

La collecte statistique sur le commerce cinématographique entre les États-Unis et l'Europe: une esquisse historique¹

André Lange, independent researcher
and Head of Department at the European
Audiovisual Observatory from 1993 to 2015

This article provides a history of the implementation, in the United States and Europe, of collection processes on cinema attendance, on the results obtained by films in terms of admissions or box-office receipts, and on the international trade of films. The contribution shows how the US industry was already from the 1910s concerned with obtaining a statistical portrait of European markets while efforts to set up an integrated European statistical tool, imagined in the 1920s, did not come to fruition. This was only achieved in the 1990s with the creation of the European Audiovisual Observatory and its LUMIERE database.

Keywords

Statistical Data Collection
European Audiovisual
Observatory
LUMIERE Database
Box-office
Film Market
DOI

<https://doi.org/10.54103/2036-461X/22482>

The numbers, just the numbers. Why we have people who come every day and bring their friends the next day. Which are the most popular scenes now?

Bullock 1907

En 1986, dans le cadre d'un projet de l'Institut européen des médias (Manchester) financé par la Commission européenne et l'Union Européenne de Radio-Télévision (UER), il m'avait été demandé d'établir une liste des films européens ayant eu le plus de succès en salles. A l'époque, le seul outil qui permettait de dresser une telle liste était le classement cumulatif du box-office mondial établi par le magazine *Variety*. Le seul critère d'européanité qu'il m'était possible d'utiliser était la nationalité du réalisateur. J'avais donc placé en tête du classement *Doctor Zhivago* (David Lean, 1965), film réalisé par un anglais, adapté d'un roman écrit par un russe, produit par un italien pour un studio hollywoodien avec un égyptien comme acteur principal. Comme dans le roman de Boris Pasternak, Lara, la maîtresse du héros, est d'origine belge, et que dans un film, l'important c'est la femme, il m'est souvent arrivé de plaisanter en affirmant que le film européen ayant le plus de succès était belge. L'impossibilité de répondre de manière satisfaisante à cette question illustre le travail qui restait à accomplir pour créer

¹ Le présent article n'implique que la seule responsabilité de l'auteur et n'engage pas l'Observatoire européen de l'audiovisuel ni le Conseil de l'Europe.



un appareil statistique européen sur le secteur cinématographique et audiovisuel, projet d'ampleur auquel j'ai eu la chance de contribuer pendant trente années.

Des statistiques pertinentes et fiables ne naissent pas d'un coup de baguette magique, mais d'un lent processus impliquant les milieux professionnels et les décideurs politiques. La statistique sur un type donné d'activité économique ne naît que lorsqu'existe la possibilité de compiler les données collectées ou produites par les entreprises individuelles en vue d'élaborer une connaissance partagée. La mise en commun des données peut se faire soit à l'initiative d'organisations professionnelles sectorielles, soit des pouvoirs publics, soit d'entreprises tierces (presse, entreprises spécialisées). Cette mise en commun peut répondre à des objectifs très différents: meilleure connaissance des marchés (compréhension des "goûts du public", des marchés extérieurs à conquérir), actions de *lobbying*, définition et évaluation des politiques, ... De là découle la difficulté d'écrire une histoire de la pratique statistique dans le secteur cinématographique, tant une historiographie de la pratique statistique suppose une connaissance détaillée de l'évolution des relations entre les différents protagonistes du secteur. Dans cet article, on s'attachera à retracer l'origine des collectes statistiques par l'industrie cinématographique américaine et l'histoire de l'intelligence économique des échanges internationaux en matière audiovisuelle, de la circulation des films et de la mesure des résultats (entrées et recettes). Nous montrerons comment la mesure statistique s'intègre dans les stratégies de conquête des marchés par l'industrie cinématographique américaine et de maintien de la position dominante acquise par celle-ci, avec l'appui des pouvoirs publics, en tentant d'imposer ses propres indicateurs comme norme de la mesure de l'état du marché international. La mise en place de l'Observatoire européen de l'audiovisuel est décrite comme un des éléments, malgré sa création tardive, de la riposte européenne à l'hégémonie américaine.²

ORIGINES ET DISPARITÉS MÉTHODOLOGIQUES SUR LA COLLECTE DE DONNÉES SUR LES ENTRÉES DES FILMS DISTRIBUÉS EN SALLES

1 - Les collectes de données sur les résultats au box-office aux États-Unis

La mesure des recettes au guichet des films est apparue aux États-Unis comme un perfectionnement de la mesure de la *bankability* des acteurs, des

² Sur la légitimité politique d'une intervention publique sur le marché de l'information pour corriger les défaillances de celui-ci et en réduire l'asymétrie, voir Lange 2002.

réalisateurs, des producteurs et des studios.³ Celle-ci a d'abord été menée par des enquêtes (*polls*) de popularité, dont la première est menée en 1911 par le *New York Morning Telegraph*. La plus connue sera le *Top Ten Money Making Stars Poll*, publié entre 1915 et 2013 par la Quigley Publishing Company, editrice du *Motion Picture Herald*, réalisée par le biais d'un questionnaire adressé aux exploitants (Weaver 1940).

Ce type de sondage mettait en évidence une perception subjective de la popularité des films et des acteurs mais ne mesurait pas la réalité des pratiques. Des données plus solides sur la réalité du marché ont été souhaitées par les milieux professionnels. Le 3 mars 1922, le magazine professionnel *Variety* publie pour la première fois des données sur les recettes au guichet (*gross box-office*) des principaux films distribués sur le marché américain. Les données sont présentées comme des "fairly accurate estimates" des résultats dans les principales salles de Broadway la semaine précédente. Le magazine annonce que ce type de collecte, destiné à aider les exploitants dans leur choix de programmation, a vocation à s'élargir progressivement aux salles des principales villes du pays ("Business on Broadway Figures" 1922). Dans ce premier, mais unique, article, des données sont fournies sur les cinq films ayant réalisés les meilleures recettes à Broadway, ainsi que sur les principaux résultats à Chicago, Pittsburgh, Kansas City, Syracuse, Atlanta, New Orleans, Los Angeles, San Francisco et Portland. Cette annonce et cette première publication de données ne sont cependant pas prolongées dans les numéros suivants de l'hebdomadaire et il faut attendre l'après-guerre pour voir leur publication devenir régulière.

