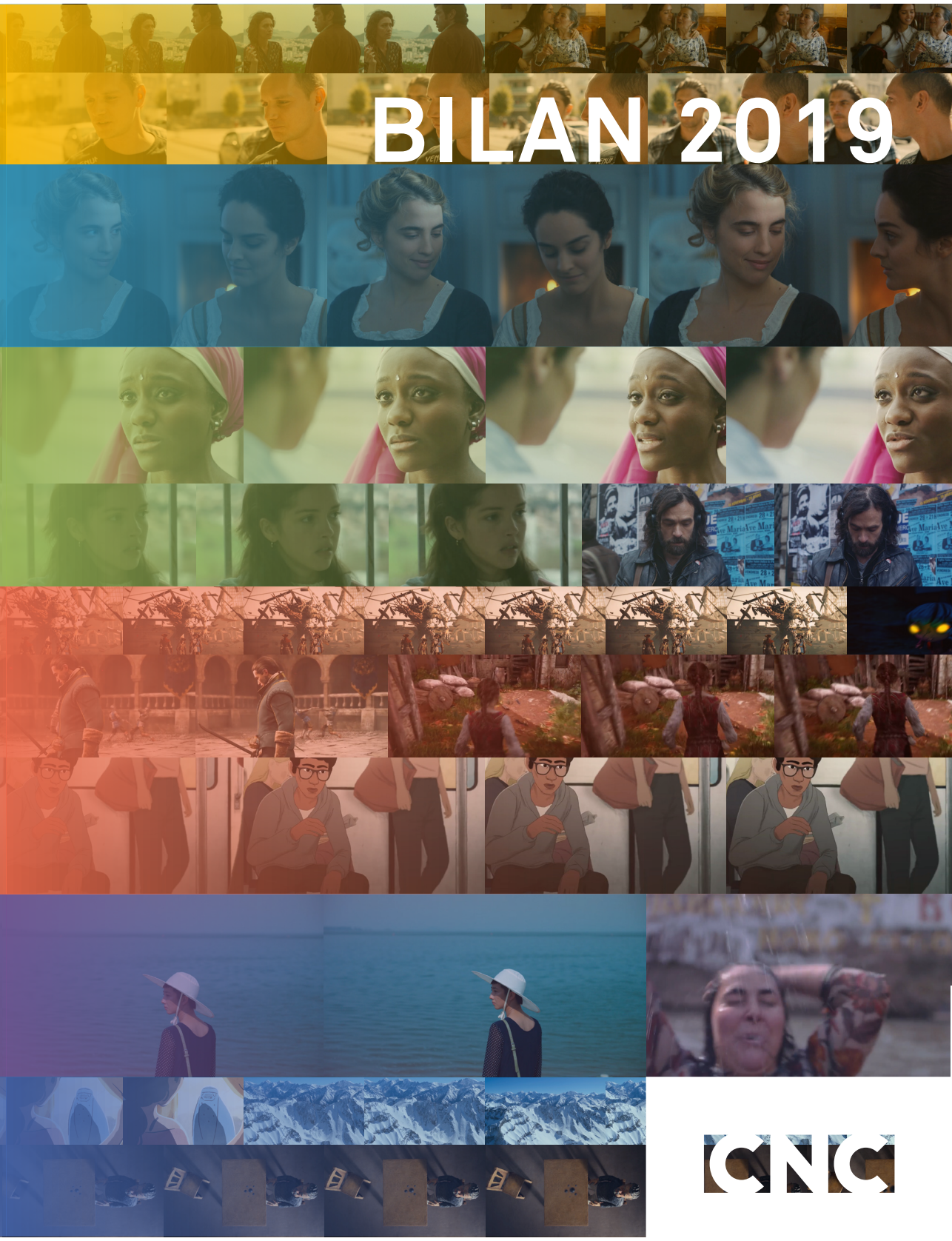
BILAN 2019



CNC

1. LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE 6

2. CINÉMA
2.1 La fréquentation des films en salles 16
2.2 La distribution 42
2.3 Le public du cinéma 60
2.4 L'exploitation 76
2.5 La production cinématographique 88

3. AUDIOVISUEL
3.1 L'audience de la télévision 108
3.2 Les films à la télévision 116
3.3 Les fictions à la télévision 130
3.4 La production audiovisuelle aidée 136
3.5 La télévision de rattrapage 150

4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES
4.1 Le marché de la vidéo 162
4.2 La vidéo à la demande (VàD) 166
4.3 DVD et Blu-ray 180
4.4 Le jeu vidéo 192
4.5 Les industries techniques 204

5. INTERNATIONAL
5.1 L'exportation des films et des programmes audiovisuels 218
5.2 Les entrées des films français à l'étranger 230
5.3 Le cinéma dans le monde 236

6. ACTION PUBLIQUE
6.1 Les financements publics 254
6.2 Égalité femmes / hommes 274
6.3 L'emploi 282

BILAN 2019

Éditorial

À l'heure où j'écris cet éditorial, nous vivons un moment historique. Le monde est lancé dans une lutte résolue, mais pleine d'incertitude contre le coronavirus et une bonne partie de la population mondiale est confinée chez elle, avec des conséquences dramatiques pour l'activité et l'emploi.

Jamais nous n'avons connu un phénomène d'une telle ampleur ni d'une telle brutalité, et les répercussions sur le cinéma et la création audiovisuelle, au niveau planétaire, sont lourdes. Or, derrière les chiffres, c'est la vie de milliers de personnes qui a été bouleversée. Les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma, on le sait, représentent 1 % de notre PIB et plus de 250 000 emplois. Au-delà de son poids économique, la filière joue un rôle majeur dans nos vies, pour nous enrichir, nous nourrir, nous relier au monde et aux autres, un rôle décuplé dans cette période inédite.

Nous faisons face à un double défi décisif pour la France, analogue à bien des égards à celui que notre pays avait dû relever après la Seconde Guerre mondiale, avec la création du CNC : relancer son activité, d'une part, mais aussi, d'autre part, garantir notre souveraineté économique et culturelle.

On le voit, l'appel à la puissance publique pour sauvegarder la sécurité, mais aussi l'économie de notre pays, est unanime.
Et, dans son secteur de compétence, le CNC est présent plus que jamais. La continuité de l'ensemble des missions du Centre a été assurée pendant cette crise : les commissions d'aides se sont tenues de manière dématérialisée et l'ensemble des paiements ont été assurés – parfois même en avance sur les calendriers traditionnels (aides aux salles Art et Essai et à la programmation difficile, aides sélectives à la distribution).

Nous sommes allés plus loin en mettant en œuvre des mesures de soutien aux entreprises et aux personnes : un fonds de solidarité pour les auteurs en partenariat avec la SACD et la SCAM, la capacité de mobiliser de manière anticipée les comptes automatiques à hauteur de 30 %, la suspension du paiement de la taxe sur les entrées en salles, un appel à projet dédié pour aider les industries techniques à s'adapter, ou encore le maintien des subventions du CNC aux manifestations, notamment aux festivals, annulées pour raisons sanitaires…

Ces mesures spécifiques renforcent dans notre secteur les dispositifs gouvernementaux de soutien aux entreprises et aux intermittents, mis en œuvre pour protéger la culture et ses emplois.

Et nous sommes à pied d'œuvre pour accompagner la reprise progressive de l'activité, en commençant par le redémarrage des tournages et la réouverture des salles de cinéma.

Nous sommes notamment en train de mettre en place le fonds d'indemnisation, annoncé par le président de la République, qui va permettre de couvrir le risque pour les tournages futurs qui seraient arrêtés à cause de l'épidémie de covid-19.

Au-delà de cet accompagnement stricto sensu nous devrons également préparer, au cours des tout prochains mois, la refondation de notre puissance culturelle, industrielle et artistique, et inventer de nouvelles voies pour la création de demain.

Dominique Boutonnat
Président du CNC

En 2019 :

Dépenses des ménages en programmes audiovisuels :

11,7 Md€ (+3,1 % par rapport à 2018) dont :

46,7 %

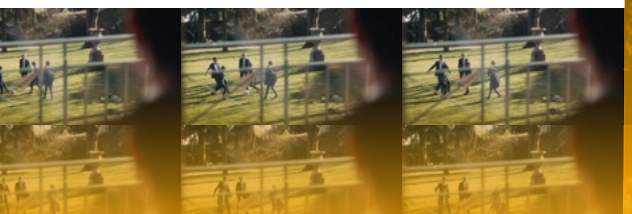
télévision

28,5 %

jeu vidéo

12,4 %

cinéma



12,5 %

vidéo

chapitre un

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels s'élèvent à 11,7 Md€ en 2019 (+3,1 %)

En 2019, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) augmentent de 3,1 % par rapport à 2018 à 11,7 Md€ (toutes taxes comprises). Sur la même période, les dépenses totales de consommation des ménages augmentent de 2,4 % selon l'INSEE. Les dépenses pour la vidéo (+20,6 %), pour le cinéma en salles (+8,3 %) et pour le jeu vidéo (+1,2 %) progressent alors que les dépenses pour la télévision sont en baisse (-0,8 %). En 2019, chaque foyer français (dont le nombre s'élève à 28,4 millions) dépense, en moyenne, 412 € en programmes audiovisuels (+2,8 % par rapport à 2018). En 2019, les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 193 € par foyer (-1,1 %), contre 117 € pour le jeu vidéo (+0,9 %), 51 € pour la vidéo (+20,2 %) et 51 € pour le cinéma (+7,9 %).

Les dépenses pour la vidéo dépassent les dépenses pour le cinéma

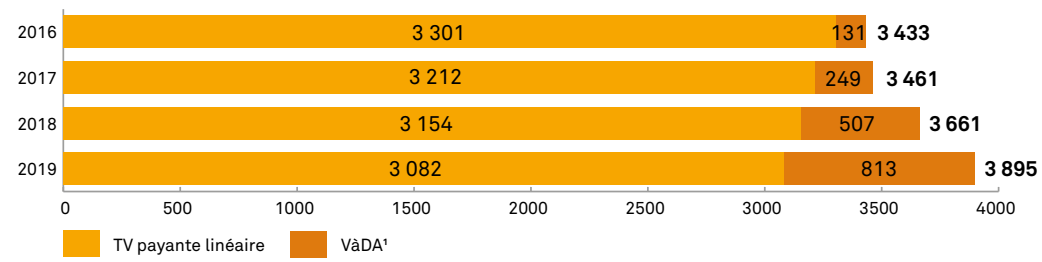
La télévision est le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels. La part de la télévision dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels est toutefois en baisse à 46,7 % en 2019 (48,6 % en 2018) dont 26,3 % pour les abonnements (27,8 % en 2018) et 20,4 % pour la contribution à l'audiovisuel public (20,8 % en 2018). La part des dépenses de jeu vidéo s'établit à 28,5 % (29,0 % en 2018) dont 22,5 % pour le jeu vidéo dématérialisé (22,0 % en 2018) et 6,0 % pour le jeu vidéo physique (7,0 % en 2018). La part des dépenses de vidéo atteint 12,5 % (10,7 % en 2018) dont 9,0 % pour la vidéo à la demande (6,7 % en 2018) et 3,5 % pour la vidéo physique (3,9 % en 2018). La part des dépenses consacrées au cinéma s'élève à 12,4 % (11,8 % en 2018).
En 2019, les programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) représenteraient près du tiers des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels (31,5 %, contre 28,7 % en 2018).

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français[1] (M€)

	2018[3]	2019
cinéma	**1 336,9**	**1 447,4**
télévision	**5 515,7**	**5 473,4**
abonnements TV	3 154,5	3 081,9
contribution audiovisuel public[2]	2 361,3	2 391,5
vidéo	**1 211,0**	**1 460,3**
vidéo à la demande	762,4	1 053,4
vidéo physique	448,6	406,9
jeu vidéo	**3 295,0**	**3 335,0**
jeu vidéo dématérialisé	2 502,0	2 637,0
jeu vidéo physique	793,0	698,0
total	**11 358,6**	**11 716,0**

[1] Estimation hors matériel, dépenses toutes taxes comprises (TTC).
[2] Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur et hors dotations de l'Etat.
[3] Données mises à jour.
Source : CNC / AQOA, DGMIC, GfK, NPA Conseil, SELL.

Dépenses totales des Français pour la télévision payante linéaire et non linéaire (M€)



[1] Vidéo à la demande par abonnement.
Source : CNC

Les dépenses pour le cinéma en salles atteignent un record

En 2019, la consommation cinématographique des foyers français augmente de 8,3 % par rapport à 2018 à 1 447,4 M€. Elle atteint ainsi son plus haut niveau historique. Le nombre d'entrées en salles s'élève à 213,0 millions (+5,9 %) et le prix moyen de la place de cinéma s'établit à 6,79 € (+2,3 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent en moyenne à 7,5 entrées par foyer en 2019, contre 7,1 entrées en 2018.

Les dépenses pour la télévision linéaire diminuent

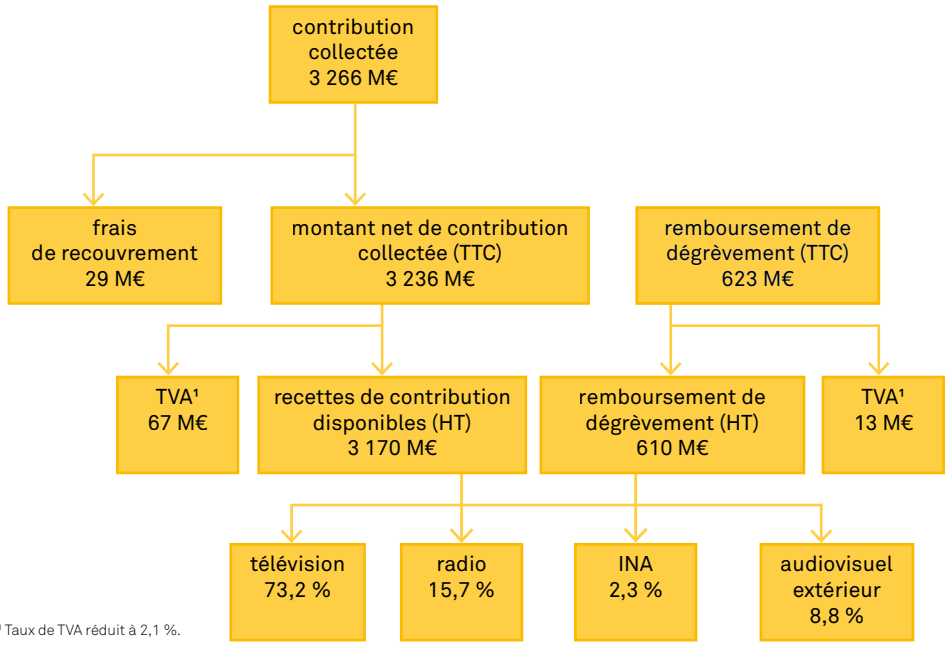
En 2019, les dépenses des ménages consacrées à la télévision (télévision publique et télévision payante) sont en baisse de 0,8 % par rapport à 2018 à 5 473,4 M€. La télévision publique et la télévision payante présentent des évolutions opposées.

En 2019, les dépenses directes des ménages consacrées à la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur) augmentent de 1,3 % par rapport à 2018, à 2 391,5 M€. En 2019, le montant de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public est en hausse de 0,5 % à 3 265,7 M€. Les télévisions publiques nationales bénéficient de 73,2 % des ressources nettes issues de la contribution à l'audiovisuel public (72,7 % en 2018). Les dépenses des ménages sur ce poste ne traduisent pas directement un comportement de consommation. Elles reflètent les objectifs de la politique fiscale de l'État en matière de financement du secteur public de l'audiovisuel. Les dépenses de contribution à l'audiovisuel sont fonction du niveau de cette taxe, de ses modalités de perception, de l'évolution du parc de téléviseurs, de la politique d'exonération conduite et, enfin, de la répartition de la contribution entre les différents acteurs de l'audiovisuel public.

En 2019, les dépenses des ménages en matière de télévision payante linéaire sont en baisse de 2,3 % par rapport à 2018 à 3 081,9 M€.

En incluant la vidéo à la demande par abonnement, les dépenses des ménages en matière de télévision payante linéaire et non linéaire apparaissent en hausse de 6,4 % à 3 895,2 M€. Les dépenses pour la télévision payante n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de base de télévision par ADSL/fibre. En 2019, les revenus des services haut débit sur réseaux fixes (internet, télévision, téléphone) sont stables par rapport à 2018 à 11,8 Md€ d'après l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP). Le nombre d'accès à la télévision couplés à un abonnement à internet augmente de 2,5 % sur un an à 21,0 millions.

La contribution à l'audiovisuel public en 2019



¹ Taux de TVA réduit à 2,1 %.
Source : DGMIC.

Les dépenses pour la vidéo et le jeu vidéo augmentent, soutenues par les dépenses en programmes dématérialisés

En 2019, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) est en hausse de 20,6 % par rapport à 2018 à 1 460,3 M€. Le marché de la vidéo à la demande, porté par la croissance des services par abonnement, continue à se développer (+38,2 % à 1 053,4 M€) alors que le marché de la vidéo physique poursuit son recul (-9,3 % à 406,9 M€).

En 2019, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) progressent de 1,2 % par rapport à 2018 à 3 335,0 M€. À l'image du marché de la vidéo, les dépenses de jeu vidéo dématérialisé sont en hausse (+5,4 % à 2 637,0 M€) alors que les dépenses de jeu vidéo physique diminuent (-12,0 % à 698 M€).

L'équipement audiovisuel des Français

93,6 % des Français sont équipés d'un téléviseur, 83,5 % d'un ordiphone, 75,8 % d'un ordinateur et 44,3 % d'une tablette

En 2019, chaque foyer est équipé en moyenne de 6 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et ordiphones). En 2019, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 93,6 % (-0,4 point par rapport à 2018) selon GfK. En 2019, les ventes de téléviseurs en France diminuent de 3,7 % par rapport à 2018 à 4,4 millions d'unités. En 2019, 26,7 % des foyers français sont équipés d'un écran ultra haute définition (UHD), contre 18,3 % en 2018.

Moins de la moitié des foyers équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par le réseau hertzien.

En 2019, 31,8 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet, soit une progression de 1,8 point en un an. Par ailleurs, près de 15 % des foyers sont équipés d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT ; +4 points) dont les ventes sont en hausse de 6,0 % par rapport à 2018.

Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis 2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Au 2e trimestre 2019, 58,2 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+2,3 points par rapport au 2e trimestre 2018) selon le CSA, 49,3 % par le réseau hertzien (-2,1 points) et 21,9 % par le satellite (-0,6 point). La réception hertzienne concerne ainsi pour la première fois moins de la moitié des foyers équipés d'un téléviseur.

Près de 15 % des foyers sont équipés d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT) en 2019.

Le taux d'équipement en lecteur de DVD est passé de 91 % des foyers en 2010 à 52 % en 2019

En 2019, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec moins de 0,7 million d'unités vendues tous produits confondus, il diminue de 10,2 % par rapport à 2018. Les ventes de lecteurs de DVD sont en baisse de 3,3 % à 0,3 million d'unités, les ventes de lecteurs de Blu-ray reculent de 18,8 % à 0,2 million d'unités et les ventes de lecteurs de vidéos portables sont en baisse de 7,3 % à 0,1 million d'unités. En 2019, le taux d'équipement des foyers français s'établit à 51,9 % pour les lecteurs de DVD (-9,2 points par rapport à 2018) et à 27,0 % pour les lecteurs de Blu-ray (-2,0 points).

En parallèle, la part des foyers équipés en cinéma à domicile est en baisse pour la septième année consécutive (9,7 % en 2019).

L'équipement en ordiphone continue à progresser alors que l'équipement en tablette est en recul

En 2019, le volume des ventes d'ordiphones est en baisse pour la quatrième année consécutive. L'ordiphone demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (17,8 millions d'unités

vendues en 2019, contre 18,2 millions en 2018). En 2019, 83,5 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un ordiphone (+1,6 point par rapport à 2018) et 70,5 % possèdent un ordiphone 4G (+7,7 points). Les tablettes équipent 44,3 % des foyers français en 2019, contre 45,0 % en 2018. Les ventes de tablettes sont en baisse pour la cinquième année consécutive, à 2,4 millions d'unités en 2019 (-11,9 % par rapport à 2018). En parallèle, le taux d'équipement des foyers français en ordinateur s'établit à 75,8 % (-0,2 point par rapport à 2018). Et le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) s'établit à 52,8 % (-0,1 point) dont 49,0 % pour les consoles de salon (-0,1 point) et 24,0 % pour les consoles portables (-0,9 point).

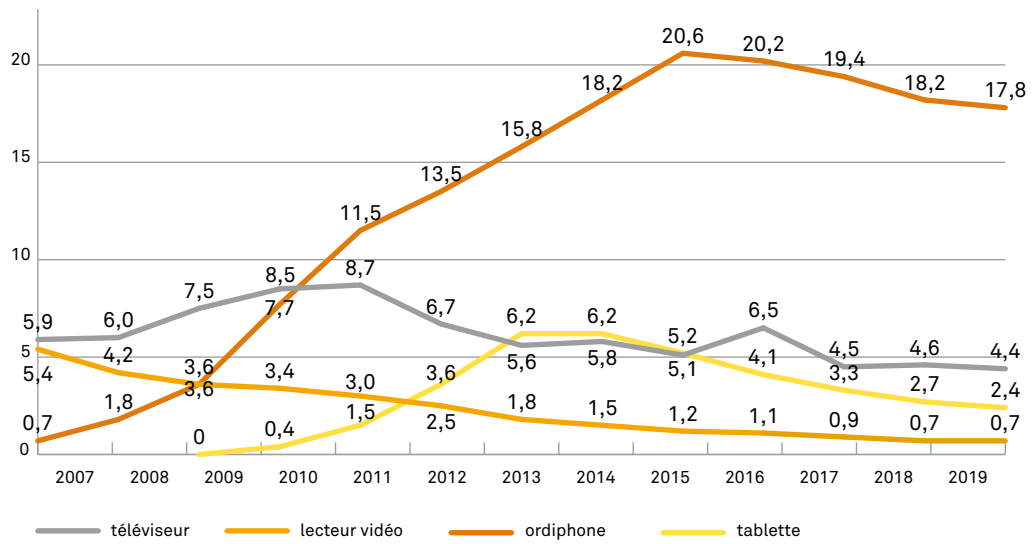
52,8 % des foyers français sont équipés d'une console de jeux en 2019.

Équipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
téléviseur	26,8	26,6	26,6	26,6	26,6	96,1	94,9	94,1	94,0	93,6
téléviseur connectable	5,8	7,0	7,6	8,5	9,0	20,9	25,1	27,0	30,0	31,8
lecteur de DVD[1]	20,7	19,6	18,3	17,3	14,7	74,2	70,0	65,0	61,1	51,9
lecteur de Blu-ray[1]	7,9	8,0	8,1	8,2	7,7	28,2	28,5	28,8	29,0	27,0
cinéma à domicile	3,9	3,8	3,5	3,1	2,8	13,9	13,5	12,5	11,1	9,7
ordinateur	21,5	21,4	21,5	21,5	21,5	76,9	76,5	76,2	76,0	75,8
console de jeux	14,6	14,6	14,8	15,0	15,0	52,1	52,0	52,4	52,9	52,8
tablette	11,6	12,2	12,6	12,7	12,6	41,4	43,5	44,5	45,0	44,3
ordiphone[2]	34,9	40,8	44,1	46,7	47,8	62,3	72,5	77,8	81,9	83,5

[1] Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.).
[2] % des individus de 11 ans et plus.
Source : GfK — Référence des équipements connectés.

Les ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)



Source : GfK.

Les usages audiovisuels des Français : télévision et internet

Le mobile est le principal support de consommation d'internet

En 2019, 85,0 % des Français âgés de 2 ans et plus utilisent internet selon Médiamétrie (84,3 % en 2018). Depuis 2016, les écrans mobiles (tablette, téléphone) ont dépassé l'ordinateur pour l'usage d'internet. En 2019, 37,4 millions de personnes se connectent chaque jour à internet sur un téléphone mobile (+10 % en un an), 22,6 millions sur un ordinateur (-2 %) et 11,4 millions sur une tablette (-12 %).

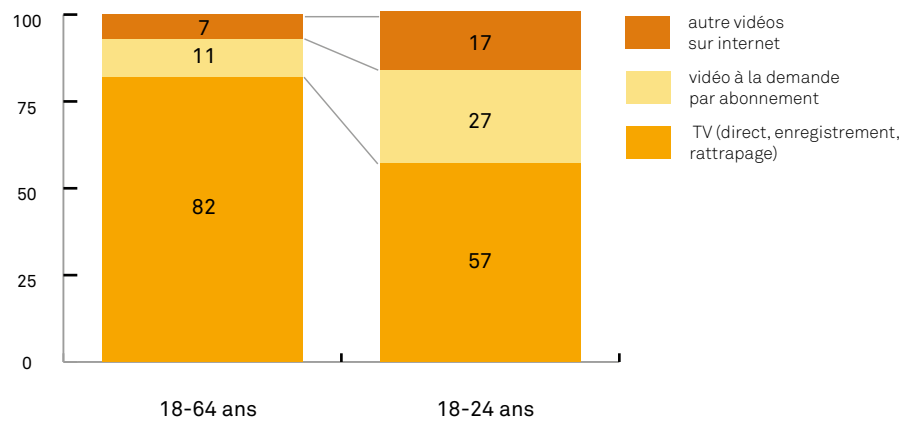
Le mobile représente près des deux tiers du temps passé sur internet en 2019.

En 2019, le temps passé quotidiennement sur internet sur ordinateur, tablette et téléphone s'établit à 2h12 chez les individus âgés de 2 ans et plus et à 3h14 chez les 15-34 ans. Chez les 2 ans et plus, le mobile représente 64 % du temps passé sur internet, contre 24 % pour l'ordinateur et 12 % pour la tablette. Chez les 15-34 ans, le mobile constitue 82 % du temps passé sur internet, contre 18 % pour l'ordinateur et la tablette.

La consommation à la demande représente près des deux tiers de la consommation vidéo des 18-24 ans

En 2019, la durée d'écoute quotidienne de la télévision (3h40) demeure largement supérieure au temps passé sur internet (2h12) pour l'ensemble du public.
Les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale des Français. En prenant en compte l'ensemble des services audiovisuels (chaînes de télévision, vidéo à la demande par abonnement, autres vidéos sur internet) sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), les chaînes de télévision captent 82 % de la durée d'écoute totale de vidéo des 18-64 ans en France, contre 11 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et 7 % pour les autres vidéos sur internet au 3e trimestre 2019 selon Ampere Analysis. Pour les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 57 %, contre 27 % pour la VàDA et 17 % pour les autres vidéos sur internet.
La consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 36 % de la consommation vidéo des 18-64 ans et 62 % de celle des 18-24 ans.

Répartition de la consommation vidéo en France selon le type de service (%)[1]



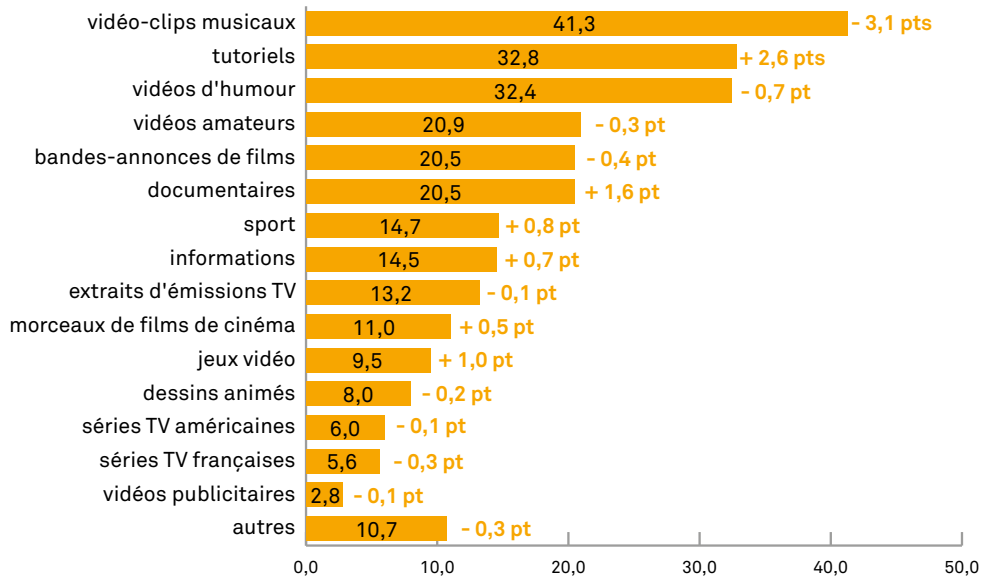
[1] En durée d'écoute, sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), au 3e trimestre 2019.
Source : Ampere Analysis.

Remarques méthodologiques
Le CNC a mis en place un suivi régulier des usages des sites de partage de vidéos sur internet, via un sondage en ligne réalisé par la société Vertigo auprès de 1 000 personnes âgées de 15 ans et plus par mois.

Les vidéo-clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage devant les tutoriels
Les sites de partage de vidéos (comme YouTube, Dailymotion) captent la majorité de la consommation de vidéos sur internet (hors sites des chaînes de télévision et des services de vidéo à la demande). En 2019, 65,6 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà regardé des vidéos sur ce type de sites (-2,5 points par rapport à 2018). Cette proportion s'établit à 90,5 % pour les 15-24 ans (-0,5 point), 79,0 % pour les 25-34 ans (-2,3 points), 67,8 % pour les 35-49 ans (-3,0 points) et 50,4 % pour les 50 ans et plus (-3,1 points). Les vidéo-clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage : 41,3 % des utilisateurs de ces sites déclarent regarder ce type de contenus. Les tutoriels, qui enregistrent la plus forte progression, se placent désormais en deuxième position (32,8 %), devant les vidéos d'humour (32,4 %), les vidéos amateurs (20,9 %) et les bandes-annonces de films (20,5 %).

La part du public qui regarde des jeux vidéo sur les sites de partage de vidéo est en hausse à 9,5 %.

Genres de programmes regardés sur les sites de partage de vidéo sur internet en 2019 (% des utilisateurs, évolution en points par rapport à 2018)



Source : Vertigo.

chapitre deux

CINÉMA

En 2019 : **213,0 millions d'entrées**

(+5,9 % par rapport à 2018) dont :

72,7

millions d'entrées pour les films français (-6,6 % par rapport à 2018), soit une part de marché de 34,8 %

116,4 millions d'entrées pour les films américains (+32,3 % par rapport à 2018), soit une part de marché de 55,7 %

20,0

millions d'entrées pour les films d'autres nationalités (-36,2 % par rapport à 2018), soit une part de marché de 9,6 %

2.1 La fréquentation des films en salles

Remarques méthodologiques
La fréquentation dans les salles de cinéma relève de la projection de films de long métrage, de films de court métrage et de programmes de hors film (captations de spectacles, programmes audiovisuels, etc.). Certaines analyses sont présentées sur l'ensemble des programmes, d'autres uniquement sur le long métrage.
Les recettes s'entendent toutes taxes comprises (TTC). La recette moyenne par entrée (RME) résulte de la division des recettes aux guichets des salles par les entrées payantes, déclarées par les exploitants. La RME tient compte à la fois des entrées payantes hors abonnements illimités et des entrées réalisées dans le cadre de ces abonnements, pour lesquelles les recettes sont valorisées conformément au prix de référence.

Troisième plus haut niveau d'entrées depuis 1966
Avec 213,0 millions de billets vendus en 2019 en France métropolitaine, les entrées payantes en salles progressent de 5,9 % par rapport à 2018. Le seuil des 200 millions d'entrées est franchi pour la sixième année consécutive et 2019 enregistre le troisième plus haut niveau depuis 1966 (234,2 millions d'entrées). L'année 2019 a bénéficié d'une offre de films particulièrement attractive et à l'inverse de 2018, aucune actualité politique, sportive ou météorologique n'est venu perturber la fréquentation cinématographique mises à part les grèves de décembre qui ont légèrement entaché les résultats du mois.

En 2019, la fréquentation des salles de cinéma en France est toujours la plus élevée de l'Union Européenne. Si au Royaume-Uni, les entrées en salles sont stables (-0,5 %), elles augmentent nettement dans tous les autres grands marchés européens, dont l'Italie (+14,2 %), l'Allemagne (+12,6 %), et l'Espagne (+4,7 %).

Depuis le 1er janvier 2017, les cinémas des départements d'Outre-mer sont soumis à la TSA et doivent déclarer leur fréquentation au CNC. En 2019, les 21 cinémas (sur 33) ayant communiqué leurs entrées cumulent 3,8 millions d'entrées.

213,0 millions d'entrées en 2019 (+5,9 % par rapport à 2018).

Hausse sensible des recettes
En 2019, la recette aux guichets des salles de cinémas atteint 1 447,4 M€ (+8,3 %), soit le plus haut niveau depuis l'introduction de la monnaie unique européenne et un niveau largement supérieur à la moyenne de la décennie (1 346,0 M€). La recette hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 1 215,7 M€ en 2019, contre 1 122,9 M€ en 2018.

Une recette moyenne par entrée à 6,79 €
En 2019, la hausse des recettes est supérieure à celle des entrées. Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes progresse de 2,3 % par rapport à 2018 pour s'établir à 6,79 € TTC en 2019, soit une hausse supérieure à l'inflation (+1,1 %). La RME hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 5,71 € en 2019, contre 5,58 € en 2018 (+2,3 %).

La recette moyenne par entrée s'élève à 6,79 € TTC (+2,3 % par rapport à 2018).

Le seuil de 8 millions de séances dépassé pour la quatrième fois
En 2019, la programmation cinématographique dépasse pour la quatrième année consécutive le seuil des 8 millions de séances. 8,6 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma en 2019 (+1,4 % par rapport à 2018). Sur la période 2010-2019, le nombre de séances progresse de 25,2 % pour une hausse de 2,9 % des entrées et de 10,5 % des recettes.

98 % des entrées générées par le long métrage
En 2019, les longs métrages cinématographiques occupent 98,8 % des séances. Ils génèrent 209,2 millions d'entrées (+6,1 % par rapport à 2018) et 1 421,4 M€ de recettes (+8,5 %), soit 98,2 % des entrées et 98,2 % des recettes totales. En 2019, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage s'élève à 6,80 € (6,65 € en 2018).

Progression de 25,2 % du nombre de séances en 10 ans.

Hausse des entrées du hors film

À l'échelle nationale, le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, évènements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,2 % des séances, 0,5 % des entrées et 1,1 % des recettes totales en 2019. Le genre représente plus de 1 million d'entrées en 2019 (+20,3 % par rapport à 2018), tandis que les recettes correspondantes s'élèvent à 15,8 M€ (+20,3 %). La recette moyenne TTC par entrée du hors film est de 15,67 € en 2019 (comme en 2018). En 2019, les trois meilleures performances sont réalisées par : *Mylène Farmer 2019, le film* (captation d'un concert de l'artiste - 132 585 entrées), *Blanche Gardin en direct au cinéma – bonne nuit Blanche* (captation d'un spectacle de l'humouriste - 88 262 entrées) et *Amazing Grace Aretha Franklin* (captation d'un concert de la Reine de la Soul dans une église du quartier de Watts à Los Angeles - 38 184 entrées).

Recul de la fréquentation des séances de courts métrages

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,0 % des séances et cumulent 2,85 millions d'entrées (-10,7 % par rapport à 2018) et 10,1 M€ de recettes (-22,6 %). La recette moyenne TTC par entrée des programmes de court métrage est de 3,56 € en 2019 (4,11 € en 2018), soit le plus bas niveau de la décennie.

Fréquentation des salles de cinéma[1]

	entrées (millions)		recettes guichets[2] (M€)		recette moyenne par entrée[2] (€)		séances (millions)	
	ensemble[3]	dont long métrage	ensemble[3]	dont long métrage	ensemble[3]	dont long métrage	ensemble[3]	dont long métrage
2010	207,1	205,1	1 309,9	1 298,6	6,33	6,33	6,8	6,8
2011	217,2	214,7	1 374,7	1 356,9	6,33	6,32	7,0	7,0
2012	203,6	201,1	1 306,5	1 288,8	6,42	6,41	7,2	7,1
2013	193,7	191,1	1 250,9	1 232,7	6,46	6,45	7,3	7,2
2014	209,1	205,7	1 333,3	1 307,4	6,38	6,36	7,6	7,5
2015	205,4	202,2	1 331,7	1 309,7	6,48	6,48	7,8	7,7
2016	213,2	209,7	1 388,4	1 366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1 380,6	1 357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1 336,9	1 310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,0	209,2	1 447,4	1 421,4	6,79	6,80	8,6	8,5
évol 19/18	*+5,9%*	*+6,1%*	*+8,3%*	*+8,5%*	*+2,3%*	*+2,2%*	*+1,4%*	*+1,5%*

[1] Données provisoire pour 2019.
[2] Recettes toutes taxes comprises (TTC).
[3] Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.
Source : CNC

Recul de la fréquentation des films français

En 2019, les films français cumulent 72,7 millions d'entrées, soit 6,6 % de moins qu'en 2018. Ce niveau est très nettement inférieur à la moyenne des dix dernières années (77,4 millions). En 2019, la part de marché du cinéma français diminue à 34,8 % (39,5 % en 2018), soit le plus bas niveau depuis 2013 (33,8 %). Au cours des dix dernières années, la part de marché des films français est de 37,9 %.

Forte hausse de la fréquentation des films américains avec près de 120 millions d'entrées

Les films américains enregistrent 116,4 millions d'entrées (+32,3 % par rapport à 2018), soit le plus haut niveau depuis 1957 (132,9 millions). Ce résultat est largement supérieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (99,8 millions). La part de marché du cinéma américain s'établit à 55,7 % en 2019 (+11,0 points par rapport à 2018), niveau également très supérieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (48,9 %). 19 films américains enregistrent plus de 2 millions d'entrées en 2019 (12 en 2018).

Diminution sensible de la fréquentation des films européens non français

Les entrées des films européens non français reculent de 49,1 % en 2019 par rapport à 2018 pour s'établir à 13,8 millions. Leur part de marché diminue de 7,2 points à 6,6 %. Cette baisse s'explique par le recul des entrées enregistrées sur les films britanniques (-60,0 %, soit -12,7 millions). Un seul film britannique franchit le seuil du million d'entrées en 2019 (quatre en 2018) : *Pokemon détective Pikachu* (1,69 million d'entrées).

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains progressent de 47,0 % par rapport à 2018 à 6,2 millions d'entrées en 2019, soit une part de marché de 2,9 % (2,1 % en 2018). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est *Parasite* en 2019 (1,71 million d'entrées).

Parasite, 1er film non européen et non américain en termes d'entrées en 2019.

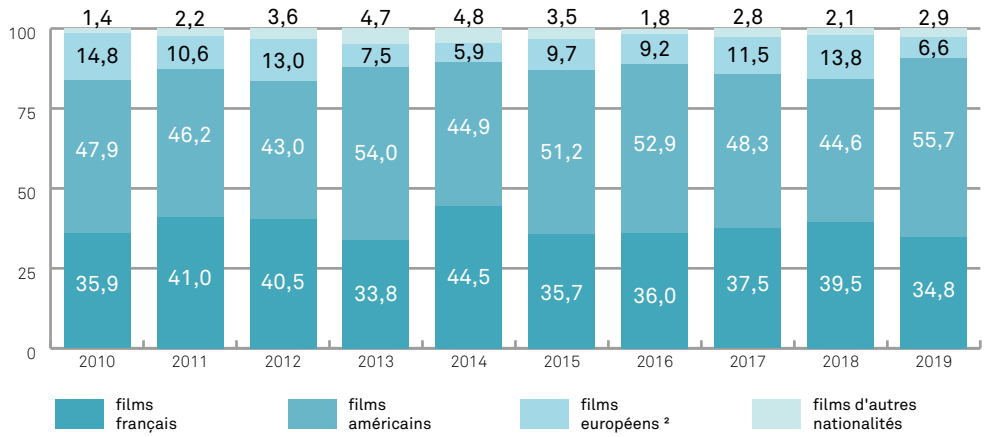
Entrées selon la nationalité des films de long métrage[1] (millions)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol 19/18
films français	73,6	88,0	81,4	64,6	91,4	72,1	75,6	77,1	77,8	72,7	*-6,6%*
100% français	54,3	60,9	56,2	43,2	63,5	45,3	48,7	58,9	63,3	51,9	*-17,9%*
majoritaires français	14,1	21,1	19,4	17,7	23,3	21,5	19,2	14,7	9,4	16,7	*+77,5%*
minoritaires français	5,2	6,0	5,8	3,7	4,6	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	*-20,5%*
films américains	98,2	99,1	86,4	103,2	92,3	103,5	111,0	99,4	88,0	116,4	*+32,3%*
films européens[2]	30,4	22,9	26,1	14,3	12,1	19,6	19,3	23,7	27,2	13,8	*-49,1%*
allemands	0,6	2,0	0,9	1,8	2,0	2,9	2,7	0,7	1,7	1,2	*-31,0%*
britanniques	23,8	16,5	20,8	8,4	6,6	14,5	13,2	18,8	21,1	8,5	*-60,0%*
espagnols	2,7	2,8	1,2	1,4	0,3	0,6	1,4	0,9	1,2	1,2	*+1,6%*
italiens	0,6	0,5	0,8	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,3	*-18,7%*
films d'autres nationalités	2,9	4,7	7,2	8,9	9,9	7,0	3,9	5,6	4,2	6,2	*+47,0%*
total	**205,1**	**214,7**	**201,1**	**191,1**	**205,7**	**202,2**	**209,7**	**205,9**	**197,2**	**209,2**	***+6,1%***

[1] Données provisoire pour 2019.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Une part de marche des films français en recul à 34,8 % (-4,7 points par rapport à 2018).

Répartition des entrées selon la nationalité des films de long métrage[1] (%)



[1] Données provisoires pour 2019.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Progression des recettes des films américains

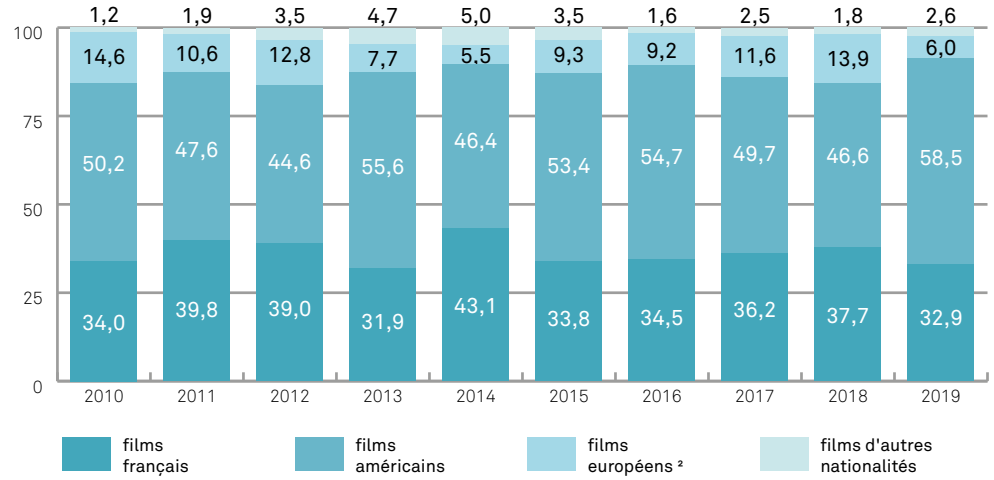
En 2019, les films français réalisent 467,3 M€ de recettes guichets (-5,3 % par rapport à 2018), les films américains 831,1 M€ (+36,0 %), les films européens non français 85,4 M€ (-53,1 %) et les films d'autres nationalités 37,6 M€ (+56,9 %). Les films français captent 32,9 % des recettes et 34,8 % des entrées des films de long métrage en 2019. La part de marché du cinéma américain s'établit à 58,5 % des recettes et 55,7 % des entrées en 2019. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées s'explique en partie par le fait que la très grande majorité des films disponibles en 3D, dont le prix des places est majoré, sont américains (21 des 24 films sortis en 3D en 2019). À noter que seulement deux films français sortent en 3D en 2019, *Minuscule : les mandibules du bout du monde* et *Un grand voyage vers la nuit*.

Recettes selon la nationalité des films (M€)[1]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol 19/18*
films français	441,6	540,1	502,6	393,3	564,0	442,9	471,4	491,9	493,5	467,3	*-5,3%*
films américains	651,7	646,4	575,4	685,8	606,9	699,0	747,9	675,2	611,0	831,1	*+36,0%*
films européens[2]	189,5	144,3	165,3	95,4	71,5	122,4	125,9	157,5	182,1	85,4	*-53,1%*
autres films	15,8	26,2	45,4	58,2	65,0	45,4	21,2	33,3	24,0	37,6	*+56,9%*
total	1 298,6	1 356,9	1 288,8	1 232,7	1 307,4	1 309,7	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 421,4	*+8,5%*

[1] Données provisoires pour 2019.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Répartition des recettes selon la nationalité des films (%)[1]



[1] Données provisoires pour 2019.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Plus de 8 000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France est particulièrement riche avec 8 198 films projetés en 2019 (+1,1 %), contre 8 108 en 2018. 746 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2019 (683 en 2018), soit +9,2 %. Ils concentrent 91,5 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année (89,4 % en 2018). Un film sorti en décembre 2019 réalisent près d'un million d'entrées sur le début de l'année 2020, *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker*.

24 films inédits exploités en 3D

En 2019, 24 films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (34 en 2018). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 13,0 % des entrées (8,4 millions) et 19,8 % des recettes (91,8 M€) des films concernés. En 2018, les 34 films inédits sortis intégralement ou partiellement en 3D assuraient 15,2 % des entrées (8,5 millions) et 21,2 % des recettes (85,8 M€) totales correspondantes.

Résultats des nouveaux films et des reprises[1] (% des entrées des films de long métrage)

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2010	89,9	7,4	2,7	100,0
2011	93,5	4,0	2,6	100,0
2012	90,1	5,9	4,0	100,0
2013	91,7	4,8	3,5	100,0
2014	91,5	5,5	3,0	100,0
2015	89,9	7,0	3,1	100,0
2016	91,7	5,4	3,0	100,0
2017	92,1	4,7	3,2	100,0
2018	89,4	6,5	4,1	100,0
2019	91,5	5,0	3,5	100,0

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Une concentration des entrées supérieure à la moyenne des 10 dernières années

Après un recul sensible entre 2015 et 2016, la concentration des entrées sur quelques titres progresse nettement. En 2019, les 10 films les plus performants totalisent 26,1 % des entrées annuelles (22,7 % en 2018), soit un niveau supérieur à la moyenne constatée sur les dix dernières années (23,0 %).

En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants recule sensiblement. Les 10 films français les plus performants génèrent 31,9 % des entrées totales des films français de long métrage en 2019, contre 40,2 % en 2018 et 37,7 % en moyenne sur la période 2010-2019. Il s'agit du niveau le plus bas de la décennie après 2013 (30,6 %).

Résultats des films les plus performants[1] (% des entrées des films de long métrage)

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2010	24,0	39,0	48,9	61,3	77,7
2011	26,8	38,4	46,4	58,2	75,8
2012	23,3	36,6	45,9	58,6	76,1
2013	19,8	31,5	40,9	54,4	72,7
2014	22,8	34,8	44,0	57,6	74,8
2015	25,3	39,3	49,0	60,3	76,7
2016	19,1	32,6	42,5	55,9	73,3
2017	20,3	34,1	43,9	57,3	74,7
2018	22,7	36,2	45,5	57,0	73,2
2019	26,1	37,7	46,6	58,9	76,3

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Trois films français cumulent plus de 2 millions d'entrées

L'année 2019 compte 51 films dépassant le seuil du million d'entrées, contre 42 en 2018. 22 titres réalisent plus de deux millions d'entrées en 2019 (comme en 2018) et sept films cumulent plus de quatre millions d'entrées (cinq en 2018).
17 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2019, contre 11 en 2018. Trois films français franchissent le seuil des deux millions d'entrées (sept en 2018). Un film français cumule plus de quatre millions d'entrées en 2019 (trois en 2018) : la comédie *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?*.
Parallèlement, 32 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées en 2019 (27 en 2018) dont 19 dépassent le seuil des deux millions (12 en 2018). Six films américains réalisent plus de quatre millions d'entrées en 2019 (deux en 2018).

En 2019, un seul film européen non français franchit le seuil du million d'entrées, contre quatre en 2018. Sept films enregistrent plus de 500 000 entrées en 2019 (11 en 2018). Parmi les succès de 2019 figurent un titre britannique *Pokemon détective Pikachu* (disponible en 3D). Un titre non européen et non américain réalise plus d'un million d'entrées en 2019 (aucun en 2018), le film sud-coréen *Parasite*.

Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?, 1er film français en termes d'entrées et 4e au classement général en 2019.

Films de long métrage atteignant un seuil d'entrées[1]

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500 000	plus de 100 000
tous films					
2015	10	24	44	97	239
2016	3	26	53	106	263
2017	4	24	56	94	251
2018	5	22	42	97	256
2019	7	22	51	100	249
films français					
2015	2	7	14	39	100
2016	1	6	18	44	119
2017	2	5	18	36	125
2018	3	7	11	38	127
2019	1	3	17	39	122
films américains					
2015	7	15	25	47	101
2016	2	18	31	56	106
2017	2	17	32	47	91
2018	2	12	27	48	86
2019	6	19	32	52	94

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Neuf films américains aux dix premières places du box office 2019

En 2019, la première place du box-office est occupée par le film d'aventures américain en 3D, *le Roi Lion*, avec 9,82 millions d'entrées. Le film d'aventures américain en 3D, *Avengers Endgame*, prend la deuxième place du classement 2019, avec 6,82 millions d'entrées. Le film d'animation américain, *la Reine des neiges 2*, occupe la troisième place avec 6,73 millions d'entrées.
En 2019, les trois films les plus performants cumulent 23,4 millions d'entrées, soit 11,2 % du total annuel réalisé par les films de long métrage. En 2018, les trois films ayant réalisé le plus d'entrées cumulaient 8,6 % de la fréquentation annuelle des films de long métrage.
Parmi les 51 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2019, figurent 20 films exploités partiellement ou intégralement en 3D.

Le Roi Lion, 1er au classement des films en 2019.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2019

rang	titre	nationalité[1]	sortie	entrées (millions)
1	*Le Roi Lion*	US	17/07/19	9,82
2	*Avengers : Endgame*	US	24/04/19	6,82
3	*La Reine des neiges 2*	US	20/11/19	6,73
4	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?*	FR / BE	30/01/19	6,71
5	*Joker*	US	09/10/19	5,57
6	*Toy Story 4*	US	26/06/19	4,51
7	*Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker*	US	18/12/19	4,37
8	*Dragons 3 : le monde caché*	US	06/02/19	3,39
9	*Captain Marvel*	US	06/03/19	3,31
10	*Spider-Man : far from home*	US	03/07/19	3,23
11	*Nous finirons ensemble*	FR	01/05/19	2,79
12	*Maléfique : le pouvoir du mal*	US	16/10/19	2,66
13	*Oonc upon a time... in Hollywood*	US	14/08/19	2,64
14	*Aladdin*	US	22/05/19	2,46
15	*Fast & Furious : Hobbs & Shaw*	US	07/08/19	2,45
16	*Jumanji : next level*	US	04/12/19	2,41
17	*Dumbo*	US	27/03/19	2,35
18	*Comme des bêtes 2*	US	31/07/19	2,31
19	*Ralph 2.0*	US	13/02/19	2,27
20	*Green bokk sur les routes du sud*	US	23/01/19	2,09
21	*Hors Normes*	FR	23/10/19	2,08
22	*Alita : battle angel*	US	13/02/19	2,04
23	*Abominable*	US	23/10/19	1,99
24	*Au nom de la terre*	FR	25/09/19	1,97
25	*La Mule*	US	23/01/19	1,86
26	*La Vie scolaire*	FR	28/08/19	1,81
27	*Creed II*	US	09/01/19	1,73
28	*Parasite*	KS	05/06/19	1,71
29	*Les Misérables*	FR	20/11/19	1,70
30	*Pokemon détective Pikachu*	GB	08/05/19	1,69
31	*Nicky Larson et le parfum de Cupidon*	FR	06/02/19	1,68
32	*Le Chant du loup*	FR	20/02/19	1,55
33	*Ca chapitre 2*	US	11/09/19	1,49
34	*J'accuse*	FR / IT	13/11/19	1,47
35	*Donne-moi des ailes*	FR	09/10/19	1,44
36	*Le Parc des merveilles*	US	03/04/19	1,42
37	*X-Men : dark phoenix*	US	05/06/19	1,41
38	*Aquaman*	US	19/12/18	1,40
39	*Les Invisibles*	FR	09/01/19	1,34
40	*Glass*	US	16/01/19	1,26
41	*La Belle Epoque*	FR	06/11/19	1,26

rang	titre	nationalité[1]	sortie	entrées (millions)
42	*After - chapitre 1*	US	17/04/19	1,23
43	*Joyeuse retraite*	FR	20/11/19	1,20
44	*C'est quoi cette mamie ?!*	FR	07/08/19	1,19
45	*La Mans 66*	US	13/11/19	1,10
46	*Shazam !*	US	03/04/19	1,07
47	*Astérix et le secret de la potion magique*	FR	05/12/18	1,07
48	*Ad Astra*	US	18/09/19	1,05
49	*Inséparables*	FR	04/09/19	1,04
50	*Tanguy, le retour*	FR	10/04/19	1,03
51	*La Famille Addams*	US	04/12/19	1,00

[1] FR : France / BE : Belgique / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / KS : Corée du sud / US : Etats-Unis. Source : CNC.

Neuf films à plus de cinq millions d'entrées depuis janvier 2018

Depuis janvier 2018, neuf films ont réalisé plus de cinq millions d'entrées : *Le Roi Lion*, *Avengers : endgame*, *la Reine des neiges 2*, *Qu'est qu'on a encore fait au Bon Dieu ?*, *les Indestructibles 2*, *les Tuche 3*, *la Ch'tite Famille*, *Joker* et *Avengers : infinity war*. Au total, au cours des deux dernières années, 24 films génèrent plus de trois millions d'entrées dont six films français.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2018 et décembre 2019

	titre	nationalité[1]	sortie	entrées (millions)
1	*Le Roi Lion*	US	17/07/19	9,82
2	*Avengers : Endgame*	US	24/04/19	6,82
3	*La Reine des neiges 2*	US	20/11/19	6,73
4	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?*	FR / BE	30/01/19	6,71
5	*Les Indestructibles 2*	US	04/07/18	5,74
6	*Les Tuche 3*	FR	31/01/18	5,69
7	*La Ch'tite Famille*	FR	28/02/18	5,62
8	*Joker*	US	09/10/19	5,57
9	*Avengers : infinity war*	US	25/04/18	5,10
10	*Toy Story 4*	US	26/06/19	4,51
11	*Bohemian Rhapsody*	GB	31/10/18	4,44
12	*Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker*	US	18/12/19	4,37
13	*Les Grand Bain*	FR	24/10/18	4,30
14	*Les Animaux fantastiques : les crimes de Grindelwald*	GB	14/11/18	4,03
15	*Astérix et le secret de la potion magique*	FR	05/12/18	3,96
16	*Jurassic world fallen kingdom*	US	06/06/18	3,66
17	*Taxi 5*	FR	11/04/18	3,65
18	*Black Panther*	US	14/02/18	3,63
19	*Dragons 3 : le monde caché*	US	06/02/19	3,39
20	*Captain Marvel*	US	06/03/19	3,31
21	*Aquaman*	US	19/12/18	3,30
22	*Spider-Man : far from home*	US	03/07/19	3,23
23	*Hôtel Transylvanie 3 : des vacances monstrueuses*	US	25/07/18	3,08
24	*Mission impossible fall out*	US	01/08/18	3,02

[1] FR : France / BE : Belgique / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis. Source : CNC.

Remarques méthodologiques

Les résultats des films selon le genre se réfèrent aux seuls films en première exclusivité. Leur poids est donc à rapporter à la part de marché des films inédits.

Domination des films d'aventures

Jusqu'en 2017, la comédie générait traditionnellement la plus grande part de la fréquentation en France. En 2019, comme en 2018, ce sont les films d'aventures qui cumulent le plus d'entrées. Les 44 films d'aventures sortis dans l'année (5,9 % de l'offre de films en première exclusivité) ont réalisé 26,8 % des entrées des films en première exclusivité (51,4 millions). 15 films d'aventures dépassent le million d'entrées en 2019, dont trois dépassent 5 millions.
99 comédies sortent pour la première fois sur les écrans français en 2019, soit 13,3 % de l'offre totale de films en première exclusivité. Le genre capte 19,1 % des entrées en 2019, soit 36,5 millions. Neuf comédies cumulent plus d'un million d'entrées et trois franchissent le seuil des deux millions d'entrées. Les comédies françaises réalisent une part très importante des entrées du genre à 89,9 % en 2019. Sur les neuf comédies réalisant plus d'un million d'entrées en 2019, toutes sont françaises.

Près de 33 millions d'entrées pour l'animation

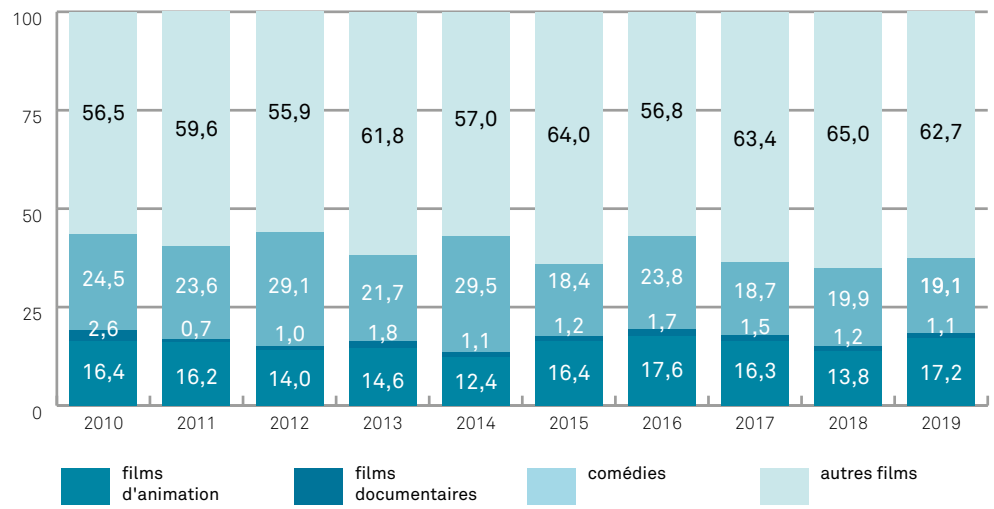
En 2019, l'offre de films d'animation progresse à 52 titres inédits, contre 36 en 2018. L'animation génère, en moyenne, davantage d'entrées par film que la plupart des autres genres. Elle représente 7,0 % des films inédits en 2019 et génère 17,2 % des entrées, soit 32,9 millions (+35,4 % par rapport à 2018). Trois films d'animation, tous américains, figurent parmi les dix films ayant réalisé le plus d'entrées en 2019 : *la Reine des neiges 2* (3e au classement avec 6,73 millions d'entrées), *Toy Story 4* (6e avec 4,51 millions) et *Dragons 3 : le monde caché* (10e avec 3,39 millions).

Plus de 2 millions d'entrées pour le documentaire

L'offre de documentaires en première exclusivité augmente en 2019 pour atteindre 153 films. Ils représentent 20,5 % des films en première exclusivité et génèrent 1,1 % des entrées en 2019 soit 2,1 millions. Le film français *Lourdes* est le documentaire qui réalise le plus d'entrées (0,22 million).

La comédie, genre incontournable du cinéma français.

Répartition des entrées selon le genre du film[1] (%)



[1] Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage en première exclusivité.
Source : CNC.

Près de 30 % des entrées pour les films recommandés Art et Essai

En 2019, l'évolution de la fréquentation est favorable aux films Art et Essai. En effet, leurs entrées augmentent de 36,1 % par rapport à 2018 à 59,2 millions en 2019 quand celles des films non recommandés reculent de 2,4 %. Leur part dans la fréquentation totale s'élève à 28,3 % en 2019 (22,1 % en 2018), soit le plus haut niveau de la décennie. 4 638 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2019 (4 542 en 2018), dont 420 films inédits (403 en 2018).
12 films recommandés Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2019 (quatre en 2018), parmi lesquels un film américain qui cumule plus de 5 millions d'entrées, *Joker* avec 5,57 millions d'entrées (1er au classement des films Art et Essai et 5e au classement général des films). En 2018, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *la Forme de l'eau* (1,38 million d'entrées).

Joker, 1er film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2019.

En 2019, 47,7 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français (51,9 % en 2018). La part de marché des films français est nettement plus élevée en 2019 sur le segment des films recommandés que sur l'ensemble des films exploités. 2 240 films recommandés Art et Essai français sont projetés sur les écrans en 2019, contre 2 107 en 2019 (+6,3 %). Ils cumulent 28,2 millions d'entrées en 2019 (22,6 millions en 2018), soit une hausse de 25,1 % et le plus haut niveau de la décennie après 2010 (28,8 millions). *Au nom de la terre* est le film français Art et Essai qui réalise le plus d'entrées avec 1,97 million d'entrées (5e au classement des films Art et Essai et 24e au classement général des films). En 2018, *Première année* était le premier film français Art et Essai en termes d'entrées avec 1,01 million (4e au classement des films Art et Essai et 42e au classement général des films).

Au nom de la terre, 1er film français recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2019.

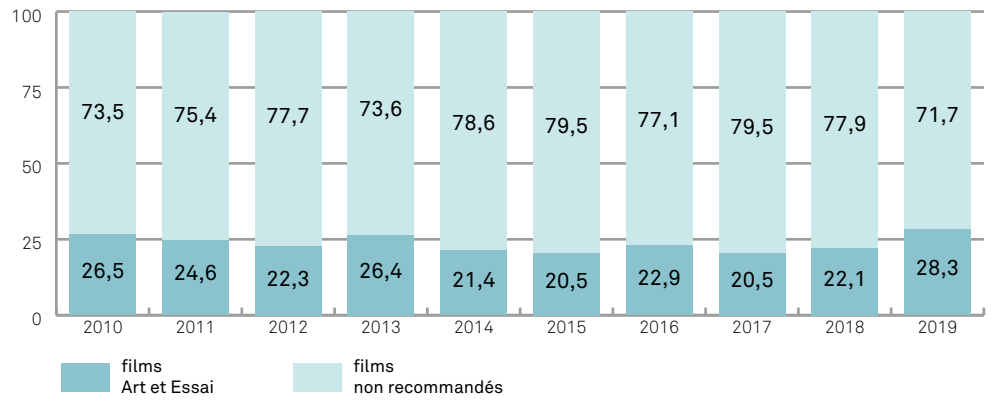
955 films américains recommandés Art et Essai sont exploités en 2019, contre 944 en 2018 (+1,0 %). Ils cumulent 20,3 millions d'entrées (+116,8 % par rapport à 2018). Les films américains sont à l'origine de 34,3 % des entrées des films recommandés (21,5 % en 2018), soit le plus haut niveau de la décennie.

Entrées selon la recommandation des films de long métrage[1] (millions)

	films Art et Essai	films non recommandés	total
2010	54,4	150,7	**205,1**
2011	52,7	162,0	**214,7**
2012	44,9	156,2	**201,1**
2013	50,4	140,7	**191,1**
2014	44,0	161,6	**205,7**
2015	41,4	160,8	**202,2**
2016	48,1	161,6	**209,7**
2017	42,1	163,7	**205,9**
2018	43,5	153,7	**197,2**
2019	59,2	150,0	**209,2**
évol 19/18	*+ 36,1%*	*-2,4%*	***+ 6,1%***

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage.
Source : CNC

Répartition des entrées selon la recommandation des films[1] (%)



[1]Données provisoires pour 2019.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Hausse des entrées des films en version originale

En 2019, 16,5 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (16,8 % en 2018), soit un niveau légèrement inférieur à la moyenne de la décennie (16,8 %). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère progressent (+3,9 %) à 35,2 millions d'entrées en 2019. *Joker* est le premier film en termes d'entrées en version originale avec 1,97 million (soit 35,4 % des entrées totales du film en 2019). En 2018, *Bohemian Rhapsody* prenait la première place de ce classement avec 1,18 million d'entrées (31,8 % des entrées totales du film en 2018).

Un quatrième trimestre qui redevient le premier trimestre en termes d'entrées

L'année 2019 est à nouveau marquée par un premier trimestre fort à 59,0 millions d'entrées (-4,2 % par rapport aux résultats du premier trimestre 2018). Toutefois, ce premier trimestre retombe sous la barre des 60 millions d'entrées et enregistre des résultats à nouveau inférieurs à ceux du quatrième trimestre. Trois des 10 films ayant réalisé le plus d'entrées en 2019 sont sortis au premier trimestre : *Qu'est qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* (sorti le 30 janvier – 6,71 millions d'entrées), *Dragons 3 : le monde caché* (sorti le 6 février – 3,39 millions d'entrées) et *Captain Marvel* (sorti le 6 mars – 3,31 millions d'entrées). 15 films sortis au premier trimestre réalisent plus d'un million d'entrées en 2019 (11 en 2018), dont un cumule plus de 5 millions d'entrées (deux en 2018).

La fréquentation du dernier trimestre 2019 est élevée au regard de la décennie. Les entrées progressent de 7,4 % par rapport à 2018, à 62,4 millions d'entrées (60,8 millions en moyenne sur la période 2010-2019). Cette fin d'année est pourtant marquée par les grèves mais les sorties de *la Reine des neiges 2* (sorti le 20 novembre – 6,73 millions d'entrées), *Joker* (sorti le 9 octobre – 5,57 millions d'entrées) et *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* (sorti le 18 décembre – 4,37 millions d'entrées) assurent à cette fin d'année de très bons résultats.

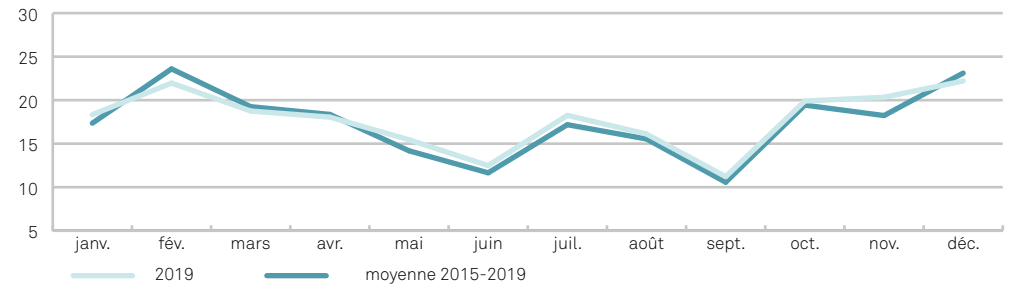
Par ailleurs, il convient de signaler que la fréquentation au troisième trimestre progresse sensiblement entre 2018 et 2019 à 45,6 millions (+15,6 %). La Coupe du monde de football et les fortes chaleurs avaient largement amputé la fréquentation du troisième trimestre 2018.

Entrées mensuelles[1] (millions)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol 19/18*
janvier	18,9	14,6	16,2	14,6	17,7	16,8	16,8	16,6	18,3	18,3	*+0,2%*
février	20,6	21,7	17,6	14,4	17,6	22,5	26,0	24,9	22,5	22,0	*-2,4%*
mars	18,7	17,0	16,4	19,1	21,1	17,5	19,7	19,4	20,9	18,7	*-10,1%*
avril	18,5	13,8	20,9	16,6	19,3	18,0	18,3	19,4	18,1	18,1	*-0,2%*
mai	16,2	15,7	16,3	17,2	19,7	14,3	14,2	13,0	13,9	15,4	*+11,0%*
juin	10,8	14,6	14,5	13,8	11,4	12,2	11,9	11,6	10,0	12,5	*+24,4%*
juillet	18,6	20,1	17,0	13,7	15,6	18,3	17,6	17,9	13,9	18,3	*+30,9%*
août	17,1	17,4	14,1	14,9	19,5	15,2	15,5	16,2	14,6	16,1	*+10,0%*
septembre	10,6	11,3	11,1	10,2	9,3	9,5	10,0	11,3	10,9	11,2	*+3,3%*
octobre	18,6	19,0	18,1	17,7	18,5	19,5	21,3	18,0	18,3	19,9	*+8,6%*
novembre	19,3	26,6	22,8	18,4	17,2	17,3	17,5	17,3	18,7	20,3	*+8,6%*
décembre	19,3	25,3	18,7	23,1	22,1	24,2	24,3	23,8	21,1	22,2	*+5,4%*
total	**207,1**	**217,2**	**203,6**	**193,7**	**209,1**	**205,4**	**213,2**	**209,4**	**201,2**	**213,0**	***+5,9%***

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Saisonnalité de la fréquentation[1] (millions d'entrées)



[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Une offre de films qui dynamise la fréquentation du dernier trimestre.

Plus de la moitié des entrées le week-end

Les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma au cours du week-end. 53,7 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2019 (53,8 % en 2018). Le poids du mercredi s'établit à 13,1 % des entrées (12,6 % en 2018). En 10 ans, la part du week-end recule (-1,3 point) au profit essentiellement du mardi (+1,9 point).

La concentration des recettes est toujours élevée. En 2019, 55,5 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (55,7 % en 2018). Le mercredi représente 12,9 % des recettes en 2019, contre 12,2 % en 2018.

Répartition des entrées et des recettes par jour[1] (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
entrées										
lundi	10,6	10,3	10,3	10,2	9,9	10,0	10,0	9,9	10,1	9,8
mardi	10,3	11,0	11,8	12,4	13,2	12,7	12,2	12,2	12,2	12,2
mercredi	12,9	12,6	12,3	12,6	12,7	13,2	13,0	13,1	12,6	13,1
jeudi	11,2	11,2	10,7	10,7	11,1	10,8	11,0	10,8	11,2	11,2
vendredi	13,2	13,7	13,1	13,2	13,2	13,2	13,3	12,8	12,9	12,9
samedi	20,7	20,7	20,6	20,3	20,1	20,3	20,4	20,7	20,3	20,1
dimanche	21,1	20,4	21,2	20,5	19,8	19,8	20,2	20,5	20,7	20,8
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
recettes										
lundi	9,9	9,7	9,7	9,6	9,3	9,4	9,4	9,5	9,6	9,2
mardi	9,7	10,4	11,1	11,6	12,4	12,0	11,4	11,4	11,5	11,3
mercredi	12,8	12,5	12,1	12,4	12,4	12,8	12,5	12,7	12,2	12,9
jeudi	10,9	10,9	10,5	10,5	11,0	10,7	10,8	10,5	11,0	11,1
vendredi	13,0	13,6	12,9	13,1	13,2	13,2	13,3	12,8	12,7	12,7
samedi	22,0	21,9	21,9	21,8	21,5	21,6	21,8	22,1	21,8	21,5
dimanche	21,7	21,0	21,8	21,0	20,3	20,2	20,7	21,0	21,2	21,2
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Hausse sensible de la fréquentation dans la petite couronne

En 2019, la hausse de la fréquentation ne touche pas l'ensemble du territoire de la même façon. Les entrées dans les cinémas d'Ile-de-France progressent de 6,9 % par rapport à 2018 à 54,8 millions. Cette hausse est nettement plus favorable dans la petite couronne (+16,3 %) qu'à Paris (+1,4 %).

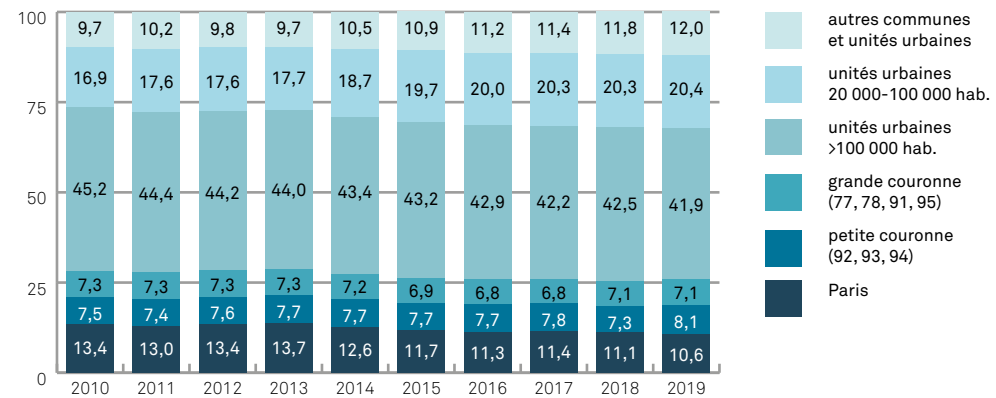
Dans les cinémas des autres régions, la fréquentation augmente de 5,5 % à 158,2 millions. Les unités urbaines de moins de 20 000 habitants et les zones rurales enregistrent la plus forte hausse (+7,7 %).

Entrées selon les zones géographiques[1] (millions)

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2010	**58,4**	27,8	15,5	15,1	**148,7**	93,5	35,1	20,1	**207,1**
2011	**60,3**	28,3	16,2	15,9	**156,9**	96,5	38,1	22,2	**217,2**
2012	**57,6**	27,3	15,4	14,9	**146,0**	90,0	35,9	20,0	**203,6**
2013	**55,5**	26,6	14,8	14,1	**138,2**	85,3	34,2	18,7	**193,7**
2014	**57,3**	26,2	16,0	15,0	**151,8**	90,8	39,1	21,9	**209,1**
2015	**53,9**	24,0	15,7	14,2	**151,5**	88,6	40,5	22,4	**205,4**
2016	**55,2**	24,2	16,5	14,5	**158,0**	91,4	42,6	23,9	**213,2**
2017	**54,5**	23,9	16,3	14,3	**154,9**	88,4	42,5	24,0	**209,4**
2018	**51,2**	22,2	14,8	14,2	**150,0**	85,5	40,8	23,7	**201,2**
2019	**54,8**	22,6	17,2	15,1	**158,2**	89,2	43,6	25,5	**213,0**
évol 19/18	***+6,9%***	*+1,4%*	*+16,3%*	*+5,9%*	***+5,5%***	*+4,3%*	*+6,7%*	*+7,7%*	***+5,9%***

[1] Données provisoires pour 2019. Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2015.

Répartition des entrées selon les zones géographiques[1] (%)



[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2015.

3,31 entrées par habitant en 2019

En 2019, la fréquentation cinématographique moyenne s'élève à 3,31 entrées par habitant en France, contre 3,13 en 2018. Cet indice reste plus fort dans la capitale (10,22) qui draine un grand nombre de spectateurs de la périphérie, bien qu'à son plus bas niveau de la décennie après 2018 (10,08). En 2019, l'indice de fréquentation progresse sur l'ensemble des zones géographiques. Sa hausse est plus marquée dans la petite couronne (+0,53) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (+0,33).

Plus haut niveau de part de marché en entrées depuis 10 ans pour les agglomérations de moins de 100 000 habitants et les zones rurales en 2019.

Indice de fréquentation selon les zones géographiques[1]

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2010	**4,83**	12,58	3,39	2,85	**2,85**	2,81	4,26	1,89	**3,22**
2011	**4,99**	12,81	3,54	2,99	**3,00**	2,90	4,63	2,09	**3,38**
2012	**4,77**	12,37	3,38	2,80	**2,80**	2,70	4,36	1,88	**3,17**
2013	**4,60**	12,05	3,25	2,66	**2,65**	2,56	4,15	1,76	**3,01**
2014	**4,74**	11,90	3,51	2,82	**2,91**	2,72	4,75	2,06	**3,25**
2015	**4,46**	10,87	3,44	2,67	**2,90**	2,66	4,91	2,10	**3,19**
2016	**4,57**	10,96	3,62	2,74	**3,03**	2,74	5,17	2,25	**3,32**
2017	**4,51**	10,83	3,56	2,70	**2,97**	2,65	5,16	2,25	**3,26**
2018	**4,24**	10,08	3,23	2,68	**2,87**	2,57	4,95	2,22	**3,13**
2019	**4,54**	10,22	3,76	2,84	**3,03**	2,68	5,28	2,39	**3,31**

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2015.

Près de la moitié des entrées entre 5,00 € et 7,00 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques.
Une proportion importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2019, 48,1 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 € (47,7 % en 2018). 16,9 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 € (18,4 % en 2018). L'opération « 4 € pour les moins de 14 ans » mise en place en 2014 par les établissements cinématographiques avait renforcé la part des entrées les moins chères. Depuis, les exploitants ont fait évoluer leur tarif « jeunes » et celui-ci s'échelonne entre 4,00 € et 6,00 € selon les cinémas. Ce tarif « jeunes » ne concerne plus exclusivement les moins de 14 ans, il a été élargi aux moins de 15 ans chez certains opérateurs et aux moins de 16 ans chez d'autres. La migration de ces tarifs est d'ailleurs perceptible dans les résultats puisque la part des entrées valorisées entre 4,00 € et 4,99 € recule de 1,2 point entre 2018 et 2019, celle des entrées valorisées entre 5,00 € et 5,99 € de 0,8 point, quand celle des entrées valorisées entre 6,00 € et 6,99 € progresse de 1,3 point.

Hausse de la part des entrées entre 5,00 € et 7,00 € à 48,1 % en 2019 (47,7 % en 2018).

7,3 % des entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités

Les entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités sont valorisées conformément au prix de référence. Celui-ci a évolué sur la période pour la carte UGC (5,03 € jusqu'à janvier 2012, 5,10 € jusqu'à février 2016, 5,23 € jusqu'à mars 2018 puis 5,12 €) et pour la carte Gaumont Pathé ! (5,03 € jusqu'à janvier 2012, 5,10 € jusqu'à octobre 2016, 5,19 € jusqu'à octobre 2017 puis 5,08 €).
En 2019, les entrées des cartes illimitées s'élèvent à 15,65 millions, en baisse de 1,8 % par rapport à 2018 (+5,9 % pour l'ensemble des entrées). Elles captent 7,3 % de la fréquentation totale (7,9 % en 2018).

Sensible progression des entrées à plus de 10 €

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 27,9 millions d'entrées en 2019, en progression de 21,2 % par rapport à 2018, dans un contexte où la fréquentation globale n'augmente que de 5,9 %. Ils représentent 13,1 % des entrées totales en 2019 (11,4 % en 2018). Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € progresse sensiblement (+42,9 % par rapport à 2018) pour atteindre 572 712 entrées. Ces entrées concernent notamment le hors film et plus précisément les captations d'opéras.

Hausse des entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2019, 5,0 millions d'entrées gratuites sont enregistrées (4,8 millions en 2018), ce qui porte la fréquentation totale des salles à 218,1 millions (206,0 millions en 2018). Les entrées gratuites représentent 2,3 % de l'ensemble des entrées en 2019 (comme en 2018). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 6,64 € en 2019 (6,49 € en 2018).

5,0 millions d'entrées gratuites en 2019 (+4,9 %).

