

Choisir et analyser des documents pour répondre à une problématique.

Question-problématique :

.....

.....

Activité par groupe de deux sur poste informatique

Consigne

1) Choisissez trois documents de nature différente parmi les sept proposés pour répondre à la question, à la problématique.

2) Lisez les documents et répondez aux questions en ligne correspondant aux 3 documents choisis.

Document 1 :

Diversité et exception culturelles

Face à la mondialisation qui tend à uniformiser les idées et les modes de vie sous l'influence du modèle américain, l'exception culturelle pose comme principe que la libéralisation des échanges et des investissements ne peut s'appliquer aux biens et aux services culturels. La culture n'étant pas un bien comme les autres, chaque État doit rester souverain dans ses décisions d'aides aux artistes et à la création. [...]

10 Pour assurer la défense des artistes et créateurs nationaux, la France a mis en place dès 1990 des quotas pour le cinéma, l'audiovisuel et la musique. Par exemple, les chaînes de télévision doivent investir un pourcentage minimum de leur chiffre d'affaires
15 dans la production de films français et européens.

Lexique :

Libéralisation : en économie, c'est le fait de supprimer toutes les lois et les impôts qui pourraient limiter le commerce.

Souverain : maître chez lui.

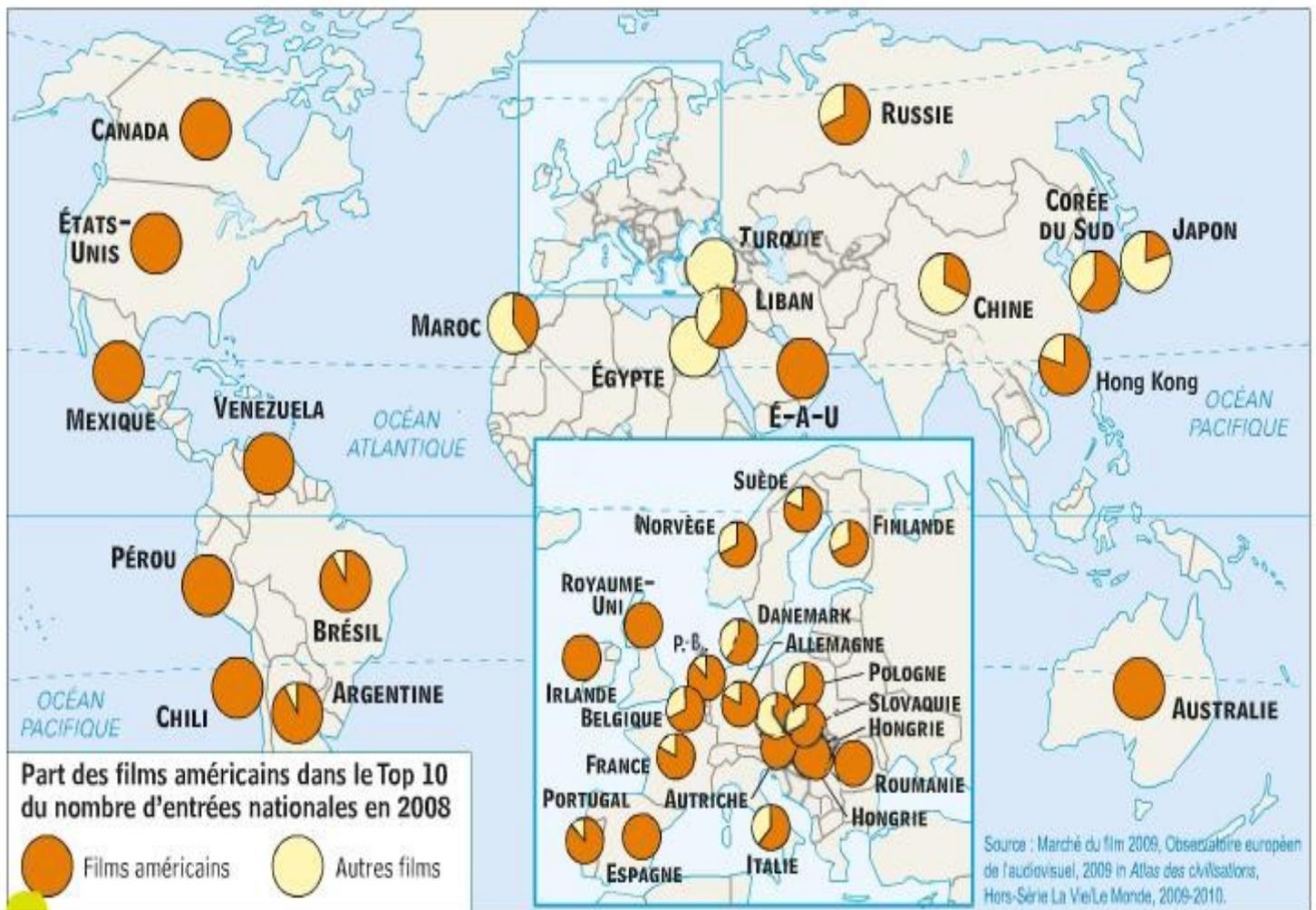
Quotas : chiffre minimum ou maximum accepté.