Dans les années 30, le principal indicateur des performances de films, de réalisateurs et d'acteurs aux États-Unis est le périodique *National Box Office Digest* (1936–1947, édité par Norman Webb).⁴ Ce magazine, devenu hebdomadaire à partir de 1936, ne publie pas à proprement parler de données sur les recettes des films, mais établit un index de succès: un film dont les recettes sont dans la moyenne est noté 100%. Si son succès dépasse la moyenne, il sera coté 120, 150% etc. A partir de 1938 est publié un *National Box Office Digest Annual* qui propose les recettes estimées sur l'année précédente des dix premiers films et des classements (*batting averages*) des studios en fonction des *ratings* obtenus. La méthodologie de collecte n'est pas précisée et, même si les données ont servi d'indicateur pour la profession, leur caractère

3 Sur l'essor de la collecte des données de box-office aux États-Unis voir le récit de deux journalistes de *Variety*, Hayes and Bing 2004. Voir également l'article "Box-Office" de Wikipedia (https://en.wikipedia.org/wiki/Box_office), consulté le 10 janvier 2020, qui est une base de départ intéressante, mais incomplète, et Wasko 2003, 109–10.

4 L'histoire de cette publication, qui contribua au phénomène du *stardom*, est mal connue. Peu d'exemplaires sont conservés dans les bibliothèques américaines. Quelques-uns sont disponibles sur Internet Archive. Elle avait pourtant pignon sur rue à Hollywood, comme en témoigne l'importance des publicités que les studios y publiaient et les citations du magazine dans les publicités des films et des studios publiées dans d'autres magazines professionnels.

incomplet a été souligné. Pour la première fois, la question de la couverture de ce type de collecte est posée.

En 1946, *Variety*, à l'initiative du chef de rubrique cinéma Herb Golden, commence à publier une enquête hebdomadaire indiquant la performance des *hits* et des *flops* de la semaine sur la base des résultats du box-office de 25 villes américaines clés (Golden 2003). Le 25 septembre 1946, le magazine publie une liste des 33 "Top Grossers", soit les films ayant atteint 4 000 000 \$ de recettes au guichet aux États-Unis et au Canada (Golden 1946). Le 8 janvier 1947, *Variety* publie pour la première fois la liste des "60 Top Grossers" ayant obtenu plus des recettes de plus de 2,25 millions \$ ainsi qu'un classement des studios en fonction des recettes obtenues par ces 60 films ("60 Top Grossers in 1946" 1947). La publication de ces données dans le premier numéro de janvier du magazine allait devenir rituelle et s'allonger au fil des ans. À partir de la fin des années 1960, *Variety* a utilisé un ordinateur IBM 360 pour rassembler les recettes brutes des hebdomadaires de 24 villes américaines. En 1969, le magazine commence à publier une liste des 50 films ayant réalisés les meilleures recettes la semaine précédente, mais ce service est interrompu en 1990.

Les données hebdomadaires collectées par *Variety*, devenues importantes pour les décisions des distributeurs, des exploitants, des agents de ventes et les acheteurs étrangers, vont être concurrencées par un autre service, considéré comme plus performant. En 1976, Marcy Polier, une employée de la chaîne de salles Mann, a mis en place "Centralized Grosses" pour rassembler les données quotidiennes du box-office américain, collectées par téléphone auprès des exploitants. La société est ensuite devenue "National Gross Service" puis "Entertainment Data, Inc. (EDI)". En décembre 1997, elle a été rachetée pour 26 millions \$ par AC Nielsen, société spécialisée dans la mesure d'audience TV (Hindes 1997). A ce moment, EDI collectait les données relatives à 25 000 écrans aux États-Unis et au Canada, représentant environ 85% des recettes totales dans les deux pays. Des services similaires avaient été ouverts par EDI au Royaume-Uni, en France, en Allemagne et en Espagne.

Dans les années 80, la collecte et la publication des données de résultats au box-office est devenue de plus en plus importante et de plus en plus sophistiquée. En y recourant, les départements de marketing ont accru leur influence au sein des studios, prenant progressivement plus d'importance que les départements de productions dans les prises de décision. Nielsen a lancé le service de *tracking* NRG, permettant de mesurer rapidement la satisfaction des différentes catégories de public, tandis que le journaliste de *Variety* A.D. Murphy lançait en 1984 le *Variety's Box Office Index*, une publication annuelle influente (Hayes and Bing 2004, 237-50). *Daily Variety* a également commencé à publier un classement hebdomadaire des recettes nationales du box-office. Progressivement les recettes brutes au guichet (*gross*) se sont substituées aux recettes déclarées par les distributeurs (*rentals*). En 1987, EDI a mis en place une base de données d'informations au box-office qui comprenait des données sur certains films depuis 1970. En 1991, tous les studios américains ont accepté de partager leurs rapports de données complets avec EDI (Hindes 1996, 4). À

partir de 1994, *Variety* a publié chaque année la liste des 100 films ayant obtenu les meilleurs recettes au niveau mondial.

2 - La diversité des procédures de collecte en Europe

En Europe, la collecte de données sur les marchés est, au départ, un projet des organisations professionnelles, mais dans un cadre strictement national. La mise en place de procédure de collecte systématique de données sur les entrées et les recettes dans les pays européens est née d'une logique différente. Alors que les collectes américaines visaient à déterminer la *bankability* (potentiel d'un film, d'un réalisateur ou d'acteurs à engendrer des financements basés sur la prévision des recettes) et le *stardom* (la célébrité des acteurs), les collectes européennes sont essentiellement nées de la volonté des pouvoirs publics de rendre les données d'entrées plus transparentes et plus fiables en vue d'assurer une correcte remontée des recettes vers les ayants-droits et d'évaluer a posteriori la pertinence des choix, de financement public. Une telle logique pouvait se satisfaire de données annuelles, non nécessairement publiées. Ces collectes ont été mises en place, suivant les pays, par des sociétés de gestion collective, des ministères de la Culture, des centres nationaux, des fédérations professionnelles de distributeurs ou d'exploitants ou encore par la presse professionnelle (Lange 2020).

L'Italie paraît avoir été un des premiers pays en Europe où le nombre de salles et leur revenu annuel est comptabilisé, ainsi que, dès 1912, la répartition des recettes entre films nationaux et films étrangers ("The Cinema in Italy" 1913, 7). En Allemagne et en France, la compilation par les magazines professionnels de listes de films distribués permet d'élaborer des statistiques sur le nombre et l'origine des films.⁵ En France un projet de la Chambre syndicale française des distributeurs publié en juin 1939 propose un contrôle des recettes. Dans la foulée est publié un Décret relatif au contrôle des recettes 29 juillet 1939 qui mentionnait la perspective de la création d'un "organisme central professionnel de contrôle et de statistique de l'industrie cinématographique" (Léglise 1970, vol. 2, 193). Il faudra cependant, pour que cette proposition se réalise, attendre la Loi du 25 octobre 1946 portant création d'un Centre national de la cinématographie, dont l'article 13 créait un service du contrôle des recettes et un service des statistiques.