Répartition des entrées selon le prix du billet vendu[1] (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
moins de 3 €	2,7	2,6	3,3	2,9	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	2,9
3 € à 3,99 €	6,7	4,8	3,7	5,3	4,8	3,3	2,0	2,0	2,0	1,9
4 € à 4,99 €	10,1	12,2	10,7	9,0	15,8	17,5	17,8	14,7	13,3	12,2
5 € à 5,99 €	30,2	30,6	31,4	31,2	27,2	24,7	25,5	28,4	29,5	28,7
6 € à 6,99 €	18,9	19,2	19,2	19,8	17,7	17,6	18,0	18,0	18,2	19,4
7 € à 7,99 €	10,5	10,1	10,6	10,7	10,3	11,5	11,8	11,5	10,7	10,6
8 € à 8,99 €	8,4	8,3	8,2	7,8	6,7	6,3	5,6	5,4	5,8	5,9
9 € à 9,99 €	6,6	5,9	4,5	4,4	5,2	6,2	6,3	6,6	6,0	5,4
10 € et plus	5,9	6,3	8,4	8,9	9,5	10,3	10,2	10,5	11,4	13,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

[1] Données provisoires pour 2019.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film), hors entrées gratuites.
Source : CNC

40,3 % de la recette guichets conservés par l'exploitant

La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes : la TVA à taux réduit (5,5 %) et la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le fonds de soutien du CNC (10,72 %). Déduction faite de ces taxes, la recette (appelée base film) est partagée entre l'exploitant et le distributeur, selon un taux de location négocié de gré à gré pour chaque film et chaque établissement. La rémunération du distributeur est calculée en multipliant le taux de location par la « base film ». En 2019, le taux moyen de location s'établit à 47,2 % (47,0 % en 2018).

La SACEM perçoit parallèlement une rémunération au titre de la représentation publique de la musique de film. Conformément à un accord entre la Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF) et la SACEM, l'exploitant rémunère cette dernière selon les pourcentages suivants : 1,515 % de la « base film » lorsque l'exploitant est adhérent à la FNCF et 2,02 % de la « base film » lorsque l'exploitant n'est pas adhérent. Pour la répartition de la recette guichets telle qu'elle est calculée dans ce document, un pourcentage unique est appliqué (1,515 %).

Répartition de la recette guichets[1]

	2015	2016	2017	2018	2019
(M€)					
recettes guichets	**1 331,65**	**1 388,45**	**1 380,60**	**1 336,89**	**1 447,36**
T.S.A.	142,76	148,85	148,01	143,32	155,16
T.V.A.	70,46	73,45	73,04	70,70	76,50
sacem[2]	16,89	17,63	17,55	17,00	18,38
recettes HT	*1 101,53*	*1 148,51*	*1 142,01*	*1 105,87*	*1 197,32*
rémunération distributeurs[3]	561,26	588,76	584,48	565,45	613,52
rémunération exploitants[4]	540,27	559,75	557,53	540,42	583,80
(%)					
recettes guichets	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
T.S.A.	10,72	10,72	10,72	10,72	10,72
T.V.A.	5,29	5,29	5,29	5,29	5,29
sacem[2]	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs[3]	42,1	42,4	42,3	42,3	42,4
rémunération exploitants[4]	40,6	40,3	40,4	40,4	40,3
taux de location[5]	**47,0%**	**47,2%**	**47,1%**	**47,0%**	**47,2%**

[1] Données provisoires pour 2019.
[2] 1,515 % de la recette guichets hors TVA et hors TSA.
[3] Toutes taxes comprises avec une TVA à 10,0 %
[4] Rémunération exploitants = recette guichet-TSA-TVA-Sacem-rémunération distributeurs. TVA Standard 5,5% France métropolitaine hors Corse. TVA Réduite 2,1% Corse, Guadeloupe, Martinique, Réunion.
[5] Taux de location = (encaissement distributeur HT + part Sacem distributeur)/base film
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film)
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques
sur la fréquentation des films
en salles

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (millions)[2]
1	*Titanic*	J. Cameron	1998	US	21,78
2	*Bienvenue chez les Ch'tis*	D. Boon	2008	FR	20,44
3	*Intouchables*	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,51
4	*La Grande Vadrouille*	G. Oury	1966	FR/GB	17,33
5	*Autant en emporte le vent*	V. Fleming	1950	US	16,73
6	*Il était une fois dans l'Ouest*	S. Leone	1969	IT	14,89
7	*Le Livre de la jungle*	W. Reitherman	1968	US	14,79
8	*Avatar*	J. Cameron	2009	US	14,78
9	*Les 101 Dalmatiens*	W. Disney	1961	US	14,70
10	*Astérix et Obélix : mission Cléopâtre*	A. Chabat	2002	FR	14,41
11	*Les Dix Commandements*	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	*Ben Hur*	W. Wyler	1960	US	13,86
13	*Les Visiteurs*	J.M. Poiré	1993	FR	13,67
14	*Le Pont de la rivière Kwai*	D. Lean	1957	GB	13,48
15	*Cendrillon*	W. Disney	1950	US	13,27
16	*Le Petit Monde de Don Camillo*	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
17	*Les Aristochats*	W. Reitherman	1971	US	12,73
18	*Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?*	P. De Chauveron	2014	FR	12,36
19	*Le Jour le plus long*	Collectif	1962	US	11,93
20	*Le Corniaud*	G. Oury	1965	FR/IT	11,74
21	*La Belle et le clochard*	W. Disney	1955	US	11,25
22	*Le Roi lion*	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,75
23	*Bambi*	W. Disney	1948	US	10,71
24	*Star Wars : Episode 7, le reveil de la force*	J. J. Abrams	2015	US	10,35
25	*Taxi 2*	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
26	*Trois hommes et un couffin*	C. Serreau	1985	FR	10,25
27	*Les Bronzés 3 - amis pour la vie*	P. Leconte	2006	FR	10,23
28	*Les Canons de Navarone*	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
29	*La Guerre des boutons*	Y. Robert	1962	FR	10,05
30	*Les Misérables*	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
31	***Le Roi Lion***	**J. Favreau**	**2019**	**US**	**9,82**
32	*Docteur Jivago*	D. Lean	1966	US	9,82
33	*E.T. l'extra-terrestre*	S. Spielberg	1982	US	9,76
34	*Vingt mille lieues sous les mers*	R. Fleischer	1955	US	9,63
35	*Harry Potter à l'école des sorciers*	C. Colombus	2001	US	9,51
36	*Sous le plus grand chapiteau du monde*	C.B. DeMille	1953	US	9,49
37	*Le Monde de Nemo*	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,44
38	*Le Dîner de cons*	F. Veber	1998	FR	9,25
39	*Le Grand Bleu*	L. Besson	1988	FR	9,20

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (millions)[2]
40	*L'Ours*	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
41	*Emmanuelle*	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
42	*La Vache et le prisonnier*	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
43	*Harry Potter et la chambre des secrets*	C. Colombus	2002	US	8,84
44	*Astérix et Obélix contre César*	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
45	*West Side Story*	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,78
46	*La Grande Evasion*	R. Walsh	1963	US	8,76
47	*Le Bataillon du ciel*	A. Esway	1947	FR	8,65
48	*Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain*	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,53
49	*Les Choristes*	C. Barratier	2004	FR/CH	8,47
50	*Le Dictateur*	C. Chaplin	1945	US	8,40
51	*Pour qui sonne le glas ?*	S. Wood	1947	US	8,27
52	*Rien à déclarer*	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
53	*Violettes impériales*	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
54	*Les Couloirs du temps - les visiteurs 2*	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
55	*Le Boulanger de Valorgue*	H. Verneuil	1953	FR	7,89
56	*Un Indien dans la ville*	H. Palud	1994	FR	7,89
57	*Pinocchio*	W. Disney	1946	US	7,85
58	*L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures*	C. Saldanha	2009	US	7,84
59	*Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme*	G. Lucas	1999	US	7,84
60	*Tarzan*	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
61	*Le Gendarme de Saint-Tropez*	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
62	*Le Comte de Monte Cristo*	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
63	*Sixième Sens*	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
64	*Ratatouille*	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,73
65	*Le Cinquième Elément*	L. Besson	1997	FR	7,71
66	*Harry Potter et la coupe de feu*	M. Newell	2005	GB	7,71
67	*la famille Bélier*	É. Lartigau	2014	FR	7,70
68	*Orange mécanique*	S. Kubrick	1972	GB	7,63
69	*Les Bidasses en folie*	C. Zidi	1971	FR	7,46
70	*Le Retour de Don Camillo*	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43
71	*Le Seigneur des anneaux - le retour du roi*	P. Jackson	2003	NZ	7,42
72	*La Vérité si je mens 2*	T. Gilou	2001	FR	7,41
73	*Jour de fête*	J. Tati	1949	FR	7,38
74	*Aladdin*	J. Musker	1993	US	7,35
75	*Les Aventures de Peter Pan*	W. Disney	1953	US	7,35
76	*Les Aventures de Rabbi Jacob*	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
77	*Danse avec les loups*	K. Costner	1991	US	7,28
78	*Les Aventures de Bernard et Bianca*	Collectif	1977	US	7,24
79	*Jean de Florette*	C. Berri	1986	FR	7,22
80	*Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith*	G. Lucas	2005	US	7,21
81	*Shrek 2*	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (millions)[2]
82	*Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban*	A. Cuaron	2004	GB	7,13
83	*Le Seigneur des anneaux - les deux tours*	P. Jackson	2002	NZ	7,13
84	*Samson et Dalila*	C.B. DeMille	1951	US	7,12
85	*Star Wars les derniers Jedi*	R. Johnson	2017	US	7,09
86	*Jeanne d'Arc*	V. Fleming	1949	US	7,09
87	*La Chèvre*	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
88	*Monsieur Vincent*	M. Cloche	1947	FR	7,06
89	*Les Sept Mercenaires*	J. Sturges	1961	US	7,04
90	*Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau*	P. Jackson	2001	NZ	7,01
91	*Skyfall*	S. Mendes	2012	GB	7,00
92	*Si Versailles m'était conté*	S. Guitry	1954	FR	6,99
93	*Les Grandes Vacances*	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
94	*Le Salaire de la peur*	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
95	*Michel Strogoff*	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
96	*Le Gendarme se marie*	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
97	***Avengers : Endgame***	**A. Russo, J. Russo**	**2019**	**US**	**6,82**
98	*Le Bossu de Notre-Dame*	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
99	*Astérix aux Jeux Olympiques*	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ ES/IT	6,81
100	*Mission spéciale*	M. de Canonge	1946	FR	6,78
101	*Jurassic Park*	S. Spielberg	1993	US	6,74
102	*Fanfan la Tulipe*	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
103	***La Reine des neiges 2***	**C. Buck, J. Lee**	**2019**	**US**	**6,73**
104	*L'Exorciste*	W. Friedkin	1974	US	6,72
105	*Rox et Rouky*	A. Stevens	1981	US	6,72
106	***Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?***	**P. de Chauveron**	**2019**	**FR / BE**	**6,71**
107	*Goldfinger*	G. Hamilton	1965	GB	6,68
108	*Les Trois Frères*	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
109	*les Minions*	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,66
110	*Nous irons à Paris*	J. Boyer	1950	FR	6,66
111	*Manon des sources*	C. Berri	1986	FR	6,65
112	*l'Âge de glace 4 : la dérive des continents*	M.Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
113	*Sissi*	E. Marischka	1956	AT	6,64
114	*L'Age de glace 2*	C. Saldanha	2006	US	6,63
115	*Le Cercle des poètes disparus*	P. Weir	1989	US	6,60
116	*La Belle au bois dormant*	W. Disney	1959	US	6,59
117	*Harry Potter et les reliques de la mort - 2e partie*	D. Yates	2011	GB	6,56
118	*Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit*	G. Verbinski	2006	US	6,52
119	*Taxi*	G. Pires	1998	FR	6,49
120	*Robin des bois*	W. Reitherman	1974	US	6,48
121	*Rain Man*	B. Levinson	1989	US	6,48

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (millions)[2]
122	*La Guerre des étoiles*	G. Lucas	1977	US	6,46
123	*Sissi impératrice*	E. Marischka	1957	AT	6,43
124	*Les Aventuriers de l'arche perdue*	S. Spielberg	1981	US	6,40
125	*Tant qu'il y aura des hommes*	F. Zinnemann	1954	US	6,40
126	*Arthur et les Minimoys*	L. Besson	2006	FR	6,40
127	*La Cuisine au beurre*	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
128	*Spider-Man*	S. Raimi	2002	US	6,38
129	*La Symphonie pastorale*	J. Delannoy	1946	FR	6,37
130	*Ivanhoé*	R. Thorpe	1952	US	6,36
131	*Le Bon, la brute et le truand*	S. Leone	1968	IT	6,35
132	*Les Dents de la mer*	S. Spielberg	1976	US	6,32
133	*Spider-Man 3*	S. Raimi	2007	US	6,32
134	*Quo Vadis*	M. Le Roy	1953	US	6,31
135	*La Gloire de mon père*	Y. Robert	1990	FR	6,30
136	*Le Gendarme et les extra-terrestres*	J. Girault	1979	FR	6,28
137	*Indiana Jones et la dernière croisade*	S. Spielberg	1989	US	6,26
138	*Harry Potter et l'ordre du Phénix*	D. Yates	2007	GB	6,22
139	*Marche à l'ombre*	M. Blanc	1984	FR	6,17
140	*Pas si bête*	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
141	*Merlin l'enchanteur*	W. Reitherman	1964	US	6,16
142	*La Chartreuse de Parme*	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
143	*Germinal*	C. Berri	1993	FR/BE	6,15
144	*Le Père tranquille*	R. Clément	1946	FR	6,14
145	*Les Feux de la rampe*	C. Chaplin	1952	US	6,14
146	*Harry Potter et le Prince de sang-mêlé*	D. Yates	2009	GB	6,14
147	*Oscar*	E. Molinaro	1967	FR	6,12
148	*Taxi 3*	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
149	*Harry Potter et les reliques de la mort - 1re partie*	D. Yates	2010	GB	6,09
150	*Terminator 2 - le jugement dernier*	J. Cameron	1991	US	6,01
151	*Midnight Express*	A. Parker	1978	GB	5,97
152	*Les Dieux sont tombés sur la tête*	J. Uys	1983	ZA	5,95
153	*Mourir d'aimer*	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
154	*Qui veut la peau de Roger Rabbit ?*	R. Zemeckis	1988	US	5,91
155	*Crocodile Dundee*	P. Faiman	1987	AU	5,89
156	*Guerre et Paix*	K. Vidor	1956	US	5,89
157	*Les Ripoux*	C. Zidi	1984	FR	5,88
158	*L'Odyssée du Docteur Wassel*	C.B. DeMille	1946	US	5,87
159	*Rambo 2 - la mission*	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
160	*Le Bossu*	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
161	*L'Aile ou la Cuisse*	C. Zidi	1976	FR	5,84
162	*Sissi face à son destin*	E. Marischka	1958	AT	5,79
163	*Quatre mariages et un enterrement*	M. Newell	1994	GB	5,78

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (millions)[2]
164	*Mulan*	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,78
165	*Les Vacances de Monsieur Hulot*	J. Tati	1953	FR	5,77
166	*Men in Black*	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
167	*Le train sifflera trois fois*	F. Zinnemann	1952	US	5,76
168	*Moi, moche et méchant 3*	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
169	*Les Fous du stade*	C. Zidi	1972	FR	5,74
170	*Les Indestructibles 2*	B. Brad	2018	US	5,74
171	*Le Troisième Homme*	C. Reed	1949	GB	5,74
172	*Grease*	R. Kleiser	1978	US	5,74
173	*Opération tonnerre*	T. Young	1965	GB	5,74
174	*Andalousie*	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
175	*Les Anges gardiens*	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
176	*Les Valseuses*	B. Blier	1974	FR	5,73
177	*La Bataille du rail*	R. Clément	1946	FR	5,73
178	*Lawrence d'Arabie*	D. Lean	1963	GB	5,72
179	*A nous les petites Anglaises*	M. Lang	1976	FR	5,70
180	*La Vérité*	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
181	*Notre-Dame de Paris*	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
182	*Indiana Jones et le temple maudit*	S. Spielberg	1984	US	5,69
183	*Les Tuche 3*	O. Baroux	2018	FR	5,69
184	*Matrix Reloaded*	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,67
185	*Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde*	G. Verbinski	2007	US	5,64
186	*Pocahontas, une légende indienne*	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,63
187	*Bons baisers de Russie*	T. Young	1964	GB	5,63
188	*Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones*	G. Lucas	2002	US	5,62
189	*La Ch'tite Famille*	D. Boon	2018	FR	5,62
190	*Le Petit Nicolas*	L. Tirard	2009	FR/BE	5,62
191	*Independence Day*	R. Emmerich	1996	US	5,61
192	*Quai des Orfèvres*	H.G. Clouzot	1947	FR	5,58
193	***Joker***	**T. Phillips**	**2019**	**US**	**5,57**
194	*La Folie des grandeurs*	G. Oury	1971	FR/DE/ES	5,57
195	*Le Cerveau*	G. Oury	1969	FR/IT	5,55
196	*Vaïana, la légende du bout du monde*	J. Musker, R. Clements	2016	US	5,55
197	*Le Petit Baigneur*	R. Dhéry	1968	FR/IT	5,54
198	*Shrek le troisième*	C. Miller	2007	US	5,54
199	*Love Story*	A. Hiller	1971	US	5,51
200	*Les Indestructibles*	B. Bird	2004	US	5,50

En gras les films entrant pour la première fois dans le classement en 2019

[1] AT : Autriche / AU : Australie / BE : Belgique / CH : Suisse / DE : Allemagne / ES : Espagne / FR : France/ GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / MX : Mexique / NZ : Nouvelle Zélande / RU : Russie / US : Etats-Unis / ZA : Afrique du Sud.

[2] Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 31 décembre 2019.

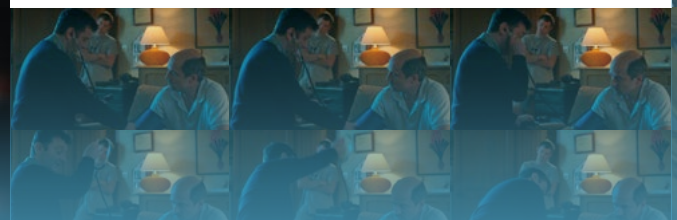
Source : CNC.

En 2019 : **8 198 films projetés** au total dont 746 inédits

391
films français

131
films américains

103
films européens



121
autres nationalités

2.2
La distribution

Remarques méthodologiques
Sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages inédits en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe ainsi les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale. Les genres qui figurent dans ce chapitre ont été collectés dans la presse et sur internet.

Typologie des films inédits

Les films en première exclusivité : 9 % des films projetés en salles
En 2019, 746 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit 63 films de plus qu'en 2018. Il s'agit du plus haut niveau depuis 1975 (première année de la série statistique sur les films en première exclusivité). Au total, 8 198 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2019. Les films en première exclusivité représentent 9,1 % de l'offre de films en salles.

Forte progression du nombre de films français non agréés
Le nombre de films français progresse de 36 titres à 391 films, soit le plus haut niveau depuis 1975 (première année de la série statistique sur les films en première exclusivité). Parmi les films nationaux, les coproductions majoritaires françaises augmentent de trois titres à 56 films en 2019 et les coproductions minoritaires reculent de trois titres pour s'établir à 65 films. Les œuvres 100 % françaises comptent 36 films de plus entre 2018 et 2019 à 270 titres en première exclusivité.
La part des films agréés dans l'offre de films français passe, pour la première fois de la décennie, sous la barre des 70 % (67,8 %), soit 265 films. Le nombre de films français non agréés sortis en salles progresse de 46,5 % par rapport à 2018 pour atteindre 126 films.52,4 % des films en première exclusivité sont français en 2019. Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité atteint 41,2 %. Toutefois, la part de films français atteignait 35,8 % de l'offre entre 1975 et 1999, elle s'établit à 46,9 % entre 2000 et 2019.

746 films inédits dont 52,4 % de films français et 17,6 % de films américains.

Moins de 20 % des films en première exclusivité sont américains
En 2019, les films américains représentent 17,6 % du total des films sortis en première exclusivité, soit le niveau le plus bas enregistré depuis 1975 (première année de la série statistique sur les films en première exclusivité). Ces films totalisent moins de 20 % de l'offre en première exclusivité pour la troisième année consécutive, niveau observé pour la dernière fois entre 1977 et 1981.
Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans progresse en 2019 pour atteindre 131 films (+4 titres par rapport à 2018). Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 144 titres chaque année (26,2 % de l'offre globale).

Une offre de films européens non français en recul
L'offre inédite de films européens non français recule nettement entre 2018 et 2019 (-21 titres à 103 films), soit le niveau observé en 2014.
37 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2019, soit trois titres de moins qu'en 2018. L'offre de films italiens (-7 titres) et de films espagnols (-2 titres) reculent tandis que l'offre de films allemands progresse (+4 titres chacun).
À 121 titres, le nombre de films d'autres nationalités explose (+44 titres), notamment en raison de l'offre de films indiens (42 films en 2019, contre 14 films en 2018). La hausse substantielle du nombre de films indiens résulte essentiellement d'un établissement cinématographique francilien qui propose une offre conséquente de films originaires de ce pays. L'offre de films japonais s'élève à 19 titres en 2019, soit sept films de plus qu'en 2018.

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
films français	**272**	**283**	**299**	**330**	**344**	**321**	**364**	**361**	**355**	**391**
100% français[1]	166	172	179	197	219	206	208	252	234	270
majoritairement français[1]	52	54	63	76	64	54	81	60	53	56
minoritairement français[1]	54	57	57	57	61	61	75	49	68	65
films américains	**143**	**139**	**149**	**150**	**151**	**140**	**150**	**124**	**127**	**131**
films européens[2]	**121**	**109**	**100**	**107**	**103**	**125**	**118**	**122**	**124**	**103**
allemands	13	15	8	18	14	16	12	12	13	17
britanniques	35	32	34	25	28	40	38	37	40	37
espagnols	18	13	11	9	6	8	11	9	10	8
italiens	14	11	7	13	9	13	8	7	15	8
films d'autres nationalités	**43**	**57**	**66**	**67**	**65**	**66**	**84**	**86**	**77**	**121**
canadiens	3	1	9	9	5	7	12	9	5	12
chinois	2	4	4	4	4	5	5	1	5	4
indiens	1	2	7	8	11	6	17	12	14	42
japonais	7	6	11	10	7	10	7	12	12	19
total	**579**	**588**	**614**	**654**	**663**	**652**	**716**	**693**	**683**	**746**

[1] Films intégralement, majoritairement ou minoritairement financés par la France.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Hausse continue du nombre de documentaires

En 2019, l'offre de documentaires en première exclusivité progresse encore à 153 titres, soit une offre multipliée par deux en 10 ans. Il s'agit du niveau le plus élevé depuis 1996 (première année de la série statistique sur les genres des films distribués). 108 documentaires sont français, 17 sont européens non français, 15 sont américains et 13 sont d'autres nationalités. 37 des 108 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 65,7 % de l'offre de documentaires français et 46,4 % de l'offre globale de documentaires.

L'offre de documentaires en première exclusivité double en dix ans.

11 films d'animation français

52 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2019, soit 16 de plus qu'en 2018. 11 films d'animation français sont distribués (5 en 2018) dont *Minuscule : les mandibules du bout du monde*, *les Hirondelles de Kaboul* et *la Fameuse Invasion de la Sicile par les ours*. 14 films d'animation américains sortent en 2019 (8 en 2018) dont la *Reine des neiges 2* et *Toy Story 4*. 16 films d'animation sont européens (14 en 2018), neuf sont japonais, un est canadien (*Ville neuve*) et le dernier est brésilien (*Tito et les oiseaux*). Eurozoom et Universal sont les premiers distributeurs de films d'animation en 2019 avec cinq films chacun.

30 % des films en première exclusivité sont des drames

223 drames (dont 121 français et 22 américains) sont distribués pour la première fois sur les écrans français (212 en 2018). Ils représentent 29,9 % de l'offre en 2019 (31,0 % en 2018). Les comédies composent 13,3 % de l'offre de films inédits en salles (12,3 % en 2018), soit 99 films (dont 69 français et 12 américains).

Le drame reste le premier genre avec 223 films inédits.

Genres des films en première exclusivité

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
animation	24	34	31	33	29	34	35	36	36	52
aventure	26	38	14	15	21	19	31	39	53	44
comédie	132	122	100	108	98	70	111	89	84	99
comédie dramatique	110	104	64	85	74	71	65	74	55	68
documentaire	76	84	91	87	100	104	118	119	127	153
drame	129	141	204	200	212	228	235	215	212	223
fantastique	32	28	39	47	42	47	45	34	36	38
musical	7	4	5	6	5	2	3	7	2	4
policier	41	29	62	69	64	55	51	43	44	38
autres genres	2	4	4	4	18	22	22	37	34	27
total	**579**	**588**	**614**	**654**	**663**	**652**	**716**	**693**	**683**	**746**

Source : CNC.

Record du nombre de films Art et Essai en première exclusivité en 2019

56,3 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai en 2019. L'offre de films recommandés s'élève à 420 œuvres (+17 titres par rapport à 2018), soit le plus haut niveau depuis 1992 (première année de la série statistique sur la recommandation des films distribués).
En 2019, 61,6 % des nouveaux films français sont recommandés Art et Essai (-3,2 points par rapport à 2018), contre 31,3 % des nouveaux films américains (+6,1 points), 68,0 % des nouveaux films européens non français (+1,8 point) et 56,2 % des nouveaux films d'autres nationalités (-20,4 points). Il convient de signaler qu'aucun des films indiens, qui composent près du tiers des films d'autres nationalités, n'est recommandé Art et Essai.

420 films recommandés Art et Essai dont 241 films français.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
films français	186	185	210	218	220	222	227	210	230	241
films américains	29	30	43	42	44	38	34	36	32	41
films européens[1]	88	78	77	81	74	94	73	75	82	70
autres films	38	50	56	50	44	54	59	59	59	68
total	**341**	**343**	**386**	**391**	**382**	**408**	**393**	**380**	**403**	**420**

[1] Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Près de 20 % des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction

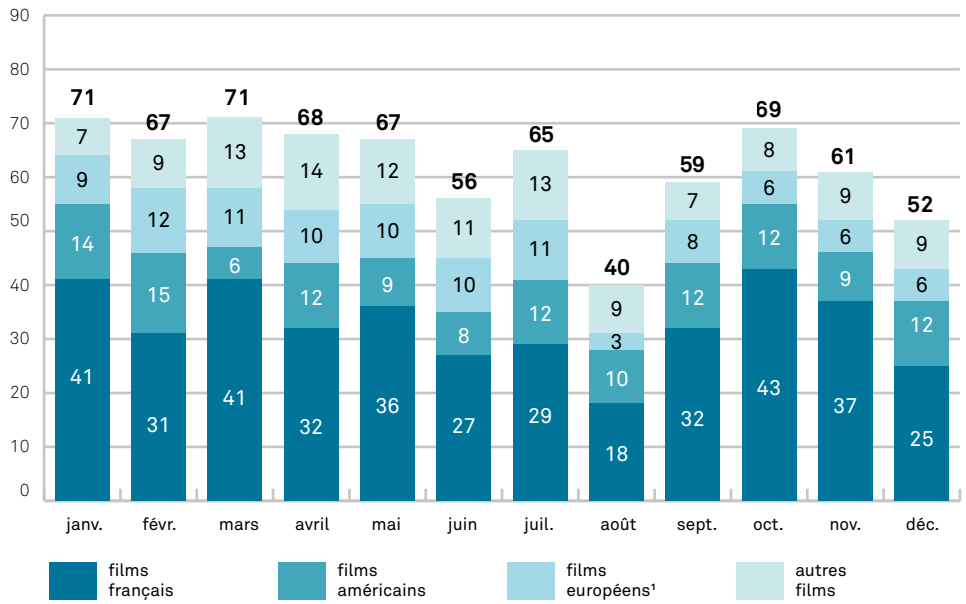
En 2019, 692 films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics (92,8 %) dont 375 films français (95,9 % de l'offre de films français) et 108 films américains (82,4 % de l'offre de films américains).
49 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont 11 films français et 23 films américains) et cinq films sont interdits aux moins de 16 ans (tous français). Aucun film n'est interdit aux moins de 18 ans en 2019.
Pour 98 films, le visa d'exploitation est assorti d'un avertissement, soit 14,1 % des films en première exclusivité en 2019 (13,8 % en 2018).

Plus de 90 % des films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics.

14 nouveaux films chaque semaine

En moyenne, 62 films sortent chaque mois en salles en 2019, soit 14 films par semaine. Deux mois traduisent une activité très soutenue : janvier et mars (9,5 % de l'ensemble des sorties de l'année chacun, soit 18 films par semaine). Août est le mois où le nombre de sorties est le plus faible (10 films par semaine). Les semaines les plus chargées en termes de sorties en 2019 sont celles du 20 février, du 6 mars et du 13 mars (20 films chacune) et la moins chargée celles du 28 août (sept films).
En moyenne, 33 films français sortent chaque mois en 2018 (huit films par semaine), contre 11 films américains (trois films par semaine). Les films français représentent entre 44,6 % (juillet) et 62,3 % (octobre) des sorties mensuelles, contre entre 8,5 % (mars) et 25,0 % (août) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2019



¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Exposition des films inédits

1/3 des films distribués dans moins de 20 établissements en première semaine

En 2019, 59 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (54 films en 2018) dont 33 films américains, 23 films français, deux films britanniques (*Pokemon detective Pikachu* et *Shaun le mouton le film : la ferme contre-attaque*) et un film belge (*Royal Corbi*). Parmi ces titres, cinq sont distribués dans 800 établissements ou plus en première semaine (six en 2018) : *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* (science-fiction américaine), *le Roi Lion* (film d'aventures américain), *Comme des bêtes 2* (film d'animation américain), *Qu'est qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* (comédie française) et *Toy Story 4* (film d'animation américain).
En 2019, 252 films disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 20 établissements), contre 200 en 2018. 141 films français et 17 films américains sont programmés dans moins de 20 établissements en première semaine.

La majorité des documentaires sort dans moins de 10 établissements en première semaine

Près de la moitié des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine en 2019 (75 titres). Ils composent 41,7 % des films projetés dans moins de 10 établissements.
50,0 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2019 sont projetés dans 200 établissements ou plus (26 titres). Ils représentent 14,0 % de l'ensemble des films projetés dans 200 cinémas ou plus en première semaine.

Huit films Art et Essai sortis dans 500 établissements ou plus en première semaine

81 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2019 (19,3 % des films recommandés). Ces 81 films représentent 45,0 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. Huit films Art et Essai sont programmés dans 500 établissements ou plus en première semaine (quatre en 2018) : *Dumbo* (film d'aventures américain), *Shaun le mouton le film : la ferme contre-attaque* (film d'animation britannique), *Minuscule : les mandibules du bout du monde* (film d'animation français), *J'accuse* (film historique franco-italien), *la Mule* (drame américain), *Joker* (film d'aventures américain), *Once upon a time… in Hollywood* (film d'aventures américain) et *les Misérables* (drame français).

Films en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine[1]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
moins de 5	61	75	87	87	97	76	89	98	80	118
5 à 9	57	52	72	76	57	66	68	47	56	62
10 à 19	67	69	73	89	85	68	88	82	64	72
20 à 49	106	99	95	87	91	109	117	109	131	133
50 à 99	72	52	67	62	76	82	87	92	87	88
100 à 199	66	69	65	80	81	97	91	87	78	87
200 à 499	107	133	110	124	133	112	118	123	133	127
500 à 799	39	34	39	45	36	34	52	49	48	54
800 et plus	4	5	6	4	7	8	6	6	6	5
total	579	588	614	654	663	652	716	693	683	746

[1] Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

En moyenne, 140 établissements par film en première semaine

En 2019, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine est stable.
En moyenne, un film inédit est présent dans 140 établissements en 2019 lors de sa première semaine d'exploitation, contre 148 en 2018.
En moyenne, un film français est distribué dans 127 établissements (six de moins qu'en 2018), un film agréé dans 178 établissements (six de plus qu'en 2018) et un film non agréé dans 19 établissements (cinq de plus qu'en 2018).
Un film américain sort, en moyenne, dans 302 cinémas (22 de plus qu'en 2018). Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français diminue en 2019 à 100 établissements (115 en 2018).
Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 36 établissements en 2019, contre 43 en 2018.

En moyenne, un film sort dans 140 établissements en première semaine, un film français dans 127 établissements et un film américain dans 302 établissements.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2019 est un film de science-fiction américain, *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* (868 établissements). En 2018, il s'agissait d'une comédie française, *la Ch'tite Famille* (955 établissements). Dans le classement des 10 premiers films en termes d'établissements en première semaine, huit sont américains et deux sont français.

La plus large exposition pour les films d'animation et la plus faible pour les documentaires

En moyenne, les films d'animation disposent, de la plus large exposition en première semaine en 2019 : 317 établissements. Les films d'aventures, les films fantastiques et les comédies présentent également d'importantes combinaisons de sortie : respectivement 302 établissements, 238 établissements et 238 établissements en moyenne. À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité (respectivement 22 et 79 établissements).
Quatre films d'aventures, trois films d'animation, deux comédies et une science-fiction sont présents au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine en 2019. Le documentaire cumulant le plus d'établissements première semaine est *Aïlo : une odyssée en Laponie* (318 établissements, 123e) et le premier drame, *la Mule* (595 établissements, 37e).

Près de trois fois moins d'établissements en première semaine pour les films Art et Essai

À leur sortie, les films Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans un nombre d'établissements près de trois fois inférieur à celui des films non recommandés. Un film Art et Essai est projeté dans 84 établissements en 2019, contre 213 établissements pour un film non recommandé.
En 2019, les films français recommandés Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans 84 établissements en première semaine (78 en 2018), contre 161 établissements pour les films américains recommandés (131 en 2018).
La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le film d'aventures américain *Dumbo* (8e).
En 2018, le premier film Art et Essai était 21e.

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film[1]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
ensemble	142	145	135	140	138	137	140	145	148	140
nationalité										
films français	120	129	125	118	120	118	116	135	133	127
films américains	251	270	230	267	257	265	298	291	280	302
films européens[2]	100	84	81	73	70	88	90	100	117	100
autres films	33	41	48	75	64	49	36	37	43	36
Art et Essai										
films recommandés	62	58	58	59	59	61	69	70	76	84
films non recommandés	256	269	267	262	246	264	227	236	251	213
genre										
animation	404	374	335	326	361	341	349	343	338	317
aventure	355	333	381	356	395	422	326	318	309	302
comédie	185	193	230	200	230	259	232	262	276	238
comédie dramatique	76	92	101	96	104	117	124	118	138	162
documentaire	29	17	14	25	23	23	21	28	23	22
drame	81	71	68	69	66	67	67	73	74	79
fantastique	305	320	280	326	325	289	286	354	277	238
musical	151	130	136	128	121	95	140	198	173	106
policier	170	170	171	189	146	156	154	140	159	120

[1] Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Les 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine en 2019

titre	nationalité[1]	distributeur	sortie	étab.[2]	copies[3]
Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker	US	The Walt Disney Company	18/12	868	731
Le Roi Lion	US	The Walt Disney Company	17/07	867	680
Comme des bêtes 2	US	Universal Pictures international	31/07	860	767
Qu'est qu'on a encore fait au Bon Dieu ?	FR	UGC Distribution	30/01	858	852
Toy Story 4	US	The Walt Disney Company	26/06	818	677
Nous finirons ensemble	FR	Pathé Films	01/05	790	722
Spider-Man : far from home	US	Sony Pictures Entertainment	03/07	781	833
Dumbo	US	The Walt Disney Company	27/03	780	601
Fast & furious : Hobbs and Shaw	US	Universal Pictures international	07/08	774	809
La Reine des neiges 2	US	The Walt Disney Company	20/11	773	666

[1] FR = France / US = Etats-Unis
[2] Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.
[3] Source distributeurs.
Source : CNC.

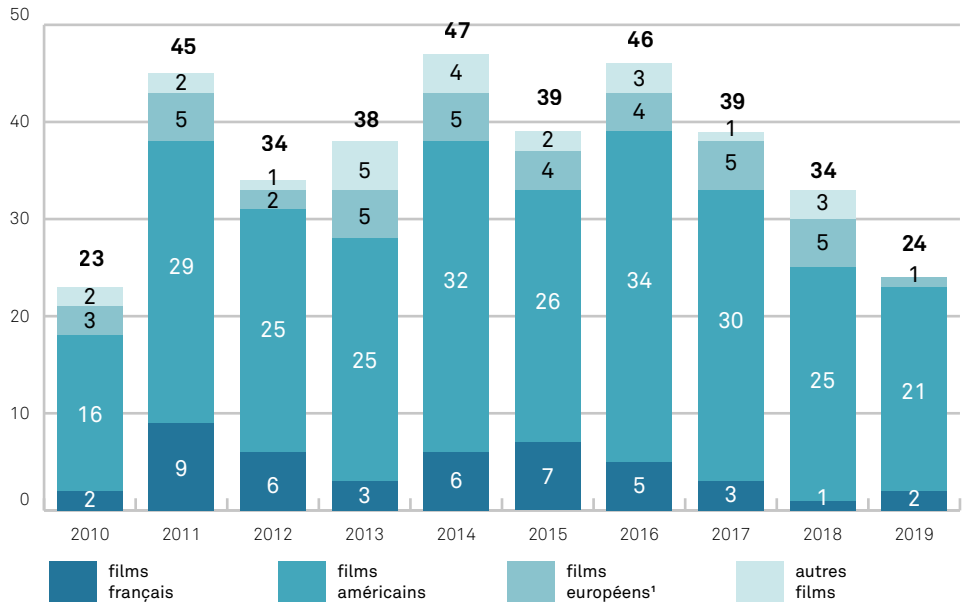
24 films projetés en 3D numérique

En 2019, 24 films inédits sont disponibles en numérique 3D (34 films en 2018). 21 sont des films américains, deux sont français (*Minuscule : les mandibules du bout du monde* et *Un grand voyage vers la nuit*) et le dernier est britannique (*Pokemon détective Pikachu*). 22 films en 3D sont projetés dans 500 établissements ou plus en première semaine (comme en 2018).

Un l'est dans moins de 100 établissements (deux en 2018), *Un grand voyage vers la nuit* (drame sino-français).

Parmi les 24 films sortis en 3D en 2019, 11 sont des films d'aventures (17 en 2018), neuf des films d'animation (sept en 2018), trois des films fantastiques (neuf en 2018) et le dernier est un film dramatique (comme en 2018).

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Classement des distributeurs

142 distributeurs actifs en 2019

En 2019, 142 distributeurs participent à la sortie des 746 nouveaux films. Cinq distributeurs distribuent plus de 20 films chacun et totalisent 18,0 % des films diffusés pour la première fois en salles en 2019. Quatre distributeurs assuraient plus de 20 sorties chacun en 2018 et totalisaient 14,8 % de l'offre totale de films inédits.

Parmi les 142 distributeurs actifs sur la sortie de films nouveaux en 2019, 71 n'avaient pas distribué de films en 2018 (50,0 % des distributeurs actifs, 36,8 % en 2018). 52 ne distribuent qu'un seul film dans l'année (36,6 % des distributeurs actifs, 41,0 % en 2018).

36,6 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2019.

The Walt Disney Company : 1er au classement des distributeurs

En 2019, The Walt Disney Company est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films à succès, de films de super-héros ou de remakes de succès animés tels que *Le Roi Lion* (1er film en termes d'encaissements en 2019), *Avengers : endgame* et *la Reine des neiges 2* lui permet de réaliser une part de marché de 25,0 % (12,4 % en 2018). En deuxième position, Warner Bros capte 10,3 % des encaissements distributeurs en 2019, notamment grâce à *Joker* et à *Creed II*. Pathé Films, premier distributeur français, occupe la 5e place avec 5,4 % de part de marché. La société distribue notamment *Nous finirons ensemble* (11e film en termes d'encaissements).

En 2019, les dix premiers distributeurs réalisent 75,9 % de l'ensemble des encaissements (74,9 % en 2018). Les cinq premiers en captent 55,3 % (50,9 % en 2018).

Hausse de l'encaissement moyen par entrée

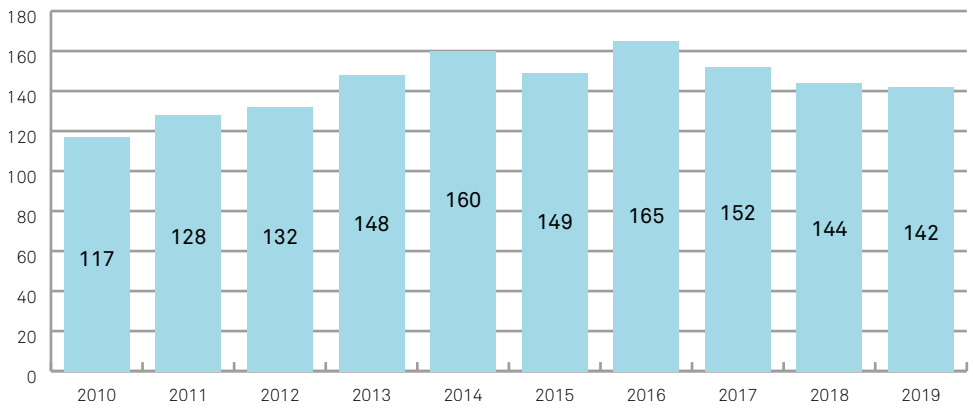
En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 2,91 € en 2019, soit une hausse de 2,1 % par rapport à 2018 (2,85 €). Pour un film français, il s'élève à 2,74 € (+0,4 % par rapport à 2018), contre 3,11 € pour un film américain (+2,6 %), 2,39 € pour un film européen non français (-11,9 %) et 2,55 € pour un film d'autres nationalités (+4,5 %). Il s'agit, pour les films français et pour les films américains, de leurs meilleurs résultats sur la décennie.

Les 10 premiers distributeurs en 2019

		part de marché¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
1	The Walt Disney Company	25,0	172	11
2	Warner Bros.	10,3	348	16
3	Universal Pictures International	7,9	127	25
4	Sony Pictures Home Entertainment	6,8	79	13
5	Pathé Films	5,4	223	17
6	UGC Distribution	4,9	69	14
7	SND	4,2	72	12
8	Gaumont	4,1	262	10
9	Twentieth Century Fox²	4,0	117	12
10	Metropolitan FilmExport	3,4	136	24

¹ En termes d'encaissements distributeurs.
² La société a été rachetée par The Walt Disney Company en mars 2019.
Source : CNC.

Évolution du nombre de distributeurs actifs[1]



[1] Distributeurs de films inédits.
Source : CNC.

Diminution du nombre de distributeurs actifs depuis 4 ans.

Voir aussi sur www.cnc.fr
Les séries statistiques
sur les films distribués

La promotion des films

Remarques méthodologiques
L'institut Kantar Media pige la publicité sur cinq grands médias : affichage, cinéma, presse, radio, télévision. Les investissements publicitaires sur internet sont exclus. Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur cinq médias (hors internet). Il s'agit des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support. Ces données doivent donc être considérées avec précaution.

498 films de 2019 ont bénéficié d'un investissement publicitaire brut de 1 041,3 K€ en moyenne par film.

2/3 des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion
Au total, 498 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2019 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média (66,8 % des films en première exclusivité en 2019, contre 74,8 % pour les films de 2018). Sur les 391 films français sortis pour la première fois en salles en 2019, 66,8 % font l'objet d'une promotion sur au moins un media (74,6 % pour les films de 2018). 89,3 % des films américains en première exclusivité en 2019 sont également dans ce cas (91,3 % pour les films de 2018). Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2019 s'élèvent à 518,6 M€, en hausse de 5,2 % par rapport aux films de 2018.

Un investissement moyen 2,6 fois plus élevé pour les films américains que pour les films français
Les films français captent 41,1 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2019 pour 52,4 % des films. 261 films français font l'objet d'une promotion sur au moins un media pour un investissement global de 212,9 M€ (+8,8 % par rapport aux films français de 2018). Les investissements publicitaires en faveur des films américains en première exclusivité progressent sensiblement en 2019 (+16,7 % à 251,6 M€) pour un nombre de films concernés stable (+1 titre à 117 films).
En moyenne, l'investissement publicitaire brut est de 815,6 K€ pour un film français de 2019 et de 2,2 M€ pour un film américain.
L'investissement moyen pour un film français est ainsi 2,6 fois moins élevé que pour un film américain. Il s'agit du niveau le plus élevé de la décennie tant pour les films français que pour les films américains.
Les investissements publicitaires en faveur du cinéma européen non français reculent de 45,7 % en 2019 à 39,9 M€ pour un nombre de films concernés en recul (-14 titres à 75 films en 2019).
Les investissements publicitaires pour les films non européens et non américains augmentent pour les titres de 2019 à 14,1 M€ (+75,4 %) pour un nombre de films légèrement plus élevé (45 films en 2019, contre 41 en 2018).

Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité et l'année de sortie en salles (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
films français	87,3	107,3	114,7	137,8	160,7	133,3	163,7	204,6	195,7	212,9
films américains	132,5	172,3	175,4	198,0	225,7	212,0	287,1	219,8	215,5	251,6
films européens[1]	44,7	33,0	36,1	31,8	30,8	44,6	49,2	66,1	73,6	39,9
autres films	5,0	7,8	10,1	15,9	15,6	11,9	10,1	11,0	8,1	14,1
total	**269,5**	**320,4**	**336,3**	**383,5**	**432,8**	**401,8**	**510,1**	**501,5**	**492,8**	**518,6**

[1] Europe au sens continental, hors France.
Source : Kantar Media – CNC.

Cats, 1er au classement des films

Cats (film musical américain) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2019, suivi de *Toy Story 4* (film d'animation américain) et *After – chapitre 1* (drame américain). 16 films américains et quatre films français figurent parmi les 20 premiers du classement. Sept films d'aventures et six films d'animation apparaissent parmi les 20 premiers. Le premier documentaire, *Demain est à nous* (film français), est 81e de ce classement.

Le cinéma, premier support de promotion des films en 2019 avec 268,0 M€ d'investissements publicitaires bruts

Le cinéma est le premier support de promotion des films en 2019 en termes d'investissements et atteint son plus haut niveau sur la décennie. Les investissements sur ce média progressent de 13,9 % et atteignent 268,0 M€ pour les films en première exclusivité de 2019. La part du cinéma dans les investissements totaux s'élève à 51,7 % pour les films inédits de 2019, soit le plus haut niveau de la décennie. En 2010, ce média représentait 16,9 % des investissements. Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l'affichage diminuent à 122,4 M€ en 2019 (-3,4 %). L'affichage capte 23,6 % des dépenses publicitaires totales des films de 2019 (25,7 % pour les films de 2018).

Près de 83 % des films bénéficiant d'une promotion font l'objet d'un encart dans la presse

En moyenne, la promotion d'un film sorti pour la première fois en salles en 2019 coûte 1 041,3 K€. L'investissement moyen est très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 140,4 K€ pour une publicité radiophonique et 1 107,4 K€ pour une promotion en salles de cinéma.
La presse est le média le plus plébiscité. 412 films font l'objet d'un encart dans la presse (82,7 % des films faisant l'objet d'une promotion) notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables à 183,2 K€ pour un film de 2019 en moyenne. De plus, les distributeurs concluent régulièrement des partenariats avec certains titres de presse.
La publicité en faveur du cinéma est interdite à la télévision. Toutefois, le parrainage est autorisé. Les majors américaines, les sociétés de distribution filiales de chaînes de télévision et les distributeurs intégrés à un groupe d'exploitants y ont plus souvent recours que les autres. En 2019, l'investissement moyen par film réalisé sur ce média est, pour la deuxième année consécutive, supérieur à celui enregistré pour la radio (178,8 K€, contre 140,4 K€). 20,1 % des films sortis en salles en 2019 bénéficient d'une promotion télévisuelle. Seuls 6,9 % des films de 2010 bénéficiaient d'une promotion télévisuelle et l'investissement brut moyen s'élevait à 29,5 K€ par film.

Investissements publicitaires bruts tarifés selon le média et l'année de sortie en salles (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
affichage	89,1	87,2	100,6	78,2	82,9	76,5	150,5	146,0	126,6	122,4
cinéma	45,6	89,7	88,5	142,5	173,5	173,3	208,8	217,5	235,4	268,0
presse	87,1	100,7	107,2	114,4	122,8	101,5	100,6	92,7	78,1	75,5
radio	46,8	41,7	38,4	45,8	48,1	41,6	40,8	37,5	35,5	34,8
télévision	0,9	1,2	1,6	2,5	5,5	8,8	9,4	7,8	17,2	17,9
total	269,5	320,4	336,3	383,5	432,8	401,8	510,1	501,5	492,8	518,6

Source : Kantar Media — CNC.

Des stratégies diversifiées de promotion

Face à des enjeux économiques de plus en plus serrés, les distributeurs modifient leurs pratiques en matière de promotion des films. L'affichage et la salle de cinéma étant des supports coûteux, ils investissent de plus en plus dans le digital. La communication digitale peut être gérée en interne comme en externe suivant les besoins et les moyens des sociétés de distribution. Les tournées avec les équipes des films semblent se généraliser. Appréciées par le public, elles le sont également par les exploitants qui y voient une grande valeur ajoutée, notamment en termes de fidélisation du public. De nombreuses initiatives ont également émerger ces dernières années : jeux-concours avec cadeaux, rencontres thématiques, ciné-concert, etc.

Les coûts de distribution des films d'initiative française en 2018

Remarques méthodologiques

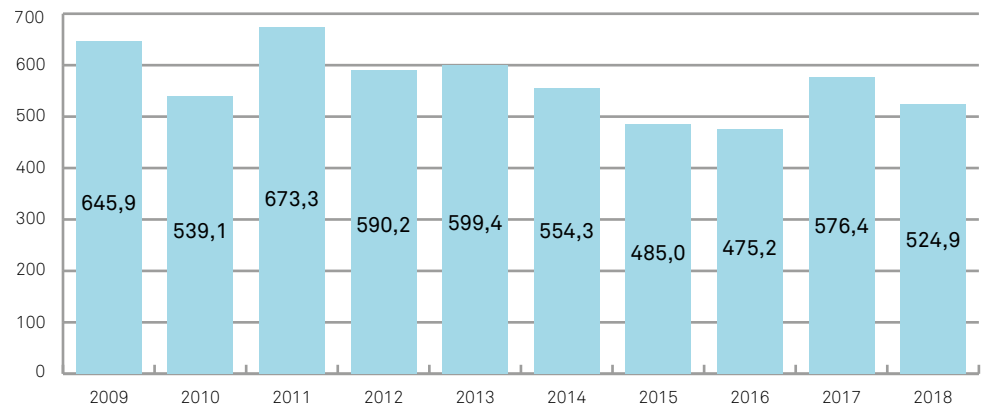
Les données qui suivent donnent un éclairage sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés par le CNC et sortis en salles. Plusieurs sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées de ces coûts : le soutien automatique à la distribution, la contribution Canal+ à la distribution, la contribution CNC à la distribution et les données déclarées par les distributeurs via un questionnaire pour les films qui ne sont couverts ni par les aides Canal+ et CNC, ni par le soutien automatique du CNC. Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pu être recensées.
Les frais d'édition (=coûts de distribution) sont répartis en quatre catégories :
- les frais techniques de distribution : tirage de copies (argentiques et numériques), stockage et transport de copies, frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce, dépenses liées à la distribution des films en numérique (notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message)). À partir de 2012, les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques ;
- les achats d'espaces publicitaires : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision ;
- les dépenses liées à la conception et à la fabrication du matériel publicitaire : conception et fabrication des affiches, création et réalisation de spots radio, clips vidéo, de sites internet, etc. ;
- les frais divers de promotion : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festivals et de représentation, honoraires, frais de tournée et déplacements, etc.

96,1 M€ de coûts totaux de distribution pour les films d'initiative française (-19,1 %)

Les coûts de distribution cumulés des 183 films d'initiative française agréés de l'échantillon sortis en salles en 2018 s'élèvent à 96,1 M€. Ils se réduisent de 19,1 % par rapport à l'année précédente, pour un nombre de films en baisse de 11,2 % et un nombre d'établissements en première semaine en baisse de 6,6 %. Le coût moyen de distribution des films d'initiative française s'établit à 524,9 K€ en diminution de 8,9 % par rapport à 2017.

Un coût moyen de distribution en diminution.

Coût moyen de distribution des films d'initiative française (K€)



Source : CNC.

Entre 2017 et 2018, la structure des frais d'édition enregistre une progression de la part captée par les achats d'espaces publicitaires, passant de 51,6 % à 54,0 %. Pour la quatrième année consécutive, la part des frais liés aux achats d'espaces représente plus de 50 % des coûts de distribution et croit nettement en 2018.

À l'inverse, la part captée par les frais divers de promotion se réduit, passant de 18,6 % à 17,0 %, et celle captée par les frais liés à la conception du matériel publicitaire est quasiment stable de 10,7 % à 10,0 %. La part des frais techniques se stabilise en 2018 à 19,0 %, soit la part la plus faible des dix dernières années.

Coûts de distribution des films d'initiative française

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
nombre de films	175	180	162	177	172	190	192	199	206	183
coûts de distribution (M€)	**113,0**	**97,0**	**109,1**	**104,5**	**103,1**	**105,3**	**93,1**	**94,6**	**118,7**	**96,1**
frais techniques	35,5	30,4	30,3	27,0	23,8	24,0	21,7	20,7	22,7	18,2
achats d'espaces	50,9	42,6	50,0	48,8	51,4	51,7	46,9	48,4	61,2	51,9
matériel publicitaire	9,7	9,4	11,0	11,5	11,5	11,4	9,4	9,2	12,7	9,6
frais divers de promotion	16,9	14,6	17,7	17,1	16,4	18,3	15,1	16,2	22,1	16,4

Base : films d'initiative française agréés sortis en salles pour lesquels les coûts de distribution sont disponibles.
Source : CNC.

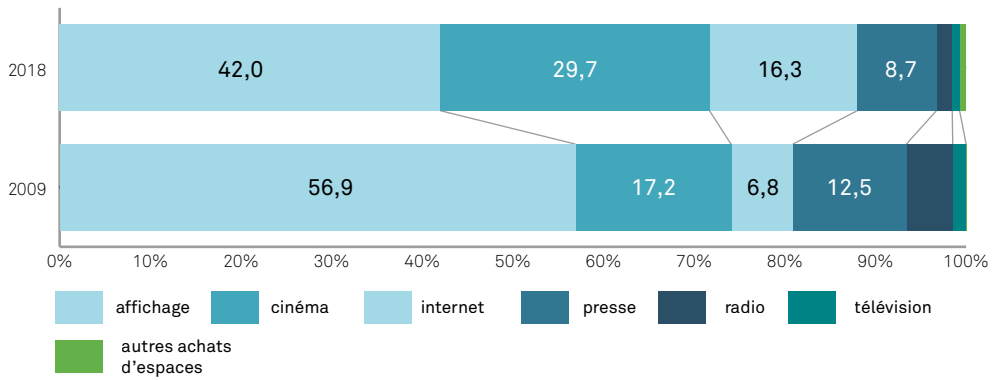
Diminution de la part des contributions numériques dans les coûts de distribution

Les contributions numériques cumulées des 171 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2018 s'élèvent à 11,93 M€, soit 69 773 € en moyenne par film (82 932 € en 2017). En 2018, les contributions numériques par établissement en première semaine s'élèvent en moyenne à 326 €. La part des contributions numériques dans les coûts de distribution (VPF compris) de ces films est estimée à 13,6 % (14,4 % en 2017), en baisse pour la quatrième année consécutive.

Un renforcement de la publicité dans les salles de cinéma et sur internet

Au cours des dix dernières années, la répartition des achats d'espaces publicitaires a fortement évolué. La part des achats d'espaces dans les établissements cinématographiques progresse de 12,5 points entre 2009 et 2018, passant de 17,2 % des dépenses en achats d'espaces à 29,7 %. La part des dépenses sur internet connaît également une hausse entre 2009 et 2018 (+9,6 points). Les autres postes de dépenses en achats d'espaces diminuent sur la période, notamment les dépenses en affichage (-14,9 points entre 2009 et 2018).

Évolution de la répartition des achats d'espaces publicitaires (%)



Source : CNC

Une forte disparité des coûts de distribution selon les genres et la recommandation Art et Essai

L'analyse par genre révèle une forte disparité des coûts de distribution des films d'initiative française. En 2018, un film documentaire bénéficie en moyenne de 101,9 K€ de dépenses de distribution. Un film de fiction dispose de 5,7 fois plus (580,3 K€) et un film d'animation de 11,4 fois plus (1 157,1 K€). Au sein des fictions, les comédies bénéficient de frais de sortie supérieurs de 1,4 fois à la moyenne des fictions avec 805,6 K€ par film en 2018, alors que les drames présentent des frais d'éditions moyens de seulement 309,5 K€ en 2018.
En 2018, un film recommandé Art et Essai bénéficie en moyenne de 280,2 K€ de dépenses de distribution, soit 3,2 fois moins qu'un film non recommandé (893,8 K€).

Plus de 1,3 M€ de frais d'édition en moyenne pour les films à plus de 400 établissements en première semaine

Les coûts de distribution d'un film progressent à mesure que le nombre d'établissements en première semaine augmente. En 2018, les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine présentent un coût de distribution moyen de 29,6 K€ (39,3 K€ en 2017) et les films sortis dans 100 à 199 établissements en première semaine un coût de distribution onze fois supérieur à 346,0 K€ (440,5 K€ en 2017). Le coût moyen de distribution s'établit à 1 331,1 K€ en moyenne pour les films sortis dans 400 établissements ou plus en première semaine (1 507,4 K€ en 2017), ce qui représente une moyenne trois fois supérieure à celle des films sortis dans 100 à 199 établissements en première semaine.

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française s'élève à 5,5 M€ en 2018.

Les coûts de distribution représentent 9,5 % du coût définitif d'un film en 2018

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française (coût de production + coût de distribution) s'établit à 5,54 M€ pour les films de 2018 (6,49 M€ en 2017).
Le budget consacré à la distribution d'un film est étroitement corrélé à son coût de production. En 2018, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente un coût moyen de distribution de 91,7 K€, quand un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche en moyenne des frais d'édition près de 18 fois supérieurs (1,67 M€ en 2018).

Coûts de distribution des films d'initiative française selon le coût de production en 2018

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>=15 M€	ensemble
nombre de films	39	25	34	46	21	10	175
coût définitif[1] (M€)	**22,4**	**44,4**	**126,2**	**282,0**	**225,7**	**267,9**	**968,6**
coûts de distribution (M€)	**3,6**	**4,5**	**14,5**	**32,5**	**20,7**	**16,7**	**92,3**
frais techniques	0,6	0,8	3,0	6,8	3,7	2,8	17,7
achats d'espaces	1,5	2,2	7,8	17,0	12,0	8,9	49,5
matériel publicitaire	0,5	0,5	1,3	3,2	1,9	2,0	9,3
frais divers de promotion	1,0	0,9	2,4	5,5	3,1	3,0	15,8
part dans le coût définitif (%)	**16,0**	**10,0**	**11,5**	**11,5**	**9,2**	**6,2**	**9,5**
coût définitif moyen par film (M€)	**0,6**	**1,8**	**3,7**	**6,1**	**10,7**	**26,8**	**5,5**
coût de distribution moyen par film (K€)	**91,7**	**178,0**	**426,3**	**705,9**	**984,0**	**1 666,7**	**527,6**

Base : 175 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2018 pour lesquels les coûts de distribution et de production sont disponibles.
[1] Coût définitif = coût de production + coût de distribution.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr
- l'étude *Les coûts de distribution des films français en 2018*
- les séries statistiques sur les coûts de distribution des films

En 2019 :

43,3 millions de spectateurs

68,8 % des Français vont au cinéma

3-14 ans

18,1 %

spectateurs de cinéma
14,9 % population française

15-24 ans

14,8 %

spectateurs de cinéma
12,1 % population française

25-49 ans

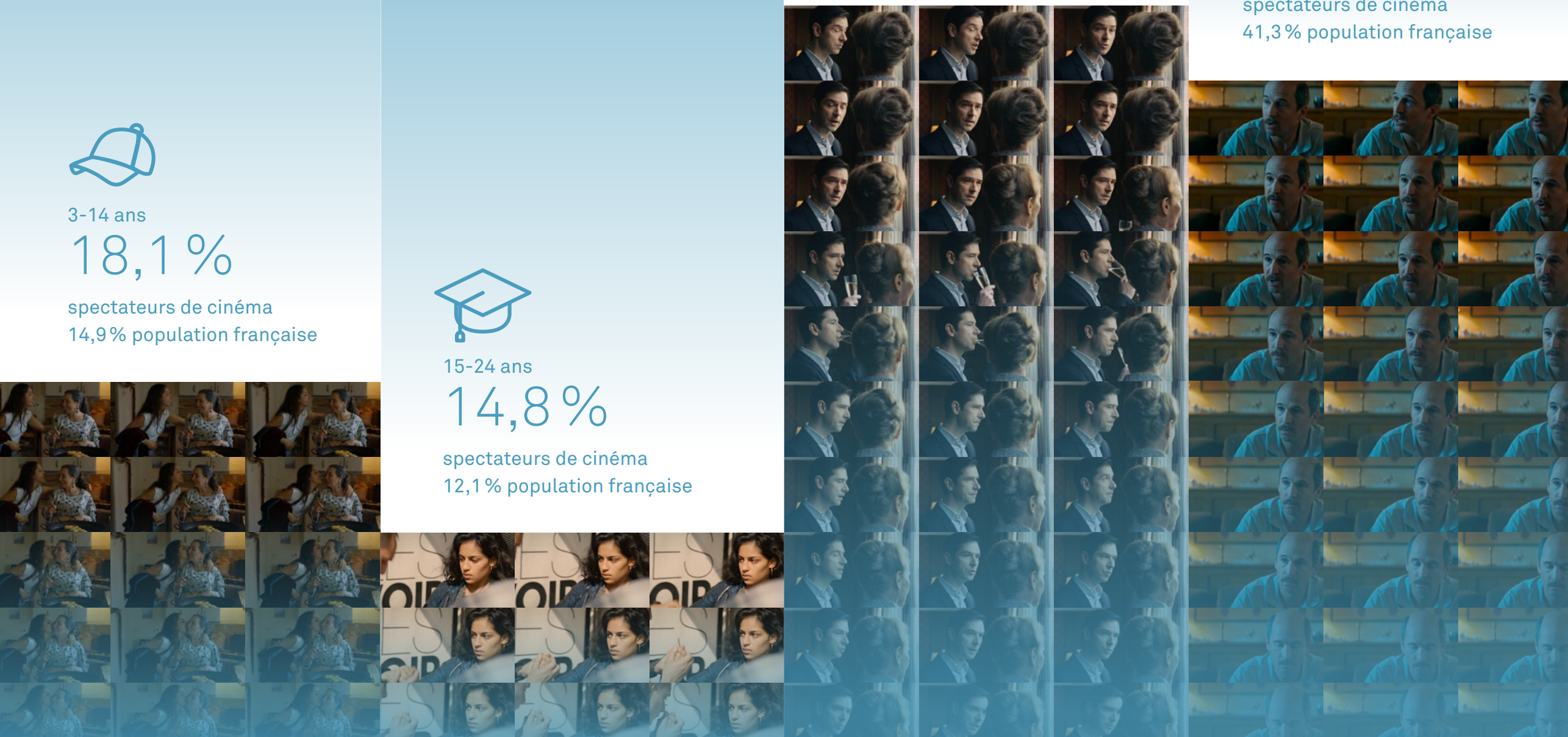
35,0 %

spectateurs de cinéma
31,7 % population française

50 ans et plus

32,1 %

spectateurs de cinéma
41,3 % population française



2.3 Le public du cinéma

Remarques méthodologiques
Depuis 2016, l'institut Vertigo réalise l'enquête *CinExpert*, un dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et Canal+ régie. Le dispositif s'appuie sur deux études complémentaires : une étude hebdomadaire réalisée en ligne auprès d'environ 2 000 spectateurs 7 derniers jours âgés de 3 ans et plus, tout au long de l'année, pour qualifier chaque semaine le profil du public du cinéma et des films et une étude annuelle de cadrage réalisée par téléphone permettant de connaître la pénétration du média cinéma, la structure du public et les habitudes de fréquentation cinéma du public de l'année précédente. Pour fournir ces informations une étude indépendante et dédiée est réalisée par téléphone (CATI) auprès de 5 000 individus âgés de 3 ans et plus chaque année, pendant les mois de janvier et de février et porte sur la fréquentation de l'année précédente.

Le public des salles de cinéma en 2019

Définitions
La population cinématographique comprend l'ensemble des individus âgés de trois ans et plus étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année.
Le taux de pénétration du cinéma pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :
- population cinématographique de ce groupe / population totale de ce groupe.
La part d'un groupe d'individus dans la structure du public est le résultat de l'opération :
- individus concernés / population cinématographique totale.
La part d'un groupe d'individus dans la structure des entrées est le résultat de l'opération :
- entrées réalisées par les individus concernés / total des entrées.
Le nombre moyen d'entrées pour un groupe d'individus correspond au nombre moyen d'entrées annuelles d'un individu de la population cinématographique de ce groupe. Les spectateurs assidus vont au cinéma au moins une fois par semaine, les spectateurs réguliers y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les occasionnels au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les habitués du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

Le plus important nombre de spectateurs en 2019
Portée par une offre riche en films à succès, l'année 2019 compte davantage de spectateurs qu'en 2018. 43,3 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (41,0 millions en 2018), soit le nombre le plus élevé des cinq dernières années. La population cinématographique compte 2,286 millions d'individus de plus qu'en 2018 (+5,6 %). La population cinématographique représente 68,8 % de la population totale des 3 ans et plus en 2019, contre 65,3 % en 2018. Plus des deux tiers des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2019. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 4,9 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2019, un nombre stable pour la troisième année consécutive.

Plus des deux tiers des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2019.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées moyennes par spectateur
2015	61,5	42,4	68,9	4,8
2016	62,7	42,5	67,8	5,0
2017	62,9	42,6	67,7	4,9
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,3	68,8	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Un public féminin plus important, mais des entrées majoritairement masculines

En 2019, les femmes constituent 51,7 % de la population française âgée de 3 ans et plus et représentent 52,1 % des spectateurs (51,9 % en 2018). Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes progresse davantage (+6,2 % en 2019) que le nombre d'hommes (+4,9 %). En 2019, 69,4 % des femmes sont allés au moins une fois au cinéma au cours de l'année (65,5 % en 2018), contre 68,3 % des hommes (65,1 % en 2018).
Toutefois, en 2019, les hommes génèrent davantage d'entrées en salles (52,1 %) que les femmes (47,9 %). Le nombre d'entrées généré par les hommes progresse de 12,4 % entre 2018 et 2019, quand celui des femmes est stable (-0,4 %). En 2019, les spectateurs sont allés en moyenne 5,4 fois au cinéma dans l'année, contre 4,5 fois pour les spectatrices.

Fréquentation selon le genre en 2019

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
hommes	48,3	68,3	47,9	52,1	5,4
femmes	51,7	69,4	52,1	47,9	4,5
ensemble	100,0	68,8	100,0	100,0	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les seniors génèrent 38,1 % des entrées en salles en 2019.

Progression de la part des 25-49 ans dans la population cinématographique

Les plus de 35 ans représentent plus de la moitié de la population cinématographique (54,5 % en 2019, 54,1 % en 2018). En 2019, ils génèrent 56,8 % des entrées (60,3 % en 2018), soit 5,1 entrées par spectateur en moyenne. La part des seniors (50 ans et plus) dans la population cinématographique se réduit légèrement à 32,1 % en 2019 (32,8 % en 2018), alors que leur poids dans la population totale de référence gagne 0,4 point à 41,3 % en 2019. Le nombre de spectateurs de plus de 50 ans augmente de 3,2 % entre 2018 et 2019 et le nombre moyen annuel d'entrées par senior atteint 5,9. Les seniors génèrent 38,7 % des entrées en salles en 2019 (-5,4 points par rapport à 2018), dont 19,4 % sont assurées par les femmes.
La pénétration du cinéma progresse chez les 25-49 ans. Elle passe de 69,5 % en 2018 à 76,0 % en 2019. Le nombre de spectateurs de 25 à 49 ans est en hausse (+8,4 %) entre 2018 et 2019. Leur part au sein du public s'élève à 35,0 % (34,1 % en 2018). Les 25-49 ans génèrent 32,1 % des entrées en 2019 (26,5 % en 2018), soit une moyenne de 4,5 entrées annuelles par spectateur.

Le nombre de moins de 25 ans progresse de 5,0 % en 2019

La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma est relativement stable en 2019. Ils représentent 32,9 % des spectateurs, contre 33,1 % en 2018 mais leur nombre progresse de 5,0 %. Ils sont 14,2 millions à s'être rendus au cinéma (13,6 millions en 2018).
Les moins de 25 ans sont à l'origine de 29,2 % des entrées (29,5 % en 2018). En termes de pénétration, le cinéma touche toujours plus les jeunes : 83,8 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2019 (79,7 % en 2018). La pénétration demeure importante chez les 15-24 ans (83,9 %, contre 83,0 % en 2018) et augmente chez les 3-14 ans (83,7 %, contre 77,1 % en 2018). Elle s'avère particulièrement élevée pour les garçons âgés de 11 à 19 ans (plus de 89 % d'entre eux sont allées au cinéma en 2019).
Les différences de rythme de fréquentation demeurent en 2019 selon les tranches d'âge. Le seuil de 6 entrées annuelles n'est plus atteint par les 15-19 ans (5,1) et les 20-24 ans (4,9). Seuls les 60 ans ou plus dépassent ce seuil pour atteindre 6,4 entrées en moyenne en 2019.
5,5 entrées en moyenne sont enregistrées par les 25-34 ans en 2019, soit le nombre moyen d'entrées le plus élevé pour cette tranche d'âge.

680 900 spectateurs âgés de 3 à 25 ans en plus en 2019.

La part des moins de 14 ans progresse en 2019

Au global, le nombre de moins de 14 ans à être allés au cinéma progresse (+8,2 % en 2019) pour atteindre 7,8 millions. 83,7 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2019 (77,1 % en 2018). La hausse du nombre de spectateurs sur cette tranche d'âge est principalement le fait des 3-10 ans avec 532 600 spectateurs de plus qu'en 2018, alors que le nombre de 11-14 ans progresse de 63 200 spectateurs.

Plus de 83 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2019.

La part dans le public du cinéma des moins de 14 ans s'établit à 18,1 % en 2019 (17,7 % en 2018) et la proportion des entrées qu'ils réalisent à 14,1 % (15,2 % en 2018). Les moins de 14 ans se sont rendus 3,8 fois dans les salles en 2019.

Fréquentation selon l'âge en 2019

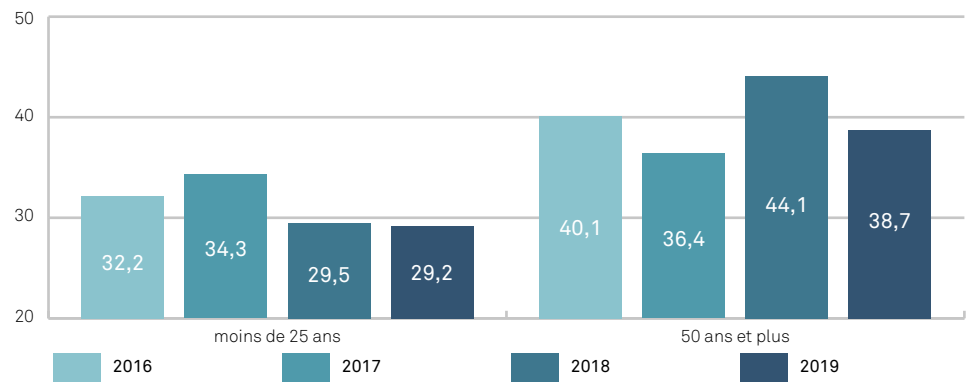
	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,8	81,5	11,6	9,1	3,9
11-14 ans	5,1	88,1	6,5	5,0	3,8
15-19 ans	6,3	87,9	8,1	8,4	5,1
20-24 ans	5,8	79,6	6,7	6,7	4,9
25-34 ans	12,0	72,6	12,6	14,0	5,5
35-49 ans	19,8	78,0	22,4	18,1	4,0
50-59 ans	13,5	63,1	12,4	13,2	5,3
60 ans et plus	27,7	48,8	19,7	25,5	6,4
ensemble	100,0	68,8	100,0	100,0	4,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Davantage d'entrées réalisées par les seniors

La part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma se réduit très légèrement de 0,7 point et celle des moins de 25 ans perd 0,2 point. La part des seniors (32,1 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (32,9 %) dans le public du cinéma en 2019. En revanche, les seniors réalisent 38,7 % des entrées en salles en 2019, tandis que les jeunes n'en réalisent que 29,2 %.

Parts des jeunes et des seniors dans les entrées (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Plus de 80 % des CSP+ sont allés au moins une fois au cinéma en 2019

En termes d'activité professionnelle, la population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec une pénétration élevée (80,9 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2019, contre 77,8 % en 2018). Cela touche plus particulièrement les CSP+ femmes qui sont 82,9 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2019 (79,2 % des CSP+ hommes). Le nombre moyen d'entrées par CSP+ s'établit à 5,0 en 2019.
En 2019, la pratique cinématographique progresse dans les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) : 66,5 % des CSP- fréquentent les salles de cinéma, contre 62,2 % en 2018. Ils vont au cinéma en moyenne 3,7 fois dans l'année.
Les CSP- génèrent 17,2 % de la fréquentation en 2019 (12,7 % en 2018) et la population cinématographique des CSP- est en hausse de 5,8 % entre 2018 et 2019.

Hausse importante du nombre de spectateurs retraités en 2019 (+31,6 %).

Le taux de pénétration du cinéma chez les inactifs progresse également en 2019 : 64,7 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma (63,4 % des femmes et 66,2 % des hommes), contre 61,4 % en 2018. La pénétration du cinéma chez les retraités est en hausse en 2019. Ils sont 49,6 % à fréquenter les salles de cinéma (47,0 % en 2018). Entre 2018 et 2019, le nombre de retraités spectateurs de cinéma progresse (+31,6 %). Le taux de pénétration du cinéma chez les élèves et étudiants s'établit à 85,3 % en 2019, contre 80,3 % en 2018. Par rapport à 2018, le nombre de spectateurs élèves et étudiants augmente de 3,4 %.

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2019

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	**23,0**	**80,9**	**27,1**	**27,8**	**5,0**
chefs d'entreprises, cadres…	8,3	84,8	10,2	10,7	5,2
professions intermédiaires	11,8	80,9	13,9	14,6	5,2
artisans, commerçants	2,9	69,8	3,0	2,4	4,1
CSP -	**24,0**	**66,5**	**23,1**	**17,2**	**3,7**
employés	13,1	72,3	13,8	7,7	2,8
ouvriers	10,1	59,7	8,8	9,2	5,1
agriculteurs	0,7	52,6	0,5	0,4	3,4
inactifs	**53,0**	**64,7**	**49,8**	**55,0**	**5,4**
retraités	29,5	49,6	21,2	29,2	6,8
élèves, étudiants	21,7	85,3	26,9	24,9	4,5
autres inactifs (chômeurs,…)	1,8	63,5	1,6	0,9	2,7
ensemble	**100,0**	**68,8**	**100,0**	**100,0**	**4,9**

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Progression importante de la pénétration du cinéma dans les petites unités urbaines (+4,9 points)

La pénétration du cinéma est en hausse dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (+3,4 points entre 2018 et 2019) et davantage encore dans les zones rurales (+6,0 points).
En effectif, la population cinématographique de ces zones progresse à 17,2 millions de spectateurs (+7,8 % entre 2018 et 2019).
Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants concentrent 39,8 % du public (39,0 % en 2018) et 32,2 % des entrées en 2019 (33,8 % en 2018). Le nombre moyen d'entrées s'établit à 4,0 entrées par spectateur de ces zones en 2019.

Paris et les unités urbaines de plus de 100 000 habitants ne concentrent pas la majorité des spectateurs. Ces unités urbaines rassemblent 47,8 % des spectateurs en 2019, contre 48,2 % en 2018. Elles captent toutefois la plus grande part des entrées (57,2 % en 2019, contre 53,9 % en 2018). Le nombre de spectateurs des grandes agglomérations (Paris compris) progresse de 906 585 spectateurs entre 2018 et 2019 (+4,6 %).

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2019

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	22,4	67,5	22,0	15,4	3,4
unités urbaines < 20 000 hab.	17,5	69,8	17,8	16,9	4,7
unités urbaines de 20 000 à 50 000 hab.	6,4	65,3	6,0	4,8	3,9
unités urbaines de 50 000 à 100 000 hab.	7,0	63,1	6,5	5,7	4,4
unités urbaines > 100 000 hab.	30,0	67,7	29,5	29,3	4,9
unité urbaine de Paris	16,7	75,5	18,3	27,9	7,5
ensemble	**100,0**	**68,8**	**100,0**	**100,0**	**4,9**

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Diminution des entrées générées par les spectateurs occasionnels

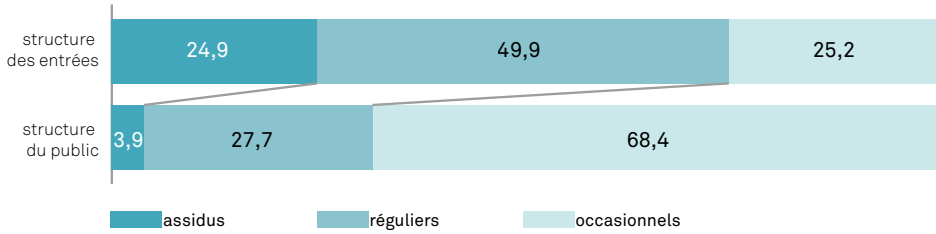
En 2019, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 4,8 % pour atteindre 29,6 millions. Les occasionnels composent ainsi 68,4 % du public en 2019, contre 69,0 % en 2018. Ils génèrent 25,2 % de la fréquentation des salles en 2019 (53,7 millions d'entrées), soit la plus faible part des quatre dernières années.
La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?* (48,3 % des entrées réalisées par les occasionnels), *le Roi Lion* (48,1 %) ou *la Reine des neiges 2* (45,3 %).
Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la fréquentation. Ils génèrent 74,8 % des entrées totales de l'année (+9,7 points par rapport à 2018), soit 159,3 millions d'entrées. Par rapport à 2018, la population cinématographique compte plus de spectateurs assidus (+0,40 million d'individus) et plus de spectateurs réguliers (+0,54 million d'individus). Les spectateurs habitués composent ainsi 31,6 % du public des salles de cinéma en 2019, contre 31,0 % en 2018.

Habitudes du public du cinéma

	2015	2016	2017	2018	2019
structure du public (%)					
habitués	38,1	35,2	35,0	31,0	31,6
assidus	5,0	4,2	3,8	3,1	3,9
réguliers	33,2	31,0	31,2	27,9	27,7
occasionnels	61,9	64,8	65,0	69,0	68,4
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)					
habitués	nd	67,1	67,0	65,1	74,8
assidus	nd	23,0	22,2	22,5	24,9
réguliers	nd	44,1	44,8	42,6	49,9
occasionnels	nd	32,9	33,0	34,9	25,2
ensemble	nd	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2019 (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les entrées générées par les habitués progressent en 2019 pour composer 74,8 % de la fréquentation et 31,6 % du public de l'année.

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont liées aux critères sociodémographiques. En 2019, 41,2 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (27,9 % pour les occasionnels), 52,2 % sont des inactifs (48,7 % pour les occasionnels) et 53,7 % habitent Paris ou des agglomérations de plus de 100 000 habitants (45,0 % pour les occasionnels).

