

Sur le succès du cinéma coréen

JIMMYN PARC ET PATRICK MESSERLIN

Depuis quelques années, films et séries télévisées coréens connaissent des succès mondiaux, comme en témoignent Parasite (2019), Squid Game (2021) et Decision to Leave (2022) ainsi que la reconnaissance dont jouissent, par exemple, les acteurs Youn Yuh-Jung et Song Kang-Ho. Ces succès sont souvent perçus comme des cas exceptionnels reflétant les qualités individuelles des réalisateurs et des acteurs. Ils sont rarement compris pour ce qu'ils sont aussi : les fruits d'une industrie devenue puissante parce que capable de saisir et de combiner rapidement les opportunités économiques et culturelles qui s'offrent à elle. Le développement de cette industrie et les politiques qui ont permis sa forte croissance font le sujet de cet article.

J. P. et P. M.

L'ORIGINALITÉ du cas coréen prend toute sa dimension dans une approche historique. Celle-ci révèle le fort impact des décisions stratégiques prises par les entreprises et le gouvernement coréens lors des différentes étapes de la croissance de leur cinéma national. Elle apparaît encore davantage lorsqu'on compare l'industrie coréenne avec les plus grandes industries mondiales du cinéma, comme celles des États-Unis, de la France, de la Grande-Bretagne et du Japon. Cette comparaison internationale sur le long terme permet de remettre profondément en cause les idées reçues sur les meilleures politiques à mener pour développer une industrie cinématographique. La « machine à succès » coréenne doit faire réfléchir en Europe et ailleurs⁽¹⁾.

L'ouverture du marché coréen du film (1986-1988)

En quarante-deux ans, (1980-2022) le gouvernement coréen n'est intervenu que trois fois dans l'industrie du cinéma : il ouvre le marché national en 1986-1988, renforce cette ouverture en 2006 et met en place un programme limité et ciblé de subventions en 2007. Cela fait un contraste saisissant avec les incessantes interventions des États européens.

Au début des années 1980, le marché coréen du film est très modeste – à peine 12 % du marché français – et bien plus fermé que celui des grandes industries mondiales du cinéma de cette époque. Un quota limite le nombre de films étrangers qui peuvent être importés chaque année à seulement vingt ou vingt-cinq,

(1) Cet article s'appuie sur les principaux résultats exposés en détail dans notre livre, *The Untold Story of the Korean Film Industry. A Global*

Business and Economic Perspective, Londres, Palgrave Macmillan, 2021.

soit dix fois moins qu'au Japon ou en France. Ces films, alors très appréciés par les spectateurs coréens qui jugent médiocre leur cinéma local, sont presque tous produits par des studios hollywoodiens.

Contrairement aux espoirs du gouvernement coréen, le quota d'importations n'a aidé en rien les producteurs nationaux. En revanche, il a fait la fortune des entreprises coréennes habilitées à importer ces quelques films étrangers. En effet, il les a mises en situation d'acheter les films américains les plus attractifs, donc les concurrents les plus compétitifs des films coréens, tout en empochant les importantes recettes que ces quelques films généraient dans les salles de cinéma du pays. Ces « super-profits » faits par les importateurs sur le dos des spectateurs coréens ont été estimés à un quart des recettes totales du box-office coréen du début des années 1980.

En 1986, sous la pression des studios d'Hollywood, le gouvernement américain exige la suppression de ces quotas, sous peine de représailles à l'encontre des importations de produits industriels coréens aux États-Unis. Le gouvernement coréen ne pouvait guère mettre en danger le développement prometteur des industries manufacturières du pays pour sauver des films que les Coréens eux-mêmes appréciaient peu. Il élimine donc les quotas d'importation.