5 Pour l'Allemagne, on dispose de séries pour les années 1930-1944. Voir SPIO 1959: 42. Une première thèse de doctorat sur l'économie du cinéma est Kullmann 1935. La collecte statistique sur le nombre et l'origine des films distribués en France commence en 1924 à l'initiative de Marcel Colin-Reval, rédacteur en chef du magazine professionnel *La Cinématographie française*. Colin-Reval fut le premier avant-guerre à publier les recettes de salles de cinéma, ce qui lui valu un procès intenté par un exploitant, et qu'il gagna en appel (Léglise 1970, vol. 1, 214). Une première compilation de données sur les principaux marchés européens est proposée par Bächlin 1945.

LA LENTE MISE EN PLACE DE COLLECTE STATISTIQUE SUR LE MARCHÉ MONDIAL DU CINÉMA ET LA CIRCULATION DES FILMS

En ce qui concerne la collecte de données sur la dimension internationale du marché du cinéma et sur circulation internationale des films, il est aisé de constater que, dès les années 1910, une importante asymétrie se met en place entre les États-Unis et l'Europe.

Aux États-Unis, les premières entreprises de collectes systématisées sur les marchés extérieurs sont entreprises, à l'origine, non par les organisations professionnelles, mais par les pouvoirs publics. Dès 1908, un rapport consulaire analyse les potentialités du marché italien pour les films américains ("The Italian Market" 1908, 213). A partir de 1912, le US Department of Commerce compile des statistiques douanières permettant de mesurer l'importance des exportations et des rapports sont régulièrement publiés sur le développement des marchés étrangers, en particulier les marchés européens (Rosenberg 1982; Thompson 1985; Jarvie 1992, 16; Bjork 2000). A l'origine, l'indicateur utilisé pour la mesure des parts de marché est le volume général (*footage*), mais progressivement le nombre de *feature films* distribués devient l'unité de comparaison. Dans les années 30, une des publications professionnelles, le *Film Daily Yearbook*, publie un "International Survey" proposant pour chaque pays le nombre et l'origine des films distribués. En compilant les données de cette publication, Kristin Thompson a pu recomposer les parts de marché des films américains dans une soixantaine de marchés extérieurs pour les années 1930-1934 (Thompson 1985, 219-22). Le département de l'Education de l'État de New York établit, à la fin des années 30, des statistiques sur le nombre et l'origine des films distribués (Pobers 1950, repris dans Dubosclard 2004).

La création d'un département statistique au sein de la Motion Picture Producers and Distributors of America (MPPDA), le puissant lobby des *majors* créé en 1922 sous la présidence de Will H. Hays, est envisagée en 1925 mais ne se met en place qu'après la Seconde Guerre mondiale (Platten 1927). Lorsqu'en 1928, un exportateur du système sonore RCA souhaite connaître la taille des marchés à l'exportation en vue de promouvoir le système sonore RCA, Paramount accepte de fournir, apparemment pour la première fois et uniquement en pourcentage, la ventilation de ses ventes internationales (Seidelman 1928). Des données sur l'importance relative des marchés extérieurs pour les différents membres de la MPPDA sont publiées pour la première fois en 1929 (Seabury 1929, 413) mais la systématisation de cette collecte n'est établie qu'après la Seconde Guerre mondiale, avec la mutation de la MPPDA en Motion Picture Association of America (MPAA). Les enquêtes menées par la Federal Trade Commission sur l'intégration Paramount, même si elles ont conduit à la réalisation d'études et à la publication de données sur le marché national, n'ont probablement pas incité les studios à développer la transparence concernant leurs activités domestiques

et internationales.⁶ Lorsque la collecte deviendra régulière, les données sur les *foreign rentals* collectées par le Marketing Department de la MPAA ne seront jamais publiés officiellement, mais de manière officieuse par les magazines professionnels (*Variety*, *The Hollywood Reporter*, ...), et de manière plus ou moins complète suivant les années, jusqu'à la fin du 20^{ème} siècle.

En décembre 2009, le service EDI Nielsen a été racheté par 15 millions \$ par Rentrak, une société qui avait émergé dans la mesure des ventes et locations de vidéogrammes et avait mis en place en 2001 un système informatisé de collecte des données de box-office, avec mise à jour en temps réel et qui, à partir de 2003, était préféré par les studios (Hayes and Bing 2004, 288-89; DiOrio 2009; Fritz 2009). A ce moment, le service collectait les données de 50 000 écrans dans 26 pays des cinq continents. Le 1^{er} février 2016, Rentrak était à son tour acquise par comScore, société qui avait émergé comme la référence en matière de mesure d'audience sur Internet. A ce moment, le service de Rentrak couvrait 125 000 écrans (25 000 cinémas) dans 64 pays, soit environ 85% du box-office mondial (Faudeux 2016). En janvier 2020, comScore, qui s'est développé en Europe, en Asie, en Afrique et au Moyen-Orient, annonce des partenariats dans 69 pays ("Comscore Expands Box Office Measurement..." 2020).

Au niveau international, le seul concurrent de comScore est dorénavant le service en ligne Box Office Mojo, lancé en 1999 par Brandon Gray. D'accès gratuit, le service a rapidement acquis en popularité, malgré le fait que sa méthodologie de collecte ne soit pas explicitée. Le service a été racheté en 2008 par IMDb, filiale d'Amazon Inc. A partir d'octobre 2019, certaines modalités d'accès sont devenues payantes, à travers le service IMDb Pro. Début 2020, le service fournit des données pour 86 territoires, avec des périodicités et des indicateurs variables suivant les pays (<https://www.boxofficemojo.com/>).

Une première tentative de synthèse des données européennes est présentée par un professionnel français lors du Congrès international de la cinématographie qui se tient à Gand en août 1913 ("Miles of films each day" 1913, 33; sur le Congrès, voir Convents 1993), mais l'élaboration de statistiques européennes ne fait pas l'objet des recommandations finales de ce Congrès et cette initiative paraît être restée sans suite immédiate. En 1921, alors que le système de collecte américain est déjà bien en place, un des premiers analystes anglais constate que les données sur les marchés étrangers sont difficiles à obtenir (Bougey 1921, xvii).

La mise en place par l'Europe d'un outil d'observation des marchés internationaux a été beaucoup plus lente. Dans les années 20, les tentatives de définition d'une collaboration industrielle européenne, connue sous le label Film Europe, mettent à l'ordre du jour l'idée d'une structure professionnelle européenne qui pourrait faire pendant à la MPPDA (Higson and Maltby 1999). Cette hypothèse est évoquée à l'occasion de différents congrès (Paris, 1923; Paris, 1926; Berlin, 1928; voir Higson

⁶ Kia Afra fait remarquer que, dans ses investigations, la FTC a pris comme indicateur de la position de Paramount sur le marché le nombre de films distribués (dont le pourcentage tombe de 17% en 1919 à 12% en 1923) et non les *rentals* et les *bookings* (Afra 2016).

