvres cinématographiques suisses au niveau national consiste à augmenter les fonds destinés à la promotion et à la distribution des films. L'OFC soutient actuellement l'exploitation cinématographique conformément au plan de répartition 2024 avec environ 2,0 millions de francs d'encouragement à l'exploitation et de primes à la diversité (notamment pour la distribution de films suisses et de coproductions avec réalisation suisse).¹³⁷ Dans le domaine de la promotion, l'encouragement a jusqu'à présent été principalement accordé aux festivals et à l'institution chargée de la promotion à l'étranger, Swiss Films.

À l'avenir, l'OFC **devrait investir davantage dans le marketing national, sur la base de projets de films individuels**. L'OFC prévoit déjà de renforcer la promotion nationale à partir de janvier 2025 en élargissant les compétences de Swiss Films à la promotion en Suisse et en réaffectant les aides cinématographiques conformément au plan de financement actuel du Message culture, à hauteur de 0,7 million de francs.¹³⁸

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- Développer la promotion nationale

6.3.5 Élargir le processus de bonifications de l'aide liée au succès

L'aide au cinéma liée au succès prend en compte les entrées au cinéma et les points récoltés grâce à la participation à des festivals ou en remportant un prix à un festival. L'encouragement automatique n'incite actuellement pas à adopter d'autres modèles d'exploitation. En outre, certains acteurs du secteur critiquent le fait que les points récoltés grâce à la participation à des festivals peuvent être obtenus plus facilement que les seuils minimaux requis d'entrées en salles, ce qui donne l'impression que la participation aux festivals est surévaluée lors du calcul des bonifications.¹³⁹

Afin de répondre à l'évolution des conditions du marché, **l'aide liée au succès devrait également prendre en compte l'utilisation du streaming sur les plateformes de VoD et les audiences à la télévision**. De cette manière, les projets audiovisuels qui ont réussi à trouver un marché en dehors des cinémas et des festivals seraient également récompensés. Dans le cadre de l'intégration des chiffres d'audience à la télévision et sur les plateformes de streaming, **le système de notation des bonifications devrait être revu et simplifié**.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- Ajuster le système de points et le calcul des bonifications pour l'encouragement du cinéma lié au succès

¹³⁷ OFC (2022) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2022.

¹³⁸ Cinébulletin (2023) : L'avenir de l'encouragement du cinéma en Suisse.

¹³⁹ Des points de festival peuvent être obtenus en participant à des festivals définis par l'OFC (voir art. 83 OECin.). La liste des festivals et prix pour le modèle Succès Festival 2024 comprend 41 festivals nationaux et internationaux dans le domaine du long métrage (voir OFC (2024) : Liste des festivals et prix pour le modèle succès festival de l'année 2024).

6.3.6 Étendre la promotion du site

La branche considère la promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS) comme un instrument d'encouragement important et efficace. L'objectif de celui-ci est de parvenir à une meilleure planification des ressources pour les productions, d'attirer davantage de coproductions internationales en Suisse et de créer des incitations pour l'industrie cinématographique suisse, sans délocaliser la (post-)production à l'étranger. Cependant, les moyens actuels de 6 millions de francs ne sont pas suffisants pour atteindre efficacement cet objectif. Compte tenu des faibles ressources financières destinées à la promotion du site et des structures de coûts élevées, la compétitivité de la Suisse en tant que site de production est limitée par rapport aux autres pays. Les pays proches ou voisins, comme la Belgique (Tax Shelter) et l'Autriche (FISA+), ont massivement étendu leurs incitations ces dernières années. L'Allemagne bénéficie également d'une importante incitation grâce au Deutscher Filmförderfonds (DFFF).

Afin d'atteindre l'objectif d'attirer davantage de coproductions internationales et ainsi de stimuler le marché de production suisse, il est nécessaire de développer des incitations automatisées et territorialisées, notamment en **augmentant les moyens de la promotion du site PICS existante**. Il faut en outre s'interroger sur la pertinence de restreindre cette aide aux longs métrages. Ce n'est pas le format, mais le budget de production qui devrait être utilisé comme condition à l'encouragement — dans un souci d'orientation économique.

L'Office fédéral de la culture (OFC) a pour objectif premier de remplir un mandat culturel dans le cadre de la politique d'encouragement. Compte tenu du fait qu'outre la composante culturelle, l'incitation consiste avant tout en une mesure d'ordre économique visant notamment à stimuler l'économie de production avec des retombées sur le marché du travail, le tourisme, l'image locale, etc., un **rattachement au Secrétariat d'État à l'économie (SECO)** semble mieux correspondre aux compétences des autorités au sein de l'administration.

Attribution au scénario :

Développement ultérieur :

- *Augmenter la promotion du site PICS*
- *Mettre en place une promotion du site avec le SECO*

6.3.7 Encourager les films de commande pour les plateformes de streaming et la télévision

Le fort accent de l'encouragement du cinéma sur les films de cinéma ne semble plus approprié au vu de l'évolution de la consommation des médias vers une utilisation non linéaire (en ligne). Les formats série (pour exploitation à la télévision ou sur Play Suisse) ne sont actuellement encouragés qu'au niveau national en Suisse dans le cadre du Pacte de l'audiovisuel en coproduction avec la SRG SSR et, depuis 2024, par l'obligation d'investissement pour les services de streaming et la télévision. En revanche, les séries destinées à la télévision et aux services de streaming sont également éligibles à l'encouragement dans tous les pays comparés : en Belgique avec le Fonds Audiovisuel de Flandre (VAF), au Danemark avec le Public Service Fund, en Allemagne avec notamment le German Motion Picture Fund (GMPF) et en Autriche avec le Fernsehfonds Austria.

Afin d'atteindre le public là où il se trouve, **l'encouragement devrait être multiformat et multiplateforme**, comme c'est déjà le cas pour certains encouragements régionaux.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Adopter un encouragement multiformat et multiplateforme*

6.3.8 Prendre en compte le domaine de la XR et des jeux vidéo

Les projets et mesures dans les domaines de la XR, du transmédia ou des jeux vidéo sont soutenus par des organismes d'encouragement régionaux (p. ex. Soutien aux expériences numériques Cinéforom)¹⁴⁰, par la SRG SSR (0,5 million de francs par an pour le multimédia)¹⁴¹ et par des fondations comme Pro Helvetia¹⁴² ou le Pôle de création numérique¹⁴³. Il n'existe toujours pas d'encouragement pour les formats de narration interactifs au niveau national.

Le message culture pour la période de 2025 à 2028 fixe déjà l'objectif **d'étendre l'encouragement public du cinéma aux « nouveaux formats »** : « Les formats narratifs numériques dans le domaine de la XR et recelant un haut potentiel en matière de culture et d'innovation ne seront plus seulement soutenus au stade du développement mais également à celui de la production ; ce soutien sera ainsi distinct et complémentaire de celui que Pro Helvetia destine à l'encouragement des jeux vidéo. »¹⁴⁴. Cela est logique dans la mesure où cela permet de mieux prendre en compte les exigences et les possibilités de la numérisation. Le domaine de la XR offre une nouvelle dimension pour les expériences audiovisuelles et ouvre des possibilités d'histoires créatives qui vont au-delà des films traditionnels. Il peut ainsi être considéré comme une extension innovante du support cinématographique traditionnel. L'encouragement des films XR peut permettre de faire progresser le développement et l'utilisation de cette technologie tout en préparant l'industrie cinématographique aux développements futurs.