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2019 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
hommes	48,2	47,7	47,9
femmes	51,8	52,3	52,1
âge			
3-14 ans	11,6	21,1	18,1
15-24 ans	17,3	13,6	14,8
25-49 ans	29,9	37,4	35,0
50 ans et plus	41,2	27,9	32,1
activité professionnelle			
CSP+	27,4	26,9	27,1
CSP-	20,4	24,4	23,1
inactifs	52,2	48,7	49,8
habitat			
zones rurales	17,7	24,0	22,0
agglo. <20 000 hab.	16,0	18,6	17,8
agglo. de 20 000 à 50 000 hab.	5,1	6,5	6,0
agglo. de 50 000 à 100 000 hab.	7,4	6,0	6,5
agglo. >100 000 hab.	29,6	29,4	29,5
agglo. de Paris	24,2	15,6	18,3

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur le profil du public des salles de cinéma
- l'étude *Le public du cinéma en 2018*

Le public des films en 2019

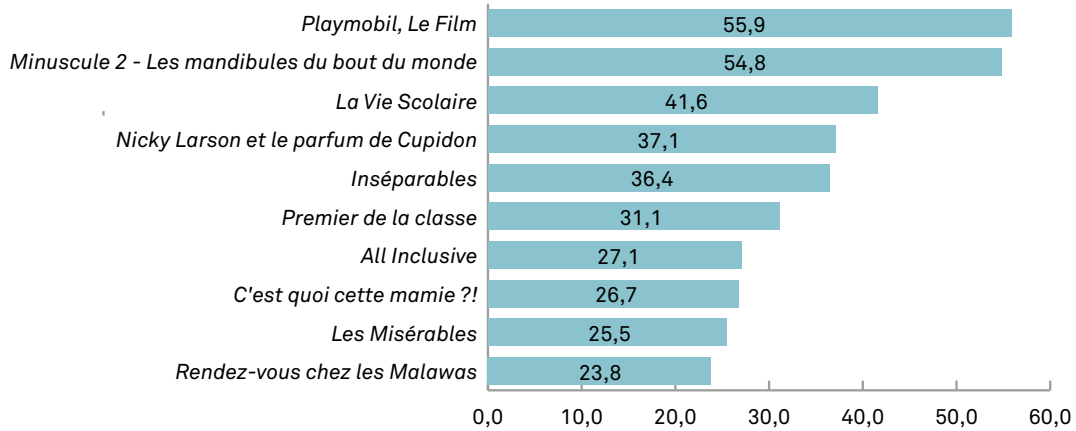
Les assidus ont une appétence plus grande pour les films français

Les films français sont particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) en 2019. La part de cette population dans le public des films français est supérieure de 27,4 points à sa part dans le public de l'ensemble des films. En 2019, le public des films français se compose à 61,3 % de seniors (+11,4 points par rapport à 2018). Les moins de 25 ans sont sous-représentés au sein du public des films français. Ils composent seulement 18,7 % du public des films nationaux, contre 38,8 % de celui de l'ensemble des films. Néanmoins, certains films français ont eu un réel impact sur la composante la plus jeune de cette tranche d'âge, c'est le cas notamment de *Playmobil, Le Film* (55,9 % de moins de 25 ans), *Minuscule 2 – Les Mandibules du bout du monde* (54,8 %) ou encore *la Vie scolaire* (41,6 %).

En 2019, plus de 60 % du public des films français a 50 ans et plus.

Les assidus sont plus friands de films français. En 2019, ils représentent 25,1 % des spectateurs de ces films, contre 20,5 % du public tous films confondus. Des films tels que *Alice et le Maire* ou *Deux moi* rassemblent de nombreux spectateurs (plus de 650 000 entrées) et une forte proportion d'assidus (respectivement 36,3 % et 36,0 %).

Films français enregistrant une part importante de moins de 25 ans en 2019 (%)



Base : Films français sortis en salles en 2019 dans 50 établissements en première semaine ou plus et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le cinéma américain porté par les films d'animation et les films de genre

Le public des films américains est jeune. 46,5 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans, contre 38,8 % pour l'ensemble des films. Ceci s'explique notamment par la sortie en salles en 2019 de 14 films d'animation, mais aussi de 15 films d'horreur, genre prisé des jeunes : *Angry Birds : copains comme cochons* (67,6 % de 3-24 ans), *Happy Birthdead 2 You* (62,7 %), ou encore *les Incognitos* (61,5 %). Les seniors (23,4 %) et les spectateurs assidus (17,5 %) sont moins représentés dans le public du cinéma d'Outre-Atlantique, en raison, notamment, des principaux genres de films produits (animation, aventures, science-fiction, horreur) qui attirent moins ces catégories de population.

Public des films selon la nationalité en 2019 (%)

	films français	films américains	films européens[1]	autres films	tous films
genre					
hommes	45,0	49,8	46,4	52,6	**48,5**
femmes	55,0	50,2	53,6	47,4	**51,5**
âge					
enfants (3-14 ans)	6,7	23,3	21,8	7,7	**18,9**
jeunes (15-24 ans)	12,0	23,1	14,8	16,1	**19,9**
adultes (25-49 ans)	20,0	30,2	24,0	26,8	**27,3**
seniors (50 ans et plus)	61,3	23,4	39,5	49,4	**33,9**
activité professionnelle					
CSP+	30,6	27,9	29,5	39,8	**28,8**
CSP-	17,1	17,8	14,3	12,5	**17,4**
inactifs	52,3	54,3	56,2	47,6	**53,8**
habitat					
région parisienne	24,8	22,4	29,2	39,0	**23,6**
autres régions	75,2	77,6	70,8	61,0	**76,4**
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	25,1	17,5	30,1	33,5	**20,5**
réguliers	46,2	45,3	44,2	47,2	**45,5**
occasionnels	28,6	37,3	25,7	19,3	**34,0**

[1] Europe au sens continental, hors France.
Base : échantillon de 349 films en 2019 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

En 2019, 46,5 % des spectateurs de films américains ont moins de 25 ans.

Forte part de spectateurs occasionnels dans le public des films d'animation

Parmi les principaux genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les enfants constituent 42,6 % du public de ces films, contre 18,9 % de celui de l'ensemble des films. Pour des films tels que *Vic le Viking* ou *Angry Birds : copains comme cochons*, les 3-14 ans représentent plus de 59 % des spectateurs. Au sein du public des films d'animation, les spectateurs résidant en régions sont sur-représentés (80,4 % en 2019, contre 76,4 % tous genres confondus). 42,9 % des spectateurs de films d'animation sont des occasionnels, contre 34,0 % de ceux de l'ensemble des films. Les réguliers composent également 42,9 % du public de ces films (45,5 % tous genres confondus) et les assidus 14,2 % (20,5 % tous genres confondus).

Un public de seniors pour les films documentaires

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée. L'analyse du public des films documentaires met en évidence une réelle segmentation par rapport aux autres genres. Elle fait apparaître une forte population de seniors (55,9 % du public, contre 33,9 % tous films confondus) et de Parisiens (27,4 %, contre 23,6 % tous films). En 2019, la part des spectateurs assidus dans le public des films documentaires est supérieure (35,0 %) à celle tous films confondus (20,5 %). Les occasionnels composent 19,3 % du public des films documentaires (34,0 % tous films confondus).

Public des films selon le genre en 2019 (%)

	films d'animation	films documentaires	films de fiction	*dont comédies*	tous films
genre					
hommes	44,3	52,2	49,7	*43,4*	**48,5**
femmes	55,7	47,8	50,3	*56,6*	**51,5**
âge					
enfants (3-14 ans)	42,6	7,9	12,1	*5,9*	**18,9**
jeunes (15-24 ans)	14,8	12,6	21,4	*13,7*	**19,9**
adultes (25-49 ans)	27,8	23,6	27,2	*21,7*	**27,3**
seniors (50 ans et plus)	14,7	55,9	39,3	*58,6*	**33,9**
activité professionnelle					
CSP+	20,3	44,3	31,2	*29,4*	**28,8**
CSP-	15,1	13,5	18,1	*18,7*	**17,4**
inactifs	64,6	42,2	50,8	*51,9*	**53,8**
habitat					
région parisienne	19,6	27,4	24,4	*22,8*	**23,6**
autres régions	80,4	72,6	75,6	*77,2*	**76,4**
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	14,2	35,0	21,6	*21,9*	**20,5**
réguliers	42,9	45,7	46,0	*45,8*	**45,5**
occasionnels	42,9	19,3	32,4	*32,3*	**34,0**

Base : échantillon de 349 films en 2019 dont la combinaison de sortie excède 50 établisements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Un public d'assidus, d'urbains et de seniors pour les films recommandés Art et Essai

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie est généralement limitée.
En 2019, le public des films recommandés Art et Essai se compose à 53,2 % de seniors, à 35,0 % de CSP+, à 30,1 % d'habitants de Paris et sa région et à 29,4 % d'assidus.

À l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et habite davantage en régions.

Les assidus plébiscitent notamment certains films recommandés Art et Essai réalisés par des auteurs reconnus. C'est le cas de *Portrait de la jeune fille en feu* de Céline Sciamma (50,0 % d'assidus), *Celle que vous croyez* de Safy Nebbou (49,2 %) ou *Brooklyn Affairs* d'Edward Norton (48,6 %). Parmi les 171 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2019, douze seulement présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2019 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
hommes	48,5	48,5	**48,5**
femmes	51,5	51,5	**51,5**
âge			
enfants (3-14 ans)	8,6	21,4	**18,9**
jeunes (15-24 ans)	15,0	21,1	**19,9**
adultes (25-49 ans)	23,2	28,4	**27,3**
seniors (50 ans et plus)	53,2	29,1	**33,9**
activité professionnelle			
CSP+	35,0	27,2	**28,8**
CSP-	15,0	18,0	**17,4**
inactifs	50,0	54,8	**53,8**
habitat			
région parisienne	30,1	21,8	**23,6**
autres régions	69,9	78,2	**76,4**
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	29,4	17,9	**20,5**
réguliers	47,6	44,9	**45,5**
occasionnels	23,1	37,2	**34,0**

Base : échantillon de 349 films en 2019 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le succès d'un film toujours porté par les occasionnels

De façon corrélée, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film varient en fonction de sa performance d'entrées. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante (44,6 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2019). A l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public (44,9 % pour les films à plus de quatre millions d'entrées en 2019). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille. L'analyse par film révèle pourtant que la progression de la part des occasionnels n'est pas systématiquement corrélée au nombre d'entrées. Ainsi, certains films rencontrant un large succès en 2019, tels que *Nous finirons ensemble*, *Captain Marvel* ou *Once Upon a Time in Hollywood* (plus de 2,6 millions d'entrées chacun), attirent moins d'occasionnels que la moyenne des films (34,0 % en 2019), avec respectivement 33,4 %, 28,2 % et 22,7 % d'occasionnels. Le succès de ces films repose davantage sur un public de réguliers (entre 47,7 % et 54,4 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (10,0 % d'enfants pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2019, 24,2 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées), inactif (48,4 % d'inactifs pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 55,6 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées) et réside en régions (64,9 % de personnes résidant en régions pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 80,1 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées).

Public des films selon le nombre d'entrées en 2019 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions à 4 millions	plus de 4 millions	tous films
genre							
hommes	48,4	48,0	49,2	48,8	49,1	47,7	**48,5**
femmes	51,6	52,0	50,8	51,2	50,9	52,3	**51,5**
âge							
enfants (3-14 ans)	10,0	7,9	12,5	15,4	23,9	24,2	**18,9**
jeunes (15-24 ans)	14,0	15,8	15,9	19,6	21,3	22,5	**19,9**
adultes (25-49 ans)	23,3	22,9	24,2	25,7	29,5	29,7	**27,3**
seniors (50 ans et plus)	52,6	53,4	47,4	39,3	25,2	23,6	**33,9**
activité professionnelle							
CSP+	36,1	33,1	31,0	29,1	28,1	26,1	**28,8**
CSP-	15,5	15,9	17,2	17,3	17,2	18,3	**17,4**
inactifs	48,4	51,0	51,8	53,6	54,7	55,6	**53,8**
habitat							
région parisienne	35,1	31,2	25,3	23,0	22,4	19,9	**23,6**
autres régions	64,9	68,8	74,7	77,0	77,6	80,1	**76,4**
habitudes de fréquentation cinéma							
assidus	44,6	34,6	24,4	20,0	17,8	12,5	**20,5**
réguliers	41,4	45,3	47,2	47,8	47,0	42,5	**45,5**
occasionnels	14,0	20,2	28,4	32,2	35,2	44,9	**34,0**

Base : échantillon de 349 films en 2019 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune : 46,8 % du public des films à plus de 4 millions d'entrées à moins de 25 ans.

Les films diffusés en 3D attirent un public plus jeune et plus masculin

Parmi les 349 films de l'échantillon de 2019, 22 ont été diffusés en salles, exclusivement ou non, en 3D. L'analyse permet de comparer la structure du public de ces films par rapport à l'ensemble des films.
Le public des films diffusés en 3D au cinéma présente des caractéristiques particulières. En 2019, il se compose à 52,5 % d'hommes (48,5 % tous films confondus), à 51,6 % de moins de 25 ans (38,8 % tous films) et à 49,0 % de spectateurs réguliers (45,5 % tous films).

Public des films projetés en 3D en 2019 (%)

	films en 3D	tous films
genre		
hommes	52,5	**48,5**
femmes	47,5	**51,5**
âge		
enfants (3-14 ans)	26,7	**18,9**
jeunes (15-24 ans)	24,9	**19,9**
adultes (25-49 ans)	29,5	**27,3**
seniors (50 ans et plus)	18,9	**33,9**
activité professionnelle		
CSP+	28,2	**28,8**
CSP-	17,3	**17,4**
inactifs	54,5	**53,8**
habitat		
région parisienne	22,7	**23,6**
autres régions	77,3	**76,4**
habitudes de fréquentation cinéma		
assidus	21,7	**20,5**
réguliers	49,0	**45,5**
occasionnels	29,3	**34,0**

Base : échantillon de 22 films en 2019 ayant été diffusés en salles en 3D dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur le public des films

En 2019 :

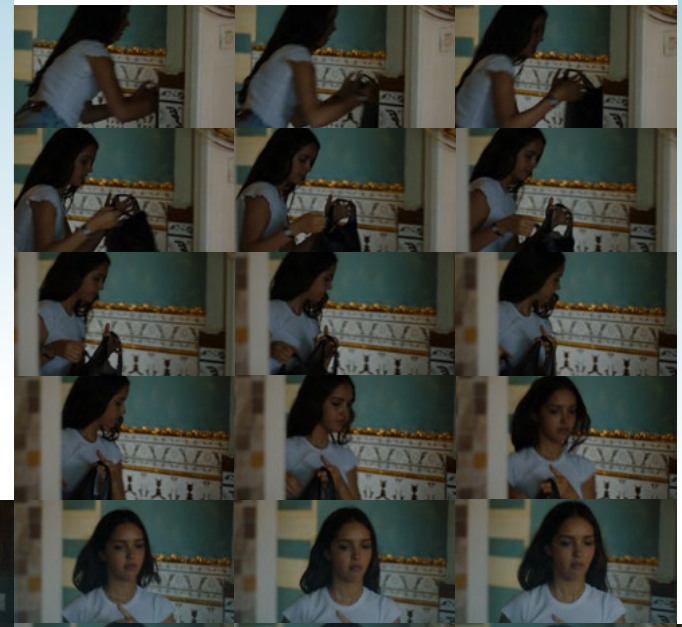
2 045 établissements actifs
(+5 établissements par rapport à 2018) dont :

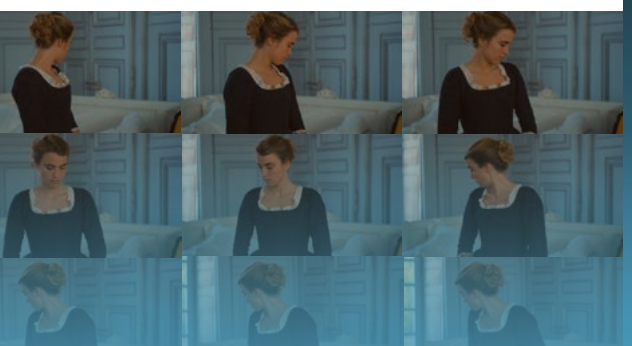
6 114
écrans actifs
(+131 écrans par rapport à 2018)

1 134
établissements
mono-écran (55,5 %
des établissements)

679
établissements
de 2 à 7 salles
(33,2 % des établissements)

232
multiplexes (11,3 %
des établissements),
60,2 % des entrées





2.4 L'exploitation

Définition d'une salle active
Afin de mesurer l'évolution de l'activité des salles de cinéma sur le territoire, le CNC recense le nombre annuel de salles actives, c'est-à-dire celles qui effectuent, au cours de l'année, au moins une projection ayant donné lieu à une déclaration de recettes. Cette déclaration est effectuée auprès du CNC par les exploitants de salles. Elle fait foi pour le contrôle des recettes, le calcul de la TSA et celui du soutien automatique. C'est à partir de ces déclarations que sont produites l'ensemble des statistiques de l'exploitation des films en salles.

Les exploitants sont tenus d'effectuer une déclaration de recettes pour chaque semaine, chaque écran et chaque film. Ils y inscrivent notamment le titre du film diffusé au cours de la semaine cinématographique écoulée, le nombre de séances programmées, les entrées et la recette réalisées.

Le parc cinématographique

Plus de 6 000 salles actives
6 114 salles sont actives en France métropolitaine en 2019, soit 131 de plus qu'en 2018 (+2,2 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 203 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de 72 écrans. L'expansion du parc de multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) explique en partie les ouvertures de salles.
En 2019, 41,9 % des nouveaux écrans se situent dans ce type d'établissements (59,3 % des nouveaux écrans de 2018), contre 31,0 % dans des cinémas de 4 à 7 écrans (21,2 % en 2018) et 27,1 % dans des établissements de 1 à 3 écrans (19,5 % en 2018).
L'ouverture de multiplexes fait parfois suite à la fermeture de cinémas de plus petites tailles détenus par le même exploitant. À Dieppe (76), c'est un établissement de 4 salles qui laisse la place à un multiplexe de 8 salles. Un cinéma de 18 écrans remplace un établissement de 7 salles à Vélizy-Villacoublay (78).
Parmi les 203 écrans ouverts en 2019, 35 résultent de l'extension de cinémas préexistants (32 sur 118 en 2018). Depuis 2013, les extensions d'établissements préexistants concernent 25 écrans ou plus chaque année (30 écrans par an en moyenne sur la période 2013-2019) alors que ce chiffre ne dépassait pas 12 entre 2010 et 2012 (11 écrans par an en moyenne sur la période).
Parmi les 6 114 écrans actifs en 2019 figurent 108 circuits itinérants (104 en 2018).

Parc cinématographique français [1]

	établissements	écrans	fauteuils	nombre moyen de fauteuils par établ.	nombre moyen de fauteuils par écran
2010	2 050	5 468	1 048 291	511	192
2011	2 034	5 468	1 047 166	515	192
2012	2 035	5 508	1 053 643	518	191
2013	2 027	5 589	1 065 929	526	191
2014	2 020	5 647	1 071 305	530	190
2015	2 033	5 741	1 094 883	539	191
2016	2 044	5 842	1 099 471	538	188
2017	2 046	5 913	1 118 916	547	189
2018	2 040	5 983	1 126 162	552	188
2019	2 045	6 114	1 140 999	558	187
évol. 19/18	*+0,2%*	*+2,2%*	*+1,3%*	*+1,1%*	*-0,9%*

[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

2 045 établissements cinématographiques

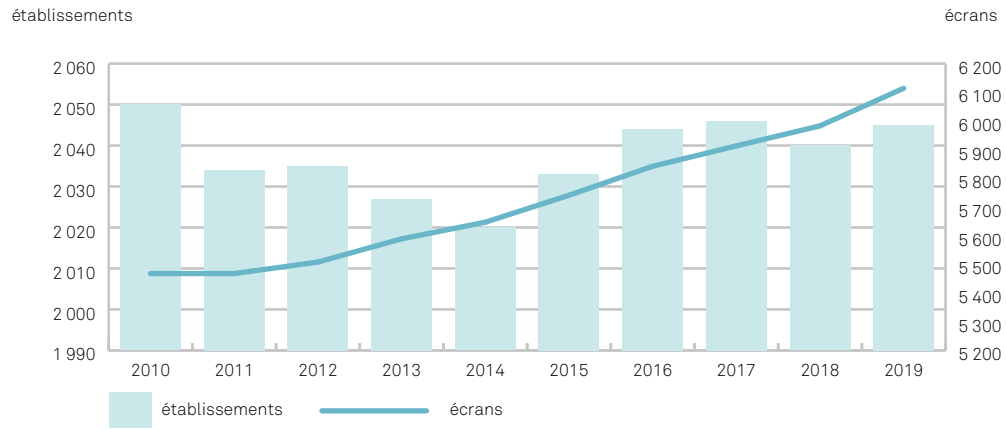
En 2019, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2 045, soit cinq de plus qu'en 2018. 42 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 37 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement.
En 2019, un cinéma de sept salles, un de cinq salles, trois de quatre salles, quatre de trois salles, sept de deux salles et 21 mono-écrans ferment, provisoirement ou définitivement.
38,1 % des établissements ouverts en 2019 comptent un écran (16 établissements). Six comptent huit écrans ou plus. Ouvrent également en 2019, un cinéma de deux écrans, neuf de trois écrans, cinq de quatre écrans, quatre de six écrans et un de sept écrans.

2 045 établissements (+5 par rapport à 2018) et 6 114 écrans (+131 par rapport à 2018) actifs en 2019.

33 établissements dans les DROM

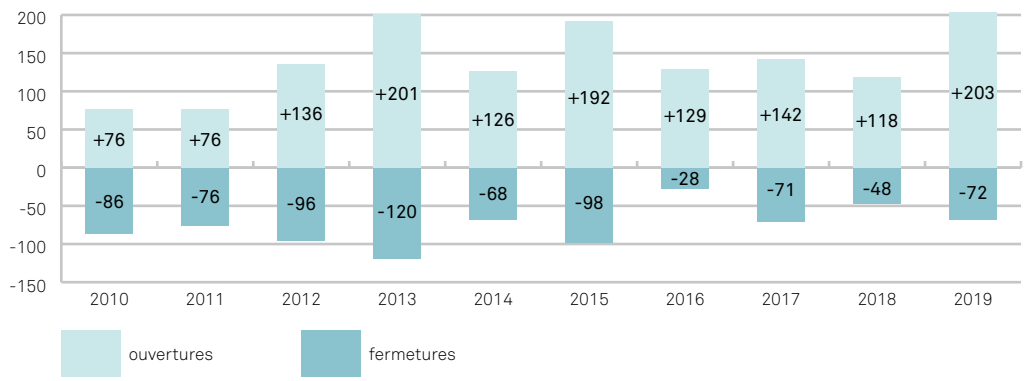
En 2019, 33 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer dont quatre multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Ils regroupent 83 écrans. La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec 18 cinémas dont deux multiplexes et 40 écrans, devant la Guadeloupe (sept établissements dont un multiplexe et 20 écrans), la Guyane (quatre cinémas et 10 écrans), la Martinique (trois cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant et 12 écrans) et Mayotte (un cinéma mono-écran).

Évolution du nombre d'établissements et d'écrans actifs[1]



[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

Évolution des ouvertures et fermetures d'écrans[1]



[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

82 établissements à Paris

En 2019, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 411, contre 417 en 2018. La capitale compte trois établissements de moins en 2019 par rapport à 2018. Le Gaumont Opéra français (cinq salles) dans le 9e arrondissement et la Clef (deux salles) dans le 5e arrondissement ont fermé leurs portes en 2019. Par ailleurs, la Géode n'a diffusé aucun long métrage cinématographique en 2019.
Le parc parisien compte 82 établissements dont 13 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus).
Le VIIe arrondissement est le seul à ne pas abriter de cinéma depuis la fermeture de la Pagode en 2015. Le cinéma a été racheté en 2017 et pourrait rouvrir en 2020. Le VIe et le XIXe arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 49 écrans regroupés dans 15 établissements et 43 écrans regroupés dans cinq établissements.
La capitale dispose de 74 052 fauteuils cinématographiques en 2019. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 903 fauteuils en 2019 (819 en 2010, soit +10,2 % en 10 ans) et une salle en contient 180 (190 en 2010, soit -5,0 % en 10 ans). En dix ans, le parc parisien compte deux établissements de moins, 48 écrans de plus et 5 215 fauteuils supplémentaires.

Parc cinématographique parisien[1]

	établissements	écrans	fauteuils
2010	84	363	68 837
2011	83	364	68 949
2012	86	373	70 649
2013	88	401	75 790
2014	87	404	75 263
2015	85	389	72 528
2016	87	419	78 826
2017	84	406	74 939
2018	85	417	76 081
2019	82	411	74 052
évol. 19/18	*-2,4%*	*+13,2%*	*+7,6%*

[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC.

Hausse des entrées moyennes par établissement moins favorable aux multiplexes

Compte tenu de l'évolution de la fréquentation en 2019 (+5,9 % par rapport à 2018), le nombre moyen d'entrées par établissement progresse pour atteindre 104 168 entrées, soit +5,6 % par rapport à 2018. Il repasse la barre des 100 000 entrées et retrouve ainsi le niveau de 2017.
Le nombre moyen d'entrées par écran progresse moins rapidement à 34 842 entrées (+3,6 %).
En moyenne, un multiplexe enregistre 552 563 entrées en 2019 (535 188 en 2018, +3,2 %), soit une hausse moins importante que pour l'ensemble des établissements.

Nombre moyen d'entrées[1]

	par établissement	par écran
2010	101 025	37 875
2011	106 784	39 722
2012	100 041	36 962
2013	95 580	34 665
2014	103 504	37 025
2015	101 013	35 771
2016	104 308	36 495
2017	102 352	35 416
2018	98 634	33 631
2019	104 168	34 842
évol. 19/18	*+5,6%*	*+3,6%*

[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France Métropolitaine.

6,3 % des cinémas réalisent 450 000 entrées ou plus

Si 61,5 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 40 000 entrées en 2019, ils totalisent 24,1 % des écrans actifs, 25,8 % des fauteuils et 9,3 % des entrées. À l'inverse, les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 6,3 % des établissements, 27,3 % des écrans, 30,4 % des fauteuils et 45,5 % de la fréquentation globale. En moyenne, un cinéma réalisant 700 000 entrées ou plus enregistre 1 030 131 entrées en 2019 (+1,7 % par rapport à 2018), contre 15 761 entrées pour un cinéma avec un cumul annuel de moins de 40 000 entrées (+2,5 %). Dans un contexte de hausse de la fréquentation (+5,9 % par rapport à 2018), les établissements de 80 000 à 200 000 entrées enregistrent une baisse (-2,6 %). Les cinémas réalisant entre 450 000 et 700 000 entrées dégagent la plus forte hausse (+25,1 % pour un parc d'écrans en progression de 22,8 %). La fréquentation des cinémas cumulant moins de 40 000 entrées est stable entre 2018 et 2019 (+0,1 %).

En 2019, 6,3 % des cinémas concentrent 45,5 % des entrées (établissements réalisant 450 000 entrées ou plus).

Plus de 60 % des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2019, 232 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France dont six ont ouvert dans l'année. Le nombre de créations est égal à la moyenne des dix dernières années (six ouvertures en moyenne chaque année). 11,3 % des établissements français sont des multiplexes en 2019. Ces derniers regroupent 43,6 % des écrans et 45,5 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 60,2 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2019 (60,1 % en 2018). Au total, leur fréquentation progresse de 6,0 % par rapport à 2018 (+5,9 % pour l'ensemble des cinémas).
En moyenne, un multiplexe compte 11 écrans et 2 239 fauteuils en 2019.

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2019

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
EuropaCorp La Joliette	Les cinémas Pathé Gaumont !	Marseille	Marseille - Aix-en-Provence	mars 2019	14	2 080
UGC Ciné Cité Vélizy	UGC	Vélizy-Villacoublay	Paris	mars 2019	18	3 814
UGC Ciné cité Parly	UGC	Le Chesnay	Paris	juin 2019	12	2 200
Kinépolis	Kinepolis	Servon	Paris	sept. 2019	9	1 209
Operaims	Les Cinémas Reimois	Reims	Reims	sept. 2019	11	1 606
Cinémas Grand	Ciné Dieppe	Dieppe	Dieppe	nov. 2019	8	1 319

Source : CNC – France métropolitaine.

Établissements selon le nombre d'entrées[1]

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 40 000 entrées					
2017	1 283	1 497	302 033	19,46	15 171
2018	1 288	1 520	305 513	19,80	15 375
2019	1 257	1 471	294 165	19,81	15 761
évol. 19/18	*-2,4%*	*-3,2%*	*-3,7%*	*+0,0%*	*+2,5%*
poids dans le total 2019	**61,5%**	**24,1%**	**25,8%**	**9,3%**	
de 40 000 à 80 000 entrées					
2017	254	612	107 933	14,17	55 787
2018	249	615	109 641	13,93	55 935
2019	265	635	110 267	14,95	56 408
évol. 19/18	*+6,4%*	*+3,3%*	*+0,6%*	*+7,3%*	*+0,8%*
poids dans le total 2019	**13,0%**	**10,4%**	**9,7%**	**7,0%**	
de 80 000 à 200 000 entrées					
2017	222	958	150 641	28,05	126 347
2018	222	991	151 177	28,87	130 032
2019	218	949	145 524	28,12	128 979
évol. 19/18	*-1,8%*	*-4,2%*	*-3,7%*	*-2,6%*	*-0,8%*
poids dans le total 2019	**10,7%**	**15,5%**	**12,8%**	**13,2%**	
de 200 000 à 450 000 entrées					
2017	159	1 219	213 847	48,23	303 347
2018	166	1 357	242 708	51,32	309 152
2019	176	1 392	243 658	53,32	302 959
évol. 19/18	*+6,0%*	*+2,6%*	*+0,4%*	*+3,9%*	*-2,0%*
poids dans le total 2019	**8,6%**	**22,8%**	**21,4%**	**25,0%**	
de 450 000 à 700 000 entrées					
2017	71	796	163 241	39,33	553 989
2018	63	729	148 557	34,60	549 181
2019	77	895	175 790	43,26	561 795
évol. 19/18	*+22,2%*	*+22,8%*	*+18,3%*	*+25,0%*	*+2,3%*
poids dans le total 2019	**3,8%**	**14,6%**	**15,4%**	**20,3%**	
700 000 entrées et plus					
2017	57	831	181 221	60,16	1 055 510
2018	52	771	168 566	52,70	1 013 397
2019	52	772	171 595	53,57	1 030 131
évol. 19/18	-	*+0,1%*	*+1,8%*	*+1,7%*	*+1,7%*
poids dans le total 2019	**2,5%**	**12,6%**	**15,0%**	**25,1%**	

[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine..

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 134 établissements mono-écran en 2019 (18,5 % des écrans et 55,5 % des établissements). Ces salles totalisent 21,3 % des fauteuils et réalisent 8,5 % des entrées. Les 679 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,8 % des écrans et 33,2 % des fauteuils en 2019. Ils génèrent 31,3 % des entrées de l'année.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2019[1]

	établissements	écrans	fauteuils	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 134	1 134	243 239	8,5%	16 055
2 à 3 écrans	437	1 039	174 003	11,5%	56 000
4 à 5 écrans	146	652	100 994	9,4%	136 790
6 à 7 écrans	96	623	103 332	10,4%	231 022
8 à 11 écrans	124	1 151	207 485	22,2%	381 157
12 écrans et plus	108	1 515	311 946	38,0%	749 363
total	**2 045**	**6 114**	**1 140 999**	**100,0%**	**104 168**

[1] Données provisoires.
Source : CNC – France métropolitaine.

Résultats d'exploitation des multiplexes (8 écrans et plus)[1]

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
nombre					
2015	203	2 330	465 175	124,74	614 459
2016	209	2 405	478 754	127,23	608 778
2017	219	2 505	495 876	125,77	574 288
2018	226	2 582	505 840	120,95	535 188
2019	232	2 666	519 431	128,19	552 563
évol. 19/18	*+2,7%*	*+3,3%*	*+2,7%*	*+6,0%*	*+3,2%*
poids dans le total (%)					
2015	10,0	40,6	42,5	60,7	
2016	10,2	41,2	43,5	59,7	
2017	10,7	42,4	44,3	60,1	
2018	11,1	43,2	44,9	60,1	
2019	11,3	43,6	45,5	60,2	

[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

57,1 % des établissements équipés pour la projection numérique 3D

À fin décembre 2019, 1 167 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 57,1 % du parc total d'établissements cinématographiques (59,0 % à fin 2018). 19 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection en 2019 (18 en 2018).
17,8 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2019 sont des multiplexes (17,0 % en 2018) et 44,6 % sont des mono-écrans (comme en 2018). Si 89,7 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2019, ce taux d'équipement atteint 68,6 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 62,2 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 45,9 % pour les mono-écrans.
En termes de catégorie d'exploitation, 50,7 % des cinémas équipés d'au moins un projecteur numérique 3D réalisent moins de 40 000 entrées en 2019 (51,8 % en 2018). A l'inverse, 4,2 % des cinémas équipés cumulent 700 000 entrées ou plus (comme en 2018). 94,2 % des cinémas à 700 000 entrées ou plus disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2018, contre 47,1 % des établissements à moins de 40 000 entrées.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total (%)
2015	1 191	58,6
2016	1 211	59,2
2017	1 221	59,7
2018	1 203	59,0
2019	1 167	57,1
évol. 19/18	*-3,0%*	*-1,9pt*

Source : CNC – Cinégo – Manice – France métropolitaine.

104 établissements disposent d'au moins une salle *premium*

De nombreuses technologies se déploient aujourd'hui : projection laser, 4K, écrans enveloppants, très grands écrans, son 3D, fauteuils 4DX. Aujourd'hui, cinq technologies sont utilisées en France : ICE (Immersive Cinema Experience, technologie développée par CGR qui associe la projection Laser 4K, le son Dolby Atmos et la technologie LightVibes), IMAX (contraction de « image maximum », projection immersive qui vous conduit à oublier les limites de l'écran créée aux Etats-Unis en 1973), Dolby cinéma (utilise les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos, sentiment d'être au cœur de l'action avec des sons enveloppants), 4DX (créée en 2009 en Corée, association du mouvement des sièges et d'effets sensoriels), Screen X (système de projection «augmentée», l'image s'étend sur les murs latéraux pour entourer le spectateur à 270 degrés).
En 2019, 104 établissements disposent d'au moins une salle *premium*, soit 5,1 % des cinémas actifs en France. Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 43 établissements et 35 établissements équipés.

5,1 % des cinémas actifs en France disposent d'une salle *premium*.

Les exploitants organisent de plus en plus d'animation dans leurs salles et proposent des lieux plus ou moins alternatifs. Au-delà des traditionnelles avant-premières et différents festivals, les exploitants multiplient les animations pour toucher un public varié tels les ciné-goûter, les retransmissions sportives, les captations de spectacles vivants ou encore les séances de jeux vidéo en réseau. Ils offrent également, pour certains, des espaces de diffusion de contenus en réalité virtuelle. De plus en plus, les salles de cinéma s'inscrivent comme des lieux de loisirs et de divertissement au sens large.

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2019 exploitent 2 605 écrans, soit 42,6 % de l'ensemble des écrans actifs. Elles concentrent 58,3 % des entrées en 2019. Les Cinémas Pathé Gaumont ! exploitent 913 salles de cinéma (14,9 % du parc national), parc en sensible augmentation notamment après le rachat de CinéAlpes en novembre 2019. Avec 11,2 % du parc (686 écrans), CGR, qui a racheté le groupe Cap'Cinéma en novembre 2017, est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 510 salles (8,3 % des écrans français). L'opérateur a racheté plusieurs cinémas du circuit C2L (avril 2019) ainsi que deux établissements dans le centre-ville de Lille (juillet 2019).

Les cinémas Pathé Gaumont !, premier exploitant de salles de cinéma en France.

Principaux exploitants de salles[1]

	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
nombre d'écrans										
CGR	466	474	531	668	686	8,1%	8,1%	9,0%	11,2%	11,2%
Les Cinémas Pathé Gaumont !	772	774	783	779	913	13,4%	13,2%	13,2%	13,0%	14,9%
Kinépolis	120	128	128	138	145	2,1%	2,2%	2,2%	2,3%	2,4%
Megarama	113	124	132	151	161	2,0%	2,1%	2,2%	2,5%	2,6%
MK2	65	65	68	68	70	1,1%	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%
SAS Cinéville	106	106	106	106	120	1,8%	1,8%	1,8%	1,8%	2,0%
UGC	400	394	415	419	510	7,0%	6,7%	7,0%	7,0%	8,3%
sous-total	*2 042*	*2 065*	*2 163*	*2 329*	*2 605*	*35,6%*	*35,3%*	*36,6%*	*38,9%*	*42,6%*
total	**5 741**	**5 842**	**5 913**	**5 983**	**6 114**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
nombre d'établissements										
CGR	47	47	53	73	73	2,3%	2,3%	2,6%	3,6%	3,6%
Les Cinémas Pathé Gaumont !	71	71	70	69	89	3,5%	3,5%	3,4%	3,4%	4,4%
Kinépolis	10	11	11	12	13	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%
Megarama	20	22	23	25	22	1,0%	1,1%	1,1%	1,2%	1,1%
MK2	12	12	13	13	13	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
SAS Cinéville	13	13	13	13	16	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,8%
UGC	37	36	39	39	51	1,8%	1,8%	1,9%	1,9%	2,5%
sous-total	*210*	*212*	*222*	*244*	*277*	*10,3%*	*10,4%*	*10,9%*	*12,0%*	*13,5%*
total	**2 033**	**2 044**	**2 046**	**2 040**	**2 045**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**
entrées (millions)										
CGR	17,9	19,0	19,3	23,1	25,0	8,7%	8,9%	9,2%	11,5%	11,8%
Les Cinémas Pathé Gaumont !	48,4	47,2	45,3	43,3	50,3	23,5%	22,1%	21,6%	21,5%	23,6%
Kinépolis	7,2	6,8	6,9	6,4	7,2	3,5%	3,2%	3,3%	3,2%	3,4%
Megarama	3,7	4,4	4,4	4,6	6,1	1,8%	2,1%	2,1%	2,3%	2,8%
MK2	4,3	4,4	4,4	4,0	4,1	2,1%	2,1%	2,1%	2,0%	1,9%
SAS Cinéville	4,9	5,3	5,3	5,0	5,3	2,4%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
UGC	26,9	26,1	25,9	23,4	26,3	13,1%	12,2%	12,4%	11,6%	12,4%
sous-total	*113,2*	*113,2*	*111,5*	*109,8*	*124,3*	*55,1%*	*53,1%*	*53,2%*	*54,6%*	*58,3%*
total	**205,4**	**213,2**	**209,4**	**201,2**	**213,0**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**	**100%**

[1] Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2019. Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

Définition d'un groupement ou d'une entente de programmation
La programmation de salles, lorsqu'elle n'est pas assurée directement par les entreprises propriétaires du fonds de commerce, est effectuée par un groupement ou une entente de programmation. À noter que certains groupements ou ententes programment les salles dont ils sont propriétaires.

En 2019, les 11 groupements et ententes nationaux agréés programment 3 497 écrans, soit 57,2 % de l'ensemble des écrans. En 2018, les 11 groupements nationaux programmaient 53,6 % du parc (3 209 écrans). Les Cinémas Pathé Gaumont ! programment le plus grand nombre d'écrans : 953 en 2019.

Groupements nationaux de programmation[1]

	nombre d'écrans					% du parc total				
	2015	2016	2017	2018	2019	2015	2016	2017	2018	2019
Agora Cinémas	115	124	128	164	164	2,0	2,1	2,2	2,7	2,7
CinéDiffusion	265	271	268	278	282	4,6	4,6	4,5	4,6	4,6
Les Cinémas Pathé Gaumont !	809	871	855	836	953	14,1	14,9	14,5	14,0	15,6
Exanthus	-	-	26	26	26	-	-	0,4	0,4	0,4
Les Films de la Rochelle	-	-	537	684	677	-	-	9,1	11,4	11,1
GPCI	194	191	182	180	194	3,4	3,3	3,1	3,0	3,2
MC4	150	166	179	106	164	2,6	2,8	3,0	1,8	2,7
Micromegas	96	88	86	86	83	1,7	1,5	1,5	1,4	1,4
NOE Cinéma	67	67	70	73	82	1,2	1,1	1,2	1,2	1,3
UGC	445	446	470	457	516	7,8	7,6	7,9	7,6	8,4
VEO	315	319	318	319	356	5,5	5,5	5,4	5,3	5,8

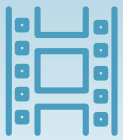
[1] Données provisoires pour 2019.
Source : CNC – France métropolitaine.

En 2019 :

1,1 Md€ d'investissements

dans la production cinématographique

(-0,8 % par rapport à 2018)



301

films agréés,

(+1 film par rapport à 2018)

185

films intégralement français

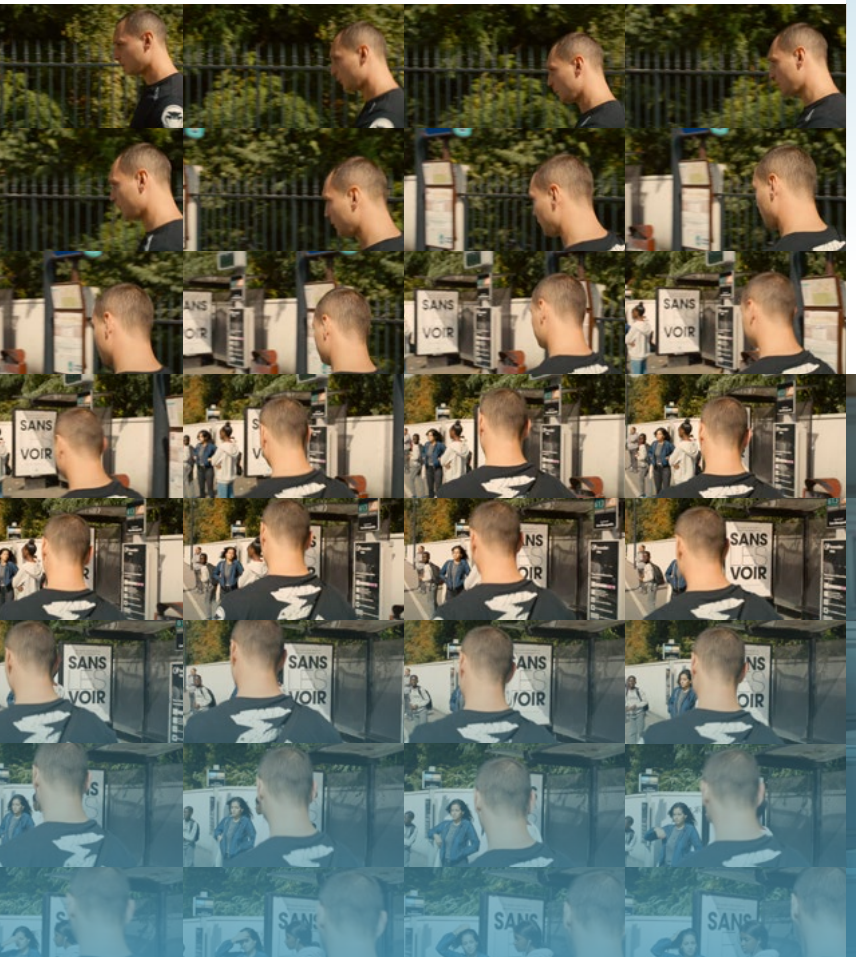
(+3 films par rapport à 2018)

116

films en coproduction internationale

avec 35 pays différents

(-2 films par rapport à 2018)



2.5 La production cinématographique

Le financement de la production

Remarques méthodologiques
Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2019 (agrément des investissements ou agrément de production pour les films pour lesquels l'agrément des investissements n'est pas requis). Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes ainsi que les films qui ne font appel à aucun financement encadré ni au soutien financier du CNC et dont la production n'est pas terminée en sont exclus.

Une production cinématographique stable à 301 films agréés.

Une production élevée de films français
301 films de long métrage ont obtenu l'agrément du CNC au cours de l'année 2019, soit un film de plus par rapport à 2018.
En 2019, le nombre de films d'initiative française produit progresse à 240 films (+1,3 %). Le nombre de coproductions à majorité étrangère recule de 3,2 % à 61 films.
Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 185 en 2019, contre 182 en 2018. 55 films d'initiative française agréés en 2019 ont été réalisés dans le cadre d'une coproduction officielle avec l'étranger, comme en 2018.
La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est de 95,8 % en 2019 (93,2 % en 2018). Dix films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère. Parmi ces films, trois ont été tournés en langue anglaise.

Nombre de films agréés

	films d'initiative française	dont films intégralement français	et films de coproduction	films à majorité étrangère	total films agréés
2010	203	143	60	58	261
2011	206	151	55	65	271
2012	209	150	59	70	279
2013	208	153	55	61	269
2014	203	152	51	55	258
2015	234	158	76	66	300
2016	221	159	62	62	283
2017	222	177	45	78	300
2018	237	182	55	63	300
2019	240	185	55	61	301
structure 2019	79,7%	61,5%	18,3%	20,3%	100,0%
évol. 19/18	*+1,3%*	*+1,6%*	*-0,0%*	*-3,2%*	*+0,3%*

Source : CNC.

Les investissements dans les films d'initiative française reculent de 5,6 %

Avec 903,4 M€ en 2019, les investissements dans les films d'initiative française diminuent de 5,6 % par rapport à 2018. Entre 2010 et 2019, les investissements totaux dans les films d'initiative française reculent en moyenne de 2,3 % par an.
Les investissements français sur les films d'initiative française s'établissent à 820,9 M€, en recul de 7,8 % en 2019. Avec 82,5 M€ en 2019, les investissements étrangers dans les films d'initiative française augmentent de 24,3 % par rapport à 2018, alors que le nombre de coproductions à majorité française reste stable à 55 films. En dix ans, ces investissements diminuent de 1,4 % par an en moyenne.

903,4 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2019.

Investissements dans les films agréés (M€)

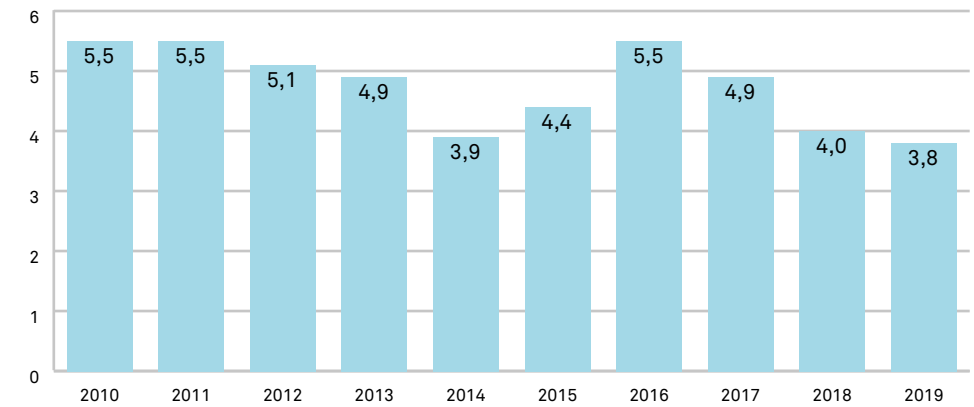
	films d'initiative française			films à majorité étrangère			films agréés		
	investis-sements français	investis-sements étrangers	total	investis-sements français	investis-sements étrangers	total	investis-sements français	investis-sements étrangers	total
2010	1 018,5	93,6	**1 112,2**	71,2	255,7	**326,9**	1 089,7	349,3	**1 439,0**
2011	1 009,4	118,2	**1 127,6**	52,9	207,9	**260,8**	1 062,3	326,1	**1 388,4**
2012	966,9	98,7	**1 065,7**	58,6	218,0	**276,7**	1 025,6	316,8	**1 342,3**
2013	931,5	87,7	**1 019,2**	50,7	184,1	**234,7**	982,2	271,8	**1 253,9**
2014	753,2	45,9	**799,2**	44,2	150,8	**195,0**	797,4	196,7	**994,1**
2015	923,7	100,1	**1 023,8**	46,5	153,9	**200,4**	970,2	254,0	**1 224,2**
2016	1 123,8	85,0	**1 208,8**	40,8	138,9	**179,7**	1 164,6	223,9	**1 388,5**
2017	1 034,3	54,6	**1 088,9**	53,2	185,8	**239,0**	1 087,5	240,4	**1 327,9**
2018	890,5	66,4	**956,9**	36,1	132,5	**168,6**	926,7	198,9	**1 125,5**
2019	820,9	82,5	**903,4**	39,1	174,1	**213,2**	860,0	256,6	**1 116,6**
structure 2019	90,9%	9,1%	**100,0%**	18,4%	81,6%	**100,0%**	77,0%	23,0%	**100,0%**
évol. 19/18	*-7,8%*	*+24,3%*	***-5,6%***	*+8,3%*	*+31,4%*	***+26,4%***	*-7,2%*	*+29,0%*	***-0,8%***

Source : CNC.

Un devis moyen à 3,76 M€ en 2019

Le devis moyen des films d'initiative française diminue de 6,8 % par rapport à 2018 pour atteindre 3,76 M€ en 2019. Depuis 2017, l'évolution du devis moyen est orientée à la baisse. 67,1 % films d'initiative française ont un devis inférieur à 4 M€ en 2019.

Devis moyen des films d'initiative française (M€)



Souce : CNC

Une production documentaire qui demeure élevée

Avec 56 films sur les 65 agréés (49 films sur 56 en 2018), le nombre de documentaires d'initiative française se maintient à un niveau élevé en 2019. Le devis moyen des documentaires d'initiative française s'établit à 0,57 M€ (-3,1 % par rapport à 2018).

Augmentation du nombre de films d'animation

En 2019, dix films d'animation, dont cinq d'initiative française, sont agréés (trois de plus qu'en 2018). Le devis moyen des films d'animation d'initiative française atteint 5,90 M€ (-47,4 % par rapport à 2018).

Nombre de films agréés selon le genre

	2015	2016	2017	2018	2019
films de fiction	250	229	252	237	226
dont FIF[1]	189	170	180	184	179
films documentaires	47	44	43	56	65
dont FIF[1]	42	41	37	48	56
films d'animation	3	10	5	7	10
dont FIF[1]	3	10	5	5	5
total	**300**	**283**	**300**	**300**	**301**
dont FIF[1]	**234**	**221**	**222**	**237**	**240**

[1] Films d'initiative française.
Source : CNC.

Stabilité des coproductions internationales

116 films sont coproduits avec 35 partenaires étrangers en 2019 (118 avec 42 partenaires en 2018). En 2019, les films de coproduction internationale représentent 38,5 % de l'ensemble des films agréés, contre 39,3% en 2018. Les financements (français et étrangers) alloués aux coproductions internationales progressent de 28,9 % à 508,83 M€. Le nombre de films coproduits majoritairement par la France s'établit à 55 en 2019, comme en 2018. A 295,64 M€, les investissements totaux dans ces films augmentent de 30,8 %. En 2019, le devis moyen des films de coproduction à majorité française s'élève à 5,38 M€, soit une hausse de 30,8 % par rapport à 2018 (4,11 M€).

A 61 titres en 2019, le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger diminue de deux titres par rapport à 2018. 30 partenaires étrangers participent au financement de la production de ces films en 2019 (32 partenaires en 2018). Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 3,49 M€ en 2019, soit une hausse de 30,6 % par rapport à 2018.

116 films sont coproduits avec 35 partenaires étrangers en 2019.

Coproductions internationales en 2019

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	55	61	**116**
investissements français (M€)	213,1	39,1	**252,3**
investissements étrangers (M€)	82,5	174,1	**256,6**
investissements totaux (M€)	295,6	213,2	**508,9**

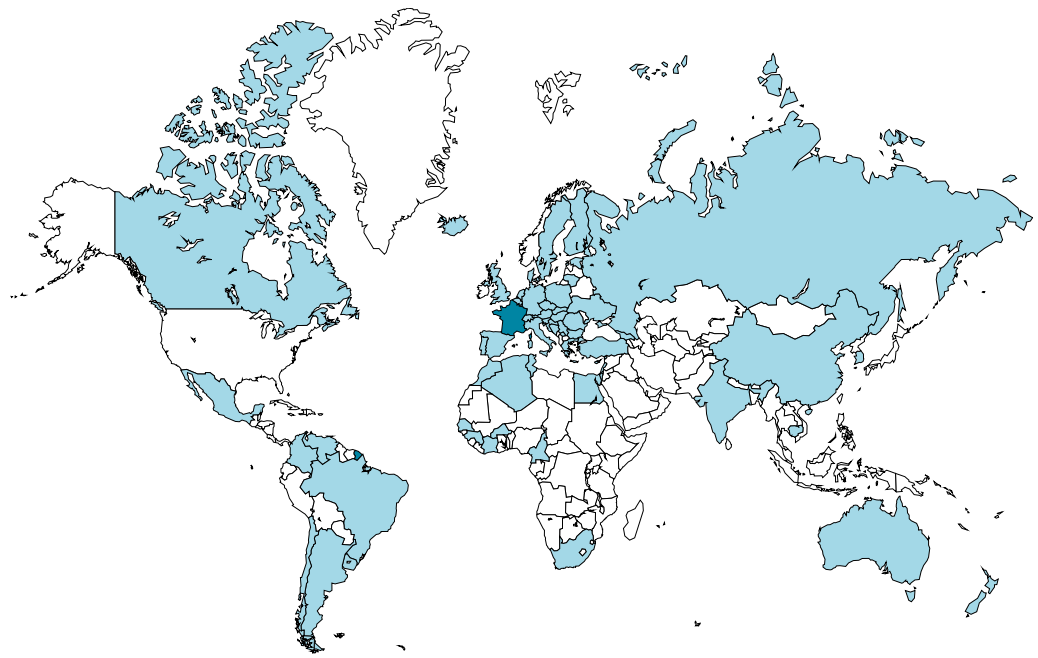
Source : CNC.

Principaux pays partenaires des coproductions majoritaires françaises (nombre de films)

	2015	2016	2017	2018	2019
Belgique	31	28	22	27	34
Allemagne	11	11	6	5	14
Canada	10	1	3	2	5
Italie	4	3	2	2	4
Suisse	4	2	4	4	4
Luxembourg	1	3	4	7	3
Espagne	3	1	-	2	2
Liban	2	1	-	-	2
Portugal	2	4	1	2	2
Tunisie	-	3	-	2	2

Source : CNC.

Carte des 58 accords de coproduction en 2019



Nombre de films coproduits en 2019

Pays disposant d'un accord bilatéral de coproduction avec la France

Europe

Allemagne	30	Pays-Bas	1
Autriche	2	Pologne	3
Belgique	43	Portugal	5
Bosnie-Herzégovine	1	République tchèque	2
Bulgarie	1	Roumanie	1
Croatie	1	Royaume-Uni	2
Danemark	1	Serbie	3
Espagne	7	Slovaquie	1
Grèce	4	Slovénie	2
Italie	19	Suède	1
Lituanie	1	Suisse	10
Luxembourg	5		

Hors Europe

Argentine	2	Israël	2
Brésil	1	Liban	2
Cambodge	1	Maroc	2
Canada	8	Tunisie	4
Colombie	1	Turquie	1
Côte d'Ivoire	1		

Source : CNC

Source : CNC

Une production 2019 marquée par l'augmentation des films à devis inférieur à 4 M€

La production 2019 de films d'initiative française est de nouveau marquée par l'augmentation du nombre de films d'initiative française dont le budget est inférieur à 4 M€, qui passe de 148 films à 161 films. En particulier, 74 films ont un devis inférieur à 1 M€ (cinq films de plus qu'en 2018), soit un nouveau record historique. Entre 1 M€ et 4 M€ de devis, le nombre de films passe de 79 films à 87 films. 23 films d'initiative française ont un devis supérieur à 10 M€ (huit de plus qu'en 2018) et 43 films ont un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ (13 films de moins qu'en 2018). Les films dont le devis est supérieur à 7 M€ représentent 15,0 % des films d'initiative française en 2019, contre 13,9 % en 2018. Les films dont le devis est inférieur à 4 M€ représentent 67,1 % des films d'initiative française en 2019, contre 62,4 % en 2018.

Films d'initiative française selon le devis

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
plus de 10 M€	28	28	33	19	17	27	24	22	15	23
7 M€ à 10 M€	24	24	22	29	19	24	16	27	18	13
5 M€ à 7 M€	30	26	22	17	22	26	37	35	33	34
4 M€ à 5 M€	16	12	3	11	3	7	6	14	23	9
2 M€ à 4 M€	47	41	46	47	61	50	43	52	50	52
1 M€ à 2 M€	18	29	25	32	22	36	28	24	29	35
moins de 1 M€	40	46	58	53	59	64	67	48	69	74
total	203	206	209	208	203	234	221	222	237	240

Source : CNC.

Plus de la moitié des films d'initiative françaises sont des premiers et deuxièmes films

70 premiers films d'initiative française sont agréés en 2019, contre 80 en 2018. 29,2 % des films d'initiative française agréés en 2019 sont des premiers films contre 33,8 % en 2018. Le devis moyen d'un premier film d'initiative française s'établit à 1,73 M€ en 2019 (-30,9 % par rapport à 2018).
54 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2019 (+ 17 films par rapport à 2018), soit 22,5 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés (15,6 % en 2018). Le devis moyen des deuxièmes films s'établit à 3,09 M€ en baisse de 6,2 % par rapport à 2018.

Premiers et deuxièmes films

	premiers films		deuxièmes films	
	total	% des FIF [1]	total	% des FIF [1]
2010	63	31,0	33	16,3
2011	73	35,4	37	18,0
2012	77	36,8	36	17,2
2013	67	32,2	39	18,8
2014	60	29,6	35	17,2
2015	75	32,1	38	16,2
2016	80	36,2	34	15,4
2017	72	32,4	40	18,0
2018	80	33,8	37	15,6
2019	70	29,2	54	22,5
évol. 19/18	*-12,5%*	*-4,6pts*	*+45,9%*	*+6,9pts*

[1] Films d'initiative française.
Source : CNC.

70 premiers films en 2019 soit 29,2 % des films d'initiative française agréés.

Remarques méthodologiques

Dans les tableaux qui suivent, la ligne « apports des producteurs français » correspond à la part de financement que les sociétés de production doivent assumer pour couvrir le devis des films. Elle correspond au reste à financer et peut être couverte soit par l'obtention de financement complémentaire non identifié au moment de l'agrément, soit par un coût de production du film inférieur au devis. Au-delà du préfinancement, « l'apport des producteurs français » correspond à la prise de risque financier assumé par les producteurs sur les futures remontées de recettes issues des différents modes d'exploitation des films. Cette ligne peut donc aussi recouvrir notamment le crédit d'impôt cinéma, des salaires en participation et frais généraux ou des apports en numéraire.

Diminution des investissements des chaînes de télévision (-3,9 %)

En 2019, les investissements des chaînes de télévision dans le financement des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction) reculent de 3,9 % à 263,26 M€. La part du financement apporté par les chaînes de télévision est néanmoins stable et passe de 28,6 % en 2018 à 29,1 % en 2019. Les apports des producteurs français dans les films d'initiative française reculent de 7,6 % pour atteindre 334,36 M€ (37,0 % des devis).

En 2019, les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française diminuent de 12,7 % pour atteindre 116,65 M€. L'ensemble des mandats finance 12,9 % des devis des films d'initiative française en 2019, contre 14,0 % en 2018.
Les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) sont en baisse de 8,1 % à 81,62 M€ et représentent 9,0 % des financements des films d'initiative française en 2019 contre 9,3 % en 2018. La contribution des collectivités territoriales (y compris apports du CNC) au financement des films d'initiative française diminuent de 10,0 % en 2019 et atteint 2,4 % du total des devis.
La part des Sofica dans le financement des films d'initiative française s'élève à 3,6 % en 2019 (comme en 2018). Les apports des Sofica diminuent de 4,0 % par rapport à 2018 et s'élèvent à 32,86 M€.

En 2019, les financements publics atteignent 81,62 M€.

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
investissements français	91,6	89,5	90,7	91,4	94,3	90,2	93,0	95,0	93,1	90,9
apport des producteurs français[1]	29,3	28,4	29,7	29,2	29,7	30,5	38,1	34,9	37,8	37,0
apports des SOFICA	4,3	3,0	4,0	3,1	3,9	3,4	2,4	3,8	3,6	3,6
soutien automatique du CNC[2]	4,3	2,7	2,7	2,9	3,3	2,5	2,2	3,8	3,9	3,5
aides sélectives du CNC et aides régionales[3]	4,6	3,9	3,8	4,8	5,6	4,8	4,2	4,6	5,4	5,5
chaînes de TV[4]	32,5	32,4	32,0	27,3	34,6	35,5	25,4	31,9	28,6	29,1
mandats[5]	16,5	19,1	18,6	24,1	17,2	13,6	20,6	16,0	13,8	12,0
investissements étrangers	8,4	10,5	9,3	8,6	5,7	9,8	7,0	5,0	6,9	9,1
mandats étrangers (part étrangère)	0,6	0,6	0,7	0,5	0,2	0,6	0,3	0,3	0,2	0,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

[1] Les apports des producteurs français sont calculés par déduction : devis — somme des financements identifiés.
[2] Soutien automatique mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.
[3] Aides régionales incluant les apports du CNC.
[4] Apports en coproduction + préachats.
[5] Salles + vidéo + étranger.
Données mises à jour. Source : CNC.

Remarques méthodologiques

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films ayant obtenu l'agrément du CNC en 2019 (agrément des investissements ou agrément de production quand l'agrément des investissements n'est pas requis). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec les précautions d'usage, notamment au regard des obligations de production des chaînes.

Baisse du nombre de films financés par les chaînes

En 2019, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont financé 171 films (175 en 2018), dont 153 d'initiative française (63,8 % des films d'initiative française agréés). 22 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2019 (20 en 2018). À l'inverse, cinq films sont financés par cinq chaînes (quatre en 2018).

Les chaînes de télévision financent 171 films au total soit 56,8 % des films agréés.

Stabilité des investissements des chaînes en clair (+0,3 %)

En 2019, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des chaînes (gratuites et payantes) passe de 43,0 % à 44,5 % pour se fixer à 121,59 M€ (+0,3 %) pour un nombre de films en baisse de 6,9 % (-8 films). En 2019, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 63,1 % par des préachats de droits de diffusion (62,2 % en 2018). La part des apports en coproduction est stable à 36,9 % en 2019 (37,8 % en 2018).

En 2019, les chaînes en clair (Arte, C8, France 2, France 3, France 4, M6, RMC Story, TF1, TFX, TMC et W9) financent 108 films au total dont 99 d'initiative française, soit 35,9 % des films agréés et 41,3 % des films d'initiative française. 69 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair. À l'inverse, six films sont financés par trois chaînes en clair en 2019. En moyenne, ces chaînes apportent 1,12 M€ aux films qu'elles financent en 2019 (1,05 M€ en 2018) : 1,18 M€ pour les films d'initiative française (1,10 M€ en 2018) et 0,53 M€ pour les coproductions minoritaires (0,35 M€ en 2018).
En 2019, France 2 est la première chaîne en clair en termes d'apports avec 27,3 % du total des apports devant M6 (21,3 %) et TF1 (18,7 % des apports).
En 2019, 30 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite (C8, France 4, RMC Story, TFX, TMC et W9), dont 29 d'initiative française (38 films, tous d'initiative française en 2018). Ces chaînes apportent 8,40 M€ (9,84 M€ en 2018), soit 279 800 € par film en moyenne (258 800 € en 2018). Leurs investissements couvrent, en moyenne, 3,2 % des devis des films qu'elles préachètent en 2019, comme en 2018.

Les chaînes de la TNT occupent une place toujours limitée dans le financement des films agréés. Seules six chaînes investissent pour 8,40 M€ soit 6,9 % de l'ensemble des apports des chaînes en clair.

Les chaînes en clair financent 108 films au total et représentent 44,5 % de l'ensemble des investissements des chaînes.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2019[1]

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT[2]	total
nombre de films	8	35	32	12	23	30	**108**
total des apports (M€)	22,7	33,2	22,4	25,9	9,0	8,4	**121,6**
préachats (M€)	16,3	17,0	11,8	20,5	2,7	8,3	**76,7**
coproductions (M€)	6,4	16,2	10,6	5,4	6,3	0,1	**44,9**
apport moyen par film (M€)	2,8	0,9	0,7	2,2	0,4	0,3	**1,1**
devis moyen des films concernés (M€)	12,3	6,9	6,5	12,1	3,9	8,8	**6,8**
% du devis des films	*23,0*	*13,8*	*10,7*	*17,8*	*10,1*	*3,2*	***16,6***

[1] 24 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair et six films par trois chaînes en clair.
[2] Six chaînes de la TNT gratuite investissent en 2019 : C8, France 4, RMC Story, TFX, TMC et W9.
Source : CNC

Participation des chaînes en clair[1]

	nombre de films	dont FIF[2]	coproductions (M€)	préachats (M€)	total des apports (M€)	apport moyen par film (M€)	devis moyen des films concernés (M€)	% du devis des films concernés
2010	122	103	44,5	91,6	136,1	1,1	8,3	13,5
2011	125	115	48,5	96,9	145,4	1,2	8,1	14,4
2012	111	96	48,0	79,9	127,9	1,2	8,6	13,4
2013	100	88	36,0	65,6	101,5	1,0	8,0	12,7
2014	104	93	42,1	71,1	113,2	1,1	6,7	16,3
2015	135	123	57,6	100,4	157,9	1,2	6,5	18,1
2016	105	98	43,9	80,7	124,7	1,2	9,2	13,0
2017	128	117	52,4	99,4	151,8	1,2	7,4	16,1
2018	116	107	45,8	75,4	121,2	1,0	6,8	15,4
2019	108	99	44,9	76,7	121,6	1,1	6,8	16,6
évol. 19/18	*-6,9%*	*-7,5%*	*-2,0%*	*+1,7%*	*+0,3%*	*+7,7%*	*+0,2%*	*+1,2pt*

[1] Chaînes en clair dont les investissements sont recensés : 6ter, Arte, C8, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô, Gulli, M6, NRJ12, RMC Story, TF1, TF1 Séries Films, TFX, TMC, W9.
[2] Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les investissements des chaînes en clair sont stables en 2019 à 121,59 M€, pour un nombre de films en baisse de 6,9 % (-8 films).

Remarque méthodologique
Les données sur les chaînes payantes n'incluent ni les indexations de prix calculés sur les recettes en salles, ni les films financés par une chaîne payante et sans financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans ces statistiques.

Diminution des investissements totaux des chaînes payantes

En 2019, les investissements des chaînes payantes (Canal+, Ciné+, OCS et TV5) diminuent de 5,5 % à 151,65 M€. Le nombre de films préachetés est également en baisse de 2,4 % à 160 films au total (53,2 % des films agréés), dont 147 d'initiative française (61,3 % des films d'initiative française). 32 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2019 et 111 films de deux chaînes payantes. Quatre films ont été préachetés par trois chaînes payantes en 2019 (cinq en 2018).

Le devis moyen des films d'initiative française financés par les chaînes payantes atteint 5,60 M€ en 2019. Elles apportent, en moyenne, 1,00 M€ aux films d'initiative française qu'elles financent et couvrent 17,8 % de leur devis.
En 2019, la part de Canal+ dans le total atteint son niveau le plus bas de la décennie à 70,1 %. OCS représente 17,4 % des apports des diffuseurs payants, soit son deuxième plus haut niveau depuis 2008 (année de sa première participation à la production des films agréés) après 2017.

Les chaînes payantes préachètent 160 films au total, soit 53,2 % des films agréés et investissent 151,65 M€.

Participation des chaînes payantes au financement des films agréés en 2019[1]

	Canal+	Ciné+	OCS	autres chaînes payantes[2]	total
films	120	124	41	5	**160**
dont FIF[3]	109	112	40	5	**147**
préachats (M€)	106,2	18,7	26,3	0,4	**151,6**
préachat moyen par film (M€)	0,9	0,2	0,6	0,1	**0,9**
devis moyen des films concernés (M€)	6,5	5,8	5,5	2,1	**5,8**
% du devis des films	*13,6*	*2,6*	*11,7*	*3,5*	***16,4***

[1] 122 films sont financés simultanément par deux chaînes payantes, quatre films par trois chaînes payantes.
[2] En 2019, TV5 investit dans la production cinématographique.
[3] Films d'initiative française.
Source : CNC.

Participation des chaînes payantes[1]

	films	dont FIF[2]	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)	devis moyen des films concernés (M€)	% du devis des films concernés
2010	186	161	253,7	1,4	6,9	19,8
2011	163	141	234,7	1,4	7,3	19,7
2012	155	134	231,7	1,5	7,3	20,3
2013	142	128	190,2	1,3	7,2	18,7
2014	136	122	178,2	1,3	6,1	21,6
2015	168	152	220,0	1,3	6,2	21,1
2016	150	141	190,4	1,3	8,1	15,7
2017	177	154	211,5	1,2	6,2	19,3
2018	164	154	160,5	1,0	5,8	17,0
2019	160	147	151,6	0,9	5,8	16,4
évol. 19/18	*-2,4%*	*-4,5%*	*-5,5%*	*-3,1%*	*+0,5%*	*-0,6pt*

[1] Chaînes payantes dont les investissements sont recensés : 13ème Rue, Altice Studio, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS, TPS et TV5.
[2] Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les films sans financement de chaîne de télévision

En 2019, 87 films d'initiative française (78 films en 2018) ne bénéficient d'aucun financement d'une chaîne de télévision, soit plus d'un tiers (36,3 %) des films d'initiative française agréés et le plus haut niveau jamais atteint. Plus de 40 % des films d'initiative française sans chaîne de télévision sont des premiers films (41,4 %).
En 2019, la très grande majorité des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision présentent des devis inférieurs à 2 M€ (93,1 %) et 77,0 % affichent un devis inférieur à 1 M€. Le devis moyen des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision s'établit à 0,76 M€, contre 3,76 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française.

Le nombre de jours de tournage en France atteint 4 827 jours en 2019 (+2,2 % par rapport à 2018).

Remarque méthodologique
Les films d'animation et les documentaires sont exclus de l'analyse concernant la durée des tournages.

6 115 jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française

Le nombre cumulé des jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 6 115 jours, soit -2,1 % par rapport à 2018 pour cinq films de moins (-2,7 %). Cette évolution s'explique par la baisse de 15,5 % du nombre de jours de tournages à l'étranger à 1 288 jours. A l'inverse, le nombre de jours de tournage en France augmente, aussi bien en extérieur (+80 jours, soit +1,8 %) qu'en studio (+25 jours, soit +9,4 %). La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française s'établit à 34 jours (comme en 2018).

Nombre de jours de tournage selon le lieu

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
jours de tournage en France	4 959	5 002	4 243	4 602	4 359	4 692	4 473	5 064	4 722	4 827
dont :										
extérieur en France	4 657	4 693	3 979	4 229	4 072	4 511	4 191	4 725	4 456	4 536
studios en France	302	309	264	373	287	181	282	339	266	291
jours de tournage à l'étranger	1 962	1 877	1 821	1 497	1 359	2 116	2 155	1 496	1 524	1 288
total	**6 921**	**6 879**	**6 064**	**6 099**	**5 718**	**6 847**	**6 039**	**6 560**	**6 246**	**6 115**

Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La production cinématographique* en 2019
- les séries statistiques sur la production cinématographique

Les coûts de production

Remarques méthodologiques

Les données présentées ci-après appréhendent les coûts définitifs de production, c'est-à-dire une fois le tournage du film achevé. Elles sont issues de l'agrément de production du CNC. Il s'agit d'un périmètre différent de celui du bilan annuel de la production cinématographique, qui s'appuie sur l'année d'agrément des investissements. Il se passe en moyenne 18 mois entre les deux agréments. Seul 1,5 % des films ayant reçu l'agrément de production en 2019 a obtenu un agrément des investissements préalable la même année, 38,2 % l'ont obtenu en 2018, 49,0 % en 2017 et 11,3 % avant 2017.

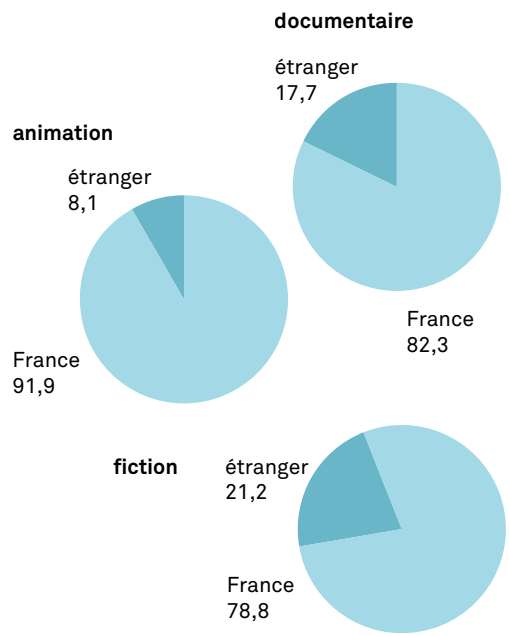
Baisse des dépenses en 2019

En 2019, 219 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production, soit 22 films de plus qu'en 2018.
Ces films cumulent 956 M€ de dépenses de production, soit un recul de 7,4 % par rapport à 2018.

Diminution des dépenses réalisées à l'étranger

En 2019, 192,22 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, soit un recul de 12,6 % par rapport à 2018. Le nombre de films ayant réalisé des dépenses à l'étranger, lui, augmente sensiblement : 160 films, tous genres confondus, soit 24 films de plus qu'en 2018.
La fiction et l'animation concentrent respectivement 95,4 % et 3,0 % des dépenses totales réalisées hors de France (94,2 % et 3,0 % en 2018).
Parmi les 174 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2019, 132 films, soit 75,9 %, font l'objet de dépenses à l'étranger (67,9 % en 2018). Le volume total des dépenses hors de France baisse de 11,5 % en 2019, à 183,33 M€. En 2019, 20 films de fiction effectuent plus de 2 M€ de dépenses hors de l'hexagone alors qu'ils étaient 12 dans ce cas en 2018.
22 des 39 documentaires d'initiative française agréés en 2019 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit 56,4 % des documentaires agréés. Ces dépenses extranationales représentent 17,7 % des coûts totaux du genre. En valeur, les dépenses extranationales restent stables (-0,3 %) tandis que celles réalisées en France baissent (-7,0 %).

Dépenses de production en 2019 (%)



Source : CNC

654 M€ de crédit d'impôt cinéma en dix ans

Sur l'ensemble de la période 2010-2019, le montant total de crédit d'impôt pour les œuvres cinématographiques de fiction atteint 654,34 M€, soit 22,8 % des dépenses totales éligibles et 11,4 % du coût total des films.
En 2019, le montant total du crédit d'impôt sur les films de fiction s'élève à 102,92 M€, soit un montant moyen de 0,88 M€ par film bénéficiaire. En 2019, le crédit d'impôt représente en moyenne 16,2 % du coût des films de fiction qui en bénéficient.

Voir aussi sur www.cnc.fr
- l'étude *Les coûts de production des films en 2019*
- les séries statistiques sur les coûts de production des films

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2019 : 4,98 M€

En 2019, le poids des principaux postes de coût varie par rapport à 2018. Les dépenses de rémunération (droits artistiques, frais de personnel, rémunérations des producteurs, dépenses d'interprétation et charges sociales) composent 58,2 % du coût total d'un film (53,1 % en 2018). Au sein de cet ensemble, les principaux coûts de fabrication sont : le personnel (21,4 % du coût total en 2019), les charges sociales (12,6 %) et l'interprétation (11,7 %). La part des dépenses de tournage représente 31,1 % des coûts de production des films de fiction en 2019 (27,5 % en 2018) et celle des dépenses techniques 10,7 % contre 19,5 % en 2018.
Le niveau élevé des dépenses techniques en 2018 s'explique principalement par l'importance de ce poste pour le film à très gros budget *Valérian et la cité des mille planètes*.

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2019 : 0,44 M€

39 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2019, soit sept films de plus qu'en 2018. Le coût total de ces films s'élève à 17,18 M€, soit une diminution de 5,9 % par rapport à 2018. En 2019, la part des dépenses techniques est plus élevée pour le documentaire (21,0 % du coût total) que pour la fiction (10,7 % du coût total). La part des dépenses de tournage est, en revanche, inférieure pour le documentaire (23,3 % contre 31,1 % pour la fiction). La part des dépenses de rémunération est relativement proche pour les deux genres (55,7 % pour le documentaire, 58,2 % pour la fiction).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2019 : 12,00 M€

Entre 2010 et 2019, 57 films d'animation d'initiative française ont reçu un agrément de production. Les dépenses totales de production de ces films s'élèvent à 711,21 M€. Sur les dix années étudiées, les frais techniques représentent le premier poste de dépenses (27,6 % du coût total). Ils sont suivis par les dépenses de personnel (21,4 %). Viennent ensuite les frais divers (17,7 %). L'interprétation (voix des personnages) représente 12,61 M€ et 1,8 % des coûts totaux de production du genre sur la période 2010-2019.

Répartition des coûts de production des fictions cinématographiques (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	structure 2019	*évol. 19/18*
rémunérations	**528,0**	**371,7**	**547,6**	**534,5**	**535,3**	**459,2**	**428,2**	**558,4**	**518,1**	**504,3**	**58,2 %**	***-2,7%***
droits artistiques	83,6	57,1	87,8	76,4	88,3	69,5	63,9	90,0	91,6	69,7	8,0%	*-24,0%*
personnel	184,9	119,5	187,0	178,0	180,6	153,8	150,0	202,3	177,6	185,2	21,4%	*+4,3%*
rémunération producteur	45,7	32,5	51,8	48,3	46,7	38,1	38,0	42,6	44,2	38,7	4,5%	*-12,4%*
interprétation	102,5	80,0	103,7	121,7	107,6	100,3	81,9	104,3	88,5	101,4	11,7%	*+14,6%*
charges sociales	111,2	82,6	117,3	110,1	112,1	97,5	94,4	119,3	116,2	109,3	12,6%	*-5,9%*
technique	**126,9**	**76,1**	**114,4**	**103,3**	**105,9**	**89,1**	**80,3**	**101,7**	**190,3**	**92,7**	**10,7%**	***-51,3%***
tournage	**285,8**	**189,6**	**272,7**	**275,0**	**283,3**	**216,9**	**225,1**	**306,1**	**268,1**	**269,5**	**31,1%**	***+0,5%***
décors et costumes	85,5	48,7	66,6	71,5	75,6	58,8	58,0	84,5	73,3	81,3	9,4%	*+11,0%*
transports, défraiements, régie	88,3	64,9	94,2	84,7	96,0	72,3	74,6	99,3	78,9	87,0	10,0%	*+10,2%*
assurances et divers	53,8	36,1	56,9	62,8	56,5	38,7	46,0	60,3	62,7	51,4	5,9%	*-18,0%*
divers[1]	58,2	39,9	55,0	56,0	55,2	47,1	46,5	61,9	53,2	49,8	5,7%	*-6,5%*
total	**940,7**	**637,4**	**934,7**	**912,8**	**924,5**	**765,1**	**733,6**	**966,1**	**976,6**	**866,5**	**100,0%**	***-11,3%***

[1] Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.
Base : films d'initiative française de fiction.
Source : CNC.

