

Chers partenaires,

La nouvelle édition de notre SOFICA, Cinémage 16, vient d'être agréée pour un montant de 10 millions d'euros, ce qui conforte notre position de leader sur le marché.

La collecte 2020 démarre dans quelques jours et nous sommes ravis d'aborder cette nouvelle campagne avec vous.

La conjoncture actuelle appelle de nombreuses questions pour nos placeurs et nos souscripteurs. Nous souhaitons dans ce document anticiper et répondre aux principales d'entre elles.

D'abord, pourriez-vous résumer Cinémage en quelques mots ?

Cinémage est une SOFICA, un produit d'investissement défiscalisé qui investit dans le cinéma et l'audiovisuel et qui a fait ses preuves depuis 35 ans. **Les SOFICA bénéficient du plus fort taux de défiscalisation disponible sur l'IRPP, 48%**, et d'un plafond de défiscalisation relevé à 18 000 € dans la limite de 25% du revenu imposable.

Depuis de nombreuses années, **Cinémage est leader sur le marché des SOFICA**, avec une équipe très expérimentée, un modèle d'investissement original et équilibré, à l'affût des mutations, et un fonctionnement transparent.

Nous avons investi plus de 120 M€ dans près de 450 films et séries qui ont obtenu 150 sélections dans les plus grands festivals et de nombreux prix à Cannes ou aux César. Notre rôle de leader nous permet d'être idéalement positionnés pour recevoir les meilleurs projets, avoir le contrôle des négociations et bénéficier des nouvelles opportunités de ce marché, notamment l'explosion de la consommation des séries et le développement des plateformes telles que Netflix.



L'équipe d' « Effacer l'historique » au Festival international de Berlin 2020

De fait, cette année encore **notre position de leader est consolidée puisque nous bénéficions de la plus grosse enveloppe avec 10 M€.**

Quelles sont les conséquences de la crise du COVID sur le marché du cinéma et de l'audiovisuel ?

On entend beaucoup parler dans les médias de la baisse de la fréquentation dans les salles d'un côté et de l'autre de l'explosion du marché des plateformes de SVOD (Netflix, Amazon, Disney + etc.).

Nous allons donc partager nos réflexions sur ces deux sujets en nous interrogeant sur les conséquences probables pour nos SOFICA Cinémage.

Quelle est la conséquence de la baisse de la fréquentation des films en salle en cette période de Covid ?

La fréquentation depuis la réouverture des salles en juin est entre 30% et 40% de ce qu'elle était à la même époque en 2019. Mais **cette baisse**

mérite d'être relativisée : elle témoigne bien moins d'un désamour des spectateurs pour la salle que d'un effet mécanique puisque seuls 50% des sièges sont accessibles dans le cadre des mesures sanitaires, et surtout d'une baisse de l'offre de films américains en quantité et en qualité liée à la frilosité et à l'attentisme des studios US. Car les majors américaines ont décidé de repousser voire d'annuler la sortie de leurs blockbusters. Or ces films sont les locomotives du marché estival, représentant environ 70% de parts de marché.

Dans ce contexte, **les films français**, qui constituent notre marché adressable principal (les SOFICA ne sont pas autorisées à investir sur des films américains), **se sont plutôt bien maintenus**. Certains d'entre eux performant même au-delà de nos estimations initiales malgré les mesures sanitaires. C'est notamment le cas pour *La bonne épouse* (avec Juliette Binoche, Yolande Moreau, Noémie Lvovsky) qui devrait atteindre près de 650 000 entrées et *Effacer l'historique* (avec Blanche Gardin, Denis Podalydès, Corinne Masiero) qui démarre fort.



Juliette Binoche, Yolande Moreau et Noémie Lvovsky dans « La bonne épouse »

Les mesures sanitaires étant encore en place, nous demeurons évidemment vigilants mais sommes confiants dans l'avenir quant à l'appétit du public pour la salle, qui reste un outil privilégié de diffusion des œuvres (cf. les niveaux de fréquentation avant le Covid, historiquement hauts).

Qu'en est-il de la situation des tournages et des festivals ?

De nombreux projets sont en cours de tournage. Les professionnels de l'industrie se sont organisés pour respecter les mesures sanitaires en vigueur. Et les festivals ont pu reprendre (Angoulême, Venise) ou ont organisé leur marché en ligne (Cannes, Annecy).

On entend aussi beaucoup parler de l'explosion du marché des plateformes. Quel est l'impact pour Cinéma ?

C'est une excellente nouvelle pour l'industrie et pour Cinéma !

La crise sanitaire a accéléré le développement des plateformes de streaming qui constituent un relai de croissance hyper dynamique pour notre marché car elles ont besoin de films toujours plus nombreux et diversifiés à proposer à leurs abonnés.

Ainsi sur les 6 premiers mois de l'année 2020, le marché de la location en vidéo à la demande a progressé en France de près de 22%, celui de l'achat en ligne de 36% et celui de l'abonnement aux plateformes de vidéo à la demande par abonnement de 56%. Netflix, à elle seule, a enregistré, en à peine 6 mois, une hausse de 30% du nombre de ses abonnés qui atteint près de 8 millions aujourd'hui.

Si l'offre de films français a déjà nettement progressé sur ces plateformes, **la nouvelle législation va les pousser à investir encore davantage dans les productions françaises futures. Cela créera toujours plus d'opportunités de diffusion et donc de monétisation pour les films et séries financés par Cinéma.**

La crise du COVID et les questions légitimes qu'elle soulève ne doivent donc pas masquer la tendance de fond de notre marché : le besoin de se divertir ou de réfléchir et la demande d'images animées n'ont jamais été aussi forts. Il est désormais possible d'accéder aux images partout, tout le temps, sur de nombreux supports et dans de nombreux formats. C'est le moteur même de notre industrie qui tourne à plein !

