



HERVE NOVELLI
SECRETAIRE D'ETAT CHARGE DU COMMERCE, DE L'ARTISANAT, DES PME, DU TOURISME ET DES SERVICES
AUPRES DU MINISTRE DE L'ÉCONOMIE, DE L'INDUSTRIE ET DE L'EMPLOI

Invitation presse

Invitation presse

<http://www.minefe.gouv.fr>

Paris, le 18 mars 2009

Hervé NOVELLI a reçu les conclusions d'une étude consacrée au Tourisme et au tournage de films réalisé en étroite partenariat par ODIT France et Film France

Hervé NOVELLI, Secrétaire d'Etat chargé du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes Entreprises, du Tourisme et des Services a reçu les conclusions d'un rapport consacré au Tourisme et au tournage de films commandé à ODI France et Film France. Ce rapport est un outil qui permettra à l'ensemble des acteurs, publics ou privés, concernés par le tourisme et le cinéma de saisir toutes les opportunités induites par le tournage de films pour dynamiser un territoire.

L'Abbaye de Fontenay dans *Cyrano de Bergerac*, le Louvre du *Da Vinci Code*, la Provence de *Manon des Sources* et *Jean de Florette*, le Montmartre d'*Amélie Poulain* ou le Versailles de *Marie-Antoinette*.... Autant de films et autant d'imaginaires. Autant de lieux aussi, rendus à nos mémoires et à nos rêves par la magie du 7^{ème} art.

A n'en pas douter, le cinéma est une grande invitation au voyage. Investissant espaces et monuments, il éveille en nous l'envie de les connaître. Une étude réalisée par l'IFOP en 2004 montre ainsi que près des 2/3 des touristes étrangers en France ont été influencés par la vision d'un film dans les 3 dernières années.

Nombre de Français le sont tout autant. Ainsi, sur le seul territoire français, environ 20 longs métrages sont vus chaque année par plus de 5 millions de personnes.

A l'heure où la part de marché du film français se hausse à un niveau historiquement élevé, quand on sait que la production française est la première d'Europe et la 3^{ème} du monde après les Etats-Unis et l'Inde, on mesure tout le rôle du cinéma dans l'attractivité et le développement économique et touristique de notre pays.

C'est dans ce contexte que la France vient de se doter d'un nouveau crédit d'impôt destiné à faciliter le tournage des films étrangers sur son territoire.

Il n'en demeure pas moins que les passerelles entre le public et les lieux découverts à l'écran sont encore trop incertaines ; que les échanges entre tourisme et cinéma demeurent fragiles. De nombreux opérateurs publics et privés du tourisme dans les pays étrangers l'on d'ailleurs bien compris : ils intègrent les synergies avec le cinéma et la télé dans la palette de leurs moyens d'actions aussi bien avant, pendant et après les tournages.

C'est pourquoi ODI France et la Commission Nationale du Film - Film France, ont décidé de publier ensemble un guide pratique pour renforcer les liens entre ces deux secteurs et les encourager à travailler ensemble que ce soit au niveau

- Du marketing territorial pour attirer les tournages sur les territoires
- De l'accueil des équipes de films sur les sites
- De l'ensemble des actions à mettre en œuvre, après la diffusion des films, pour faire venir les touristes sur les sites de tournage

Ce guide, qui est une première, a vocation à encourager acteurs publics et privés du tourisme et de l'audiovisuel à s'engager résolument dans cette voie d'avenir.

Les principales conclusions du Guide

- Les principales régions à avoir travaillé sur le sujet sont l'Île de France, Rhône Alpes et Provence Alpes Côte d'Azur
- Les 5 facteurs clefs pour évaluer les retombées économiques directes du tournage d'un film sur un territoire sont :
 - Le budget de l'œuvre
 - Les ressources humaines et techniques du territoire mobilisées (présence ou non de studios d'enregistrement, d'équipes de techniciens et comédiens localement)
 - La nature du film (les films d'époques mobilisent plus de budgets)
 - La concentration géographique des tournages (plus favorables à l'embauche locale)
 - La politique plus ou moins incitative de la collectivité territoriale

L'impact touristique sera quand à lui renforcée par la présence à l'écran d'un élément emblématique du territoire (ou de sa place virtuelle), ainsi que par la présence de stars connues du grand public.

- L'impact économique des tournages peut être très important pour un territoire puisque entre 15 à 25 % du coût total d'un film (ou entre 25 à 40 % de son coût de fabrication) est dépensé sur le territoire qui l'accueille. Cela représente, selon le film (petite production à superproduction), de 15 000 à 200 000 euros de dépenses, par jour de tournage en France
- Aujourd'hui la part des films étrangers tournés sur le territoire français représente environ 5% de l'activité du secteur en France. Le crédit d'impôt récemment voté, qui améliore sensiblement la compétitivité de la France, devrait accroître ce pourcentage.
- Attirer un tournage sur son territoire suppose la mise en œuvre d'une réelle politique de marketing territorial (utilisation des outils traditionnels du marketing : prix, produit, commercialisation, participation à des salons professionnels, eductours à l'intention de scénaristes,...)
- Une fois le film réalisé, il peut constituer un excellent produit touristique. Citons les initiatives prises par certains territoires, les pays anglo-saxons ayant été les précurseurs en la matière (movies maps, city tours thématiques sur les lieux de tournages etc.).

Contact Aurore Longuet, Conseiller chargé de la presse et de la communication
Téléphone : +33(0)1 53 18 46 35 - Mèl : aurore.longuet@cabinets.finances.gouv.fr