1999). Une des activités d'une telle structure devrait être la collecte de données à l'échelle internationale. Dans les recommandations du Congrès International du Cinématographe (Paris, 27 septembre - 3 octobre 1926) qui se tient sous l'égide du Comité international de coopération intellectuelle de Société des Nations, figure la proposition de création d'un Bureau international de la cinématographie, qui serait attaché à la Société des Nations. Une des missions de ce Bureau serait la "réalisation d'études statistiques sur l'industrie du cinéma du point de vue de la production, des marchés et des goûts du public (volume de production, nombre de films exportés et importés, prix, capacité et fréquentation des salles, réglementations, etc.)." (Seabury 1929, 379; cette proposition est formulée par la Commission n°8 du Congrès, essentiellement composée de représentants de l'industrie). Par ailleurs, chaque état devrait créer un comité national du cinéma, dont une des missions serait la collecte de données sur son marché national. La MPPDA, qui craignait que ce Congrès ne soit une occasion de convergence des récriminations contre leur domination sur le marché international conduisant à la promotion des mesures de contingentement et de quotas, organisa une campagne de presse et formula une contre-proposition, incitant le gouvernement des États-Unis (qui ne faisaient pas partie de la Société des Nations) à ne pas participer au Congrès de Paris. Les producteurs américains suggèrent comme alternative, évidemment inacceptable par les Européens, la création d'un Comité d'experts auprès de la Société des Nations, en charge de la collecte de données, et qui serait financé au prorata de l'importance de chaque marché, ce qui revenait à assurer aux États-Unis la mainmise sur les travaux de ce Comité (Seabury 1929, 152). Même sans la participation américaine, le projet d'un Bureau international du cinéma restera lettre morte: les divergences de stratégie entre industriels européens, l'arrivée du parlant qui posait autrement les formes de collaboration et la montée des nationalismes durant les années 30 allaient avoir raison du projet.

LES PREMIÈRES COLLECTES INTERNATIONALES: LE RÔLE DE L'UNESCO

Il faudra attendre la fin de la Seconde Guerre mondiale pour qu'une partie des missions définies à Paris en 1926 pour le Bureau international de la cinématographie soit intégrées dans les activités de l'UNESCO. Dans son programme initial, l'agence des Nations Unies n'est pas immédiatement chargée de collecter des statistiques sur l'ensemble des activités culturelles, et notamment le cinéma, alors que c'est le cas pour l'éducation. Le cinéma n'est d'ailleurs pas considéré, au départ, en tant qu'activité culturelle, mais en tant que moyen de communication de masse, au même titre que la presse et la radio. Néanmoins, en 1947 est mise en place une Commission sur les besoins techniques immédiats en matière de presse, radio et cinéma dans les pays dévastés par la guerre. Des questionnaires sectoriels sont élaborés et celui sur le cinéma, trop complet pour

être vraiment opérationnel, inclut notamment des questions sur la distribution des films étrangers (UNESCO 1947).⁷ Des rapports sont publiés sur 17 pays. Dans la synthèse, la circulation des films est mesurée par le nombre de films étrangers en distribution (UNESCO 1948a). Alors que la première enquête a mis en évidence la domination de la distribution américaine sur les marchés européens et sud-américains et le souhait de parvenir à des échanges plus diversifiés, les recommandations de la sous-commission consacrée au cinéma n'incluent pas la mise en place d'un véritable outil statistique concernant le cinéma commercial et se contente de proposer la création, sous l'égide de l'UNESCO, d'un centre d'information consacré au seul cinéma éducatif (UNESCO 1948b).

Ce n'est qu'au milieu des années 1950 que se met en place un véritable projet de collecte internationale. Un premier rapport est publié en 1955, qui peut être considéré comme le premier document identifiant la liste des indicateurs souhaitables et les difficultés méthodologiques, notamment en ce qui concerne la pertinence des données sur la circulation internationale (problèmes de l'identification de l'origine des films, problèmes liés à la comptabilisation des coproductions, ...) (UNESCO 1955). Le rapport identifie de manière très pertinente que les données sur le nombre de films importés sont d'un intérêt limité et qu'il serait préférable de disposer de données relatives à l'origine des films, de données sur le nombre de projections, leur durée et les recettes. Le rapport fournit également pour la première fois des séries statistiques sur les années 1945–1953. L'année suivante, en 1956, puis en 1958, la Division Statistique transmet aux États membres un *Questionnaire concernant les statistiques de la production et de l'exploitation cinématographiques*. En dépit des recommandations du rapport de 1955, l'indicateur retenu pour mesurer l'importation des films est le nombre de films étrangers mis en distribution, sans qu'il nous soit possible de déterminer si ce choix résulte d'un réalisme méthodologique (dans peu d'états, à ce moment, sont disponibles les données plus détaillées souhaitables) ou d'une influence diplomatique visant à minimiser la domination des marchés par les films américains.

A partir de 1960, l'UNESCO publie un *Annuaire statistique* contenant un chapitre sur le cinéma, avec les données de base (nombre de films de long métrage produits, nombre d'établissements d'exploitation, capacité des salles, origine des films distribués, fréquentation).⁸ Pour importante qu'elle soit, la collecte statistique mondiale réalisée par l'UNESCO est loin de satisfaire les besoins des professionnels européens du cinéma: la collecte est nécessairement bureaucratique, les données collectées sont loin d'apporter des réponses à des

7 On notera que le représentant français au sein de cette commission était le romancier et réalisateur Marcel Pagnol et l'enquêteur français n'était autre que le poète, journaliste, critique de cinéma et ancien surréaliste Philippe Soupault. La plupart des publications statistiques de l'UNESCO relatives au cinéma sont disponibles sur le site Unesdoc Bibliothèque numérique: <https://unesdoc.unesco.org/>.

