



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

Synthèse



Comité de pilotage de l'étude

Cabinet IDATE

Florence Leborgne
Sophie Girieud

Cabinet PV2D

Jean-Michel Puydebat

Cabinet Euroêka Marketing Conseil

Michel Touilloux

Cabinet Hexacom

Eric Lavocat

Chambre de Commerce et d'Industrie de Marseille-Provence

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

Région Provence-Alpes-Côte d'Azur

Chantal Fischer
Vassili Meimaris

Ville de Nice

Odile Chapel
Christophe Baodoino

ATOUT FRANCE

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

Avec l'appui technique de Film France

Patrick Lamassoure
Franck Priot

Les productions audiovisuelles tournées en PACA contribuent à la construction d'une image attractive de la région favorable au développement du tourisme

L'enquête réalisée auprès de 449 touristes et excursionnistes à l'été 2010 montre :

- La **forte notoriété de nombreuses productions** réalisées en PACA ;
- La **forte attribution à la région de ces productions** ;
- Les **retombées d'images positives** au profit de la destination :
95% de bonne ou très bonne image.
- **Des attentes d'une majorité de visiteurs en faveur d'une information touristique** sur les lieux de tournage ou de **la possibilité de visite des studios de tournage** :
A ce jour une minorité, 6%, répond visiter durant le séjour en PACA un site lié au cinéma ou aux tournages audiovisuels.
- **0.8% de la population touristique totale déclare être venus en PACA après avoir vu un film ou une série TV leur en ayant donné l'envie**. Seules ont été retenues les dépenses des visiteurs déclarant être venus en PACA suite à un film, un tournage TV... Ce pourcentage n'inclut pas les dépenses des touristes ayant effectué une visite d'un site lié au cinéma, à une série TV s'il ne s'agissait pas d'une des raisons de leur présence en PACA.

La forte notoriété des films de Marcel Pagnol (79%) tend à démontrer une **rémanence probablement plus forte** de ce type d'œuvre que les retombées habituellement mesurées à l'occasion d'un événement ponctuel (sportif par exemple) après toutefois un délai vraisemblablement plus long à ce jour, avant de constater les premières retombées.

Au-delà des retombées directes et indirectes, les productions audiovisuelles contribuent ainsi à développer et entretenir une image positive et attractive de la région favorisant le développement du tourisme en région.

Les fictions TV génèrent les retombées économiques directes les plus importantes

Les **fictions TV** présentent **le plus grand nombre de jours de tournage (40 jours en moyenne)** et **la plus forte dépense globale moyenne** en PACA (environ **1.5 million EUR**), notamment grâce aux séries.

Les **tournages publicitaires** affichent la **dépense quotidienne moyenne en PACA la plus élevée** (40 115 EUR), devant les fictions TV (36 425 EUR).

Au global, **les dépenses de production des documentaires et des fictions TV se révèlent fortement localisées en PACA**, et notamment les œuvres de fiction intégralement tournées sur le territoire dont près de 60% du budget est dépensé dans la Région.

A contrario, **seuls 15% du budget de production d'un long métrage** tourné en PACA est **dépensé sur le territoire régional**.

Des dépenses de tournage fortement localisées en PACA

Les dépenses de tournage sont les plus fortement localisées en PACA, notamment pour les **fiction TV (61%)** et les **courts métrages (72%)**, mais aussi pour les **documentaires (54.3%)**. En particulier, **les dépenses sur les postes décors et costumes, transports, hébergement et restauration sont très majoritairement localisées en PACA.**

Les frais de personnel des fiction TV sont pour moitié engagés en PACA, ce qui témoigne d'un recours significatif de ces œuvres à l'emploi de techniciens locaux.

Les fiction TV, courts métrages et documentaires engagent également entre la moitié et les 2/3 de leurs dépenses en moyens techniques dans la région.

Les longs métrages emploient peu de comédiens et personnel locaux : moins de 6% des dépenses d'interprétation et 16% des longs métrages de l'échantillon sont localisées en PACA. De même, les phases amont ("droits artistiques") et aval ("moyen techniques" dont montage/post-production) des tournages de longs métrages ne sont que très marginalement réalisées en Région (respectivement 1.1% et 9.2%).

Le personnel régional, les décors et costumes, le transport, l'hébergement et la restauration : premiers bénéficiaires des tournages en PACA

L'essentiel des dépenses effectuées en PACA est consacré aux postes suivants :

- **Personnel** (embauche de techniciens locaux) ;
- **Transports, défraiement et régie** (poste qui inclut, entre autres, les frais de déplacements, d'hébergement et de restauration) ;
- **Décors et costumes.**

Les **fiction TV** et les **documentaires** consacrent **plus de la moitié de leur budget local aux rémunérations**, avec environ 30% octroyés aux seules dépenses de personnel.

La part des dépenses de tournage des **shootings photo** dans le budget local est particulièrement élevée (61.5%), avec notamment **56% consacrés aux transports, défraiement et régie**. Les **longs métrages** consacrent également une part importante de leurs dépenses locales (**31%**) à ce même poste.