L'encouragement des jeux vidéo est assuré par la Fondation Pro Helvetia. Les marchés de la distribution (publishing) et de la vente de jeux numériques en particulier présentent des différences majeures par rapport à l'industrie cinématographique. Malgré la multiplication des recoupements et des interactions, notamment en termes de technologie (p. ex. VFX, moteur) ou de contenu (p. ex. adaptation de jeux numériques sous forme de film de cinéma et inversement), aucune convergence poussée des deux médias film et jeux vidéo n'est à prévoir. Il conviendrait plutôt de développer un encouragement indépendant pour l'industrie des jeux vidéo, avec des aides dédiées et des mécanismes d'encouragement adaptés au secteur, comme c'est généralement le cas dans d'autres pays. En Allemagne, l'encouragement fédéral destiné aux jeux vidéo est un soutien indépendant du Ministère fédéral de l'économie et de la protection du climat¹⁴⁵ (contrairement à l'encouragement du cinéma, qui est géré par le Délégué du gouvernement

¹⁴⁰ Cinéforom (2024) : Soutien aux expériences numériques.

¹⁴¹ SRG SSR (2020) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Accord SRG SSR – production indépendante.

¹⁴² Pro Helvetia (2024) : domaines d'encouragement chez Pro Helvetia.

¹⁴³ Pôle de création numérique (2024) : Le Pôle.

¹⁴⁴ Conseil fédéral suisse (2024) : Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2025-2028, p. 66.

¹⁴⁵ BMWK (2023) : Computerspieleförderung des Bundes.

fédéral à la culture et aux médias ainsi que par le Filmförderungsanstalt FFA). En France également, le CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée) dispose de son propre encouragement pour les jeux vidéo sous la forme du FAJV – Fonds d'aide au jeu vidéo¹⁴⁶ – et du crédit d'impôt jeu vidéo¹⁴⁷.

Cependant, au vu des multiples recoupements mentionnés ci-dessus, l'encouragement du **réseautage et des échanges entre les acteurs des deux industries du cinéma et du jeu vidéo**, pour promouvoir des collaborations et des innovations techniques (croisées), est considéré comme une mesure judicieuse et prometteuse.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Encourager le réseautage des acteurs de la branche du cinéma et des jeux vidéo*

Développement ultérieur :

- *Introduire un encouragement du secteur de la XR à l'OFC*

6.3.9 Introduire des exigences de durabilité

La production durable dans l'industrie cinématographique devient de plus en plus importante afin de réduire l'empreinte écologique face à la progression du changement climatique. En Allemagne, p. ex., les normes « Ökologische Standards für deutsche Kino, TV- und Online-/VoD-Produktionen » sont en vigueur depuis 2023¹⁴⁸, et leur respect est une condition obligatoire pour recevoir une aide au niveau national et des Länder. Le 1^{er} avril 2024, la Zürcher Filmstiftung a également introduit des exigences de durabilité pour les productions de films et de séries suisses encouragées : Les projets de films doivent être accompagnés par des Green Consultants. Un calcul des émissions de CO₂ est également obligatoire. Lors d'une demande d'encouragement à l'exploitation, un concept de durabilité doit être soumis.¹⁴⁹

Compte tenu de son importance croissante, **le thème de la durabilité devrait également être érigé au rang de sujet national** en encourageant et en promouvant la production et l'exploitation sur la base de normes écologiques ainsi qu'en aidant les entreprises à renforcer leurs compétences dans le domaine de la production durable. Une étape supplémentaire serait **l'obligation de respecter des normes minimales** comme condition à l'encouragement, comme c'est le cas p. ex. en Allemagne.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Élaborer des exigences en matière de durabilité (respect sur une base volontaire)*
- *Promouvoir une production durable et des mesures de développement des compétences*

Développement ultérieur :

¹⁴⁸ Arbeitskreis Green Shooting / Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien / Bundes- und Länderförderungen (2023) : Ökologische Standards für deutsche Kino-, TV- und Online-/VoD-Produktionen.

¹⁴⁹ Zürcher Filmstiftung (2024) : Nachhaltigkeitsvorgaben.

▪ *Élaborer des normes écologiques minimales obligatoires*

6.3.10 Réformer le processus de dépôt et d'expertise

Lors d'entretiens menés avec des spécialistes, le processus de dépôt et d'expertise des encouragements sélectifs a souvent été critiqué. D'une part, on lui reproche un manque de pertinence des décisions d'encouragement du point de vue des requérants. Les critères d'évaluation sous-jacents ne seraient pas connus, ce qui ne permet notamment pas de planifier les aides financières. D'autre part, la composition des commissions et le modèle A/B ont tendance à être décriés. Il y aurait trop peu de représentants (établis) des domaines de la production et de la commercialisation/distribution au sein des commissions. La composition des commissions basée sur la disponibilité de leurs membres empêcherait également une certaine continuité et la professionnalisation. De plus, la proximité des membres de la commission avec les demandeurs rendrait difficile une évaluation objective.

Afin d'accroître la transparence de l'encouragement sélectif au sein de la branche, il est recommandé d'introduire un **processus d'évaluation formalisé basé sur un système de points** pour évaluer les films suisses et les coproductions majoritaires. Le système devrait accorder le même poids aux domaines développement et scénario/sujet, réalisation et financement ainsi qu'exploitation et distribution (voir le chapitre 6.3.3). Pour les coproductions minoritaires, il est possible de s'appuyer sur le système d'évaluation déjà réformé en 2019¹⁵⁰. Comme pour l'évaluation des coproductions minoritaires, les spécialistes pourraient attribuer des points en fonction de différentes catégories. Les commissions décident ensuite de l'attribution en fonction des points obtenus (nombre minimum de points par catégorie principale) et des fonds disponibles. Un effort de coordination plus important lors des séances des commissions n'est nécessaire que dans les cas où les évaluations diffèrent considérablement.

Une formalisation permettrait de ce fait non seulement d'accroître l'objectivation et la transparence, mais aussi d'alléger considérablement le processus d'examen dans le but de rendre l'adhésion à une commission plus attrayante. Il s'agit là d'une nécessité absolue car la charge associée aux activités au sein des commissions est actuellement immense et – par rapport à l'engagement – non lucrative. De cette manière, il serait possible de recruter davantage de spécialistes (**plus) expérimentés et établis, notamment dans les domaines de la production et de la distribution**, qui n'ont souvent pas la possibilité de travailler au sein de commissions. Afin de renforcer l'indépendance et l'objectivité des décisions des commissions, il faudrait également envisager d'augmenter le recours à un plus grand nombre de spécialistes étrangers.

Dans ce contexte, une partie de la branche réclame **l'introduction du modèle d'intendance** pour remplacer le modèle de commission. Dans le modèle d'intendance, l'évaluation et la décision d'encouragement relèvent de la responsabilité des intendants concernés. Alors que le modèle de commission vise avant tout à gérer les encouragements de la manière la plus indépendante possible et en conformité avec le mandat d'encouragement, le modèle d'intendance s'appuie en revanche explicitement sur l'évaluation d'un seul spécialiste (le cas échéant avec la participation de spécialistes professionnels).

¹⁵⁰ L'évaluation repose sur cinq critères principaux : lien avec la Suisse (25 points), réciprocité (20 points), faisabilité (25 points), potentiel d'exploitation (10 points) et qualité de projet (20 points) (voir OFC (2018) : Présentation évaluation des demandes de soutien aux coproductions minoritaires).