Les plans de financement

Remarques méthodologiques
L'analyse qui suit s'appuie sur les plans de financement définitifs des films d'initiative française ayant obtenu l'agrément de production. Ce périmètre de films permet de prendre en compte la réalité de l'ensemble de la diversité des financements et notamment le crédit d'impôt cinéma. Il est différent de celui sur l'analyse des financements prévisionnels des films basés sur l'agrément d'investissement (avant le premier jour de tournage).

24 % des soutiens publics aux films
En 2019, la part des financements des chaînes de télévision est stable par rapport à 2018 à 28,7 %. Sur la période 2015-2019, la part des soutiens publics (soutiens du CNC automatiques et sélectifs, aides régionales, crédit d'impôt cinéma) se renforce, passant de 19,6 % en 2015 à 24,0 % en 2019. La part du crédit d'impôt augmente sur la période et atteint 12,1 % en 2019 contre 6,9 % en 2015. La part des financements sous forme de mandat diminue (16,8 % en 2019 contre 21,0 % en 2015). L'apport des producteurs progresse sur la période, passant de 13,5 % en 2015 à 15,8 % en 2019.

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2015	2016	2017	2018	2019
apports producteurs français	13,5	14,2	12,7	23,5	15,8
crédit d'impôt	6,9	7,7	9,7	11,9	12,1
SOFICA	3,4	3,5	3,7	3,1	3,5
aides publiques	12,7	11,5	10,7	10,7	12,0
apports chaînes TV	33,5	31,9	35,2	28,7	28,7
mandats France	21,0	16,5	13,2	15,1	16,8
autres financements français	1,0	3,5	1,5	0,8	0,7
financements étrangers	8,0	11,3	13,3	6,1	10,5
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Aides automatiques, sélectives et régionales.
Base : 1 022 films d'initiative française avec agrément de production
Source : CNC

Le court métrage

Durée moyenne des courts métrages : 23 minutes
En 2018, 180 films français de court métrage sont candidats à l'aide après réalisation (223 films en 2017) et 90 films sont aidés en production (80 films en 2017). 70,7 % des courts métrages produits en 2018 sont des fictions (72,9 % en 2017), 14,1 % des œuvres d'animation (10,2 % en 2017) et 15,2 % des documentaires de création / expérimentaux (16,8 % en 2017). La durée moyenne d'un court métrage est de 23 minutes en 2018 (22 minutes en 2017). Les films d'animation sont sensiblement plus courts (en moyenne 13 minutes en 2018). En moyenne, la durée de tournage d'un film de court métrage est de 32 jours en 2018 (28 jours en 2017).

Un coût moyen de production en progression de 12,4 % à 96 000€
En 2018, les films de court métrage présentent un coût moyen de production de 96,0 K€, soit le coût moyen le plus élevé des huit dernières années (85,4 K€ en 2017, 76,1 K€ en 2011). En 2018, la part des courts métrages affichant un coût moyen inférieur à 100 K€ est en baisse à 60,4 % (contre 68,0 % en 2017), alors que celle des films à plus de 200 K€ atteint 10,0 % (6,9 % en 2017), soit la part la plus importante de la période. Le coût d'un court métrage varie en fonction du genre. En 2018, il s'établit en moyenne à 56,8 K€ pour le documentaire de création / expérimental (50,7 K€ en 2017), à 84,6 K€ pour la fiction (81,5 K€ en 2017) et à 195,3 K€ pour l'animation (169,9 K€ en 2017).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
-l'étude *Le marché du court métrage en 2018*
- les séries statistiques sur le court métrage

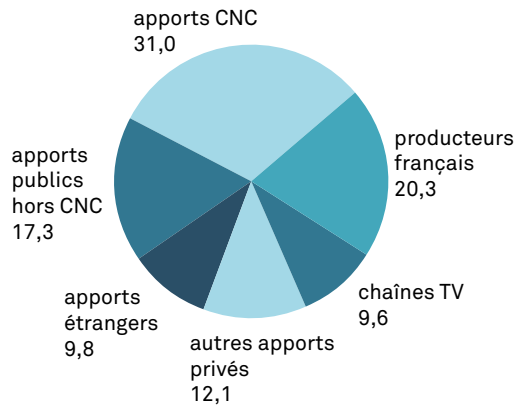
Les financements publics couvrent 48 % du financement
En 2018, les financements privés couvrent 41,9 % du financement de la production des courts métrages (43,5 % en 2017), contre 48,3 % pour les financements publics (46,7 % en 2017) et 9,8 % pour les financements étrangers (comme en 2017). Depuis 2011, la part des financements publics a progressé de près de 14 points contre 3 points pour les financements privés. En 2018, les producteurs apportent 20,3 % des financements (19,5 % en 2017) et les chaînes de télévision 9,6 % (8,4 % en 2017). En parallèle, les aides du CNC représentent 31,0 % du financement de la production (28,6 % en 2017), soit la part la plus importante d'apport sur la période, et les aides des collectivités territoriales 16,5 % (16,8 % en 2017).

Courts métrages produits[1]

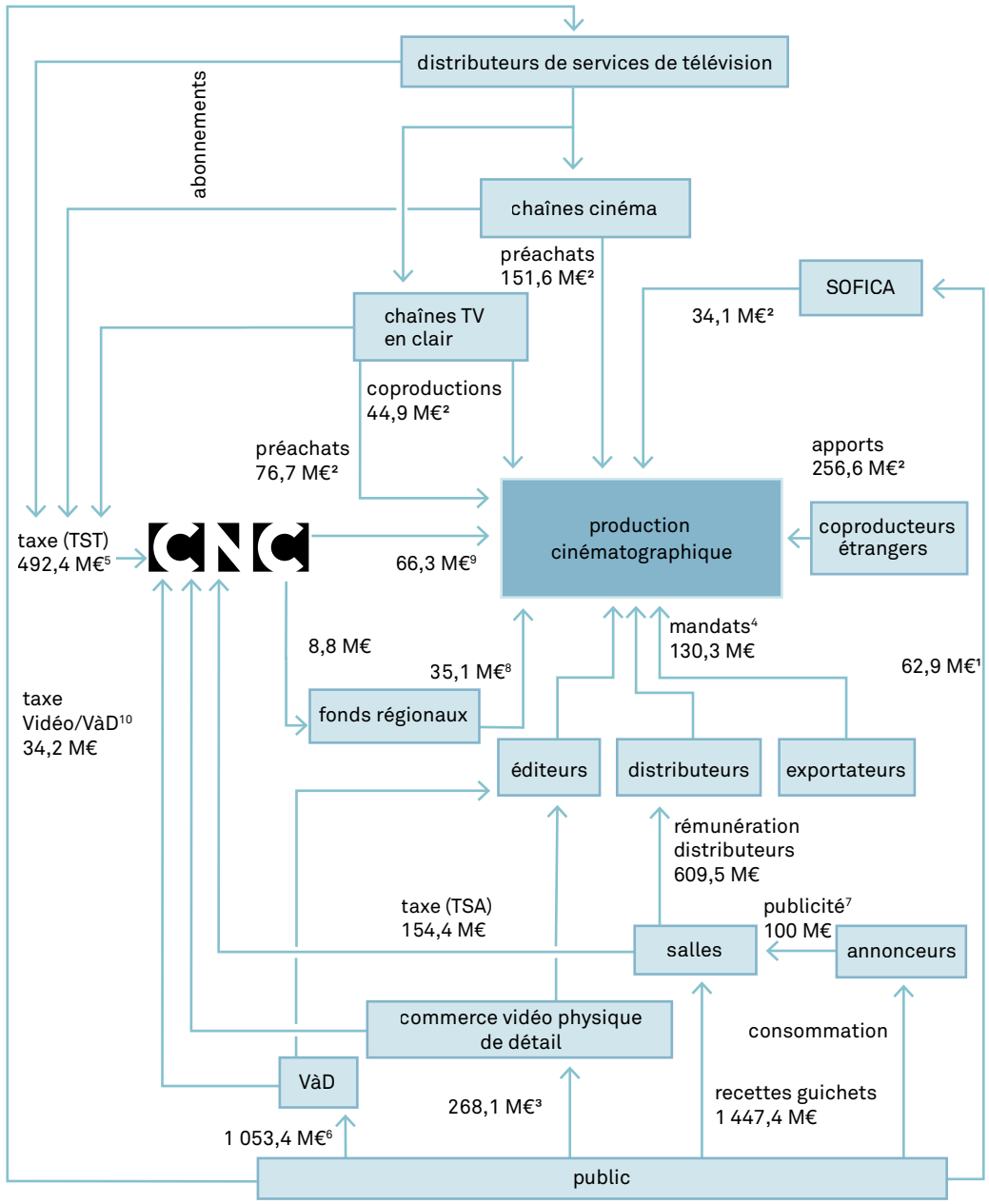
	2014	2015	2016	2017	2018
nombre de films	352	342	319	303	270
durée moyenne (minutes)	21	20	21	22	23
coût moyen (K€)	87,0	85,6	90,6	85,4	96,0

[1] Année de référence : année d'obtention du visa d'exploitation en salles.
Source : CNC.

Répartition du financement en 2018 (%)



Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2019 (M€)



[1] Collecte 2019 correspondant aux investissements réalisés en 2019 et janvier 2020 (cinéma et audiovisuel).
Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.
[2] Investissements réalisés dans des films agréés en 2019.
[3] Ventes au détail d'œuvres cinématographiques (TTC).
[4] Mandats pour la distribution en salles et l'édition en vidéo (en France et/ou à l'étranger).
[5] Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et distributeurs de services de télévision
[6] Estimation 100% du chiffre d'affaires TTC en vidéo à la demande sur les plates-formes généralistes
[7] Recettes publicitaires nettes après remises.
[8] Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2019.
[9] Ensemble des aides selectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2019.
[10] Taxe sur le chiffre d'affaires final de vidéo et vidéo à la demande, toutes œuvres confondues.
Sources : Agréments des investissements délivrés par le CNC ; Le Marché Publicitaire Français en 2019 – IREP ; Recettes du CNC exécutées 2019 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK ; Baromètre VàD GfK-NPA Conseil ; SEVN

chapitre trois

AUDIOVISUEL

En 2019 :

3h40 de durée d'écoute TV en France

(-2,7 % par rapport à 2018)

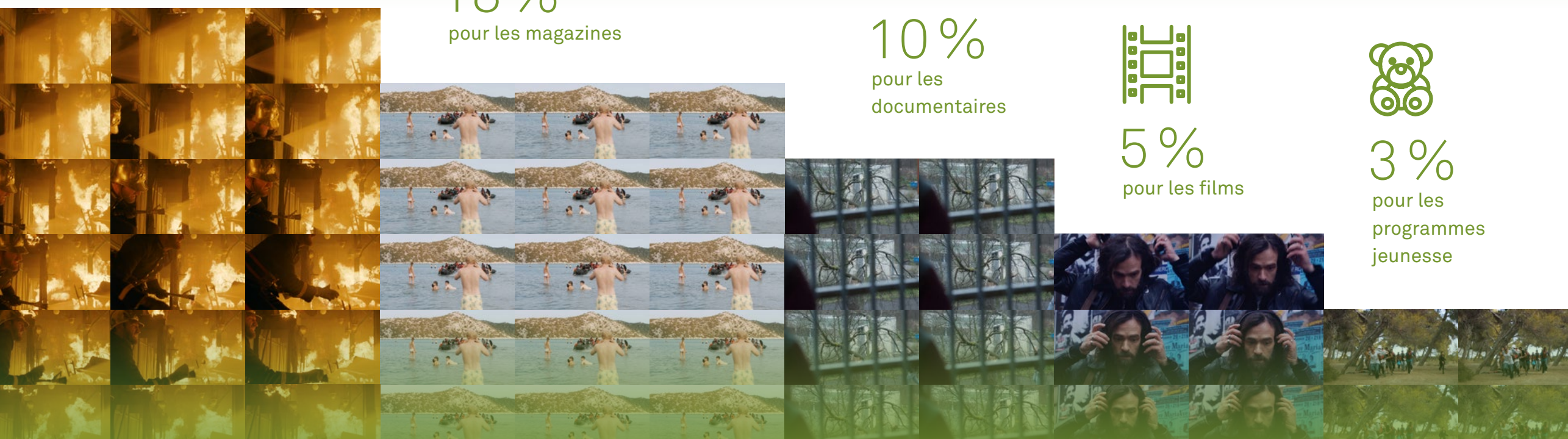
23 %
pour la fiction

18 %
pour les magazines

10 %
pour les documentaires

5 %
pour les films

3 %
pour les programmes jeunesse



3.1 L'audience de la télévision

La durée d'écoute de la télévision en France s'établit à 3h40 par jour en 2019

La durée d'écoute de la télévision poursuit son recul mais elle se situe toujours à un niveau plus élevé que dans les décennies 1990 et 2000. En 2019, la durée d'écoute totale de la télévision en France (sur tous les écrans : téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone, et quel que soit le mode de consommation : direct, différé enregistré, rattrapage) s'établit à 3h40 par individu chaque jour selon Médiamétrie. Elle est en baisse de 6 minutes (-2,7 %) par rapport à 2018. La consommation recule de 6 minutes pour la deuxième année consécutive sur le téléviseur à 3h30 (-2,8 %) alors qu'elle est stable à 0h10 sur les autres écrans.

La durée d'écoute de la télévision diminue essentiellement chez les moins de 50 ans.

La durée d'écoute sur le téléviseur diminue pour toutes les tranches d'âge et en particulier chez les moins de 50 ans. Chez les 4-14 ans, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 1h28 par jour en 2019. Elle diminue de 11 minutes (-11,1 %) par rapport à 2018 et de 50 minutes (-36,2 %) par rapport au record de 2011. Chez les 15-49 ans, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 2h30 par jour en 2019. Elle diminue de 12 minutes (-7,4 %) par rapport à 2018 et de 49 minutes (-24,6 %) par rapport au record de 2012. Chez les 50 ans et plus, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 5h12 par jour en 2019. Elle diminue d'une minute (-0,3 %) par rapport à 2018. En 2019, la durée d'écoute de la télévision diminue ainsi pour la première fois de ces dix dernières années chez les 50 ans et plus. Elle est en baisse pour la huitième année consécutive chez les 4-14 ans et pour la septième année consécutive chez les 15-49 ans.
En 2019, la durée d'écoute quotidienne de la télévision est également en baisse dans les autres principaux pays européens. A titre de comparaison, elle s'établit en moyenne à 3h03 au Royaume-Uni (-9 minutes), à 3h31 en Allemagne (-6 minutes), à 3h42 en Espagne (-12 minutes) et à 4h04 en Italie (-4 minutes).

La consommation en direct et en différé sur le téléviseur représente plus de 90 % de la consommation totale de la télévision

Le téléviseur demeure le support principal de consommation de la télévision. Les autres supports d'écoute (ordinateur, téléphone, tablette) et modes de consommation des programmes (dont la télévision de rattrapage) constituent une consommation complémentaire à l'usage linéaire traditionnel. En 2019, la consommation en direct et en différé sur le téléviseur représente 93 % de la durée d'écoute totale de la télévision, contre 3 % pour la consommation en direct sur les autres écrans, 3 % pour la consommation en rattrapage sur le téléviseur et 1 % pour la consommation en rattrapage sur les autres écrans. Au total, le rattrapage (tous écrans confondus) constitue ainsi 4 % de la consommation des chaînes.
En parallèle, les autres écrans (tous modes de consommation confondus) représentent également 4 % de la consommation des chaînes.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France

année	durée d'écoute
2010	3h32
2011[1]	3h47
2012	3h50
2013	3h46
2014[2]	3h41
2015	3h44
2016[3]	3h43
2017	3h42
2018[4]	3h46
2019	3h40

[1] À partir du 3 janvier 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes.
[2] À partir du 29 septembre 2014, la mesure d'audience intègre la consommation en différé sur le téléviseur via un service de télévision de rattrapage, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes.
[3] À partir du 4 janvier 2016, la consommation en différé via un enregistrement personnel et en rattrapage sur le téléviseur est prise en compte quelle que soit la date de diffusion initiale des programmes.
[4] À partir de 2018, la mesure d'audience intègre la consommation en direct et en différé sur les autres écrans que le téléviseur : ordinateur, tablette, téléphone.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

La consommation en rattrapage et sur les autres écrans que le téléviseur représente 7 % de la durée d'écoute totale de la télévision chez les 4 ans et plus.

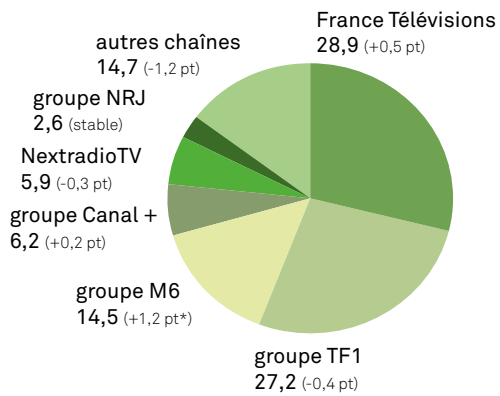
Remarques méthodologiques
Répartition des chaînes nationales par groupe :
Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 5, France 4, Franceinfo
Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 séries films, LCI
Groupe M6 : M6, W9, 6ter et, à partir de 2019, Gulli
Groupe Canal+ : Canal+, C8, CNews, CStar
Groupe NRJ : NRJ12, Chérie 25
Groupe NextradioTV : BFMTV, RMC Story, RMC Découverte

En 2019, les chaînes nationales historiques représentent 59,1 % de l'audience de la télévision
Les parts d'audience des chaînes nationales historiques et de l'ensemble des autres chaînes gratuites lancées à partir de 2005 semblent en voie de stabilisation. En 2019, la part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) est en baisse de 0,2 point par rapport à 2018 à 59,1 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD/autres TNT s'établit à 30,2 % (+0,1 point) dont 19,1 % (-0,6 point) pour les chaînes TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, BFMTV, CNews, CStar, Gulli), 9,6 % (+0,3 point) pour les chaînes TNT HD (TF1 séries films, l'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) et 1,5 % (+0,4 point) pour les autres chaînes TNT (LCI, Franceinfo). En 2019, la part d'audience des chaînes thématiques augmente de 0,2 point à 10,3 %. En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 10,5 points alors que la part d'audience des chaînes nationales gratuites lancées entre 2005 et 2016 progresse de 12,0 points.
En 2019, douze chaînes nationales présentent une hausse de leur part d'audience par rapport à 2018. France 2 (13,9 %) enregistre la plus forte progression (+0,4 point) devant LCI (+0,3 point à 1,0 %). Arte (2,6 %) et l'Equipe (1,4 %) gagnent 0,2 point chacune. Huit chaînes sont en hausse de 0,1 point : Canal+ (1,3 %), France 5 (3,6 %), TMC (3,1 %), CNews (0,8 %), CStar (1,2 %), 6ter (1,7 %), RMC Découverte (2,3 %) et Franceinfo (0,5 %). Les parts d'audience de NRJ12 (1,5 %), France 4 (1,6 %), TF1 séries films (1,8 %) et Chérie 25 (1,1 %) sont stables. Neuf chaînes présentent une part d'audience en baisse. TF1 (19,5 %) enregistre le plus fort recul (-0,7 point). BFMTV (2,3 %) et Gulli (1,4 %) perdent 0,3 point chacune. M6 (8,9 %) recule de 0,2 point. Cinq chaînes sont en baisse de 0,1 point : France 3 (9,3 %), C8 (2,9 %), W9 (2,5 %), TFX (1,8 %) et RMC Story (1,3 %). TF1 enregistre sa plus faible part d'audience historique et M6 sa plus faible part d'audience depuis 1991. Arte, l'Equipe, RMC Découverte, LCI et Franceinfo enregistrent au contraire leur meilleure performance historique.

La part d'audience de l'ensemble des chaînes TNT s'établit à 30,2 % en 2019.

En 2019, TF1 est la première chaîne nationale devant France 2, France 3, M6, France 5, TMC, qui passe à nouveau devant C8, Arte, W9, BFMTV, RMC Découverte, TFX, TF1 séries films, 6ter, France 4, NRJ12, Gulli, l'Equipe, Canal+, RMC Story, CStar, Chérie 25, LCI, CNews et Franceinfo.
En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, le groupe France Télévisions (+0,5 point hors France Ô à 28,9 %) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2019 devant le groupe TF1 (-0,4 point à 27,2 %), le groupe M6 (+1,2 point à 14,5 % y compris Gulli en 2019, -0,2 point hors Gulli), le groupe Canal+ (+0,2 point à 6,2 %), qui passe à nouveau devant le groupe NextRadioTV (-0,3 point à 5,9 %) et le groupe NRJ (stable à 2,6 %). Les chaînes nationales privées représentent 57,8 % de l'audience de la télévision (-0,8 point), contre 31,5 % pour les chaînes nationales publiques (+0,7 point hors France Ô). Les chaînes gratuites composent 88,4 % de l'audience de la télévision (-0,3 point), contre 11,6 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus).

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2019 (%, évolution par rapport à 2018)



* Y compris Gulli en 2019 (-0,2 pt hors Gulli).
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

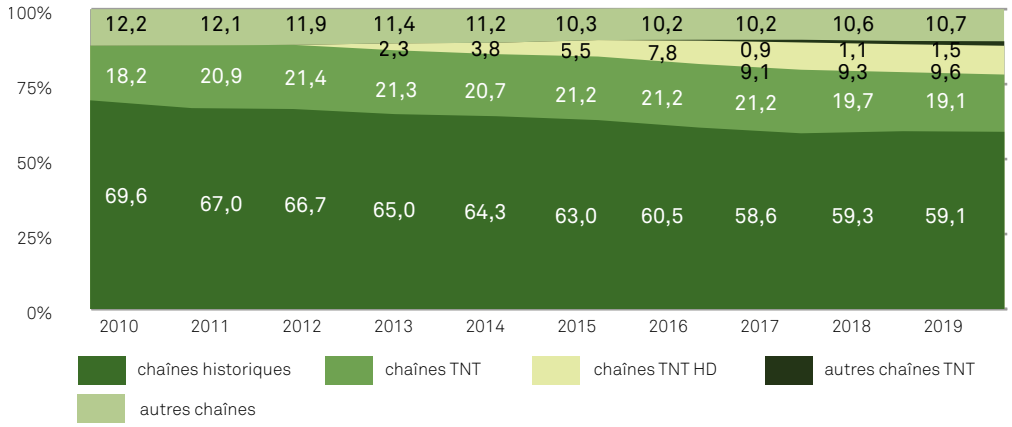
Part d'audience nationale des chaînes (%)

	2015	2016	2017	2018	2019
chaînes nationales[1]	**90,1**	**90,0**	**90,0**	**89,9**	**89,7**
TF1	21,4	20,4	20,0	20,2	19,5
France 2	14,3	13,4	13,0	13,5	13,9
France 3	9,2	9,1	9,1	9,4	9,3
Canal+	2,6	1,7	1,2	1,2	1,3
France 5	3,4	3,4	3,6	3,5	3,6
M6	9,9	10,2	9,5	9,1	8,9
Arte	2,2	2,3	2,2	2,4	2,6
C8	3,4	3,4	3,3	3,0	2,9
W9	2,6	2,5	2,6	2,6	2,5
TMC	3,1	3,0	3,2	3,0	3,1
TFX	2,0	1,9	2,0	1,9	1,8
NRJ12	1,8	1,7	1,6	1,5	1,5
France 4	1,7	1,9	1,8	1,6	1,6
BFMTV	2,2	2,3	2,7	2,6	2,3
CNews	1,0	0,9	0,6	0,7	0,8
CStar	1,2	1,2	1,2	1,1	1,2
Gulli	1,6	1,6	1,6	1,7	1,4
France Ô	0,6	0,8	0,6	nd	nd
TF1 séries films	1,2	1,8	1,9	1,8	1,8
L'Equipe	0,6	0,9	1,1	1,2	1,4
6ter	1,1	1,4	1,7	1,6	1,7
RMC Story	0,6	0,8	1,2	1,4	1,3
RMC Découverte	1,3	1,8	2,1	2,2	2,3
Chérie 25	0,7	1,1	1,1	1,1	1,1
LCI	-	0,3	0,6	0,7	1,0
Franceinfo	-	nd	0,3	0,4	0,5
autres chaînes[2]	**9,9**	**10,0**	**10,0**	**10,1**	**10,3**
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Y compris chaînes non souscriptrices à la mesure d'audience.
[2] Chaînes thématiques, locales et étrangères.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

France Télévisions demeure en 2019 le premier groupe en part d'audience devant le groupe TF1.

Part d'audience nationale des chaînes par agrégat (%)



Définition des agrégats :
Chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.
Chaînes TNT : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, BFMTV, CNews, CStar, Gulli, France Ô jusqu'en 2017.
Chaînes TNT HD : TF1 séries films, l'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.
Autres chaînes TNT : LCI, Franceinfo
Autres chaînes : Chaînes thématiques et chaînes non souscriptices à la mesure d'audience
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Le cinéma et la fiction télévisuelle sont surconsommés à la télévision

En 2019, la fiction télévisuelle constitue le premier genre de programmes proposés sur les chaînes nationales (21 % de l'offre en volume horaire) devant les magazines (20 %) et les documentaires (17 %). En termes de consommation, la fiction télévisuelle (23 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus), les magazines (18 %) et les journaux télévisés (11 %) se placent en tête, suivis (hors publicité) des documentaires et des jeux (10 % chacun). Le cinéma est surconsommé à la télévision (5 % de la consommation pour 3 % de l'offre). Au contraire, les programmes jeunesse (animation et autres programmes) apparaissent proportionnellement moins consommés par l'ensemble des spectateurs par rapport à leur poids dans l'offre (3 % de la consommation pour 9 % de l'offre) car ils sont destinés à un public spécifique. Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 50 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 41 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2019.

Les programmes de stock constituent 50 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 41 % de la consommation.

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2019 (%)[1]

	offre	consommation
fictions télévisuelles	21	23
magazines	20	18
journaux télévisés	2	11
publicité	11	11
documentaires	17	10
jeux	3	10
films	3	5
sport	1	3
émissions jeunesse	9	3
variétés	7	3
autres	6	3
total	100	100

[1] Sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25).
Lecture : en 2019, les journaux télévisés représentent 2 % de l'offre des chaînes nationales en volume horaire et 11% du temps d'écoute des téléspectateurs sur ces chaînes.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Remarques méthodologiques

Mediamat'Thématik est la mesure d'audience de la télévision auprès des personnes recevant une offre de chaînes via le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique, que ces personnes soient abonnées ou non à des chaînes payantes.
Les résultats de l'étude sont publiés deux fois par an et couvrent les périodes suivantes : janvier-juin et septembre-février de l'année suivante.

79,4 % des équipés TV reçoivent une offre élargie de chaînes

En février 2020, 46,1 millions de personnes reçoivent une offre élargie de chaînes selon Médiamétrie (-0,1 % par rapport à février 2019) dont 37,0 millions par câble, ADSL ou fibre optique (+1,7 %) et 13,5 millions par satellite (-5,1 %). La durée d'écoute de la télévision des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie est moins élevée que celle de l'ensemble des Français équipés d'un téléviseur. Elle s'établit à 3h39, contre 3h47 pour l'ensemble des équipés TV, sur la période allant de septembre 2019 à février 2020. Parmi l'ensemble des personnes recevant une offre élargie de chaînes (abonnées ou non à des chaînes payantes), la part d'audience des chaînes nationales s'établit à 86,8 % (-0,7 point sur un an), contre 12,9 % pour les chaînes thématiques (+0,8 point).

Les chaînes dédiées au cinéma représentent au total plus de 10 % de l'audience des chaînes thématiques.

Parmi les 97 chaînes thématiques étudiées par Mediamat'Thématik, TV Breizh et Paris 1ère se partagent la place de première chaîne en part d'audience (0,7 % sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant RTL9 (0,6 %) sur la période allant de septembre 2019 à février 2020. En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les six chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 1,0 %, contre 0,2 % par chaîne pour Paramount Channel et TCM Cinéma et 0,1 % par chaîne pour Action et Disney Cinéma.

Part d'audience des chaînes sur le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique (%)

	chaînes nationales	chaînes thématiques	autres chaînes	total
janv. - juin 2014	85,2	14,1	0,7	100,0
sept. 2014 - févr. 2015	85,4	13,8	0,8	100,0
janv. - juin 2015	85,6	13,7	0,7	100,0
sept. 2015 - févr. 2016	86,8	12,6	0,6	100,0
janv. - juin 2016	86,2	13,2	0,6	100,0
sept. 2016 - févr. 2017	86,3	13,0	0,7	100,0
janv. - juin 2017	86,7	12,7	0,6	100,0
sept. 2017 - févr. 2018	87,0	12,5	0,5	100,0
janv. - juin 2018	86,7	13,1	0,2	100,0
sept. 2018 - févr. 2019	87,5	12,1	0,4	100,0
janv. - juin 2019	86,8	12,9	0,3	100,0
sept. 2019 - févr. 2020	86,8	12,9	0,3	100,0

Source : Médiamétrie - Médiamat'Thématik, individus de 4 ans et plus, ensemble univers.

En 2019 : 2 323 œuvres cinématographiques différentes diffusées à la télévision (-43 films par rapport à 2018)

TV privées gratuites

1 077 films

TV publiques

847 films

Canal +

451 films

3.2 Les films à la télévision

L'offre de cinéma à la télévision

Remarques méthodologiques
Les résultats présentés dans cette étude sont issus d'une base de données commune au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes des groupes publics (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes des groupes privés (Groupes TF1, M6, NRJ, Next Radio TV et La Chaîne L'Equipe) et sur les chaînes du groupe Canal+. La partie consacrée à Canal+ concerne uniquement les diffusions de films sur la chaîne historique (hors Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Décalé et Canal+ Séries).
Depuis le 12 décembre 2012, six nouvelles chaînes Haute Définition sont arrivées sur la TNT privée gratuite : 6ter, Chérie 25, La Chaîne L'Equipe, RMC Découverte, RMC Story et TF1 Séries Films.
Depuis le 1er janvier 2013, le recensement des films diffusés sur France Ô est pris en compte. L'antériorité des diffusions n'est cependant pas disponible.
De façon avoir des données historiques, les tableaux et graphiques qui vont suivre tiennent compte de l'antériorité des films diffusés par une chaîne avant son appartenance au groupe audiovisuel.

Les films de long métrage pris en compte pour cette étude sont ceux qui relèvent de la définition de l'œuvre cinématographique au sens de l'article 2 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié : « Constituent des œuvres cinématographiques :
1° Les œuvres qui ont obtenu un visa d'exploitation au sens de l'article 19 du code de l'industrie cinématographique susvisé à l'exception des œuvres documentaires qui ont fait l'objet d'une première diffusion en France à la télévision.
2° Les œuvres étrangères qui n'ont pas obtenu ce visa mais qui ont fait l'objet d'une exploitation cinématographique commerciale dans leur pays d'origine ».

La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuée par le CSA dans les conditions fixées par l'article 6-1 du décret du 17 janvier 1990 précité.

Le rang de diffusion suit l'ordre chronologique des diffusions. Toutefois, pour les chaînes pratiquant la multidiffusion, un film diffusé à plusieurs reprises sur une période de trois mois porte le même rang pour chacune de ces diffusions. Pour Canal+, la période est passée de trois mois à six mois au 1er janvier 2016. Sur les chaînes en clair, le rang ne recense que les diffusions en clair. Sur Canal+, il recense toutes les diffusions antérieures, y compris en clair.

Les horaires de diffusion sont définis comme suit : un film dont la diffusion débute entre 20h30 et 22h30 relève de la « première partie de soirée » ; un film dont la diffusion débute entre 22h31 et 23h59 relève de la « deuxième partie de soirée » ; un film dont la diffusion débute entre 0h00 et 06h59 relève de la « nuit ». Enfin, un film dont la diffusion débute entre 07h00 et 20h29 est diffusé pendant le « reste de la journée ».
Sur Canal+, la première partie de soirée débute entre 18h00 et 23h00.

La base de données faisant l'objet de réactualisations régulières, certaines données peuvent différer par rapport aux publications antérieures. Elle est enrichie de données d'audience fournies par Médiamétrie.

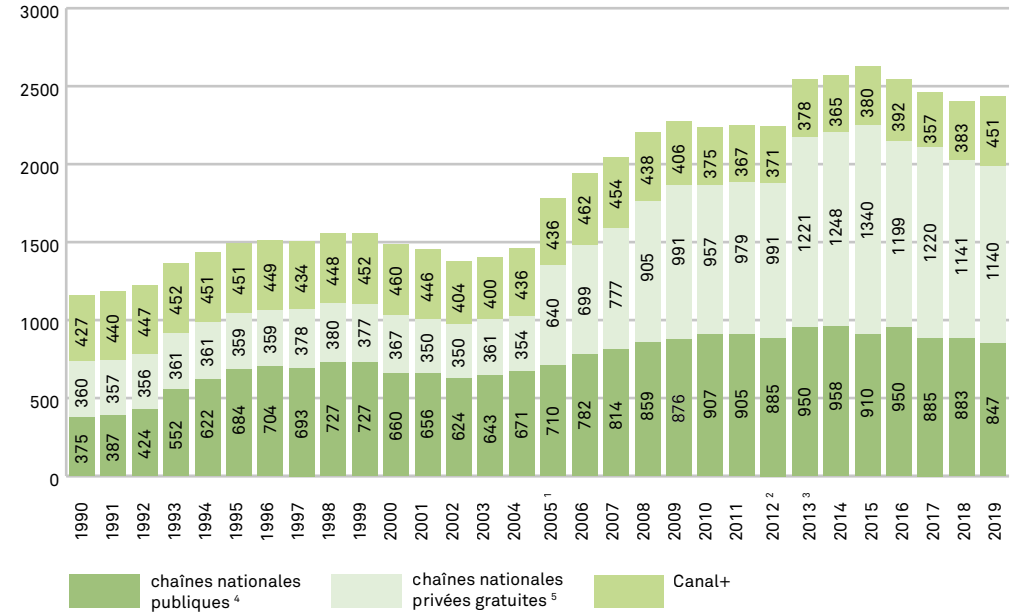
Nouvelle diminution de l'offre de films à la télévision
En 2019, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) se réduit à 2 323 œuvres cinématographiques différentes diffusées (-43 titres par rapport à 2018, soit -1,8 %). Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 847 films différents en 2019 (-37 titres par rapport à 2018, -4,2 %) et les chaînes nationales privées gratuites (chaînes des groupes TF1, M6, NRJ Group, Next Radio TV et les chaînes C8, CStar, La Chaîne L'Equipe) 1 077 films (-63 titres par rapport à 2018, -5,5 %). En 2019, la chaîne payante Canal+ fait progresser son offre de 58 titres à 451 films (+14,8 %).

Nombre de films diffusés à la télévision

	2010	2011	2012[1]	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
France Télévisions[3]	***526***	***518***	***501***	***515***	***524***	***511***	***487***	***451***	***415***	***416***	***+0,2***
France 2	169	161	141	150	153	129	99	93	97	120	*+23,7*
France 3	241	229	224	196	181	186	178	148	128	106	*-17,2*
France 4	117	125	147	138	149	150	145	152	130	116	*-10,8*
France 5	11	12	3	3	6	2	27	24	31	70	*+125,8*
France Ô[2]	nd	nd	nd	50	50	50	50	51	46	34	*-26,1*
Groupe TF1[3]	***404***	***400***	***415***	***512***	***450***	***435***	***427***	***425***	***405***	***398***	***-1,7***
TF1	145	138	132	142	131	133	145	133	139	115	*-17,3*
TMC	148	153	156	153	128	138	138	134	124	111	*-10,5*
TFX	154	153	168	151	145	127	119	109	116	122	*+5,2*
TF1 Séries Films	-	-	12	141	130	110	121	121	130	121	*-6,9*
Groupe M6[3]	***286***	***265***	***307***	***368***	***403***	***400***	***340***	***352***	***334***	***345***	***+3,3***
M6	134	103	103	104	129	115	91	93	91	85	*-6,6*
W9	134	128	143	131	126	121	116	119	117	120	*+2,6*
6ter	-	-	13	125	120	112	108	124	123	117	*-4,9*
Gulli	50	64	79	99	100	102	72	75	63	73	*+15,9*
Groupe Canal+[3]	***560***	***596***	***551***	***576***	***567***	***581***	***568***	***540***	***569***	***606***	***+6,5***
Canal+	375	367	370	378	365	380	392	357	393	451	*+14,8*
C8	125	123	134	155	160	158	145	141	136	112	*-17,6*
CStar	63	110	50	52	52	51	49	52	49	61	*+24,5*
NRJ Group[3]	***142***	***138***	***151***	***129***	***119***	***242***	***245***	***249***	***196***	***184***	***-6,1***
NRJ12	142	138	149	97	77	119	118	114	90	80	*-11,1*
Chérie 25	-	-	3	41	46	140	147	143	116	107	*-7,8*
Groupe Next Radio TV[3]	***-***	***-***	***0***	***93***	***138***	***154***	***81***	***85***	***76***	***42***	***-44,7***
RMC Découverte	-	-	0	1	1	1	1	0	0	0	-
RMC Story	-	-	0	92	137	153	80	85	76	42	*-44,7*
autres chaînes											
Arte	*376*	*384*	*378*	*429*	*425*	*399*	*459*	*433*	*470*	*433*	*-7,9*
LCP-AN	*9*	*9*	*9*	*15*	*15*	*10*	*9*	*9*	*8*	*0*	*-100,0*
La Chaîne L'Equipe	-	-	0	3	15	12	5	4	1	5	*+400,0*
total[3]	**2 189**	**2 204**	**2 199**	**2 496**	**2 520**	**2 566**	**2 479**	**2 427**	**2 366**	**2 323**	***-1,8***

[1] Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.
[2] Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.
[3] Total hors double compte.
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision selon agrégats de chaînes



[1] Début de la diffusion sur les chaînes gratuites de la TNT le 31 mars 2005.
[2] Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.
[3] Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.
[4] France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).
[5] Groupe TF1 + groupe M6 + groupe Canal+ (hors Canal+) + NRJ Group + groupe Next RadioTV + La Chaîne L'Equipe (total hors double compte).
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

53 films inédits de moins sur les chaînes nationales publiques en 2019 (-18,1 %)

Au total, 29,7 % des films diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (30,9 % en 2018), c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair. Toutes chaînes confondues, la part de films inédits français s'élève à 44,0 % et celle des films américains à 27,6 %.
La part de films inédits est en retrait sur les chaînes nationales publiques pour atteindre 28,3 % (-4,8 points par rapport à 2018). Seuls 12,9 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (139 films en 2019). Cette part réduite s'explique par la politique de programmation des chaînes de la TNT privée gratuite qui diffusent en majorité des films de catalogue (92,2 % de films non inédits sur les chaînes de la TNT privée gratuites). Sur ces chaînes, un film est programmé en clair, en moyenne, pour la neuvième fois en 2019 (comme en 2018). Canal+ programme 310 films inédits en 2019, soit 68,7 % de son offre (69,5 % en 2018).

29,7 % des films diffusés à la télévision sont inédits, cette part atteint 28,3 % sur les chaînes nationales publiques (-4,8 points par rapport à 2018).

Multidiffusion toujours stable

L'ensemble des chaînes programme 2 323 films différents qui donnent lieu à 5 285 diffusions. La fréquence de multidiffusion demeure globalement stable. Un film est diffusé en moyenne 2,3 fois en 2019 (comme en 2018). Canal+, Gulli, France Ô et CStar sont les chaînes qui ont le plus recours à la multidiffusion. Chaque film est programmé quatre fois en moyenne sur Canal+ et plus de deux fois sur Gulli, France Ô et CStar. France 5 demeure la seule chaîne à ne pas pratiquer la multidiffusion en 2019. Toutes chaînes confondues, 46,7 % des multidiffusions concernent des films français (47,7 % en 2018).

Nombre de diffusions des films à la télévision

	2010	2011	2012[1]	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
France Télévisions	***615***	***623***	***606***	***686***	***690***	***669***	***652***	***613***	***585***	***570***	***-2,6***
France 2	171	161	141	150	153	129	99	95	103	123	*+19,4*
France 3	241	231	224	198	181	189	178	148	132	107	*-18,9*
France 4	192	215	237	230	244	243	241	243	216	192	*-11,1*
France 5	11	16	4	4	8	4	31	24	31	70	*+125,8*
France Ô[2]	nd	nd	nd	104	104	104	103	103	103	79	*-23,3*
Groupe TF1	***550***	***550***	***558***	***792***	***761***	***748***	***803***	***762***	***749***	***736***	***-1,7***
TF1	145	138	134	148	153	160	191	187	183	191	*+4,4*
TMC	206	210	206	201	199	203	205	199	183	177	*-3,3*
TFX	199	202	201	204	194	192	196	186	192	187	*-2,6*
TF1 Séries Films	-	-	17	239	215	193	211	190	191	181	*-5,2*
Groupe M6	***431***	***435***	***495***	***721***	***704***	***706***	***618***	***671***	***634***	***673***	***+6,2***
M6	137	103	103	106	133	131	103	116	108	100	*-7,4*
W9	191	192	191	191	191	191	188	187	191	192	*+0,5*
6ter	-	-	15	191	184	188	169	192	191	191	*0,0*
Gulli	103	140	186	233	196	196	158	176	144	190	*+31,9*
Groupe Canal+	***2 161***	***2 223***	***2 222***	***2 260***	***2 212***	***2 200***	***2 124***	***2 130***	***2 169***	***2 104***	***-3,0***
Canal+	1 824	1 840	1 926	1 936	1 883	1 876	1 821	1 826	1 866	1 793	*-3,9*
C8	225	213	208	221	225	222	199	200	199	192	*-3,5*
CStar	112	170	88	103	104	102	104	104	104	119	*+14,4*
NRJ Group	***229***	***203***	***224***	***235***	***230***	***420***	***421***	***410***	***367***	***360***	***-1,9***
NRJ12	229	203	219	164	150	203	197	200	162	154	*-4,9*
Chérie 25	-	-	5	71	80	217	224	210	205	206	*+0,5*
Groupe Next Radio TV	***-***	***-***	***0***	***180***	***222***	***234***	***130***	***133***	***124***	***76***	***-38,7***
RMC Découverte	-	-	0	1	1	1	1	0	0	0	-
RMC Story	-	-	0	179	221	233	129	133	124	76	*-38,7*
autres chaînes											
Arte	*839*	*800*	*741*	*801*	*875*	*831*	*860*	*812*	*822*	*756*	*-8,0*
LCP-AN	*42*	*45*	*43*	*65*	*55*	*46*	*38*	*40*	*36*	*0*	*-100,0*
La Chaîne L'Equipe	-	-	0	10	31	24	13	5	2	10	*+400,0*
total	**4 867**	**4 879**	**4 889**	**5 750**	**5 780**	**5 878**	**5 659**	**5 576**	**5 488**	**5 285**	***-3,7***

[1] Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.
[2] Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

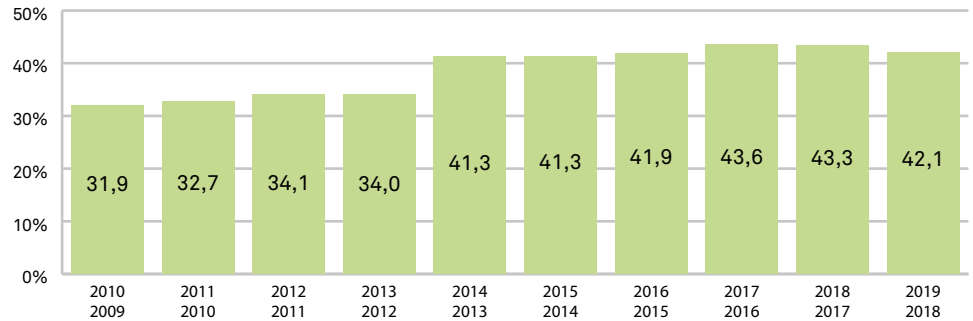
La part des rediffusions continue de baisser

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 11,3 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2019 (12,3 % en 2018). Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. Ainsi, 42,1 % des films programmés à la télévision en 2019 étaient-ils déjà diffusés en 2018, taux en baisse pour la deuxième année consécutive. Cette part s'élevait à 31,9 % en 2010.

Un taux de rediffusion des films qui se contracte à 42,1 %.

Cette pratique est plus répandue sur les chaînes de la TNT privée gratuite. 47,5 % des films programmés par W9 en 2019 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2018. Après W9, les chaînes rediffusant le plus les mêmes films entre 2018 et 2019 sont Gulli (46,6 %) et C8 (42,0 %).

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-CSA.

Une offre de films français en diminution, mais une part stable

En 2019, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), 1 032 films français sont diffusés en 2019, soit 11 films de moins qu'en 2018 (sans double compte des œuvres). Les films français représentent 44,4 % de l'offre cinématographique à la télévision, contre 44,1 % en 2018. Cette part dépasse 50 % sur les chaînes du groupe France Télévisions (53,1 %), sur C8 (50,9 %), sur RMC Story (52,4 %) et sur La Chaîne L'Equipe (60,0 %).

Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe M6 et celles du groupe TF1. Au total, les films d'Outre-Atlantique représentent 34,1 % de l'offre cinématographique en 2019, soit 792 films (-9 titres par rapport à 2018). En 2019, le nombre de films européens diffusés à la télévision est également en baisse à 432 films, soit 18,6 % (465 films en 2018, soit 19,7 %). Arte se distingue des autres chaînes en proposant une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (37,9 %). Seuls les films d'une autre nationalité sont en hausse en 2019 à 67 titres (+10 titres par rapport à 2018).

Nombre de films diffusés à la télévision en 2019 selon la nationalité[1]

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
France Télévisions[2]	**221**	***53,1***	**138**	***33,2***	**45**	***10,8***	**12**	***2,9***	**416**
France 2	60	*50,0*	44	*36,7*	12	*10,0*	4	*3,3*	120
France 3	69	*65,1*	23	*21,7*	11	*10,4*	3	*2,8*	106
France 4	52	*44,8*	41	*35,3*	20	*17,2*	3	*2,6*	116
France 5	36	*51,4*	27	*38,6*	7	*10,0*	0	*0,0*	70
France Ô	16	47,1	12	35,3	1	2,9	5	14,7	34
Groupe TF1[2]	**161**	***40,5***	**186**	***46,7***	**50**	***12,6***	**1**	***0,3***	**398**
TF1	48	*41,7*	58	*50,4*	9	*7,8*	0	*0,0*	115
TMC	47	*42,3*	46	*41,4*	17	*15,3*	1	*0,9*	111
TFX	47	*38,5*	57	*46,7*	18	*14,8*	0	*0,0*	122
TF1 Séries Films	48	*39,7*	55	*45,5*	18	*14,9*	0	*0,0*	121
Groupe M6[2]	**145**	***42,0***	**149**	***43,2***	**43**	***12,5***	**8**	***2,3***	**345**
M6	35	*41,2*	36	*42,4*	12	*14,1*	2	*2,4*	85
W9	50	*41,7*	56	*46,7*	14	*11,7*	0	*0,0*	120
6ter	46	*39,3*	57	*48,7*	14	*12,0*	0	*0,0*	117
Gulli	36	*49,3*	23	*31,5*	8	*11,0*	6	*8,2*	73
Groupe Canal+[2]	**297**	***49,0***	**178**	***29,4***	**114**	***18,8***	**17**	***2,8***	**606**
Canal+	217	*48,1*	119	*26,4*	99	*22,0*	16	*3,5*	451
C8	57	*50,9*	46	*41,1*	8	*7,1*	1	*0,9*	112
CStar	29	*47,5*	24	*39,3*	8	*13,1*	0	*0,0*	61
NRJ Group[2]	**83**	***45,1***	**74**	***40,2***	**26**	***14,1***	**1**	***0,5***	**184**
NRJ12	33	*41,3*	32	*40,0*	14	*17,5*	1	*1,3*	80
Chérie 25	52	*48,6*	43	*40,2*	12	*11,2*	0	*0,0*	107
Groupe Next Radio TV[2]	**22**	***52,4***	**9**	***21,4***	**4**	***9,5***	**7**	***16,7***	**42**
RMC Découverte	0	-	0	-	0	-	0	-	0
RMC Story	22	*52,4*	9	*21,4*	4	*9,5*	7	*16,7*	42
autres chaînes									
Arte	142	*32,8*	104	*24,0*	164	*37,9*	23	*5,3*	433
LCP-AN	0	-	0	-	0	-	0	-	0
La Chaîne L'Equipe	3	*60,0*	2	*40,0*	0	*0,0*	0	*0,0*	5
total[2]	***1 032***	***44,4***	***792***	***34,1***	***432***	***18,6***	***67***	***2,9***	**2 323**

[1] La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuées par le CSA.
[2] Total hors double compte.
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision selon la nationalité[1] (hors double compte)

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
2010	954	*43,6*	802	*36,6*	347	*15,9*	86	*3,9*	**2 189**
2011	971	*44,1*	790	*35,8*	379	*17,2*	64	*2,9*	**2 204**
2012[2]	950	*43,2*	811	*36,9*	370	*16,8*	68	*3,1*	**2 199**
2013[3]	1 037	*41,5*	952	*38,1*	440	*17,6*	67	*2,7*	**2 496**
2014	1 071	*42,5*	946	*37,5*	438	*17,4*	65	*2,6*	**2 520**
2015	1 078	*42,0*	972	*37,9*	428	*16,7*	88	*3,4*	**2 566**
2016	1 035	*41,8*	891	*35,9*	463	*18,7*	90	*3,6*	**2 479**
2017	1 071	*44,1*	816	*33,6*	459	*18,9*	81	*3,3*	**2 427**
2018	1 043	*44,1*	801	*33,9*	465	*19,7*	57	*2,4*	**2 366**
2019	1 032	*44,4*	792	*34,1*	432	*18,6*	67	*2,9*	**2 323**

[1] La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuées par le CSA.
[2] Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.
[3] Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

Nouvelle diminution de l'offre cinématographique en première partie de soirée

Pour la quatrième année consécutive, l'offre cinématographique se réduit en première partie de soirée sur l'ensemble des chaînes à 2 009 diffusions en 2019 (-69 diffusions par rapport à 2018). Cette baisse est essentiellement portée par les chaînes nationales privées gratuites (-44 diffusions par rapport à 2018). L'offre cinématographique en première partie de soirée se réduit également de 26 diffusions sur les chaînes nationales publiques et gagne une diffusion sur Canal+.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** se réduit en 2019 à 315 films (330 films en 2018). Les films diffusés en première partie de soirée composent 55,3 % de l'offre de films de France Télévisions en 2019, contre 56,4 % en 2018 et 43,7 % en 2010. 53,3 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe France Télévisions est française et 30,2 % est américaine. Les chaînes du groupe proposent six cases régulières au cinéma en première partie de soirée, dont deux sur France 4.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** se réduit en 2019 à 448 films (472 films en 2018). Cette baisse est due à TMC (-15 diffusions), TF1 Séries Films (-5 diffusions) et TF1 (-1 diffusion). Les films diffusés en première partie de soirée composent 60,9 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2019, contre 63,0 % en 2018. Neuf cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2019 (3 sur TFX et TF1 Séries Films, 2 sur TMC et une sur TF1). 46,2 % de l'offre du groupe en première partie de soirée est française et 40,6 % est américaine.

L'offre cinématographique des chaînes du **groupe M6** en première partie de soirée représente 398 diffusions, soit 59,1 % de l'ensemble des diffusions du groupe (386 diffusions et 60,9 % en 2018). Sur les quatre chaînes du groupe M6, W9 (+7 films) et Gulli (+13 films) font progresser leur programmation en première partie de soirée en 2019. Les chaînes du groupe proposent en 2019 de zéro à trois cases cinéma régulières en première partie de soirée (aucune pour M6, une case pour Gulli, deux cases pour 6ter, trois cases pour W9). 48,2 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 39,4 % est américaine.

En 2019, l'offre cinématographique du **groupe Canal+** en première partie de soirée se réduit de neuf diffusions à 423 films. À noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne Canal+ est plus large que sur les autres chaînes. Elle s'étale entre 18h00 et 23h00. Le groupe Canal+ propose plusieurs cases cinéma : quatre cases sur Canal+ (dont une le samedi sous certaines conditions), trois sur C8 et une sur CStar. Le groupe programme 47,3 % de films français (51,2 % en 2018) et 39,2 % de films américains (36,1 % en 2018) sur cette tranche horaire en 2019.

En 2019, 189 films sont programmés en première partie de soirée sur les chaînes de **NRJ Group**, soit 14 films de moins qu'en 2018. L'offre de films français en première partie de soirée perd six titres à 87 films (93 films en 2018), soit 46,0 % de l'offre de films en première partie de soirée. Le nombre de films américains diffusés à cet horaire se réduit de deux titres (74 films en 2019, contre 76 en 2018) et représente 39,2 % de l'offre de films en première partie de soirée.

Le groupe **Next Radio TV** diffuse 40 titres en première partie de soirée en 2019, soit 13 films de moins qu'en 2018. Depuis 2015, seule RMC Story diffuse des films en première partie de soirée. Avec 21 titres, les films français représentent 52,5 % de l'offre de RMC Story en première partie de soirée (27 titres et 50,9 % en 2018). 22,5 % des films programmés entre 20h30 et 22h30 sont américains en 2019 (32,1 % en 2018).

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée : le lundi, le mercredi et le dimanche. La chaîne diffuse 191 films à cet horaire en 2019 (190 films en 2018). Les films français représentent 43,5 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 30,4 % et les films européens non français 23,0 %. Arte demeure la première chaîne nationale gratuite pour le cinéma en première partie de soirée, tant en volume qu'en diversité d'offre.

Kirikou et les bêtes sauvages, film le plus diffusé à la télévision au cours des dix dernières années.

Nombre de diffusions des films à la télévision en première partie de soirée[1]

	2010	2011	2012[2]	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
France Télévisions	***269***	***277***	***265***	***349***	***346***	***329***	***329***	***332***	***330***	***315***	***-4,5***
France 2	52	52	53	59	53	49	47	47	50	52	*+4,0*
France 3	68	65	56	67	63	65	56	59	45	64	*+42,2*
France 4	148	155	155	149	154	143	132	138	146	122	*-16,4*
France 5	1	5	1	0	2	2	25	23	28	30	*+7,1*
France Ô[3]	nd	nd	nd	74	74	70	69	65	61	47	*-23,0*
Groupe TF1	***351***	***353***	***353***	***470***	***426***	***422***	***470***	***467***	***472***	***448***	***-5,1***
TF1	50	49	55	55	51	55	62	73	72	68	*-5,6*
TMC	156	149	144	134	118	126	144	144	130	115	*-11,5*
TFX	145	155	144	145	138	132	131	120	135	135	*0,0*
TF1 Séries Films	-	-	10	136	119	109	133	130	135	130	*-3,7*
Groupe M6	***270***	***291***	***327***	***463***	***458***	***413***	***405***	***394***	***386***	***398***	***+3,1***
M6	49	40	43	40	55	35	35	35	38	35	*-7,9*
W9	143	144	144	143	144	139	138	133	134	141	*+5,2*
6ter	-	-	11	143	138	142	144	134	135	130	*-3,7*
Gulli	78	107	129	137	121	97	88	92	79	92	*+16,5*
Groupe Canal+	***486***	***546***	***461***	***492***	***480***	***474***	***448***	***443***	***432***	***423***	***-2,1***
Canal+	254	274	273	279	279	277	254	247	246	247	*+0,4*
C8	163	139	115	145	146	144	142	143	134	116	*-13,4*
CStar	69	133	73	68	55	53	52	53	52	60	*+15,4*
NRJ Group	***153***	***139***	***137***	***146***	***140***	***254***	***260***	***251***	***203***	***189***	***-6,9***
NRJ12	153	139	135	103	84	115	116	107	92	85	*-7,6*
Chérie 25	-	-	2	43	56	139	144	144	111	104	*-6,3*
Groupe Next Radio TV	***-***	***-***	***0***	***130***	***168***	***164***	***67***	***54***	***53***	***40***	***-24,5***
RMC Découverte	-	-	0	1	1	0	0	0	0	0	-
RMC Story	-	-	0	129	167	164	67	54	53	40	*-24,5*
autres chaînes											
Arte	204	189	200	201	200	197	193	193	190	191	*+0,5*
LCP-AN	*0*	*0*	*0*	*14*	*27*	*18*	*14*	*15*	*12*	*0*	*-100,0*
La Chaîne L'Equipe	-	-	*0*	*5*	*11*	*10*	*7*	*3*	*0*	*5*	-
total	**1 733**	**1 795**	**1 743**	**2 270**	**2 256**	**2 281**	**2 193**	**2 152**	**2 078**	**2 009**	***-3,3***

[1] Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+.
[2] Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.
[3] Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites entre 2010 et 2019[1]

titre	année de production	nationalité	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont en première partie de soirée	nb. moyen de diffusions par an
Kirikou et les bêtes sauvages	2004	FR	2019	**43**	*18*	*4,8*
Delphine 1, Yvan 0	1996	FR	2019	**38**	*1*	*4,2*
Kirikou et la Sorcière	1995	FR	2019	**36**	*20*	*4,0*
Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ	1982	FR	2019	**33**	*22*	*3,7*
Nikita	1989	FR	2019	**33**	*24*	*3,7*
Les 11 Commandements	2003	FR	2018	**32**	*26*	*4,0*
Astérix et la surprise de César	1985	FR	2019	**32**	*31*	*4,0*
Astérix chez les Bretons	1985	FR	2019	**31**	*29*	*3,9*
Les Douze Travaux d'Astérix	1975	FR	2019	**30**	*26*	*3,3*

[1] Toutes chaînes nationales gratuites confondues.
Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.
Source : CNC-CSA.

Les francais ont consommé 56 heures de films sur les chaînes nationales gratuites en 2019 (source : Médiamétrie).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur la diffusion des films à la télévision
- l'étude *La diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision en 2018*.

L'audience des films à la télévision

La meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française
Entre 2015 et 2019, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française.

En 2019, la meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée par un film français pour sa quatrième diffusion en clair, *Bienvenue chez les Ch'tis* avec 6,7 millions de téléspectateurs sur TF1.

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision (2015-2019)

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2015	*Les Profs*	TF1	FR	1	8,0	28,5
2016	*Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?*	TF1	FR	1	10,8	40,4
2017	*Bienvenue chez les Ch'tis*	TF1	FR	3	8,8	34,3
2018	*Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?*	TF1	FR	2	8,7	34,0
2019	*Bienvenue chez les Ch'tis*	TF1	FR	4	6,7	30,9

Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

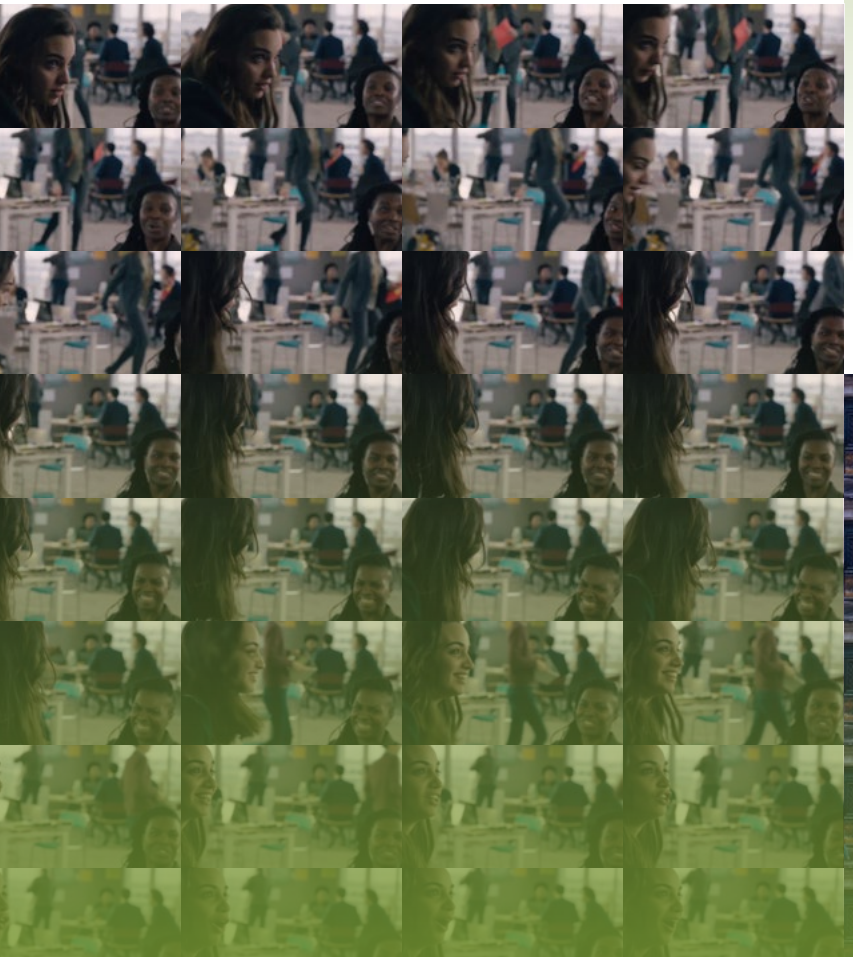
Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2019

chaîne	titre	date de diffusion	natio-nalité[1]	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	*Bienvenue chez les Ch'tis*	26-mai	FR	4	6,7	30,9
M6	*Le Roi Lion*	15-juil.	US	1	4,7	22,4
France 2	*La Grande Vadrouille*	21-avr.	FR	20	4,7	22,0
TMC	*Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?*	7-févr.	FR	3	2,9	13,6
France 3	*Pièce montée*	25-avr.	FR	6	2,9	12,4
Arte	*Impitoyable*	24-févr.	US	11	2,3	9,9
C8	*Homefront*	22-avr.	US	4	1,6	7,7
W9	*Die Hard 4 : Retour en enfer*	7-oct.	US	8	1,6	7,1
France 4	*Le Cinquième Elément*	24-avr.	FR	17	1,4	5,9
Canal+	*Avengers : Endgame*	25-déc.	US	1	0,9	5,1
France 5	*Délivrance*	13-mai	US	6	1,2	5,0
TFX	*Assassin's Creed*	23-mai	US	1	1,1	4,9
6ter	*La Belle et le clochard*	16-avr.	US	1	1,2	4,6
TF1 Séries Films	*L'Arme fatale 3*	28-mars	US	17	1,0	4,6
NRJ12	*Le Nouveau Protocole*	20-août	FR	7	0,9	4,5
CStar	*Mariage chez les Bodin's*	22-avr.	FR	5	0,9	3,9
Chérie 25	*Le Grand Alibi*	26-déc.	FR	6	0,8	3,5
RMC Story	*Man on Fire*	19-déc.	US	5	0,7	3,4
Gulli	*Gremlins*	5-févr.	US	15	0,6	2,5

Source : CNC, Médiamat-Médiamétrie (4 ans et plus).

En 2019 : **814** soirées sont dédiées
à la fiction sur les chaînes nationales historiques
(-10 soirées par rapport à 2018) dont :

46,3 %
de soirées
de fiction française



29,1 %
de soirées
de fiction
américaine

24,6 %
de soirées de fiction
d'autres nationalités

3.3 Les fictions à la télévision

L'offre de fiction à la télévision

Remarques méthodologiques
Les programmes en première partie de soirée correspondent aux émissions débutant généralement entre 20h45 et 21h15. Une soirée de fiction équivaut à une fiction de 90 minutes, deux fictions de 52 minutes, trois à cinq fictions de 26 minutes en première partie de soirée.

36 164 heures de fiction sur l'ensemble de la journée
La fiction est le premier genre de programmes en termes d'offre et de consommation à la télévision. En 2019, les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25) diffusent 36 164 heures de fiction sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie (+2,1 % par rapport à 2018).

En 2019, les Français regardent 237 heures de fiction en moyenne.

La fiction représente 21,8 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (+0,5 point) et 23,6 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (-0,1 point) sur l'ensemble de la journée. En 2019, les Français âgés de 4 ans et plus regardent 237 heures de fiction en moyenne sur les chaînes nationales gratuites soit 39 minutes par jour (-4,1 %).

En 2019, TF1 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée.

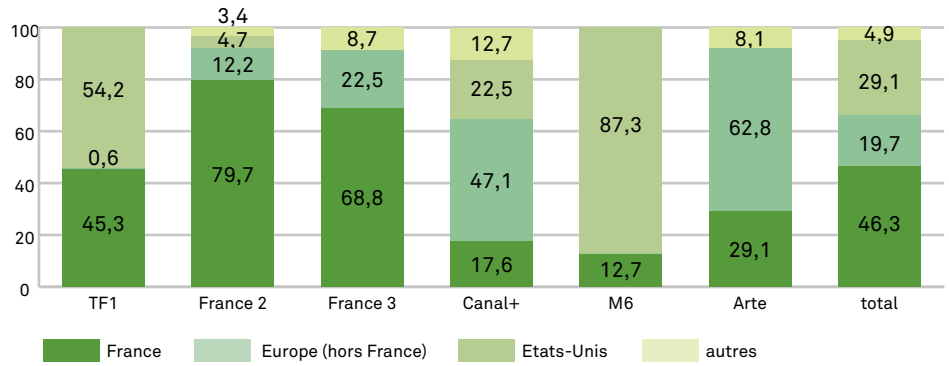
En 2019, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) consacrent 814 soirées à la fiction (-10 soirées par rapport à 2018), soit 37,2 % de l'ensemble de leurs soirées. L'offre de fiction diminue de 15 soirées sur France 3 et de 2 soirées par chaîne sur France 2 et M6 alors qu'elle augmente de 3 soirées sur Canal+ et de 6 soirées sur TF1. Elle est stable sur Arte.
TF1 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée (179 soirées) devant France 3 (173 soirées), France 2 (148 soirées), M6 (126 soirées), Canal+ (102 soirées) et Arte (86 soirées).

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2015	2016	2017	2018	2019
TF1	197	191	173	173	179
France 2	147	145	144	150	148
France 3	144	169	177	188	173
Canal+	104	95	107	99	102
M6	159	145	140	128	126
Arte	81	83	80	86	86
total	832	828	821	824	814

Source : CNC, Médiamétrie.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2019 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

La fiction française occupe 46,3 % des soirées dédiées à la fiction
En 2019, le nombre de soirées de fiction française diminue de 5,0 % par rapport à 2018 (377 soirées). L'offre de fiction étrangère augmente au contraire de 2,3 % (437 soirées). L'offre de fiction américaine recule de 6,3 % (237 soirées) alors que l'offre de fiction européenne non française (160 soirées) et l'offre de fiction étrangère hors Europe et Etats-Unis (40 soirées) sont en hausse. L'offre de fiction européenne non française a doublé au cours des dix dernières années. En 2019, la fiction française occupe 46,3 % des soirées dédiées à la fiction, contre 53,7 % pour la fiction étrangère dont 29,1 % pour la fiction américaine, 19,7 % pour la fiction européenne non française et 4,9 % pour la fiction étrangère d'autres nationalités.

Le 52 minutes constitue 71,9 % de l'offre de fiction en 1ère partie de soirée
En 2019, l'offre de fiction sur les chaînes nationales historiques diminue de 14 soirées par rapport à 2018 pour le format de 52 minutes alors qu'elle augmente de 2 soirées pour le format de 90 minutes, d'une soirée pour le format de 26 minutes et d'une soirée pour le format court. En 2019, les fictions de 52 minutes occupent 71,9 % du nombre total de soirées de fiction (585 soirées), contre 26,9 % pour les fictions de 90 minutes (219 soirées), 0,7 % pour les fictions de 26 minutes (6 soirées) et 0,5 % pour les fictions de format court (4 soirées).

L'offre de fiction américaine poursuit son recul, la fiction européenne est à son plus haut niveau.

En 2019, l'offre de fiction sur les chaînes nationales historiques diminue de 10 soirées par rapport à 2018 pour les séries (668 soirées) alors qu'elle est stable pour les unitaires (146 soirées). En 2019, les séries occupent 82,1 % des soirées dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques (82,3 % en 2018). Cette proportion s'établit à 71,4 % pour la fiction française (70,0 % en 2018) et 91,3 % pour la fiction étrangère (93,7 % en 2018).

L'audience de la fiction à la télévision

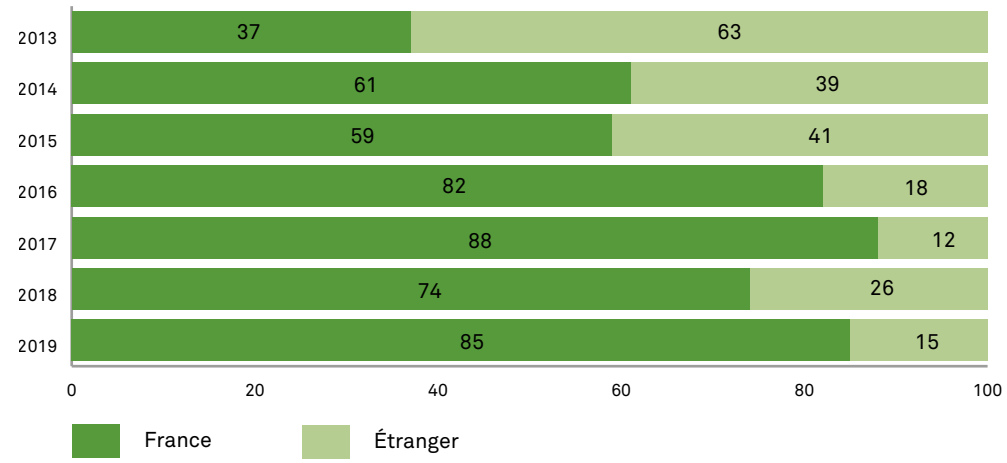
La fiction française réalise 85 des 100 meilleures audiences de fiction
La fiction française domine largement la fiction américaine. En 2019, la fiction française enregistre 85 des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sur l'ensemble de la journée, contre 74 sur 100 en 2018. La fiction française occupe pour la cinquième année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction. En 2019, la meilleure audience de fiction est enregistrée par un épisode inédit de la série française *Capitaine Marleau*, diffusée sur France 3, qui réunit 8,6 millions de téléspectateurs.

La part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les chaînes nationales historiques à l'exception de M6. En 2019, la part d'audience moyenne de la fiction française en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 23,0 % sur TF1 (contre 17,6 % pour la fiction étrangère), 18,3 % sur France 3 (contre 12,5 %), 15,3 % sur France 2 (contre 11,8 %), 10,5 % sur M6 (contre 10,9 %), 4,4 % sur Arte (contre 3,4 %) et 1,5 % sur Canal+ (contre 0,7 %).

La fiction française enregistre les meilleures audiences de fiction sur toutes les chaînes historiques.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La diffusion de la fiction à la télévision en 2019*

Répartition des 100 meilleurs audiences de fiction à la télévision selon la nationalité (%)



Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

Les meilleures audiences des fictions à la télévision par chaîne en 2019

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	*Le Bazar de la charité*	18/11/2019	France	8,5	32,0
France 2	*Kepler(s)*	04/03/2019	France	5,6	22,4
France 3	*Capitaine Marleau*	09/04/2019	France	8,6	33,6
Canal+	*Engrenages*	04/02/2019	France	0,9	3,4
France 5	*La Nourrice*	21/01/2019	France	1,2	4,8
M6	*Scènes de ménages*	04/03/2019	France	4,9	19,6
Arte	*Huguette*	06/12/2019	France	2,3	9,7
C8	*Les Ombres rouges*	12/03/2019	France	1,3	4,9
W9	*Kaamelott*	24/03/2019	France	0,9	3,6
TMC	*La Liste du père Noël*	03/11/2019	Etats-Unis	1,1	8,8
TFX	*Camping paradis*	22/05/2019	France	1,0	4,5
NRJ12	*La Légende des crânes de cristal*	02/01/2019	Etats-Unis	0,9	3,5
France 4	*Rizzoli and Isles*	07/11/2019	Etats-Unis	0,8	3,5
CStar	*Chicago Fire*	28/04/2019	Etats-Unis	0,6	2,7
Gulli	*Le Bal de Noël*	11/11/2019	Etats-Unis	0,6	2,3
TF1 séries films	*Section de recherches*	02/01/2019	France	0,8	3,2
6ter	*Kaamelott*	08/04/2019	France	0,7	2,7
RMC Story	*Le Sang de la vigne*	18/12/2019	France	0,7	2,8
Chérie 25	*Insoupçonnable*	10/07/2019	France	0,8	4,4

Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

En 2019 : **4 251** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC (-9,9 % par rapport à 2018)

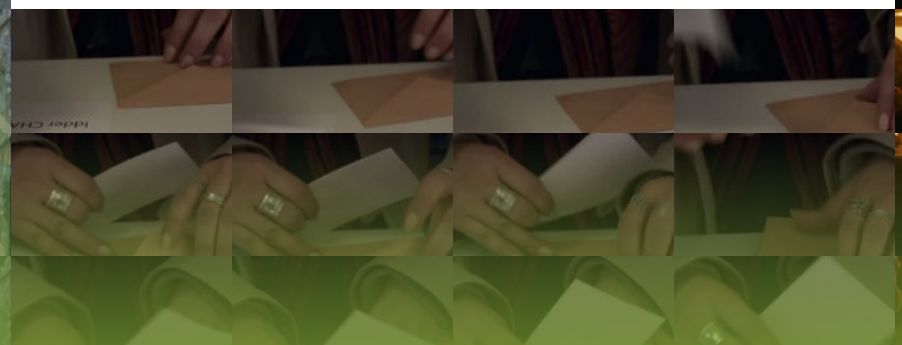
1,6 Md€ de devis (+3,4 %)

850,3 M€
d'apports des diffuseurs
(+1,6 %)

CNC

246,6 M€
d'apports du CNC
(-5,9 %)

129,7 M€
d'apports étrangers
(+26,8 %)



3.4 La production audiovisuelle aidée

Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2019 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2019. Ces données sont différentes de celles du CSA (qui correspondent aux obligations des chaînes) pour deux raisons principales :
-les statistiques du CSA portent sur les « œuvres audiovisuelles », concept plus large que les seuls programmes aidés par le CNC ;
- les dates de prise en compte d'une production ne sont pas les mêmes : date de dépôt de la demande de subvention pour le CNC, date de début de tournage pour le CSA.

Un volume de production aidée qui s'établit à 4 251 heures

En 2019, le CNC soutient la production de 4 251 heures de programmes audiovisuels français (-9,9 % par rapport à 2018), pour un montant total de 246,6 M€ (-5,9 %). Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC augmentent de 3,4 % à 1 604,8 M€.
Les investissements des diffuseurs sont en hausse de 1,6 % à 850,3 M€.
En 2019, la fiction reste le genre le plus soutenu par le CNC avec 91,0 M€ (-3,5%), devant le documentaire à 74,2 M€ (-7,2 %), l'animation à 53,3 M€ (+5,6%), l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant à 24,2 M€ (-27,7 %) et le magazine à 3,8 M€ (-2,3%).
En 2019, les chaînes nationales gratuites apportent 82,0 % des investissements totaux des chaînes de télévision, contre 87,2 % en 2018. Parmi ces diffuseurs, les chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) occupent une place toujours restreinte. Elles représentent 2,5 % des apports globaux des diffuseurs et sont à l'initiative de 5,9 % des heures aidées (respectivement 4,5 % et 8,0 % en 2018).
Les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) commandent 19,3 % des heures aidées et totalisent 14,3 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (respectivement 15,2 % et 9,3 % en 2018). Les services en ligne représentent 2,8 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée (2,4 % en 2018). La contribution des chaînes locales dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC s'établit à 0,9 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (1,1 % en 2018).
Les financements en provenance de partenaires étrangers s'établissent à 129,7 M€, en hausse de 26,8 %. Ils augmentent en fiction (+28,8 %) ainsi qu'en animation (+44,8 %) et en documentaire (+16,1 %) mais diminuent en spectacle vivant (-46,1 %).

En 2019, le CNC soutient la production de 4 251 heures de programmes audiovisuels français à hauteur de 246,6 M€.

Production audiovisuelle aidée

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
durée (heures)	4 417	4 850	5 151	5 427	4 828	4 943	4 864	4 873	4 716	4 251	*-9,9%*
devis (M€)	1 369,7	1 485,5	1 412,9	1 552,2	1 436,4	1 386,3	1 584,9	1 536,7	1 552,1	1 604,8	*+3,4%*
diffuseurs (M€)	793,5	841,0	797,6	862,6	793,3	784,0	862,8	812,9	836,3	850,3	*+1,6%*
aides du CNC[1] (M€)	215,8	236,1	237,3	259,4	232,7	233,9	267,0	268,7	262,1	246,6	*-5,9%*
apports étrangers (M€)	93,3	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	*+26,8%*

[1] Aides à la préparation et à la production, y compris compléments d'aide.
Source : CNC.

La fiction

Hausse du volume et des devis de fiction

Le volume de fiction aidée par le CNC dépasse le seuil des 1 000 heures pour la première fois depuis 1996. En 2019, il s'établit à 1 040 heures. Il augmente de 4,5 % par rapport à 2018 (+45 heures). Les devis de fiction sont en hausse de 11,7 % entre 2018 et 2019 à 890,1 M€. Il s'agit d'un record. Le coût horaire moyen de la fiction aidée progresse de 6,9 % à 855,9 K€. L'apport horaire moyen du CNC (y compris compléments) recule de 8,7 % à 84,0 K€. La fiction représente 24,5 % de la durée totale de l'ensemble des programmes audiovisuels aidés par le CNC en 2019, contre 21,1 % en 2018.
En 2019, les financements français pour la fiction (852,5 M€) augmentent de 11,0 % par rapport à 2018 et les financements étrangers (37,6 M€) sont en hausse de 28,8 %.
En 2019, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction augmente de 9,2 % par rapport à 2018 à 583,7 M€. Leur part dans le financement du genre s'établit à 65,6 % (-1,4 point). L'apport horaire des diffuseurs progresse de 4,5 % entre 2018 et 2019 à 561,2 K€. La contribution des producteurs est en hausse de 30,7 % à 136,8 M€ en 2019. La part des apports des producteurs s'élève à 15,4 % (+2,3 points). Les apports du CNC (y compris compléments) sont en diminution de 4,6 % à 87,4 M€ en 2019. La part des apports du CNC (y compris compléments) dans le financement de la fiction s'établit à 9,8 % (-1,7 point).

En 2019, la part des apports étrangers dans le financement de la fiction s'établit à 4,2 % (3,7 % en 2018). Les apports en coproduction sont en hausse de 63,8 % par rapport à 2018 à 27,9 M€ et les préventes (y compris minimums garantis) diminuent de 19,9 % à 9,8 M€. Le volume horaire total des programmes bénéficiant d'un financement étranger augmente de 12,9 %. 558 heures de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2019, soit plus de la moitié (53,6 %) du volume horaire total de fiction (494 heures, soit 49,6 % en 2018). En 2019, 539 heures d'œuvres majoritaires françaises sont produites avec un apport étranger de 20,9 M€ (11,7 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes - y compris minimums garantis) et 19 heures de programmes minoritaires français ont bénéficié d'un apport étranger de 16,8 M€ (16,1 M€ d'apports en coproduction et 0,6 M€ de préventes - y compris minimums garantis).

En 2019, la part des diffuseurs dans le financement de la fiction s'établit à 65,6 % des devis.

Les chiffres clés de la fiction

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
volume horaire (heures)	731	774	768	782	748	743	897	871	995	1 040	*+4,5%*
devis (M€)	678,1	752,4	667,4	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	*+11,7%*
coût horaire (K€/heure)	927,3	972,0	869,5	909,5	958,3	859,3	868,6	826,5	800,8	855,9	*+6,9%*

Source : CNC.

