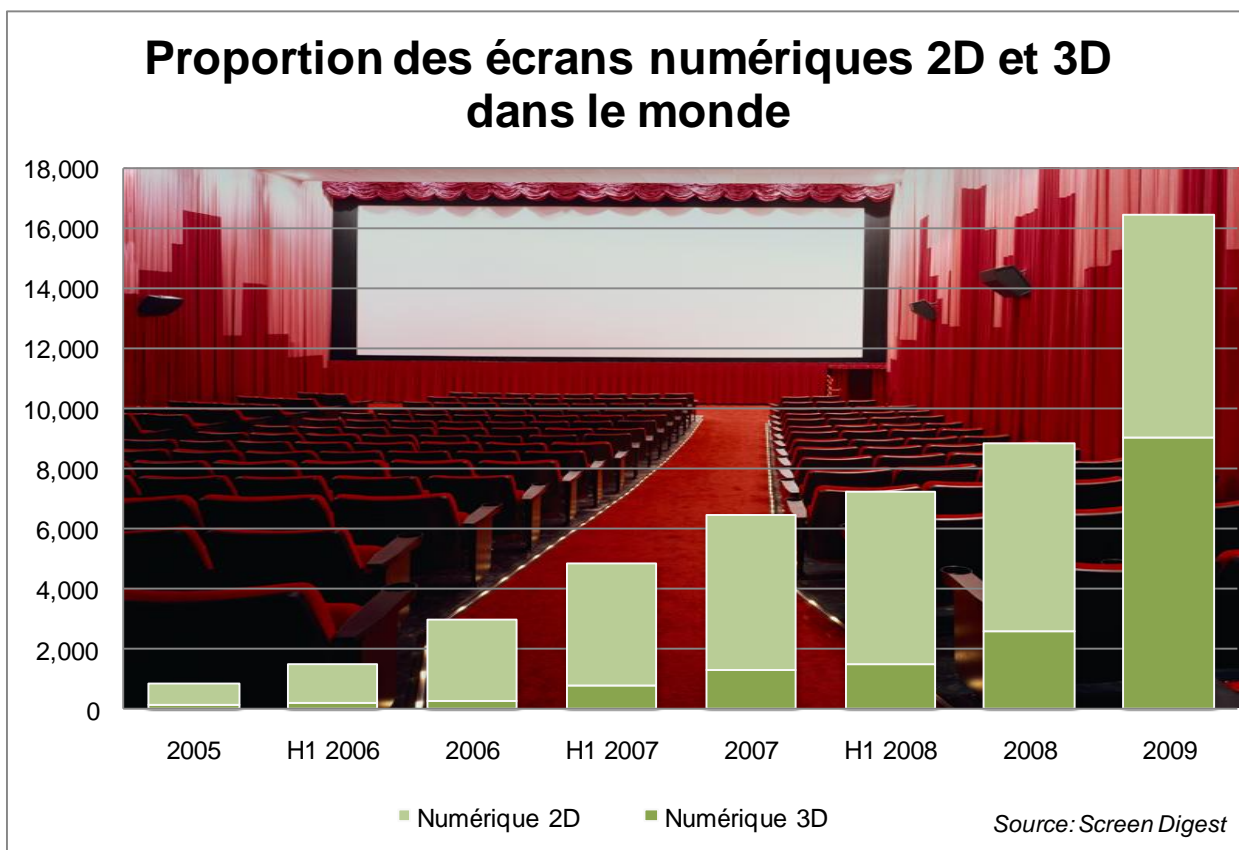


Le cinéma numérique prend de l'ampleur sous l'impulsion de la 3D

Londres, 3 Mars 2010 : On compte 16 405 écrans numériques dans le monde entier, soit une augmentation de 86,4% par rapport 2008. Cette accélération devrait se poursuivre en 2010 tandis que la technologie numérique 3D pousse le marché du cinéma à abandonner le format traditionnel 35 mm.

Cela signifie que 14,8% des écrans de cinéma modernes dans le monde sont désormais numériques et 9000 sont aussi équipés de la technologie 3D numérique, soit 55% de l'ensemble des écrans numériques.



La transition définitive et inévitable vers un cinéma entièrement numérique devrait bien prendre une dizaine d'années même si certains pays auront complètement achevé leur passage au numérique bien avant.

L'essor a été particulièrement rapide en Europe de l'Ouest alors que le nombre d'écrans numériques en France a été multiplié par 277 pourcent en 2009. La France, le plus gros marché d'Europe, recense désormais près de 1000 écrans numériques (959 à la fin de 2009). A la fin de 2009, on comptait 4580 écrans numériques en Europe, soit une forte augmentation par rapport aux 1547 écrans installés en 2008.

L'engouement pour les écrans équipés de la technologie 3D a été stimulé par la sortie d'Avatar en décembre 2009, un film en tête du classement des films les plus profitables de l'histoire du cinéma contemporain, et qui a largement contribué à convaincre les exploitants de salles de cinéma d'équiper au moins une partie de leurs écrans en 3D. L'augmentation du nombre d'écrans 3D en 2009 a été tout à fait exponentielle avec un taux de croissance global de 254,5%. Pourtant, ce taux de croissance moyen paraît bien faible au regard du taux de croissance de 614% expérimenté en Europe de l'Ouest. Les marchés internationaux en train de rattraper les Etats-Unis sont les principaux moteurs de cette accélération.