L'intendant joue le rôle d'un acteur actif du paysage cinématographique, qui poursuit une stratégie globale allant au-delà d'un encouragement individuel. Les avantages du système d'intendance sont notamment : davantage de continuité et de professionnalisation (pas de changement dans les membres des commissions), la poursuite d'une stratégie globale d'encouragement et l'accompagnement des projets de la soumission à l'exploitation. Les intendants n'étant pas actifs dans la branche pendant la durée de leur mandat, il n'y a pas de conflit d'intérêts. Ils sont responsables de la décision d'encouragement et doivent l'assumer personnellement.¹⁵¹ Dans le même temps, il est plus difficile d'exclure l'arbitraire car la décision appartient à une seule personne et non à un groupe. Choisir la bonne personne pour ce poste n'est pas non plus facile, car cela nécessite un éventail de compétences très étendu. Le passage au modèle d'intendance impliquerait très probablement de sous-traiter l'encouragement à un institut cinématographique. Cela devrait être examiné en détail d'un point de vue formel et administratif.

L'introduction, au moins partielle, du modèle d'intendance pour des fonds d'encouragement spécifiques, notamment pour la catégorie Jeunes cinéastes, semble judicieuse, car elle permet également un accompagnement plus étroit à la manière d'un mentorat. Il convient d'examiner formellement dans quelle mesure un passage partiel de l'encouragement sélectif du cinéma à une forme mixte entre modèle de commissions et modèle d'intendance pourrait être mis en œuvre au sein de l'OFC.

En outre, il est recommandé de **supprimer la seconde demande auparavant autorisée** lorsque la demande d'encouragement a été rejetée en première instance. Cette approche permettrait ainsi de lutter contre une pratique consistant à soumettre des ébauches de projets inabouties (en se basant sur l'hypothèse que les demandes ne seront de toute façon approuvées qu'à la deuxième présentation), et de rendre ainsi le processus de soumission et d'examen plus efficace. Le cas échéant, on pourrait envisager une présélection pour laquelle il s'agirait d'obtenir un nombre minimum de points. Il faudrait toutefois créer une exception pour les projets de jeunes cinéastes (fonds d'encouragement jeunes cinéastes), car ils n'ont souvent pas suffisamment d'expérience en matière de régimes d'encouragement. La seconde demande pour les projets de jeunes cinéastes devrait être accompagnée par des conseils de l'OFC.

Attribution au scénario :

Statu quo PLUS :

- *Introduire un processus d'évaluation formalisé avec un système de points*
- *Supprimer le deuxième dépôt*

Développement ultérieur :

- *Professionnaliser les commissions, notamment grâce à la participation d'une plus grande diversité de professionnels*
- *Introduire le modèle d'intendance pour le fonds d'encouragement jeunes cinéastes (forme mixte)*

¹⁵¹ Rachel Schmid (2018) : Un ou beaucoup, telle est la question. Soutien au cinéma, le système d'évaluation suisse en comparaison européenne.

6.3.11 Automatiser et harmoniser les instruments d'encouragement

Pour financer des projets de films en Suisse, outre les aides de l'OFC et/ou de la SRG SSR, il faut généralement recourir à des fonds supplémentaires provenant d'institutions d'encouragement régionales ou cantonales. Cela signifie que de nombreux partenaires sont souvent impliqués, chacun ayant ses propres directives et processus d'examen. Le manque d'harmonisation et d'automatisation, la difficulté de planifier les ressources et la dépendance vis-à-vis de certains organismes d'encouragement pour la réalisation des projets sont des critiques souvent formulées par la branche.

Cinéforum propose déjà une automatisation grâce à laquelle les projets financés par l'OFC reçoivent automatiquement un encouragement régional (soutien complémentaire). Environ la moitié des aides Cinéforum est automatiquement attribuée aux projets qui ont déjà bénéficié d'un encouragement à la réalisation de l'OFC et/ou de la SRG SSR. Il est recommandé de mettre en place un système d'**automatisation également chez les autres organismes d'encouragement régionaux**, notamment les autres acteurs majeurs du secteur à Zurich et à Berne.

Une étape supplémentaire consisterait à **automatiser les décisions d'encouragement dans les deux sens**. Les projets de films recevraient ainsi automatiquement un encouragement national à partir du moment où la décision d'obtention des aides régionales est positive, et inversement. Il convient de tenir compte du fait que les fonds automatiquement alloués doivent être plafonnés en fonction du projet (en raison des aides régionales nettement plus limitées que l'encouragement fédéral) et qu'il faut également continuer à obtenir des effets régionaux.

Afin de consolider le paysage suisse des encouragements, très fragmenté au niveau régional, et ainsi de mieux mutualiser les ressources, il est également recommandé de **fusionner les structures d'encouragement régionales**. Cela peut notamment se faire sur la base des régions linguistiques selon le modèle Cinéforum, c'est-à-dire une association regroupant les organismes d'encouragement régionaux de Suisse alémanique et une autre regroupant ceux de Suisse italienne afin d'apporter chacune un encouragement selon la région linguistique.

Les productions de grande envergure, qui pourraient être amenées à se multiplier du fait d'une éventuelle réorientation des aides, sont confrontées à des défis particuliers en raison du grand nombre d'institutions d'encouragement. La **coordination centralisée et la prise de décision en matière d'encouragements pour les grandes productions** (avec un volume de production minimum de 5 millions de francs p. ex.) contribueraient à réduire considérablement la charge bureaucratique. Dans ce cas, les candidats n'auraient qu'à soumettre une demande d'encouragement soit à une institution d'encouragement existante (comme l'OFC), soit à une organisation faîtière qui reste à créer.

Attribution au scénario :

Développement ultérieur :

- *Automatiser les encouragements régionaux et fédéraux*
- *Centraliser la coordination des encouragements pour les grandes productions*

Transformation :

- *Consolider/mutualiser les organismes d'encouragement régionaux*

6.3.12 Changer de forme d'organisation

En Suisse, l'encouragement national du cinéma est actuellement rattaché à l'administration. Pour les spécialistes interrogés, l'un des principaux inconvénients de cette forme d'organisation est le manque de flexibilité. Changer les structures et les directives existantes nécessite généralement de modifier la loi, ce qui, dans un système fédéral comme la Suisse, implique un processus plus long. Il n'est donc pas possible de s'adapter de manière agile et flexible à la forte dynamique du marché audiovisuel.

L'externalisation de l'encouragement du cinéma vers un institut cinématographique pourrait par conséquent être un scénario à envisager pour la Suisse et présenterait les principaux avantages suivants :

- **Image** : le regroupement des activités au sein d'un guichet unique sous la forme d'un institut dédié confère au cinéma et à l'industrie cinématographique dans son ensemble davantage de visibilité et de pertinence, tant au niveau national qu'international. Ce n'est pas pour rien qu'un institut cinématographique a été créé dans presque tous les pays européens afin de promouvoir l'industrie du cinéma.¹⁵²
- **Flexibilité** : un financement pluriannuel est possible. Contrairement au principe des annuités, les fonds débloqués ne sont pas perdus, mais peuvent également être mis à la disposition de nouveaux projets au cours de l'année (calendaire) suivante.
- **Agilité** : il est possible d'adapter plus rapidement les directives et critères d'encouragement en fonction de l'évolution et des besoins du marché.
- **Stratégie** : un institut cinématographique indépendant peut agir en tant qu'acteur sur le marché et contribuer à l'élaboration de stratégies d'encouragement du cinéma. Les objectifs des projets peuvent être formulés et évalués plus facilement.
- **Financement** : il serait (théoriquement) possible d'exploiter des sources de financement supplémentaires (comme des sponsors), même si leur réelle pertinence est discutable.