De 1988 à 1995, les films américains inondent le marché coréen : ils représentent jusqu'à plus de 70 % des recettes annuelles du box-office. Pour empêcher cette situation, le gouvernement coréen aurait pu mettre en place de nouvelles barrières – de telles manœuvres sont fréquentes quand un pays ouvre son marché sous la pression d'un autre. Pourtant, en 1986 il n'a fait que renforcer les « quotas à l'écran » existants en augmentant de 90 à 146 le nombre minimum de jours par an réservé aux films coréens. Mal définis, ces quotas ont été peu efficaces, d'autant que les salles de cinéma ne devaient proposer les films coréens qu'une fois par jour alors qu'elles pouvaient programmer les films étrangers plusieurs fois par jour. Cette fermeté est remarquable car il n'existe aucun lien entre les industries coréennes du cinéma et de la télévision – c'est encore largement vrai de nos jours. Le gouvernement coréen aurait donc pu imiter la politique française de la fin des années 1980, qui consistait à forcer les chaînes de télévision florissantes à investir dans la production de films, tout en subventionnant

massivement cette activité et en limitant la concurrence américaine sur les petits écrans français grâce à des quotas TV. On connaît de nos jours le coût de cette politique. Elle a été longtemps célébrée comme un succès parce qu'elle a permis une augmentation du nombre de films produits en France – de 120 en 1990 à 236 en 2005. Mais cet indicateur est un trompe-l'œil : sur la même période, la recette moyenne d'un film français a chuté de 2,8 à 2,2 millions de dollars – illustrant un effondrement de l'attractivité des films français auprès de leur public national. Pour les mêmes années, la Corée a connu une évolution inverse : une baisse du nombre de films produits de 110 à 83, mais une explosion de la recette moyenne de 0,6 à 7,2 millions de dollars.

La leçon à tirer de cette première période est que l'ouverture d'un marché cinématographique aux films étrangers n'a pas besoin d'être totale – il reste des quotas à l'écran en Corée. Mais elle doit être substantielle et ne pas être sapée par des contre-mesures. Un engagement ferme du gouvernement est une condition fondamentale pour permettre aux firmes désireuses d'entrer dans la production – fort risquée – de films de prendre les bonnes décisions stratégiques nécessaires à un succès à long terme.

Les entreprises saisissent les opportunités et gèrent les risques (1992-2010)

Ouvrir un marché à la concurrence internationale est un premier pas. Mais celui-ci ne fait qu'offrir des opportunités et des risques : profiter des premières et gérer les seconds dépend entièrement de la capacité des firmes domestiques à choisir les bonnes stratégies.

À la fin des années 1980, les producteurs coréens de films encore en place réagissent en augmentant le nombre de films produits. Cette tactique est un échec pour une raison simple : la multiplication du nombre de films produits s'est accompagnée d'une baisse de la qualité, déjà faible. Un film coréen faisait en moyenne 0,85 million de dollars de recettes en 1984-1986 ; il n'en fait plus que 0,6 million en 1988-1990. Les uns après les autres, ces producteurs disparaissent.

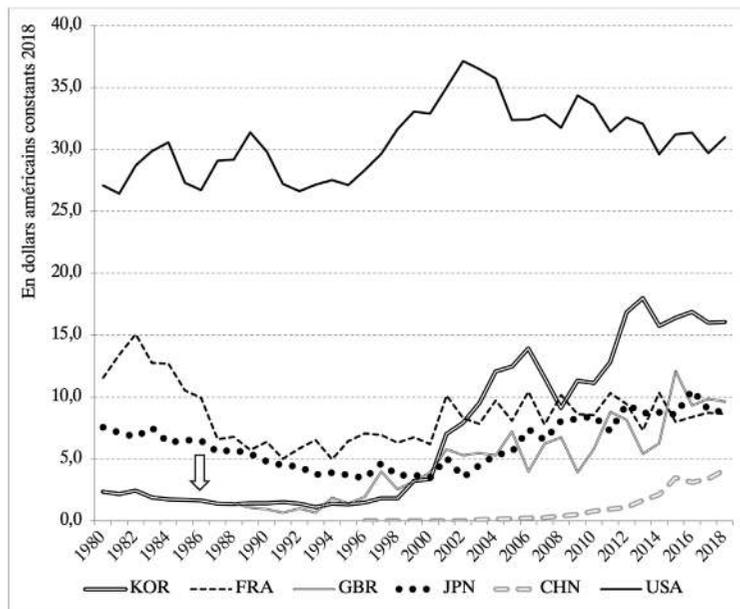
Il a donc fallu attendre l'émergence d'une toute nouvelle génération de producteurs de films coréens, prêts à tirer toutes les leçons