Le phénomène de la 3D n'affecte pas uniquement la façon dont les films sont regardés, mais il impacte aussi le domaine des contenus alternatifs. Aux Etats-Unis, des événements sportifs sont régulièrement projetés en direct en 3D et en Europe, le sport et l'opéra ont tous deux été diffusés, sur les derniers mois, en direct et en 3D dans des salles de cinéma.

L'essor du 3D masque l'impact de la crise sur le cinéma numérique

Cependant, sans cette croissance stimulée par la 3D, les effets de la crise économique seraient bien visibles sur le développement du cinéma numérique. Quand la crise financière s'est abattue en octobre 2008, plusieurs accords importants de déploiement du numérique ont été mis en suspens et sont à l'origine

de l'état d'esprit attentiste qui règne encore vis-à-vis du passage à l'ère du numérique en 2D. Si la 3D n'avait pas été si populaire, le cinéma numérique en général suivrait un développement beaucoup plus lent, en se répercutant sur tout un ensemble de compagnies à même d'apporter un appui technique et commercial. En 2008, les écrans numériques 3D représentaient 85,1% de tous les nouveaux écrans numériques de cinéma.

2010 promet d'être une bonne année pour le déploiement des écrans numériques

Bien que nous ne soyons qu'au début de l'année 2010, les effets de la crise économique semblent s'être jusqu'à présent estompés, comme en témoigne le déploiement d'écrans numériques programmé par le consortium 'Digital Cinema Implementation Partners', DCIP. La banque JPMorgan est en effet en train de finaliser un financement de 660 millions de dollars en dettes et fonds propres afin que DCIP puisse convertir 14 000 écrans d'ici la fin 2013.

L'entité de déploiement américaine, Cinedigm, a également signé un accord de 100 millions de dollars à l'automne 2009 afin d'entamer la phase 2 de sa transition vers le cinéma numérique. Et la compagnie XDC, leader européen des technologies et services liés au cinéma numérique, a reçu en février 2010 une aide de 65 millions d'euros de la Banque européenne d'investissement (BEI) et d'autres entités. Ces progrès illustrent la capacité de l'industrie du cinéma à entamer le déploiement des écrans numériques en 2010 et au-delà.

David Hancock, à la tête du département film et cinéma chez Screen Digest conclut : « La sortie d'Avatar a été le moment fondateur de l'histoire du cinéma numérique, nous faisant passer de 10 années préhistoriques marquées par la recherche, les faux lancements commerciaux, le développement des normes et la naissance des pionniers, au monde moderne du cinéma numérique commercial tel que nous allons le connaître dans les décennies à venir. Le numérique 3D, l'opéra, le théâtre, la musique ou encore la comédie projetés dans les salles, le sport 3D en direct et les publicités interactives, feront tous partie du cinéma dans le futur. La salle de cinéma ne sera plus seulement endroit pour voir des films, mais un lieu multiculturel au cœur

de la vie des petites ou grandes communautés. Le renouvellement du cinéma est bien à l'œuvre, non seulement il est en train de faire une place à part entière au sein des médias numériques mais il est aussi en train d'être revitalisé en tant que lieu de divertissement. »

Fin

Pour plus d'informations, merci de contacter :

Géraldine Gitel, Tel : + 44 (0) 791 7885380 ggitel@greenfieldscommunications.com

Screen Digest: Fay Hamilton, PR and Promotions Manager T: +44 (0) 20 7424 2847

fay.hamilton@screendigest.com

A propos de cette étude

L'étude présentée dans ce communiqué de presse provient du service 'Cinema Intelligence' de Screen Digest et s'appuie sur les dernières données de la fin de l'année 2009. Ce service fournit des analyses du marché, des données clés, des informations sur les acteurs de l'industrie du cinéma, sur le secteur de la production des films, de la distribution et de l'exploitation en salle et comprend également de nombreuses données sur le cinéma numérique. Si vous recherchez plus d'informations sur ce service, merci de visiter http://www.screendigest.com/reports/10_03_12_digital_cinema_in_europe/10_03_01_digital_cinema_takes_off_europe/view.html?start_ser=ci

A propos de Screen Digest

Screen Digest est la principale société d'analyse des marchés médias internationaux. Basée à Londres, avec des bureaux à Monterey (Californie) et en Australie, elle est composée d'une équipe de 40 analystes spécialisés sur les médias audiovisuels : cinéma, télévision, distribution vidéo/DVD, internet, jeux vidéo et services mobiles. Ses services en ligne et rapports offrent, à des centaines d'entreprises à travers le monde, l'information et les analyses sur lesquelles se basent leurs décisions stratégiques. www.screendigest.com. Pour toute information complémentaire, merci de contacter le département commercial de Screen Digest au +44 20 7424 2820 ou par email sales@screendigest.com