Les autres avantages sont notamment : compétences et responsabilités transparentes, évaluation continue des demandes et meilleur échange avec les demandeurs.¹⁵³ Il s'agit cependant là de caractéristiques qui ne dépendent pas de l'organisation elle-même, mais qui pourraient être repensées au sein de l'organisation existante.

Dans le même temps, il convient de noter que l'externalisation vers un institut entraîne des coûts supplémentaires en termes de personnel et d'infrastructure, soit autant de ressources qui ne pourraient pas être investies pour encourager des projets. En outre, un institut cinématographique devrait travailler avec toutes les régions linguistiques, ce qui constitue également un défi.

Compte tenu du niveau élevé de complexité et des profonds changements systémiques qui en résultent, il ne sera possible de formuler une recommandation claire qu'après une analyse complète et détaillée des structures et processus internes existants.

¹⁵² Schmid (2018) : Un ou beaucoup, telle est la question. Soutien au cinéma, le système d'évaluation suisse en comparaison européenne.

¹⁵³ Ibid. ; Cinésuisse (2011) : externalisation de l'encouragement du cinéma ; Goldmedia (2023) : entretiens avec des spécialistes dans le cadre de l'étude (voir Tab. 10).

Un autre scénario à envisager pourrait être une meilleure coordination des encouragements grâce à une alliance stratégique des organismes d'encouragement du cinéma existants. Cela impliquerait une nouvelle coopération entre les institutions actuelles d'encouragement du cinéma, et permettrait de renforcer l'efficacité de l'encouragement apporté aux projets.

Attribution au scénario :

Développement ultérieur :

- *Créer une alliance des organismes d'encouragement du cinéma*

Transformation :

- *Créer un institut cinématographique*

7 Conclusion et perspectives

Grâce à une analyse détaillée du régime d'encouragement du cinéma en Suisse, la présente étude a permis de tirer des enseignements importants qui pourront servir de base à de futures mesures. Elle a mis principalement en lumière la nécessité d'une meilleure concentration des encouragements, d'une augmentation de la visibilité des films suisses, d'un élargissement des incitations ainsi que d'une optimisation et d'une coordination des structures d'encouragement existantes. En outre, elle a identifié des mesures spécifiques visant à prendre en compte les nouveaux médias et à encourager des pratiques de production durables.

L'une des principales recommandations de cette étude est d'introduire des seuils minimaux pour les coûts de réalisation. Cette mesure vise à concentrer les soutiens sur des productions moins nombreuses mais de meilleure facture afin d'augmenter la qualité et la visibilité des films. Dans ce contexte, la mise en place d'aides dédiées devrait être envisagée, p. ex. pour les films de jeunes cinéastes, afin qu'ils n'aient pas à concurrencer les productions de sociétés établies.

Afin d'accroître la visibilité des films suisses, il conviendrait d'accorder plus de poids à l'exploitation et au marketing dans le processus d'encouragement et de tenir compte de manière équivalente des domaines du développement, de la réalisation et de l'exploitation dans l'évaluation.

Le développement de la promotion du site est également considéré comme nécessaire afin de positionner la Suisse en tant que site de production attractif. Pour cela, il faudrait augmenter les aides et élargir les conditions d'encouragement. Dans le même temps, il faudrait parvenir à une plus grande automatisation et harmonisation des instruments d'encouragement afin d'accroître la planification et l'efficacité des mesures d'encouragement. L'introduction d'une coordination centralisée des aides pour les productions de plus grande envergure pourrait ici réduire la lourdeur bureaucratique et simplifier la coopération entre les différentes institutions d'encouragement.

L'étude a également montré que les nouveaux formats des médias et les pratiques de production durables devraient être davantage intégrés dans l'encouragement du cinéma. L'introduction d'encouragements ciblés dans ces domaines peut contribuer à renforcer la capacité d'innovation de l'industrie cinématographique suisse, à la préparer pour l'avenir et à réduire son empreinte écologique.

La création d'un institut cinématographique et d'une alliance des organisations de promotion du cinéma sont des aspects essentiels qui permettraient plus de flexibilité et d'agilité dans le domaine de l'encouragement du cinéma, mais aussi de pouvoir réagir plus rapidement aux évolutions du marché. Un institut cinématographique pourrait également agir comme acteur central sur le marché et poursuivre une stratégie globale d'encouragement du cinéma.

La mise en œuvre de ces mesures nécessitera de procéder à des analyses détaillées et complètes, notamment pour clarifier et examiner les structures et processus internes existants, ainsi qu'une coopération étroite entre tous les acteurs impliqués. Une évaluation continue des résultats sera déterminante pour garantir l'efficacité et l'efficacé des mesures d'encouragement. La réorientation stratégique de l'encouragement du cinéma offre l'opportunité de consolider la position de la Suisse en tant que lieu de production important et de promouvoir la diversité culturelle du pays à l'international. En adaptant spécifiquement les structures et les processus d'encouragement, l'industrie cinématographique suisse pourra renforcer durablement sa compétitivité et relever avec succès les défis de l'avenir.

8 Bibliographie et références

- Aargauer Kuratorium (2023) : Tätigkeitsbericht 2022. En ligne : <https://2022.tb.aargau-erkuratorium.ch/wp-content/uploads/sites/4/2023/11/TAETIGKEITSBE-RICHT AARGAUER KURATORIUM 2022.pdf> [12.4.2024].
- AFC – Administration fédérale des contributions (2023) : Statistiques sur la taxe sur la valeur ajoutée TVA 2021. En ligne : <https://www.estv.admin.ch/estv/fr/accueil/afc/statistiques-fiscales/statistiques-fiscales-general/statistique-tva.html> [11.10.2023].
- Arbeitskreis Green Shooting / Beauftragte der Bundesregierung für Kultur und Medien / Bundes- und Länderförderungen (2023) : Ökologische Standards für deutsche Kino-, TV- und Online-/VoD-Produktionen. En ligne : https://www.green-motion.org/files/16_green_motion/Dokumente/230215_OEkologische_Standards_fuer_deutsche_Kino-TV-Online-VoD-Produktionen.pdf [20.11.2023].
- ARD (2023) : ARD-Produzentenbericht für das Jahr 2022. En ligne : www.ard.de/die-ard/ARD-Produzentenbericht-2022-100.pdf [9.7.2024].
- Arena Cinemas AG (2024) : Infos, plans des salles. En ligne : www.arena.ch/fr/geneve/infos-pratiques/plans-des-salles-ge [10.4.2024].
- BAK Economics (2022) : Étude de branche La production cinématographique en Suisse 2022. En ligne : www.bak-economics.com/fr/etudes-et-analyses/detail/etude-de-branche-la-production-cinematographique-en-suisse [11.10.2023].
- blue Entertainment SA (2024) : blue en chiffres. En ligne : www.blueplus.ch/fr/a-propos-de-blue [10.4.2024].
- BMWK (2023) : Computerspieleförderung des Bundes. En ligne : <https://www.bmwk.de/Redaktion/DE/Artikel/Wirtschaft/Games/computerspieleforderung-des-bundes.html> [11.4.2024].
- Canton de Bâle-Ville (2024) : Fachausschuss Film und Medienkunst BS/BL. En ligne : www.kultur.bs.ch/kulturprojekte/film-und-medienkunst/fachausschuss-film-und-medienkunst-bs-bl.html [12.4.2024].
- Canton de Saint-Gall (2024) : Filmförderung. En ligne : <https://www.sg.ch/kultur/kulturfoerderung/foerderung-beantragen/filmfoerderung.html> [12.4.2024].
- CCA – Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (2023) : Bilan 2022. En ligne : https://audiovisuel.cfwb.be/fileadmin/sites/sgam/uploads/Ressources/Publications/Bilans_Centre_du_Cinema_et_de_l_Audiovisuel/Bilan_2022.pdf [17.4.2024].
- CH Media (2021) : Die neue Streaming-Plattform von CH Media Entertainment heisst 'oneplus', communiqué de presse du 9 mars 2021. En ligne : www.chmedia.ch/news/die-neue-streaming-plattform-von-ch-media-entertainment-heisst-oneplus [1.9.2023].
- Cinébulletin (2023) : L'avenir de l'encouragement du cinéma en Suisse. En ligne : <https://cinebulletin.ch/fr/artikel/l-avenir-de-l-encouragement-du-cinema-en-suisse-de> [16.5.2024].
- Cinéforum (2022) : Rapport d'activité 2022. En ligne : <https://www.cineforum.ch/rapport-d-activite-2022-et-brochure-statistique-edition-2023> [3.4.2024].

