

# EL PARAÍSO FRANCÉS

EL ESTADO FRANCÉS INVIERTE 1700 MILLONES DE EUROS EN CINE, 291 EN AYUDAS DIRECTAS. ANALIZAMOS UN MODELO ENVIDIADO POR EL CINE ESPAÑOL QUE OTORGA AYUDAS AUTOMÁTICAS

por **Fernando Muñoz**


Pocos axiomas tan repetidos y compartidos en el cine español como el que dice que la Ley de Cine de Francia se debería importar palabra por palabra. Lo repitió, en estas mismas páginas, el actual presidente de la Academia de Cine, Fernando Méndez-Leite y Kiko Martínez recuerda en este mismo número la famosa frase de Berlanga de que “lo que hay que hacer es contratar a una secretaria que sepa francés y traduzca su ley”. Es evidente que el modelo funciona al norte de los Pirineos, ya que la cuota de pantalla de su cine nacional bordea el 40% (aquí la pelea es conseguir el 20%) y sus producciones se envían a las pantallas de toda Europa y del mundo. Además, han sido capaces de crear un *star system* que tiene mucho tirón en su propio país y, al mismo tiempo, lograr que los grandes taquillazos americanos financien su industria patria. Pero, ¿cómo lo hacen?

Antes de nada, unos datos para poner en contexto un modelo de éxito. En el año 2022, el 2% de las entradas vendidas en todo el mundo fueron para ver una película francesa, a lo que se añade que su cinematografía es la que más títulos coloca en los festivales de todo el mundo (una de cada cinco seleccionadas por los diez grandes certámenes son *made in France*) según datos de UniFrance. Un informe más cercano

en el tiempo: solo en diciembre de 2023, el cine francés recaudó en el extranjero 15,5 millones de euros y 2,20 millones de personas vieron una de sus producciones en pantalla grande. En todo el año pasado, las películas de ese país recaudaron en el extranjero 167,4 millones de euros. Su mercado más importante es Europa occidental, donde vendieron 12,2 millones de entradas de un total de 27 millones. Por ponerlo en contexto: el cine español recaudó en 2023 internacionalmente 65,9 millones de euros.

## DOS ORGANISMOS CLAVE, EL CNC Y UNIFRANCE

La ley que tanto se aplaude desde España tiene un nombre particular: “Código del Cine y la imagen animada”, y bajo ese paraguas legal actúa un organismo fundamental para la regulación de la industria francesa, el CNC (Centre National du Cinéma et de l’Image Animée), que nació en virtud de la propia Ley promulgada en 1946 y que cuenta con una docena de directivos y un equipo permanente de medio millar de trabajadores. Manejó un presupuesto de 711 millones de euros en 2023 mientras que su equivalente español, el ICAA, tuvo 186 millones, según los Presupuestos Generales del Estado de 2023. Por poner en contexto el caso español, solo el monto de



ayudas directas en 2022 en Francia fue de 291 millones de euros. Además, con los créditos para la producción del Instituto para la financiación del cine y las industrias culturales (IFCIC) así como la Société pour le Financement du Cinéma el de l'Audiovisuel (SOFICA) y las deducciones de hasta el 40% para inversores, en Francia el cine tiene un apoyo público de cerca de 1700 millones de euros.

Otra de las fuentes de financiación -quizá la que más se mira con envidia por aquí- es la que permite la retroalimentación del sector. Es lo que en el Código se traduce como que su comercialización debe financiar su creación. Es algo implícito desde sus orígenes. Ya en 1948 se implantó la tasa que grava todas las entradas de cine (actualmente, un 11,5%) cuya recaudación va directamente a la caja para financiar la producción nacional. Esa caja también se alimenta de lo que aporta la televisión (se implantó en 1986 y actualmente está en el 5,15% de lo que facturan por publicidad y demás ingresos), el soporte físico (desde 1993) y más recientemente los servicios de *streaming*, incluyendo YouTube. De esta manera, en 2022, el 70 por ciento del presupuesto del CNC provenía de la tasa a las entradas y del impuesto que pagan las cadenas de televisión en función de sus ingresos publicitarios.

Hay que detenerse un instante en esta última tasa, cuya reciente implantación (y ampliación) costó más de un quebradero de cabeza a Macron. En primer lugar, están los impuestos directos: todos los servicios de video a demanda (VOD) deben contribuir al desarrollo de la producción de obras ci-

nematográficas y audiovisuales europeas u originales en lengua francesa al menos en un 25% cuando ofrezcan al menos un largometraje por año en un período inferior a doce meses después de su estreno en salas de cine en Francia o en un 20% en los demás casos. Solo quedan exentos los servicios VOD si facturan al año menos de 5.000.000 y su audiencia no supera el 0,5%. En cuanto a las tasas indirectas son del 5,15% de la facturación neta del año anterior (que se incrementa al 15% cuando las operaciones se refieran a obras pornográficas o que inciten a la violencia). La normativa explícita que el impuesto es exigible en las mismas condiciones que las aplicables al impuesto al valor añadido y que lo recaudado se destina al fondo del CNC.

### LEYES ESTRICTAS DE PROTECCIÓN

Además, estas plataformas deben fomentar el consumo de su cine nacional y europeo. El artículo 28 del Código estipula que los servicios audiovisuales deben incluir un 60% de obras europeas, muy por encima del mínimo exigido por la UE (30%). Adicionalmente, se exige un 40% de obras en lengua original francesa. Además, el artículo 29 garantiza que los servicios no lineales deben garantizar la visibilidad de las obras europeas y francesas.