8 De 1960 à 1963, *Basic Facts and Figures: International Statistics Relating to Education, Culture and Mass Communication*; à partir de 1964: *Annuaire statistique / Anuario statistic / Statistical Yearbook*.

questions importantes, en particulier les parts de marché par origine mesurée en entrées ou en recettes, et elles sont publiées avec plusieurs années de retard, dans une présentation austère et peu lisible. La création, en 1999, de l'Institut statistique de l'UNESCO (ISU, UIS en anglais) permettra une meilleure organisation de la collecte statistique, dans un cadre général de définitions d'indicateurs permettant de mesurer la diversité culturelle et les échanges Nord-Sud.⁹

PREMIÈRES INITIATIVES DE COLLECTES DE DONNÉES SUR LE CINÉMA À L'ÉCHELLE EUROPÉENNE

Les collectes nationales se développent au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, mais il faut attendre les années 50 et la perspective de la création d'un marché commun européen pour que renaisse la proposition d'une coopération européenne. Le Congrès de l'Union internationale de l'exploitation cinématographique (Paris, mars 1953) émet le vœu que "les gouvernements des pays représentés à Strasbourg au sein de la Communauté européenne prennent d'urgence en considération l'opportunité de créer un pool du cinéma qui, en consacrant l'abolition des entraves nationales, concourra puissamment à la propagande de l'idée européenne par une meilleure compréhension des peuples entre eux" (Degand 1955). Dès 1955, Claude Degand, chargé de la formation au Centre national de la cinématographie (CNC), réalise des tentatives de comparaisons européennes et plaide pour une "normalisation" des statistiques européennes du cinéma (Degand 1955).

Alors que la collaboration entre professionnels européens se renforce par le biais des coproductions bilatérales et que la création de la Communauté économique européenne met à l'ordre du jour la création d'un marché commun et la libre circulation des films européens sur ce marché, des experts (en particulier Claude Degand et Jean-Claude Batz, producteur belge) commencent à réaliser des études sur l'économie du cinéma européen, comparent les méthodologies statistiques et les données disponibles, proposent des solutions institutionnelles. Dans le cadre de ces réflexions, Claude Degand, dans un rapport à l'Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, précise en 1978 une idée formulée dès 1957: la création d'un Bureau européen du cinéma ayant une "fonction d'études, de centralisation et de rediffusion des informations" (Degand 1979). Une telle proposition sera lente à mettre en œuvre, faute de soutien institutionnel. A Strasbourg, le Conseil de l'Europe, organisation multilatérale, ne dispose pas des moyens nécessaires pour mettre en place une telle structure tandis qu'à Bruxelles, la Commission

⁹ Parmi les publications de l'ISU relatives aux statistiques culturelles, et plus particulièrement au cinéma, citons ISU 2009; ISU 2013a; ISU 2013b; ISU-Institut de la statistique du Québec 2016.

européenne ne dispose pas de compétence culturelle et ses compétences dans le domaine du cinéma ne portent guère que sur la libre circulation des films, le statut des employés du secteur, et les aides d'État, une compétence qui, pendant des années, lui vaudra la méfiance des professionnels du secteur. Dans cette période, un seul rapport concernant le cinéma est commandé par la Commission européenne et il concerne non le marché européen mais les États-Unis (Garnham 1982). Théoriquement, une activité statistique à l'échelle communautaire aurait pu être prise en charge par Eurostat, mais celle-ci ne prendra forme qu'en 1993 avec la mise en place, pour une durée de cinq ans, d'une Task Force sur les services audiovisuels (Eurostat 2002).

Faute d'un cadre institutionnel adapté vont apparaître diverses initiatives privées visant à proposer des synthèses statistiques européennes sur le cinéma. En 1971, le réalisateur britannique John Chittock, correspondant en matière de cinéma du *Financial Times*, lance *Screen Digest*, une lettre d'information spécialisée, qui, bénéficiant de la proximité des filiales britanniques des studios à Londres, va rapidement s'imposer comme une des principales sources d'information statistiques sur le cinéma et les autres activités audiovisuelles. En 1984, un ancien fonctionnaire britannique de la Commission européenne, le Professeur George Wedell, crée à Manchester l'Institut européen de la communication, qui, pendant quelques années, va bénéficier d'un statut privilégié auprès des institutions européennes. Le cinéma ne fait pas partie de ses priorités, mais sera néanmoins abordé dans le projet "L'avenir de l'industrie audiovisuelle", financé par la Commission européenne, l'Union européenne de radiodiffusion (EBU-UER) et la Banca Nazionale del Lavoro (Lange and Renaud 1989). En France, deux organismes de consultance, BIPE Conseil et l'IDATE publient diverses études sur le marché international du cinéma (Lange 1989), tandis que le CNC publie une lettre d'information sur l'actualité internationale (Györy 1992). A Bruxelles, un avocat spécialisé, Michel Györy, conseil de la Fédération européenne des réalisateurs (FERA), compile une importante somme statistique européenne rassemblant les données nationales disponibles depuis les années 50. Enfin, à l'initiative des associations d'exploitants néerlandaise et italienne se met en place l'association MEDIA Salles, qui, à partir de 1991, publie un annuaire européen spécialisé sur les infrastructures de salles et la fréquentation.

LA CRÉATION D'UNE STRUCTURE PUBLIQUE EUROPÉENNE DE COLLECTE D'INFORMATION SUR LE SECTEUR AUDIOVISUEL: L'OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL

Paradoxalement, c'est l'évolution du marché européen de la télévision qui va permettre, avec beaucoup de retard, l'émergence d'une structure publique spécialisée dans la collecte d'information sur le secteur audiovisuel, y compris le cinéma: l'Observatoire européen de l'audiovisuel. La mise en concurrence des activités de télévision, le développement de la diffusion par câble et par satellite, la création de chaînes transfrontalières ou à vocation européenne nécessitent la définition d'un cadre juridique européen. La présence de plus en plus massive de programmes américains sur les petits écrans et le relatif épuisement des formules de coproduction bilatérale suscitent des tentations protectionnistes (système de quotas de programmation) et la recherche de modalités nouvelles (fonds de coproduction européen, clubs de producteurs, mise en réseau d'exploitants arts et essais).

Ce contexte nouveau de définition d'une politique audiovisuelle européenne nécessite la création d'un organisme public européen, suffisamment solide et autonome pour élaborer des collectes et des publications d'information *supra-partes*. Dès décembre 1986 la France propose la création d'un Observatoire européen des médias lors de la Première Conférence des ministres de la communication du Conseil de l'Europe qui se réunit à Vienne. La proposition n'aboutit pas mais est relancée par le Président François Mitterrand lors des Assises européennes de l'audiovisuel (Paris, 30 septembre - 2 octobre 1989), et à laquelle participeront vingt-trois pays membres du Conseil de l'Europe, ainsi que l'Union soviétique, la Pologne, la Hongrie et la Yougoslavie. Dans un contexte politique où la France est contrainte de lâcher du lest sur sa proposition de quota de programmation d'œuvres européennes, qui n'est pas retenue dans la Directive Télévisions sans frontières, adoptée au lendemain des Assises, le 3 octobre 1989, la création d'une telle structure permettrait de fournir les données impartiales de l'évolution du marché de la télévision et de son impact sur le secteur cinématographique. Après une étude de faisabilité menée par Eurêka Audiovisuel, une association inter-étatique née des Assises, l'Observatoire européen de l'audiovisuel est finalement institué en décembre 1992 en tant accord partiel élargi du Conseil de l'Europe, avec au départ 36 États membres—ils sont aujourd'hui 40—et l'Union européenne représentée par la Commission européenne. D'après ses statuts, l'Observatoire a pour but d'améliorer les transferts d'information au sein de l'industrie de l'audiovisuel ainsi que de promouvoir une meilleure perception du marché et sa plus grande transparence. A cet effet, l'Observatoire s'attache notamment à assurer la fiabilité, les possibilités de comparaison et