- Cinéforum (2024) : Résultats du soutien XN 1^{re} session 2022. En ligne : www.cineforum.ch/resultats-du-soutien-xn-1re-session-2022 [18.4.2024].
- Cinéforum (2024) : Soutien aux expériences numériques. En ligne : www.cineforum.ch/soutien-aux-experiences-numeriques [18.4.2024].
- Cinéforum (2024) : Soutien complémentaire. En ligne : www.cineforum.ch/soutien-complementaire [3.4.2024].
- Cinésuisse (2011) : Externalisation de l'encouragement du cinéma. Rapport et proposition de Cinésuisse à l'attention du Conseiller fédéral Didier Burkhalter. [Source fournie par l'OFC].
- CNC – Centre national du cinéma et de l'image animée (2024) : Crédit d'impôt jeu vidéo. En ligne : <https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/credit-dimpot-jeu-video-121078> [4.5.2024].
- CNC – Centre national du cinéma et de l'image animée (2024) : Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV). En ligne : <https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/fonds-daide-au-jeu-video-fajv-191468> [4.5.2024].
- Conseil fédéral suisse (2024) : Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2025-2028, p. 64. En ligne : <https://www.bak.admin.ch/bak/fr/home/themes/le-message-culture.html> [11.4.2024].
- CSEC-E (2021) : Questions complémentaires sur la révision de la loi sur le cinéma. Révision de la loi sur le cinéma. Obligation d'investir – variantes de mise en œuvre. En ligne : www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/berichte/zusatzbericht-bak-revision-filmgesetz-19-04.pdf.download.pdf/Zusatzbericht%20BAK%20Revision%20Filmgesetz%2019.04.F.pdf [13.8.2023].
- DFI – Danish Film Institute (2023) : Facts and Figures 2023. En ligne : www.dfi.dk/english/facts-figures-2023 [17.4.2024].
- DFI – Danish Film Institute (2024) : Closer to the Audience : stronger bond between industry and audience. En ligne : www.dfi.dk/en/english/news/closer-audience-stronger-bond-between-industry-and-audience [16.5.2024].
- DFI – Danish Film Institute (2024) : Market Scheme. En ligne : www.dfi.dk/en/english/funding/market-scheme [16.5.2024].
- EAO Yearbook (2022) : FILM-MS Cinema admissions - Market shares by origin (2017-2021). En ligne : <http://yearbook.obs.coe.int/s/document/6994/film-ms-admissions-market-share-by-origin-2017-2021> [11.10.2023].
- Eurostat (2024) : Niveaux des prix comparés 2022 (code des données en ligne : tec00120). En ligne : <https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/tec00120/default/table> [17.4.2024].
- Fédération des coopératives Migros (2024) : L'année 2022 du groupe Migros en faits et chiffres. En ligne : <https://report.migros.ch/2022/fr/faits-et-chiffres/> [15.4.2024].
- Fédération des coopératives Migros (2024) : Pour-cent culturel. En ligne : <https://engagement.migros.ch/fr/pour-cent-culturel> [16.4.2024].
- Fédération des coopératives Migros (2024) : Projets culturels. En ligne : <https://engagement.migros.ch/fr/subvention/projets-culturels> [15.4.2024].

- FFA – Filmförderungsanstalt (2023) : FFA Kinojahr 2022. En ligne : www.ffa.de/files/dokumentenverwaltung/publikationen%20presse%20%28bearbeitet%20HS%29/2022/FFA-Kinojahr_2022.pdf [17.4.2024].
- FFA (2023) : Evaluierungsbericht der FFA zur Entwicklung des Abgabeaufkommens vor dem Hintergrund der wirtschaftlichen Situation des Filmmarktes in Deutschland gemäß § 171 Abs. 1 FFG). En ligne : [www.ffa.de/files/dokumentenverwaltung/studien%20mafo%20\(bearbeitet%20HS\)/2023/Evaluierungsbericht%20Abgabeaufkommen%20FFA_2023.pdf](http://www.ffa.de/files/dokumentenverwaltung/studien%20mafo%20(bearbeitet%20HS)/2023/Evaluierungsbericht%20Abgabeaufkommen%20FFA_2023.pdf) [9.7.2024].
- Filmfonds Wien (2023) : Jahresbericht 2022. En ligne : www.filmfonds-wien.at/files/ffw_jahresbericht_2022.pdf [17.4.2024].
- Fonds culturel Suissimage (2023) : Rapport annuel 2022. En ligne : https://www.suissimage.ch/wp-content/uploads/2023/05/Suissimage_GB22_FR.pdf [15.4.2024].
- Fonds culturel Suissimage (2024) : Portrait. En ligne : <https://www.suissimage.ch/fr/fonds-culturel/portrait/> [15.4.2024].
- Fonds de production télévisuelle S.à.r.l. (2023) : Rapport annuel 2022. En ligne : <https://www.tpf-fpt.ch/site/files/TPF%20rapport%20annuel%202022.pdf> [16.4.2024].
- Gamesmarkt (2024) : Pro Helvetia ordnet Fördermaßnahmen für Games der Design-Abteilung zu. En ligne : www.gamesmarkt.de/business/strategische-integration-pro-helvetia-ordnet-foerdermassnahmen-fuer-games-der-design-abteilung-zu-3e94791b69f4078bbf2c79dba841dd46 [18.4.2024].
- Gameswirtschaft (2021) : Schweizer Studios kämpfen für Games-Förderung. En ligne : <https://www.gameswirtschaft.de/politik/schweiz-games-foerderung/> [11.4.2024].
- Gameswirtschaft (2022) : Landwirtschafts-Simulator 22 Verkaufszahlen : 4 Millionen in einem Jahr. En ligne : www.gameswirtschaft.de/marketing-pr/landwirtschafts-simulator-22-verkaufszahlen-151122/ [11.4.2024].
- GIANTS Software GmbH (2024) : Farming Simulator League. En ligne : <https://fsl.giants-software.com/> [11.4.2024].
- Interface/Evalure (2019) : Évaluation des régimes d'encouragement du cinéma 2016 à 2020. En ligne : www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/publikationen/Rapport%20final%20evaluation%20r%C3%A9gimes%20d%20encouragement%20du%20cin%C3%A9ma%2016-20_DEF.pdf.download.pdf/Rapport%20final%20evaluation%20r%C3%A9gimes%20d%20encouragement%20du%20cin%C3%A9ma%2016-20_DEF.pdf [11.4.2024].
- Ipsos (2023) : Étude 2023 sur la vidéo en streaming en Suisse sur mandat de Moneyland.ch. En ligne : <https://www.moneyland.ch/fr/streaming-video-suisse-etude-2023> [3.4.2024].
- Journal officiel de l'Union européenne (2013) : Communication de la Commission sur les aides d'État en faveur des œuvres cinématographiques et autres œuvres audiovisuelles (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), (2013/C 332/01). En ligne : <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2013:332:0001:0011:FR:PDF> [17.4.2024].