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
financements français	**656,6**	**715,8**	**620,3**	**683,8**	**671,9**	**619,2**	**727,7**	**691,1**	**767,8**	**852,5**
producteurs français	62,9	75,4	58,2	78,2	69,8	57,0	80,5	85,5	104,7	136,8
préventes en France	3,4	9,1	5,6	5,7	15,8	10,2	8,5	7,5	10,2	17,5
diffuseurs	499,3	536,9	467,5	500,9	483,9	462,5	536,0	491,5	534,1	583,7
SOFICA	1,2	0,3	0,4	2,0	2,5	1,1	2,3	1,5	3,2	2,3
CNC	67,9	74,7	70,7	74,9	68,4	65,4	80,6	76,9	83,6	83,3
compléments CNC[1]	1,7	2,3	2,4	6,1	3,5	2,7	2,9	4,5	4,3	4,1
autres	20,1	17,1	15,5	15,9	28,0	20,4	16,9	23,7	24,0	24,9
financements étrangers	**21,5**	**36,6**	**47,0**	**27,1**	**45,3**	**19,6**	**51,2**	**28,8**	**29,2**	**37,6**
coproductions étrangères	12,8	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9
préventes à l'étranger[2]	8,7	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8
total des financements	**678,1**	**752,4**	**667,4**	**710,9**	**717,2**	**638,9**	**778,9**	**719,9**	**797,0**	**890,1**

[1] Aides accordées après la première décision.
[2] Y compris minimums garantis.
Source : CNC.

Progression du volume de fiction de 26 minutes

En 2019, les volumes de fiction de 26 minutes (+7,8 %) et de 52 minutes (+11,7 %) sont en hausse alors que les volumes de 90 minutes (-22,0 %) et de format court (-16,4 %) sont en baisse.
En 2019, le 26 minutes demeure le premier format de fiction (42,2 % des heures aidées), devant le 52 minutes (37,1 %), le 90 minutes (9,6 %), le format court (8,1 %) et la fiction numérique (3,1 %). Porté par les feuilletons, le volume de 26 minutes atteint son plus haut niveau de la décennie alors que le volume de 90 minutes est à son plus bas niveau.

L'animation

Augmentation du volume et des devis d'animation

En 2019, le volume de production d'animation augmente de 2,1 % par rapport à 2018 à 295 heures (+6 heures) en raison de la durée des cycles de production. L'animation représente 6,9 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2019, contre 6,1 % en 2018.
En 2019, le montant des devis des programmes d'animation augmente de 13,1 % par rapport à 2018 à 237,4 M€, soit un niveau supérieur à la moyenne des dix dernières années (212,4 M€).
En 2019, le coût horaire de l'animation s'établit à 805,2 K€ (+10,8 % par rapport à 2018). Entre 2010 et 2019, le coût horaire moyen des programmes d'animation s'établit à 670,3 K€.
En 2019, l'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 172,9 K€ (166,9 K€ en 2018).
Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation sont en augmentation de 5,0 % à 175,1 M€ en 2019, soit 73,8 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (79,5 % en 2018). Les apports des producteurs français progressent de 17,2 % à 56,8 M€, soit 23,9 % du montant total des devis (23,1 % en 2018). La contribution des diffuseurs est en hausse de 2,1 % à 49,1 M€. Leur part dans le financement de l'animation s'établit à 20,7 % (22,9 % en 2018).

En 2019, les diffuseurs apportent en moyenne 166,6 K€ par heure d'animation (stable par rapport à 2018). L'apport total du CNC pour les programmes d'animation s'établit à 51,0 M€ (+5,7 %). Il couvre 21,5 % des devis en 2019 (23,0 % en 2018).
En 2019, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'établit à 26,2 % (20,5 % en 2018).
Les financements étrangers augmentent de 44,8 % à 62,3 M€ en 2019. Les apports en coproduction doublent à 28,4 M€ et les préventes à l'étranger sont en hausse de 17,2 % à 33,8 M€.
En 2019, 252 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et prévente), soit 85,5 % du volume total produit (238 heures, soit 82,5 % du volume total en 2018).
En 2019, 226 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total de 49,0 M€ dont 17,5 M€ d'apports en coproduction et 31,5 M€ de préventes (237 heures avec un apport étranger de 41,8 M€ en 2018).

En 2019, le volume de production d'animation s'établit à 295 heures.

Les chiffres clés de l'animation

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
volume horaire (heures)	320	355	298	326	260	285	388	353	289	295	*+2,1%*
devis (M€)	181,0	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	*+13,1%*
coût horaire (K€/heure)	565,2	611,8	609,2	654,3	684,8	633,7	660,1	761,9	726,7	805,2	*+10,8%*

Source : CNC

Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
financements français	**138,4**	**156,4**	**139,8**	**161,0**	**132,5**	**137,2**	**198,3**	**208,3**	**166,8**	**175,1**
producteurs français	31,3	38,2	36,5	43,4	34,0	38,8	51,5	61,6	48,5	56,9
préventes en France	9,5	6,1	5,5	7,2	8,7	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8
diffuseurs	50,7	57,9	49,7	58,0	46,7	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1
SOFICA	2,9	5,5	3,0	3,8	2,2	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2
CNC	29,5	30,7	31,0	33,6	29,6	28,2	49,2	45,8	30,5	34,1
compléments CNC[1]	8,8	12,9	6,9	7,5	5,2	8,4	11,0	12,9	17,7	16,9
autres	5,7	5,1	7,2	7,6	6,0	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2
financements étrangers	**42,5**	**60,9**	**42,0**	**52,1**	**45,6**	**43,7**	**58,0**	**60,7**	**43,0**	**62,3**
coproductions étrangères	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4
préventes à l'étranger	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8
total des financements	**181,0**	**217,3**	**181,8**	**213,0**	**178,1**	**180,8**	**256,3**	**269,0**	**209,8**	**237,4**

[1] Aides accordées après la première décision.
Source : CNC

Les séries de 11 à 13 minutes restent majoritaires

En 2019, les séries de 11 à 13 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (56,1 % du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes (28,7 %), les séries de 23 à 26 minutes (10,7 %), les séries de 52 minutes (3,8 %) et les unitaires (0,8 %). En 2019, le volume horaire des séries de 23 à 26 minutes augmente de 64,9 % par rapport à 2018 à 31 heures. Le volume des séries de 11 à 13 minutes est également en hausse de 2,8 % à 165 heures. Le volume des séries de moins de 8 minutes est en baisse de 19,2 % à 85 heures.

En 2019, la part des investissements français dans le financement des programmes d'animation s'élève à 73,8 % des devis.

Le documentaire

Baisse du volume et des devis de documentaires

Avec un total de 1 960 heures aidées en 2019, le volume de documentaires continue de diminuer (-8,4 % par rapport à 2018) et passe sous la barre des 2 000 heures pour la première fois de la décennie. En 2019, le montant des devis des programmes documentaires est en recul à 362,6 M€ (-6,9 %). Le coût horaire moyen progresse de 1,7 % à 185,0 K€.

En 2019, le documentaire représente 46,1 % des heures totales de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 45,4 % en 2018.

Les engagements des diffuseurs diminuent de 11,1 % à 168,2 M€ et couvrent moins de la moitié des devis totaux du genre (-2,2 points à 46,4 %). L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 85,8 K€ en 2019 (-2,9 % par rapport à 2018).

En 2019, les apports des producteurs français sont stables (-0,6 %), à 60,0 M€.

Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaires s'établissent à 71,2 M€ en 2019 (-7,9 % par rapport à 2018).

Les financements étrangers dans la production française de documentaires augmentent de 16,1 % à 25,4 M€ dont 7,6 M€ au titre des préventes (+21,5%) et 17,8 M€ au titre des apports en coproduction (+13,9 %). 390 heures de documentaires correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2019, pour un total d'apports étrangers de 15,5 M€ et 40 heures à des programmes minoritaires pour un apport de 9,9 M€.

En 2019, les financements du CNC dans la production de documentaires atteignent 71,2 M€.

Les chiffres clés du documentaire

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
volume horaire (heures)	2 461	2 665	2 921	3 092	2 590	2 480	2 253	2 266	2 141	1 960	*-8,4%*
devis (M€)	395,4	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	*-6,9%*
coût horaire (K€/heure)	160,7	145,6	149,9	158,3	153,9	165,0	179,9	175,4	181,9	185,0	*+1,7%*

[1] Aides à la production, y compris les compléments d'aide.
Source : CNC.

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
financements français	**372,7**	**371,2**	**418,3**	**463,5**	**383,6**	**389,6**	**374,6**	**375,3**	**367,5**	**337,2**
producteurs français	66,5	61,8	67,6	75,1	61,2	60,8	59,3	63,4	60,3	60,0
préventes en France	5,5	4,6	4,5	6,1	4,4	5,5	4,9	4,7	5,4	6,5
diffuseurs	194,0	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7	204,6	195,3	189,2	168,2
SOFICA	0,2	0,1	0,3	0,9	0,9	1,3	0,9	0,7	0,8	0,4
CNC	73,6	79,7	86,7	92,5	79,6	81,9	75,8	77,6	76,7	71,0
compléments CNC[1]	0,9	0,5	1,1	3,2	0,8	0,9	2,0	2,0	0,2	0,1
autres	32,0	35,1	34,9	42,8	32,7	29,6	27,1	31,5	34,6	31,1
financements étrangers	**22,6**	**17,0**	**19,5**	**26,0**	**15,1**	**19,4**	**30,6**	**22,3**	**21,9**	**25,4**
coproductions étrangères	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8
préventes à l'étranger	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6
total des financements	**395,4**	**388,1**	**437,9**	**489,5**	**398,7**	**409,0**	**405,2**	**397,6**	**389,4**	**362,6**

[1] Aides accordées après la première décision.
Source : CNC.

Le documentaire de société reste prédominant

Malgré un volume de commandes en baisse (-10,9 % à 931 heures), le documentaire de société conserve sa prééminence avec 47,5 % du volume total du genre en 2019. Les programmes historiques représentent la deuxième thématique la plus commandée. Le volume de production progresse de 15,4 % en 2019 à 322 heures (279 heures en 2018). En 2019, les commandes de documentaires sur la géographie et les voyages enregistrent une forte baisse de 40,1 % à 100 heures. Les diffuseurs participent au financement de 127 heures de documentaires autour de l'environnement et de la nature en 2019, contre 133 heures en 2018. Les documentaires concernant le spectacle vivant (musique, cirque, danse et théâtre) représentent 2,3 % des heures de documentaires aidées en 2019, contre 3,3 % en 2018. Parmi les heures de documentaires de spectacle vivant, 90,9 % sont consacrées à la musique (2,1 % du volume total de documentaires aidés).

L'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

Baisse du volume et des devis des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant

En 2019, le nombre d'heures aidées d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant recule de 26,2 % (-246 heures par rapport à 2018) pour atteindre 693 heures. Les devis de ces œuvres diminuent de 28,2 % par rapport à 2018 pour atteindre 88,6 M€, soit un coût horaire moyen en baisse de 2,7 % à 127,9 K€. Les programmes de spectacle vivant représentent 16,3 % du total des heures de programmes aidés en 2019 et capte 11,2 % des aides du CNC.

En 2019, la participation des diffuseurs à la production d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant recule à 32,5 M€ (-24,5 %). Leur apport horaire est néanmoins en hausse de 2,2 % à 46,9 K€. Les diffuseurs couvrent 36,7 % des devis de production du genre (34,9 % en 2018). Les subventions versées par le CNC (y compris compléments d'aides) reculent de 27,8 % à 24,2 M€ en 2019. Leur contribution aux financements d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant est stable par rapport à 2018 et couvre 27,3 % des devis du genre pour un apport horaire en baisse de 2,2 % à 34,9 K€ en moyenne.

En 2019, le nombre d'heures produites de spectacles vivants diminue de 26,2 % mais l'apport horaire des diffuseurs est en hausse de 2,2 %.

En 2019, les apports étrangers sont en recul de 46,1 % à 4,4 M€. Leur part dans le total des devis diminue à 5,0 % des financements totaux des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant (6,6 % en 2018). Les apports en coproduction sont en baisse à 3,6 M€. Ils sont principalement financés par des producteurs étrangers de spectacle et des salles programmant le spectacle à l'étranger. Les préventes à l'étranger sont en baisse de 17,1 % à 0,8 M€. Au total, 130 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2019 (193 heures en 2018) dont 121 heures de coproductions majoritaires (179 heures en 2018) et 9 heures de coproductions minoritaires (14 heures en 2018). Les coproductions majoritaires reçoivent 3,2 M€ de financements étrangers (6,4 M€ en 2018) et les coproductions minoritaires 1,2 M€ (1,8 M€ en 2018).

Les chiffres clés du spectacle vivant

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
volume horaire (heures)	529	621	697	793	976	1 082	954	1 033	939	693	*-26,2%*
devis (M€)	84,5	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	*-28,2%*
coût horaire (K€/heure)	159,9	148,7	131,7	129,9	122,3	115,8	122,7	117,8	131,4	127,9	*-2,7%*

Source : CNC.

Financement prévisionnel du spectacle vivant (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
financements français	78,3	86,4	85,2	96,5	112,7	117,2	109,9	113,2	115,2	84,2
producteurs français	24,5	26,8	23,4	28,1	31,7	31,9	30,6	31,8	35,5	25,4
préventes en France	0,8	1,2	1,1	1,3	1,2	1,6	1,2	1,3	1,3	0,8
diffuseurs	27,3	32,9	32,5	35,9	42,4	46,0	42,3	42,8	43,0	32,5
SOFICA	0,0	-	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-
CNC y compris complément[1]	22,6	24,3	26,5	29,3	35,4	36,4	34,3	35,0	33,5	24,2
autres	2,9	1,2	1,7	1,7	1,9	1,3	1,6	2,2	1,8	1,3
financements étrangers	6,3	6,0	6,6	6,6	6,7	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4
coproductions étrangères	5,0	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6
préventes à l'étranger	1,3	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8
total des financements	84,5	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6

[1] Aides accordées après la première décision.
Source : CNC.

Le spectacle musical domine le genre

En 2019, la baisse du volume de production de programmes de spectacle vivant concerne en particulier la musique (-216 heures) et notamment la musique classique (-78 heures), la variété/rock (-51 heures) et l'opéra (-38 heures). La musique classique devient le deuxième genre musical en volume avec 115 heures (193 en 2018), derrière la variété/rock avec 118 heures (169 en 2018). Le volume de production de programmes de danse diminue également de 31 heures.

En revanche, les enregistrements de théâtre progressent de 11 heures en 2019.

Les adaptations audiovisuelles de spectacles musicaux représentent toujours une très grande majorité des heures aidées, même si leur part décroît à 76,4 % du volume en 2019 (79,3 % en 2018). En 2019, le CNC a soutenu à hauteur de 17,3 M€ l'enregistrement de spectacles musicaux, soit un montant en baisse de près d'un tiers par rapport à 2018 (-32,9 %).

La variété/rock représente 17,0 % des heures aidées, la musique classique 16,6 %, l'opéra 15,1 %, le jazz 11,3 %, le hip-hop/rap/électro 9,8 % et les musiques du monde/traditionnelles 5,9 %.

Le cirque reste le genre de spectacle vivant le plus coûteux en 2019 à 271,3 K€ par heure de programme (+14,5 %), devant le théâtre à 169,3 K€ (-8,1 %), la danse à 167,7 K€ (+7,7 %) et l'opéra à 149,7 K€ (-26,1 %).

En 2019, le CNC soutient des adaptations de spectacles musicaux à hauteur de 17,3 M€.

Le magazine d'intérêt culturel

Diminution des volumes et des devis des magazines d'intérêt culturel

Le CNC apporte un soutien exclusivement sélectif aux magazines d'intérêt culturel, après avis de la commission compétente. En 2019, le volume de production aidée recule à 263 heures (-25,5 % par rapport à 2018).
51 magazines bénéficient d'un soutien financier en 2019 (55 en 2018). Au global, les devis de ces programmes s'élèvent à 26,1 M€ (-20,1 % par rapport à 2018), soit un coût horaire moyen de 99,1 K€ (+7,3 %). Il s'agit du plus haut niveau de la décennie.

Les subventions versées par le CNC y compris compléments d'aides aux magazines d'intérêt culturel sont relativement stables à 3,8 M€ (-2,1 %), soit 14,6 % des devis en 2019 (12,0 % en 2018). L'apport des diffuseurs recule à 16,9 M€ (-22,8 % par rapport à 2018).
Les diffuseurs représentent 64,8 % du total des financements du magazine d'intérêt culturel en 2019 (67,1 % en 2018). Ils apportent, en moyenne, 64,2 K€ par heure de programme (62,0 K€ en 2018).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
volume horaire (heures)	377	435	467	434	254	353	372	350	353	263	*-25,5%*
devis (M€)	30,8	35,4	34,0	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	*-20,1%*
coût horaire (K€/heure)	81,8	81,4	72,9	82,4	90,8	91,5	73,9	81,9	92,4	99,1	*+7,3%*

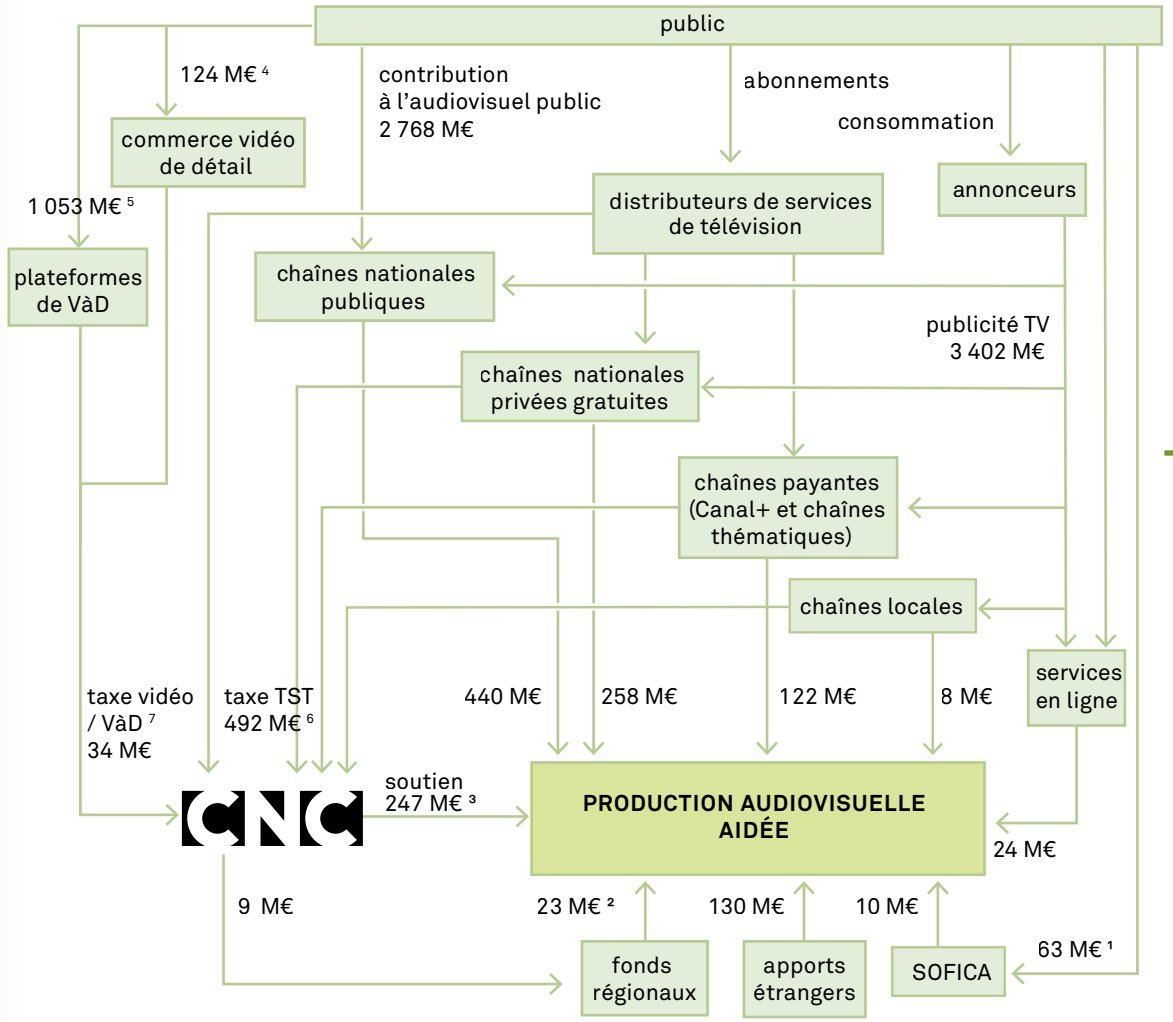
Source : CNC.

Financement prévisionnel du magazine d'intérêt culturel (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
financements français	**30,5**	**35,4**	**33,8**	**35,7**	**23,0**	**32,2**	**27,3**	**28,6**	**32,5**	**26,0**
producteurs français	3,4	4,6	4,2	5,1	3,8	5,0	4,7	4,6	5,4	3,8
préventes en France	0,2	0,0	0,2	0,4	-	0,1	0,2	-	0,1	0,0
diffuseurs	22,1	24,0	24,7	24,9	16,0	22,4	18,5	19,6	21,9	16,9
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments[1]	3,7	4,3	4,0	3,9	2,7	3,4	2,5	3,2	3,9	3,8
autres	1,0	2,4	0,8	1,4	0,6	1,3	1,4	1,2	1,3	0,1
financements étrangers	**0,4**	**-**	**0,2**	**0,1**	**-**	**0,1**	**0,3**	**0,1**	**0,1**	**0,1**
coproductions étrangères	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	-
préventes à l'étranger	0,3	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	26,1
total des financements	**30,8**	**35,4**	**34,0**	**35,8**	**23,0**	**32,3**	**27,5**	**28,6**	**32,6**	**32,6**

[1] Aides accordées après la première décision.
Source : CNC.

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2019 (M€)



[1] Montant agréé en 2018 pour des investissements en 2019 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.
[2] Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales.
[3] Soutien total du CNC : aides à la production + aides au développement (y compris les compléments d'aide).
[4] Ventes au détail de programmes hors film (TTC).
[5] Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en VàD.
[6] Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et des distributeurs de services de télévision.
[7] Taxe sur le chiffre d'affaires en vidéo et VàD, toutes œuvres confondues.
Sources :
Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant, magazine d'intérêt culturel).
Le marché publicitaire français en 2019 – IREP.
Recettes du CNC exécutées en 2019.
Baromètre vidéo CNC-GfK.
Baromètre de la VàD GfK-NPA Conseil.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur la production audiovisuelle soutenue par le CNC

En 2019 : **9,3** milliards de vidéos vues
en télévision de rattrapage (+15 % par rapport à 2018
à périmètre constant)

5,4 milliards
de vidéos vues
sur un appareil mobile *

3,3 milliards
de vidéos vues
sur un écran
de télévision *

1,7 milliard
de vidéos vues
sur un ordinateur *

* Total TV en ligne
(rattrapage, bonus et direct)

3.5 La télévision de rattrapage

L'offre de TVR

Plus de 140 chaînes en télévision de rattrapage
La télévision de rattrapage (TVR), ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement. Les offres de TVR sont disponibles sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur et écrans mobiles - tablette, téléphone, etc.) mais les services proposés sont différents, sur le téléviseur et sur les écrans mobiles, selon les opérateurs de télécommunication, les constructeurs de matériel et les plates-formes de téléchargement d'applications. Sur l'ordinateur, l'accès aux services de TVR s'effectue par les sites internet édités par les chaînes. Sur la télévision, les offres de TVR sont accessibles de multiples façons : par les fournisseurs d'accès à internet, par les offres de télévision par satellite, par les services des téléviseurs connectés, par une console de jeux vidéo ou encore par un boîtier ou une clé externe proposant une offre audiovisuelle.

Sur les appareils mobiles, la TVR est disponible via les applications des opérateurs pour les abonnés à une offre de télévision et via les applications développées par les chaînes, téléchargeables dans les magasins d'applications.

Sur tous les supports, certains services de TVR sont également disponibles par les sites de partage de vidéo. Les offres de TVR sont composées de services accessibles gratuitement et de services réservés aux abonnés des chaînes en option. En février 2020, plus de 140 chaînes dont l'ensemble des chaînes nationales gratuites proposent leurs programmes en TVR sur au moins un écran.

Remarques méthodologiques
La part de l'offre de programmes disponible en TVR sur internet est calculée en volume horaire par CMI France pour le CNC. L'analyse est réalisée sur deux semaines de référence en 2019 (les semaines du 13 au 19 mai et du 18 au 24 novembre 2019). Tous les programmes diffusés au cours de ces semaines entre 17 heures et minuit sont suivis afin de déterminer s'ils sont disponibles en TVR sur internet.

La part des programmes diffusés entre 17 heures et minuit disponibles en TVR a progressé de 20 points en 5 ans.

80 % des programmes des chaînes nationales gratuites sont disponibles en rattrapage

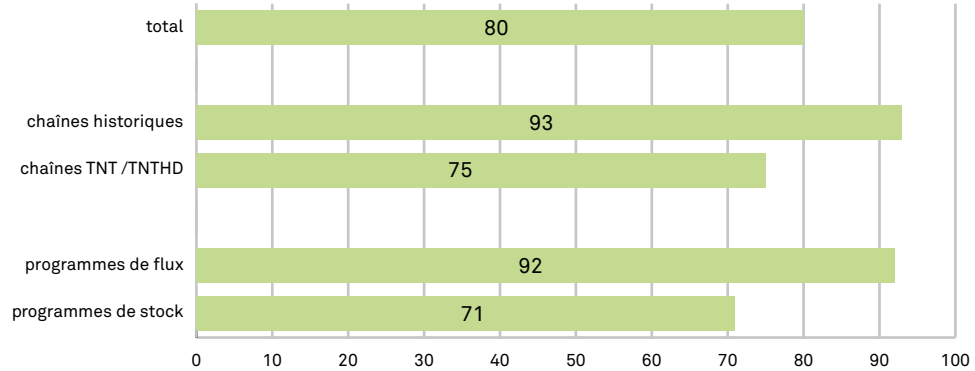
En novembre 2019, 80 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites (historiques, TNT et TNT HD) sont disponibles en télévision de rattrapage sur internet en volume horaire. Cette proportion a progressé de 20 points au cours des cinq dernières années. En novembre 2019, elle s'établit à 93 % pour les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte), contre 75 % pour les chaînes TNT / TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP - Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, France Ô, TF1 séries films, l'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25). La part des programmes de flux (divertissement, magazine, information, sport) disponibles en TVR est plus élevée que la part des programmes de stock (animation, documentaire, fiction, film), tant sur les chaînes historiques que sur les chaînes TNT / TNT HD. La part des films cinématographiques disponibles en rattrapage demeure notamment très faible. Sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites, 92 % des programmes de flux diffusés entre 17 heures et minuit sont disponibles en TVR sur internet en novembre 2019, contre 71 % des programmes de stock. Sur les chaînes historiques, 98 % des programmes de flux sont disponibles, contre 85 % des programmes de stock. Sur les chaînes TNT / TNT HD, 88 % des programmes de flux sont disponibles, contre 68 % des programmes de stock.

Part des programmes disponibles en télévision de rattrapage sur internet[1] (%)

nov. 2015	60
nov. 2016	60
nov. 2017	70
nov. 2018	78
nov. 2019	80

[1] Programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites, en volume horaire.
Source : CMI France

Part des programmes disponibles en rattrapage par catégorie[1] (%, novembre 2019)



[1] Programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites, en volume horaire.
Source : CMI France.

93 % des programmes des chaînes historiques sont disponibles en TVR en novembre 2019.

La consommation de la TVR

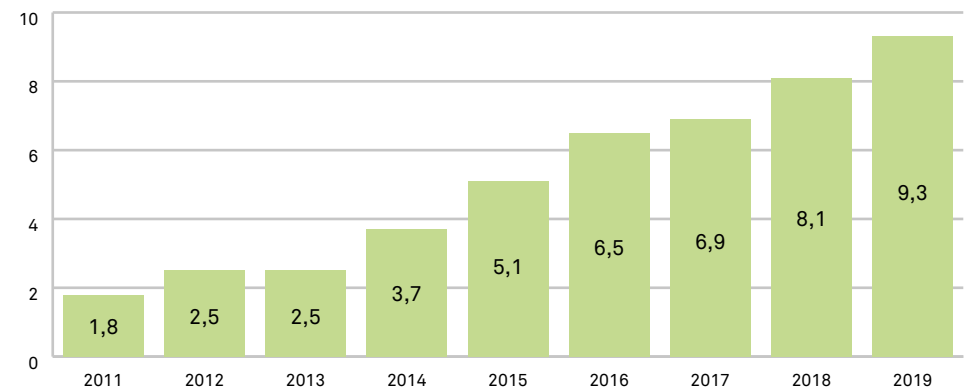
Remarques méthodologiques

L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, est réalisée depuis janvier 2011 à la demande du CNC par NPA Conseil et GfK, associées à Canal+ Régie Digital, France TV Publicité, Gulli, M6 Publicité et TF1 Publicité à partir notamment des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore, Flurry Analytics, AT Internet et des données des opérateurs de télécommunication. En juin 2019, le périmètre de l'étude a évolué avec l'intégration de 15 chaînes supplémentaires (payantes). Fin 2019, le panel est ainsi constitué de 38 chaînes dont 6 chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6), 12 chaînes TNT / TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, France 4, CNews, CStar, Gulli, France Ô, TF1 séries films, 6ter, LCI) et 20 autres chaînes (Outre-mer 1ère, Paris Première, Teva, les six chaînes Ciné+, Clique TV, Comédie+, Golf+, Infosport+, Piwi+, les trois chaînes Planète+, Polar+, Seasons, Télétoon+). Pour le groupe Canal+, les résultats sont des estimations entre juillet 2018 et mai 2019.

9,3 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2019

En 2019, 9,3 milliards de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage, contre 8,1 milliards en 2018. A périmètre constant, la croissance du nombre de vidéos vues s'établit à environ 15 % sur un an. En 2019, 774,2 millions de vidéos sont visionnées en moyenne chaque mois en TVR (674,2 millions en 2018) soit 25,5 millions de vidéos vues en moyenne chaque jour (22,2 millions en 2018).

Consommation de télévision de rattrapage[1] (milliards de vidéos vues)



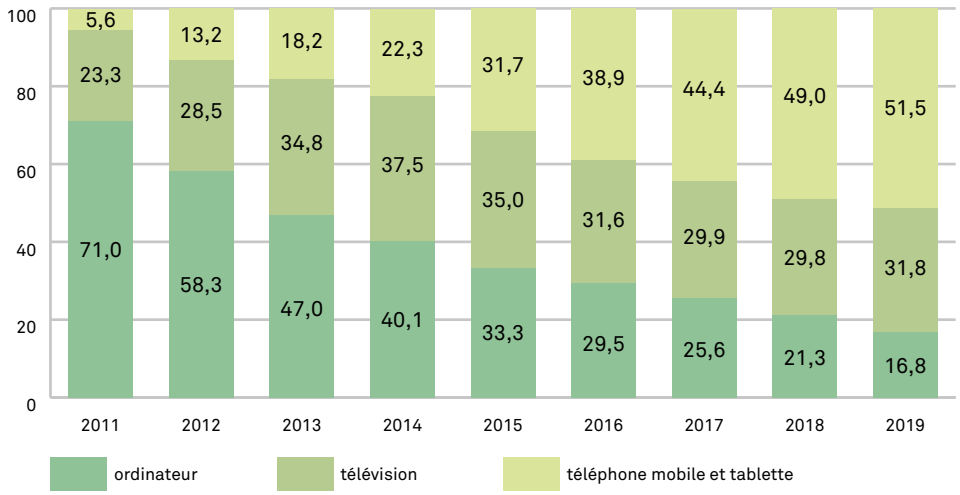
[1] Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et TFX, en octobre 2012 avec C8 et CStar, en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+.
Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli

Plus de 25 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en TVR.

Remarques méthodologiques
La télévision en ligne inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision.

La majorité de la consommation est réalisée sur téléphone mobile et tablette
Les écrans mobiles (téléphone et tablette) représentent pour la première fois plus de la moitié de la consommation de télévision en ligne, en nombre de vidéos vues. En 2019, 5,4 milliards de vidéos sont visionnées sur un appareil mobile (dont 4,2 milliards sur un téléphone mobile et 1,1 milliard sur une tablette), 3,3 milliards sur un écran de télévision et 1,7 milliard sur un ordinateur. En 2019, les supports mobiles totalisent 51,5 % des vidéos vues (dont 40,5 % pour le téléphone mobile et 11,0 % pour la tablette), l'écran de télévision génère 31,8 % de l'audience et l'ordinateur représente 16,8 % de la consommation.

Consommation de télévision en ligne selon le support[1] (%)

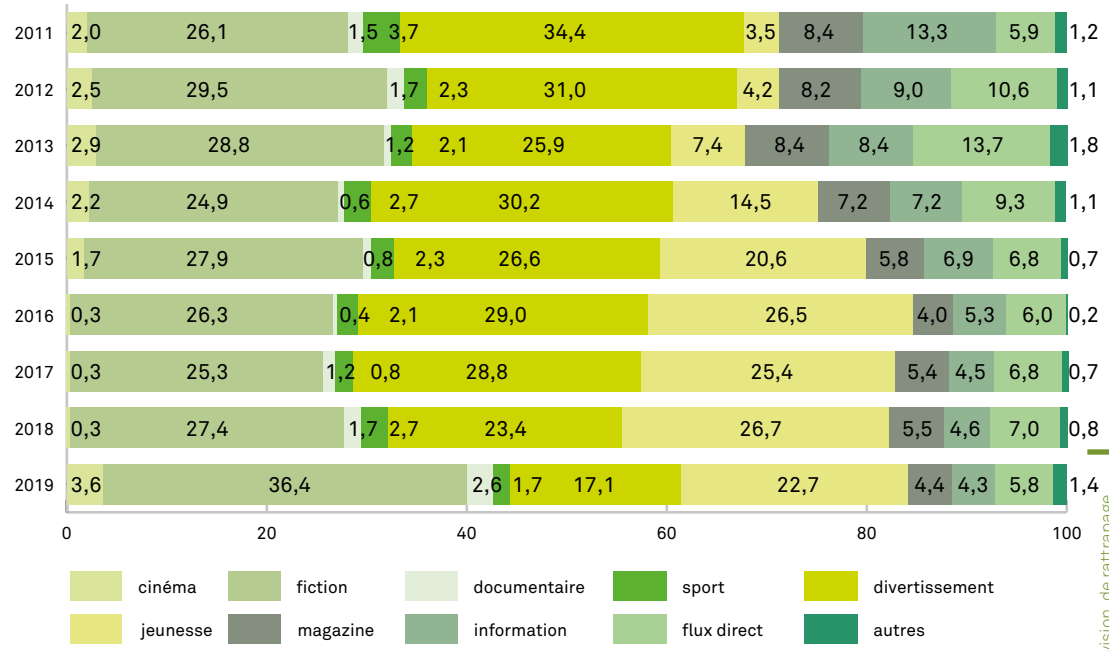


[1] En nombre de vidéos visionnées.
Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et TFX, en octobre 2012 avec C8 et CStar, en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+.
Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli.

La fiction est le genre le plus consommé devant les programmes jeunesse
En 2019, les programmes de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes jeunesse) composent 65,4 % de la consommation de télévision en ligne. L'évolution de la structure de la consommation par rapport à 2018 s'explique notamment par l'élargissement de la mesure à des chaînes payantes. En 2019, la fiction est le genre de programmes le plus consommé (36,4 % des vidéos vues), devant les programmes jeunesse (22,7 %), le divertissement (17,1 %), le magazine (4,4 %), l'information (4,3 %), le cinéma (3,6 %), le documentaire (2,6 %) et le sport (1,7 %). En décembre 2019, la part des programmes des stock atteint 71,2 % dont 8,1 % pour le cinéma.

Les écrans mobiles captent plus de la moitié de la consommation de la télévision en ligne.

Consommation de télévision en ligne selon le genre[1] (%)



[1] En nombre de vidéos visionnées. Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et TFX, en octobre 2012 avec C8 et CStar, en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+.
Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli.

En 2019, les meilleures audiences mensuelles de la télévision en ligne (rattrapage et bonus) sont réalisées par les feuilletons français *Demain nous appartient* pour le groupe TF1 et *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, par des séries pour le groupe Canal+ (notamment les créations originales de la chaîne comme *Mouche*, *les Sauvages*, *la Guerre des mondes*, *Platane*), par des divertissements pour le groupe M6 (*les Marseillais*, *Pékin Express*, etc.) et par des fictions pour les jeunes et des programmes d'animation pour Gulli.

Les programmes de stock composent près des deux tiers de la consommation de la télévision en ligne.

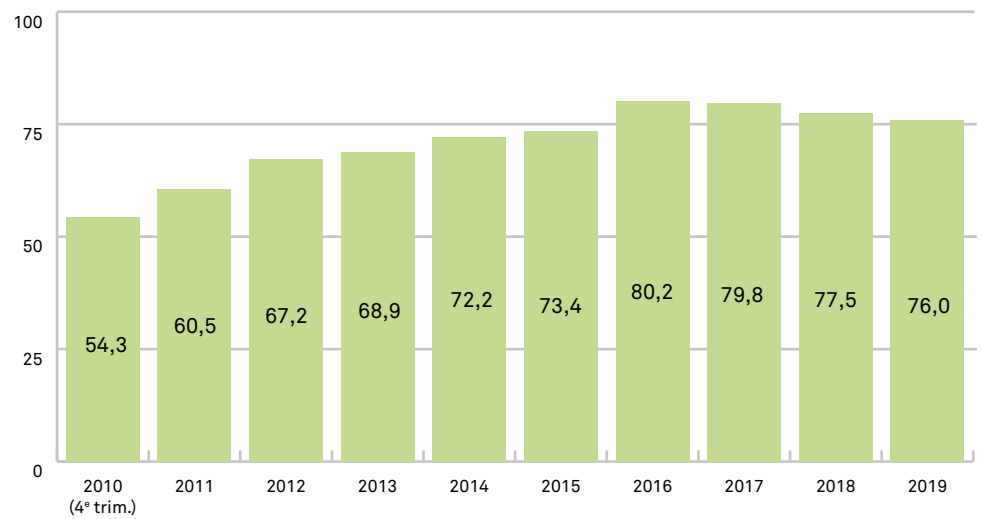
Le public de la TVR

Remarques méthodologiques
Le public de la télévision de rattrapage et ses usages sont mesurés depuis octobre 2010 par un sondage en ligne réalisé pour le CNC par Harris Interactive et, depuis janvier 2016, par Vertigo auprès de 1 000 internautes âgés de 15 ans et plus chaque mois.

La pénétration de la TVR s'établit à 76,0 %
L'usage des services de télévision de rattrapage est largement répandu au sein de la population française. Cette pratique apparaît cependant en retrait pour la troisième année consécutive.

En 2019, 76,0 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en TVR (tous supports confondus) au cours des 12 derniers mois (-1,5 point par rapport à 2018). Le recul de la pénétration de la TVR concerne toutes les tranches d'âges. Il apparaît toutefois plus marqué chez les 15-24 ans (-3,0 points) et les 25-34 ans (-4,3 points). Ces évolutions pourraient s'expliquer notamment par le développement des services de vidéo à la demande par abonnement, particulièrement prisés par ces publics.

Pénétration de la télévision de rattrapage[1] (%)



[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

Pénétration de la télévision de rattrapage selon l'âge[1] (%)

	2010 (4e t.)	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
15-24 ans	71,1	76,8	78,1	73,1	79,3	78,3	84,5	86,5	81,4	78,4
25-34 ans	64,8	70,8	76,9	77,0	78,5	79,0	83,0	83,7	80,6	76,3
35-49 ans	50,6	55,8	65,4	70,3	71,1	73,0	81,9	81,0	78,5	78,2
50 ans et plus	32,8	40,7	49,6	55,3	60,7	63,6	76,1	75,7	74,5	73,7

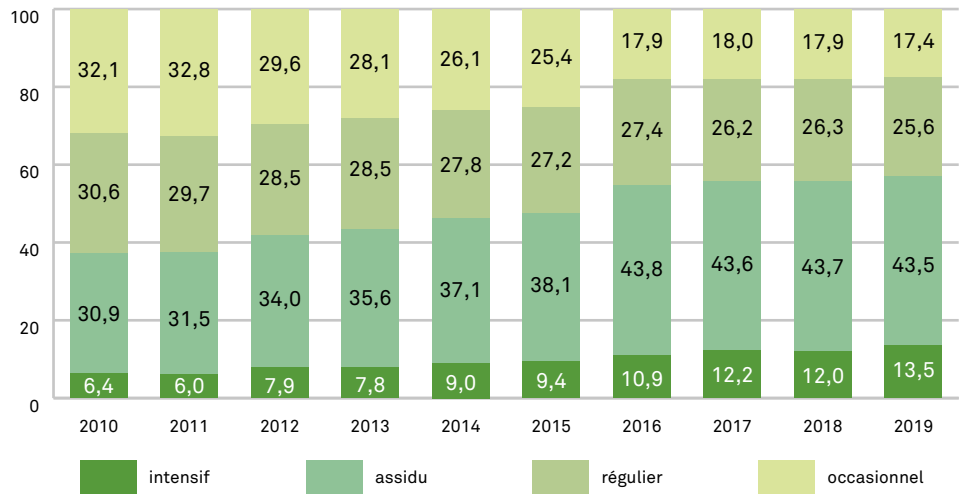
[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

La pénétration de la TVR est en repli notamment chez les moins de 35 ans.

La majorité des utilisateurs regardent des programmes en rattrapage au moins une fois par semaine
En 2019, 57,0 % des utilisateurs regardent des programmes en télévision de rattrapage au moins une fois par semaine, contre 55,8 % en 2018. La part des utilisateurs quotidiens s'élève à 13,5 % (+1,5 point). La part des utilisateurs assidus (qui regardent des programmes au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour) s'établit à 43,5 % (-0,2 point).

La proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) est en recul à 25,6 % (-0,7 point), ainsi que la proportion des utilisateurs occasionnels (moins d'une fois par mois) à 17,4 % (-0,5 point). La part des utilisateurs quotidiens des services de TVR est plus importante chez les moins de 50 ans. En 2019, elle s'établit à 17,6 % pour les 15-24 ans, 19,0 % pour les 25-34 ans, 14,5 % pour les 35-49 ans et 9,2 % pour les 50 ans et plus.

Habitudes du public de la télévision de rattrapage[1] (%)



[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Utilisateur intensif : au moins une fois par jour ; assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour ; régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine ; occasionnel : moins souvent.
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

Habitudes du public de la télévision de rattrapage selon l'âge en 2019[1] (%)

	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et plus
intensif	17,6	19,0	14,5	9,2
assidu	39,4	43,8	45,8	43,5
régulier	23,4	21,6	24,8	28,5
occasionnel	19,6	15,5	14,9	18,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0

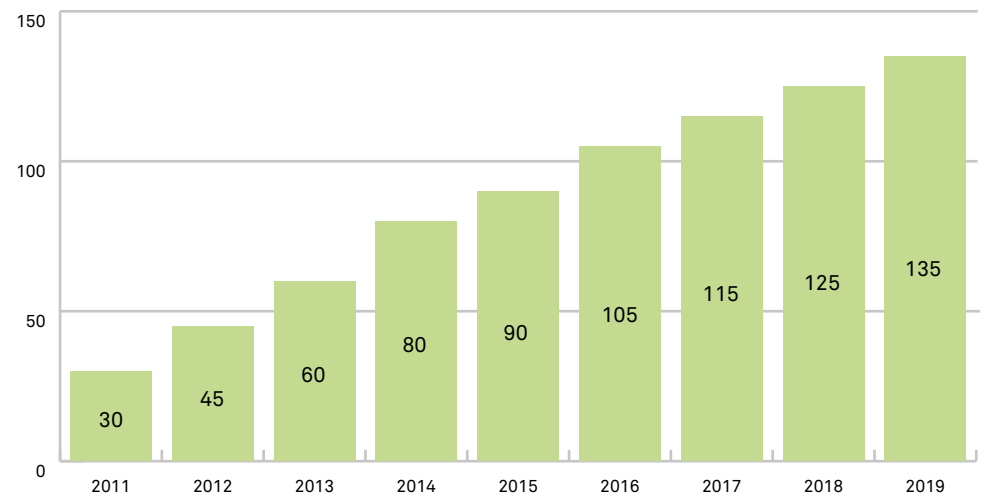
[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Utilisateur intensif : au moins une fois par jour ; assidu : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour ; régulier : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine ; occasionnel : moins souvent.
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

Les recettes publicitaires de la TVR sont estimées à 135 M€

L'accès aux services de télévision de rattrapage est généralement gratuit pour le public en ce qui concerne les chaînes nationales gratuites et inclus dans l'abonnement (sans supplément) pour les chaînes payantes. Les recettes publicitaires et les recettes de distribution constituent les principales sources de revenus des services de TVR. L'évolution des recettes publicitaires s'explique par différents facteurs : le nombre d'annonceurs, le volume de publicité diffusée, le prix de vente de l'espace publicitaire. En 2019, le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 135 M€, contre 125 M€ en 2018 (+8,0 %).

En 2019, le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 135 M€ (+8,0 % par rapport à 2018).

Estimation des recettes publicitaires des services de télévision de rattrapage (M€)



Source : CNC.

chapitre quatre

VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

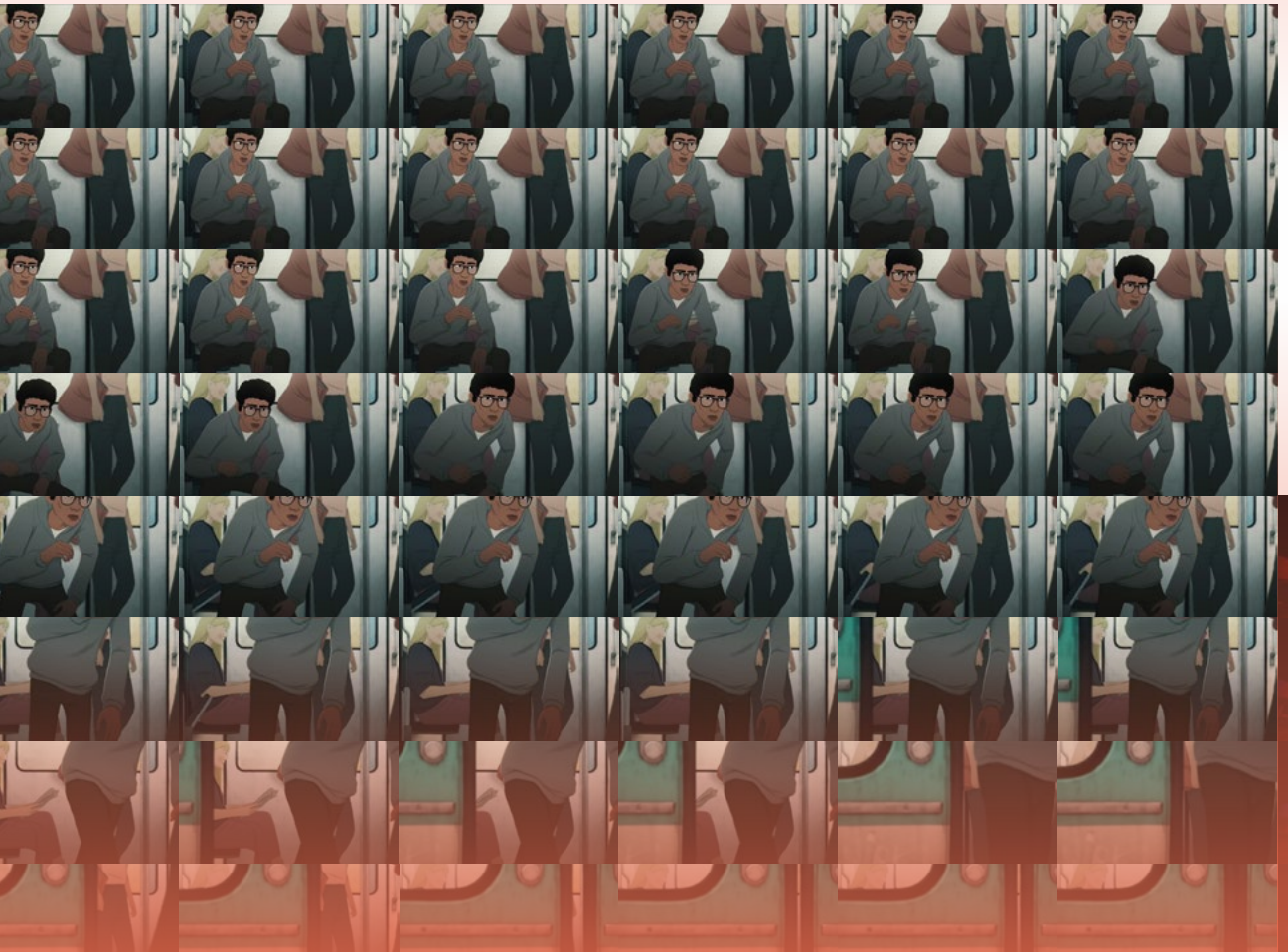
En 2019 :

1 460,3 M€ de ventes en video

(+20,6 % par rapport à 2018)

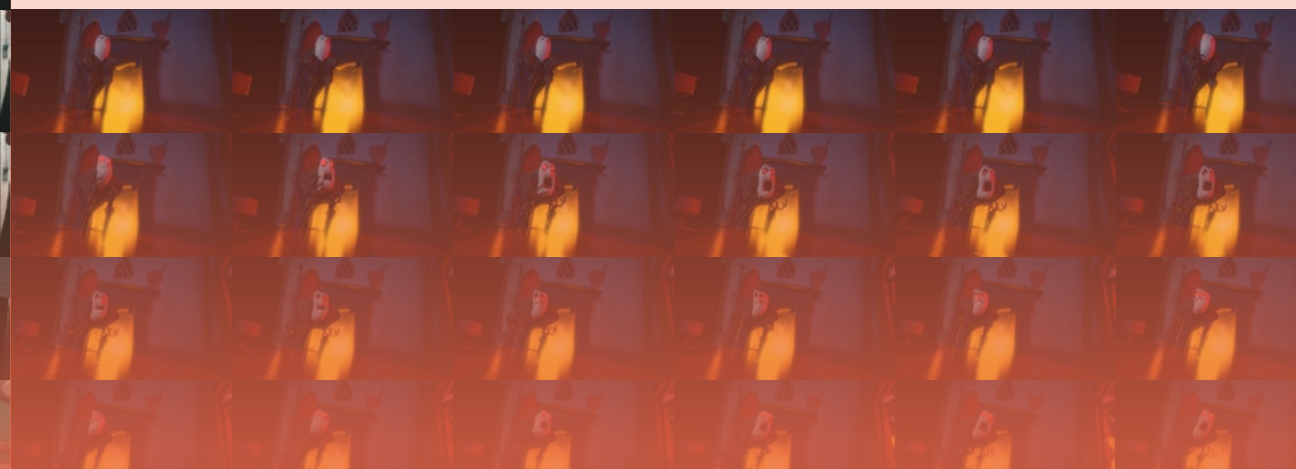
1 053,4 M€

de ventes de vidéo
à la demande (+38,2 %)



406,9 M€

de ventes de vidéo
physique (-9,3 %)



4.1 Le marché de la vidéo

Remarques méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, par correspondance et sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location. Pour la vidéo à la demande (VàD), les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) et par le CNC pour la VàD par abonnement. Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Le chiffre d'affaires total de la vidéo atteint son plus haut niveau depuis 2010

En 2019, les ventes totales de vidéo en France, qui comprennent les ventes de vidéo physique (DVD/Blu-ray, hors location) et de vidéo à la demande (paiement à l'acte et abonnement), augmentent de 20,6 % par rapport à 2018 à 1 460,3 M€. Elles sont en hausse pour la troisième année consécutive. Le marché de la vidéo s'est profondément transformé au cours des dix dernières années, en passant d'un marché dominé par la vidéo physique à un marché dominé par la vidéo dématérialisée.

En 2019, la vidéo à la demande représente 72,1 % du marché de la vidéo (9,9 % en 2010), contre 27,9 % pour la vidéo physique (90,1 % en 2010).

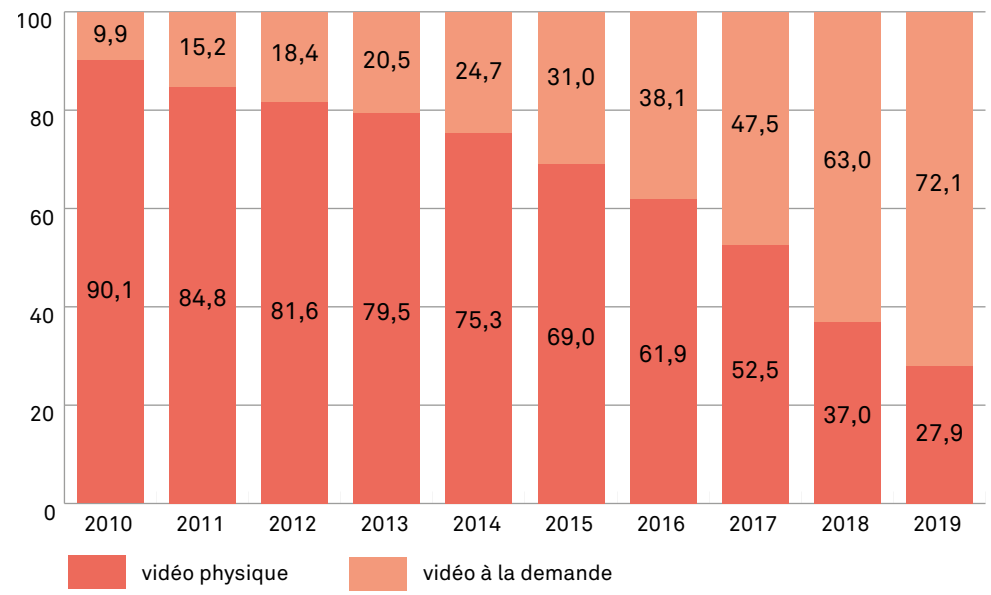
Marché de la vidéo en valeur[1] (M€)

	vidéo physique	vidéo à la demande	total vidéo	évolution annuelle
2010	1 385,4	152,0	**1 537,4**	*+3,8%*
2011	1 222,9	219,5	**1 442,4**	*-6,2%*
2012	1 116,0	251,7	**1 367,7**	*-5,2%*
2013	929,1	239,6	**1 168,7**	*-14,5%*
2014	807,0	265,0	**1 072,0**	*-8,3%*
2015	707,5	317,6	**1 025,1**	*-4,4%*
2016	595,1	366,6	**961,7**	*-6,2%*
2017	536,6	485,1	**1 021,7**	*+6,2%*
2018	448,6	762,4	**1 211,0**	*+18,5%*
2019	406,9	1 053,4	**1 460,3**	*+20,6%*

[1] Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 mises à jour.
Source : CNC, AQOA, GfK.

En 2019, le marché de la vidéo à la demande est pour la première fois supérieur à 1 Md€.

Répartition du marché de la vidéo par segment[1] (%)



[1] En valeur (TTC), données 2018 mises à jour.
Source : CNC, AQOA, GfK.

En 2019 :

1 053,4 M€ de dépenses des ménages en vidéo à la demande (+38,2 % par rapport à 2018)

813,3 M€
en abonnement
(+60,5 %)

240,1 M€
en paiement à l'acte
(-6,1 %)

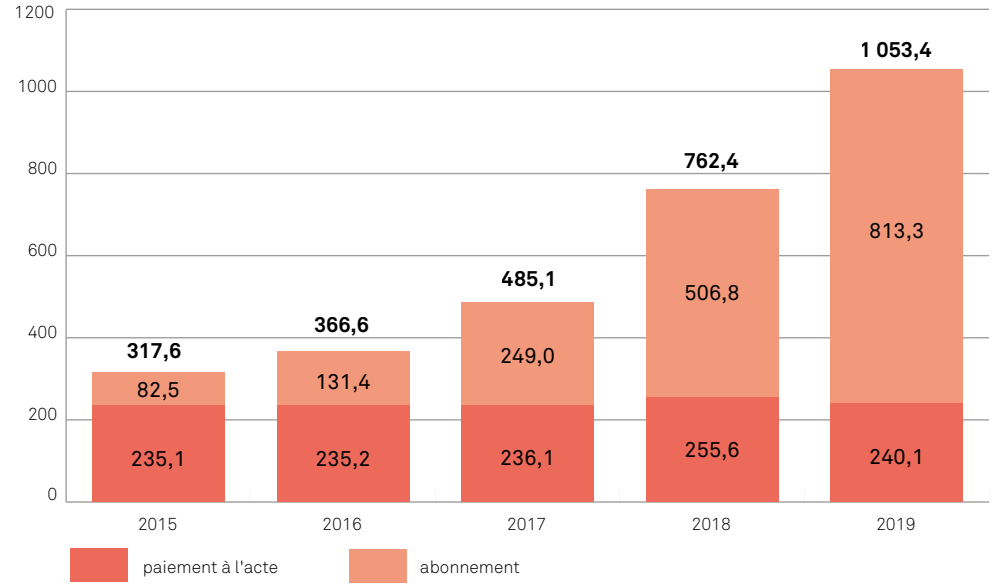
4.2 La vidéo à la demande (VàD)

Le marché de la VàD

Remarques méthodologiques
L'estimation du marché de la vidéo à la demande (VàD) est réalisée par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) et par le CNC pour la VàD par abonnement. Les données en valeur s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Un marché de plus de 1 Md€ dominé par l'abonnement
En 2019, le marché de la VàD payante en France est estimé à 1 053,4 M€ par le CNC, en progression de 38,2 % par rapport à 2018. Le chiffre d'affaires de la VàD par abonnement (VàDA) est, depuis 2017, plus élevé que le chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte. En 2019, la VàDA capte 77,2 % du marché de la VàD (66,5 % en 2018). En parallèle, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 15,2 % (23,3 % en 2018) et la part de marché de la vente à l'acte s'établit à 7,6 % (10,2 % en 2018).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction[1] (M€)



[1]Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 mises à jour.
Source : CNC - AQOA (GfK - NPA Conseil avant 2018).

En 2019, le marché de la VàD payante en France est en croissance de 38 % par rapport à 2018.

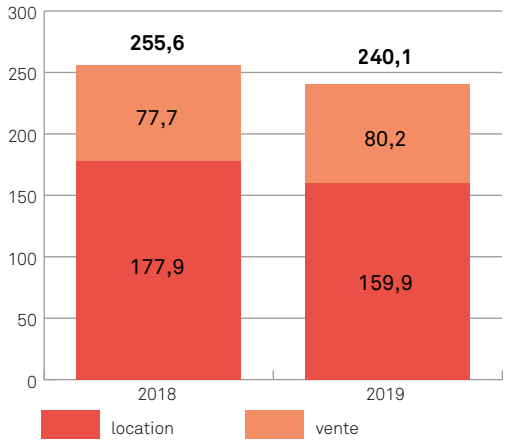
La VàD en paiement à l'acte

Recul du marché de la VàD à l'acte en 2019
En 2019, le marché de la vidéo à la demande (VàD) en paiement à l'acte (location et vente) est en baisse de 6,1 % par rapport à 2018 à 240,1 M€ selon AQOA. La location à l'acte recule de 10,1 % à 159,9 M€ alors que la vente à l'acte est en hausse de 3,2 % à 80,2 M€. La location représente 66,6 % du marché de la VàD en paiement en l'acte (69,6 % en 2018), contre 33,4 % pour la vente (30,4 % en 2018).
En 2019, le prix moyen d'une transaction de VàD s'établit à 4 € pour la location et à 9 € pour la vente. En 2019, 55,1 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte est réalisé en TVIP (c'est-à-dire via les distributeurs de services de télévision), contre 44,9 % en OTT (c'est-à-dire directement par internet). La majorité du chiffre d'affaires de la location est enregistrée en TVIP (69,5 %) alors que la majorité du chiffre d'affaires de la vente est enregistrée en OTT (71,3 %).

Le cinéma représente 87,2 % du marché de la VàD à l'acte
Le marché de la vidéo à la demande en paiement à l'acte (location et vente) est dominé par le cinéma. En 2019, les films cinématographiques représentent 87,2 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte, contre 9,0 % pour les programmes TV (fiction et animation), 2,1 % pour les programmes adultes et 1,8 % pour les autres programmes. La part de marché du cinéma s'établit à 91,8 % sur le segment de la location et à 77,8 % sur le segment de la vente. Le marché de la vidéo à la demande en paiement à l'acte (location et vente) est en baisse de 4,1 % par rapport à 2018 pour les films et de 19,5 % pour les programmes TV (fiction et animation).

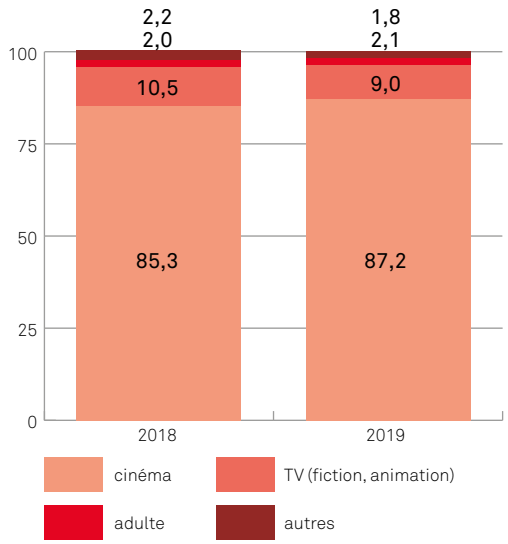
Le marché de la VàD à l'acte s'établit à 240,1 M€ en 2019.

Marché de la VàD à l'acte[1] (M€)



[1]Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : AQOA.

Structure du marché de la VàD à l'acte selon le genre de programmes[1] (%)



[1]Location et vente, en chiffre d'affaires.
Source : AQOA.

Les films américains représentent plus de la moitié de la consommation des films en VàD à l'acte
En 2019, les films américains composent 58,0 % du segment du cinéma en VàD à l'acte en valeur (-1,6 point par rapport à 2018), contre 37,5 % pour les films français (+1,1 point), 3,4 % pour les films européens non français (+0,4 point) et 1,1 % pour les films d'autres nationalités (+0,1 point). La part de marché des films français en VàD à l'acte est ainsi équivalente à celle des films français dans les salles de cinéma (36,3 % en valeur au cours des dix dernières années). En 2019, la part de marché des 10 films qui réalisent les meilleurs résultats du cinéma en VàD à l'acte (location et vente) s'établit, en valeur, à 9,3 %. Elle atteint 14,6 % pour les 20 films les plus performants et 18,7 % pour les 30 premiers films du palmarès.

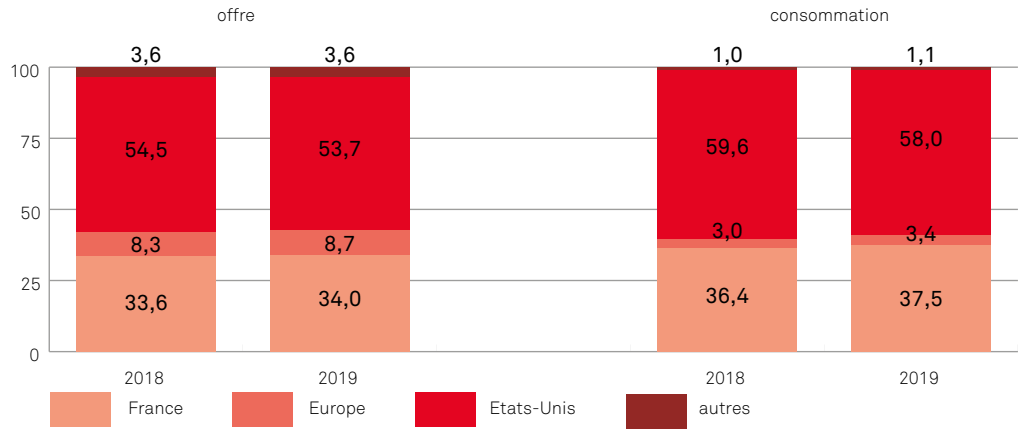
En 2019, la première place du palmarès des programmes les plus consommés en VàD à l'acte (location et vente, tous genres, en valeur) est occupée par le film américain *A Star Is Born*, devant le film français *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?* et le film américain *Aquaman*.

Part de marché des films les plus performants en VàD à l'acte[1] (%)

	2018	2019
top 10	8,2	9,3
top 20	14,0	14,6
top 30	17,9	18,7
autres	59,9	57,4
total	100,0	100,0

[1] Location et vente, en chiffre d'affaires.
Source : AQOA.

Répartition de l'offre et de la consommation du cinéma en VàD à l'acte par nationalité[1] (%)



[1] Offre : références actives ; consommation : location et vente, en chiffre d'affaires.
Source : AQOA.

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2019[1] (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	*A Star Is Born*	cinéma	2018	Etats-Unis
2	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?*	cinéma	2019	France
3	*Aquaman*	cinéma	2018	Etats-Unis
4	*Avengers: Endgame*	cinéma	2019	Etats-Unis
5	*Bohemian Rhapsody*	cinéma	2018	Grande-Bretagne
6	*Le Grand Bain*	cinéma	2018	France
7	*Le Roi lion (2019)*	cinéma	2019	Etats-Unis
8	*Les Animaux fantastiques : les crimes de Grindelwald*	cinéma	2018	Grande-Bretagne
9	*Venom*	cinéma	2018	Etats-Unis
10	*Alita: Battle Angel*	cinéma	2019	Etats-Unis

[1] Classement établi sur la base des références actives.
Source : AQOA.

La fiction TV est le 2e genre de programmes consommés en VàD à l'acte

En 2019, la fiction télévisuelle représente 8,3 % du marché de la VàD à l'acte (location et vente), contre 9,5 % en 2018. La fiction française devance la fiction américaine. En 2019, la part de marché de la fiction française en VàD à l'acte s'établit à 46,8 %, contre 45,8 % pour la fiction américaine, 7,1 % pour la fiction européenne non française et 0,3 % pour la fiction d'autres nationalités.
Sur le segment de l'animation télévisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 75,7 % en 2019, contre 17,7 % pour les programmes français, 5,6 % pour les programmes européens non français et 1,0 % pour les programmes d'autres nationalités.

Remarques méthodologiques

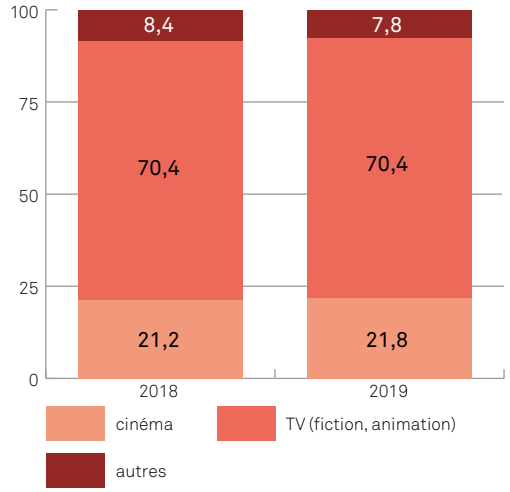
Les références actives sont les programmes qui ont fait l'objet d'au moins une transaction en VàD à l'acte (location et vente) au cours de la période étudiée.

Près de 75 000 références sont actives en VàD à l'acte

En 2019, 74 745 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes adulte), contre 73 309 en 2018. En 2019, 70,4 % des références actives sont des programmes TV (fiction et animation), 21,8 % sont des films cinématographiques et 7,8 % sont des programmes d'autres genres. L'offre cinéma en VàD à l'acte est composée de 16 320 références actives en 2019, contre 15 509 en 2018. En 2019, les films américains constituent 53,7 % des films actifs, contre 34,0 % pour les films français, 8,7 % pour les films européens non français et 3,6 % pour les films d'autres nationalités.
En 2019, 51,0 % des références (tous genres confondus) sont actives en VàD à l'acte (location et vente) sur une seule plate-forme, 19,7 % sur deux plates-formes, 12,5 % sur trois plates-formes, 9,2 % sur quatre plates-formes et 7,5 % sur cinq plateformes ou plus. Le cinéma est le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur une seule plate-forme s'établit à 29,5 % pour le cinéma, 55,8 % pour les programmes TV (fiction et animation) et 68,1 % pour les autres genres de programmes.

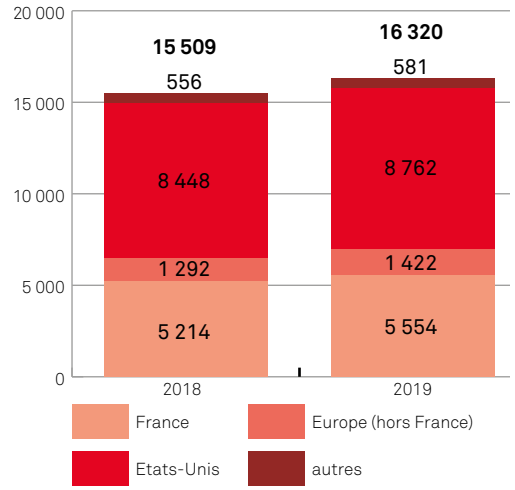
Plus de 16 000 films sont actifs en VàD à l'acte en 2019.

Répartition des références actives en VàD à l'acte selon le genre de programmes[1] (%)



[1] Location et vente, hors programmes adulte.
Source : AQOA.

Références actives de films en VàD à l'acte selon la nationalité[1]

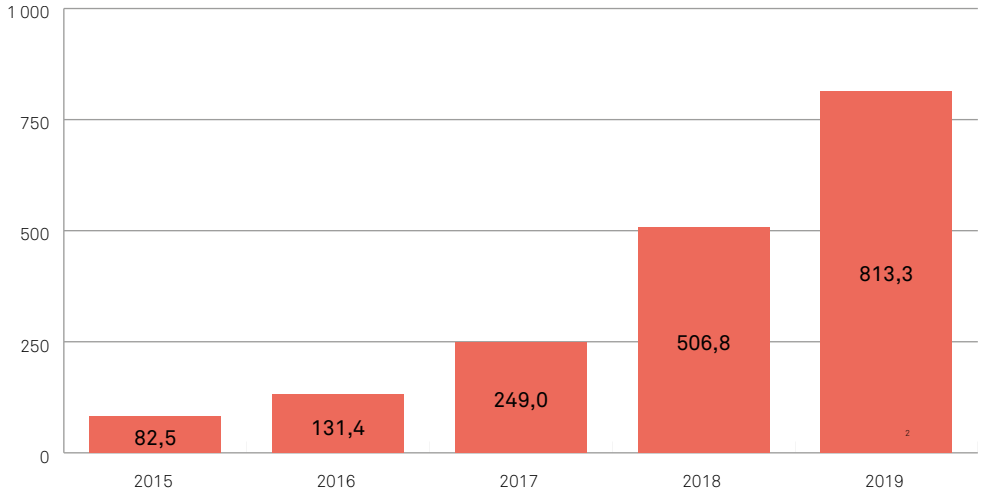


[1] Location et vente.
Source : AQOA.

La VàD par abonnement (VàDA)

Le marché de la VàDA est en croissance de plus de 60 %
En 2019, le marché de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) est estimé par le CNC à 813,3 M€ (TTC). Il progresse de 60,5 % par rapport à 2018. Le marché français est dominé par le service américain Netflix.

Marché de la VàDA[1] (M€)



[1]Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 mises à jour.
Source : CNC.

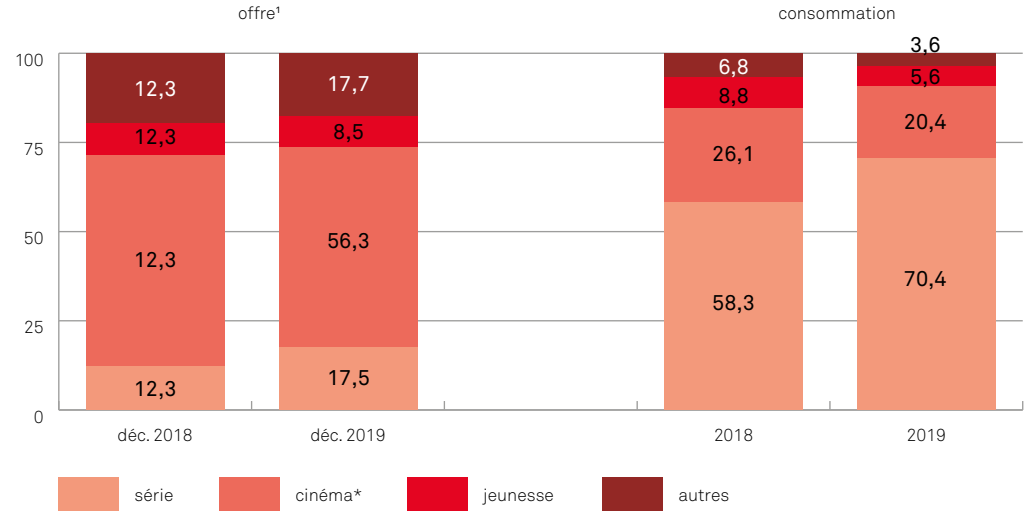
Le marché de la VàDA s'établit à 813,3 M€ en 2019.

Remarques méthodologiques
L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par la société NPA Conseil. L'analyse couvre plus de dix plates-formes dont Amazon Prime Vidéo, Apple TV+ Canalplay/Canal+ séries, Filmo TV, GulliMax, Netflix et TFouMax.

La série représente la majorité de la consommation en VàDA
L'offre de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) est majoritairement composée de films alors que la consommation est essentiellement dirigée vers la série. En décembre 2019, le cinéma représente 56,3 % de l'offre de programmes en VàDA (en nombre de titres), contre 17,5 % pour la série, 8,5 % pour les programmes jeunesse et 17,7 % pour les autres programmes. En parallèle, la série constitue 70,4 % de la consommation des services de VàDA sur l'année 2019, contre 20,4 % pour le cinéma, 5,6 % pour les programmes jeunesse et 3,6 % pour les autres programmes.

En 2019, la série constitue plus de 70 % de la consommation en VàDA.

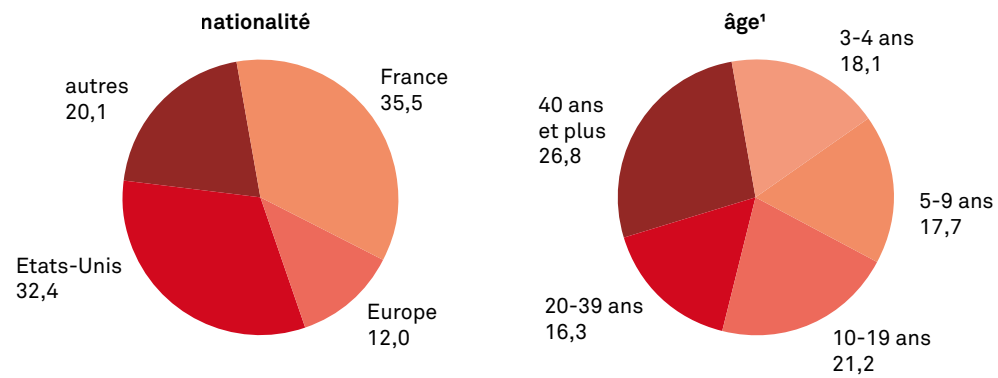
Offre et consommation de programmes en VàDA par genre (%)



[1] En nombre de titres (une série correspond à un titre, quel que soit le nombre de saisons et d'épisodes).
* Le segment cinéma comprend ici les films sortis directement en vidéo.
Source : NPA Conseil - Harris Interactive.

Près de 9 000 œuvres cinématographiques disponibles
En 2019, 8 992 œuvres cinématographiques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services payants couverts par l'étude de l'offre réalisée par NPA Conseil. 35,5 % sont des films français, 32,4 % sont des films américains, 12,0 % sont des films européens non français et 20,1 % sont des films non européens et non américains. L'offre de films anciens est importante. 43,1 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a 20 ans ou plus, 21,2 % ont entre 10 et 20 ans, 17,7 % entre 5 et 10 ans et 18,1 % ont moins de 5 ans. La majorité des titres sont exploités sur une seule plate-forme. En 2019, 63,5 % des œuvres cinématographiques sont proposées sur un seul service, contre 30,0 % sur deux services, 5,0 % sur trois services et 1,5 % sur quatre services ou plus.

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté en 2019 (%)



[1]Par rapport à leur date de sortie initiale au cinéma.
Source : CNC - NPA Conseil.

Netflix domine le palmarès des meilleures audiences en VàDA

En 2019, les dix meilleures audiences des programmes proposés en vidéo à la demande par abonnement sont réalisées par des séries diffusées sur Netflix selon le baromètre de la consommation SVOD réalisé par NPA Conseil et Harris interactive. Neuf des dix premières places du classement sont occupées par des séries américaines. La série américaine *Lucifer* se place en première position devant la série espagnole *la Casa de Papel*. Le programme français le plus regardé en VàDA est la série française *Dix pour cent*, diffusée sur Netflix (initialement sur France 2) En ce qui concerne le cinéma, le film américain *Conjuring : les dossiers Warren*, diffusé sur Netflix, occupe la première place. Quatre films de la saga *Harry Potter* apparaissent dans les dix premières positions du palmarès. Le premier film français, *Ils se marièrent et eurent beaucoup d'enfants*, est cinquième du classement.

Classement des programmes les plus consommés en VàDA en 2019 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	*Lucifer*	série	Etats-Unis	Netflix
2	*La Casa de Papel*	série	Espagne	Netflix
3	*Riverdale*	série	Etats-Unis	Netflix
4	*13 Reasons Why*	série	Etats-Unis	Netflix
5	*Stranger Things*	série	Etats-Unis	Netflix
6	*Orange Is the New Black*	série	Etats-Unis	Netflix
7	*Les 100*	série	Etats-Unis	Netflix
8	*Arrow*	série	Etats-Unis	Netflix
9	*Outlander*	série	Etats-Unis	Netflix
10	*Friends*	série	Etats-Unis	Netflix

Source : NPA Conseil - Harris Interactive.

Classement des films cinématographiques les plus consommés en VàDA en 2019[1]

rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	*Conjuring : les dossiers Warren*	2013	Etats-Unis	Netflix
2	*21 Jump Street*	2012	Etats-Unis	Netflix
3	*Harry Potter à l'école des sorciers*	2001	Etats-Unis	Netflix
4	*'71*	2014	Grande-Bretagne	Netflix
5	*Ils se marièrent et eurent beaucoup d'enfants*	2004	France	Netflix
6	*Harry Potter et la chambre des secrets*	2002	Etats-Unis	Netflix
7	*Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban*	2004	Grande-Bretagne	Netflix
8	*300 : la naissance d'un empire*	2014	Etats-Unis	Netflix
9	*Avengers : l'ère d'Ultron*	2015	Etats-Unis	Netflix
10	*Harry Potter et le prince de sang-mêlé*	2009	Grande-Bretagne	Netflix

[1] Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.
Source : NPA Conseil - Harris Interactive.