la compatibilité des informations. Le processus de mise en place se fait avec le soutien des organisations professionnelles du secteur, réunies au sein d'un Comité consultatif, au sein duquel les différentes branches et professions du cinéma sont représentées par la Fédération européenne des réalisateurs (FERA), la Fédération internationale des associations de producteurs de films FIAPF, la Fédération internationale des associations de distributeurs (FIAD), l'Union internationale des cinémas (UNIC), l'International Video Federation (IVF), l'Euro-Mei (syndicats des travailleurs des médias).

Comme la mission de préfiguration et les statuts l'avaient conçu, l'Observatoire n'ambitionne pas de collecter seul les informations juridiques, économiques et pratiques, mais travaille en passant des accords avec des partenaires spécialisés (instituts, bureaux de consultants, organisations professionnelles) réalisant déjà des opérations de collecte à l'échelle européenne considérées comme fiables. Paradoxalement, le domaine des statistiques sur le cinéma est le seul où, malgré l'existence citée de divers organismes actifs dans ce domaine, il est décidé que l'Observatoire réalisera lui-même la synthèse européenne, en s'appuyant sur les sources nationales de référence. La raison en est simple: dans la plupart des États membres, la collecte statistique en matière de cinéma est le fait d'organismes publics (Ministères de la Culture, agences du cinéma, instituts de statistiques) ou d'organisations professionnelles. Ces données n'ont pas de statut commercial et peuvent être obtenues gratuitement alors que l'obtention d'autres données (telles que par exemple les données d'audience TV ou la mesure des investissements publicitaires) implique une rémunération des services d'entreprises ayant réalisé des investissements significatifs dans la mise en réseau des sources nationales et le traitement des données.

Ce choix stratégique s'avérera efficace: à peine un an après le début de ses travaux, l'Observatoire arrive à publier un *Annuaire* couvrant les différentes branches de l'industrie et qui est reçu très favorablement et devient le principal outil de référence statistique du secteur.¹⁰

En ce qui concerne la circulation des films et leurs résultats en salles, les organismes correspondant de l'Observatoire, au début des années 90 étaient pour la plupart en mesure de fournir des sur le nombre de films distribués en fonction du pays d'origine et sur les parts de marché, calculées, suivant les pays,

10 Le premier Annuaire statistique a été publié en 1995. 20 éditions papiers ont été édités. Depuis 1996, l'Observatoire réalise également pour le Marché international du film (Festival de Cannes) le *Focus. Tendances mondiales du marché du cinéma*. A partir de 2001 l'Annuaire est également commercialisé sous forme électronique. La dernière édition papier est publiée en 2014. A partir de 2015 l'ensemble des données collectées est publiée uniquement en ligne, tandis qu'est publiée une brochure *Current trends*. Les publications de l'Observatoire européen de l'audiovisuel des années 2017 et suivantes sont disponibles sur le site de l'organisation (Rubrique Presse): <https://www.obs.coe.int>. La plupart des autres publications citées sont accessibles via la bibliographie connectée "Politique et économie du cinéma" du site *Histoire de la télévision* édité par l'auteur: <https://www.histv.net/politique-et-economie-du-cinema>. Une partie importante des publications réalisées par l'auteur à l'Observatoire sont également accessible sur son site: <https://andrelangemedart.academia.edu/research>.

sur base des entrées ou des déclarations de recette des distributeurs. Cependant, l'Europe est plus que la somme des parties: il ne suffit pas de réunir des tableaux statistiques nationaux pour obtenir une vision cohérente et harmonisée d'un espace économique en voie d'intégration.

La réunion de ces données nationales dans l'*Annuaire*, pour utile qu'elle soit, ne permettait pas de répondre à la question devenue de plus en plus importante pour les professionnels et pour les responsables des mécanismes de soutien mis en place à l'échelle européenne (le Programme MEDIA de l'Union européenne, initié à titre expérimental dès 1987 et le fonds de soutien aux coproductions, Eurimages, initié en 1989 par le Conseil de l'Europe): quels sont les films européens qui circulent à travers le continent et avec quel volume d'entrées en salles?

La réponse à cette question impliquait la création d'une base de données nouvelle, qui fournirait les données sur les entrées en salles des films distribués en Europe considéré individuellement. En 1997, le Comité consultatif de l'Observatoire, alors présidé par Gilbert Grégoire, Président de la Fédération internationale des distributeurs de films (FIAD), demanda formellement à l'Observatoire d'étudier la possibilité de mettre en place une telle base de données. J'ai décrit ailleurs les difficultés qu'impliquait la mise en place de ce qui allait devenir à la fin du XX^{ème} siècle la base LUMIERE, auxquels se sont ajoutés par la suite les services LUMIERE Pro, LUMIERE Pro World et la base LUMIERE VoD (Lange 2020). La collecte statistique de l'Observatoire a pu se perfectionner grâce à la collaboration avec le réseau des services statistiques des agences nationales du cinéma (EFARN), ainsi que de EDI/Comscore. Malgré une demande institutionnelle importante, l'Observatoire et ses partenaires de l'EFARN n'ont pu obtenir un accès aux données commerciales sur l'audience des films en télévision (centralisées au niveau international par le service international de Médiamétrie, Eurodata-TV, aujourd'hui Glance) ni aux données sur les ventes de DVD (collectées par GfK).

A peine installé, l'Observatoire fut également sollicité par la Commission européenne et les organisations professionnelles, qui souhaitaient disposer de données économiques sur le secteur audiovisuels et de chiffres clés sur l'évolution des relations commerciales entre l'Union européenne et les États-Unis.

La mise en place effective de l'Observatoire intervenait, en 1993, au moment de la finalisation des négociations de l'Uruguay Round du GATT, qui impliquaient un volet audiovisuel. Pour répondre à cette urgence un indicateur que j'avais mis au point à l'IDATE au début des années 90, indicateur bricolé mais adopté par le Directeur général du GATT,¹¹ fut repris par l'Observatoire. Cet indicateur, utilisant les seules données en valeur disponibles sur les échanges internationaux, combinait les données sur les *rentals* des distributeurs américains (MPAA et

11 "Peter Sutherland Responds to Debate on Audiovisual Sector". GATT. 14 October 1993. https://www.wto.org/gatt_docs/English/SULPDF/91730128.pdf.

