

Star Wars : le business

Le succès de la saga Star Wars est telle, que la sortie en avant-première mondiale à Cannes de son épisode III, "La revanche des Sith", a quelque peu occulté les candidats à la prestigieuse palme d'or. Quelques jours après sa sortie en salle, le film atteint déjà des records d'affluence. Depuis "La guerre des étoiles" en 1977, les recettes de ce succès planétaire semblent indémodables. Plongée dans le côté obscur du phénomène Star Wars : un empire économique colossal.

Depuis 1977, les cinq premiers volets de Star Wars ont engrangé 3,4 milliards de dollars de recettes à travers le monde. La sortie, mercredi 18 mai, de l'épisode III "La revanche des Sith", ne manquera pas de gonfler cette copieuse enveloppe. Sans parler du marché des produits dérivés (lire notre article en page 5), qui est lui, encore plus juteux. Aux Etats-Unis, le 6^e volet de la saga a réalisé le meilleur démarrage de tous les temps, avec 50 millions de dollars de recettes dès le premier jour. Il surclasse l'épisode II sorti il y a trois ans. Le tenant du record outre-Atlantique était "Shrek 2". En fait, le jour de la sortie du film, 77% des Américains qui sont allés au cinéma, ont vu Star Wars. Et ce succès ne se limite pas aux USA.

PRÈS DE 3 MILLIONS D'ENTRÉES EN 5 JOURS

En France, "La revanche des Sith" a passé la barre des 2,8 millions de spectateurs à la fin du premier week-end suivant sa sortie. Avec plus du quart des entrées dès le premier jour. Près d'un millier de salles projettent le film dans l'Hexagone. Rien que sur Paris, environ 125 000 spectateurs se sont pressés le jour de la sortie du film pour comprendre pourquoi Anakin Skywalker a penché du côté



Maître Yoda, personnage central de la saga Star Wars.

obscur de la Force, pour se muer en Dark Vador. Seul le film "Taxi 2" peut encore rivaliser en termes d'affluence, du moins dans

les jours qui ont suivi sa sortie en salle, il y a cinq ans. Le phénomène Star Wars est planétaire. Les recettes de son succès sont multiples, et à l'évidence, traversent les générations. Bien qu'ils représentent la moitié du budget du film (115 millions de dollars), les seuls effets spéciaux ne peuvent expliquer un tel engouement. Surtout de nos jours où ils sont légions.

GEORGE LUCAS À LA TÊTE D'UN EMPIRE

Le père de quatre des six volets de la saga Star Wars (épisode I à IV), George Lucas, serait à la tête d'une fortune personnelle de 3 milliards de dollars. Son empire emploie environ 1 700 personnes, de Lucasfilm, sa société de production, à LucasArts pour les jeux, en passant par ILM, la fameuse société d'effets spéciaux. Neuf épisodes en tout sont au

programme de la "Guerre des étoiles". George Lucas avait annoncé qu'il arrêterait après l'épisode III. Mais devant un tel succès... Et puis, que va devenir la planète des fans?

Olivier Fermé

Chiffres clés

- 1977 : sortie du premier volet de Star Wars, "Un nouvel espoir" (épisode IV).
- 3,4 milliards de dollars : le montant des recettes engrangées par les cinq premiers volets de la saga.
- 50 millions de dollars : montant des recettes de "La revanche des Sith", le jour de sa sortie au Etats-Unis.
- 9 milliards de dollars : montant des bénéfices générés par les produits dérivés de toute la saga.
- 115 millions de dollars : budget du dernier Star Wars.
- 7,2 millions de spectateurs : c'est le plus grand nombre d'entrées jamais atteint en France par un épisode de Star Wars, "La menace fantôme" (1999).
- 640 000 spectateurs : le jour de la sortie de "La revanche des Sith" en France.

"La revanche des Sith", affole déjà tous les records

planétaire en orbite

Les bénéfices engendrés par la vente de produits dérivés Star Wars s'élèverait à 9 milliards de dollars

La mine d'or des produits dérivés

Avec la multitude de produits qui gravitent autour de Star Wars, le client a souvent l'impression que tout est "collector". Ce n'est pas complètement faux. Car les produits dérivés de la saga atterrissent en rayon aussi vite qu'ils n'en repartent. Y compris un simple DVD du film que l'on ne trouvera plus en bac dès cet été. Par contre, au moment de la sortie d'un nouvel épisode, plus personne ne peut échapper à la Force de la tentation d'acheter. Star Wars s'affiche partout, aussi bien sur les Formule 1, que sur les canettes de soda ou les forfaits de téléphonie mobile. C'est la politique "merchandising" orchestrée par George Lucas. Et elle a fait ses preuves. Le montant total des bénéfices engendrés par la vente des produits dérivés Star Wars s'élèverait à 9 milliards de dollars.

SABRE LASER DE DARK VADOR : 170 EUROS

Les jouets sont à eux seuls une poule aux œufs d'or qui n'en finit pas de pondre. Rien que les figurines de "La revanche des Sith" (vendues environ 15 euros) pourraient rapporter 225 millions de dollars dès cette année. Les collectionneurs vont jusqu'à ne pas les sortir de leur emballage pour leur conférer une plus grande valeur... Tous les magasins de jeux vidéos se parent aux couleurs

orange et noir de Star Wars. Pour trouver les Lego et autres Monopoly de la Guerre des étoiles, direction les grandes surfaces et les magasins de jouets. Les enfants se ruent également sur le matériel scolaire à l'effigie de leur personnage préféré. L'occasion pour eux de choisir leur camp. Les adultes, eux, apprécient de se plonger à nouveau dans l'univers de Star Wars avec un bon roman. Environ 70 millions issus de la série sont en circulation à travers le monde. Tous des best-sellers. La Fnac d'Evry fait partie des enseignes les mieux loties en France en matière de produits dérivés. On y trouve des "goodies", comme ce superbe Rebel trooper blaster vendu 610 euros. Moins chère, une figurine de Han Solo en vinyle coûtera tout de même 106 euros. Mais ce sont des séries limitées, bien "collector" cette fois. Le célèbre sabre de Dark Vador illuminé vaut, lui, 170 euros (bruitages compris). A ce prix-là, les grands aussi ont le droit de s'amuser. On trouve également des posters et affiches du film. Plus classiques, les bandes originales (BO) de films et les DVD trouvent facilement preneurs. En à peine neuf jours, la Fnac d'Evry a vendu quelques trente-six coffrets de la trilogie, et vingt-deux BO du dernier épisode. D'autres univers ont bien compris tout l'intérêt de



Avec celle des Champs-Élysées et de Monaco, la Fnac d'Evry est l'une des mieux loties en matière d'offre de produits dérivés de la saga Star Wars.

développer ce juteux marché des produits dérivés. A l'image du football, avec des clubs comme le Real Madrid qui achète certains joueurs 30 millions

d'euros, mais qui peut compter sur la vente des maillots de ses "Galactiques".