Source : Pascal Besson, Préserver la planète Mode d'emploi, Ed. Nathan, 2008

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 1 :

<http://goo.gl/forms/mF7fhgRzDO>

Document 2 : Le poids des films américains en 2009



Le poids des films américains, 2009.

Source : Sous la direction de B. Allain-Chevalier, Manuel d'histoire-géographie, CAP, Ed Belin, 2010

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 2 :

<http://goo.gl/forms/Q5t4YUc5VK>

Document 3 : La promotion au service d'Hollywood

Depuis ses origines, le cinéma hollywoodien a su manier de front la fabrication de films, dont certains sont devenus des classiques du septième art, avec un sens aigu de la promotion. Pour établir son hégémonie sur la planète cinéma, Hollywood a élaboré des techniques de vente de ses films, a travaillé à promouvoir son image et s'ouvrir aux marchés étrangers. (...)

Les dépenses investies ont considérablement augmenté : 39,05 millions de dollars en moyenne en 2003 pour les films des majors dont 34,8 pour la publicité stricto sensu. En 1983, les dépenses étaient de 5,2 millions.

Les supports traditionnels – presse, radio, télévision – sont utilisés à plein et soigneusement choisis en fonction de la démographie du public. Ils comptent pour un peu moins de 3/4 des dépenses en 2003 (les grands networks de TV représentant à eux seuls un peu moins du quart de la dépense totale). S'y ajoutent des supports nouveaux (téléphonie mobile par exemple) en plein essor.

L'accélération du marché, la nécessité de vendre simultanément dans le monde entier les grands films des studios, notamment pour éviter le piratage mais aussi pour couper court à un éventuel mauvais accueil de la presse, renforcent et modifient l'appel au marketing ; *Matrix : Revolutions* sort sur 20 000 copies dans le monde, *King Kong* sur 10 600 copies.

Source : Augros Joël, « La politique marketing du cinéma hollywoodien », Hermès, LaRevue 1/ 2006 (n° 44), p. 99-105

URL : www.cairn.info/revue-hermes-la-revue-2006-1-page-99.htm.

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 3 :

<http://goo.gl/forms/b6whM6xZks>

Document 4 : Répartition du marché audiovisuel mondial de 2009 à 2013

en pourcentage.

Sont inclus : activités de radiodiffusion, services audiovisuels à la demande, production cinématographique et télévisuelle, distribution, exploitation, vidéo, enregistrements musicaux, jeux vidéos et vente de produits audiovisuels.