Nous sommes structurellement sur un marché porteur sur le moyen et le long terme.

Est-il quand même raisonnable d'investir dans le cinéma dans un contexte économique global instable ?

Pour vous répondre, commençons par un constat : **depuis leur première édition les SOFICA Cinémage ont systématiquement proposé une opportunité d'investissement globalement rentable** pour leurs souscripteurs, même lors de la crise financière des années 2008 et 2009 alors que tous les autres fonds dévissaient. Ceci s'explique bien sûr pour partie par l'importance de l'avantage fiscal de 48% mais plus encore par la rigueur et la diversification qui président à notre politique d'investissement.

En premier lieu, rappelons que, dans notre modèle, **plus de la moitié de nos investissements ne sont pas directement dépendants des résultats d'exploitation** des films car ils font l'objet de garantie au nominal par des producteurs ou studios (environ 30% des investissements) ou sont remboursés lors de la mise en production des films (20 à 25% des investissements), indépendamment de la performance de ces derniers.

Et sur la fraction de vos investissements qui dépendent des résultats d'exploitation ?

Ils représentent environ 45% de nos investissements et sur cette tranche, **nos recettes sont diversifiées et mutualisées sur plusieurs supports d'exploitation** (salle, vidéo, VOD, TV, SVOD) et territoires (France et international). Ainsi, un titre qui voit ses recettes salles affectées par une baisse de la fréquentation des salles, peut dans le même temps bénéficier de la nette augmentation de la consommation en vidéo à la demande à l'acte ou par abonnement sur les plateformes.

Ce modèle d'investissement équilibré explique donc la résilience de notre modèle d'investissement, même en période de turbulences économiques.

Malgré tout, le timing est-il bon pour investir ?

Nous sommes convaincus que oui. En effet **le marché du cinéma n'est pas corrélé aux marchés financiers**. Même en temps de crise, les gens ont besoin de se divertir. Les SOFICA constituent donc un outil de diversification unique à avoir dans un portefeuille d'actifs. C'est de plus un actif rassurant parce qu'il est fortement encadré par trois autorités de tutelle (le CNC, la DGFIP, l'AMF), gage d'une parfaite transparence.

Par rapport aux éditions précédentes, quelles sont les spécificités de Cinémage 16 ?

En terme de politique d'investissement, **nous maintenons les principales constantes qui font la force de notre modèle :**

- accent sur le cinéma indépendant, premiers et seconds films, qui ont un fort potentiel festival, à budgets maîtrisés et capables de générer des recettes à l'étranger et attirer les plateformes ;
- accès privilégié aux meilleurs projets et contrôle des deals de financements : Cinémage 16 bénéficiera de notre expérience cumulée depuis 16 ans et des contacts privilégiés noués avec les principaux producteurs ;
- une gouvernance spécifiquement saluée par un rapport du Commissaire du Gouvernement ;
- une communication régulière et transparente via nos newsletters et notre site internet.

Nous continuons en parallèle à **adapter notre modèle aux mutations du marché** avec une attention particulière **aux séries** (fiction et



« Le bureau des légendes » saison 5

animation) et aux documentaires avec un fort potentiel international.

Nous resterons actifs et force de proposition auprès de nos tutelles, via la coprésidence de l'ARS (Association de Représentation des SOFICA) qui nous a été confiée pour un second mandat.

Pour illustrer ces propos, pourriez-vous donner des exemples de films ou séries financés par Cinémage ?

Pour rappel, Cinémage c'est plus de 120 M€ investis en quinze ans dans près de 450 films sur environ 5 000 opportunités étudiées par un comité d'investissement constitué de leaders du secteur aux profils complémentaires.

Côté cinéma, Cinémage a financé :

- **près de 70 films ayant dépassé les 500 000 entrées** / près de 150 sélections dans les grands Festivals (Cannes, Venise, Berlin) : dont 15 pour l'édition 2019 (un record !);
- de nombreux projets récompensés dans les plus grands festivals internationaux et aux César, et notamment *Intouchables*,

Dheepan (palme d'or en 2015), *Mon roi*, *Des hommes et des dieux*, *L'Arnacoeur*, *Les garçons et Guillaume à table !*;

- Récemment : *Hors normes*, *Les misérables*, *Au nom de la terre*, *Alice et le maire*, *La bonne épouse*, *Effacer l'historique*.

Très tôt, nous nous sommes associés à la production de séries comme *Le bureau des légendes* (série française la plus exportée dans le monde), *Mytho* (vendue à Netflix), ou *Tropiques Criminels* (une nouvelle référence de France 2). Cette expertise nous est très utile pour accéder aux meilleurs contenus de ce marché en forte croissance.

Et comment participer à l'aventure cinéma ?

En plus d'être un investissement attractif, Cinémage est aussi un moyen pour nos partenaires et souscripteurs de vivre *en live* l'aventure du cinéma et des séries. A la demande de certains partenaires, nous avons déjà organisé des visites de tournage, des avant-premières ou des challenges commerciaux permettant de bénéficier de places gratuites. Nous adressons régulièrement des exonérations de places et des invitations aux avant-premières à nos partenaires. Et nous sommes ouverts à toutes les initiatives contribuant à animer votre réseau.

Toute l'équipe de Cinémage est à votre disposition pour renforcer encore notre partenariat. La collecte de Cinémage 16 démarre début septembre et nous sommes à votre disposition pour vous aider à en faire un succès cette année encore.

Serge HAYAT et Yann LE QUELLEC,
fondateurs des SOFICA Cinémage