AFMA) avec les données publiées sur les recettes internationales des entreprises britanniques et celles des recettes salles aux États-Unis publiées par Unifrance et les distributeurs allemands. Tout imparfait qu'il était, cet indicateur a souvent été considéré comme plus pertinent que les statistiques d'échanges internationaux relatives au secteur audiovisuel publiées par EUROSTAT à partir des données de balance de paiement, collectées par les banques centrales, et posant d'importants problèmes conceptuels liés à la définition des services (voir par exemple Lange 1999: 23-24, et les annuaires suivantes). La publication de cet indicateur, qui montrait que le déficit des échanges entre États-Unis et Union européenne était passé de 2 milliards de \$ en 1988 à 9 milliards de \$ en 2000 a dû être interrompue lorsque les membres de la MPAA ont cessé de communiquer les chiffres à leur association.

Une décennie plus tard, j'ai repris une tentative de mesure du poids économiques des services audiovisuels en suivant la méthodologie proposée dans le MSITS par l'Organisation mondiale du commerce (WTO 2010). Pour les services audiovisuels, le MSITS recommande de recourir aux statistiques de filiale étrangères (FATS), considérées comme plus représentatives que celles issues de la balance de paiements. En principe, il revient à EUROSTAT d'établir ce type de statistiques d'entreprises, mais, pour des raisons structurelles, la collecte des données d'entreprises audiovisuelles par l'organisme statistique officiel de la Commission européenne ne m'a jamais parue satisfaisante. J'ai donc réalisé une synthèse statistique alternative en utilisant les données disponibles dans la base de données AMADEUS sur les comptes des entreprises. Pour la NACE 59 (production, post-production, distribution, exploitation, musique enregistrée) 647 filiales d'entreprises étrangères actives ont été identifiées, représentant un produit d'exploitation de 18,6 milliards d'EUR. Pour la NACE 60, 177 filiales d'entreprises étrangères ont été identifiées en 2010, générant un chiffre d'affaires de 5,6 milliards d'EUR. A cela, il convient d'ajouter, toujours pour 2010, 22 entreprises éditrices de services audiovisuels à la demande et 17 entreprises opérant des plates-formes de télévision à péage, représentant respectivement 1,5 et 11 milliards d'EUR de produit d'exploitation ("Commerce international des services audiovisuels" 2014). Bien que saluée par l'UNESCO (Kulesz 2018), cette tentative n'a pas été poursuivie, l'Observatoire s'attendant à un nouveau chantier stratégique, celui des statistiques relatives à la composition du catalogue et à l'économie de la vidéo à la demande.¹²

12 Voir Lange 2016 et les différents rapports de Gilles Fontaine et Christian Grèce publiés par l'Observatoire: <https://www.obs.coe.int/fr/web/observatoire/industry/home-video-and-vod>.

REFERENCE LIST

"60 Top Grossers in 1946." *Variety* Jan. 8, 1947: 8.

Afra, Kia. 2016. *The Hollywood Trust. Trade Association and the Rise of the Studio System*. Lanham: Rowman & Littlefield.

Bächlin, Peter. 1945. *Der Film als Ware*. Basel: Burg-Verlag.

Bjork, Ulf Jonas. 2000. "The U.S. Commerce Department Aids Hollywood Exports, 1921-1933." *The Historian* 62 (3): 575-87.

Boughey, Davidson. 1921. *The Film Industry*. London: Sir Isaac Pitman & Sons. <https://archive.org/details/filmindustry00bouggoog/page/n6/mode/2up>.

Bullock, William. 1907. "How Moving Pictures Are Made and Shown." *Moving Pictures World* Aug. 10: 359-60.

"Business on Broadway Figures For Exhibitors' Information." *Variety*. March 3, 1922: 47.

"Commerce international des services audiovisuels." 2014. In *Annuaire statistique, Cinéma, télévision, vidéo et nouveaux médias en Europe*, 21-32. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel.

"Comscore Expands Box Office Measurement to The Kingdom of Saudi Arabia." comScore press release. 13 January 2020. [https://www.comscore.com/ita/Public-Relations/Comunicati-stampa/2020/1/Comscore-Expands-Box-Office-Measurement-to-The-Kingdom-of-Saudi-Arabia#:~:text=\(Nasdaq%3A%20SCOR\)%2C%20a,film%20releases%20across%20the%20country](https://www.comscore.com/ita/Public-Relations/Comunicati-stampa/2020/1/Comscore-Expands-Box-Office-Measurement-to-The-Kingdom-of-Saudi-Arabia#:~:text=(Nasdaq%3A%20SCOR)%2C%20a,film%20releases%20across%20the%20country).

Convents, Guido. 1993. "Le cinéma français en Belgique à la veille de la Première Guerre mondiale." *1895. Revue d'histoire du cinéma* numéro hors-série: 158-68. DOI: <https://doi.org/10.3406/1895.1993.1020>.

Degand, Claude. 1955. "Le cinéma dans quelques pays d'Europe." *Bulletin d'information du CNC* 33 (juin): 127-30.

Degand, Claude. 1979. *Bureau européen du cinéma. Un instrument d'information et d'études au service de tous*, Assemblée parlementaire du Conseil de l'Europe, 4 mai. <https://rm.coe.int/09000016807a6863>.

DiOrio, Carl. 2009. "Nielsen sells EDI to Rentrak." *The Hollywood Reporter* Dec. 15. <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/nielsen-sells-edi-retrak-92372/>.

Dubosclard, Alain. 2004. "Le cinéma, passeur culturel, agent d'influence de la diplomatie française aux États-Unis dans l'entre-deux-guerres." *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* 42: 57-75. <https://doi.org/10.4000/1895.279>.

Eurostat 2002. *Statistics on Audiovisual Services. Data 1980-2000*. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-statistical-books/-/ks-bt-02-001>.

Faudeux, Stephan. 2016. "Le big data de comScore (ex-Rentrak)." *Mediakwest* 20 décembre. <https://mediakwest.com/le-big-data-de-comscore-ex-retrak/>.

Fritz, Ben. 2009. "Rentrak buys Nielsen EDI, consolidating box office reporting business." *Los Angeles Times* Dec. 15. <https://www.latimes.com/archives/blogs/company-town-blog/story/2009-12-15/retrak-buys-nielsen-edi-consolidating-box-office-reporting-business>.

Garnham, Nicholas. 1982. *The Economics of the U.S. Motion Pictures Industry*. Brussels: European Commission.