Les usages de la VàD en France

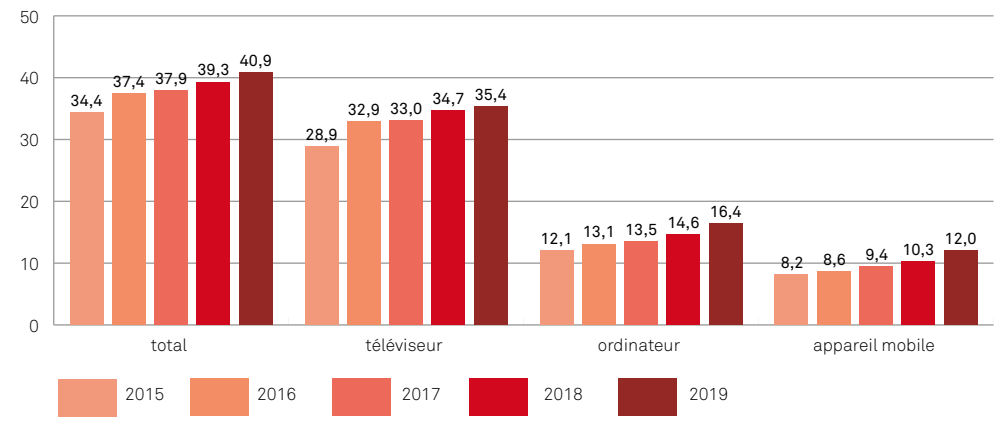
Remarques méthodologiques

Les données sur l'usage de la vidéo à la demande en France sont issues d'une enquête sur internet administrée, à la demande du CNC, par la société Vertigo auprès de 12 000 individus âgés de 15 ans et plus chaque année.

Le taux de pénétration de la VàD dépasse les 40 %

Le public de la vidéo à la demande (VàD) continue à s'élargir. En 2019, 40,9 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD, contre 39,3 % en 2018. L'usage de la VàD progresse sur tous les écrans, le téléviseur demeurant l'écran privilégié de consommation. En 2019, 35,4 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàD sur un téléviseur (+0,7 point par rapport à 2018), contre 16,4 % sur un ordinateur (+1,8 point) et 12,0 % sur un appareil mobile – téléphone, tablette, etc. (+1,7 point).

Part des internautes qui payent pour regarder des programmes en VàD selon le support de consommation (%)



Source : CNC - Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo (15 ans et plus).

Le téléviseur est le principal support de consommation de la VàD.

Une pratique plus importante chez les hommes et les moins de 50 ans

Les consommateurs de vidéo à la demande payante sont plus jeunes et plus masculins que la population dans son ensemble. En 2019, les hommes représentent 52,6 % des consommateurs de VàD. En parallèle, les moins de 50 ans constituent 68,8 % du public de la VàD. Les actifs sont également sur-représentés au sein de ce public (59,2 %). La pénétration de la VàD décroît avec l'âge et apparaît supérieure à 50 % chez les 15-34 ans : 53,2 % chez les 15-24 ans, 50,6 % chez les 25-34 ans, 45,2 % chez les 35-49 ans et 30,0 % chez les 50 ans et plus.

La pénétration de la VàD est supérieure à 50 % chez les 15-34 ans.

La part des utilisateurs intensifs (qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour) progresse alors que la part des utilisateurs occasionnels (qui consomment de la VàD payante moins d'une fois par mois) est en baisse, notamment en raison du développement des services de vidéo à la demande par abonnement. En 2019, 43,6 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs occasionnels (-2,9 points par rapport à 2018) et 12,3 % sont des utilisateurs intensifs (+1,7 point).

Les services par abonnement enregistrent les plus fortes progressions

Netflix conforte sa place de première plate-forme de VàD en France, qu'elle occupe depuis 2017. En 2019, 58,0 % des consommateurs de VàD déclarent en effet avoir payé pour regarder des programmes sur le service américain de vidéo à la demande par abonnement (VàDA), soit une progression de 10 points par rapport à 2018. Orange (-2,7 points à 20,9 %) demeure à la deuxième place du classement général et à la première place du classement des services de VàD en paiement à l'acte. Orange est désormais talonné par Prime Video (19,8 %), le service américain de VàDA du groupe Amazon, en progression de 6,4 points sur un an. Celui-ci devance MyTF1VOD (-1,2 point à 18,3 %) et Canal VOD (+0,4 point à 15,0 %). Parmi les nouveaux services de VàDA, le français Canal+ séries, lancé en mars 2019, a conquis 14,0 % du public de la VàD, contre 9,1 % pour le service américain Apple TV+, lancé en novembre 2019, et 4,9 % pour le service américain Starzplay, lancé en mai 2019.

Netflix est la première plateforme de VàD en France, Orange n°1 sur le segment de la VàD à l'acte.

Classement des services de VàD (% des consommateurs)

rang	nom du service	2015	2016	2017	2018	2019
1	Netflix	26,8	27,1	33,0	48,0	58,0
2	Orange (VOD)	28,0	29,0	27,2	23,6	20,9
3	Amazon Prime Vidéo	-	0,6	8,2	13,4	19,8
4	MyTF1VOD	27,4	29,9	25,7	19,5	18,3
5	Canal VOD	21,1	22,9	20,2	14,6	15,0
6	Canal+ séries	-	-	-	-	14,0
7	Arte (VOD)	15,2	14,4	12,4	12,0	12,9
8	Google Play	11,6	15,3	13,5	11,2	10,3
9	Apple TV+	-	-	-	-	9,1
10	iTunes	15,6	15,3	11,8	11,1	9,0
11	SFR Play	0,2	9,9	12,2	10,4	8,9
12	Cinéma[s] @ la demande	7,7	12,2	9,9	8,3	8,3
13	SFR Club Vidéo	12,6	14,2	11,5	8,9	7,3
14	TFOU Max	-	-	-	6,5	6,5
15	Gulli Max	-	-	-	5,3	6,2
16	Films&documentaires.com	4,7	8,0	5,9	5,3	5,8
17	Filmo TV	5,3	7,8	6,5	6,0	5,8
18	e-cinema	-	-	-	-	5,6
19	ADN Anime Digital Network	4,3	5,4	4,5	4,7	5,4
20	Rakuten TV	-	-	4,6	4,6	5,1
21	Spicee	-	-	-	-	5,1
22	MMedia	-	-	-	-	5,0
23	Starzplay	-	-	-	-	4,9
24	Imineo	3,7	4,9	4,0	4,1	4,5
25	Tënk	-	-	3,6	4,2	4,4
26	Videofutur	-	-	5,4	4,8	4,3
27	Universciné	3,8	5,9	4,4	4,7	4,3
28	LaCinetek	-	-	4,0	5,0	4,2

Base : internautes de 15 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD sur la période étudiée.
Lecture : en 2019, 58,0 % des utilisateurs des services de vidéo à la demande déclarent avoir regardé un programme sur Netflix.
Source : CNC - Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

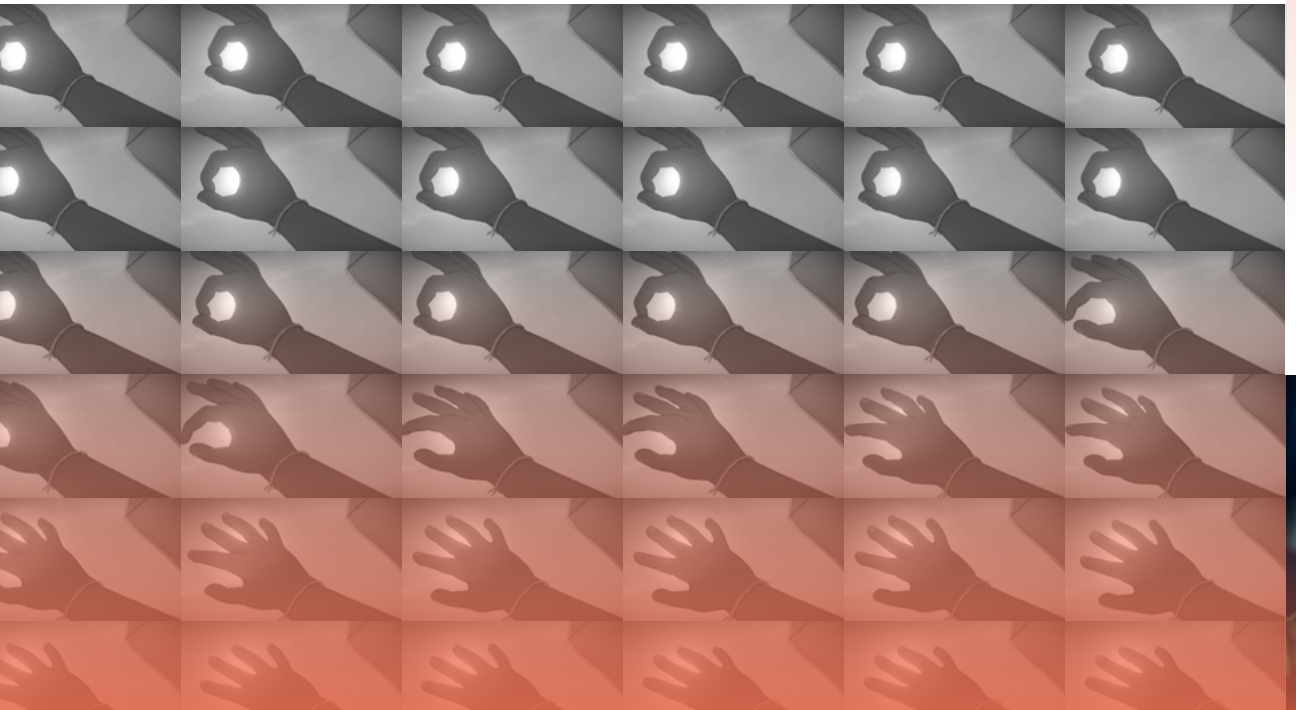
Voir aussi sur www.cnc.fr
- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande

En 2019 :

406,9 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-9,3 % par rapport à 2018)

57,9 millions d'unités vendues
(-10,0 %)

284,8 M€
de ventes de DVD
(-11,9 %)



122,1 M€
de ventes de Blu-ray
(-2,4 %)

4.3
DVD et Blu-ray

Remarques méthodologiques
Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, de la vente par correspondance et des ventes sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location. Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

La baisse du marché de la vidéo physique se poursuit
En 2019, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray enregistrent une baisse de 9,3 % et s'établissent à 406,9 M€, une baisse inférieure à celle de l'année dernière. La dépense des ménages en vidéo physique recule pour la neuvième année consécutive. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont été divisées par plus de deux (-70,6 %). Elles représentent 27,9 % du marché global de la vidéo en 2019 (physique et VàD).
Entre 2018 et 2019, les volumes de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminuent de 10,0 % à 57,9 millions en 2019.

Les ventes de DVD et de Blu-ray enregistrent une baisse de 9,3 % et s'établissent à 406,9 M€.

Trois facteurs principaux concourent à cette tendance baissière du marché : les changements d'usages (consommation de la vidéo en télévision de rattrapage ou en vidéo à la demande notamment par abonnement), les baisses de prix pratiqués, particulièrement pour les nouveautés, et le piratage. Toutefois, cette année la baisse est moins importante que l'année dernière et pourrait en partie s'expliquer par le recul du piratage en France. L'équipement limité des foyers français en lecteurs Blu-ray et leur méconnaissance de cet équipement, tout comme le recul des rayons dédiés dans les grandes surfaces contribuent également à ce phénomène.

Le DVD toujours dominant
Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique constitué par le DVD et le Blu-ray, le DVD reste le format privilégié. Il capte 70,0 % du marché en valeur en 2019, contre 72,1 % en 2018 et 76,6 % il y a 5 ans. A 284,8 M€, les ventes de DVD reculent de 11,9 % par rapport à 2018. 47,0 millions de DVD sont vendus en 2019, soit 11,8 % de moins qu'en 2018.

Nouveau recul du Blu-ray en volume et en valeur
En 2019, même si l'équipement des foyers français en lecteurs haute définition continue de croître (17,4 % des foyers équipés en lecteur Blu-ray de salon en 2019 selon GfK, contre 16,8 % en 2018), les recettes du Blu-ray diminuent pour la septième année consécutive de 2,4 % entre 2018 et 2019. Elles s'élèvent à 122,1 M€. Les volumes vendus sont également en baisse (10,9 millions de disques vendus, soit -1,4 %). En 2019, le Blu-ray représente 30,0 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique.

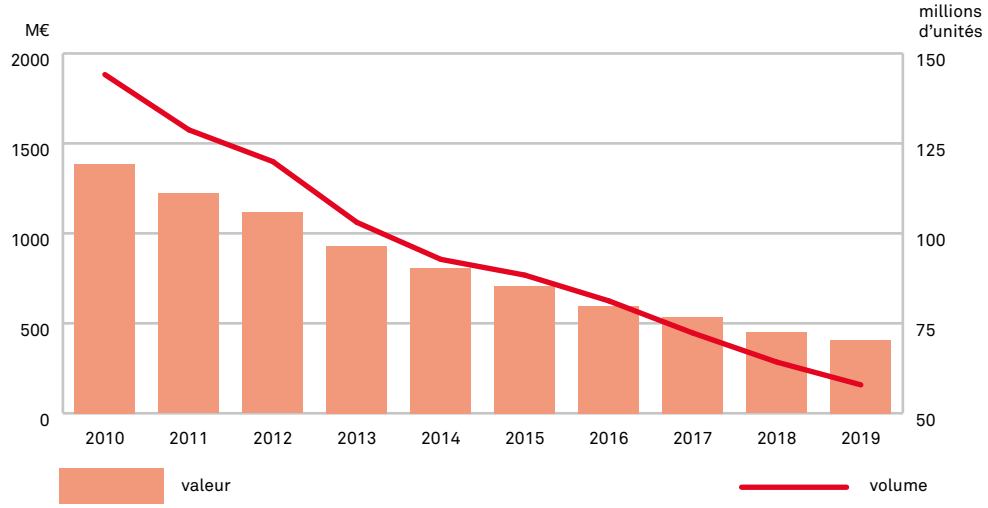
Le DVD capte 70,0 % du marché en valeur en 2019 malgré un nouveau recul.

Ventes[1] de vidéo physique selon le support

	volume (millions d'unités)			valeur (M€)		
	DVD	Blu-ray	total	DVD	Blu-ray	total
2010	134,4	9,7	**144,1**	1 211,7	173,7	**1 385,4**
2011	116,2	12,6	**128,8**	1 018,2	204,7	**1 222,9**
2012	105,8	14,2	**120,0**	891,9	224,1	**1 116,0**
2013	89,9	13,2	**103,1**	723,9	205,2	**929,1**
2014	79,6	13,1	**92,8**	618,2	188,8	**807,0**
2015	75,0	13,4	**88,4**	536,8	170,7	**707,5**
2016	68,3	12,9	**81,2**	446,8	148,3	**595,1**
2017	60,1	12,2	**72,3**	393,9	142,8	**536,6**
2018	53,2	11,0	**64,2**	323,3	125,3	**448,6**
2019	47,0	10,9	**57,9**	284,8	122,1	**406,9**
structure 2019	81,2%	18,8%	**100,0%**	70,0%	30,0%	**100,0%**
évol. 19/18	*-11,7%*	*-1,2%*	***-9,9%***	*-11,9%*	*-2,5%*	***-9,3%***

[1] Ventes toutes taxes comprises.
Source : CNC – GfK.

Ventes[1] de vidéo physique de détail



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

19,92 € pour une nouveauté en DVD

En 2019, le prix moyen de vente TTC d'un DVD de catalogue à l'unité augmente (+3,8 %) à 12,62 € (12,15 € en 2018). Celui des nouveautés (références vendues depuis moins de six mois) progresse de 4,2% à 19,92 €.
Tous conditionnements confondus (packs et à l'unité), les ventes de DVD entre 17 € et 20 € représentent la principale tranche de prix du marché avec 17,9 % des recettes totales, contre 17,2 % en 2018. En volume, les DVD vendus entre 3 € et 8 € constituent la principale tranche avec 31,3 % des volumes en 2019, contre 32,6 % en 2018. En 2019, les ventes de DVD à moins de 3 € représentent 0,3 % des recettes et 2,1 % des volumes. Le prix moyen d'une nouveauté en Blu-ray vendue à l'unité est de 22,32 € en 2019 (+3,5 % par rapport à 2018). Le prix d'un Blu-ray de catalogue vendu à l'unité est de 13,05 € (+4,5 % par rapport à 2018). Les Blu-ray vendus entre 10 € et 13 € constituent la principale tranche en volume avec 26,2 % des ventes et, ceux qui sont vendus entre 20 € et 25 € constituent la principale tranche en valeur avec 22,2 % des recettes totales du marché.

Remarques méthodologiques

L'analyse des supports vidéo par genre distingue deux univers : l'univers des films cinématographiques et l'univers du hors film. Les films cinématographiques regroupent l'ensemble des longs métrages ayant fait l'objet d'une exploitation en salles en France. Le hors film regroupe l'ensemble des œuvres éditées directement en vidéo et les autres programmes tels que les programmes télévisuels, les pièces de théâtre, les documentaires (hors longs métrages cinématographiques), les spectacles d'humour, les courts métrages, les programmes musicaux et les programmes divers (santé, forme, cuisine, etc.). Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse.

Diminution persistante du hors film

Le chiffre d'affaires du hors film en vidéo est en recul de 12,8 % en 2019 pour la treizième année consécutive. Les ventes en volume de hors film en Blu-ray augmentent de 6,8 % entre 2018 et 2019 grâce au succès de certains titres, comme *Games of Thrones* – saison 8 et saison 7 (respectivement 8e et 21e du classement 2019 meilleures ventes de vidéo physique en valeur) ou *Les Enfoirés 2019* (11ème). En 2019, le hors film représente 30,5 % du marché en valeur, contre 31,8 % en 2018. À 124,2 M€, les ventes de hors film continuent de décroître. Entre 2015 et 2019, elles ont baissé de 32,7 % par an en moyenne et ont été divisées de moitié (-50,3 %). En 2019, le hors film représente 17,8 % des recettes du format Blu-ray et 36,0 % de celles du DVD. L'offre reste en effet moins développée que sur le segment du film et la haute définition est souvent perçue par l'utilisateur comme d'un intérêt moindre pour les programmes hors film. En volume, les ventes de hors film (DVD et Blu-ray) diminuent de 9,6 % à 29,5 millions d'unités vendues en 2019. Néanmoins, elles sont supérieures à celles du film pour la septième année consécutive.

Le cinéma est majoritaire sur le marché de la vidéo en valeur.

Les films représentent plus de 60 % des recettes de la vidéo physique

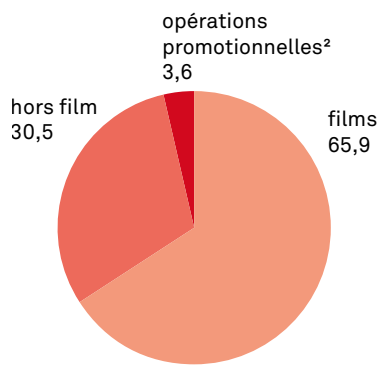
En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les recettes des œuvres cinématographiques s'élèvent à 268,1 M€ en 2019, soit 65,9 % du total et diminuent de 7,0 % par rapport à 2018. Les ventes sont en recul de 8,9 % sur le DVD et de -3,4 % sur le Blu-ray. En volume, 26,0 millions de supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2019, soit une baisse de 9,0 % par rapport à 2018.
Les ventes des opérations promotionnelles diminuent de 18,3 % en valeur en 2019. Elles représentent 3,6 % des recettes du secteur.

Ventes[1] de vidéo physique selon le contenu

	volume (millions d'unités)				valeur (M€)			
	films	hors film	O.P.[2]	total	films	hors film	O.P.[2]	total
2010	71,3	64,7	8,1	**144,1**	849,6	495,0	40,8	**1 385,4**
2011	64,6	57,0	7,2	**128,8**	753,5	429,3	40,1	**1 222,9**
2012	59,7	53,4	6,8	**120,0**	691,9	380,7	43,4	**1 116,0**
2013	48,2	48,6	6,3	**103,1**	560,4	328,4	40,3	**929,1**
2014	41,0	45,1	6,6	**92,7**	479,4	290,3	37,3	**807,0**
2015	39,6	42,5	6,2	**88,4**	420,8	250,0	36,7	**707,5**
2016	35,7	41,0	4,5	**81,2**	351,8	214,3	29,0	**595,1**
2017	32,3	36,1	3,9	**72,3**	339,7	173,0	23,9	**536,6**
2018	28,5	32,7	3,1	**64,2**	288,3	142,6	17,7	**448,6**
2019	26,0	29,5	2,4	**57,9**	268,1	124,2	14,7	**406,9**
structure 2019	44,9%	51,0%	4,1%	**100,0%**	65,9%	30,5%	3,6%	**100,0%**
évol. 19/18	*-8,8%*	*-9,6%*	*-23,2%*	***-9,9%***	*-7,0%*	*-12,9%*	*-17,2%*	***-9,3%***

[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes[1] vidéo selon le contenu en 2019 (%)



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
2010	9,7	14,4	17,8
2011	7,9	12,5	15,8
2012	8,6	12,7	16,0
2013	8,3	12,2	15,6
2014	8,8	13,3	16,9
2015	10,4	15,9	19,6
2016	8,3	13,2	17,1
2017	8,4	13,1	17,0
2018	8,1	13,3	17,0
2019	8,8	13,1	16,3

Source : CNC - GfK.

La part de marché des films français sur le marché de la vidéo est stable à 20,0 %.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2019

rang	titre	film/hors film	genre	nationalité[1]	% ventes Blu-ray
1	*Bohemian Rhapsody*	film	fiction	GB	36,0
2	*A Star Is Born*	film	fiction	US	25,3
3	*Les Animaux Fantastiques - Les Crimes de Grindelwald*	film	fiction	GB	40,3
4	*Avengers : Endgame*	film	fiction	US	57,3
5	*Aquaman*	film	fiction	US	45,8
6	*Le Roi Lion*	film	fiction	US	34,7
7	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?*	film	fiction	FR	15,1
8	*Game of Thrones - Saison 8*	hors film	fiction	US	37,5
9	*Dragons 3 : Le Monde caché*	film	animation	US	25,6
10	*Captain Marvel*	film	fiction	US	54,8
11	*Les Enfoirés - 2019 - Le Monde des Enfoirés*	hors film	musique	FR	-
12	*Venom*	film	fiction	US	47,3
13	*Harry Potter et les Reliques de la mort Partie 2*	film	fiction	GB	28,5
14	*Asterix - Le Secret De La Potion Magique*	film	animation	FR	27,0
15	*Le Grand Bain*	film	fiction	FR	16,0
16	*Avengers : Infinity War*	film	fiction	US	42,9
17	*Alita : Battle Angel*	film	fiction	US	61,2
18	*Toy Story 4*	film	animation	US	28,6
19	*Coco*	film	animation	US	17,9
20	*Deadpool 2*	film	fiction	US	45,2

[1] FR = France, US = Etats-Unis, GB = Grande-Bretagne.
Source : CNC – GfK.

Près de 54 M€ de recettes générées par les films français

En 2019, la part de marché des films français sur le marché de la vidéo est stable à 20,1 % (+0,1 point). 5,5 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus en 2019, contre 6,3 millions en 2018 (-2,6 %). Le cinéma français génère 53,9 M€ de recettes en 2019, en baisse de 6,6 % par rapport à 2018. Les films français réalisent 12,2 % des ventes de films en Blu-ray en 2019 (10,5 % en 2018), contre 24,8 % des ventes de films en DVD (25,3 % en 2018).
En 2019, trois films français figurent parmi les vingt meilleures ventes en valeur en vidéo : *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* (7e), *Astérix : Le Secret de la Potion Magique* (14e) et *Le Grand Bain* (15e).

Recul des ventes de films américains

En 2019, les ventes de films américains en vidéo baissent à nouveau à 167,5 M€ (-7,4 %).
Leur part de marché s'établit à 62,5 % (62,8 % en 2018). En volume, 15,5 millions de DVD et Blu-ray de films américains ont été achetés en 2019, soit 8,1 % de moins qu'en 2018. Les films américains génèrent 67,3 % des ventes de films en Blu-ray (67,1 % en 2018) et 57,1 % des ventes de films en DVD (56,6 % en 2018). En 2019, les programmes américains réalisent treize des vingt meilleures performances de vidéo physique en valeur, comme en 2018.
Ainsi, *A Star Is Born* se classe en deuxième position du classement en valeur, devant *Avengers : Endgame* (4e), *Aquaman* (5e) et *Le Roi Lion* (6e).

Films européens en baisse

Les ventes des films européens non français diminuent en 2019 de 10,3 % par rapport à 2018. La part de marché des films européens est en baisse à 13,7 % (-0,2 point). Les recettes des films européens non français sont principalement tirées par le succès de trois films britanniques : *Bohemian Rhapsody* (1er au classement des meilleures ventes de vidéo de 2019), *Les Animaux Fantastiques : Les Crimes de Grindelwald* (3e) et *Harry Potter et les Reliques de la Mort Partie 2* (13e).

Progression des films non-européens

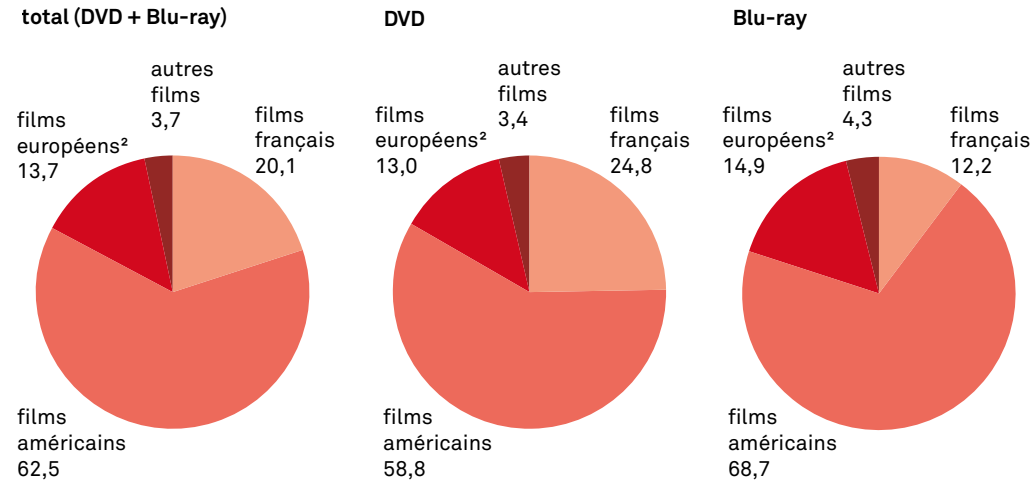
En 2019, la part de marché des films non européens et non américains est en progression à 3,7 % (+ 0,4 points). Les recettes augmentent de 6,4 % par rapport à 2018, à 10,0 M€. Le volume des ventes augmente de 8,7 % en 2019, à 0,9 million d'unités vendues.

Ventes[1] de films en vidéo selon la nationalité (M€)

	films français	films américains	films européens[2]	autres films	total
2010	181,2	546,4	101,4	20,7	**849,6**
2011	162,4	455,1	113,6	22,3	**753,5**
2012	164,7	430,8	78,5	18,0	**691,9**
2013	110,9	355,9	64,4	29,2	**560,4**
2014	106,0	310,1	39,9	23,4	**479,4**
2015	91,1	259,9	34,1	35,6	**420,8**
2016	70,5	231,7	35,4	14,2	**351,8**
2017	65,6	222,4	39,4	12,4	**339,7**
2018	57,7	181,2	40,0	9,4	**288,3**
2018	53,9	167,5	36,7	10,0	**268,1**
structure 2019	20,1 %	62,5 %	13,7 %	3,7%	**100,0 %**
évol. 19/18	*-6,6 %*	*-7,4 %*	*-8,7 %*	*6,4 %*	***-7,0 %***

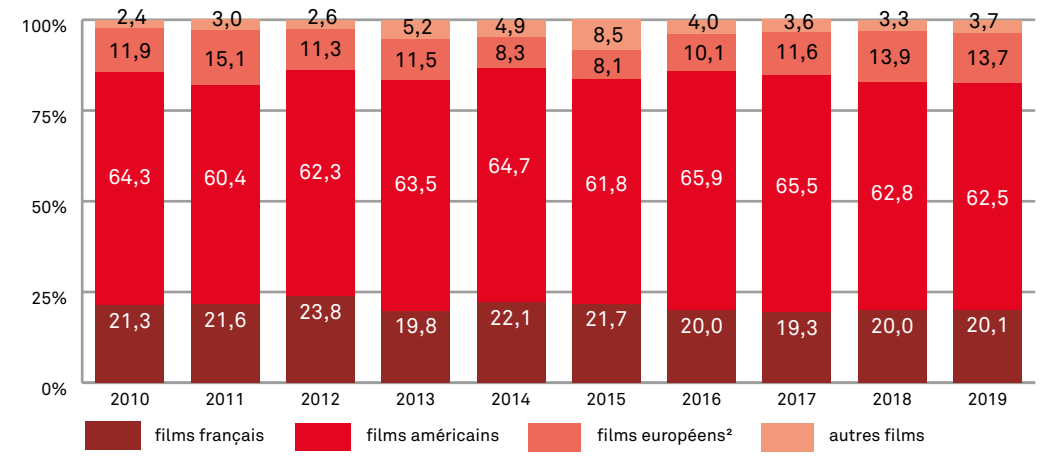
[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes[1] vidéo selon la nationalité en 2019 (%)



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes[1] de films en vidéo selon la nationalité (%)



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source : CNC – GfK.

Hors film : les séries américaines génèrent 85% des recettes de la fiction

En 2019, tous les segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes vidéo. Les recettes de la fiction (unitaires et séries télévisuelles) en vidéo reculent de 10,0 % à 84,8 M€. La fiction reste le genre le plus vendu du hors film (68,3 %), loin devant les programmes pour enfants (16,5 %). Les recettes de la fiction française chutent de 24,7 % en 2019 à 13,0 M€. Elles représentent 15,3 % des recettes totales de la fiction (18,3 % en 2018). La première fiction française de 2019, la quatrième saison du *Bureau des Légendes*, se place au 8e rang du classement en valeur des meilleures ventes hors film. Les ventes vidéo de fiction étrangère reculent de 6,7 %, à 71,8 M€ en 2019.

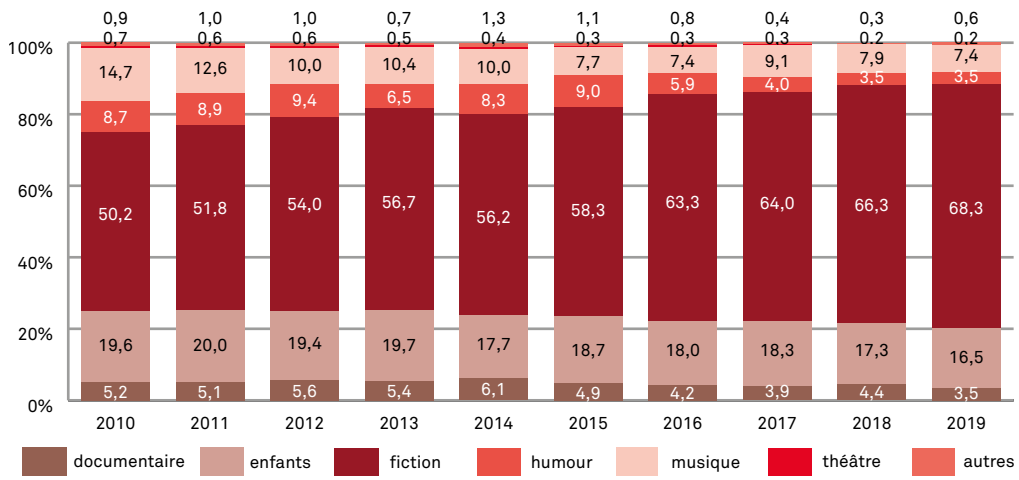
Les fictions étrangères, notamment les séries américaines, restent largement majoritaires et génèrent cette année encore 84,7 % des recettes de la fiction en vidéo. 8 des 20 premières places du classement en valeur des programmes hors film sont ainsi occupées par des œuvres de fictions américaines, parmi lesquelles notamment la huitième saison de *Game of Thrones* (1ère) et la septième saison de *Game of Thrones* (3ème).

Ventes[1] du hors film en vidéo selon le genre (M€)

	documentaire	enfants	fiction/série	humour	musique	théâtre	autres	total
2010	25,6	97,0	248,6	42,9	72,8	3,3	4,7	**495,0**
2011	22,1	85,9	222,2	38,4	54,0	2,4	4,2	**429,3**
2012	21,4	73,9	205,6	36,0	38,0	2,3	3,7	**380,7**
2013	17,8	64,8	186,1	21,4	34,2	1,7	2,3	**328,4**
2014	17,7	51,5	163,1	24,0	29,2	1,1	3,7	**290,3**
2015	12,3	46,8	145,6	22,5	19,2	0,8	2,8	**250,0**
2016	9,1	38,3	135,7	12,8	15,9	0,7	1,8	**214,3**
2017	6,8	31,7	110,7	7,0	15,8	0,5	0,6	**173,0**
2018	6,3	24,7	94,6	4,9	11,3	0,3	0,5	**142,6**
2019	4,4	20,5	84,8	4,3	9,2	0,3	0,8	**124,2**
structure 2019	3,5%	16,5%	68,3%	3,5%	7,4%	0,2%	0,6%	**100,0%**
évol. 19/18	*-31,7%*	*-16,2%*	*-10,0%*	*-12,7%*	*-18,4%*	*-21,1%*	*-14,8%*	***-12,8%***

[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes[1] du hors film en vidéo selon le genre (%)



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Près de 10 000 références actives en moins en dix ans

Au total, 54 133 références de DVD, 14 743 références de Blu-ray 2D et 708 références de Blu-ray 3D ont été vendues au moins une fois en 2019. Le nombre de références actives du format DVD est en baisse (-4,9 % entre 2018 et 2019, soit 2 779 titres de moins) et atteint le plus bas niveau de la période. L'augmentation du nombre de références de Bluray 2D (+4,6 % entre 2018 et 2019) ne permet pas de compenser la baisse du DVD. Le nombre total de références actives en vidéo physique se situe à 69 584 en 2019 (-3,0 % au global par rapport à 2018, soit -2 138 titres).

69 584 références en DVD et Blu-ray sont vendues au moins une fois en 2019.

Offre vidéo selon le format (nombre de références actives)[1]

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
Blu-ray 2D	3 379	4 945	6 852	8 440	9 718	11 015	12 091	13 313	14 097	14 743	*+4,6%*
Blu-ray 3D	20	117	221	358	493	608	649	689	713	708	*-0,7%*
DVD	75 514	76 192	71 924	67 863	64 301	64 236	62 539	59 211	56 912	54 133	*-4,9%*
total	**78 913**	**81 254**	**78 997**	**76 661**	**74 512**	**75 859**	**75 279**	**73 213**	**71 722**	**69 584**	***-3,0%***

[1] Une référence active est une référence en DVD et/ou Blu-ray vendue au moins une fois au cours de l'année.
Source : CNC – GfK.

Le marché du Blu-ray 3D passe sous la barre des 10 M€

La part des foyers être équipés en écrans compatibles 3D est stable et s'établit à 15,5 % en 2019 selon GfK (15,6 % en 2018).
Avec 0,2 million d'unités, le nombre de Blu-ray 3D vendus en 2019 enregistre une nouvelle baisse (- 42,5 %). Ce support, lancé en 2010, représente 2,3 % des ventes en volume de Blu-ray en 2019 (3,9 % en 2018), soit 0,4 % des ventes totales de vidéo physique (contre 0,7 % en 2018). En 2019, le Blu-ray 3D représente 5,2 % des recettes du Blu-ray et 1,6 % de celles du marché de la vidéo physique (respectivement 9,1 % et 2,6 % en 2018). Le prix moyen des Blu-ray 3D est de 25,76 € en 2019, soit 2,7 % de moins qu'en 2018.

Consommation des Blu-ray 3D

	ventes[1] (M€)	unités (millions)	prix moyen (€)
2015	21,7	0,8	27,87
2016	14,9	0,6	24,40
2017	14,7	0,6	25,41
2018	11,5	0,4	26,46
2019	6,4	0,2	25,76
évol. 19/18	*-44,0%*	*-42,5%*	*-2,7%*

[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

En 2019 :
Le chiffre d'affaires total du jeu vidéo (matériels + jeux + accessoires) en France s'élève à plus de **4,8 Md€** (-2,7 % par rapport à 2018) dont :

2 502,0 M€
pour les consoles (-9,0 %)

1 231 M€
pour les jeux mobiles (+27,6 %)

1 086 M€
pour les PC (-12,2 %)

4.4
Le jeu vidéo

Remarques méthodologiques
Les données du SELL concernent aussi bien le marché physique du jeu vidéo (hardware, software et accessoires) que le marché dématérialisé et sont issues de trois principales sources : GSD, GameTrack et App Annie. GSD couvre les marchés physique et digital. Pour le marché physique, le panel retail GSD collecte les données de vente des distributeurs. Pour le marché digital, le panel digital GSD collecte les données de vente de téléchargements de jeux complets auprès des éditeurs. Les données du marché dématérialisé sont complétées par l'outil *GameTrack*, qui administre une enquête annuelle sur un échantillon de 1 000 personnes de 15 ans et plus, ainsi qu'une enquête mensuelle conduite sur un échantillon de 3 000 personnes âgées de 6 à 64 ans. App Annie analyse les données des magasins d'application afin de produire des estimations sur la performance des applications en matière de téléchargements et de revenus.
Sauf mention spécifique, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises.

52,8 % des foyers équipés en consoles de jeux
Selon GfK-REC, 52,8 % des foyers français sont équipés en consoles de jeux en 2019 (52,9 % en 2018) contre 52,1 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en consoles de salon reste stable à 49,0 % (49,1 % en 2018).

Des ventes de console en baisse
Selon GfK-REC, la vente de matériel affiche un recul de 20,9 % en 2019 avec 2,3 millions de consoles vendues contre 2,9 millions en 2018. Cette baisse est liée au ralentissement des ventes de consoles de salon, à 2,0 millions d'unités vendues en 2019 contre 2,6 millions en 2018 (-24,6 %). À l'inverse, les ventes de consoles portables augmentent de 14,8 % en 2019 à 310 000 unités vendues (270 000 en 2018).

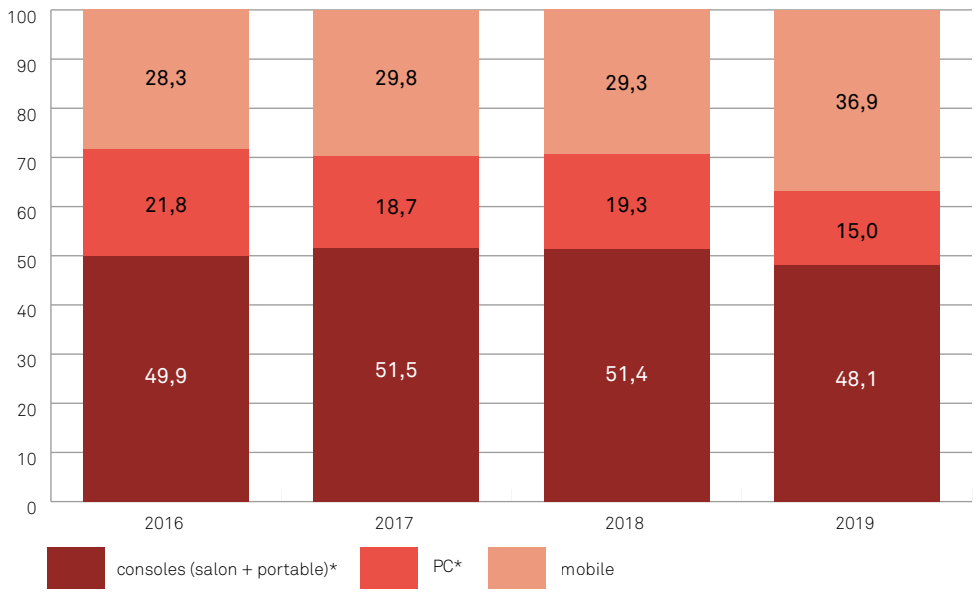
Plus de 4,8 Md€ générés par le marché du jeu vidéo en France
Selon les données du SELL, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) en France génère 4 819 M€ en 2019, en baisse de 2,7 % par rapport à 2018. Le chiffre d'affaires de l'écosytème des jeux pour consoles (matériels + jeux), principale composante du marché (51,9 %), diminue de 9,0 % à 2,5 Md€, ainsi que l'écosystème des jeux pour PC (-12,2 %) à 1,1 Md€. En revanche, l'écosystème des jeux pour mobile connait toujours une forte croissance (+27,6 %) à 1,2 Md€ et devance pour la première fois le marché des jeux pour PC.
Le chiffre d'affaires généré par la vente de logiciels de jeu vidéo en France en 2019 progresse de 1,2 % à 3,3 Md€ et se compose majoritairement (48,1 %) de logiciels pour consoles (salon et portables) contre 51,4 % en 2018. La part de marché de logiciels de jeu vidéo sur PC baisse à 15,0 % (19,3 % en 2018). La part des ventes de jeux mobiles (ordiphones, tablettes, TV en ligne) dépasse désormais le tiers à 36,9 %, contre 29,3 % en 2018.

Chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo en France (M€)

	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
Consoles	**1 946**	**2 401**	**2 749**	**2 502**	***-9,0%***
logiciels	1 125	1 345	1 694	1 604	*-5,3%*
matériels	600	784	777	612	*-21,2%*
accessoires	221	272	278	286	*+2,9%*
PC	**1 061**	**1 124**	**1 237**	**1 086**	***-12,2%***
logiciels	492	487	636	501	*-21,2%*
matériels	458	504	453	430	*-5,1%*
accessoires	111	133	148	155	*+4,7%*
Mobile	**638**	**778**	**965**	**1 231**	***+27,6%***
total	**3 645**	**4 303**	**4 951**	**4 819**	***-2,7%***

Source : SELL - GSD, GameTrack, AppAnnie

Répartition du chiffre d'affaires des logiciels de jeu par plateforme (%)



* jeux physiques et dématérialisés.
Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.

Le marché du jeu vidéo physique

Remarques méthodologiques
L'institut GfK mesure les ventes de jeux pour consoles et pour ordinateur. Les volumes portent sur le nombre d'unités vendues. Les coffrets contenant plusieurs jeux, appelés « bundles », ne sont pas pris en compte. À chaque support de jeu est associé un genre (action / aventure, sport, FPS, MMO, etc.) et une nationalité. L'attribution d'une nationalité est effectuée à partir des données du CNC. Sont considérés comme français les jeux conçus et développés en France et dont les dépenses françaises de conception sont majoritaires. Le genre des jeux s'appuie sur une nomenclature déterminée par GfK.

Le marché des jeux vidéo physiques toujours en recul de 7,0 % en volume et de 9,9 % en valeur
En 2019, les ventes de jeux vidéo sur support physique continuent de baisser en volume (7,0 %, 7,3 % en 2018). Depuis 2010, le volume de jeux vidéo physiques vendus en France recule de 9,0 % par an en moyenne. Le volume de jeux français vendus diminue de 6,7 % et celui des jeux étrangers diminue de 7,1 % par rapport à 2018. Les jeux d'origine étrangère totalisent 93,9 % des volumes vendus en 2019, une part stable par rapport à 2018, contre 6,1 % pour les jeux français.

Les ventes de jeux vidéo physiques atteignent 708,0 M€ en 2019.

En valeur, les ventes TTC de jeux vidéo enregistrent une baisse de 9,9 % en 2019 pour atteindre 708,0 M€. Le marché est touché par de nouvelles habitudes de jeu (dématérialisation et mobilité), pratiquées hors supports de jeux historiques (sur tablette et ordiphone notamment). Les jeux vidéo français voient la valeur de leurs ventes diminuer de 11,5 % en 2019 et celle des jeux vidéo étrangers diminue de 9,8 %.

Le prix moyen d'un jeu baisse à 43,64 €
En 2019, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » diminue à 43,64 € (-3,1 %). Le prix moyen des jeux français observe une baisse plus prononcée à 38,76 € (-5,1 %) et le prix moyen des jeux étrangers baisse plus légèrement de 2,9 % à 43,96 €. L'écart de prix entre jeux étrangers et jeux français s'accentue en 2019. Les jeux vidéo français se vendent, en moyenne, moins cher que les jeux vidéo étrangers avec 5,20 € de moins.

Volume de vente de jeux vidéo physiques selon la nationalité (millions d'unités)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
jeux français	3,0	2,5	2,0	1,5	1,1	0,9	1,0	1,2	1,1	1,0	*-6,7%*
jeux étrangers	34,7	31,7	27,0	24,6	21,1	19,9	18,2	17,6	16,4	15,2	*-7,1%*
total	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	19,3	18,8	17,5	16,2	*-7,0%*

Source : CNC – GfK.

Ventes[1] de jeux vidéo physiques en valeur selon la nationalité (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
jeux français	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,2	37,8	49,4	43,4	38,4	*-11,5%*
jeux étrangers	1 317,3	1 191,4	1 033,4	966,8	849,6	824,3	754,8	753,6	742,2	669,6	*-9,8%*
total	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	785,6	708,0	*-9,9%*

[1]Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

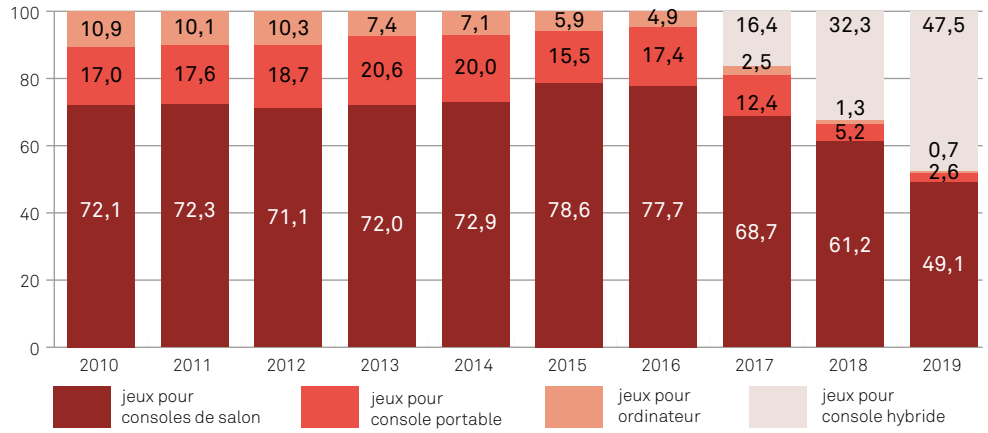
Les jeux étrangers représentent 94,6 % du marché en valeur et les jeux français 5,4 %.

47,5 % des recettes captées par les jeux pour Switch

En 2019, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique diminuent pour les jeux sur consoles portables, PC et consoles de salon. Les ventes de jeux vidéo pour consoles portables enregistrent la plus forte baisse en 2019 : -54,4 % à 18,5 M€. Les ventes de jeux vidéo pour PC diminuent également en 2019 de 52,6 % à 5,0 M€ et les ventes de jeux vidéo pour consoles de salon baissent de 27,6 % à 347,9 M€. Il convient de rappeler le succès de la sortie de la Nintendo Switch en mars 2017, console hybride pouvant être utilisée comme une console de jeux de salon et comme une console de jeux portable. Les recettes captées par les jeux pour la Switch en 2019 progressent de 32,6 % à 336,5 M€.

Il s'agit de la seule console pour laquelle les ventes physiques augmentent en 2019.
En 2019, les jeux pour consoles de salon représentent 49,1 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques (-12,1 points par rapport à 2018). En 2019, les jeux pour Nintendo Switch représentent 47,5 % des revenus du marché des jeux vidéo physiques, contre 32,3 % en 2018.
En 2019, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support physique est en baisse de 6,3 % sur consoles de salon à 43,54 €. Les jeux vidéo pour consoles de salon sont les deuxièmes plus chers du marché derrière les jeux pour Nintendo Switch avec un prix moyen de 46,65 € en 2019 (-5,1 %). Viennent ensuite les jeux pour ordinateur à 25,10 € (+1,9 %) et les jeux pour consoles portables à 22,62 € en 2019 (-15,9 %).

Répartition des ventes de jeux vidéo physiques en valeur selon le support de lecture (%)



Source : CNC – GfK.

Les jeux pour Switch représentent plus de 50 % du chiffre d'affaires des jeux vidéo français

Sur le seul périmètre des jeux vidéo français, la part de marché en valeur des jeux pour console hybride devient prédominante en 2019 à 50,6 % (41,3 % en 2018). Les jeux vidéo français réalisent 48,5 % de leur chiffre d'affaires sur les consoles de salon contre 57,2 % en 2018.

En dix ans, les ventes en valeur de jeux vidéo français pour consoles de salon ont été divisées par quatre passant de 69,4 M€ en 2010 à 18,6 M€ en 2019. Les jeux pour ordinateur sont à l'origine de 0,5 % des recettes en valeur des jeux vidéo français contre 0,9 % en 2018.

Ventes[1] de jeux vidéo physiques en valeur selon la nationalité et le support de lecture (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
jeux français	**86,9**	**82,6**	**67,6**	**47,2**	**33,5**	**29,2**	**37,8**	**49,4**	**43,4**	**38,4**	*-11,5%*
sur console de salon	69,4	70,4	59,0	42,0	29,8	26,0	35,4	34,8	24,8	18,6	*-24,9%*
sur console portable	12,3	8,4	5,5	3,3	2,2	1,6	0,8	0,6	0,2	0,1	*-48,3%*
sur Switch	-	-	-	-	-	-	-	13,1	17,9	19,4	*+8,4%*
sur ordinateur	5,1	3,7	3,1	2,0	1,5	1,5	1,6	0,9	0,4	0,2	*-50,0%*
jeux étrangers	**1 317,30**	**1 191,4**	**1 033,4**	**966,8**	**849,6**	**824,3**	**754,8**	**753,6**	**742,2**	**669,6**	***-9,8%***
sur console de salon	942,8	850,9	723,3	688,2	613,9	644,9	580,7	517,3	455,9	329,3	*-27,8%*
sur console portable	225,9	216,0	200,0	205,4	174,7	130,8	136,9	98,6	40,4	18,4	*-54,5%*
sur Switch	-	-	-	-	-	-	-	118,3	235,8	317,1	*+34,5%*
sur ordinateur	148,6	124,5	110,1	73,2	61,0	48,6	37,2	19,5	10,2	4,8	*-52,7%*
total	**1 404,1**	**1 274,0**	**1 101,0**	**1 014,1**	**883,1**	**853,5**	**792,6**	**803,0**	**785,6**	**708,0**	***-9,9%***

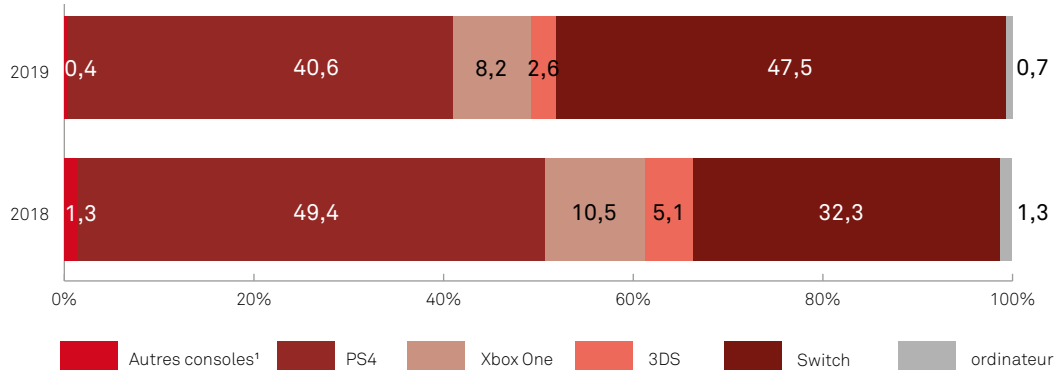
[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Les jeux pour consoles de génération 8 captent 51,5 % du marché du jeu vidéo physique

En 2019, les ventes des jeux conçus pour les trois consoles de salon de génération 8 (Wii U, PS4 et Xbox One) ont toutes baissé. Les ventes pour Nintendo Switch continuent quant à elles d'augmenter (+39,8 % unités vendues). En 2019, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles de génération 8 (3DS, PS Vita, Wii U, PS4, Xbox One) représentent 51,5 % du marché des jeux vidéo sur support physique (364,7 M€) contre 65,5 % en 2018. Les recettes issues de la vente des jeux pour consoles de générations antérieures (DS, PSP, Wii, PS3, Xbox 360) diminuent de 73,8 % en 2019 à 1,7 M€.
En 2019, les jeux pour Switch sont les plus vendus en France avec 336,5 M€ de recettes, soit une part de marché de 47,5 % (contre 32,3 % en 2018). Ils sont suivis par les jeux pour PS4 à 287,5 M€ de recettes en 2019 (-26,0 % par rapport à 2018). Les ventes de jeu vidéo sur Xbox One sont en baisse de 29,6 % à 58,0 M€, soit une part de marché de 8,2 %.
Sur le segment des consoles portables, les jeux vidéo pour 3DS représentent une part de marché de 99,5 % (98,9 % en 2018).

> En 2019, les ventes de jeux vidéo physiques pour consoles hybrides représentent 47,5 % du marché en valeur.

Répartition des ventes de jeux vidéo physiques en valeur selon la plateforme de lecture (%)



¹ Wii U, PS4, Xbox One, 3DS, PS Vita, PS2, Xbox, etc.
Source : CNC – GfK.

Meilleures ventes de jeux vidéo physiques en volume en 2019¹

	label
1	*FIFA 20*
2	*Call of Duty: Modern Warfare 2019*
3	*Mario Kart 8*
4	*New Super Mario Bros.*
5	*Luigi's Mansion 3*
6	*Pokémon Epée*
7	*Minecraft*
8	*Super Mario Party*
9	*Pokémon Bouclier*
10	*Super Mario Maker 2*

¹Toutes plateformes confondues.
Source : CNC – GfK.

Définition des genres de jeux vidéo

MMO (Massively Multiplayer Online) : jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs. Ils innovent notamment par la mise en place d'univers fonctionnant 24 heures sur 24, appelés « mondes persistants ».
FPS (First-Person Shooter) : jeux de tir subjectif basés sur une visée et des déplacements dans lesquels l'environnement est vu à travers les « yeux » du personnage joué.
RPG (Role Playing Game) : jeux vidéo de rôle s'inspirant des jeux de rôle traditionnels. Le joueur incarne un ou plusieurs « aventuriers », qui se spécialisent dans un domaine spécifique (combat, magie, etc.) progressant à l'intérieur d'une intrigue linéaire.
Nouveaux genres : jeux appartenant aux catégories de dressage, élevage, musique, chant, danse, rythme, simulation de métier, « party game ». Certains de ces jeux requièrent un tapis de danse ou une réplique d'un instrument de musique.

Les jeux d'action/aventure toujours en tête des ventes, en volume comme en valeur

En 2019, les trois premiers genres en volume (jeux d'action/aventure, RPG et jeux de plateforme) représentent plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo physiques (52,8 % des ventes en volume contre 52,3 % en 2018). La majorité des genres affichent des volumes de ventes en recul, hormis les RPG (+95,0 % à 2,7 millions d'unités), les jeux de plateforme (+3,5 % à 2,1 millions d'unités) et les jeux de course (+1,7 % à 1,4 million d'unités).
Les jeux d'action et d'aventure demeurent en tête du marché français en volume avec notamment *Day's Gone* et le succès continu de *The Legend of Zelda: Breath of the Wild*, devant les RPG grâce notamment au succès de la franchise *Pokémon* (près de 660 000 unités vendues pour *Pokémon Epée* et *Pokémon Bouclier*).
En valeur, les trois premiers genres (action/aventure, RPG et sport) représentent 52,5 % des ventes de jeux vidéo physique en 2019, contre 55,1 % en 2018. Les plus fortes hausses concernent les RPG (+137,7 % à 120,9 M€), les jeux de plateforme (+8,6 % à 90,3 M€) et les FPS (+1,0 % à 92,4 M€). A l'inverse, les plus fortes baisses dans les principaux genres touchent les jeux d'action et d'aventure (-44,1 % à 151,6 M€), les jeux de combat (-37,0 % à 28,5 M€) et les jeux de gestion / wargames (-18,3 % à 17,9 M€).
La répartition des ventes de jeux vidéo français par genre se distingue de celle toutes nationalités confondues. Avec des recettes multipliées par huit (+711,7 %) en 2019, les FPS (7,0 M€ en 2019) deviennent le grand genre français le plus vendu. A 6,5 M€ et 16,9 % de part de marché, les jeux de plateforme se placent en deuxième position des catégories identifiées.

Ventes¹ de jeux vidéo physiques en valeur selon le genre (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	*évol. 19/18*
action / aventure	321,8	277,5	272,6	366,1	248,5	210,2	193,2	207,7	271,2	151,6	*-44,1%*
RPG	113,2	101,5	88,2	91,7	82,7	111,4	119,4	86,4	50,9	120,9	*+137,7%*
sport	203,3	190,8	187,2	126,8	139,0	130,2	136,3	115,8	110,7	99,3	*-10,3%*
FPS	187,0	249,7	202,6	163,2	159,3	172,9	150,7	157,3	91,5	92,4	*+1,0%*
plateforme	81,4	66,6	64,7	55,7	41,2	37,7	31,9	62,8	83,1	90,3	*+8,6%*
course	136,0	109,2	77,8	66,3	63,9	55,0	43,4	79,7	64,6	60,2	*-6,8%*
combat	44,7	34,2	30,8	16,6	32,0	38,9	26,9	24,3	45,3	28,5	*-37,0%*
nouveaux genres	116,3	100,4	67,3	40,4	46,6	36,5	27,0	26,1	30,1	20,2	*-33,0%*
gestion / wargames	89,8	65,4	43,9	43,6	34,2	30,7	24,3	26,1	21,9	17,9	*-18,3%*
jeux de société	67,7	40,2	31,9	23,9	19,0	8,6	5,2	6,6	3,3	3,1	*-6,8%*
autres²	43,0	38,7	33,9	19,8	16,7	21,3	34,3	10,2	13,0	23,5	*+81,1%*
total	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1 014,1	883,1	853,5	792,6	803,0	785,6	708,0	-9,9%

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² dont jeux de simulation, MMO, compilations et logiciels éducatifs.
Source : CNC – GfK.

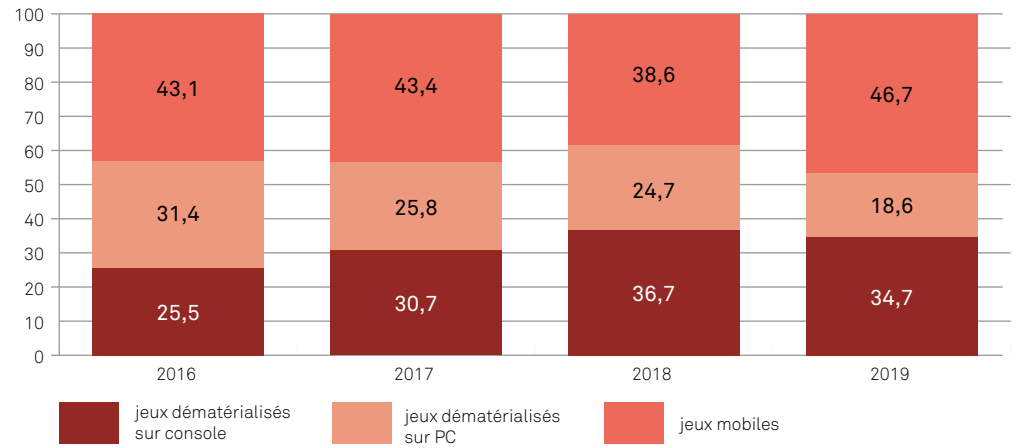
Le marché du jeu vidéo dématérialisé

Remarques méthodologiques
Le marché des jeux vidéo dématérialisés, inclut les ventes de jeux complets digitaux, de contenus téléchargeables (DLC), ainsi que les micro-transactions et les abonnements.

Le marché du jeu vidéo dématérialisé : 2,6 Md€ en 2019
D'après les données du SELL, le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 2 637 M€ TTC en France en 2019 (+5,4 % par rapport à 2018), soit 79,1 % du marché total des logiciels de jeux vidéo (hors matériels et accessoires) contre 75,9 % en 2018. En quatre ans, le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux dématérialisés est en forte augmentation (+78,2 % entre 2016 et 2019).
Depuis deux ans, les ventes dématérialisées de jeux vidéo pour consoles (de salon et portables) représentent plus de la moitié des ventes de jeux vidéo pour consoles (57,1 % en 2019 contre 54,3 % en 2018). En quatre ans, la part de jeux vidéo dématérialisés au sein des ventes de jeux pour consoles s'est nettement accrue (+23,5 points entre 2016 et 2019).
Le jeu sur ordinateur est d'ores et déjà largement dématérialisé. En effet, 97,8 % du chiffre d'affaires des jeux sur ordinateur en 2019 provient de la vente dématérialisée.

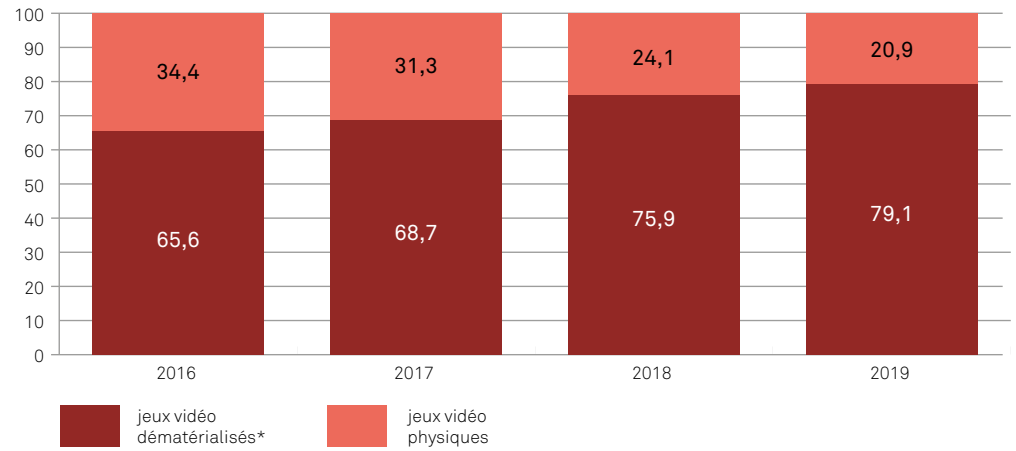
Renforcement de la part des jeux mobiles au sein des ventes dématérialisées
Au sein des ventes de jeux dématérialisées, la part des jeux sur consoles (de salon et portables) est en baisse à 34,7 % en 2019 contre 36,7 % en 2018. Selon le SELL, le marché des jeux dématérialisés sur consoles s'établit à 916 M€ en 2019, des recettes stables sur un an (-0,3 % par rapport à 2018).
En 2019, le marché des jeux mobiles (ordiphones, tablettes, TV connectées) croît de 27,6 % par rapport à 2018 et s'établit à 1,2 Md€. La croissance des jeux mobiles est supérieure à celle de l'ensemble des jeux dématérialisés (+5,4 %).
En 2019, les jeux mobiles représentent 46,7 % des ventes de jeux dématérialisés, une part en hausse sur un an (+8,1 points par rapport à 2018). En 2019, comme sur les quatre dernières années, le jeu mobile est le premier segment de jeu vidéo dématérialisé en France.
Le marché des jeux dématérialisés sur ordinateur affiche une baisse de 20,7 % en 2019 à 490 M€. Leur part dans l'ensemble du marché des jeux dématérialisés diminue également à 18,6 % (-6,1 points par rapport à 2018). Cette part est en forte baisse par rapport à 2016 (-12,8 points).

Répartition du chiffre d'affaires du jeu vidéo dématérialisé par plateforme (% du chiffre d'affaires)



Source : SELL - GSD, GameTrack, App Annie

Répartition du chiffre d'affaires des logiciels de jeu vidéo par format (% du chiffre d'affaires)



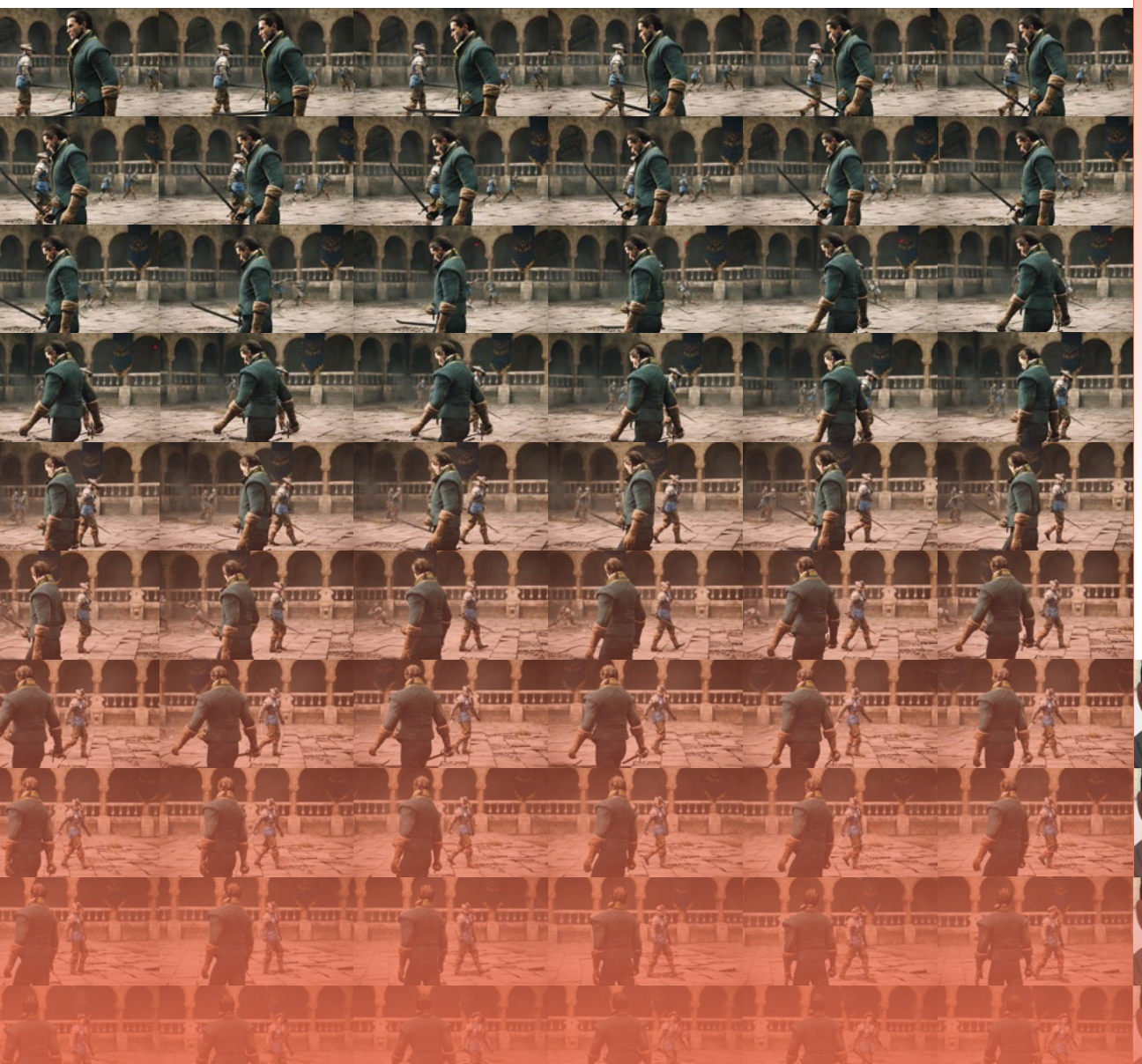
* dont jeux complets, DLC, micro-transactions et abonnements sur consoles, PC et mobiles
Source : SELL - GSD, GameTrack, App Annie

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur le marché du jeu vidéo par le CNC

En 2018 : **754** entreprises dans le secteur des industries techniques

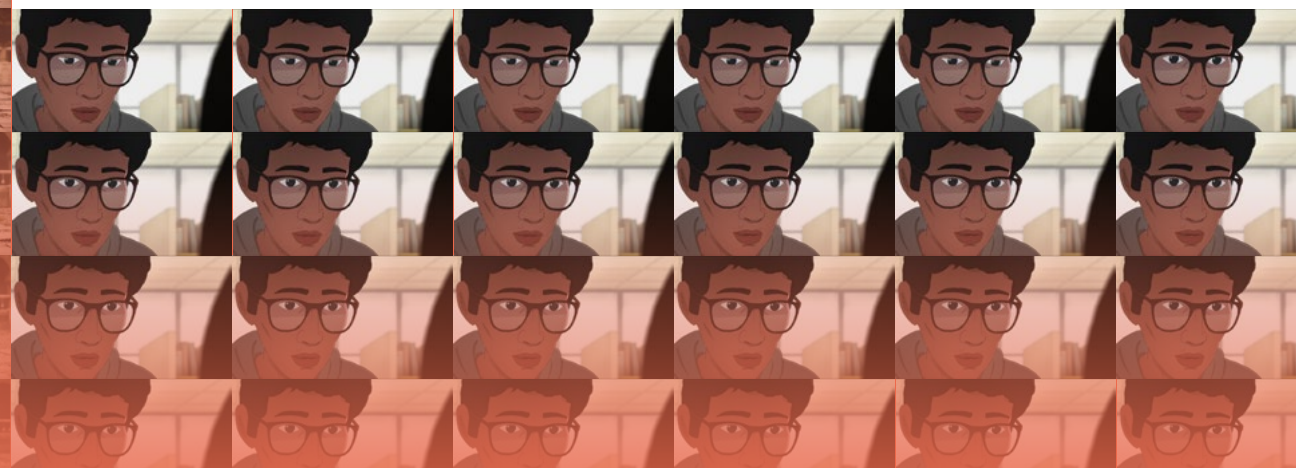
1,09 Md€

de chiffre d'affaires
pour les industries techniques
(-3,5 % par rapport à 2017)



111,0 M€

d'exportations
(+41,6 % par rapport à 2017)



4.5 Les industries techniques

Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1er janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous les codes APE : 5912Z (postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision), 5911C (production de films pour le cinéma, incluant les studios de tournage) et 5920Z (édition musicale et activités d'enregistrement sonore).
Parallèlement, les constructeurs et fabricants de matériels sont référencés sous les six codes relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques : 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.
La Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) regroupe plus de 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers de la prestation du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, la Ficam collecte auprès de ses membres des données économiques et sociales dont l'analyse permet de dégager les tendances caractéristiques du secteur.
Les données qui figurent dans ce chapitre sont, sauf exceptions mentionnées, soit issues de l'analyse de la Ficam, soit issues du Rapport de la branche des Entreprises Techniques au service de la Création et de l'évènement, établi en coopération entre la Ficam, le Synpase, le Groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 12e édition a été publiée en janvier 2020.
L'échantillon retenu par la Ficam pour l'étude rassemble un panel de 106 sociétés adhérentes ayant fourni des données exploitables sur plusieurs années. Chaque société est considérée indépendamment de son appartenance à un groupe.
Les données concernant les marchés sont complétées par l'Observatoire Métiers et Marchés de la Ficam, qui réunit des représentants de chaque métier (fabricants, tournage, postproduction image, postproduction son, etc.) et de chaque marché (cinéma, fiction TV, flux TV, publicité, animation) et qui publie des indicateurs trimestriels dont la synthèse annuelle est ici proposée.

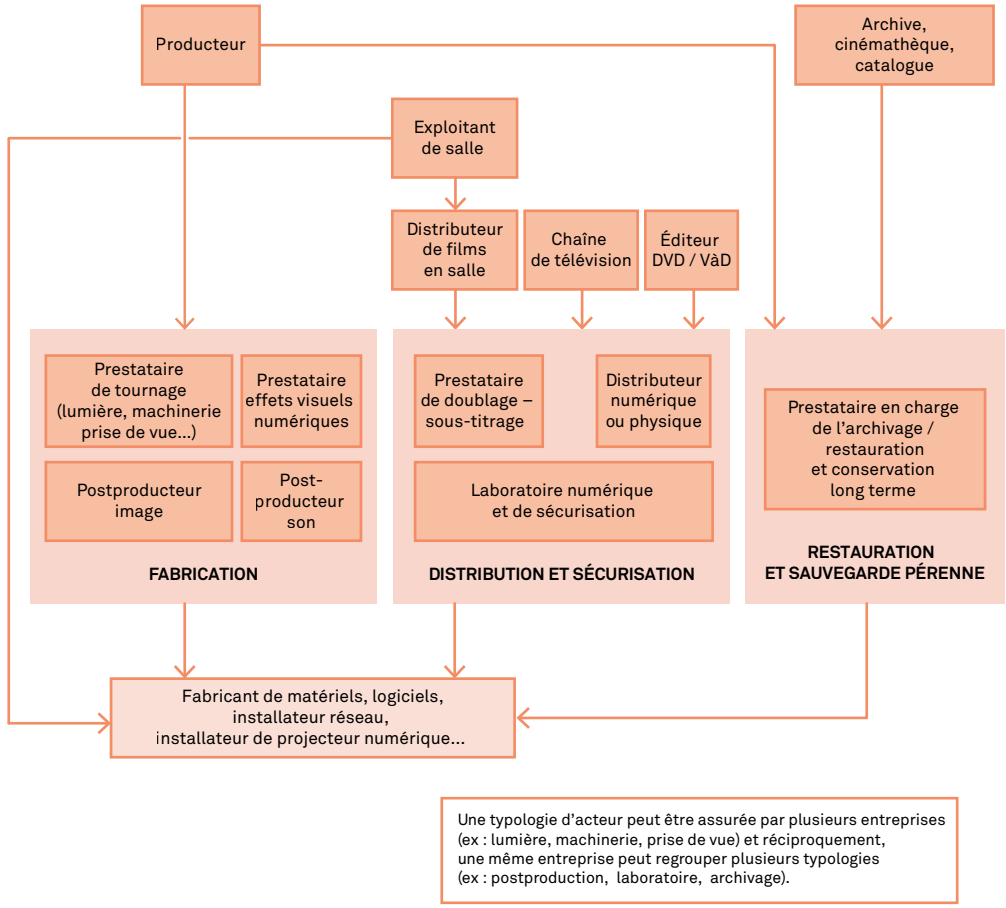
Contour des industries techniques

Les industries techniques assurent les prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment les équipements et installations (fixes et mobiles) pour les tournages, assurent la modification des images imposée par le récit (postproduction et effets visuels) et la reproduction des œuvres originales pour leur diffusion (traitement dans les laboratoires, duplication, copies numériques – DCP, copies argentiques). Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet, les outils nécessaires à la conservation pérenne des œuvres (numérisation, archivage, stockage) ou la restauration des œuvres de patrimoine.
Les industries techniques intègrent ainsi :
- les prestataires de tournage, qui regroupent les loueurs de matériels (caméras, objectifs, grues, éclairage, consoles son, perches, etc.), les régies mobiles (studios mobiles équipés notamment pour la retransmission des événements télévisuels) et les studios de prises de vue (plateaux d'enregistrement) ;
- les postproducteurs image (montage, étalonnage) ;
- les sociétés en charge des effets visuels numériques ;
- les postproducteurs son, qui effectuent le montage sonore sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium) ;
- les sociétés en charge des prestations de doublage ou de sous-titrage à la fois pour la diffusion française d'œuvres internationales, pour la diffusion internationale d'œuvres françaises ou pour l'adaptation pour les publics aveugles et malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage) ;
- les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent notamment les laboratoires de production (sécurisation des données de tournage ou développement des rushes), les laboratoires de postproduction et les laboratoires assurant la fourniture de copies numériques dans les différents formats vidéo attendus pour la diffusion et la distribution des œuvres (cinéma, télévision, VàD). La postproduction numérique y est désormais généralisée. Certains laboratoires assurent également une prestation de retour sur film à des fins de conservation pérenne ;

- les entreprises spécialisées dans la restauration des œuvres (suppression ou atténuation des défauts d'une œuvre dégradée par le temps), l'archivage ou le stockage (stockage de films et conservation des données numériques) ;

- les fabricants, ou distributeurs, qui regroupent les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins des différentes étapes de production) et les fabricants de supports consommables ou non (pellicule, disques durs, cartes et supports de mémoire, serveurs) ou de systèmes de stockage et de traitement de l'image, de composants informatiques.

Organisation et acteurs des industries techniques



Source : CNC.

754 entreprises d'industries techniques en France

En 2018, le segment des industries techniques compte plus de 750 entreprises en France, dont près de 400 ont une activité économique régulière. Le secteur est caractérisé par quelques grands leaders structurants entourés de nombreuses petites entreprises. Ainsi, 20 % des entreprises réalisent 80 % du chiffre d'affaires du secteur et les 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de 50 % des salariés du secteur.

> En 2018, les industries techniques comptent 754 entreprises en France, dont près de 400 ont une activité économique régulière.

Une taille moyenne d'entreprise supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 50,0 % des entreprises emploient entre 1 et 9 salariés permanents en 2018 (contre 47,2 % en 2017 et 46,2 % en 2016) et 36,8 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (contre 41,5 % en 2017). Toutefois, leur taille moyenne est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 82,9 % des sociétés ayant des salariés emploient entre 1 et 9 salariés et 14,2 % entre 10 et 49 salariés (source INSEE au 1er janvier 2013, hors entreprises agricoles et financières). Pour le sous-secteur de la prestation de services en général, la répartition des entreprises ayant des salariés révèle une part de petites structures plus importante encore puisque 84,4 % d'entre elles emploient entre 1 et 9 personnes.

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1 à 9 salariés	47	41	45	50	56	56	49	49	50	53
10 à 49 salariés	47	51	49	46	35	36	43	43	44	39
50 à 99 salariés	9	8	7	7	6	7	7	6	6	7
100 salariés et plus	6	9	8	6	9	7	7	8	6	7
total	109	109	109	109	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018. Le passage de 109 à 106 sociétés de 2012 à 2013 est dû à des regroupements de filiales d'un même groupe.
Source : FICAM.

Plus de 70 % des effectifs des industries techniques sont des hommes

Le secteur des industries techniques est un secteur fortement masculin. Sept salariés « intermittents » sur dix sont des hommes en 2018.

Cette donnée est stable dans le temps.
Ce chiffre est à mettre en perspective avec une faiblesse relative de la féminisation des emplois, globalement techniques. Un peu plus des deux tiers des salariés permanents sont des hommes.

Effectifs permanents et intermittents par genre

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
hommes permanents	4 239	4 599	4 853	5 114	4 973	4 964	4 729	4 977	5 252	4 844
hommes intermittents	12 025	12 298	12 649	12 384	12 410	12 186	11 919	12 070	12 416	11 721
total hommes	**16 264**	**16 897**	**17 502**	**17 498**	**17 383**	**17 150**	**16 648**	**17 047**	**17 668**	**16 565**
femmes permanentes	2 085	2 208	2 297	2 406	2 303	2 194	2 045	2 217	2 283	2 240
femmes intermittentes	4 532	4 697	4 835	4 864	4 715	4 803	4 792	4 777	5 109	4 812
total femmes	**6 617**	**6 905**	**7 132**	**7 270**	**7 018**	**6 997**	**6 837**	**6 994**	**7 392**	**7 052**
total permanents	6 324	6 807	7 150	7 520	7 276	7 158	6 774	7 194	7 735	7 084
total intermittents	16 557	16 995	17 484	17 248	17 125	16 989	16 711	16 847	17 525	16 533
total	**22 881**	**23 802**	**24 634**	**24 768**	**24 401**	**24 147**	**23 485**	**24 041**	**25 260**	**23 617**

Source : Audiens.