JP = Japon
EUR = Europe
US = États-Unis

Source : Communiqué de presse de L'Observatoire européen de l'audiovisuel, janvier 2015

Site internet : <http://www.obs.coe.int/> consulté le 04/02/2015

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 4 :

<http://goo.gl/forms/CfJIQdakq0>

Document 5: Les plus gros succès commerciaux du cinéma mondial en 2014

Monde

1. Transformers: L'Age de l'extinction de Michael Bay	Pays de production : Etats-Unis
2. Les Gardiens de la Galaxie de James Gunn	Pays de production : Etats-Unis
3. Maléfique de Robert Stromberg	Pays de production : Etats-Unis
4. X-Men: Days of Future Past de Bryan Singer	Pays de production : Etats-Unis
5. Captain America: Le Soldat de l'hiver d'Anthony et Joe Russo	Pays de production : Etats-Unis
6. The Amazing Spider-Man : Le Destin d'un héros de Marc Webb	Pays de production : Etats-Unis
7. La Planète des Singes : L'Affrontement de Matt Reeves	Pays de production : Etats-Unis
8. Hunger Games – La Révolte : Partie 1 de Francis Lawrence	Pays de production : Etats-Unis
9. Interstellar de Christopher Nolan	Pays de production : Etats-Unis
10. Dragon 2 de Dean DeBlois	Pays de production : Etats-Unis
11. Le Hobbit : La Bataille des Cinq Armées de Peter Jackson	Pays de production : Etats-Unis
12. Godzilla de Gareth Edwards	Pays de production : Etats-Unis
13. Rio 2 de Carlos Saldanha	Pays de production : Etats-Unis
14. Ninja Turtles de Jonathan Liebesman	Pays de production : Etats-Unis
15. La Grande Aventure Lego de Phil Lord et Chris Miller	Pays de production : Etats-Unis
16. Lucy de Luc Besson	Pays de production : France
17. Edge of Tomorrow de Doug Liman	Pays de production : Etats-Unis
18. Noé de Darren Aronofsky	Pays de production : Etats-Unis
19. Gone Girl de David Fincher	Pays de production : Etats-Unis
20. Le Labyrinthe de Wes Ball	Pays de production : Etats-Unis

Michael Bay est vraiment le prince du box-office mondial (James Cameron reste le roi). Le quatrième volet de Transformers est, comme le précédent, entré dans le top 10 des films les plus rentables de l'histoire de cinéma avec plus d'un milliard de recettes dans le monde. Pour le reste, ce classement mondial annuel ressemble beaucoup au classement américain. Avec une 16e place, Lucy, seul film non-américain, est devenu le film français le plus vu de l'histoire

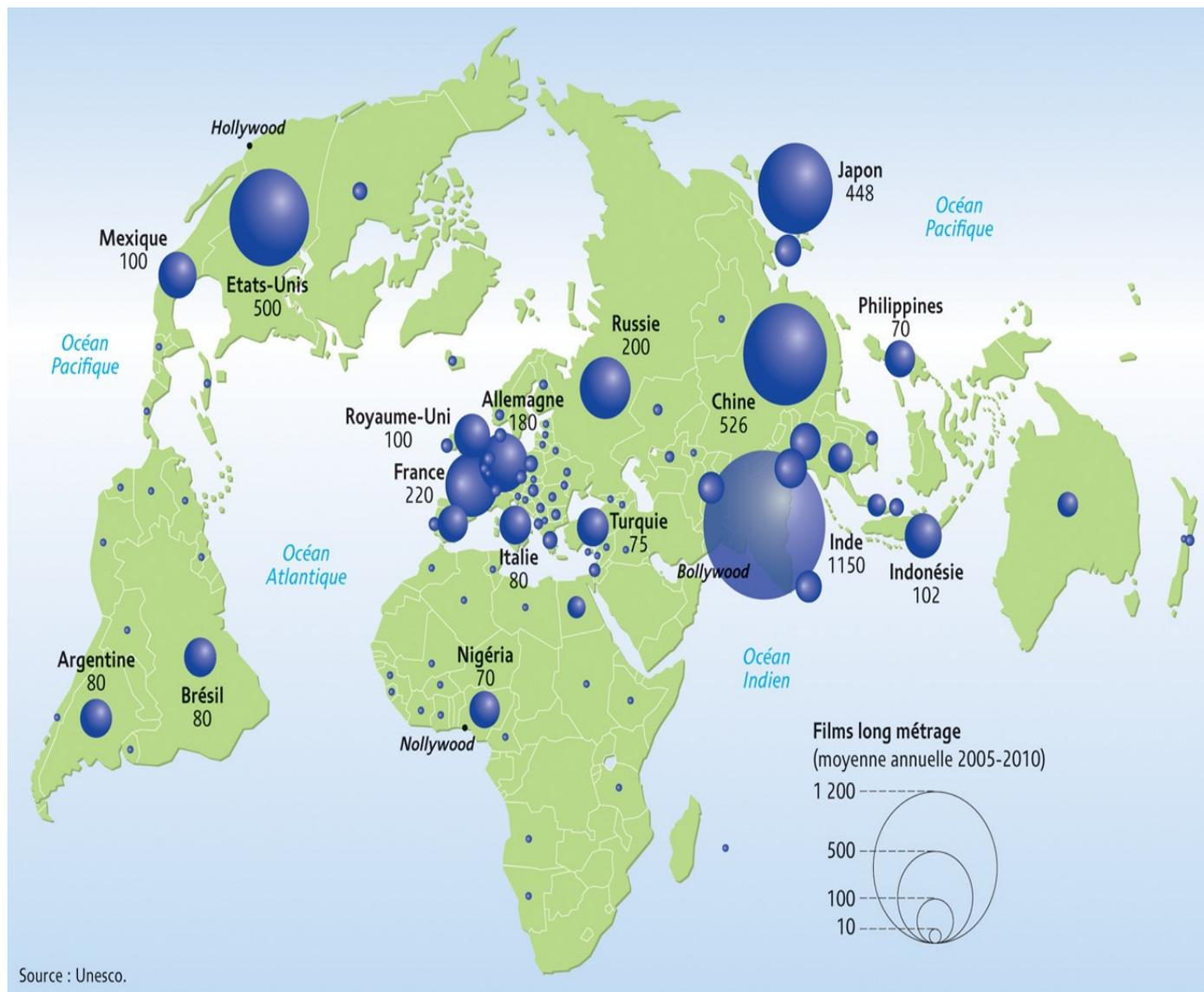
Source : Site internet du Magazine Les Inrocks, article de Bruno Deruisseau, le 02 janvier 2015