- MEDIA Desk Suisse (2023) : Rapport annuel 2022. En ligne : www.mediadesk.ch/file/download/778/MEDIA-Desk-Suisse_Jahresbericht_2022_FR.pdf [15.4.2024].
- Mediapulse (2023) : Données annuelles 2022. En ligne : www.mediapulse.ch/fr/donnees/donnees-annuelles/ [15.10.2023].
- Netflix (2022) : EARLY BIRDS (WT) – Drehstart für erste Schweizer Koproduktion, communiqué de presse du 1.12.2022. En ligne : <https://about.netflix.com/de/news/early-birds-wt-filming-kicks-off-on-our-first-swiss-co-production> [01.9.2023].
- Observatoire européen de l'audiovisuel (2023) : Base de données MAVISE, version : 31.8.2023. En ligne : <http://mavise.obs.coe.int/> [31.8.2023].
- OBT SA (2023) : Rapport de l'organe de révision au Conseil de la Fondation SWISS FILMS Zurich sur les comptes annuels 2022. En ligne : www.swissfilms.ch/upload/media/default/15172/Stiftung%20SWISS%20FILMS%202022_RB_2022_DE_signiart.pdf [15.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2018) : Présentation Évaluation des demandes de soutien aux coproductions minoritaires. En ligne : www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/merkblatt_hinweis/Pr%C3%A4sentation%20Beurteilung%20der%20Gesuche%20f%C3%BCr%20minorit%C3%A4re%20Koproduktionen.pdf.download.pdf/minoritaere-koproduktionen.pdf [3.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2022) : L'encouragement du cinéma suisse. Facts & Figures 2022. En ligne : https://www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/zahlen_und_statistiken/filmfoerderungjahresbericht-2022.pdf.download.pdf/BAK_Facts_and_Figures-2022_FR.pdf [3.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2023) : Le financement de la production cinématographique suisse 2022. En ligne : <https://www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/berichte/die-schweizer-kinofilmproduktion-2022.pdf.download.pdf/Die%20Schweizer%20Kinofilmproduktion%202022.pdf> [3.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2023) : Obligation de quota et d'investissement. En ligne : www.bak.admin.ch/bak/fr/home/creation-culturelle/cinema/fqiv.html [1.9.2023].
- OFC – Office fédéral de la culture (2024) : Aide au cinéma liée au succès (Succès Cinéma). En ligne : www.bak.admin.ch/bak/fr/home/creation-culturelle/cinema/encouragement-du-cinema/aide-au-cinema-liee-au-succes--succes-cinema-.html [3.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2024) : Encouragement du cinéma. Plan de répartition 2022. En ligne : www.bak.admin.ch/dam/bak/fr/dokumente/kulturschaffende-film/publikationen/verteilplan-2024.pdf.download.pdf/BAK_Verteilplan_2024_RZ_FR.pdf [3.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2024) : Liste des festivals et prix pour le modèle Succès Festival 2024. En ligne : www.bak.admin.ch/bak/fr/home/creation-culturelle/cinema/encouragement-du-cinema/aide-au-cinema-liee-au-succes--succes-

- [cinema-/succes-festival---bonifications-pour-le-succes-artistique-a-des-.html](#)
[11.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2024) : Message concernant l'encouragement de la culture pour la période 2025 à 2028. En ligne : www.fedlex.admin.ch/eli/fga/2024/753/fr [15.4.2024].
- OFC – Office fédéral de la culture (2024) : Promotion de l'investissement dans la cinématographie en Suisse (PICS). En ligne : www.bak.admin.ch/bak/fr/home/creation-culturelle/cinema/encouragement-du-cinema/promotion-de-l-investissement-dans-la-cinematographie-en-suisse-.html [3.4.2024].
- OFCOM (2023) : Octroi de concession. En ligne : www.bakom.admin.ch/bakom/fr/page-daccueil/medias-electroniques/informations-concernant-les-diffuseurs-de-programmes/srg-ssr/octroi-de-concession-et-technique-srg-ssr.html [11.04.2024].
- ÖFI – Österreichisches Filminstitut (2023) : Filmwirtschaftsbericht 2022. En ligne : <https://filminstitut.at/institut/filmwirtschaftsbericht> [17.4.2024].
- ÖFI – Österreichisches Filminstitut (2023) : Tätigkeitsbericht 2022. En ligne : https://filminstitut.at/wp-content/uploads/2023/04/OeFI_Taetigkeitsbericht2022.pdf [17.4.2024].
- OFS – Office fédéral de la statistique (2023) : Statistique structurelle des entreprises STATENT 2021 : emplois par secteur d'activité. Données fournies par l'OFS (Code NOGA 591, 601, 602, 5911, 5912, 5913, 5914).
- OFS – Office fédéral de la statistique (2024) : Statistique du film et du cinéma. En ligne : www.bfs.admin.ch/bfs/fr/home/statistiques/culture-medias-societe-information-sport/culture/film-cinema.html [10.4.2023].
- Pathé Cinéma Suisse (2024) : Pathé Suisse : les chiffres-clés En ligne : <https://www.pathe.ch/fr/news/pathe-suisse> [10.4.2024].
- Pôle de création numérique (2024) : Ce que nous faisons. Ce que nous soutenons. En ligne : <https://polnum.ch/> [19.4.2024].
- Pôle de création numérique (2024) : Le Pôle. En ligne : <https://polnum.ch/> [17.5.2024]
- Pro cinéma Berne (2022) : Subventions accordées du Fonds d'encouragement des activités culturelles en 2022, Prix et Bourses. En ligne : www.kultur.bkd.be.ch/fr/start/ueber-uns/kulturfoerderung/taetigkeitsberichte-kulturfoerderung.html [12.4.2024].
- Pro Helvetia (2024) : Domaines d'encouragement de Pro Helvetia. En ligne : <https://prohelvetia.ch/fr/> [11.4.2024].
- ProCinema (2022) : Facts & Figures 2022. En ligne : www.procinema.ch/pdf/statistics/factsfigures/2022/FactsFigures_SwissCinema_2022.pdf [11.10.2023].
- ProCinema (2023) : Facts & Figures 2023. En ligne : www.procinema.ch/pdf/statistics/factsfigures/2023/FactsFigures_SwissCinema_2023.pdf [11.4.2024].
- ProHelvetia (2024) : Qu'est-ce que SwissGames? En ligne : <https://prohelvetia.ch/fr/whats-on/swissgames-showcase-2024-selected-studios/> [11.4.2024].