Con ese presupuesto, según presumen desde el Ministerio de Cultura de Francia, el CNC bajo la presidencia de Dominique Boutonnat desde 2019 "ha definido e implementado una estrategia potente frente a todos los desafíos que se plantean al sector del cine. Durante la crisis sanitaria, el CNC demostró una reactividad notable y una capacidad de innovación que inspiró a otros países europeos: despliegue de las ayudas masivas del Estado para todos los eslabones del sector, creación de un fon-

do de indemnización inédito para apoyar la reanudación de los rodajes, excepciones para permitir a algunas películas adelantar su salida en VOD... Paralelamente, el CNC tuvo un papel determinante para construir una nueva etapa del modelo de financiación del cine y del audiovisual francés: fiscalidad reequilibrada entre plataformas extranjeras y actores lineales históricos, obligaciones de inversión de las plataformas en la producción francesa, en particular independiente, al menos un 20% de su volumen de negocios Francia".

Más allá de lo que dice el Ministerio de Cultura, la clave está en cómo se hace el reparto. Esto es, en cómo llega todo ese dinero recaudado a las producciones para que la rueda no pare. Allí funcionan las ayudas automáticas (de 80,2 millones de euros en 2023). Estas se generan gracias a la distribución de largometrajes en diferentes soportes - salas en Francia o en el extranjero, vídeo y televisión - y dependen, por tanto, del nivel de asistencia a las salas, del importe de ventas por televisión o en soporte físico o éxito exportador. Las sumas se consignan en las cuentas de los productores con vistas a financiar la producción de nuevas obras.

Esta ayuda automática no puede movilizarse para invertirse en obras que presenten costes artísticos desproporcionados con respecto al presupuesto global de la película (principio de control de los costes de producción). A este apoyo se añaden bonificaciones (asignaciones adicionales) si se moviliza a favor de una película rodada en francés con un elevado nivel de gasto en Francia; si es para la producción de películas de animación; si en las producciones los puestos principales respetan la paridad de género o si es para la producción de cortometrajes. Las asignaciones adicionales ➤



se estiman en 15,2 millones de euros en 2023. Según un informe del Senado francés, solo en el año 2021 hubo 361 productoras cinematográficas que se beneficiaron de 87,88 millones de euros en ayudas automáticas. Eso sí, el 40,6% de las ayudas fue movilizado por 10 empresas: Gaumont, Pathé Films, TF1 Films Production, Sofinergie Capac, France 2 Cinéma, Les Films du Premier, EuropaCorp, Trésor Films, Nord-Ouest Films y M6 Films.

Además de las ayudas automáticas, están las selectivas (un presupuesto de 44,1 millones de euros en 2023). Son concedidas por comisiones formadas por profesionales del sector. Otra de las claves del reparto de dinero está en el sistema de anticipo sobre recibos. El sistema actual lo puso en marcha André Malraux cuando estuvo al frente de Cultura allá por 1959, aunque se reformó en 2021. Es una especie de “círculo vicioso” por el que las películas de éxito financian a las pequeñas a través de una ayuda inicial para la producción.

Se trata de unos anticipos que permiten poner en marcha el entramado para “levantar” la financiación. Se conocen como ASR y en 2023 tenían previstos 24,8 millones de euros. Destinado a apoyar el cine de autor y fomentar la renovación de talentos y obras, solo en la última década ha permitido financiar alrededor de 55 largometrajes al

año entre cerca de 600 proyectos presentados. El 45% de las óperas primas producidas en Francia se han beneficiado de estas ayudas en los últimos diez años.

Para la distribución también hay ayudas automáticas y selectivas. Solo en 2023 el CNC en destinó 50,9 millones de euros a la distribución (la parte automática fue de 35,5 millones de euros y la selectiva de 15,4 millones) y 34,7 millones a la promoción.

### EL PAPEL DE UNIFRANCE

Y ahí, en la promoción internacional, es donde entra UniFrance, la segunda pata de este modelo exitoso que tantos quieren copiar “palabra por palabra”. UniFrance es una asociación que representa en la actualidad a más de 1000 profesionales del cine y del audiovisual franceses (productores, artistas, representantes, agentes de ventas, etc.), que “trabajan en equipo para hacer brillar el cine y los programas audiovisuales franceses entre el público, los profesionales y los medios de comunicación extranjeros”. Tiene cincuenta colaboradores dispersos en los principales mercados globales así como oficinas en Estados Unidos, China y Japón. Cuenta con un presupuesto anual de 9 millones de euros que llegan desde el Ministerio de Cultura y el de Asuntos Exteriores, además de lo que aportan los socios.

Ya en 2017, UniFrance presumía entre sus

datos de que a diario las televisiones extranjeras emiten 40 películas francesas y que la taquilla que logran en el extranjero sus películas se acerca a los 400 millones. No es extraño que cada semana se estrenen en nuestras salas comedias francesas (en el primer tramo del año) y que conforme se acerca la temporada de premios los *auteurs* galos copen la cartelera con las películas que antes arrasaron en los festivales. La promoción en el extranjero, con agentes de ventas dedicados a llevar su cine a todo globo, particularmente al continente europeo y a América Latina, hacen que el cine francés tenga en todo el mundo una sobre-representación que lo sitúa como la gran potencia europea.

Todo este modelo no solo ha generado que el cine francés triunfe en el mundo, también ha fomentado un gusto por acudir a las salas entre los 67 millones de franceses: En 2023 se vendieron 181 millones de entradas en las taquillas galas, frente a los 76 millones de compras que hicieron los 47 millones de españoles. Disfrutar de las salas es la consecuencia de un modelo sano y funcional.



© Shutterstock (3)