des succès hollywoodiens pour accroître l'attractivité de leurs films et construire une industrie moderne du film dans leur pays. Ces «nouveaux» producteurs sont issus des *chaebols*, ces grandes entreprises coréennes ayant une forte expérience dans la recherche de marchés profitables dans des activités très diverses. Au cours des années 1990, ces *chaebols* mettent en place des filiales spécialisées dans la production de divertissements. Nombre de ces tentatives échouent, mais un nombre suffisant réussit. L'une des meilleures illustrations en est Cheil Jedang (CJ), la filiale de Samsung animée par Miky Lee, un membre de la famille possédant Samsung, passionnée de cinéma et, trente ans plus tard, très impliquée dans le financement du film *Parasite*. Cet apprentissage prend du temps : ce n'est qu'en 1999 – treize ans après l'ouverture du marché coréen – que sort le premier blockbuster coréen, *Shiri*. Mais, dans les années qui suivent, les spectateurs coréens

assistent, avec étonnement et incrédulité au début, à une suite quasi ininterrompue de grands succès, si l'on excepte les années 2007-2008.

La figure 1 illustre cette montée en puissance. Elle présente les recettes par habitant, dans leurs marchés domestiques respectifs, des films produits par les cinq plus grandes industries mondiales du cinéma. À partir de 2009, les recettes par habitant des films nationaux en Corée dépassent largement celles des autres pays, États-Unis exceptés. L'ascension des revenus des films coréens au cours des vingt à vingt-cinq dernières années contraste fortement avec l'érosion des recettes des films américains aux États-Unis, la quasi-stagnation des recettes des films nationaux en Europe et leur faible croissance au Japon. Cette ascension est encore plus forte si l'on tient compte des films étrangers : la Corée alors rattrape même les États-Unis.

Figure 1
Recettes par habitant des films locaux
dans leurs marchés respectifs (1980-2018)



KOR : Corée du Sud, FRA : France, GBR : Grande-Bretagne, JPN : Japon, CHN : Chine et USA : États-Unis.

La flèche indique la date de l'élimination des quotas d'importation en Corée.

Source : J. Parc et P. Messerlin, *The Untold Story of the Korean Film industry. A Global Business and Economic Perspective*, Londres, Palgrave Macmillan, 2021, p. 17.

L'attractivité des films locaux par rapport à celle des films américains sur le marché coréen change du tout au tout entre les dix ans précédant l'ouverture du marché (1975-1985) et les vingt ans qui suivent (1985-2005). Au cours de la décennie 1975-1985, la recette moyenne d'un film coréen est sept fois moins importante que celle d'un film américain. Au cours de la période 1986-2005 (suffisamment longue pour tenir compte du temps nécessaire aux nouveaux producteurs coréens pour définir leur stratégie et en récolter les fruits), elle est une fois et demie supérieure à celle d'un film américain.

L'enseignement à tirer de cette deuxième période est lié au rôle décisif des producteurs coréens de films, qui fournissent un énorme effort financier pour comprendre comment fonctionne une industrie cinématographique moderne. La meilleure illustration en est l'investissement de 300 millions de dollars – une somme gigantesque pour l'époque – de CJ (une filiale de Samsung jusqu'en 1993) dans DreamWorks pour créer ce tandem surprenant entre une entreprise «débutante» dans le cinéma (CJ), originaire d'un pays encore largement considéré comme en développement, et une firme iconique de l'industrie américaine du cinéma.

Les entreprises coréennes cherchent ensuite à maîtriser les risques considérables de leurs investissements dans la production de films – une activité à haut risque dans tous les pays – en construisant une industrie intégrant verticalement les activités de production, de distribution et d'exploitation des salles de cinéma. L'intégration verticale est une stratégie industrielle familière pour les *chaebols*, mais il s'agit d'une approche iconoclaste dans le cinéma des années 1990. À cette époque, l'exploitation des salles de cinéma dans la plupart des pays n'est pas intégrée aux firmes de production et de distribution pour des raisons historiques : le protectionnisme en Europe, une décision anti-trust aux États-Unis (décret Paramount en 1948). Il a fallu attendre l'annulation en 2019 de cette décision antitrust pour permettre à l'industrie américaine du cinéma de se réengager à son tour dans une intégration verticale.