1,09 Md€ de chiffre d'affaires en 2018

Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues ici. Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,09 Md€ en 2018, en baisse de 3,5 % par rapport à 2017. En 2018, les entreprises réalisant plus de 10 M€ de chiffre d'affaires captent 61,1 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 63,3 % en 2017 et 2016. Par ailleurs, entre 2009 et 2018, le chiffre d'affaires moyen des entreprises répondantes de la Ficam est passé de 6,7 M€ à 6,0 M€. Le secteur est ainsi confronté depuis plusieurs années à un double phénomène de concentration par les restructurations et les regroupements de filiales au sein des groupes et d'atomisation avec le développement de plus petites structures.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	prestataires techniques[1]	*évolution (%)*	entreprises répondantes[2]	*évolution (%)*	CA moyen[3]
2009	1 302	*+7,4*	729	*-8,6*	6,7
2010	1 311	*+0,7*	746	*+2,3*	6,8
2011	1 290	*-1,6*	695	*-6,8*	6,3
2012	1 180	*-8,5*	652	*-6,2*	5,9
2013	1 123	*-4,8*	657	*+0,8*	6,1
2014	1 069	*-4,8*	671	*+2,1*	6,3
2015	1 101	*+3,0*	648	*-3,4*	6,1
2016	1 156	*+5,0*	685	*+5,0*	6,5
2017	1 127	*-3,0*	674	*-2,0*	6,4
2018	1 087	*-3,5*	638	*-5,3*	6,0

[1] Entreprises adhérentes à la Ficam, soit environ 70 % du chiffre d'affaires total des industries techniques. Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.
[2] Entreprises ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 entre 2009 et 2012, 106 de 2013 à 2018.
[3] Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam
Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,09 Md€ en 2018, en baisse de 3,5 % par rapport à 2017.

La légère reprise de chiffre d'affaires observée en 2015-2016 ne se confirme pas en 2017-2018. Le chiffre d'affaires moyen des entreprises répondantes tombe à 6,0 M€. La concurrence reste particulièrement forte sur certains marchés et la diminution des budgets tant dans le cinéma que dans la production audiovisuelle complexifie la situation.

Une forte concurrence observée sur certains marchés.

12,2 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 M€

Plus de 87 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€ en 2018. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 M€ et 5 M€ (43,4 % du panel). De nombreux post-producteurs image et son figurent dans cette catégorie.
30 entreprises ont réalisé moins de 1 M€ de chiffre d'affaires (comme en 2017). Considérées individuellement, très peu d'entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 50 M€.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
inférieur à 1 M€	24	23	22	27	27	33	31	32	30	30
1 M€ à 5 M€	53	51	52	50	51	40	44	42	47	46
5 M€ à 10 M€	14	15	19	18	13	19	17	18	15	17
10 M€ à 20 M€	10	10	8	7	8	7	7	7	8	7
20 M€ et plus	8	10	8	7	7	7	7	7	6	6
total	109	109	109	109	106	106	106	106	106	106

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018.
Source : Ficam.

Les métiers du tournage et de la postproduction, principales sources de revenus

Afin d'évaluer la contribution de chacun des sous-secteurs des industries techniques dans les recettes totales de la filière, le chiffre d'affaires de chaque entreprise est réparti entre les différents métiers qu'elle exerce.
Les métiers du tournage voient leur chiffre d'affaires se maintenir entre 2017 et 2018. L'activité des loueurs de matériel est en baisse de 3 %, en recul pour la troisième année consécutive. Le chiffre d'affaires des tournages en studio augmente quant à lui de 2 % après la forte chute constatée en 2017. Suite à la remise du rapport de Serge Siritzky au CNC et à Film France en 2019, le CNC a lancé en 2020 un « plan studios » doté d'une enveloppe de 1 M€, dans l'objectif d'inciter les projets ambitieux de modernisation des studios de tournage.
Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des prestataires à hauteur de 45,1 % en 2018, contre 43,5 % en 2017.
La post-production image génère 21,8 % du chiffre d'affaires total en 2018, contre 23,1 % en 2017. Après une diminution des recettes de 16,4 % entre 2010 et 2012 (perte des sociétés du groupe Quinta, Duran-Duboi, dématérialisation...), celles-ci retrouvent une progression de plus de 40 % entre 2012 et 2017. L'année 2018 marque un coup d'arrêt à cette progression (10,6 %).
Le chiffre d'affaires des VFX, en progression constante ces trois dernières années, connaît également une baisse en 2018 (-5,4 %), restant malgré tout à un niveau élevé à plus de 70 M€.
Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) atteint 161,0 M€ en 2018, en baisse de 5,8 % par rapport à 2017. La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint 25,2 % en 2018 (25,4 % en 2017).

Part de la restauration dans le chiffre d'affaires en baisse

L'archivage, le stockage et la restauration occupent une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique, son poids passant de 3,0 % en 2017 à 2,3 % en 2018. En 2018, le chiffre d'affaires du secteur recule de 27,2 %.

Les tournages de films étrangers en France

Selon Film France, en 2018, 36 fictions télévisuelles étrangères ont été tournées en France, représentant 817 jours de tournage (43 fictions télévisuelles en 2017 pour 709 jours de tournage). 82 % des jours de tournage ont bénéficié du crédit d'impôt international en 2017 (81 % en 2017 et 66 % en 2016). 37 longs métrages étrangers ont été tournés en France en 2017, représentant 291 jours de tournage, soit une baisse de 45 % par rapport à 2017. L'année 2017 avait été exceptionnelle avec 42 films étrangers tournés en France, dont *Dunkerque* de Christopher Nolan et *Mission Impossible – Fallout* de Christopher McQuarrie, représentant un total de 527 jours. 9 % des jours de tournage en 2018 ont eu lieu dans le cadre de coproductions minoritaires agréées par le CNC et 52 % ont bénéficié du crédit d'impôt international.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les métiers (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
tournage (studio, loueurs...)	243,3	263,5	285,3	268,3	276,0	292,6	309,9	326,2	293,2	287,9
postproduction image	125,3	131,7	119,0	110,1	118,4	121,7	124,9	137,3	155,6	139,1
dont effets visuels (VFX)[1]	*61,0*	*57,7*	*59,5*	*62,5*	*58,4*	*58,5*	*61,7*	*66,4*	*78,3*	*74,1*
postproduction son	43,0	37,7	35,2	34,4	31,2	32,6	32,3	32,2	33,0	29,8
travaux de laboratoire[2]	272,0	269,7	220,3	208,0	207,7	195,9	166,3	168,3	171,0	161,0
archivage, stockage, restauration	12,2	12,0	11,2	18,0	19,4	25,3	14,0	20,6	20,2	14,7
fabricant matériel (tournage, postproduction...)	33,2	31,0	24,0	13,2	4,4	2,9	0,6	0,4	1,0	5,5
total	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018.
[1] Champ VFX : 16 entreprises adhérentes de la FICAM (et 2 hors FICAM) ont déclaré une activité VFX entre 2009 et 2018. Ont été intégrées dans ce panel les estimations de 2 entreprises hors FICAM, représentatives de l'intégration verticale des moyens de post-production (et donc des VFX) au sein de la chaîne de fabrication des films publicitaires.
[2] Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication...
Source : Ficam.

La télévision demeure le premier client des prestataires techniques

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés : le long métrage cinématographique, le programme télévisuel de stock, le programme télévisuel de flux, le programme d'animation et les effets visuels, le multimédia et le film publicitaire ou institutionnel. La plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés et il est de plus en plus rare qu'une entreprise relève exclusivement d'un seul marché.
Les marchés du cinéma et de la télévision (programmes de stock et flux) représentent à eux seuls 76,5 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2018. En 2018, le marché de la télévision (stock et flux) génère 59,7 % des ressources, contre moins de 55 % sur les dix dernières années, avec un chiffre d'affaires en hausse de 4,7 % en 2018. Depuis 2005, la télévision constitue la première source de revenus.
En 2018, sur un chiffre d'affaires de 381,1 M€ généré par la télévision, les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) représentent 237,1 M€, soit 62,2 % du chiffre d'affaires généré par la télévision contre 69,5 % en 2017. Les activités de production de programmes de stock (fictions, documentaires) sont évaluées à 144,0 M€, soit 37,8 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (30,5 % en 2017).
Les ressources en provenance de la filière cinéma sont en baisse de 20,3 % en 2018, en raison notamment de la baisse des montants investis dans la production cinéma entre 2017 et 2018 (-12,1 %).
Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité (14,4 % en 2018), pour un chiffre d'affaires en hausse de 5,3 % en 2018.
Le chiffre d'affaires de l'animation, quatrième marché, reste à un niveau élevé en 2018 et s'établit à 41,1 M€.

En 2018, le marché de la télévision (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les marchés (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
télévision (stock + flux)	357,0	343,2	365,0	347,5	344,4	369,2	353,6	370,5	364,0	381,1
cinéma	238,0	266,5	193,0	175,5	166,1	153,7	155,9	176,0	134,3	107,1
publicité et institutionnel	73,0	90,5	96,0	78,5	84,5	90,5	85,3	89,5	87,5	92,1
animation	27,0	24,5	13,0	20,2	30,5	27,4	23,1	30,5	63,4	41,1
multimédia	20,0	15,0	15,5	13,7	14,6	13,5	9,9	10,5	16,6	10,3
autres[1]	14,0	5,9	12,5	16,6	17,0	16,7	20,2	8,0	8,2	6,3
total	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0

[1] Vidéo, spectacle vivant, formation, etc.
Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018.
Source : Ficam.

Évolution du chiffre d'affaires des effets visuels par marché (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018
télévision (stock)	2,0	3,9	2,1	1,6	6,4
télévision (flux)	1,8	0,9	2,0	2,3	1,7
cinéma	9,2	11,0	14,7	17,8	12,9
publicité	45,5	45,9	47,6	56,6	53,1
total	**58,5**	**61,7**	**66,4**	**78,3**	**74,1**

Périmètre : 16 entreprises adhérentes de la FICAM (+ 2 hors FICAM) ont déclaré une activité VFX entre 2014 et 2018. Nous avons pris le parti d'intégrer dans ce panel les estimations de 2 entreprises hors FICAM, représentatives de l'intégration verticale des moyens de post-production (et donc des VFX) au sein de la chaîne de fabrication des films publicitaires.

Le marché publicitaire représente 71,7 % du chiffre d'affaires de l'activité VFX en 2018.

Une chaîne de fabrication entièrement numérique

La numérisation de la chaîne de fabrication, du tournage à la postproduction est achevée. Plus de 95 % des tournages cinéma sont désormais en numérique et la postproduction argentique est devenue marginale depuis 2011. En télévision, la HD et les caméras numériques grand capteur représentent la quasi-totalité des semaines de tournage.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques[1] (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
caméra vidéo HD	16,5	20,4	13,1	12,5	20,4	53,3	34,4	15,5	1,0	0,0
caméra cinéma numérique 2K/4K	11,4	16,5	53,7	71,7	68,9	41,4	60,3	80,9	94,3	95,7
16 mm	3,6	3,7	2,3	1,5	0,6	0,9	0,6	-	2,5	1,3
35 mm	68,5	59,4	30,8	14,3	10,2	4,4	4,4	3,6	2,2	3,0
non renseigné	-	-	-	-	-	-	0,4	-	-	-
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions télévisuelles[1] (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
16 mm	17,6	14,0	3,6	0,6	0,9	2,3	-	-	-	-
35 mm	9,7	7,0	4,6	-	-	-	-	-	-	1,5
HD	65,4	66,0	42,1	25,1	55,9	79,0	72,5	61,6	31,4	35,5
Beta / DV / SD	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
caméra numérique 2K/4K/6K	1,8	11,3	47,5	74,0	43,1	17,8	27,2	32,4	61,7	59,0
non renseigné	5,5	1,2	2,1	0,3	0,0	0,9	0,4	6,0	6,9	4,0
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Fictions télévisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Nouveaux formats d'image et de son

Au-delà de la résolution des images qui a été multipliée par 20 en dix ans (du SD au 4K), les matériels et chaînes de production permettant de filmer et post produire avec une cadence d'image plus élevée (HFR) ou un rapport de contraste plus étendu (HDR) ont fait leur apparition en 2014 et deviennent de plus en plus fréquents. Par ailleurs, les industries techniques se diversifient également vers les nouveaux formats immersifs individuels comme la réalité virtuelle.

Exploitation suivie des œuvres

La CST (Commission Supérieure Technique de l'image et du son) a publié une recommandation technique consacrée à la conservation numérique des œuvres durant la phase d'exploitation suivie des œuvres, successivement au premier cycle d'exploitation. Cette recommandation précise le cadre technique pour respecter l'accord du 3 octobre 2016 et les obligations de conserver les masters de l'œuvre et de maintenir à jour les éléments nécessaires à son exploitation.
La conservation s'appuie en effet sur un contrat à l'initiative du producteur, qui pourra être conseillé par son prestataire. Le coût de la conservation figure au devis du film, dans les postes prévus à cet effet. Le nouveau devis type de l'œuvre cinématographique est par ailleurs issu d'un groupe de travail CST regroupant les principales associations professionnelles concernées du secteur. Les principes de conservation pour l'exploitation suivie indiquent que, quel que soit le support utilisé, des vérifications et migrations s'imposent si celui-ci est obsolète ou usé.
La méthodologie de conversion des formats doit être précisée, pour que les œuvres puissent être facilement exploitées à la demande du producteur. Enfin, la recommandation précise les conditions de fin de contrat et les procédures de restitution et d'effacement à l'issue de la prestation. La recommandation technique CST-RT-043 est téléchargeable sur le site de la CST.

Mise en place du comité technique TC 457

La CST a rejoint en janvier 2018 un nouveau comité technique chargé de la normalisation des formats et méthodes de conservation numérique des œuvres cinématographiques. Ce comité TC 457 est lancé au sein du CEN (Comité Européen de Normalisation), une des trois institutions en charge de la normalisation européenne, avec l'ETSI (European Telecommunications Standards Institute) et le CENELEC (Comité Européen de Normalisation en Électronique et en Électrotechnique). Sous l'égide du DIN, organisme allemand de normalisation, le projet doit aboutir à une compréhension européenne commune des archives numériques. La sélection du format d'archive, et notamment le format IMF proposé par la CST, ainsi que les enjeux d'intégrité et d'interopérabilité seront au cœur de la réflexion.

Baisse importante des investissements

Les investissements des prestataires techniques baissent de 23,9 % entre 2017 et 2018. À titre de comparaison, les industries manufacturières voient leurs investissements augmenter de 2,0 % en 2018 (chiffres INSEE). Chaque entreprise investit en moyenne 446 140 € en 2018 contre 569 453 € en 2017.

Investissements des industries techniques[1] (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
investissements	53,3	53,6	50,6	59,7	50,1	35,4	34,0	61,3	60,3	45,9
chiffre d'affaires	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	7,3	7,2	7,3	9,2	7,6	5,3	5,2	8,9	8,9	7,2

[1] Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non prises en compte).
Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018.
Source : Ficam.

Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 M€ sont toujours celles qui investissent le plus depuis 2010.

Les investissements se concentrent encore davantage sur les sociétés de plus de 10 M€ de chiffre d'affaires avec 61 % de l'ensemble des investissements en 2018.

Augmentation du chiffre d'affaires à l'exportation

Pour les industries techniques, l'exportation résulte essentiellement d'un double phénomène : elle comprend non seulement les prestations réalisées sur les marchés internationaux mais également les prestations sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2018, le chiffre d'affaires lié à l'exportation est en nette augmentation (+41,6 %) à 111,0 M€, reprenant ainsi sa progression, après une année 2017 de stagnation. Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel est évaluée à 17,4 %.

En 2018, les industries techniques exportent à hauteur de 111,0 M€, soit une augmentation de 41,6 % par rapport à 2017.

Exportations des industries techniques (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
exportations	47,3	52,3	65,0	57,8	62,4	65,1	68,7	80,2	78,4	111,0
chiffre d'affaires	729,0	745,6	695,0	652,0	657,0	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	6,5	7,0	9,4	8,9	9,5	9,7	10,6	11,7	11,6	17,4

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2009 à 2018.
Source : Ficam.

La télévision conforte largement sa place de leader dans le chiffre d'affaires des exportations puisque sa part passe de 55 % en 2017 à 66 % en 2018. L'arrivée des plateformes internationales renforce cette tendance du côté des programmes TV de stock. Le cinéma est loin derrière avec une part d'export de 12 %. Deux activités captent plus de la moitié des revenus générés par l'export : les doubleurs / sous-titreurs (40,4 %) et les loueurs de matériel de tournage (30,1 %).
Le chiffre d'affaires export des activités de doublage / sous-titrage est en augmentation constante depuis 2015 pour atteindre son plus haut niveau de la décennie en 2018. Cette évolution est à mettre au crédit de l'arrivée de nouveaux diffuseurs sur le marché français (plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Netflix ou Amazon Prime Video), de la demande croissante des distributeurs étrangers (notamment les studios américains) pour ce type de prestation ainsi que du développement de nouvelles activités telles que l'audiodescription, notamment dans le secteur de la télévision.

Le tournage voit sa part d'export augmenter régulièrement depuis 2009. La vidéo mobile en particulier augmente régulièrement sa part d'export depuis 2013, grâce notamment à l'arrivée de nouveaux diffuseurs en provenance de l'étranger.

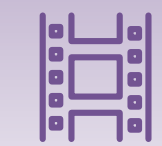
chapitre cinq

INTERNATIONAL

En 2018 :

642,4 M€ de flux financiers à l'exportation

(-17,5 % par rapport à 2017)



366,7 M€

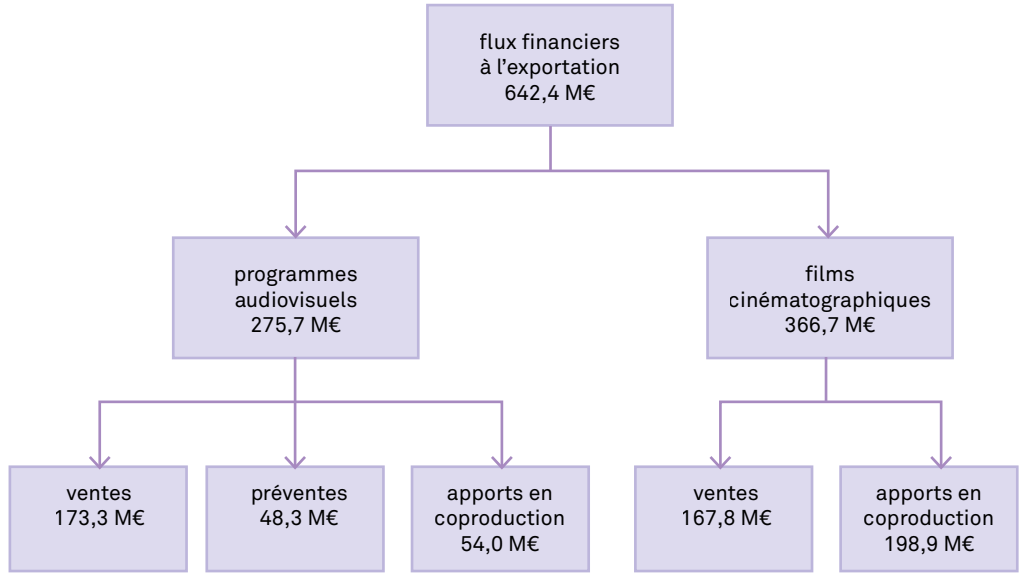
pour le cinéma

275,7 M€

pour l'audiovisuel

5.1 L'exportation des films et des programmes audiovisuels

Flux financiers à l'exportation en 2018



Source : CNC-TV France International.

642 M€ de flux d'exportation

Les flux financiers en provenance de l'étranger et à destination des productions cinématographiques et audiovisuelles françaises correspondent aux ventes de films cinématographiques et aux préventes et ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ainsi qu'aux apports en coproduction en provenance de l'étranger, qu'il s'agisse de coproductions minoritaires ou majoritaires françaises.

En 2018, l'ensemble de ces flux financiers s'élève à 642,4 M€ (-17,5 % par rapport à 2017), dont 42,9 % pour les programmes audiovisuels et 57,1 % pour les œuvres cinématographiques.

Flux financiers à l'exportation (M€)

	programmes audiovisuels	ventes[1]	préventes[2]	apports en coproduction[2]	films cinéma-tographiques	ventes[3]	apports en coproduction[4]	total
2009	**194,1**	100,4	35,1	58,6	**343,7**	136,9	206,8	**537,8**
2010	**198,9**	105,6	30,5	62,8	**521,9**	172,6	349,3	**720,8**
2011	**231,0**	110,6	43,0	77,4	**482,8**	156,7	326,1	**713,8**
2012	**242,4**	127,0	38,9	76,5	**528,1**	211,3	316,8	**770,5**
2013	**249,0**	137,1	42,4	69,5	**437,2**	165,4	271,8	**686,2**
2014	**266,6**	153,8	56,5	56,3	**390,7**	194,0	196,7	**657,3**
2015	**255,1**	164,2	36,8	54,1	**469,8**	215,8	254,0	**724,9**
2016	**336,3**	189,1	71,2	76,0	**393,3**	169,3	223,9	**729,6**
2017	**325,5**	205,2	63,4	56,9	**453,1**	212,8	240,4	**778,6**
2018	**275,7**	173,3	48,3	54,0	**366,7**	167,8	198,9	**642,4**
évol. 18/17 (%)	***-15,3***	*-15,5*	*-23,7*	*-5,1*	***-19,1***	*-21,2*	*-17,2*	***-17,5***

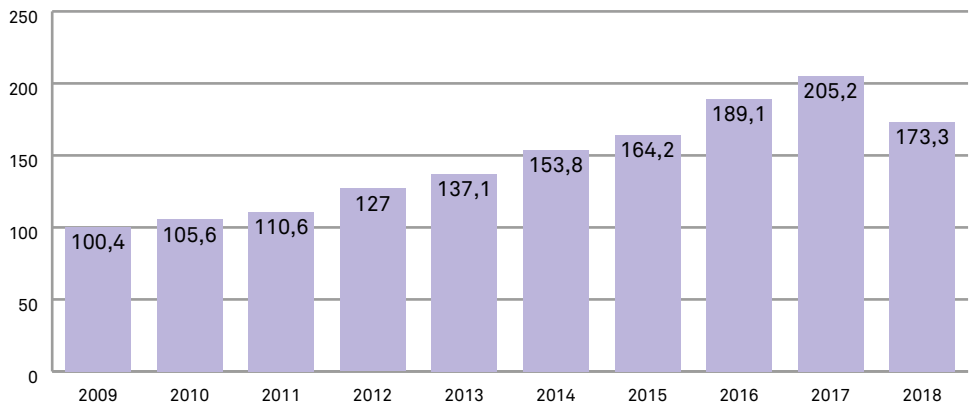
[1] Les ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 et autres diffuseurs internationaux basés en France : 2,6 M€ en 2018.
[2] Le spectacle vivant est intégré dans les préventes et les apports en coproduction ainsi que dans le périmètre de l'étude.
[3] Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.
[4] Investissements étrangers dans les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.
Source : CNC-TV France International.

L'exportation des programmes audiovisuels

Remarques méthodologiques
Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et TV France International auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Les données étudiées concernent l'année 2018.

Des ventes de programmes français en recul
En 2018, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 173,3 M€. Malgré une baisse de 15,5 % par rapport à 2017, elles représentent le troisième plus haut niveau depuis 25 ans.

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-TV France International.

L'animation : toujours en tête à l'export avec 69,0 M€
Si l'animation reste le premier genre à l'export, les ventes de programmes sont en baisse de 8,7 % par rapport à 2017, année record pour l'animation française. Elles atteignent 69,0 M€, soit 39,8 % du total des exportations (+3,0 points).

Recul des ventes de fiction (-22,5 %)
Après sept années de hausse consécutive, les ventes de fiction française à l'international enregistrent une baisse de 22,5 % à 49,4 M€ en 2018. Le poids du genre est en baisse de 2,6 points en 2018 (28,5 %). L'Europe de l'Ouest demeure le premier marché à l'export pour la fiction française avec 63,4 % des ventes en 2018 contre 55,7 % en 2017.

Diminution des exportations de documentaires
Les ventes de documentaire français à l'international diminuent de 13,9 % à 30,6 M€ en 2018. Le genre capte 17,6 % des recettes (17,3 % en 2017).

Baisse des ventes de formats
Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en baisse de 7,0 % à 19,5 M€ en 2018.

En 2018, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 173,3 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	*évol. 18/17 (%)*
animation	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	*-8,7*
fiction	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	*-22,5*
documentaire, magazine	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	*-13,9*
format (fiction, jeux, variétés)	16,4	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	*-7,0*
musique, spectacle vivant	4,4	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	*-47,9*
divers (information, extraits...)	2,9	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	*-48,6*
total	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	*-15,5*

Source : CNC-TV France International.

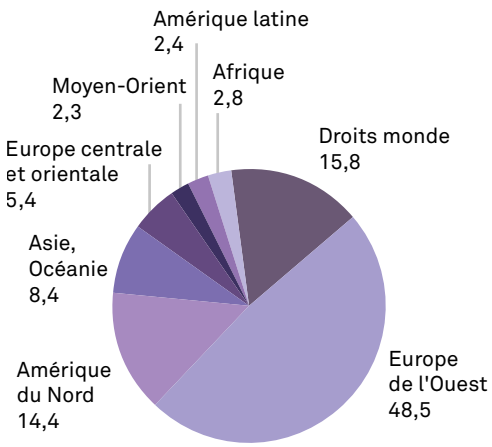
Baisse des ventes en Europe de l'Ouest, malgré les bons résultats en Espagne et la stabilité du Royaume-Uni
En 2018, les principales zones en matière de ventes sont en repli. L'Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, est en baisse de 17,7 % à 84,1 M€, soit au-dessus de la moyenne des dix dernières années (77,5 M€). La zone génère 48,5 % des recettes d'exportation (-1,3 point). Malgré des achats en forte baisse (-27,1 % par rapport à 2017), la zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,7 M€. Après six années de hausse continue, les ventes de programmes français en Belgique baissent de 14,7 % à 16,4 M€. Le pays reste néanmoins le deuxième acheteur européen de programmes français et le troisième mondial derrière les Etats-Unis. La zone anglophone, constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande est stable en 2018 à 12,3 M€ d'achats (+0,9 %), soit le deuxième plus haut niveau historique. Les exportations vers le marché italien diminuent de 15,4 % pour atteindre 12,1 M€ en 2018. L'Espagne est l'un des rares territoires européens en hausse en 2018, après avoir vécu une crise particulièrement sévère : les achats y ont augmenté de 18,4 % et s'établissent à 9,8 M€, plus haut niveau enregistré dans le pays. Ces résultats sont à mettre au crédit des ventes de fictions (+51,9 %) à 6,4 M€, faisant de l'Espagne le premier acheteur mondial de fiction française. Parmi les territoires dont les achats ont diminué le plus fortement, figure la Suisse, où les ventes atteignent leur niveau le plus bas depuis 2009 avec 4,0 M€, soit une baisse de 40,7 %. Enfin, en Scandinavie également, les programmes français ont enregistré une forte baisse de 23,6 % à 3,9 M€.
En 2018, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale connaissent une forte baisse (-38,6 %) pour s'établir à 9,4 M€, soit le niveau le plus bas de la décennie. La zone représente 5,4 % du total des ventes à l'étranger. Ce repli impacte l'ensemble des pays. La Pologne, première destination d'Europe centrale et orientale, diminue ses achats de 34,0 % à 2,7 M€ en 2018. Les ventes de programmes français vers la Russie, l'Ukraine et les pays de l'ex-CEI s'élèvent à 1,8 M€ (-1,8 % par rapport à 2017).

Baisse du marché nord-américain (-14,1 %)
Après deux années de hausse, les ventes de programmes français vers l'Amérique du Nord sont en recul de 14,1 % par rapport au record de 2017 pour s'établir à 25,0 M€. Aux Etats-Unis, les ventes ont connu une croissance très forte ces deux dernières années en particulier en animation. Elles diminuent de 17,7 % en 2018 et se fixent à 16,6 M€. Les Etats-Unis restent le deuxième territoire d'export pour l'audiovisuel français derrière l'Allemagne. Avec 11,7 M€ d'achats de programmes, les Etats-Unis confirment leur place de premier marché pour l'animation française devant l'Allemagne.
Enfin le Canada diminue légèrement ses achats de programmes français à 6,7 M€ en 2018 (-4,5 % par rapport à 2017).

Stabilité de l'Asie, hausse de la Chine

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie/Océanie sont stables en 2018 (-1,0 %) et s'établissent à 14,5 M€. La zone représente 8,4 % des ventes totales dans le monde. Pour la troisième année consécutive, les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » augmentent de 29,7 % en 2018, à 7,3 M€, soit le plus haut niveau de ventes jamais enregistré. Pour la première fois, cette zone représente plus de la moitié des exportations vers l'Asie / Océanie en 2018 (50,5 %). Au Japon, les exportations de programmes français passent de 2,6 M€ en 2017 à 1,4 M€ en 2018 (-46,8 %). En Corée du Sud, les ventes de programmes français sont en augmentation de 6,0 % en 2018 à 0,9 M€. Les ventes en Inde repartent à la hausse en 2018 et atteignent 0,9 M€ (+56,6 %). La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » baisse de 22,5 % à 1,3 M€ en 2018. Enfin les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont stables à 2,1 M€ en 2018.

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2018 (%)



Source : CNC-TV France International.

Progression des ventes en Amérique latine, diminution en Afrique et au Moyen-Orient

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine sont en hausse (+11,0 %) pour la deuxième année consécutive à 4,2 M€. La zone représente 2,4 % des ventes mondiales (+0,6 point). En particulier, les ventes au Brésil augmentent de 39,6 % à 1,5 M€. Le pays représente 34,6 % des ventes réalisées dans la région. Les ventes multi-territoriales continuent de constituer le principal débouché pour les programmes français et repartent à la hausse en 2018 pour atteindre 1,9 M€ (+15,9 %).
En 2018, l'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain diminue pour la troisième année consécutive et atteint 4,8 M€ (-17,2 % par rapport à 2017), représentant 2,8 % des ventes de programmes français dans le monde.
En 2018, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse de 23,2 % à 4,0 M€.

Des ventes de droits monde qui marquent le pas

Les droits mondiaux s'établissent en 2018 à 27,3 M€ contre 29,2 M€ en 2017 (-6,4 %) et représentent 15,8 % des achats de programmes français dans le monde.
En quatre ans, les ventes de droits monde ont quasiment doublé.

> Le renforcement du rôle des plateformes de VàD et VàDA permet aux programmes français de rencontrer des succès sur des marchés complexes et concurrentiels.

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	*évol. 18/17 (%)*
Europe de l'Ouest	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	*-17,7*
Amérique du Nord	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	*-14,1*
Asie / Océanie	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	*-1,0*
Europe centrale et orientale	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	*-38,6*
Afrique	2,1	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	*-17,2*
Amérique latine	2,3	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	*+11,0*
Moyen-Orient	4,6	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	*-23,2*
Droits Monde[1]	-	-	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	*-6,4*
total[2]	100,4	105,6	110,6	127	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	*-15,5*

[1] Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux.
[2] Y compris les ventes à TV5 et CFI.
Source : CNC-TV France International.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2018*
- les séries statistiques sur le l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

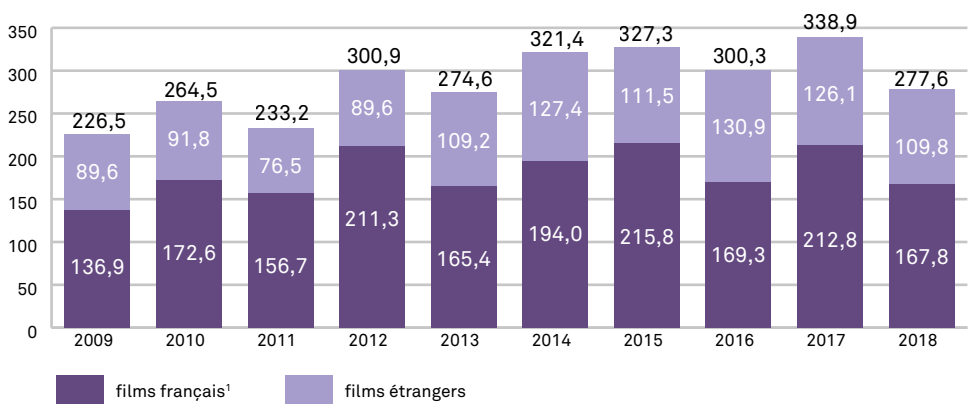
Remarques méthodologiques
Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse qui suit sont celles encaissées au cours de l'année 2018. Compte tenu de l'important décalage entre la signature des contrats et leur paiement, ces recettes se rapportent en majorité à des ventes effectuées en 2016, 2017 et début 2018. Les encaissements de recettes correspondent essentiellement aux recouvrements de minima garantis payés par les distributeurs étrangers. Les ventes concernent autant la vente « tous droits » (c'est-à-dire salles, télévision, vidéo, VàD, télévision de rattrapage) que les cessions des seuls droits « salles », « télévision », « vidéo », « VàD » ou « télévision de rattrapage ». L'écart régulièrement constaté entre les données du CNC et celles d'UniFrance films sur l'exportation des films français s'explique par un périmètre d'analyse différent. UniFrance films comptabilise les recettes aux guichets des salles des films sortis en 2018, tandis que le CNC prend en compte les encaissements nets, tous modes de diffusion confondus, réalisés par les exportateurs en 2018, sur des films sortis en salles en 2018 ou antérieurement.

Baisse des recettes d'exportation des films français (-21,2 %)
En 2018, les ventes à l'exportation des films français atteignent 167,8 M€, soit une baisse de 21,2 % par rapport à 2017. Après une année 2017 particulièrement élevée, les recettes d'exportation des films français retrouvent en 2018 un niveau comparable à celui observé en 2016 (169,3 M€). Les recettes d'exportation liées à la vente de films étrangers baissent de 12,9 % à 109,8 M€ en 2018 mais demeurent supérieures à la moyenne observée sur la décennie (106,2 M€ entre 2009 et 2018). En 2018, les ventes de films étrangers représentent 39,6 % des recettes des exportateurs français, une part en hausse sur un an (37,2 % en 2017).

Les recettes de ventes à l'étranger des films français « de catalogue » (produits avant le 1er janvier 2015) progressent de 9,0 %, à 38,7 M€ soit le plus haut niveau de la décennie. En 2018, les films français « récents » représentent 77,0 % des recettes d'exportation.

En 2018, les ventes à l'exportation des films français de catalogue atteignent leur plus haut niveau de la décennie.

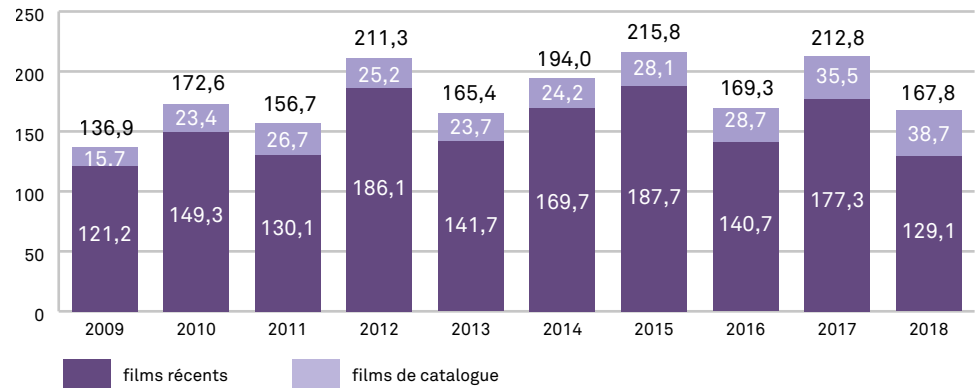
Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



¹ Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.

Source : CNC.

Recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



Films de catalogue : films produits il y a plus de trois ans.
Films récents : films produits il y a moins de trois ans.

Source : CNC

Une forte concentration sur les principaux territoires
En 2018, les ventes à l'étranger des films français restent concentrées. Les 15 premiers pays génèrent 81,2 % des encaissements (72,3 % en 2017) et les cinq premiers pays 52,2 % (41,2 % en 2017).

Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2018

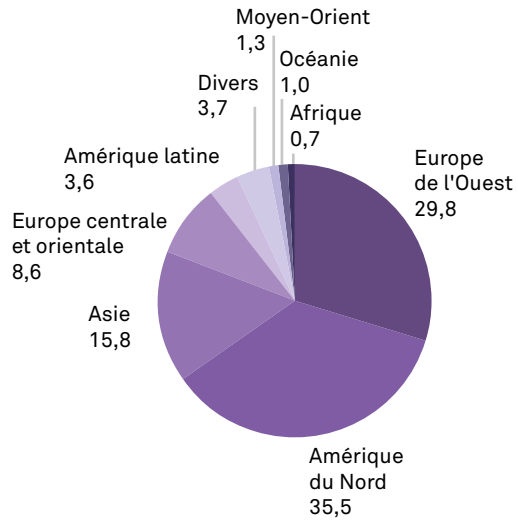
		recettes (M€)	parts de marché (%)	*évol 18/17 (%)*
1	Etats-Unis + grand pays européen et/ou Japon	38,4	22,9	*+389,5*
2	Etats-Unis et/ou Canada anglophone	18,0	10,7	*-24,7*
3	Chine	13,4	8,0	*+17,0*
4	Allemagne et/ou zones germanophones	9,1	5,4	*-67,2*
5	Italie	8,7	5,2	*-16,6*
6	Japon	6,9	4,1	*-30,9*
7	Belgique	6,6	4,0	*+99,1*
8	Espagne	5,5	3,3	*-23,6*
9	Benelux	5,5	3,3	*+12,2*
10	Russie	5,3	3,2	*-11,7*
11	Suisse (hors région germanophone)	4,7	2,8	*-29,5*
12	Pologne	4,2	2,5	*-14,4*
13	Royaume Uni et/ou Irlande	3,9	2,3	*-72,4*
14	Avions - bateaux	3,1	1,8	*-15,3*
15	Scandinavie	2,9	1,7	*-31,1*
	total quinze premiers	**136,2**	**81,2**	***-6,9***
	total	**167,8**	**100,0**	***-21,2***

Source : CNC.

L'Amérique du Nord devient la première zone d'exportation du cinéma français
En 2018, l'Amérique du Nord est la première zone d'accueil du cinéma français, à 59,6 M€ de recettes soit plus du tiers (35,5 %) de l'ensemble des recettes d'exportation. Première zone historique d'exportation du cinéma français, l'Europe de l'Ouest est reléguée en seconde position en 2018 pour la troisième fois de la décennie. Les recettes d'exportation chutent de 42,1 % par rapport à 2017, à 50,1 M€ (29,8 % des recettes totales).
En 2018, l'Asie demeure à la troisième place des acheteurs de films français mais baisse de 20,0 % à 26,5 M€ (15,8 % des recettes totales)
Les autres zones géographiques occupent en 2018 une position plus limitée sur le marché français de l'exportation cinématographique (moins de 20 M€ de recettes).

En 2018, l'Amérique du Nord concentre plus d'un tiers des recettes totales du cinéma français à l'export (35,5 %).

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2018 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclu le territoire « Etats-Unis + divers monde ».
Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : une déconcentration du secteur qui continue
Si le marché de l'exportation reste concentré, il l'est un peu moins en 2018. Les trois premières sociétés d'exportation captent 54,7 % des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger en 2018, contre 56,4 % en 2017 (59,7 % en 2016). Six entreprises réalisent plus de 10 M€ de recettes en 2018 et captent 74,9 % des recettes totales des films français à l'étranger.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *L'exportation des films français en 2018*
- les séries statistiques sur l'exportation des films

Les ventes de courts métrages français à l'étranger en 2018

Remarques méthodologiques
Chaque année, UniFrance réalise une étude sur la diffusion des œuvres françaises de court métrage à l'étranger. Les résultats prennent en compte les ventes déclarées par les sociétés de production et de distribution, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès des institutionnels ainsi que les ventes auprès d'Arte, TV5 Monde et Canal+ Afrique.
Depuis 2017, UniFrance intègre également les redevances de droits VàD.

Diminution des recettes à l'exportation des courts métrages
Pour la deuxième année consécutive, le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français est en diminution en 2018 à 520,9 K€ (-4,1 %). A l'inverse, le nombre de transactions poursuit sa progression pour la quatrième année consécutive à 1 990 alors que le chiffre d'affaires décroît, ce qui traduit une tension sur les tarifs d'acquisition, liée notamment aux droits VàD.
809 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction à l'international en 2018 (656 en 2017), dont 95,7 % sont des productions majoritairement françaises.

Une préférence des acheteurs étrangers pour les courts métrages de fiction
Malgré une baisse conséquente, la fiction demeure le premier genre en termes de recettes générées à l'exportation pour les courts métrages français (50,4 % en 2018, contre 65,3 % en 2017), devant l'animation (46,3 % en 2018, contre 32,1 % en 2017) et le documentaire de création / expérimental (3,3 % en 2018, contre 2,5 % en 2017). La progression du chiffre d'affaires de l'animation et du documentaire en 2018 ne permet toutefois pas de compenser la baisse enregistrée sur la fiction. En revanche, l'animation constitue le premier genre en nombre de transactions (+10,8 points entre 2017 et 2018), devant la fiction (-9,1 points).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *Le marché du court métrage en 2018*
- les séries statistiques sur le court métrage

En 2018, la première place du palmarès de l'exportation des courts métrages français à l'étranger est occupée par les films d'animation *Garden Party* en termes de chiffre d'affaires et par *le Petit Bonhomme de poche* de Ana Chubinidze en nombre de transactions. Les premières places du classement, en chiffre d'affaires ou en nombre de transactions, sont majoritairement occupées par des œuvres produites au cours des trois dernières années. Un seul titre de catalogue intègre ces palmarès cette année : le film d'animation *Trois petits chats* (2012).

809 courts métrages ont fait l'objet d'une transaction en 2018.

Les droits combinés et les droits TV représentent la majorité du chiffre d'affaires à l'exportation
Les droits de diffusion en salles de cinéma représentent la majorité des cessions de droits des courts métrages français à l'étranger avec 58,0 % des transactions en 2018. En revanche, les droits combinés composent 29,1 % du chiffre d'affaires à l'exportation, devant les droits TV (27,9 %).

L'Europe occidentale, premier territoire d'exportation des courts métrages français
En 2018, l'Europe occidentale reste la première zone d'exportation avec 39,1 % du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français et 48,6 % des transactions. Au sein de l'Europe occidentale, le Royaume-Uni est le premier pays importateur avec 138 transactions pour 69,9 K€ de chiffre d'affaires. L'Amérique du Nord prend la deuxième place du classement (13,7 % du chiffre d'affaires et 22,6 % des transactions) devant l'Asie.

En 2019 : **40,5 Millions**

d'entrées pour les films français à l'étranger

(-7,4 % par rapport à 2018)

4,4 millions

pour *Anna*

4,2 millions

pour *Mia et le lion blanc*

3,3 millions

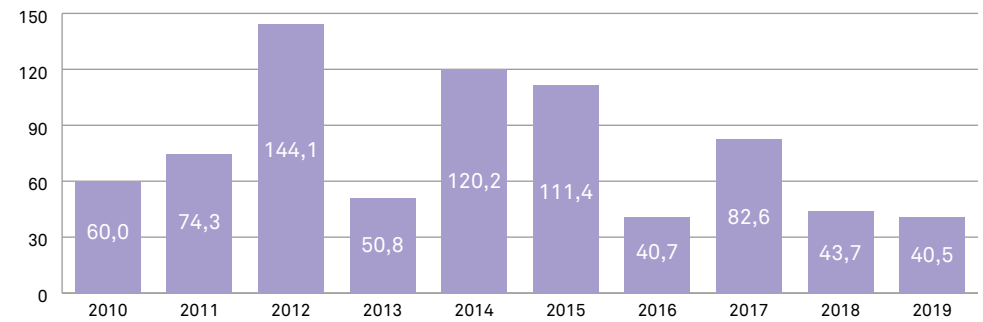
pour *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?*

5.2 Les entrées des films français à l'étranger

Remarques méthodologiques
Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par UniFrance. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 84 territoires. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2019 présentées ici sont arrêtées à mars 2019.

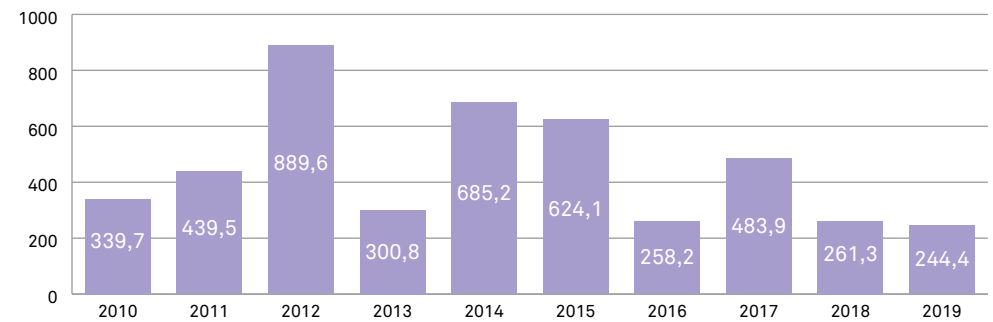
Tassement des entrées des films français à l'international
La fréquentation des films français à l'international est en léger recul en 2019 (-7,4 %) à 40,5 millions d'entrées pour 244,4 M€ de recettes. L'année 2019 est portée par un grand nombre de succès français à l'international avec 4 films à plus de 3 millions d'entrées contre un seul en 2018. *Anna* premier films français à l'international réalise 4,4 millions d'entrées soit 10,7 % de l'ensemble des entrées des films français à l'international.
Avec 34,4 millions d'entrées en 2019, la fréquentation des productions majoritairement françaises représente 84,9 % des entrées globales de l'année, contre 65,3 % en 2018.

Entrées des films français à l'étranger (millions)



Source : UniFrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Recettes guichets des films français à l'étranger (M€)



Source : UniFrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Une baisse du nombre de films à plus de 100 000 entrées

64 films français totalisent plus de 100 000 entrées à l'étranger en 2019, contre 82 en 2018 soit 18 de moins. Les entrées sont en revanche légèrement plus concentrées en 2019 qu'en 2018. En 2019, les cinq plus grands succès français représentent 39,9 % des entrées globales du cinéma français dans les salles étrangères, alors qu'ils n'atteignaient que 30,6 % en 2018.

Une part majoritaire des entrées réalisées par les films en langue française

En 2019, la part des films en langue française dans les entrées globales se maintient à un haut niveau, à 59,2 % du total (61,6 % en 2018). Cette performance des films en langue française s'accompagne toutefois d'un niveau d'entrées en baisse continue à 24 millions d'entrées en 2019 (26,9 millions en 2018, 39,8 millions en 2017). Pour la première fois de la décennie, les films en langue française totalisent moins de 25 millions d'entrées.

Diversité des films français à l'international

Bien qu'aucun titre en 2019 ne réalise d'importantes performances à l'international, sept films français parviennent à dépasser le million d'entrées, un nombre stable depuis 2017 : *Anna* (4,4 millions d'entrées), *Mia et le lion blanc* (4,2 millions d'entrées), *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* (3,3 millions d'entrées), *Astérix – Le Secret de la potion magique* (3,1 millions d'entrées), *Cold War* (1,1 million d'entrées), *Minuscule 2 – Les Mandibules du bout du monde* (1,1 million d'entrées) et *Everybody Knows* (1,1 million d'entrées). Les productions majoritairement françaises occupent en 2019 une place importante dans le top 20 annuel : 17 films sont des productions majoritaires (12 en 2018) et 5 d'entre eux dépassent le million d'entrées (3 en 2018). Le classement des premiers films français à l'international met encore une fois à l'honneur la diversité de la production française avec les succès des films d'animation (*Astérix – Le Secret de la potion magique*, *Minuscule 2 – Les Mandibules du bout du monde* et *Terra Willy*), des comédies (*Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?*, *Le Grand Bain* et *Double vies*), des drames (*Cold War*, *Everybody Knows*, *J'accuse* et *Le Portrait de la jeune fille en feu*) ou encore des films d'aventure et de suspens (*Anna*, *Mia et le lion blanc* et *Les Frères Sisters*).

Films français ayant réalisé le plus d'entrées à l'étranger en 2019

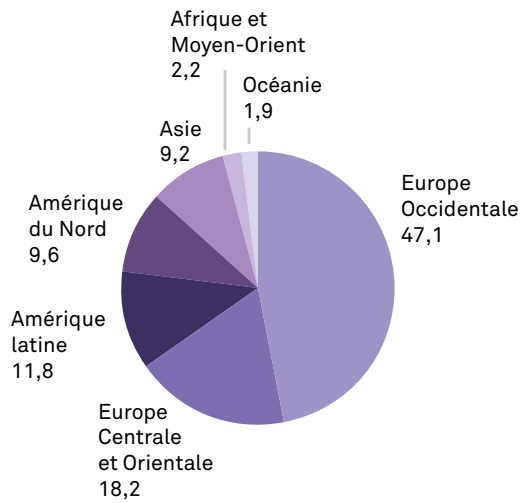
	titre	nombre de territoires	entrées
1	*Anna*	71	4 345 405
2	*Mia et le lion blanc*	55	4 246 887
3	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?*	28	3 303 356
4	*Astérix - Le Secret de la potion magique*	46	3 133 697
5	*Cold War*	44	1 139 459
6	*Minuscule 2 – Les Mandibules du bout du monde*	32	1 073 512
7	*Everybody Knows*	37	1 068 859
8	*Terra Willy*	27	761 328
9	*Le Grand Bain*	34	692 090
10	*J'accuse*	7	628 146
11	*Nevada*	4	609 546
12	*Woman at War*	28	551 801
13	*Doubles vies*	35	519 906
14	*Les Frères Sisters*	30	472 282
15	*La Belle Époque*	15	469 942
16	*Portrait de la jeune fille en feu*	22	419 988
17	*Ibiza*	16	393 003
18	*Dans la brume*	10	378 642
19	*Le Mystère Henri Pick*	16	364 357
20	*The Room*	8	359 652

Source : UniFrance.

L'Europe occidentale reste le premier consommateur étranger de films français en salles

Pour la quatrième année consécutive, l'Europe occidentale est la première zone d'exportation des films français. Avec 19,1 millions d'entrées en 2019, la zone capte près de la moitié des entrées du cinéma français à l'international. Trois territoires de la zone dépassent les 3 millions d'entrées et intègrent les 5 premiers territoires internationaux.
L'Europe centrale et orientale se maintient en seconde position des zones d'exportation du cinéma français en 2019, avec 7,4 millions d'entrées soit une progression de 9,2 % par rapport à 2018. La zone représente 18,2 % de part de marché pour le cinéma français à l'international en 2019, la part la plus élevée de la décennie. Au sein de la zone, la Russie et la Pologne cumulent chacune plus de 2 millions d'entrées.
L'Amérique latine arrive à la troisième place du classement avec 4,8 millions d'entrées en 2019 soit 11,8 % du total des entrées enregistrées à l'international. Il s'agit à date du plus faible niveau d'entrées enregistré sur la zone depuis 2010. Hormis la Colombie et le Pérou, l'ensemble des territoires de la zone observe une baisse des entrées pour les films français en 2019.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2019 (%)



Source : UniFrance.

En 2019, l'Europe centrale et orientale reste la deuxième zone d'exportation du cinéma français.

En 2019, l'Amérique du Nord occupe une nouvelle fois la quatrième position des zones d'exportation des films français. Pour la première fois depuis dix ans, la zone passe la barre des 10 % de part de marché (9,6 % en 2018). Aucun film ne parvient à y atteindre le million d'entrées en 2019.
Avec 3,7 millions d'entrées, l'Asie demeure la cinquième zone d'exportation du cinéma hexagonal en 2019 mais observe également une baisse du nombre d'entrées, à 3,7 millions (soit -29,4 % par rapport à 2018). *Anna* enregistre la meilleure performance sur la zone, à 788 000 entrées, suivi de *Minuscule 2 – Les Mandibules du bout du monde* (545 000 entrées).
L'Afrique et le Moyen-Orient retombent en revanche en 2019 sous la barre du million d'entrées, et cumulent 2,2 % des entrées globales du cinéma français à l'international.
De même, l'Océanie comptabilise en 2019 moins d'un million d'entrées pour la première fois de la décennie, pour 1,9 % de part de marché.

En 2019 : **1,01 milliard**
d'entrées en Europe (+5,5 %) dont :

213,0
millions
en France

176,1
millions
au Royaume-Uni

118,6
millions
en Allemagne

103,6
millions
en Espagne

104,7
millions
en Italie

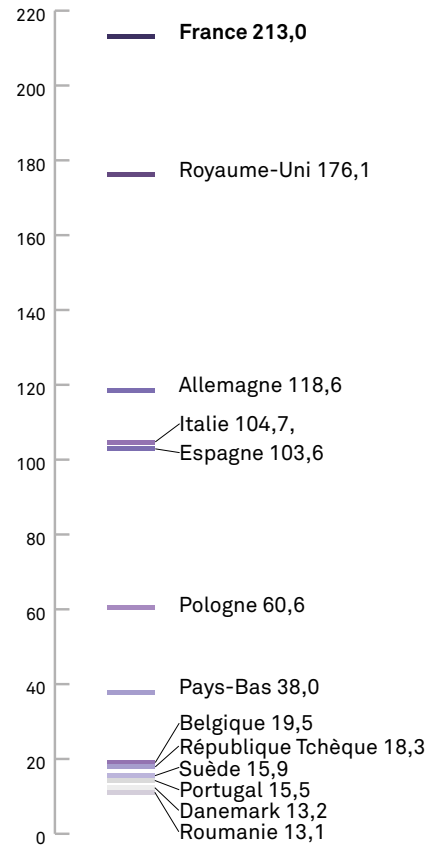
1,73
milliard d'entrées
en Chine

1,24
milliard d'entrées
en Amérique du nord

5.3 Le cinéma dans le monde

En 2019, selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union Européenne progressent de 5,5 % pour atteindre 1,01 milliard d'entrées, soit le plus haut niveau enregistré depuis 2004. La fréquentation augmente dans plusieurs des principaux marchés européens, en particulier en Italie (+14,2 %), en Allemagne (+12,6 %), mais également en France (+5,9 %) et en Espagne (+4,7 %). Au Royaume-Uni, la fréquentation est stable (-0,5 %) à 176,1 millions d'entrées. La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 213,0 millions d'entrées. En Russie, le nombre d'entrées augmente de 7,8 % et atteint 216,3 millions d'entrées en 2019.
La Chine confirme sa position de premier marché mondial en termes de fréquentation avec 1,73 milliard d'entrées, contre 1,72 milliard en 2018, devant les Etats-Unis et le Canada avec 1,24 milliard d'entrées (-5 %). L'Amérique du Nord demeure le premier marché mondial en box-office.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union Européenne en 2019 (millions d'entrées)



Europe

Les premières estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel indiquent que la fréquentation dans les salles de l'Union Européenne est en hausse de 5,5 % en 2019 et atteint 1,01 milliard d'entrées, soit la meilleure année depuis 2004. Cette hausse concerne la grande majorité des pays de l'Union Européenne.
Avec une fréquentation en hausse de 5,9 %, la France demeure le premier marché de l'Union européenne aussi bien en termes d'entrées (213,0 millions) que de recettes (1,45 Md€). Elle enregistre de nouveau la part de marché nationale la plus élevée de l'Union Européenne avec 34,8 %.
Après une année 2018 souvent difficile, plusieurs des principaux marchés européens ont connu des hausses importantes de fréquentation, au premier rang desquels l'Italie (+14,2 % à 104,7 millions d'entrées) et l'Allemagne (+12,6 % à 118,6 millions d'entrées), mais également l'Espagne (+4,7 % à 103,6 millions). Seul le Royaume-Uni connaît une fréquentation stable après une année record en 2018 (-0,5 % à 176,1 millions d'entrées).
Les autres pays d'Europe de l'Ouest en hausse sont notamment l'Autriche (+6,7 %), les Pays-Bas (+6,4 %), le Portugal (+5,1 %) et la Belgique (+3,8 %). En Europe centrale et orientale, plusieurs pays voient leur fréquentation progresser nettement : la République tchèque (+12,1 %), la Slovaquie (+9,5 %) et dans une moindre mesure la Bulgarie (+2,4 %) et la Pologne (+1,5 %). Plusieurs pays européens voient néanmoins leur fréquentation reculer, comme la Turquie (-15,6 %), l'Irlande (-4,2 %) ou la Slovénie (-9,4 %). Enfin en Scandinavie, la fréquentation augmente au Danemark (+6,0 %) et en Finlande (+3,8 %), mais elle diminue en Norvège (-6,3 %) et en Suède (-2,8 %).
Selon les premières informations disponibles, les recettes générées par les salles de cinéma en 2019 sont stables ou progressent dans la quasi-totalité des marchés de l'Union Européenne pour lesquels les données sont disponibles, soit 21 pays.
En 2019, la part de marché du film national est en hausse dans 11 pays de l'Union européenne. Elle recule en France (-4,7 points), en Espagne (-2,5 points), en Allemagne (-2,2 points), et en Italie (-1,4 point), mais elle progresse au Royaume-Uni (+1,3 point). Le pays qui enregistre la plus importante progression de sa part de marché nationale est la Slovaquie (+12,3 points). À l'inverse, les baisses les plus fortes sont enregistrées en Lituanie (-8,5 points), en Finlande (-6,8 points) et en Suède (-5,5 points). La Turquie conserve la part de marché du film national la plus importante en Europe (56,7 %). Elle est suivie par la France à 34,8 %.

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2019

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits[1]	240	102	237	nd	257
entrées (millions)	213,0	176,1	118,6	104,7	103,6
évolution (%)	*+5,9*	*-0,5*	*+12,6*	*+14,2*	*+4,7*
prix moyen de la place (€)	6,8	8,1	8,6	6,4	5,9
indice de fréquentation[3]	3,3	2,7	1,4	1,7	2,2
part du film national (%)	34,8	13,0[4]	21,5	21,6	14,9
nombre d'écrans	6 114	4 340[2]	4 961	5 205[2]	3 700
nombre d'écrans pour 100 000 habitants	9,4	6,5[2]	6,0	8,6[2]	7,9

[1] Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires. Allemagne : films en première sortie.
[2] Chiffres 2018
[3] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[4] En termes de recettes. Films britanniques indépendants uniquement.
Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIO, ICAA, Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA).

Europe de l'Ouest

Allemagne

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), après une année 2018 en net recul, la fréquentation des salles allemandes enregistre une forte hausse de 12,6 % en 2019 pour s'établir à 118,6 millions. Parallèlement, les recettes augmentent de 13,9 % à 1 024,0 M€. Le prix moyen de la place progresse de 1,1 % à 8,63 €. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) progresse également à 1,4 entrée en 2019 (1,3 en 2018). Toutes nationalités confondues, 606 nouveaux films sont sortis sur les écrans allemands en 2019 dont 126 films américains et 157 films provenant des Etats membres de l'Union Européenne (hors Allemagne). 252 films allemands sont sortis en 2019 (228 en 2018). La part de marché des films allemands recule de 2,0 points à 21,5 % en 2019. Alors qu'aucun film allemand ne figurait dans le top 10 en 2018, la comédie locale *Das perfekte Geheimnis* enregistre 4,6 millions d'entrées et atteint la quatrième place du classement.
Un autre film allemand est présent dans le top 10 à la septième place. Le reste du classement est constitué de productions américaines à gros budget, au premier rang desquelles *La Reine des neiges 2* (5,7 millions d'entrées), *Le Roi Lion* (5,6 millions) et la production Marvel *Avengers: Endgame* (5,1 millions).
Le parc de salles allemand compte 1 734 établissements (1 672 en 2018) et 4 961 écrans actifs (+112 écrans).

Belgique

Selon les estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel et de la Fédération des cinémas de Belgique (FCB), les entrées dans les salles de cinéma belges sont en hausse de 3,8 % en 2019 et s'établissent à 19,5 millions.
En 2019, le box-office belge est largement dominé par les films américains, qui occupent les quinze premières places au classement. Les trois premières places sont occupées par *Le Roi Lion*, *La Reine des neiges 2* et *Joker*. Le premier film belge, la comédie *FC De Kampioenen 4: Viva Boma*, arrive en seizième position. Il s'agit du quatrième long métrage issu de la série audiovisuelle flamande à succès.

Le cinéma en Allemagne

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	155	171	200	195	186	181	199	199	198	237
écrans	4 699	4 640	4 617	4 610	4 637	4 692	4 739	4 803	4 849	4 961
entrées (millions)	126,6	129,6	135,1	129,7	121,7	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6
indice de fréquentation[2]	1,6	1,6	1,7	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,3	1,4
recettes (M€)	920,4	958,1	1 033,0	1 023,0	979,7	1 167,1	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0
part du film national (%)[3]	16,8	21,8	18,1	26,2	26,7	27,5	22,7	23,9	23,5	21,5
part du film américain (%)[3]	66,3	60,1	60,8	65,4	62,6	54,5	64,5	63,6	61,8	56,5
part du film européen (%)[3]	14,3	15,6	19,8	6,1	11,7	15,7	11,5	11,2	13,0	17,6
part du film français (%)[3]	2,9	4,9	11,1	3,2	7,2	3,4	2,9	4,1	2,8	nd

[1] Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires en première sortie.
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Filmförderungsanstalt (FFA), Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), Unifrance.

Espagne

La fréquentation des salles de cinéma espagnoles repart à la hausse en 2019 et atteint 103,6 millions d'entrées, plus haut niveau de la décennie, soit une hausse de 4,7 % par rapport à 2018. Les recettes générées par les salles de cinéma en Espagne sont également en augmentation de 3,8 % à 608,3 M€. La part de marché des films espagnols recule néanmoins de 2,7 points à 14,9 %.
En 2019, neuf des dix premiers films au classement sont américains, contre huit en 2018. Le podium est intégralement américain avec *Le Roi Lion* (5,9 millions d'entrées), *Joker* (4,9 millions) et *Avengers: Endgame* (4,6 millions). La comédie espagnole *Padre no hay más que uno* atteint la huitième place avec 2,4 millions d'entrées.
Le nombre de salles espagnoles progresse de nouveau en 2019 avec 111 écrans supplémentaires pour un total de 3 700 écrans.

Le cinéma en Espagne

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
longs métrages produits[2]	185	181	157	207	203	239	241	224	249	257
écrans	4 080	4 044	4 003	3 908	3 700	3 588	3 554	3 618	3 589	3 700
entrées (millions)	101,6	98,3	94,2	78,7	88,0	96,1	101,8	99,8	98,9	103,6
indice de fréquentation[3]	2,2	2,1	2,0	1,6	1,9	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2
recettes (M€)	662,3	635,8	614,2	506,3	518,2	575,2	602,0	591,3	585,7	608,3
part du film national (%)[4]	12,7	15,8	19,4	14,0	25,5	19,3	18,5	17,4	17,6	14,9
part du film américain (%)[4]	69,2	69,1	59,7	69,6	55,6	62,0	68,1	67,4	64,1	73,2
part du film européen (%)[4]	17,4	13,2	17,6	10,0	14,1	15,9	12,1	13,5	15,0	9,9
part du film français (%)[4]	3,0	2,2	6,7	1,2	4,1	3,8	2,2	4,0	2,5	nd

[1] Données provisoires.
[2] Films 100% nationaux et coproductions majoritaires.
[3] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[4] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Instituto de la Cinematografia y de las Artes Audiovisuales.

Italie

Selon les estimations de la SIAE, la fréquentation des salles de cinéma en Italie progresse fortement de 14,2 % pour atteindre 104,7 millions d'entrées en 2019. Les recettes augmentent de 15,3 % et s'établissent à 668,0 M€. Cette forte hausse de la fréquentation est notamment due à l'augmentation du nombre de sorties durant l'été, période traditionnellement très calme au box-office italien. Le nombre d'entrées a ainsi doublé au mois de juillet 2019 par rapport à l'année précédente.

D'après les résultats communiqués par l'ANICA et Cinetel sur environ 95 % du marché, la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en léger recul à 21,6 % en termes d'entrées (23,2 % en 2018). Les films italiens enregistrent 21,0 millions d'entrées en 2019, contre 19,9 millions en 2018, soit une hausse de 5,6 %. La part de marché européenne (hors Italie) est en forte baisse à 11,8 % (-8,3 points), tandis que la part de marché américaine augmente de 9,1 points à 64,3 %. Au total en 2019, 495 films inédits sont en exploitation, soit 34 de moins qu'en 2018. 193 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 18 de moins qu'en 2018.

Avec 5,7 millions d'entrées, *Le Roi Lion* domine nettement le box-office, devant *Joker* (4,2 millions d'entrées) et la production Marvel *Avengers: Endgame* (4,1 millions d'entrées). Un film italien fait partie du top 10 de l'année (aucun en 2018) : il s'agit de la comédie *Il Primo Natale* en sixième position avec 2,1 millions d'entrées.

En 2019, Walt Disney domine le classement des distributeurs avec une part de marché en recettes de 26,3 % (+11,9 points), devant Warner Bros (20,8 %) et le distributeur italien 01 Distribution (9,7 %).

Le cinéma en Italie

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
longs métrages produits[2]	129	146	150	156	140	135	155	173	nd	nd
écrans[3]	5 435	5 393	5 197	5 132	5 094	5 053	5 104	5 315	5 205	nd
entrées (millions)	120,6	101,3	100,1	106,7	98,3	106,7	113,8	99,6	91,7	104,7
indice de fréquentation[4]	2,0	1,8	1,7	1,7	1,5	1,7	1,9	1,6	1,5	1,7
recettes (M€)	772,8	661,7	637,1	646,3	600,1	664,3	695,1	619,4	579,5	668,0
part du film national (%)[5]	30,4	37,5	26,5	31,0	27,8	21,4	28,7	18,3	23,2	21,6
part du film américain (%)[5]	60,2	48,6	53,2	53,7	49,7	60,0	55,2	65,2	55,2	64,3
part du film européen (%)[5]	11,7	13,8	18,2	10,8	17,2	15,5	12,8	13,8	20,1	11,8
part du film français (%)[5]	4,1	4,6	7,7	4,0	5,7	4,6	2,1	4,6	3,5	3,8

[1] Données provisoires.
[2] Films 100% nationaux et coproductions majoritaires officiels (bénéficiant de soutien public).
[3] Inclut les écrans avec moins de 60 jours d'activité par an.
[4] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[5] En termes d'entrées.
[6] Hors Italie.
Source : CNC d'après ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Pays-Bas

Selon l'Agence nationale du cinéma des Pays-Bas (Netherlands Filmfund), les entrées dans les salles de cinéma néerlandaises progressent à 38,0 millions (+6,4 % par rapport à 2018). Les recettes marquent une augmentation encore plus importante de 11,3 % et atteignent 347,5 M€. La part de marché des films néerlandais s'établit à 11,7 % des entrées (+0,5 point).

Le top 10 des films est très largement dominé par les films américains, avec en tête *Le Roi Lion* (3,1 millions d'entrées), *Avengers: Endgame* et *Joker* (1,2 million chacun). Le film d'animation belge *Royal Corgi* atteint la neuvième position avec 0,6 million d'entrées. En 2019, les Pays-Bas comptent 987 écrans (+16 écrans par rapport à 2018).

Portugal

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal progresse de 5,1 % et atteint 15,5 millions d'entrées. Les recettes totales sont également en hausse de 5,7 % à 83,2 M€.

En 2019, 391 films inédits sont programmés en salles dont 132 de nationalité américaine et 183 d'origine européenne, incluant 47 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux passe de 1,9 % à 4,5 % en 2019. Les films américains génèrent 75,0 % des entrées (71,3 % en 2018).

Le top 10 est exclusivement composé de films américains. Les trois premières places sont occupées par les films *Le Roi Lion* (1,3 million d'entrées), *Joker* (0,9 million d'entrées) et *Avengers: Endgame* (0,7 million d'entrées).

Le premier film portugais au classement arrive en onzième place : *Variações* (*L'Ange gardien*) avec 0,3 million d'entrées.

Royaume-Uni

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques est stable à un niveau qui reste très élevé : 176,1 millions d'entrées (-0,5 % par rapport à 2018). Le box-office au Royaume-Uni recule de 2,2 % à 1 253,9 M£ (1 428,5 M€). Le prix moyen de la place est de nouveau en baisse (-1,7 %) et atteint 7,12 £ (8,11 €). Selon ComScore, les vingt premiers films de l'année génèrent 54,1 % du box-office total, contre 54,8 % du box-office total en 2018.

En 2019, six films dépassent 40 M£ (huit en 2018).Les films britanniques indépendants représentent 13,0 % du box-office britannique, soit le niveau le plus élevé de ces cinq dernières années. Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce à des investissements américains et pour lesquels les principales décisions de productions ne sont pas nationales. Parmi ces films « soutenus » par des studios américains figurent notamment les productions Disney *Star Wars : L'Ascension de Skywalker* (cinquième au box-office avec 58,1 M£), *Aladdin* et *Dumbo*. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 46 %, nouveau record historique.

Le box-office est dominé par le blockbuster Marvel *Avengers: Endgame* avec 88,7 M£ de recettes, devant *Le Roi Lion* (76,0 M£) et *Toy Story 4* (66,2 M£). Sept des dix premiers films de l'année sont des productions Disney.

Le cinéma au Royaume-Uni

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	330	304	307	300	284	277	256	255	182	102
écrans	3 671	3 767	3 817	3 867	3 909	4 046	4 150	4 264	4 340	nd
entrées (millions)	169,2	171,6	172,5	165,5	157,5	171,9	168,3	170,6	177,0	176,1
indice de fréquentation[2]	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7
recettes (M£)	988,0	1 040,0	1 099,0	1 083,0	1 063,3	1 242,1	1 228,1	1 279,4	1 282,1	1 253,9
part du film national (%)[3,4]	5,4	13,1	9,3	6,6	16,1	10,5	7,4	9,5	11,7	13,0
part du film américain (%)[3]	71,8	60,6	61,3	72,7	65,8	51,1	58,9	57,7	51,3	nd
part du film européen (%)[3]	2,1	1,7	4,8	3,0	4,5	2,4	3,2	1,5	1,1	nd
part du film français (%)[3]	1,4	1,8	4,3	0,7	1,9	2,0	0,7	1,1	0,4	nd

[1] Films 100% britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2019 provisoire.
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] En termes de recettes.
[4] Films britanniques indépendants uniquement. N'inclut pas les films produits avec des investissements américains.
Source: CNC d' après British Film Institute (BFI), UK Cinema Association, Unifrance.

Suisse

D'après les chiffres communiqués par l'Association Suisse des exploitants et distributeurs de films ProCinema, les entrées dans les salles de cinéma suisses sont en hausse de 6,4 % en 2019 pour atteindre 12,9 millions d'entrées. La Suisse alémanique, qui représente 65,6 % des entrées du pays enregistre une hausse de 5,3 % de sa fréquentation. Parallèlement, les recettes s'établissent à 198,3 millions de francs suisses (178,3 M€), soit une augmentation de 8,0 %. Le prix moyen de la place atteint 15,4 francs suisses (13,9 €). Les films suisses génèrent 0,9 million d'entrées pour une part de marché de 6,8 % (+0,4 point). Les films français rassemblent 11,4 % des entrées en Suisse, derrière les films américains avec une part de marché de 66,2 %. Le premier film suisse, *Zwingli*, est en huitième position du box-office avec 0,2 million d'entrées. Le classement est dominé par *Le Roi Lion* avec 0,6 million d'entrées, devant *Avengers: Endgame* et *Joker* (0,5 million d'entrées chacun). Le film français *Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* atteint la septième position avec 0,3 million d'entrées. En 2019, la Suisse compte 609 écrans, dont 423 en Suisse alémanique (69,5 %) et 161 en Suisse romande (26,4 %).

Europe de l'Est

Lituanie

La fréquentation diminue de 2,9 % en 2019 et s'établit à 4,1 millions d'entrées. Parallèlement, les recettes sont stables à 22,5 M€ (+0,2 %). La part de marché nationale recule fortement et passe de 27,5 % à 19,0 % des entrées globales, les films lituaniens ayant connu une baisse de 32,8 % de leur fréquentation. Comme en 2017 et 2018, le classement est néanmoins dominé par un film national, la comédie *Fake Millionaire* (avec 0,2 million d'entrées). Deux autres films nationaux font partie des dix premiers au box-office. Le podium est complété par les films américains *Joker* et *Le Roi Lion*.

Pologne

Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel et Film New Europe, la fréquentation des salles de cinéma polonaises connaît une sixième année consécutive de hausse et s'établit à 60,6 millions d'entrées (+1,5 %), battant le record de 2018. Les recettes s'élèvent à 1,14 Md PLN (266,1 M€), soit une hausse de 1,8 % par rapport à 2018. La part de marché des films polonais recule de 4,9 points à 28,2 %. Alors qu'en 2018, les quatre premiers films au box-office étaient polonais, le premier film polonais arrive en troisième place en 2019 : il s'agit de la comédie *Kogel Mogel 3* avec 2,4 millions d'entrées. Elle est devancée par *Le Roi Lion* et *La Reine des neiges 2* (environ 2,5 millions d'entrées chacun). Trois autres films polonais font partie du top 10.

République tchèque

Selon le Centre National du film de République tchèque, les salles de cinéma tchèques voient leur fréquentation progresser pour la deuxième année consécutive et atteindre 18,3 millions d'entrées (+12,1 % par rapport à 2018), soit le meilleur niveau de fréquentation dans le pays depuis 1993. Parallèlement, les recettes augmentent de 15,3 % et s'établissent à 2,6 milliards CZK (104,7 M€). La part de marché nationale atteint 26,5 %, soit +3,2 points par rapport à 2018. Le classement 2019 est largement dominé par la comédie locale *Women on the Run* avec 1,5 million d'entrées. Un autre film tchèque fait son entrée dans le top 10 à la septième position. Le classement est complété par des films américains ou britanniques, avec en deuxième position *Avengers: Endgame* (0,9 million d'entrées), suivi de *Bohemian Rhapsody* (0,8 million).

Slovaquie

Selon l'Union slovaque des distributeurs de film (UFD), la fréquentation des salles de cinémas en Slovaquie atteint 6,5 millions d'entrées en 2019, soit une hausse de 9,5 % par rapport à 2018. La part de marché nationale remonte très fortement en 2019 à 16,5 % alors qu'elle avait chuté à 4,2 % des entrées en 2018. Le thriller local *Trhlina* arrive en deuxième position au classement des films 2019, avec 0,3 million d'entrées. Deux films tchèques atteignent également le top 10 des films, dont la comédie tchèque *Women on the Run* en cinquième position. Le reste du top 10 est composé de films américains, avec en tête *Avengers: Endgame* (0,3 million d'entrées).

Roumanie

Selon les estimations de Film New Europe, la fréquentation des salles de cinéma en Roumanie recule de 1,6 % à 13,1 millions d'entrées en 2019. Les recettes sont stables à 56,4 M€ (+0,9 % par rapport à 2018). Les films domestiques ont vu leur fréquentation plus que doubler en 2019 et rassemblent 0,8 million de spectateurs en 2019, soit +107,2 % par rapport à 2018. La part de marché nationale passe ainsi de 2,9 % des entrées à 6,1 %. Fait rare, un film roumain fait partie des dix premiers films au classement : la comédie *Oh, Ramona!* atteint la dixième place avec 0,3 million d'entrées. Le reste du classement est occupé par des films américains et est dominé par *Avengers: Endgame*, *La Reine des neiges 2* (0,6 million d'entrées chacun) et *Joker* (0,5 million). Avec 432 écrans en 2019, soit 2,2 écrans pour 100 000 habitants, la Roumanie reste l'un des pays européens les moins bien équipés en salles de cinéma.

Russie

Selon NevaFilm Research, les entrées des salles de cinéma en Russie sont en hausse de 7,8 % à 216,3 millions d'entrées (hors contenus alternatifs), dépassant ainsi le record précédemment établi en 2017. Parallèlement, les recettes augmentent de 8,9 % en devise locale pour atteindre 54,8 Mds de roubles (756 M€). Les films nationaux enregistrent une part de marché en recul de 6,0 points à 22,5 %. Alors qu'en 2018, le box-office était dominé par un film russe, ce sont les productions Disney *Le Roi Lion* et *Avengers: Endgame* qui figurent en haut du classement 2019 avec respectivement 12,7 et 10,4 millions d'entrées. Le podium est complété par le film russe de guerre *T-34, Machine de Guerre* qui réalise 9,0 millions d'entrées. Il s'agit du seul film local dans le top 10. En 2019, le parc de salles de cinéma russe s'étend de nouveau fortement avec 334 écrans supplémentaires pour atteindre un total de 5 575 écrans.

Le cinéma dans la Fédération de Russie

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	70	65	69	66	84	105	98	92	106	141
écrans	2 391	2 704	3 100	3 479	3 829	3 994	4 376	4 806	5 241	5 575
entrées (millions)	155,9	159,5	157,0	177,1	176,0	174,0	192,8	212,1	200,6	216,3
indice de fréquentation[2]	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,5	1,4	1,5
recettes (M€)	1 057	1 155	1 200	1 370	1 200	645	656	808	680	756
part du film national (%)[3]	15,8	17,9	16,1	18,4	18,7	17,9	18,1	23,8	28,5	22,5
part du film américain (%)[3]	71,6	72,7	69,1	66,9	78,3	54,7	58,8	59,6	54,6	56,8
part du film européen (%)[3]	11,0	8,8	3,7	nd	nd	26,8	23,0	16,4	15,8	20,1
part du film français (%)[3]	1,9	2,4	4,4	1,5	4,1	4,9	4,5	6,2	4,5	6,8

[1] Films nationaux à 100 %. Données révisées à partir de 2011. Depuis 2015 : nombre de films russes distribués.
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après NevaFilm Research, Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA).

Scandinavie

Danemark
Selon les données publiées par le Danish Film Institute, les entrées en salles s'établissent à 13,2 millions en 2019, soit une hausse de 6,0 % par rapport à 2018. Les films nationaux représentent une part de marché de 27,4 %, soit un recul de 2,4 points par rapport au niveau très élevé de 2018. Comme en 2018, le classement est dominé par un film local. Il s'agit du film d'animation *Mon Ninja et moi* avec 0,6 million d'entrées. Le film, qui était déjà en neuvième place en 2018 avec 0,3 million d'entrées, est devenu le plus grand succès danois au box-office local depuis 34 ans. Il devance les films américains *Avengers: Endgame* (0,6 million d'entrées), *Joker* et *Le Roi Lion* (0,5 million d'entrées chacun). Au total, quatre films danois font partie du top 10 (cinq en 2018, dont les trois premiers).

Finlande
D'après les premiers résultats issus de la Finnish Film Foundation, la fréquentation des salles de cinéma finlandaises est en hausse de 3,8 % en 2019 à 8,4 millions d'entrées. Les recettes augmentent également de 6,2 % à 95,9 M€, soit le deuxième plus haut niveau derrière 2017. La part de marché nationale est néanmoins en forte baisse de 6,8 points à 16,8 % des entrées. Le podium est occupé par trois productions américaines : *Joker*, *Avengers: Endgame* et *Le Roi Lion* ont tous réuni entre 0,3 et 0,4 million de spectateurs. Le premier film finlandais est le film familial *Ricky Rapper & the Strongman* en quatrième position avec 0,3 million d'entrées.