- Golden, Herb. 1946. "Hollywood's 33 Top Hit." *Variety* Sept. 25: 1, 5.
- Golden, Herb. 2003. "How Boxoffice Reporting Was Built." *Sime's Site*, June 19. <https://web.archive.org/web/20030810225548/http://www.simesite.net:80/muggs.asp?articleid=313>.
- Györy, Michel. 1992. *Statistiques du cinéma en Europe*. Brussels : Centre européen de recherche et d'information sur le cinéma et l'audiovisuel.
- Hayes, Dade, and Jonathan Bing. 2004. *Open Wide: How Hollywood Box Office Became a National Obsession*. New York: Miramax Books/Hyperion.
- Higson, Andrew. 1999. "Cultural Policy and Industrial Practice. Film Europe and the International Film Congresses of the 1920s." In *Film Europe and Film America. Cinema, Commerce and Cultural Exchange 1920-1939*, edited by Andrew Higson and Richard Maltby, 117-31. Exeter: University of Exeter Press.
- Higson, Andrew, and Richard Maltby, eds. 1999. *Film Europe and Film America. Cinema, Commerce and Cultural Exchange 1920-1939*. Exeter: University of Exeter Press.
- Hindes, Andrew. 1996. "Number's Game." *Variety* Nov. 18.
- Hindes, Andrew. 1997. "ACNielsen takes EDI off the marquee." *Variety* Dec. 18.
- ISU. 2009. *Le Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (CSC)*. Paris: UNESCO. <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-fr.pdf>.
- ISU. 2013a. *Les marchés émergents et la numérisation de l'industrie cinématographique*. Paris: UNESCO. <https://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/ip-emerging-markets-digitalization-film-industry-culture-2013-fre.pdf>.
- ISU. 2013b. *La diversité dans les films de long métrages*. Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000221628_fre.
- ISU. 2016. *Actes du Colloque international sur la mesure des produits culturels numériques* (Montréal, 9 au 11 mai 2016). Paris: UNESCO. <https://statistique.quebec.ca/fr/fichier/actes-colloque-international-sur-mesure-des-produits-culturels-numeriques.pdf>.
- Jarvie, Ian. 1992. *Hollywood's Overseas Campaign: The North Atlantic Movie Trade, 1920-1950*. New York: Cambridge University Press.
- Kulesz, Octavio. 2018. "Les politiques culturelles à l'ère des plateformes numériques." In UNESCO, *Repenser les politiques culturelles: la créativité au coeur du développement*, 69-83. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000366492_fre.
- Kullmann, Max. 1935. *Die Entwicklung des deutschen Lichtspieltheaters*. Nürnberg: PhD diss. Univ. of Nürnberg.
- Lange, André. 1989. *Le marché mondial du cinéma et de l'audiovisuel*. Montpellier: IDATE.
- Lange, André. 1999. "Les transactions internationales en matière de films et de programmes audiovisuels." In *Annuaire statistique, Cinéma, télévision, vidéo et nouveaux médias en Europe*. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel.
- Lange, André. 2002. "La transparence et ses asymétries secrets." In *10 ans de transparence du secteur audiovisuel*, 31-36. Strasbourg: Observatoire européen de l'audiovisuel.
- Lange, André. 2016. "La mesure des services audiovisuels à la demande - L'expérience européenne." in ISU-

- Institut de la statistique du Québec. *Actes du Colloque international sur la mesure des produits culturels numériques* (Montréal, 9 au 11 mai 2016), Paris: UNESCO.
- Lange, André. 2020. "La base de données LUMIERE sur les entrées des films distribués en salles: un outil pour les professionnels et les institutions, mais aussi pour les chercheurs." *Mise au Point* 13. DOI: <https://doi.org/10.4000/map.4337>.
- Lange, André, and Jean-Luc Renaud. 1989. *L'avenir de l'industrie audiovisuelle européenne*. Manchester: Institut européen de la communication.
- Léglise, Pierre. 1970. *Histoire de la politique du cinéma français: le cinéma et la III^e République*, 2 voll. Paris: Librairie générale de droit et de jurisprudence – Filméditations.
- "Miles of films each day." 1913. *The Moving Picture News* Sept. 20.
- Platten, J. Homer, treasurer. 1927. "Proposed Establishment of Statistical Department of Motion Picture Producers and Distributors of America, Inc. [MPPDA Record ID: 364]." Dec. 6. MPPDA Digital Archives. <https://mppda.flinders.edu.au/records/364>.
- Pobers, Michel. 1950. "Le Drame du film français aux Etats-Unis." *France-Amérique*, May 7: 1.
- Rosenberg, Emily. 1982. *Spreading the American Dream: American Economic & Cultural Expansion 1890–1945*. New York: Hill and Wang.
- Seabury, William Marston. 1929. *Motion Picture Problems: The Cinema and the League of Nations*. New York: The Avondale Press.
- Seidelman, J. H, manager. 1928. "E.S. Gregg, Export Manager of Electrical Research Products, Inc. [MPPDA Record ID: 430]." Nov. 28. MPPDA Digital Archives. <https://mppda.flinders.edu.au/records/430>.
- SPIO – Spitzenorganisation Der Filmwirtschaft E. V. 1959. *Filmstatistischen Taschenbuch 1959*. Wiesbaden-Sonnenberg: SPIO.
- "The Cinema in Italy." 1913. *Cinema News and Property Gazette* March 12: 7.
- "The Italian Market." 1908. *The Moving Picture World* Sept. 9: 213.
- Thompson, Kristin. 1985. *Exporting Entertainment. America in the World Film Market 1907–1934*. London: BFI Publishing.
- UNESCO. 1947. *Questionnaire VII. Film*. Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142542_fre.
- UNESCO. 1948a. *Conclusions (de l'enquête sur les agences d'information, la presse, la radio, le cinéma)*. Paris: UNESCO. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142553_fre?posInSet=18&queryId=N-EXPLORE-fd29a170-0c28-439a-8397-69a3907dcfd6.
- UNESCO. 1948b. *Conclusions and Recommendations of the Film Sub-commission*. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000142570?posInSet=37&queryId=N-EXPLORE-44e04dea-280e-4a4d-8235-2cf363f2c0c4>.
- UNESCO. 1955. *Film and Cinema Statistics: A Preliminary Report on Methodology with Tables Giving Current Statistics*. Paris: UNESCO. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000135940.locale=fr>.
- Wasko, Janet. 2003. *How Hollywood Works*. Thousand Oaks: Sage.

Weaver, William R. 1940. "The Money-Making Stars of a Quarter of a Century: The Box Office Favorites from 1915 to 1939 as Recorded in the Files of the Herald-Annual Polls and Canvasses Record Early Money-Makers." *Motion Picture Herald* 28 Sept.: 123-24.

WTO (World Trade Organisation). 2010. *Manual on Statistics of International Trade in Services*. <http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/TFSITS/msits2010.htm>.