L'exception : subventions maîtrisées et ciblées (à partir de 2007)

Au cours des années 1990, aucun gouvernement coréen ne peut songer à subventionner

massivement l'industrie de cinéma, comme c'est déjà la règle en France ou en Grande-Bretagne. Le revenu moyen coréen est encore faible (à peine la moitié du PNB français par tête), les percées des industries manufacturières coréennes encore fragiles, et la crise financière asiatique de 1997 est un choc court mais violent. Enfin et surtout, les producteurs coréens adossés aux *chaebols* ne veulent pas d'une intervention étatique qui pourrait bousculer leur stratégie et mettre en péril leurs rapides progrès. En 2006, les subventions coréennes à l'industrie du cinéma se montent à moins de 40 millions de dollars, contre près de 500 millions en France. Plus important encore : elles ciblent des activités que seuls des efforts collectifs permettent d'assurer correctement – créer de solides infrastructures communes à l'ensemble de l'industrie, comme des studios de tournage ou des écoles de films. Elles sont à l'exact opposé de la politique suivie en France, laquelle, dès les années 1950, se concentre sur la distribution de subventions aux producteurs de chaque film, au détriment d'un effort sur les infrastructures communes.

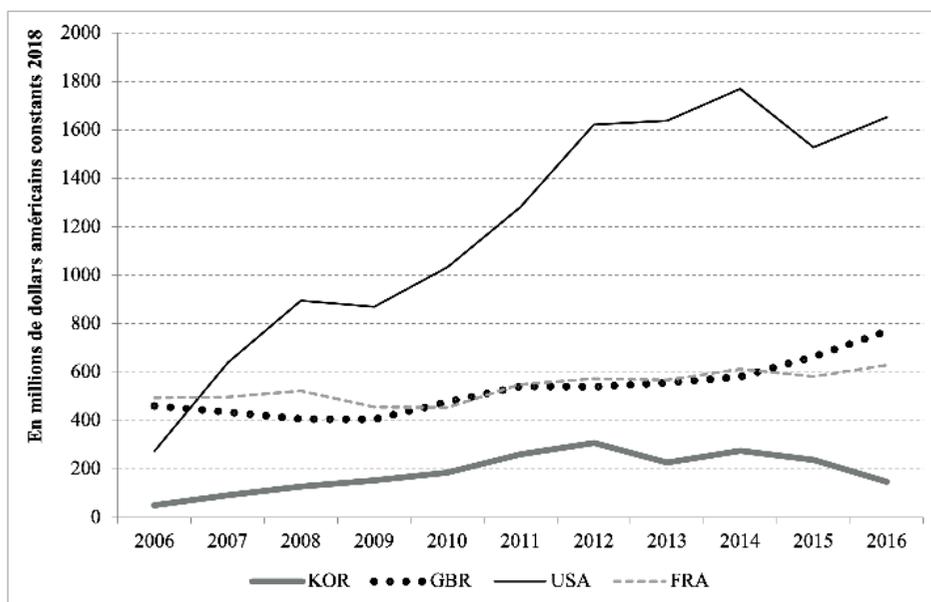
En 2007, le gouvernement coréen introduit un système de financement des subventions inspiré de celui mis en place en France dans les années 1950, en imposant une taxe spéciale sur les places de cinéma destinée à financer les subventions versées à l'industrie du cinéma. Mais là s'arrête la ressemblance. La taxe coréenne est basse – 3 % –, soit trois fois plus faible que la taxe française, et elle constitue la source principale des subventions, si l'on exclut des dotations budgétaires accordées chaque année au Fonds d'investissement public-privé chargé de participer au financement des films «à risques». En revanche, en France, les ressources de la taxe sur les places de cinéma se sont vite révélées insuffisantes pour faire face à la demande d'aides individuelles sans cesse en augmentation : de nos jours, elles ne représentent que 23 % de l'ensemble des subventions, obligeant à un élargissement constant de l'assiette des taxes, avec l'introduction de taxes sur les vidéos puis sur les producteurs de services de streaming, avant l'imposition des obligations d'investissement à des entreprises qui, comme Netflix, n'hésitent pas à investir de leur plein gré et massivement en Corée.