- PwC (2022) : Switzerland Entertainment and Media Outlook 2022-2026. En ligne : www.pwc.ch/en/insights/tmt/entertainment-and-media-outlook-2022-2026.html [15.10.2023].
- RTS (2023) : « Winter Palace », première série coproduite par la RTS et Netflix, communiqué de presse du 6.9.2023. En ligne : www.rts.ch/info/culture/series/14289591-winter-palace-premiere-serie-coproduite-par-la-rts-et-netflix.html [1.10.2023].
- Schmid, Rachel (2018) : Un ou beaucoup, telle est la question. Soutien au cinéma, le système d'évaluation suisse en comparaison européenne. En ligne : <https://arffds.ch/fr/downloads/verband-filmpolitik/studie-begutachtungssystem.pdf> [17.5.2024]
- Scholl, Anne-Sophie (2021) : Zum virtuellen Gruseln schön. Dans : Zeit Online. En ligne : <https://www.zeit.de/2021/14/mundaun-videospiel-bergdorf-hochalpen-schweiz> [11.4.2024].
- SGDA – Swiss Game Developers Association (2024) : La SGDA en bref. En ligne : www.sgda.ch/fr/ [11.4.2024].
- SGDA (sans indication de date) : Gameentwicklung Schweiz 2019. Die Schweizer Game-Branche wächst – schöpft Bundesbern das Potential des Mediums in der kommenden Legislaturperiode aus? En ligne : www.sgda.ch/de/studie-games-schweiz/ [11.10.2023].
- SIEA – Swiss Interactive Entertainment Association (2024) : Vision. En ligne : www.siea.ch/fr/siea/ [11.4.2024].
- SPIO – Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (2023) : Filmstatistisches Jahrbuch 2023.
- SRG SSR (2020) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Accord SRG SSR – production indépendante. En ligne : https://www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/Kultur/Pacte_2020-2023_FR.pdf [11.4.2024].
- SRG SSR (2020-2023) : Facts & Figures. Pacte de l'audiovisuel 2019, 2020, 2021 et 2022. En ligne : <https://www.srgssr.ch/fr/news-medias/publications> [11.4.2024].
- SRG SSR (2022) : Pacte de l'audiovisuel 2020-2023. Descriptif des processus. En ligne : www.srgssr.ch/fileadmin/dam/documents/Kultur/2022_09_22_Prozessbeschreibung_PACTE_2020_2023_FR.pdf [3.4.2024].
- SRG SSR (2022) : Rapport de gestion 2021. En ligne : https://gb.srgssr.ch/archiv/fileadmin/gb2021/pdf/Download-Center/Geschaeftsbericht-SRG-2021_fr.pdf [15.10.2023].
- SRG SSR (2023) : La SSR salue le rejet de l'initiative « 200 francs, ça suffit » [...]. Communiqué de presse du 8.11.2023. En ligne : www.srgssr.ch/fr/news-medias/news/la-ssr-salue-le-rejet-de-linitiative-200-francs-ca-suffit-par-le-conseil-federal-mais-est-preoccupee-par-les-consequences-dune-reduction-annoncee-de-la-redevance-media [17.4.2024].
- SRG SSR (2023) : Rapport de gestion 2022. En ligne : <https://gb.srgssr.ch/archiv/2022/fileadmin/dam/pdf/Download-Center/SRG-GB-2022-fr.pdf> [3.4.2024].
- SRG SSR (2024) : Indicateurs Play Suisse. En ligne : <https://gb.srgssr.ch/fr/2023/statistiques-de-programme/statistiques-offre-en-ligne-indicateurs-play-suisse> [5.7.2024].

- Story Lab du Pour-cent culturel Migros (2021) : Encouragement du cinéma du Pour-cent culturel Migros. En ligne : https://storylab.migros-engagement.ch/wp-content/uploads/2021/06/Gefoerderte-Filme-Postproduktion_FR.pdf [15.4.2024].
- Story Lab du Pour-cent culturel Migros (2024) : Comment la promotion est-elle organisée ? En ligne : <https://storylab.pour-cent-culturel-migros.ch/forderung/comment-la-promotion-est-elle-organisee/> [15.4.2024].
- Swiss Films (2023) : Rapport annuel 2022. En ligne : www.swissfilms.ch/upload/media/default/15184/WEB_Jahresbericht_2022.pdf [15.10.2023].
- VAF – Vlaams Audiovisueel Fonds (2023) : Jaarverslag 2022. En ligne : www.vaf.be/files/Jaarverslagen/VAF-jaarverslag-2022.pdf [17.4.2024].
- Verein Film Austria (2024) : Kinostart 2022. En ligne : <https://www.filmaustria.com/kino-charts> [17.4.2024].
- World of Locations (2023) : Global Incentives Index 2023. Compiled by Olsberg SPI. En ligne : www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2024/03/Olsberg-Global-Incentives-Index-Latest.pdf [9.7.2024].
- ZDF (2023) : Programmprofile und -kosten. Beschaffungsaufwand für Auftrags- und Koproduktionen laut Jahresabschluss 2022. En ligne : www.zdf.de/zdfunternehmen/transparenz-programmkosten-100.html [9.7.2024]
- Zürcher Filmstiftung (2023) : Jahresbericht 2022. En ligne : https://filmstiftung.ch/wp-content/uploads/2023/05/2022_Jahresbericht_Doppelseiten.pdf [11.4.2024].
- Zürcher Filmstiftung (2024) : Die Förderung. En ligne : <https://filmstiftung.ch/die-forderung/> [11.4.2024].
- Zürcher Filmstiftung (2024) : Nachhaltigkeitsvorgaben. En ligne : <https://filmstiftung.ch/nachhaltigkeitsvorgaben/> [17.5.2024]
- Zürcher Filmstiftung (2024) : Über den Fast Track. En ligne : <https://filmstiftung.ch/ueber-den-fast-track/> [18.4.2024].

9 Annexe

9.1 Entretiens qualitatifs

Tab. 10 : Aperçu des participants aux entretiens issus du secteur audiovisuel suisse

Nom	Entreprise/Institution	Fonction
Boss, Sabine	Zürcher Hochschule der Künste	Directrice des études cinématographiques
Bujès, Emilie	Visions du Réel – Festival international de cinéma Nyon	Directrice artistique
Chapuis, Elie	Groupement suisse du film d'animation	Co-président
Charrière, Martin	DNA Studios	Partenaire
Epelbaum, Edna	Association Cinématographique Suisse / Cinevital	Présidente / CEO
Froehle, Jean-Marc	PointProd S.A.	Producteur / Partenaire
Hächler, Felix	Pro-Cinema / Filmcoopi	Vice-président / CEO
Hobi, Lukas	Zodiac Pictures	CEO
Kasics, Kaspar	Distant Lights	CEO
Kummer, Ivo	Office fédéral de la culture	Chef de la section Cinéma
Morey, Stéphane	Cinéforum	CEO
Mumenthaler, Samuel	OFCOM	Juriste Droit des médias
Probst, Philippe	Association Suisse des Industries Techniques de l'Image et du Son	Secrétaire
Ruffo, Nicola	Swiss Films	Directeur
Schiwow, Mischa	Frenetic Filmverleih	Directeur de Prochaine
Schmid, Rachel	FOCAL	Directrice
Steiger, Michael	Turnus Film	CEO
Walden, Bakel	SRG SSR	Directeur Développement et Offre