<http://www.lesinrocks.com/2015/01/02/cinema/box-office-2014-les-franchises-et-les-comedies-toujours-indeboulnables-11543351/> Consulté le 01/02/2015

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 5 :

<http://goo.gl/forms/MSTm1JbwFY>

Document 6 : L'Inde produit deux fois plus de films que les Etats-Unis



UNESCO : Organisation des Nations Unies pour l'Education, la Science et la Culture.

Bollywood est un mot combinant « Bombay » et « Hollywood ». C'est le nom donné à l'industrie du cinéma indien basée à Mumbai (anciennement Bombay) et dont les films sont réalisés en hindi.

Source : Carte réalisée par Philippe Rekacewicz, Journal Le Monde diplomatique 2011.

Site internet <http://blog.mondediplo.net/2011-04-06-Who-are-the-biggest-film-producers>

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 6 :

<http://goo.gl/forms/utnbtEkPRd>

Document 7 : Comment Hollywood se "Transformers" pour plaire à la Chine ?



"Transformers 4" est devenu le film le plus populaire de l'histoire du cinéma chinois. Cette méga-production est le symbole d'un cinéma américain de plus en plus formaté pour plaire au public et aux autorités chinoises. (...)

Comment Hollywood a-t-il réussi à convertir ce public ? D'abord en mettant du chinois un peu partout dans ses films.

Transformer 4 pousse cette logique jusqu'à la caricature. Les produits chinois, de la marque de lait Yili Milk aux ordinateurs Lenovo, sont présents à l'écran tout au long du film et pas seulement lorsque l'action se déroule à Hong-Kong ou Pékin. Ainsi le personnage principal réussit-il l'exploit de retirer de l'argent au fin fond du Texas à un distributeur automatique d'une banque chinoise avec une carte de débit chinoise !

Source : Site internet de France 24, article de Sébastien SEIBT, le 18/07/2014

<http://www.france24.com/fr/20140718-comment-hollywood-transformers-plaire-chine-cinema-america-blockbusters/>

Lien vers le formulaire en ligne et les questions pour le document 7 :

<http://goo.gl/forms/x2onse4KA9>

Géographie Séquence 2 Mondialisation et diversité culturelle p 8