La figure 2 permet de comparer le «soutien public» – ce terme agrège un grand nombre de formes différentes de subventions – en Corée,

en France, en Grande-Bretagne et aux États-Unis. Elle fait apparaître les deux dimensions cruciales de l'exception coréenne. Le soutien public en Corée est quatre fois moins important qu'en France ou qu'en Grande-Bretagne pour des industries de taille quasi équivalente. Il

a connu, par ailleurs, des moments de décroissance depuis 2010, reflétant la volonté du gouvernement coréen de maîtriser les subventions et de cibler les activités que les entreprises seules ne peuvent pas assurer correctement.

Figure 2
Le « soutien public » au cinéma dans quatre pays (2006-2016)



KOR : Corée du Sud, GBR : Grande-Bretagne, USA : États-Unis, FRA : France.

Source : J. Parc et P. Messerlin, *op. cit.*, p. 116.

Cette troisième étape permet de définir les contours d'une politique efficace des subventions dans le cinéma : ce n'est pas seulement le niveau global des subventions qui importe mais la « qualité » de celles-ci, comme le souligne la comparaison avec la France. Quatre fois plus subventionnée que l'industrie coréenne, l'industrie française du cinéma a pourtant une croissance bien plus médiocre, tant en termes commerciaux – recettes des box-offices – que de qualité des films produits au cours des dix dernières années.

Pourquoi des résultats si décevants en France ? Un examen détaillé de cette question montre que des subventions dont les montants sont trop hauts et les sources trop nombreuses ont inévitablement des effets qui

se contredisent, voire s'annihilent. Car, quand on subventionne une firme, c'est très souvent au détriment d'autres firmes qui ne bénéficient pas de la même aubaine. Dans une industrie du cinéma excessivement subventionnée comme c'est le cas en France, cela engendre des distorsions coûteuses pour tous.

Gérer le succès

Succès ne veut pas dire absence de difficultés. Sur son chemin de croissance, l'industrie coréenne en a rencontré trois principales.

La première vient de ce que l'industrie du cinéma a été l'un des terrains de bataille les plus difficiles dans les négociations commerciales internationales des années 1980-2010,

parce qu'elle constitue un mélange explosif d'intérêts commerciaux importants et de rivalités culturelles promptes à mobiliser les émotions nationales. C'est ainsi que les négociations multilatérales de l'Uruguay Round (1985-1995) ont failli échouer à la dernière minute à cause de l'opposition entre la France et les États-Unis sur « l'exception culturelle », laquelle, selon la position française, justifiait de limiter le nombre de films américains. Même si une bonne partie de son opinion publique avait des sympathies pour le point de vue français, la Corée ne s'est pas impliquée dans ce conflit car elle venait d'ouvrir irrévocablement son marché en 1986-1988.

Au fur et à mesure de la confirmation de son succès, le développement de l'industrie coréenne n'a cessé de jeter un doute croissant sur la conception protectionniste de l'exception culturelle. D'ailleurs, en juillet 2006, la Corée a divisé les quotas à l'écran par deux (passant de 146 à 73 jours par an) en réponse à une demande des États-Unis lors des négociations sur un accord d'investissement puis de libre-échange. Les films coréens étaient suffisamment attractifs par rapport aux films américains pour faire face avec succès à cette ouverture supplémentaire – offrant un exemple convaincant, dans le domaine culturel, de « reconquête » du marché intérieur à la suite d'une ouverture à la concurrence internationale.

La deuxième difficulté a tenu – et tient encore – à la construction du meilleur cadre légal et réglementaire domestique possible pour l'industrie du cinéma. Celle-ci combine un grand nombre d'intervenants – scénaristes, réalisateurs, acteurs, studios de tournage, équipes techniques, équipements, studios, salles de cinéma, banquiers, assureurs, avocats et bien d'autres professionnels – qui interagissent sur beaucoup de marchés. Dès lors, dans chaque pays, une multitude de lois et mesures réglementant ces marchés ont un impact sur la facilité avec laquelle les films nationaux et étrangers peuvent être produits et projetés dans le pays. Cela exige du gouvernement une bonne appréciation des coûts et des bénéfices de chaque loi et réglementation envisagée. Une comparaison détaillée des lois et réglementations des principaux producteurs mondiaux montre que la Corée apparaît comme l'un

des trois pays, avec le Japon et les États-Unis, à avoir atteint le mieux cet équilibre entre coûts et bénéfices.