Tab. 11 : Aperçu des participants aux entretiens issus de l'étranger

Nom	Entreprise/Institution	Fonction
Brunfaut, Jeanne	Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel	Directrice
Dinges, Peter	FFA – Filmförderungsanstalt	Comité de direction
Eskilsson, Tomas	Film i Väst	Head of Analysis
Glehr, Alexander	Austrian Association of Film Producers	Président

9.2 Comparaison avec l'étranger

Tab. 12 : Aperçu des structures d'encouragement du cinéma en Suisse, en Belgique, au Danemark, en Autriche et en Allemagne, 2022

	Suisse	Belgique Wallonie/Bruxelles	Belgique Flandre	Danemark	Autriche	Allemagne
Encouragement national culturel du cinéma	Sélectif, Succès Cinéma	Sélectif, encouragement de référence	Sélectif	Sélectif	Sélectif, encouragement de référence	Sélectif, encouragement de référence
Forme juridique encouragement national	Administration	Institut cinématographique, administration	Institut cinématographique, administration	Institut cinématographique	Institut cinématographique, administration	Institut cinématographique, administration
Modèle d'examen Encouragement national	Commission	Commission	Forme mixte	Intendant, (Commission pour « Market Scheme »)	Commission	Commission
Encouragements régionaux	Zurich, Cinéforum, Berne, Bâle + 14 autres cantons	CCA, Wallimage, Screen Brussels	VAF Film Fund, Screen Flanders	West Danish Film Fund, FilmFyn	9 encouragements des Länder	9 encouragements des Länder
Incitation aux tournages (automatiquement territorialisée)	PICS	Tax Shelter	Tax Shelter	aucune	FISA+ (depuis 2023)	DFFF I+II
Autres instruments d'encouragement	Pacte SRG SSR	Fonds télévisuel FWB-RTBF	VAF Media Fund	Public Service Fund	ORF-Abkommen	German Motion Picture Fund
Obligation d'investissement/Redevance des fournisseurs de streaming	4 % (à partir de 2024)	jusqu'à 2,2 % (selon le chiffre d'affaires)	2 %	2 à 5 % (envisagé)	--	1,8 % ou 2,5 % (selon le chiffre d'affaires)
Aide à la distribution	OFC	CCA	VAF	DFI	ÖFI	FFA
Promotion des films à l'étranger	Swiss Films	Wallonie Bruxelles Images	Flanders Image	DFI	Austrian Films	German Films

Source : Analyse Goldmedia 2023

Tab. 13 : Principaux indicateurs comparés par pays (ajustés en fonction du pouvoir d'achat*), 2022

	Suisse	Belgique	Danemark	Autriche	Allemagne
Montant total de l'encouragement à la production d'œuvres cinématographiques¹ (incitations et minoritaires inclus)	29,3 millions d'euros	38,9 millions d'euros	29,9 millions d'euros	37,6 millions d'euros	219,9 millions d'euros
Montant moyen de l'encouragement par œuvre cinématographique de fiction (incitations incluses, hors minoritaires)	0,88 million d'euros	1,55 million d'euros	1,00 million d'euros	1,39 million d'euros	1,52 million d'euros
Montant moyen de l'encouragement par film documentaire (incitations incluses, hors minoritaires)	0,12 million d'euros	0,26 million d'euros	0,21 million d'euros	0,04 million d'euros	0,15 million d'euros
Encouragement à la production d'œuvres cinématographiques¹ (hors incitations, minoritaires inclus)	24,2 millions d'euros	21,8 millions d'euros	29,9 millions d'euros	29,3 millions d'euros	147,3 millions d'euros
Part de l'encouragement nat. dans les coûts de production des œuvres cinématographiques (incitations et minoritaires inclus)	33 %	24 %	43 %	51 %	36 %
Montant total de l'encouragement à la production d'œuvres cinématographiques¹ par habitant	3,35 euros	3,35 euros	5,09 euros	4,19 euros	2,64 euros
Nombre de films de fiction nationaux dont la première exploitation a été en salles (hors minoritaires)	31	25	30	18	103
Nombre de films documentaires nationaux dont la première exploitation a été en salles (hors minoritaires)	66	24	2	8	80
Part de marché des films nationaux au cinéma (hors minoritaires)	5 %	14 %	30 %	5 %	24 %
Encouragement total à la production audiovisuelle² (hors productions d'œuvres cinématographiques)	7,3 millions d'euros	9,3 millions d'euros	5,6 millions d'euros	9,9 millions d'euros	103,7 millions d'euros
Encouragement à la distribution et à la diffusion de films nat. sur le territoire suisse (marketing inclus, hors aides en lien avec la pandémie/services médiatiques)	1,9 million d'euros (Cinéma, VOD)	0,8 million d'euros (Cinéma, DVD)	2,6 millions d'euros (Cinéma, VOD, DVD)	3,2 millions d'euros (Cinéma, VOD, DVD)	18,8 millions d'euros (Cinéma, VOD, DVD)
Promotion de films nat. à l'étranger (budget lié au projet uniquement, hors frais administratifs, encouragement à l'exportation inclus)	1,8 million d'euros	0,5 million d'euros	0,6 million d'euros	0,6 million d'euros	2,9 millions d'euros

Source : Analyse Goldmedia 2023. * Note méthodologique : cinéma hors courts métrages, films expérimentaux, etc., Valeurs ajustées selon les parités de pouvoir d'achat de l'UE-27 (Eurostat Niveaux des prix comparés 2022, code des données en ligne : tec00120). ¹ hors Pacte SRG SSR (Suisse) / Fonds télévisuel ; ² hors Pacte SRG SSR (Suisse) ou investissements des chaînes de TV dans les productions de commande et sous licence

Tab. 14 : Top 10 des œuvres cinématographiques suisses par nombre d'entrées, 2022

Rang*	Titre	Distribution	Genre	Entrées
26	Die goldenen Jahre	Filmcoopi	Comédie	78 787
53	Lynx	JMH	Docu	33 752
72	Désordres	Filmcoopi	Drame	23 990
81	Die schwarze Spinne	Elite	Thriller	19 391
84	Drii Winter	Frenetic	Drame	18 652
94	Mad Heidi	Praesens	Action	16 529
107	La Mif	Aardwark	Drame	12 869
127	Olga	Cineworx	Drame	9739
131	Prinzessin	Cineworx	Drame	9198
142	Albert Anker	Filmcoopi	Docu	8132

Source : Analyse Goldmedia 2023 d'après ProCinéma (2022) : Facts & Figures SwissCinema 2022. *Classement basé sur l'ensemble des œuvres cinématographiques en 2022.

9.3 Groupe consultatif

Tab. 15 : Membres du Groupe consultatif

Nom	Fonction, institution
Bochud, Laetitia	Présidente, Virtual Switzerland
Jazbec, Rajko	Co-président, Verband IG
Lurati, Francesco	Professeur, Università della Svizzera italiana
Maire, Jacques-André	Ancien Président, Cinéforum
Maissen, Bernard	Directeur, OFCOM
Marchand, Gilles	Directeur général, SRG SSR
Marschall, Corinna	Directrice, MEDIA Desk Suisse
Menn, Annatina	Membre du conseil d'administration, Zürcher Filmstiftung
Moeschler, Olivier	Collaborateur scientifique, Office fédéral de la statistique
Pedrazzoli, Elena	Co-présidente, GARP
Ruey, Gérard	Président, Commission fédérale du cinéma
Schulze, Juliane	Senior Partner, Media Consultancy
Tribolet, Thomas	Conseiller juridique, Association suisse des producteurs de films