Les **frais techniques** pèsent **près du tiers du budget local des documentaires.**

Les fiction TV offrent un retour sur investissement particulièrement élevé

Les **fiction TV** génèrent près de **17.50 EUR de dépenses locales pour 1 EUR investi par la Région PACA, soit un impact économique direct 3.5 fois supérieur à celui produit par un long métrage.**

Le retour sur subvention de la Région PACA est nettement plus faible pour les autres catégories d'œuvres : un peu inférieur à **4 EUR** pour des **documentaires** et légèrement supérieur à **2 EUR** pour des **courts métrages.**

Un coefficient multiplicateur moyen de 8.4 en 2009 pour les retombées directes

Les montants des crédits engagés en 2009 par la Région PACA (soit 2.5 millions EUR) ont permis de générer 21.3 millions EUR de retombées directes.

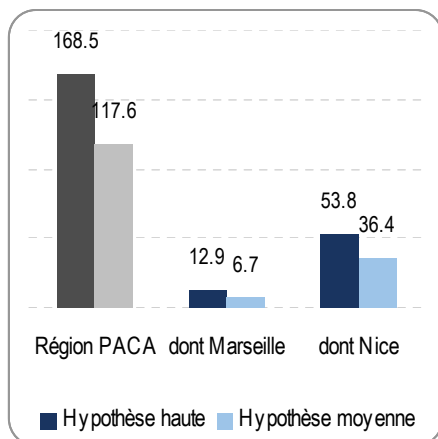
La moitié des retombées directes correspond à des dépenses de rémunérations, 40% à des dépenses de tournage.

Les 2/3 des retombées proviennent des fictions TV qui bénéficient d'1/3 des aides régionales.

Des retombées touristiques indirectes estimées entre 117 et 168 KEUR en 2009 en PACA

Estimations des retombées touristiques indirectes en PACA et dans les villes de Marseille et Nice

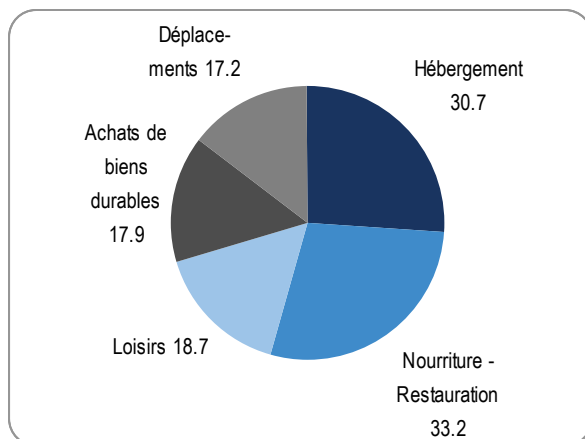
(en millions EUR)



Source : IDATE-Hexacom d'après INSEE et enquête Euroêka Marketing Conseil " touristes et excursionnistes" été 2010

Répartition des retombées indirectes en PACA ventilées par poste de dépenses (hypothèse moyenne)

(en millions EUR)



Source : IDATE-Hexacom d'après INSEE, Observatoire Régional de Tourisme PACA et enquête Euroêka Marketing Conseil " touristes et excursionnistes" été 2010

Préconisations pour un développement du lien cinéma-tourisme en Provence-Alpes-Côte d'Azur - Avant les tournages

- 1. Valoriser les projets de production qui présentent un intérêt touristique avéré pour la région PACA à travers un abondement financier et un label "filmé en PACA"*
- 2. Développer les éductours pour les professionnels de l'audiovisuel comme pour les professionnels du tourisme*
- 3. Mettre en place une newsletter régionale d'information sur les tournages à destination notamment des acteurs publics du tourisme*
- 4. Favoriser l'accueil des équipes de tournage localement par une meilleure coordination entre les Commissions locales du Film, les Bureaux du Cinéma et les offices du tourisme, avec la désignation et la formation d'un relais "cinéma" dans les offices de tourisme et au CMN en lien avec les Commissions locales*
- 5. Structurer une offre packagée pour l'accueil de tournages*
- 6. Mieux articuler le Fonds d'aide à la diffusion des films en région*
- 7. Structurer le comité informel de pilotage cinéma-tourisme réunissant les principaux acteurs institutionnels des deux secteurs et développer ses actions*
- 8. Accompagner les sociétés de production dans une stratégie marketing touristique autour des tournages, des films, des fictions TV, etc., et ce avant et après les tournages*

Pendant les tournages

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

Après les tournages

- 10. Systématiser les remontées des comptes de production afin d'évaluer précisément les retombées économiques directes*
- 11. Favoriser la mise en place de circuits touristiques des lieux de tournages de films ou séries TV emblématiques qu'ils soient sous forme d'un package ou d'un mapping*
- 12. Soutenir la création de lieux sur la culture et le patrimoine cinématographique dans les territoires marqués par les tournages de films ou par le cinéma en général*
- 13. Intégrer (pour les collectivités locales) un volet "cinéma" dans la politique de marketing territorial des collectivités locales qui accueillent régulièrement des tournages (Marseille, Nice, Saint-Tropez, département du Var...)*
- 14. Valoriser les monuments nationaux en région en tant que sites touristiques et décors de cinéma, en lien avec la délégation sud-est du CMN*
- 15. Créer une base régionale d'extraits audiovisuels des films tournés en région*
- 16. Coupler le lancement d'un film produit en région avec la promotion de la région sur un marché touristique étranger*