La troisième difficulté découle, dans une large mesure, de la précédente puisqu'elle concerne la meilleure réglementation possible du secteur de l'exploitation (salles de cinéma). Dans les années 1990, les *chaebols* se sont lancés dans la production de films avec un modèle d'intégration verticale bien en tête : ils devaient être producteurs et distributeurs mais aussi exploitants des films en salle. Cette stratégie, classique chez les *chaebols*, permet de donner aux producteurs la meilleure information possible sur l'adéquation entre leur production et la demande des acheteurs – une information particulièrement cruciale et délicate à obtenir dans une industrie aussi risquée et volatile que la production de films.

Pourtant ce dernier volet a fait et continue de faire débat en Corée. L'intégration verticale est souvent vue comme donnant un pouvoir excessif aux trois grandes firmes coréennes qui possèdent 90 % des salles de cinéma : ces firmes profiteraient de cet avantage pour favoriser les films qu'elles produisent, réduisant la diversité de l'offre de films sur les écrans. Cette critique a deux limites importantes. D'abord, elle ignore qu'un *chaebol* n'a pas intérêt à montrer en salle un film qu'il a produit mais qui n'attire pas de spectateurs : ce faisant, il ne ferait qu'accroître ses pertes. Ensuite, elle repose sur une proposition de moins en moins pertinente depuis ces dix à quinze dernières années : un film ne serait pas un film s'il n'était pas montré dans une salle de cinéma. Ce postulat a été battu en brèche de deux façons. D'une part, il se heurte à une contrainte majeure : la baisse du coût de production de nombreux films a permis une augmentation du nombre de films produits telle que les capacités des salles de cinéma ne suffisent plus à assurer correctement l'exploitation de tous. D'autre part, il ignore les vastes opportunités offertes par la diffusion des films en streaming.

Tenant compte de ces contraintes et opportunités, l'industrie coréenne a développé, au cours des dix dernières années, une stratégie combinant projection des films jugés appropriés pour une présentation en salle et diffusion en streaming pour les autres films. Une comparaison entre la Corée et la France sur

les années 2010-2019 en montre les avantages. Premièrement, le nombre total de spectateurs en salle en Corée est une fois et demie supérieur à celui de la France (une fois ajusté par le nombre d'habitants) alors qu'on compte deux fois moins d'écrans en Corée qu'en France. C'est possible parce que la vitesse de rotation des films dans les salles de cinéma coréennes est bien plus élevée que celle observée en France (ou au Japon, en Grande-Bretagne et aux États-Unis) : par exemple, les mêmes films font 90 % de leurs entrées totales en trois ou quatre semaines en Corée, contre cinq à sept semaines en France. Deuxièmement, le nombre de spectateurs pour les « hits » (films bénéficiant de plus d'un million de spectateurs) est plus important en Corée qu'en France : il est plus élevé de 25 % pour les hits américains et de 50 % pour les hits nationaux – ce dernier différentiel en dit long sur l'attractivité relative des hits coréens et français auprès de leur public national. Troisièmement, le nombre de films « non-hits » présentés au cours d'une année en Corée est deux fois plus important qu'en France. En l'absence de mesure fiable des audiences de films diffusés par streaming, deux observations s'imposent. Le nombre de spectateurs des films *non-hits* montrés en salle en Corée représente déjà deux tiers du total comptabilisé en France. Et l'audience des films en salle en France est artificiellement gonflée par des réglementations – notamment l'obligation imposée par la « chronologie des médias » de réserver aux salles le privilège de montrer tous les films pendant quatre mois – ainsi que par des subventions massives aux salles.

Toutes ces caractéristiques (pas de films projetés en salle sous prétexte qu'ils sont produits par le propriétaire de la salle de cinéma, vitesse de rotation rapide des films projetés en salle, utilisation des opportunités du streaming pour les autres) reflètent une différence fondamentale dans la conception de la « diversité culturelle » en Corée et en France (ou, de manière plus générale, en Europe). En Corée, la diversité est comprise comme la possibilité donnée aux spectateurs de voir le plus de films possible de toutes origines : c'est cette connaissance très large qui fait des spectateurs coréens des critiques pertinents et exigeants par rapport aux films nationaux, et

donc à leur qualité intrinsèque. En Europe, la diversité culturelle est comprise comme un argument pour stabiliser autant que faire se peut la part de marché des films locaux : elle ne peut être une source de curiosité et un moteur stimulant pour les producteurs nationaux. Ces deux visions sont à l'opposé l'une de l'autre.

