

Paris, le 6 septembre 2026

Communiqué

A l'occasion du Sommet Lumière, la Fédération Nationale des Editeurs de Films propose une mobilisation sur des mesures-clés

Le Sommet Lumière organisé par la France et la Corée mettra lumière l'apport essentiel – culturel, économique, sociétal- du cinéma et de l'image animée. Il abordera de nombreux défis et problématiques actuelles de nos secteurs. Des ambitions seront posées pour une coopération internationale accrue. Nous nous félicitons de cette initiative du Président de la République qui crée une dynamique précieuse.

A cette occasion, la FNEF souhaite insister tout particulièrement sur plusieurs enjeux majeurs pour l'avenir du cinéma :

Mieux connaître le public du cinéma : l'urgence de la Data

Pour renouer durablement avec un haut niveau de fréquentation du public, notre filière doit augmenter la fréquence des visites. En effet, une partie importante des spectateurs réguliers (se rendant au cinéma au moins une fois par mois) a progressivement basculé vers une pratique plus occasionnelle de 4 à 5 séances par an. Notre enjeu collectif est clair : activer le désir de cinéma, améliorer l'adéquation entre les films proposés et les goûts des spectateurs, faire revenir les visiteurs occasionnels plus souvent.

Pour ce faire, il est indispensable de disposer de data. Le numérique est au cœur des usages des Français, le cinéma ne doit pas rater ce tournant alors que les plateformes y ont puissamment recours. A cet égard, une plus grande transparence de communication auprès des ayants droits sur la diffusion de leurs œuvres est appelée de nos vœux.

- **Mesure 1 : Réunir exploitants et éditeurs de films autour d'un projet de plateforme commune de gestion de la Data, au bénéfice de la filière.**

Susciter le désir : On ne va voir au cinéma que des films dont on a entendu parler

Un effort accru de communication sur les films est nécessaire dans un paysage médiatique devenu foisonnant. Faire connaître les films et les rendre accessible au public sur l'ensemble du territoire est la mission des éditeurs de films qui investissent 365 jours par an dans la promotion des œuvres. Ces investissements de mise en valeur doivent être considérés comme une partie intégrante du projet de film.

- **Mesure 2 : Elargir le crédit d'impôt Cinéma français aux dépenses de communication sur les œuvres produites pour améliorer leur promotion et leur découvrabilité sur tout le territoire.**

Optimiser la carrière des films : la nécessaire liberté de distribution

Les éditeurs-distributeurs élaborent les plans de sortie en salle des œuvres cinématographiques. Ils en sont responsables devant leurs ayants droit et doivent assurer une diffusion susceptible de

permettre leur plus large audience durant leur exposition en salles et la remontée la plus importante des recettes qui en découlent. Ces recettes remontent en effet via le distributeur pour rémunérer l'amont de la filière : producteurs, réalisateurs, acteurs, auteurs... Le partage de la valeur doit donc être le plus équitable.

Dans ce contexte, la recherche légitime de valeur par les éditeurs-distributeurs ne peut être contestée. Elle implique une liberté de choisir les cinémas dans lesquels l'œuvre sera programmée, selon des stratégies qui ont pour objectif d'assurer aux films les plus belles carrières possibles.

Protéger la valeur : les pouvoirs du juge dans la lutte anti-piratage

Le Sommet Lumière se penchera à juste titre sur le fléau du piratage, qui représente chaque année en France 1,2 Mrd€ de pertes pour le seul secteur audiovisuel.

Nous encourageons vivement la coopération internationale entre les Etats, dont le rôle premier est de fournir aux ayants droits les moyens de faire respecter leurs droits privés grâce à la police, la justice et la douane.

C'est ainsi qu'en France, la profession s'est de longue date organisée à travers l'ALPA (*Association de Lutte contre la Piraterie Audiovisuelle*) avec des résultats probants : les actions en justice des ayants-droits ont permis de diviser par trois l'audience mensuelle moyenne des services pirates, passée de quelque 15 millions de visiteurs uniques/mois en 2018 à moins de 5 millions en 2025.

Mais face à l'accélération du piratage et de sa dissémination facilitée par l'IA, il convient aujourd'hui de donner à la justice les moyens de s'adapter au nouveau contexte technologique : pas en alourdissant la charge administrative, mais en mettant en place des procédures plus agiles permettant de faire échec aux stratégies développées par les pirates en quelques jours au plus. Telle est notre priorité.

→ **Mesure n°3 : habiliter la justice à intervenir par ordonnance pour la mise à jour de ses décisions de blocage en cas de répliques de sites contrefaisants, sur requête des ayants droits.**

La FNEF rappelle enfin que la clé de voute de notre industrie est **la territorialité des droits exclusifs**, et réaffirme le caractère vital de dispositifs tels que le règlement européen qui prévoit le géoblocage audiovisuel, permettant de préserver un financement des œuvres.

Contact presse : Hélène Herschel, helene.herschel@fnef.fr

Membres des syndicats qui composent la Fédération et membres associés : ADAV, ALFAMA FILMS, APOLLO FILMS, ARP SELECTION, ART HOUSE, ASC DISTRIBUTION, CINETEVÉ DISTRIBUTION, COLLECTIVISION, DISSIDENZ FILMS, DULAC DISTRIBUTION, EPICENTRE FILMS, EUROPACORP DISTRIBUTION, EUROZOOM, FACILITY EVENT, F.F.C.M, FILMS DISTRIBUTION, FILMS DU CENTRE ET DU LEON, FILMS SANS FRONTIERES, FRANCE TELEVISIONS DISTRIBUTION, FRANCE VISIONSERVICES, GAUMONT, GEBEKA FILMS, GOLDENFILM INTERNATIONAL, (LES) GRANDS FILMS CLASSIQUES, KMBO, MAVERICK, METROPOLITAN FILMEXPORT, MOONLIGHT FILMS DISTRIBUTION, NOUR FILMS, PANAME DISTRIBUTION, PAN DISTRIBUTION, PARAMOUNT PICTURES FRANCE, PATHE FILMS, SAJE DISTRIBUTION, SND, SONIS, SONY PICTURES ENTERTAINMENT FRANCE, STUDIOCANAL, SWANK FILMS DISTRIBUTION, TANDEM, STUDIO TF1, UGC DISTRIBUTION, UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL FRANCE, WARNER BROS DISCOVERY.