La qualité des films

Les recettes du box-office mesurent l'attractivité des films. Mais elles sont sensibles aux stratégies marketing des producteurs, distributeurs et exploitants. Elles ne sont donc pas un miroir fidèle de la qualité des films telle qu'elle est effectivement évaluée par les spectateurs une fois qu'ils ont vu les films. Aussi a-t-on proposé comme indicateur de qualité les « prix » et autres récompenses des festivals – nationaux ou internationaux – accordés aux films. Cette approche délivre toutefois une information très limitée. Les prix sont accordés sur la base d'un classement strict, réducteur par principe : un second prix pour un spectateur peut être très facilement un premier prix pour un autre.

On ne peut donc avoir une vue plus large de la qualité des films qu'en donnant la parole « directement » au plus grand nombre possible de spectateurs. Cela peut être fait à partir du très large éventail des 200 millions d'évaluations du public général et des 400 000 évaluations des critiques de cinéma recueillies par trois sites spécialisés – Internet Movie Database (IMDb), Metacritic (MC) et Rotten Tomatoes (RT) – sur une période de dix ans (2009-2018). Ces sites ont chacun leur approche spécifique : IMDb reflète davantage les vues du « public général », MC et RT celles des « critiques de cinéma ». Les films évalués sont d'une grande diversité, films commerciaux et d'art, et nombreux (1 800 films américains, 980 britanniques, 765 français et 440 coréens).

Le tableau 1 présente la qualité moyenne des films produits dans les quatre pays que nous venons de citer, selon ces sites. Sur chacun d'entre eux, la valeur 100 est attribuée au pays ayant l'évaluation de qualité la plus élevée (en moyenne pour tous ses films). Les films coréens émergent comme ceux ayant la meilleure qualité tant auprès du public (IMDb) que des critiques (MC et RT).

Tableau 1
Comparaison de la qualité des films : évaluations moyennes par pays (2009-2018)

	Corée	France	Grande-Bretagne	États-Unis
IMDb	100,0	93,9	98,9	98,1
MC	100,0	94,5	90,1	81,3
RT	100,0	92,2	85,3	73

Source : J. Parc et P. Messerlin, *op. cit.*, p. 186.

Cela dit, en Corée plusieurs pensent que ces résultats remarquables ne sont pas acquis. À l'évidence il n'est au pouvoir d'aucune politique culturelle de garantir une telle permanence. Toutes les cultures ont des hauts et des bas. Ce que peut faire une politique éclairée du cinéma, c'est simplement offrir les meilleures conditions possibles à la créativité de cette industrie dans chaque pays.

Ce tableau sur la qualité des films achève la comparaison de l'industrie coréenne du cinéma avec celles des plus grands pays producteurs dans le monde. Les résultats présentés sont fondés sur des faits robustes et peuvent se résumer comme suit. Une industrie puissante du cinéma peut se développer dans un marché initialement peu développé, sans grand aspect prometteur à l'origine, mais ouvert au monde par une décision ferme du gouvernement. Le moteur de cette évolution repose sur des entreprises sachant formuler une stratégie fondée sur un apprentissage exigeant en termes d'investissements, visant

une production de qualité, reposant sur des approches innovantes pour gérer les risques, et bénéficiant d'aides publiques limitées et ciblées sur les infrastructures «collectives» (écoles de cinéma, studios de tournage) exigées par une industrie moderne du cinéma.

À cet égard, l'exemple coréen souligne combien le recours possible à une subvention n'est pas une «licence inconditionnelle à subventionner», contrairement au préjugé très répandu en Europe. Nous avons montré par des exemples concrets que des gaspillages importants de subventions adviennent en Europe alors qu'il est pourtant clair dès le départ que ces dernières ne pouvaient pas atteindre les objectifs qui leur étaient assignés – lesquels n'avaient souvent qu'un vague rapport avec l'objectif officiel affiché d'aider «la créativité et la diversité culturelles» dans le cinéma national.

JIMMYN PARC
 PATRICK MESSERLIN