Norvège
Selon l'organisation Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège recule de 6,9 % à 11,3 millions d'entrées en 2019. Après avoir établi un record en 2018, la part de marché des films nationaux est en forte baisse de 6,7 points à 18,4 % des entrées, alors que la part de marché américaine atteint 65,3 % (+4,0 points).
Le classement est dominé par les films américains *Le Roi Lion* (0,6 million d'entrées), *Avengers: Endgame* et *Joker*. Trois films norvégiens font partie du top 10, dont le premier est un film familial qui atteint la quatrième place avec 0,4 million d'entrées.

Suède
Selon Nordisk Film & TV Fond, l'Association des exploitants suédois (SBF) et l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées en Suède s'établissent à 15,9 millions en 2019 (-2,8 % par rapport à 2018). Comme dans les autres pays scandinaves, la part de marché du cinéma national est en baisse de 5,5 points à 13,2 %.
En 2019, les dix premiers films au box-office suédois sont tous des productions américaines. Le classement est dominé par *Le Roi Lion* avec 1,1 million d'entrées, devant *Avengers: Endgame* (0,8 million d'entrées) et *Joker* (0,7 million).
Le film d'animation *Bamse and the Thunderbell* est le premier film local avec 0,2 million d'entrées.

Turquie

Selon les résultats communiqués par Antrakt Sinema, après deux années à un niveau très élevé, la fréquentation des salles de cinéma turques diminue de 15,7 % en 2019 et s'établit à 59,3 millions d'entrées. Les recettes correspondantes progressent néanmoins de 8,7 % et atteignent 975,0 millions de livres turques (153,4 M€). Le prix moyen de la place connaît ainsi une forte hausse de 29,0 % en 2019 à 16,4 livres (2,6 €). La part de marché du cinéma national est en nette baisse et passe de 63,5 % à 56,7 % des entrées. Malgré ce recul, la part de marché nationale reste la plus élevée des pays européens. Six des 10 premiers films au box-office sont des films nationaux, contre neuf en 2018. Les trois premières places en particulier sont occupées par des films locaux. Le premier film américain, *Avengers: Endgame* occupe la quatrième place avec 2,5 millions d'entrées et 7,1 M€ de recettes. Au total, sept films turcs et cinq films américains dépassent le million d'entrées. La Turquie compte 2 815 écrans en 2019, soit 26 écrans supplémentaires.

Amérique du Nord

Selon les chiffres présentés par la MPAA, les entrées dans les salles nord-américaines (Etats Unis + Canada) sont en recul à 1,24 milliard en 2019 (-5 %). L'indice de fréquentation s'établit à 3,5 entrées annuelles par habitant en moyenne en 2019 contre 3,7 en 2018. Les recettes sont également en baisse de 4 % par rapport au record établi en 2018. Elles s'élèvent à 11,4 Md$ (10,2 Md€), contre 11,9 Md$ (10,1 Md€) en 2018. Le prix moyen de la place est de nouveau en hausse à 9,16 $ (8,18 €) en 2019 (contre 9,11 $ en 2018 et 7,89 $ il y a 10 ans).
Le nombre de nouveaux films sortis augmente fortement en 2019. Au total, 835 films sont distribués dans les salles américaines, soit 70 films de plus qu'en 2018, dont 35 films en 3D (42 en 2018). Les majors assurent la distribution de 124 nouveaux films en 2019 (128 en 2018). Les indépendants distribuent 711 films en 2019, soit 74 de plus qu'en 2018. Selon ComScore, quatre sociétés de distribution enregistrent plus d'un milliard de dollars de recettes en 2019 (contre cinq en 2018, en raison du rachat de 20th Century Fox par Disney). Les trois autres sociétés sont Warner Bros., Sony et Universal. Ces quatre sociétés captent 70,3 % du box-office nord-américain total. La domination du studio Disney atteint un niveau historique avec une recette de 3,8 Md$, en hausse de 22,3 % et une part de marché de 33,1 %, contre 25,9 % en 2018.
Les six premiers films au box-office sont distribués par Disney, avec en tête *Avengers: Endgame* (858,4 M$), *Le Roi Lion* (453,6 M$) et *Toy Story 4* (434,0 M$). Suivent *La Reine des neiges 2*, *Captain Marvel* et *Star Wars : L'Ascension de Skywalker*. Au total, 29 films dépassent les 100 M$ de recettes, contre 35 en 2018.
En 2019, le marché reste très concentré : les cinq premiers films récoltent 23,5 % du box-office, contre 22,7 % en 2018.
En 2019, le marché nord-américain génère 27 % des recettes mondiales des films (28 % en 2018). Celles-ci sont en hausse de 1 % et s'établissent à 42,2 Md$ en 2019 (37,7 Md€). Les recettes du cinéma hors Etats-Unis et Canada progressent de 3 % pour atteindre 30,8 Md$ (27,5 Md€). L'international représente ainsi 73 % des recettes mondiales des films en 2019, contre 72 % en 2018. Le box-office en Asie / Pacifique atteint 17,8 Md$ (15,9 Md€), en hausse de 4 %.
Dans la zone Europe / Moyen-Orient / Afrique, il progresse de 2 % à 10,3 Md$ (9,2 Md€).
Le nombre d'écrans aux Etats-Unis progresse en 2019 avec 41 172 écrans (40 837 écrans en 2018). Le plus grand circuit demeure AMC Theatres, avec 8 043 écrans répartis dans 634 établissements, devant le circuit Regal Entertainment Group, racheté en 2018 par le groupe britannique Cineworld.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	490	499	476	455	482	495	511	549	576	601
écrans	39 520	39 580	39 662	40 024	39 956	40 006	40 604	40 246	40 837	41 172
entrées (milliards)[3]	1 340	1 280	1 360	1 340	1 270	1 320	1 320	1 240	1 300	1 240
indice de fréquentation[2,3]	4,1	3,9	4,1	4,0	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,5
recettes (Md$)[3]	10,6	10,2	10,8	10,9	10,4	11,1	11,4	11,1	11,9	11,4
prix moyen de la place ($)	7,9	7,9	8,0	8,1	8,2	8,4	8,7	9,0	9,1	9,2
part du film français (%)[4]	1,0	1,6	2,2	0,6	1,6	1,1	0,4	0,8	0,3	nd

[1] Ces chiffres représentent environ 70 % de la production totale car ils n'incluent pas les productions dont le budget est inférieur à 1 M$. Les documentaires sont exclus. En 2019, 814 films (hors documentaires) ont été produits au total..
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] Etats-Unis + Canada.
[4] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Motion Picture Association of America, National Association of Theatre Owners, Unifrance.

Amérique latine

Argentine

Selon les premiers chiffres de l'Institut National du Cinéma (INCAA) et d'Ultracine, après plusieurs années de baisse, la fréquentation des salles de cinéma argentines repart à la hausse en 2019 et progresse de 5,2 % pour atteindre 46,9 millions d'entrées. Les entrées des films argentins s'établissent à 3,9 millions, soit une part de marché de 8,5 %, en baisse de 6,1 points. Comme en 2018, un seul film argentin fait partie des dix premiers films en entrées. Il s'agit du film *Heroic Losers* qui atteint la cinquième place avec 1,8 million d'entrées. De nouveau en 2019, c'est un dessin animé qui domine le classement : *Toy Story 4* avec 6,7 millions d'entrées, devenant ainsi le film ayant réuni le plus de spectateurs en Argentine. Il devance les deux autres productions Disney *Avengers: Endgame* (3,9 millions d'entrées) et *Le Roi Lion* (3,7 millions).

Brésil

Selon les premiers chiffres communiqués par ANCINE, l'Agence nationale brésilienne du cinéma, la fréquentation des salles de cinéma brésiliennes est en hausse de 6,8 % à 174,6 millions d'entrées en 2019 (163,5 millions en 2018).
Les recettes totales sont également en forte augmentation de 12,4 % et atteignent 2,8 Mds de réals (626 M€).
Les films nationaux génèrent 23,9 millions d'entrées en 2019, soit une légère baisse de 1,6 %. Leur part de marché s'établit à 13,7 % des entrées totales, contre 14,8 % en 2018. Le classement de l'année est dominé par les films américains, au premier rang desquels *Avengers: Endgame* avec 20,0 millions d'entrées, *Le Roi Lion* (16,3 millions) et Joker (9,8 millions). Le premier film brésilien, et le seul du top 10, est le film *Rien à perdre 2*, avec 6,2 millions d'entrées. Le premier volet, *Rien à perdre*, avait atteint la deuxième place du classement en 2018 avec 12,2 millions d'entrées. Avec sept films dans le top 10 (contre trois en 2018), la part de marché de Disney passe de 24,4 % des entrées en 2018 à 45,2 % en 2019.
Le nombre d'écrans continue d'augmenter en 2019 : le Brésil totalise désormais 3 477 écrans, soit 130 écrans supplémentaires.

Colombie

Selon les estimations du fonds colombien de promotion du cinéma Proimágenes Colombia, la fréquentation des salles de cinéma en Colombie connaît une forte hausse de 14,1 % pour atteindre 73,1 millions d'entrées. La part de marché du cinéma national reste stable à 3,4 %. Les recettes totales sont également en hausse de 13,6 % à 628 milliards de pesos (environ 167 M€). En 2019, 352 films inédits sont sortis en salles (360 en 2018), dont 48 films colombiens (41 en 2018), record de la décennie.
Le top 10 est exclusivement composé de films américains. Les trois premières places sont occupées par les films Disney *Avengers: Endgame* (5,9 million d'entrées), *Toy Story 4* (5,2 million d'entrées) et *Le Roi Lion* (4,7 million d'entrées). Au total, sept des dix premiers films au classement sont issus des studios Disney. Le premier film colombien rassemble environ 250 000 spectateurs : il s'agit du film dramatique *Monos*.

Mexique

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines s'établit à 350 millions d'entrées en 2019, soit une hausse de 5,4 % par rapport à 2018. Les recettes atteignent le niveau record de 19,1 Mds de pesos (884 M€, +13,3 % par rapport à 2018 en devise locale). L'indice de fréquentation s'établit à 2,8 entrées par habitant. Les 102 films nationaux sortis en 2019 (contre 116 en 2018) ont généré 34,6 millions d'entrées, soit une hausse de 17,2 %, pour une part de marché en hausse de 0,9 points à 9,2 % en 2019.
Les dix premiers films au box-office sont tous des films américains, comme en 2018. En première place, *Toy Story 4* enregistre 25,2 millions d'entrées, devant *Avengers: Endgame* (24,8 millions d'entrées et *Le Roi Lion* (18,0 millions). Le premier film mexicain au box-office, la comédie *No Manches Frida 2*, a réuni 6,7 millions d'entrées. 13 films mexicains ont dépassé le million d'entrées (huit en 2018).
Le nombre d'écrans continue de s'accroître fortement en 2019 avec 510 nouveaux écrans sur la période. Le Mexique totalise 7 616 écrans en 2019, soit 54,0 % d'écrans supplémentaires en dix ans.

Le cinéma au Mexique

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	69	72	112	126	130	140	162	176	186	nd
écrans	4 946	5 172	5 360	5 535	5 733	6 011	6 432	6 593	7 106	7 616
entrées (millions)	189	205	229	257	257	296	331	348	332	350
indice de fréquentation[2]	1,8	1,9	2,0	2,2	2,1	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8
recettes (M$)	717	786	812	932	903	869	817	882	874	989
part du film national (%)[3]	5,6	7,0	4,5	10,9	8,5	5,3	8,9	6,1	8,3	9,2
part du film américain (%)[3]	90	89	86	79	87	84	87	88	87	nd
part du film européen (%)[3]	3	6	4	4	2	8	2	4	3	nd
part du film français (%)[3]	1,2	0,7	2,9	0,7	2,2	3,3	0	1,5	0,8	nd

[1] Films nationaux à 100 %.
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après IMCine, Canacine, Unifrance.

Asie

Chine

Selon les résultats communiqués par l'Administration chinoise du cinéma (China Film Administration), la fréquentation des salles de cinéma chinoises atteint 1,73 milliard d'entrées (contre 1,72 milliard en 2018). Parallèlement, les recettes progressent de 5,4 % en devise locale à 64,3 Md¥ (9,2 Md$). L'année a été particulièrement bonne pour les films locaux : la part de marché des films chinois en termes de recettes atteint un niveau historique à 64,1 % des recettes totales, contre 62,2 % en 2018.
Les films chinois ont ainsi rapporté 37,9 Md¥ (+8,8 % par rapport à 2018).
Huit des dix premiers films au box-office sont des productions nationales, contre cinq en 2018. Le classement est dominé par le film d'animation fantastique *Ne Zha* (703 M$), suivi du film de science-fiction *The Wandering Earth* (691 M$). *Ne Zha* devient le deuxième plus grand succès en Chine, derrière *Wolf Warrior 2* sorti en 2017. Le premier film américain arrive en troisième position : il s'agit de la production Marvel *Avengers: Endgame* avec 614 M$. *Fast & Furious: Hobbs & Shaw* arrive en dixième position avec 201 M$ de recettes. Le box-office chinois est plus concentré qu'en 2018 : les cinq premiers films au box-office représentent 31,0 % du box-office annuel, contre 24,7 % en 2018.
En 2019, le parc de salles continue de s'agrandir de 9 708 écrans supplémentaires (+16,2 %), soit une moyenne de 27 nouveaux écrans par jour.
Le parc cinématographique chinois atteint 69 787 écrans, soit le plus grand parc au monde, devant le parc américain (41 172 écrans en 2019).

Le cinéma en Chine

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
longs métrages produits[1]	526	558	745	638	618	838	944	970	1 082	1 037
écrans	6 200	9 286	13 118	18 195	23 600	31 627	41 179	50 776	60 079	69 787
entrées (millions)	290	370	470	631	830	1 260	1 370	1 620	1 720	1 730
indice de fréquentation[2]	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2
recettes (Md$)	1,5	2,0	2,7	3,5	3,9	6,8	6,6	8,6	8,9	9,2
part du film national (%)[3]	56,3	53,6	45,0	58,7	54,5	61,6	58,3	53,8	62,2	64,1
part du film américain (%)[3]	-	-	50,6	40,0	42,3	38,4	41,7	nd	nd	nd
part du film français (%)[4]	0,7	0,4	1,0	1,0	2,2	1,2	0,1	0,8	0,2	nd

[1] Films nationaux à 100 %.
[2] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[3] En termes de recettes.
[4] En termes d'entrées.
Source : CNC d'après China Film Administration, Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA), Unifrance.

Corée du Sud

Selon le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma en Corée du Sud atteint un nouveau record en 2019 à 226,7 millions d'entrées, soit une hausse de 4,8 %. Le box-office poursuit sa hausse de 5,5 % (en devise locale) et atteint un nouveau record à 1,91 milliards de wons (1,47 Md€). L'indice de fréquentation reste particulièrement élevé dans le pays avec 4,4 entrées par habitant en 2019. La part de marché des films nationaux est stable à un niveau très élevé : 51,0 % (50,9 % en 2018). Il s'agit de la neuvième année consécutive où la part de marché des films nationaux dépasse les 50 %. Pour la première fois, cinq films dépassent les 10 millions d'entrées en 2019. Comme en 2018, le classement est dominé par un film national, le film d'action *Extreme Job* avec 16,3 millions d'entrées. Il concentre à lui seul 7,3 % du box-office total. Les films *Avengers: Endgame* (13,9 millions d'entrées) et *La Reine des neiges 2* (13,4 millions d'entrées) complètent le podium. Au total, quatre films nationaux font partie du top 10, dont le film *Parasite* à la cinquième place du classement avec 12,6 millions d'entrées. Les dix premiers films, les dix premiers films au box-office représentent 46,2 % du total des recettes, soit un niveau de concentration jamais atteint.

Hong Kong

D'après les données publiées par Hong Kong Box Office Ltd., les recettes des salles de cinéma reculent de 1,7 % en 2019 et s'établissent à 1,92 Md$HK, soit 219,2 M€. 326 films font l'objet d'une sortie en salles en 2019 (353 en 2018) dont 46 films locaux (53 en 2018). Les dix premiers films au classement sont tous américains, avec aux trois premiers rangs *Avengers: Endgame* (222 Md$HK, 25,3 M€), *Toy Story 4* (89 Md$HK) et *Spider-Man: Far From Home* (85 Md$HK). La première production locale, la comédie romantique *Agent Mr. Chan*, récolte 31,4 Md$HK (3,6 M€).

Inde

Selon le rapport de EY et FICCI publié en mars 2020, les recettes des salles de cinéma sont en nette hausse en 2019 (+12,8 %) à 115,2 Mds de roupies (1,5 Md€), contre 102,1 Mds de roupies en 2018. 1 833 films sont sortis en Inde en 2019, soit 57 films de plus qu'en 2018 et une moyenne de 35 films par semaine. 108 films hollywoodiens sont sortis dans les salles indiennes en 2019, soit 10 films de plus qu'en 2018, pour un box-office en hausse de 33 %. Au total, les films internationaux représentent 13 % du box-office, soit environ 190 M€. *Avengers: Endgame* est devenu le film d'Hollywood ayant rencontré le plus de succès dans le pays avec 4 milliards de roupies de recettes (51 M€ de recettes), battant le record établi par *Avengers: Infinity War* en 2018. Parmi les autres grands succès hollywoodiens, figurent *Le Roi Lion* (1,8 milliard de roupies), *Spider-Man: Far From Home* et *Captain Marvel* (1 milliard de roupies). En 2019, les dix premières productions d'Hollywood représentent 16,0 Mds de roupies, contre 12,2 Mds en 2018. La distribution de versions doublées dans les nombreuses langues régionales indiennes a largement contribué au succès croissant des superproductions américaines ces dernières années. Sur un total de 265 films hindis (Bollywood), 17 films ont dépassé le milliard de roupies de recettes (13 M€) en 2019, soit un nouveau record historique (13 en 2018). Le cinéma hindi représente en 2019 49,5 milliards de roupies (628 M€), soit 43 % des recettes dans le pays, pour 14 % des films sortis. La grande majorité des films sortis sur les écrans sont des films régionaux. Avec 1 460 films distribués, soit 80 % du total, le cinéma régional indien représente 44 % du box-office. En 2019, 263 films télougous sont sortis pour 14 milliards de roupies de recettes (178 M€), 223 films kannadas, 215 films tamouls et 118 films marathis notamment. Alors que l'Inde reste un des pays les moins bien équipés en salles de cinéma, le nombre d'écrans a baissé en 2019 et s'établit à 9 527 contre 9 601 en 2018. Le nombre de monoécrans a continué de reculer (-4,9 %) à 6 327 écrans, alors que le nombre d'écrans de multiplexes est passé de 2 950 à 3 200 en 2019, soit 33,6 % du parc. Quatre circuits dominent le paysage de l'exploitation cinématographique en Inde : PVR Cinemas, avec 812 écrans (8,5 % du parc de salles), Inox Leisure (621 écrans), Carnival Cinemas (450 écrans) et Cinepolis (381 écrans).

Japon

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, la fréquentation atteint un niveau historique en 2019 à 194,9 millions d'entrées, soit une hausse de 15,2 %. Parallèlement, les recettes des salles de cinéma progressent de 17,4 % à 261,2 Md¥ (2,14 Md€) en 2019. 40 films locaux dépassent le seuil du milliard de Yens (31 en 2018), contre 25 films étrangers (23 en 2018). Le nombre de films distribués au Japon atteint 1 278 films, également un record, dont 689 films japonais (+76 films par rapport à 2018) et 589 films importés (+10 films). Les films japonais génèrent 142,2 Md¥ de recettes en 2019 (+16,5 % par rapport à 2018), soit une part de marché à 54,4 % (54,8 % en 2018). Avec 119,0 Md¥, les films étrangers génèrent 45,6 % des recettes en 2019. Le box-office est dominé par le film d'animation japonais *Weathering With You* (*Les Enfants du temps*) (14,1 Md¥) suivi des films Disney *La Reine des neiges 2* (12,8 Md¥), *Aladdin* (12,2 Md¥) et *Toy Story 4* (10,1 Md¥). Au total, quatre films japonais font partie du top 10 (trois en 2018) et neuf films japonais sont dans le top 20 (11 en 2018).

Le cinéma au Japon

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
films distribués	716	799	983	1 117	1 184	1 136	1 149	1 187	1 192	1 278
écrans	3 412	3 339	3 290	3 318	3 364	3 437	3 472	3 525	3 561	2 583
entrées (millions)	174,4	144,7	155,2	155,9	161,1	166,6	180,2	174,5	169,2	194,9
indice de fréquentation[1]	1,4	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3	1,5
recettes (Md$)	2,5	2,3	2,4	2,0	2,0	1,8	2,2	2,0	2,0	2,4
prix moyen de la place ($)	14,4	15,7	15,8	12,8	12,2	10,8	12,0	11,7	11,9	12,3
part du film national (%)[2]	53,6	54,9	65,7	60,6	58,3	55,4	63,1	54,9	54,8	54,4
part du film français (%)[3]	2,1	0,6	1,6	1,1	2,2	1,4	0,7	0,7	0,7	nd

[1] L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
[2] En termes de recettes.
[2] En termes d'entrées.
Source : Motion Picture Producers Association of Japan, Unijapan, Unifrance.

Océanie

Australie
Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributor's Association of Australia (MPDAA) et Screen Australia, les recettes générées par les salles de cinéma australiennes s'établissent à 1,23 Md$A (763 M€) en 2019, soit une baisse de 1,3 % par rapport à 2018.
Les entrées sont également en baisse de 5,8 % à 84,7 millions en 2019, soit une moyenne de 3,3 entrées par habitant. Au total, 752 nouveaux films sont sortis sur les écrans, soit six films de moins par rapport à 2018, dont 59 films australiens. Les films australiens enregistrent une part de marché de 3,3 % en recettes (4,5 % en 2018).
La première place du box-office est occupée par *Avengers: Endgame* (84,2 M$A), suivi par *Le Roi Lion* (64,0 M$A) et *Captain Marvel* (41,6 M$A). Aucun film australien ne fait partie des dix plus grosses sorties de l'année. Avec 14 films sortis en 2019, dont sept dans le top 10, le studio Disney atteint une part de marché de 34,1 % (+15,3 points par rapport à 2018).

Nouvelle-Zélande
Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributor's Association (MPDA), les recettes générées par les salles de cinéma néo-zélandaises sont stables en 2019 après avoir connu une nette hausse en 2018 et s'établissent à 204,2 M$NZ (120,1 M€), soit le deuxième plus haut niveau historique après le record de 2016. Les dix premiers films au box-office sont tous américains.
Comme en 2018, les trois premiers films sont des productions Disney, *Avengers: Endgame* succédant à *Avengers: Infinity War* en tête du box-office avec 14,5 M$NZ (8,5 M€), soit le quatrième plus grand succès de tous les temps au box-office local. Les films *Le Roi Lion* (13,0 M$NZ) et *Captain Marvel* (6,4 M$NZ) complètent le podium.

Afrique

Afrique du Sud
Selon la NFVF (National Film and Video Foundation), les recettes des salles en Afrique du Sud sont en baisse de 5,0 % à 1,23 milliard de rands (75,7 M€). Au total, 190 films sont sortis dans le pays, contre 213 en 2018. Les 22 films nationaux sortis en 2019 (comme en 2018) ont cumulé 59,7 millions de rand (3,7 M€), soit une forte hausse de 18,5 %. La part de marché nationale passe de 3,9 % à 4,9 %. Parmi les 22 films sud-africains sortis en 2019, neuf ont été tournés en anglais et huit en Afrikaans. La part de marché américaine atteint 65,8 % en 2019.
Les quinze premiers films au box-office sont tous américains, avec en tête Le Roi Lion (120,9 millions de rands, 7,5 M€), suivi de Avengers: Endgame et Jumanji : Next Level. Le premier film national arrive en seizième position. Il s'agit de la comédie Kandasamys: The Wedding avec 19,3 millions de rands.

Maroc
Selon les chiffres communiqués par le Centre Cinématographique Marocain, les établissements cinématographiques ont enregistré 1,9 million d'entrées en 2019, contre 1,6 million en 2018, (+20,6 %). L'indice de fréquentation reste très faible et s'établit à moins de 0,1 entrée par habitant.
Les recettes sont également en forte hausse de 27,1 % à 93,0 millions de dirhams (8,7 M€).
La part de marché en entrées des films marocains est de nouveau en forte hausse en 2019. Les 79 films marocains en exploitation (81 en 2018) génèrent 26,0 % des entrées contre 38,0 % en 2018.
La part de marché des films américains augmente fortement à 60,1 % des entrées (38,9 % en 2018).
Comme en 2018, le box-office est dominé par un film marocain, Messaoud, Saida et Saadane (0,2 million d'entrées). De même, comme en 2018 quatre films nationaux font partie du top 10. Néanmoins le podium est complété par des films américains en 2019 : Joker et Le Roi Lion, alors qu'il était intégralement composé de films nationaux en 2018.
En 2019, le parc de salles se compose de 77 salles (65 en 2018), dont 72 dotées d'un projecteur numérique (60 en 2018).

chapitre six

ACTION PUBLIQUE

En 2019 : **696,4 M€** de soutiens du CNC dont :

311,1 M€
pour le cinéma

270,7 M€
pour l'audiovisuel

4,3 M€
pour le plan numérique

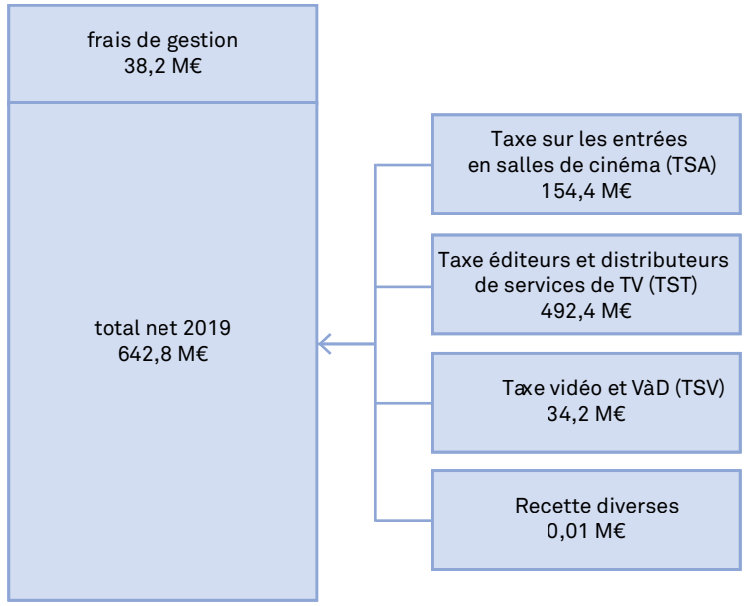
110,3 M€
pour les dispositifs transversaux

6.1 Les financements publics

696,4 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

Le CNC soutient le dynamisme des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia grâce au fonds de soutien dont il assure la gestion. La politique publique qu'il conduit a deux finalités principales : assurer une présence forte des œuvres françaises et européennes sur notre territoire et à l'étranger et contribuer à la diversité et au renouvellement de la création. Les dépenses relatives aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia se sont élevées à 696,4 M€ en 2019. Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production, à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation à l'image. Il a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur de l'audiovisuel, l'action du CNC a pour objectif de favoriser, via des aides automatiques et sélectives, la production et la création d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision et les nouveaux supports. Le CNC soutient également la création de contenus numériques pour les nouveaux médias et encourage le développement de contenus multi-supports. De façon transversale, le CNC soutient les industries techniques et l'innovation ; il met en œuvre des aides en faveur de l'édition vidéo et de la vidéo à la demande, contribue à la promotion du cinéma et des programmes audiovisuels à l'étranger, participe aux financements visant à soutenir la production cinématographique et audiovisuelle en région et contribue au fonds de garantie des prêts bancaires mis en œuvre par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC). Le CNC soutient enfin de manière spécifique les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel dans la transition numérique.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC[1]



[1] Exécuté 2019.

Le fonds de soutien du CNC

La sécurisation budgétaire des soutiens financiers du CNC

Dans un contexte de diminution des ressources disponibles (épuisement des réserves, stabilisation des recettes fiscales néanmoins fragilisées par des pratiques de fraude s'agissant de la TST-D) et de trajectoire très dynamique des soutiens automatiques, le CNC a engagé, en 2018 et 2019, une série de mesures destinées à assurer et pérenniser à l'avenir la soutenabilité budgétaire de ses soutiens financiers :

- des mesures d'économies, avec l'adoption en novembre 2018 du plan de transformation audiovisuel visant 38,2 M€ d'économies nettes sur deux ans (17,5 M€ en 2019 et 20,7 M€ en 2020) puis, en décembre 2019, d'un dispositif transitoire de rabot uniforme et général sur les soutiens au cinéma se traduisant dès le budget initial 2020 par un effort d'économies de 15 M€ ;
- des mesures de modernisation et de sécurisation des ressources, avec les victoires remportées dans deux contentieux de série en matière fiscale (dont les risques étaient équivalents à deux années de soutiens) et avec la réforme fiscale adoptée en loi de finances pour 2020 ;
- des mesures d'intensification des contrôles tant sur les recettes (contrôles fiscaux) que sur les dépenses (lutte contre la fraude au soutien financier).

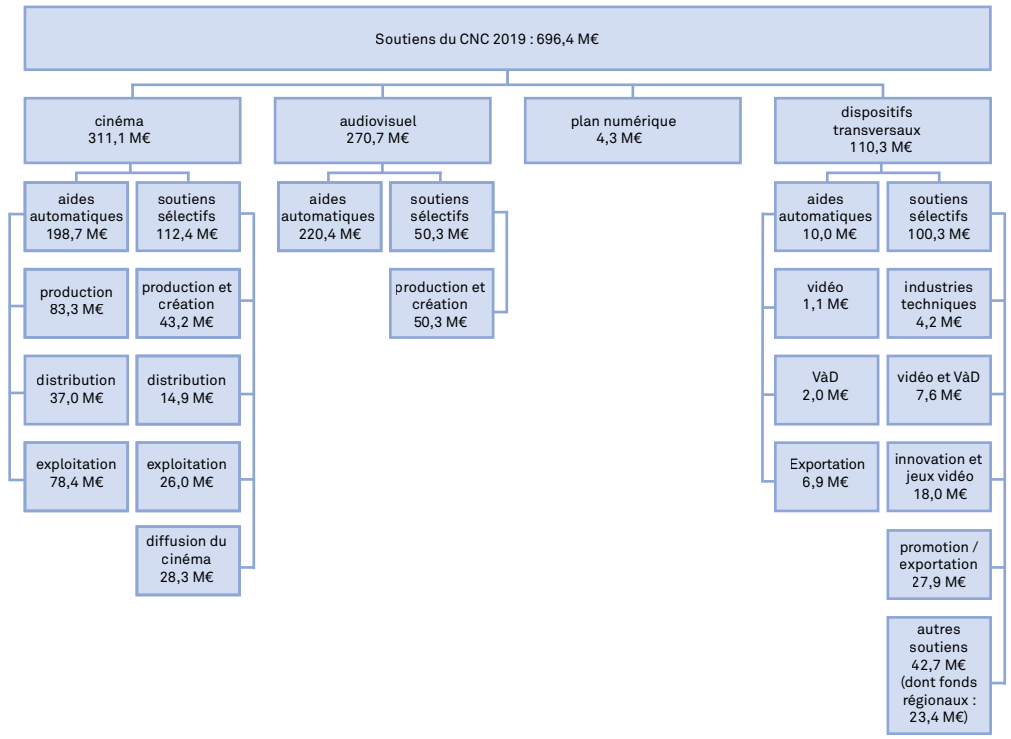
Par ailleurs, la revue générale des soutiens lancée début 2020, dont l'objet n'est pas principalement budgétaire, permettra néanmoins de préserver pour les années futures (2021 et après), et de manière structurelle, l'équilibre budgétaire du CNC.

Le fonds de soutien 2019

Afin d'améliorer la qualité et la lisibilité des informations financières du CNC, et en cohérence avec la méthode mise en œuvre pour le document stratégique de performance 2020 du Centre, la présentation des dépenses de soutien dans le bilan du CNC évolue : désormais, les dispositifs autofinancés, c'est-à-dire les avances remboursables (avances à l'exploitation et avances à la production audiovisuelle) et la dotation à l'IFCIC (financée par un reversement à due concurrence de l'IFCIC), sont retracés séparément dans l'objectif de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année.
En 2019, les soutiens au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia ont été financés par les taxes du fonds de soutien, par des crédits issus des réserves de solidarité pluriannuelle, numérique et Fonds exportation constituées à cet effet lors des exercices précédents et par des compléments de gestion (soutiens échus, reversements sur aides).
Par ailleurs, l'équilibre du budget voté en 2019 reposait sur un déficit de 25 M€ inscrit en budget initial conformément à la demande du Gouvernement d'un étalement sur deux ans (2019 et 2020) du plan d'adaptation audiovisuel.
Le fonds de soutien est financé par trois taxes affectées au CNC : la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA), la taxe sur les services de télévision (TST) et la taxe sur la vidéo et la vidéo à la demande (TSV). Par ailleurs, des recettes diverses, d'un montant plus modeste, complètent ces financements : prélèvements spéciaux sur les bénéfices résultant de la production, de la distribution ou de la représentation de films pornographiques ou d'incitation à la violence ; sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par le CSA.
En 2019, le produit brut des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 681,1 M€, en hausse de 6,3 M€ par rapport à 2018 (674,8 M€).
Le produit de la TSA en 2019 (154,4 M€) se hisse à un niveau élevé grâce à la très bonne tenue des entrées en salles et enregistre une hausse de 5,7 % par rapport à 2018. La montée en charge progressive du taux de TSA applicable aux salles de cinéma ultramarines (de 3 % en 2018 au plafond de 5 % en 2019) ainsi que la meilleure fréquentation enregistrée entre décembre 2018 et novembre 2019 (211,9 millions d'entrées en France métropolitaine) qu'entre décembre 2017 et novembre 2018 (203,8 millions d'entrées en France métropolitaine) expliquent l'augmentation du rendement.
En 2019, le produit total de la taxe sur les services de télévision (TST) s'élève à 492,4 M€, un montant en baisse (-1,5 %) par rapport à 2018 (500 M€).
Le produit de la TST-Editeurs (298,7 M€) est quasiment stable par rapport à 2018 (296,8 M€, +0,6 %). En revanche, le produit de la TST-Distributeurs (193,7 M€) diminue de 4,7 % par rapport à 2018. Cette nouvelle baisse pour la deuxième année consécutive semble, une nouvelle fois, s'expliquer grandement par des soupçons de pratiques frauduleuses d'optimisation par les fournisseurs d'accès à internet, soit à travers les offres presse, soit à travers un mécanisme comparable permettant de limiter la TST-D acquittée.
Le produit de la taxe vidéo et VàD (34,2 M€) est en forte hausse (+33,1 %) par rapport à 2018, les encaissements progressant de 8,5 M€.

L'assujettissement depuis le1er janvier 2018 des plateformes françaises et étrangères de vidéo à la demande, payantes ou gratuites continue de porter ses effets avec l'intégration de nouveaux redevables et une progression significative du chiffre d'affaires de l'acteur leader du marché de la VàD par abonnement. De plus, le chiffre d'affaires déclaré par les acteurs français du marché de la VàD marque une croissance importante entre 2018 et 2019.
Net de frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 642,8 M€ en 2019. Grâce à ses ressources propres et à une bonne maîtrise de son budget de fonctionnement, le CNC a pu ramener son prélèvement pour frais de gestion 2019 à 38,2 M€ contre les 38,8 M€ prévus en budget initial 2019.
En 2019, le montant des soutiens s'élève à 696,4 M€.
Les générations de soutien automatique représentent 429,1 M€ et les soutiens sélectifs (hors plan numérique) s'établissent à 263,1 M€.
Par ailleurs, le CNC a poursuivi la mise en œuvre du plan d'investissements en faveur du numérique à hauteur de 4,3 M€, dont 2,6 M€ consacrés à la numérisation des œuvres du patrimoine cinématographique et 1,7 M€ aux investissements liés à la diffusion et à la conservation numérique.
Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 71 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, ainsi que 13,1 M€ au fonds de garantie de l'IFCIC.
Ces montants sont couverts par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

Soutiens du CNC[1]



[1] Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2019 ; soutiens automatiques : droits générés en 2019.

Contrairement aux années précédentes et afin de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année, ce tableau ne retrace plus les dispositifs autofinancés par leurs propres remboursements, qui représentent, en 2019, un montant total de 84,1 M€. Dans le détail :
- avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 51,9 M€
- avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 19,1 M€ (qui s'ajoutent à 6,8 M€ financés par le produit des taxes portant le montant d'avances attribuées à 26 M€)
- Fonds de garantie de l'IFCIC (dispositifs transversaux / autres soutiens) : 13,1 M€.

En effet, pour les avances exploitation et audiovisuelles, inscrire ces dépenses dans le tableau revenait à comptabiliser deux fois les mêmes crédits, une première fois au titre des soutiens automatiques générés, et une seconde fois au titre des remboursements d'avances, puisque ces remboursements portent sur le soutien généré. Quant au fonds de garantie de l'IFCIC, la dotation 2019 du CNC est couverte par le reversement par l'IFCIC des dotations des années précédentes non utilisées

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2019.
Les actions du CNC en faveur de l'industrie cinématographique s'organisent autour de quatre axes principaux : les aides à la création, les aides à la production, les aides à la diffusion des œuvres à destination du public le plus large et les actions en faveur de la conservation et de la restauration du patrimoine cinématographique.

Les aides à la création cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,6 M€ pour 20 aides à l'écriture, 21 aides à la réécriture et 85 aides à la conception
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	2,0 M€ pour 82 projets aidés présentés par 75 sociétés

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherche et d'Essai Cinématographique (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Tribudom, Gindou Cinéma, Film documentaire.fr, Les Prix du scénario (ex prix Sopadin), Vidéadoc, Groupe Ouest, Maison du film.

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	62,5 M€ mobilisés soit 757 300 € de règlement de créances, 10,1 M€ d'aide à la préparation et 51,7 M€ d'investissements en production[1] dont 892 200 € pour le court métrage (41 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	53 conventions avant réalisation pour 22,0 M€ et 34 conventions après réalisation pour 3,2 M€
aide à la création de musique originale	producteurs de longs métrages	encourager les producteurs à recourir à des compositeurs pour la création de musique originale	350 000 € pour 43 aides apportées
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 11 projets en production aidés pour 1,5 M€ ; 3 projets en développement d'initiative française pour 100 000 €. aide franco-portugaise : 4 projets minoritaires aidés pour 300 000 € - dont 1 court-métrage - aide franco-grecque : 5 projets aidés pour 300 000 € - aide franco-tunisienne : 7 projets aidés pour 300 000 € - aide franco-italienne : cinématographique : 3 projets en production aidés pour 175 000 € et 6 projets en développement d'initiative française pour 175 000 €
aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon	producteurs de films de court et de long métrage	promouvoir la production de films de court ou de long métrage présentant un intérêt culturel pour les DOM	9 projets aidés (3 longs métrages et 6 courts métrages) pour un montant de 338 000 €
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	3,8 M€ pour 45 films (9 films non encore chiffrés) : 37 films au stade de la production (33 fictions et 4 documentaires de création) et 8 en finition (7 fictions et 1 documentaire de création)

[1] montant hors majorations du soutien investi.

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20 ou 30 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), dans la limite d'un plafond de 30 M€ par film.
En 2019, parmi les 240 films d'initiative française agréés, 175 font l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 175 films est estimé à 377 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense fiscale) en 2020 estimé à 113 M€. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2019, 87,1 % des films d'initiative française effectuent plus de 70 % de leurs dépenses en France contre 73,8 % en 2003, année précédant la mise en place du crédit d'impôt. Le dispositif a été réformé à plusieurs reprises depuis sa mise en œuvre. Le plafond de crédit d'impôt est ainsi passé de 1 M€ à 4 M€ au 1er janvier 2013 et le périmètre des dépenses éligibles a été élargi aux acteurs de complément ainsi qu'aux frais de transport, d'hébergement et de restauration. En décembre 2013, le taux a été rehaussé de 20 % à 30 % pour les films de moins de 4 M€. En décembre 2014, pour une application à partir du 1er janvier 2016, le taux de 30 % a été étendu à tous les films sous 7 M€ de budget, et augmenté à 25 % pour les œuvres d'animation. En loi de finances pour 2016, le taux de crédit d'impôt est également passé à 30 % pour les films en langue française de plus de 7 M€, et son bénéfice étendu aux films en langue étrangère d'animation ou à forts effets visuels (au taux de 30 %) et à ceux dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario (au taux de 20 %). Le plafond de crédit d'impôt a en outre été augmenté, passant de 4 M€ à 30 M€. La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur, au transport, à la restauration et à l'hébergement.

Les aides sélectives à la distribution

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles.

Les aides à la distribution cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs de films en salles	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes en salles du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	39 sociétés de distribution ont mobilisé 22,5 M€ sur 178 films. En 2019, 112 films d'initiative française ont bénéficié des bonus pour un montant total alloué de 4,4 M€. Parmi ces films, 75 ont bénéficié du bonus de 50 % et 37 films ont bénéficié du bonus de 25 %.
aide aux films inédits (1er collège)	distributeurs de films inédits en salles 3 procédures : - aide au film par film - aide aux premiers films d'avance sur recettes - aide aux entreprises de distribution (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diversité culturelle par la diffusion de films français et étrangers inédits en salles	10,5 M€ pour 245 films et 23 aides à la structure
aide aux films de répertoire (2e collège)	distributeurs de films de patrimoine 2 procédures : - aide aux films de répertoire et aux rétrospectives - aide aux entreprises de films de répertoire (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diffusion en salles de films de répertoire de qualité sur l'ensemble du territoire	924 500 € pour 49 films, 15 rétrospectives et 8 aides à la structure
aide aux films « jeune public » (3e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public en salles (films inédits et reprises)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en salles en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	240 000 € pour 24 films

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques, les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre : aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aides aux nouvelles technologies en production et aides du Fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon.
Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage s'élève à 13,8 M€ en 2019. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation en salles) est de 617 films en 2019.

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
aide avant réalisation à la production de courts métrages	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,2 M€ pour 46 films
aide à la réécriture de courts métrages	réalisateurs ou producteurs	favoriser la réécriture de scénario	42 000 € pour 21 projets
bourse de résidence	réalisateurs	favoriser l'accompagnement des 1er et 2e films	54 000 € pour 16 projets
aide au programme de production de courts métrages	producteurs	accompagner le développement de sociétés qui produisent régulièrement du court métrage	3,6 M€ pour 35 entreprises (aide au programme de production) et 5 entreprises (aide au programme de développement)
aide après réalisation pour le court métrage	réalisateurs et producteurs	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque du producteur	414 000 € pour 42 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs, réalisateurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	130 000 € pour 55 projets

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien automatique aux exploitants de salles	exploitants de salles de cinéma	financer des travaux d'équipement et de modernisation ainsi que les créations de salles	79,5 M€ mobilisés dont 52,1 M€ sous forme d'avances ; 641 dossiers concernant l'enregistrement de 83,3 M€ de nouveaux travaux
aide à la création et à la modernisation de salles	exploitants de salles de cinéma	favoriser l'équipement des zones insuffisamment desservies	7,8 M€ pour 38 projets (36 projets concernant des établissements fixes et 2 projets concernant des circuits itinérants)
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	16,5 M€ pour 1 221 établissements classés Art et Essai
aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence	exploitants de salles de cinéma	encourager les salles privilégiant une programmation difficile et menant une politique d'animation dans un contexte concurrentiel	1,7 M€ pour 43 établissements (32 salles parisiennes et 11 salles en régions)
aide au tirage de copies supplémentaires	exploitants (aide gérée par l'ADRC)	favoriser l'accès aux films pour les salles de cinéma	131 000 € pour 2 411 circulations de 214 films.

associations financées par le CNC (circulation des œuvres en salles et diffusion culturelle) :
l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA), Images en bibliothèques, la Coordination des Fédérations des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc, Collectif jeune cinéma et Pointligneplan (diffusion de cinéma expérimental), la Ligue de l'enseignement (Fédérations d'éducation populaire), Carrefour des festivals, Association nationale des cinémas itinérants (ANCI).
manifestations nationales soutenues par le CNC destinées à mettre en avant des œuvres peu diffusées :
La Fête du Court Métrage (mars). La Fête du cinéma d'animation (octobre), le Mois du film documentaire (novembre).

Le fonds d'aide à la promotion à l'étranger des œuvres cinématographiques

Le fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques, au bénéfice des agents de vente à l'international s'est substitué aux aides sélectives existantes depuis le 1er janvier 2017. Ce dispositif innovant et évolutif a fait l'objet d'une évaluation en 2019 au terme de laquelle il a été décidé de reconduire l'expérimentation pour une nouvelle période de trois ans. Son fonctionnement est suivi par un comité chargé de mener une réflexion sur les améliorations à apporter pour renforcer son efficacité et l'impact du soutien accordé.
En 2019, 6,9 M€ de soutien ont été générés au bénéfice de 641 films.
Conjointement avec le Ministère des affaires étrangères, le CNC finance UniFrance films, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma français à l'étranger. Le CNC accorde également son soutien à l'association des exportateurs de films (ADEF).

Le patrimoine cinématographique

Le CNC est en charge de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma, avec ses missions de collecte, de conservation, de restauration et de valorisation. Le CNC travaille dans ce domaine en étroite collaboration avec les différentes institutions publiques et privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles que la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse.
Le CNC accorde une place essentielle à sa politique patrimoniale avec notamment la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films conservés sur ses sites de Bois d'Arcy et de Saint-Cyr-l'Ecole (78). En 2019, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 658 000 €. 18 670 mètres de pellicule argentique ont été restaurés dans le cadre des marchés de sous-traitance et 275 numérisations ont été effectuées par le laboratoire du CNC à des fins de restauration ou de projection. Par ailleurs, 136 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et dans les locaux du CNC à Bois d'Arcy. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont également accessibles sur les postes de consultation multimédia de l'INA dans ses 6 délégations régionales et 50 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région. Les collections s'enrichissent en 2019 de 10 855 articles. Au titre du dépôt légal, 14 films (sortis entre 2008 et 2020) ont été déposés sur éléments photochimiques et

149 films ont été déposés sur copies numériques. Les espaces de consultation ont accueilli 255 chercheurs et professionnels pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. De nombreux prêts pour des programmations extérieures contribuent également à la valorisation des collections du CNC : 870 films ont été prêtés en 2019 pour diverses manifestations en France, en Europe et dans le monde ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique.
La base de données documentaire des œuvres mise en place par le CNC et partagée avec trois autres institutions cinématographiques patrimoniales (la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque de Grenoble) a été enrichie du catalogage de 1 912 œuvres et de la description enrichie de 827 films en 2019.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
aide à la numérisation des films de patrimoine	entreprises et organismes justifiant des droits d'exploitation des films	- rendre accessible au public le plus large les œuvres cinématographiques du XXème siècle dans les technologies et les modes de diffusion d'aujourd'hui, - favoriser l'enrichissement des offres légales sur internet, - assurer la préservation et la transmission de ce patrimoine pour les générations futures.	2,5 M€ pour 60 films
Aide à la numérisation et à la diffusion des films de patrimoine en vidéo et VàD	ayant droit éditeur vidéo éditeur VàD	- accélérer la numérisation des œuvres et leur mise à disposition du public ; - développer l'offre légale dématérialisée en HD et physique sur support BD, et rendre accessible les œuvres de patrimoine, connues ou oubliées, dans une qualité de visionnage optimale ; - assurer aux détenteurs de droits VàD et vidéo physique sur support BD une aide financière très en amont de la diffusion en haute définition.	307 700 € pour 20 films
En 2019 le CNC a poursuivi, en dépit d'une baisse du budget alloué à cet effet, le plan de numérisation et de restauration du patrimoine cinématographique, initié en 2012, afin d'accompagner les détenteurs de catalogue dans la valorisation des œuvres à travers les nouveaux réseaux de diffusion numérique. Plusieurs films, comme *La Viaccia* de Mauro Bolognini, Paris est toujours Paris de Luciano Emmer, *Sur un air de charleston* et *La petite Fille aux allumettes* de Jean Renoir, ont fait l'objet d'une ressortie en salles en 2019			

Les aides à l'audiovisuel

Les actions du CNC en faveur de l'industrie des programmes audiovisuels s'organisent autour de trois axes principaux : les aides à la création, les aides à la production et les aides favorisant la diffusion des programmes audiovisuels français, notamment à l'étranger.

Les aides à la création audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	à destination des programmes de fiction, de documentaire et d'animation : - aides au concept, à l'écriture et la réécriture et à la co-écriture de coproductions internationales destinées aux auteurs - aides au développement et au pilote destinées aux entreprises de production	favoriser le renouvellement de la création audiovisuelle et l'émergence des auteurs	aide au concept et à l'écriture : - 69 projets de fiction pour 1 325 000 € - 47 projets de documentaire pour 352 500 € - 37 projets d'animation pour 378 000 € aide au développement /pilote : - 11 projets de fiction pour 375 000 € - 46 projets de documentaire pour 595 500 € - 43 projets d'animation pour 962 000 € (dont 9 au pilote, soit 300 000 €) aide au développement renforcé : 14 projets de documentaire pour 650 000 € aide à la réécriture : - 6 projets de fiction pour 90 000 € - 5 projets d'animation pour 20 000 € aide à la co-écriture de coproductions internationales : - 5 projets de séries pour 250 000 €
aides à la préparation	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de recréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	9,1 M€ pour 489 projets
associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation professionnelle) : Chemins de la création (Fontevraud), Ciné-Fabrique, Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle (formation de scénaristes), Eurodoc (formation à la production européenne de documentaires), Femis, Festival des scénaristes (Valence), Festival d'animation (Annecy), Forum Cartoon, Séries Mania.			

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,3 M€ pour 461 programmes
Le CNC, dans le cadre de Regards sur le cinéma, acquiert les droits sur des documentaires portant sur les thèmes du cinéma, de la télévision et du multimédia et destinés à une diffusion non commerciale dans le réseau culturel français. Cette sélection alimente le catalogue Images de la culture, constitué de 2000 titres mis à disposition sous forme de DVD et de fichiers numériques dans les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques, ainsi que dans les prisons. En 2019, près de 3 000 titres, sur tous supports, ont été vendus pour la constitution de fonds et pour des représentations publiques gratuites. Le budget d'acquisition pour le catalogue Images de la culture s'élève à près de 220 000 €.			
Le CNC finance TV France International, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des programmes audiovisuels français à l'étranger.			

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien automatique à la production	producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes françaises de télévision ou sur des services en ligne	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	164,7 M€[1] dont 64,0 M€ pour la fiction, 59,1 M€ pour le documentaire, 20,0 M€ pour l'animation et 21,6 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
avances sur droits au soutien automatique à la production	producteurs ayant épuisé leur soutien automatique	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	22,8 M€[1] dont 12,8 M€ pour la fiction, 3,9 M€ pour le documentaire, 5,3 M€ pour l'animation et 0,8 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	- producteurs ne disposant pas de compte automatique - œuvres pour lesquelles l'apport du diffuseur est trop faible - magazines présentant un intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	29,3 M€[1] dont 7,2 M€ pour la fiction, 8,1 M€ pour le documentaire, 8,8 M€ pour l'animation, 1,7 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 3,5 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
aide sélective avant réalisation aux vidéomusiques	- entreprises de production enregistrés auprès du CNC , détentrices ou codétentrices de droits artistiques	soutenir la diversité de la production musicale, toutes esthétiques confondues	143 vidéomusiques pour un montant total de 2,5 M€
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande en codéveloppement de séries audiovisuelles : 1 projet pour 25 000 € - aide franco-italienne : 1 projet d'initiative française en développement de séries audiovisuelles pour 25 000 €

[1] Hors complément.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire une partie de son imposition de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1er janvier 2016, le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 25 % des dépenses éligibles pour les œuvres de fiction et d'animation, et à 20 % pour les œuvres documentaires. Toutefois, le crédit d'impôt ne peut excéder 1 150 € par minute pour une œuvre documentaire et 3 000 € par minute pour une œuvre d'animation. Pour les autres œuvres de fiction audiovisuelles, il existe depuis le 1er janvier 2016 plusieurs plafonds (de 1 250 € à 10 000 €) selon le coût de production par minute de l'œuvre.

Les œuvres audiovisuelles de fiction produites dans le cadre d'une coproduction internationale dont le coût de production est couvert au moins à hauteur de 30 % par des financements étrangers et dont le coût de production est supérieur ou égal à 35 000 € par minute produite peuvent être réalisées en langue étrangère. Dans ce cas, elles doivent faire l'objet d'une version livrée en langue française.

En 2019, 652 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces œuvres est estimé à 631 M€. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 652 œuvres agréées en 2019 (dépense fiscale 2020) est estimé à 148 M€.

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois et d'éviter les délocalisations des tournages et des dépenses de post-production dans un contexte de forte concurrence internationale (mise en place d'un crédit d'impôt audiovisuel au Royaume-Uni par exemple). Le crédit d'impôt audiovisuel s'efforce d'accompagner la croissance de la production de fictions ambitieuses, tournées vers l'international, en renforçant la structure et l'économie de la filière audiovisuelle notamment via le soutien aux industries techniques françaises.

Les fictions bénéficiant du crédit d'impôt audiovisuel (CIA) réalisent 99,2 % de leurs jours de tournage en France en 2019, contre 85,4 % pour l'ensemble des fictions en 2004 (année avant la mise en place du crédit d'impôt audiovisuel).

Cette évolution s'explique par les aménagements successifs apportés au dispositif, destinés à renforcer sa compétitivité face aux dispositifs étrangers.

Le crédit d'impôt audiovisuel a été réformé à plusieurs reprises afin de le rendre plus compétitif par rapport aux dispositifs fiscaux étrangers équivalents.

Les plus récentes modifications du crédit d'impôt audiovisuel, apportées en loi de finances pour 2016 et autorisées par la Commission européenne en mars 2016, concernent les fictions. Ainsi, depuis le 1er janvier 2016, le taux de crédit d'impôt des fictions est de 25 %, comme l'animation. En outre, le plafond de 1 250 € jusque-là applicable à toutes les fictions est remplacé par des plafonds progressifs selon le coût de production de l'œuvre :

- 1 250 € (coût de production < 10 000 € / min) ;
- 1 500 € (coût de production entre 10 000 € et 15 000 € / min) ;
- 2 000 € (coût de production entre 15 000 € et 20 000 € / min) ;
- 3 000 € (coût de production entre 20 000 € et 25 000 € / min) ;
- 4 000 € (coût de production entre 25 000 € et 30 000 € / min) ;
- 5 000 € (coût de production entre 30 000 € et 35 000 € / min) ;
- 7 500 € (coût de production entre 35 000 € et 40 000 € / min) ;
- 10 000 € (coût de production > 40 000 € / min).

La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur, au transport, à la restauration et à l'hébergement.

Les dispositifs transversaux

Images de la diversité

Mis en place en 2007 par le CNC et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'ACSE, devenue le CGET, Commissariat général à l'égalité des territoires), le fonds Images de la diversité a pour mission de soutenir des œuvres traitant de la diversité de la population et de l'égalité des chances et contribuant à donner une représentation plus fidèle de la réalité française et de ses composantes et à écrire une histoire commune de l'ensemble de la population française autour des valeurs de la République.
Il recherche également de nouvelles formes d'écriture et de jeunes auteurs, issus notamment des quartiers prioritaires de la politique de la ville et issus de la diversité.
Le fonds Images de la diversité a une triple originalité : sa thématique, sa transversalité (soutien à des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, numériques et jeux vidéo) et son intervention à toutes les étapes de la création à l'exploitation des œuvres retenues. Il peut ainsi correspondre à des aides à la préparation (écriture et développement), à la production ou encore à la diffusion (distribution, édition vidéo).
Depuis sa création, le fonds Images de la diversité a soutenu plus de 1 600 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour plus de 35,6 M€. Cinq commissions se sont tenues en 2019 permettant l'examen de 291 demandes et le soutien de 80 projets ou œuvres, totalisant plus de 2,1 M€.

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère.
Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 30 % des dépenses éligibles de production effectuées en France et peut atteindre 30 M€.
En 2019, 55 projets ont reçu l'agrément provisoire : 11 longs métrages de fiction, 22 séries audiovisuelles de fiction, 12 séries audiovisuelles d'animation et 1 long métrage d'animation, 3 VFX de long métrages fictions, 5 VFX de série de fiction et 1 projet VR animation. Pour ces 55 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de plus de 318 M€, représentant 904 jours de tournage.
Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis et du Royaume-Uni, mais aussi

d'Allemagne, de Belgique ou encore de Chine et d'Australie. Parmi les œuvres bénéficiaires, peuvent être citées notamment *The Last Duel* de Ridley Scott, *Stillwater* de Tom McCarthy, *The King's man* de Matthew Vaughn mais aussi plusieurs projets de plateformes comme *Arsène Lupin* ou encore *Vampires* pour Netflix ; *Treadstone* et *Voltaire*, *Mixte* pour Amazon Prime ; *Monsters at Work* et *Chip'n Dale* pour Disney+ ou bien encore *Watchmen* pour HBO Max.
Le crédit d'impôt permet de favoriser le développement des industries du secteur cinématographique et audiovisuel et de stimuler la compétitivité des entreprises françaises avec des effets bénéfiques sur l'emploi. Il permet aux prestataires des industries techniques de compléter leur activité et de renforcer ainsi le taux d'utilisation de leurs moyens techniques et leur savoir-faire. Il favorise également la montée en compétences des équipes françaises dans la réalisation et la post-production (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines.
L'efficacité du dispositif a été estimée en 2014 dans un rapport publié par EY en calculant, pour chaque euro de crédit d'impôt versé, le montant investi dans la filière et les recettes fiscales associées. Pour 1 € de crédit d'impôt international versé, 7,0 € sont investis dans la filière et près de 2,7 € de recettes fiscales et sociales induites sont perçues par l'Etat.
Afin de renforcer sa compétitivité dans un contexte de concurrence fiscale internationale, notamment dans le but d'attirer sur le territoire français les tournages de films à très gros budget, le crédit d'impôt international a été modernisé au fur et à mesure des années.
Ainsi, sous réserve de la validation de la Commission européenne, le taux du crédit d'impôt international devrait être porté à 40 %, contre 30 % aujourd'hui, pour les œuvres de fiction à forts effets visuels qui réalisent en France au moins 2 M€ de dépenses d'effets visuels.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

Le CNC propose des aides spécifiquement dédiées aux projets artistiques inscrits dans un environnement numérique. Ces aides entendent couvrir tout le champ de la création numérique, envisagé dans une large acception : jeux vidéo, œuvres audiovisuelles interactives ou immersives, et œuvres expérimentales de la création contemporaine.

Le fonds d'aide au jeu vidéo est une aide sélective destinée à soutenir la création et l'innovation dans le secteur du jeu vidéo. Il est principalement composé de deux dispositifs de soutien destinés à accompagner les entreprises de création au stade de la pré-production (dépenses de fabrication d'un prototype) ou en phase de production (aide à la création de propriété intellectuelle) et d'une nouvelle aide lancée en 2019 pour soutenir les auteurs au stade de l'écriture d'un projet.
Le fonds est complété par une aide destinée à soutenir des manifestations professionnelles.

Le fonds d'aide aux expériences numériques soutient des œuvres audiovisuelles innovantes fondées sur une démarche de création interactive et/ou immersive. Ce champ d'intervention recouvre notamment les œuvres destinées aux technologies immersives (réalité virtuelle et augmentée) et les narrations interactives conçues pour les écrans mobiles ou les réseaux sociaux. Lancé en octobre 2018, ce nouveau fonds s'inscrit dans le prolongement de l'ancien fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias, et couvre toutes les phases de réalisation d'un projet (écriture, développement et production).

Enfin, le DICRéAM est une aide sélective en partenariat avec le Ministère de la Culture et le Centre National du Livre destinée à soutenir des projets d'écriture numérique dans tous les champs de la création contemporaine (arts visuels, spectacle vivant, littérature...). Les projets sont soutenus en développement et en production.
Le dispositif est complété par une aide à la diffusion.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
fonds d'aide au jeu vidéo (aide CNC / Ministère de l'économie et des finances)	studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	3,5 M€ pour 59 projets dont 150 000 € pour 16 projets en écriture, 351 000 € pour 6 projets de pré-production, 2,8 M€ pour 28 aides à la création de propriété intellectuelle, 350 500 € pour 9 manifestations professionnelles.
fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias	auteurs ou producteurs	favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs (VR), stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	2,9 M€ pour 86 projets : 31 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (187 980 €), 41 bénéficiaires d'une aide au développement (1,5 M€), 14 bénéficiaires d'une aide à la production (1,1 M€)
dispositif d'aide à la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM)	artistes et structures de production	soutenir la création d'œuvres artistiques expérimentales développant des écritures numériques dans tous les champs de la création contemporaine	932 500 € pour 82 projets : 36 aides au développement (318 000 €), 31 aides à la production (374 000 €) et 16 aides à la diffusion (160 000 €).

Le crédit d'impôt jeux vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo permet à des entreprises actives dans ce secteur et installées en France de déduire de leur impôt 30 % des dépenses de création d'un jeu.
Depuis sa mise en place 2008, ce dispositif a bénéficié à plus de 100 studios de développement de jeux vidéo qui composent un tissu vivant et pluriel d'entreprises au service de la création. Depuis son renforcement en 2015 et en 2017 (passage du taux de 20 % à 30 %), le crédit d'impôt a fait la démonstration de son efficacité, en parvenant à attirer des productions aux budgets de plus en plus élevés, et en favorisant l'emploi, la structuration du secteur et le succès mondial de créations originales développés en France.
Les chiffres 2019 témoignent de l'attractivité toujours plus forte du dispositif et de l'accroissement des capacités de production en France : 43 projets ont reçu un agrément provisoire, contre 40 l'année précédente. Le montant total des dépenses éligibles engagées en 2019 s'élève à 213 M€, représentant un soutien financier annuel de 63 M€.

Lutte contre la piraterie

Créée en 1985, l'ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) est une association qui regroupe différents acteurs de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel concernés par la piraterie. Notamment subventionnée par le CNC, son objectif est de lutter contre toutes les formes de piraterie, qu'elles portent sur les supports physiques ou sur internet. La constatation des infractions au titre de la contrefaçon se fait par le biais d'agents assermentés.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

Le CNC a développé, depuis 1994, des aides automatiques et sélectives à destination de l'édition de vidéo physique, qui permettent de soutenir des éditions sur support DVD et/ou Blu-ray. Parallèlement, une aide sélective à la VàD a été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de droits VàD et les éditeurs de services de VàD pour l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD.
En 2015, le CNC a complété les dispositifs existants en créant un soutien automatique à la VàD ainsi qu'une majoration de soutien au titre de l'activité liée au téléchargement définitif.
Afin d'accélérer la numérisation des œuvres et leur mise à disposition du public en qualité optimale dans des offres légales enrichies, et notamment sur internet, le CNC a renforcé ses dispositifs d'aide à la numérisation et à la diffusion en VàD en haute définition (HD) ou à l'édition vidéo sur support Blu-Ray Disc (BD), en mettant en place à compter du dernier trimestre 2015 un guichet commun nommé NUMEV.
Les aides sélectives sont accompagnées de compléments d'aides visant à encourager les bénéficiaires à proposer le sous-titrage pour sourds et malentendants et l'audiodescription pour aveugles et malvoyants.

Les aides à la vidéo (physique et VàD)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs vidéo commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans ou des programmes de courts métrages	financer l'achat de droits d'exploitation vidéo de films français récents	1,4 M€ pour 27 dossiers de mobilisation.
aide sélective à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	encourager le travail éditorial autour d'œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou directement produites pour la vidéo présentant un intérêt culturel particulier en tenant compte des conditions économiques de leur diffusion	4,4 M€ pour 324 projets unitaires/ NUMEV, et 37 programmes éditoriaux pour 571 projets.
aide automatique à la vidéo à la demande (VàD)	éditeurs de service de médias à la demande	financer les dépenses de fabrication et de promotion pour une diffusion en VàD de films français récents ainsi que les dépenses d'amélioration de service	1,9 M€ mobilisés par 9 éditeurs de services de média à la demande.
aide sélective à la vidéo à la demande (VàD)	titulaires de droits VàD éditeurs de services de médias à la demande	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD ainsi que les dépenses d'amélioration de service	1,9 M€ pour 43 projets au titre des aides au programme éditorial VàD dont 20 titulaires de droits VàD et 23 éditeurs de services de médias à la demande. 80 000 € pour 20 projets au titre de NUMEV Cinéma

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

L'aide à la création visuelle ou sonore par l'utilisation des technologies numériques de l'image et du son valorise la contribution artistique des effets visuels numériques au projet visuel global de l'œuvre. Elle comporte un volet sélectif et un volet d'allocation direct.

L'aide sélective (CVS) accompagne les entreprises de production déléguées qui contribuent au renouvellement de la création visuelle ou sonore en recourant aux technologies numériques de fabrication et de traitement de l'image et du son, lorsque l'utilisation de ces technologies constitue un aspect essentiel de la démarche artistique de création. Elle s'adresse sous condition à des œuvres de tous genres et de tous formats.

L'allocation directe (CVSA) accompagne les œuvres qui présentent une forte ambition sur le plan visuel, aussi bien dans le secteur cinématographique que dans le secteur audiovisuel, pour les genres fiction et documentaire.

À compter du 1er janvier 2019, dans le cadre du « plan animation », une majoration de l'aide sélective est accessible aux longs métrages d'animation les plus ambitieux. Une commission de 7 membres, composée pour partie de membres de la « commission CVS » existante et pour partie d'experts du secteur de l'animation, est chargée de rendre un avis sur les demandes de majoration.

• le soutien aux entreprises

Le soutien financier aux industries techniques accompagne la démarche d'investissements des entreprises qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création et à la qualité de la diffusion des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, linéaires ou non, interactives ou non, ou de jeu vidéo. Le réseau RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia), partenariat entre le CNC et Bpifrance, soutient les travaux de recherche et développement des entreprises dans les domaines de la production, du traitement, de la distribution et de la publication d'images et de sons débouchant sur des nouveaux biens ou services innovants.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2019
soutien aux œuvres			
aides à la création visuelle et sonore (aide sélective et allocation directe)	producteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles contribuant au renouvellement de la création visuelle ou sonore en recourant aux technologies numériques	- accompagner la prise de risque des producteurs - valoriser la contribution artistique des effets visuels numériques	9,8 M€ pour 112 projets
soutien aux entreprises			
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'image animée	accompagner les investissements liés aux technologies numériques, soutenir l'équipement, la modernisation, la restructuration des entreprises	4,0 M€ pour 120 projets
réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)	sociétés menant des travaux de recherche et développement en cinéma, audiovisuel, jeux vidéo et nouveaux médias	favoriser l'activité de recherche *et* développement au sein des entreprises du *secteur*	2,1 M€ dont 1,4 M€ en subventions CNC et 760 000 € en avance remboursable Bpifrance pour 22 projets
Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution.			

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales vise à faire du secteur du cinéma et de l'audiovisuel un pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales et l'État. Elle couvre les domaines de l'aide à la création, à la production et à l'accueil des tournages, les actions d'éducation à l'image, de diffusion culturelle, de l'exploitation cinématographique et du patrimoine cinématographique.

Les conventions pluriannuelles de coopération cinématographique et audiovisuelle conclues avec les Régions et les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) constituent un instrument de dialogue, de négociation et de mise en œuvre des actions conjointes, dans un triple souci : cohérence des actions menées, transparence des dispositifs, traçabilité des financements déployés. Elles donnent lieu chaque année à des conventions d'application financière dans lesquelles sont inscrits les engagements de chacun des partenaires.

Des collectivités infra régionales (départements, communautés de communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions.

À la suite de la grande concertation et de la rencontre avec les nouveaux exécutifs régionaux en 2016, le CNC a proposé un cadre renouvelé et renforcé pour les années 2017 à 2019 pour cette cinquième génération de convention : renouvelé car il permet de prendre en compte les spécificités de chacun des territoires et renforcé car le CNC propose d'accompagner de nouvelles actions :

- le déploiement de l'opération Talents en court ;
- la mise en place de bourse de résidence avec le 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité ;
- le soutien aux télévisions locales qui financent la création au titre du 1 € du CNC pour 3 € de la collectivité pour inciter les télévisions locales à financer la création ;
- le soutien à l'emploi de médiateurs dans les salles de cinéma au titre du 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité ;
- la relance des ciné-clubs en s'appuyant sur les jeunes en service civique.

Les conventions comprennent quatre grandes parties :
- la première est consacrée à l'écriture, au développement, à la production cinématographique et audiovisuelle, ainsi qu'à l'accueil de tournages et au développement de la filière. Elle bénéficie de crédits de la collectivité territoriale concernée (les aides sont accordées de manière sélective, après avis de commissions spécialisées) et d'un abondement du CNC sur des crédits issus du fonds de soutien ;
- la deuxième partie concerne la diffusion culturelle et l'éducation artistique, avec des actions soutenues sur le plan national par le CNC telles que *Lycéens et apprentis au cinéma*, *Passeurs d'images* et le soutien aux pôles régionaux d'éducation aux images. Elle est financée par la collectivité territoriale, par la DRAC et par le CNC ;
- la troisième partie, dédiée à l'exploitation cinématographique, vise à permettre aux collectivités, aux DRAC et au CNC de préciser leurs modalités d'intervention en faveur des salles de cinéma et à engager une concertation approfondie et un échange d'informations systématique ;
- la quatrième partie a pour objet le patrimoine cinématographique soutenu par les collectivités, les DRAC et le CNC qui intervient sur une dizaine de cinémathèques régionales. Elle permet d'identifier et de valoriser les actions des partenaires touchant à la numérisation des œuvres et leurs actions visant à promouvoir l'offre cinématographique de patrimoine.

Dans le cadre des conventions, les modalités d'intervention du CNC sont les suivantes :

- le CNC définit avec les collectivités les enveloppes de crédits pour chaque type de soutien : aide à l'écriture et au développement, aide aux œuvres nouveaux médias, aide aux films de court métrage, aide aux films de long métrage, aide à la production audiovisuelle etc… ;
- l'apport du CNC est forfaitaire sur *Talents en court*, les aides à l'écriture et au développement et les aides aux nouveaux médias mises en place par les collectivités ; pour les autres aides est appliqué le dispositif « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité » à l'exception du soutien aux télévisions locales pour lequel le CNC est dans un rapport de 1€ pour 3 et des ciné-clubs pour lesquels le CNC accorde 1 000 € par jeune en service civique impliqué ;
- le CNC limite son intervention financière à la production à 2,0 M€ par an et par convention ;
- les bureaux régionaux d'accueil des tournages (également appelés commissions régionales du film) bénéficient également d'une aide pendant les trois premières années de leur fonctionnement comme les pôles régionaux d'éducation aux images sur la première année de leur création.

En 2019, le montant des engagements inscrits dans les 17 conventions conclues s'élève à 158 M€ en progression de plus de 5 % après une augmentation de 30 % en 2017 et de 5 % en 2018.

Engagements 2019 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€)

	CNC	Etat (DRAC)	Collectivités	Total
Création	**1,29**		**6,02**	**7,31**
dont talents en court	0,08		0,17	0,25
dont bourse de résidence	0,49		1,21	1,70
dont aide à l'écriture et au développement	0,44		3,77	4,21
dont soutien aux résidences	0,28		0,87	1,15
Nouveaux médias	**0,37**		**2,42**	**2,79**
Production cinéma	**11,25**		**31,71**	**42,96**
dont court métrage	2,50		5,34	7,84
dont long métrage	8,75		26,37	35,12
Production audiovisuelle	**9,30**		**21,47**	**30,77**
dont soutien direct à la production audiovisuelle	8,60		18,47	27,07
dont soutien aux COM des TV locales	0,70		3,00	3,70
Total fonds d'aide	**22,21**		**61,62**	**83,83**
accueil des tournages	0,12		6,30	6,42
développement de la filière			6,84	6,84
Total création, production et tournages	**22,33**		**74,76**	**97,09**
Diffusion - Education à l'image	**7,53**	**8,92**	**28,15**	**44,60**
dont diffusion culturelle	6,67	2,41	18,57	27,65
dont dispositifs d'éducation à l'image		6,51	7,85	14,36
dont les ciné-clubs	0,42		0,70	1,12
dont diffusion des œuvres aidées	0,44		1,03	1,47
Exploitation	**1,15**	**0,00**	**10,12**	**11,27**
dont soutien direct aux salles			7,46	7,46
dont soutien aux réseaux de salles	0,64		1,65	2,29
dont soutien aux médiateurs	0,51		1,01	1,52
Conservation du patrimoine	**2,39**	**0,21**	**2,68**	**5,28**
Total	**33,40**	**9,13**	**115,71**	**158,24**

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des avenants financiers 2019 ont atteint 33,4 M€, dont 22,3 M€ pour les fonds d'aide à la création et à la production et 7,5 M€ pour la diffusion culturelle comprenant notamment le soutien à la relance des ciné-clubs et 1,2 M€ pour le soutien direct à l'exploitant dont 0,51 M€ pour le soutien à l'emploi de médiateurs et 2,4 M€ pour les cinémathèques régionales. Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 115,7 M€ et ceux engagés par les DRAC à 9,1 M€. En près de quinze ans, les engagements de l'État (CNC+DRAC) ont été multiplié par quatre de 10,1 M€ en 2004 à 42,5 M€ en 2018. Sur la même période, les engagements des collectivités territoriales ont été multiplié par trois de 35,5 M€ à 115,7 M€. Tous partenaires confondus, les engagements ont été multiplié par 3,5 entre 2004 (45,6 M€) et 2018 (158, 2 M€).

Les conventions 2017-2019 concernent toutes les régions et 11 Départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Côtes d'Armor, Dordogne, Haute-Savoie, Landes, Gironde, Lot-et Garonne, Département de la Drôme, Seine-St-Denis), l'Eurométropole de Strasbourg, la métropole de Toulouse, la métropole et la Ville de Bordeaux, la Ville de Paris ainsi que l'agglomération de Valence.

L'attractivité du territoire renforcée par l'accueil de tournage
La politique territoriale du CNC associée à l'impact des crédits d'impôt permettent à la France d'être une terre d'accueil de tournage valorisée également par le travail des 40 bureaux d'accueil de tournage, dont les actions sont coordonnées par Film France, soutenue par le CNC. Ils proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les sites de tournage et pré-repérages ; recherche de techniciens, de comédiens et de figurants (possibilité de casting dans la plupart des bureaux d'accueil) ; démarches administratives, aide aux autorisations de tournage ; logistique et informations diverses (location de véhicule, hébergement, etc.) ; mise à disposition de bureaux de production, de documentation ; relations avec la presse et les autorités locales.

Renouveler les publics et agir pour la citoyenneté

Autour des deux axes traditionnels que sont l'éducation à l'image et le développement des publics, le CNC initie un nouveau chantier, la promotion de la citoyenneté.

Éduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours
Ecole et cinéma, *Collège au cinéma* et *Lycéens et apprentis au cinéma* permettent d'amener les élèves dans les salles cinéma puis de travailler en classe à partir de documents pédagogiques. Ils ont touché, au cours de l'année scolaire 2018-2019, près de 1,8 million d'élèves, soit 13,9 % des élèves français et généré près de 4,3 millions d'entrées en salles. Par ailleurs, l'enseignement de spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat implique 135 classes de lycéens.
Le Prix Jean Renoir des lycéens décerné par des lycéens à un film, initié par le ministère de l'éducation nationale, concerne 55 classes en 2018-2019. Le film primé *L'heure de la sortie* de Sébastien Marnier va intégrer le dispositif Lycéens et apprentis au cinéma à la rentrée scolaire 2020-2021.
Passeurs d'images, dispositif d'éducation à l'image hors temps scolaire, s'appuie sur deux actions complémentaires : la diffusion (séances spéciales en salles et en plein air) et la pratique (ateliers de réalisation et de programmation). Il touche plus de 230 000 personnes autour de 2 400 actions grâce à près de 162 structure-partenaires dont plus de 20 % de salles de cinéma. Le CNC a accompagné la création de la nouvelle coordination nationale, *Passeurs d'images*, en 2017 qui s'occupe également de *Des cinés la vie !*.

Faire du cinéma, un secteur exemplaire en termes d'engagement citoyen
Pour les personnes en situation de handicap ou hospitalisées, le CNC soutient les associations *Cinéma différence*, *Retour d'image* ou encore *Ciné-sens*, association qui accompagne notamment les professionnels dans l'accessibilité des œuvres et des salles pour les personnes handicapées sensorielles et *Rêve de cinéma*, qui organise des projections de films destinées aux enfants hospitalisés.
Pour les personnes sous main de justice, le CNC soutient la coordination de *Des cinés la vie !* et l'association *Résonnance culture. Des cinés la vie !* fait découvrir le court métrage aux jeunes placés sous main de justice. En 2017-2018, ce dispositif a concerné 1 200 jeunes dans 244 services de la protection judiciaire de la jeunesse.
Pour donner accès au cinéma d'auteur et confronter les plus jeunes à la prise de parole, le CNC a relancé les *ciné-clubs* dans les lycées, en s'appuyant sur les jeunes en service civique tout en poursuivant son soutien aux fédérations de ciné-clubs.
829 jeunes sont ainsi mobilisés. Depuis la création de ce dispositif en 2015, 9 500 projections ont réuni 135 000 spectateurs.

829 jeunes en service civique mobilisés pour relancer les ciné-clubs.

Promouvoir la diversité des œuvres

Le soutien aux associations et aux manifestations
Le CNC soutient des associations et des manifestations nationales promouvant des œuvres peu diffusées comme le documentaire, le court métrage, l'animation ainsi que le cinéma expérimental, pour un budget de 2,8 M€ en 2019. Parmi ces diverses associations, *L'Agence du court métrage*, *Faites des Couts*, *Fête des Films*, l'Association du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Association française du cinéma d'animation (AFCA) défendent la diffusion de ces œuvres.
En 2019, *le Mois du film documentaire*, organisé par Images en bibliothèques, a rassemblé pour son 20ème anniversaire plus de 150 000 spectateurs. 1 667 documentaires ont été projetés dans 2 278 structures. 69 % des séances étaient accompagnées d'une rencontre ou d'un débat ; la *Fête du cinéma d'animation* a mobilisé plus de 200 structures pour 450 films programmés et 600 événements recensés.

Le CNC favorise la diffusion des œuvres documentaires à travers son catalogue de droits non commerciaux Images de la culture.
Le catalogue Images de la culture diffuse par ailleurs les œuvres soutenues par Images de la diversité en collaboration avec le CGET. En 2019, plus de 2 600 films ont été diffusés pour la constitution de fonds et pour des représentations publiques gratuites.
Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient une quarantaine de festivals d'intérêt national et international pour un montant d'environ 8 M€, notamment le *Festival de Cannes*, le *Festival Séries Mania*, le *Festival international du film d'animation d'Annecy*, le FIPA (Festival international des programmes audiovisuels) de Biarritz qui devient FIPADOC en 2019, le *Festival du court métrage de Clermont-Ferrand,* le Festival *Premiers plans* d'Angers et le *Festival international du film de la Rochelle*.

6.2 Égalité femmes / hommes

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur

Progression du nombre de films réalisés par des femmes

En dix ans, alors que le nombre de films français agréés augmente de +15,3 %, le nombre de films agréés réalisés ou co-réalisés par des femmes passe de 52 films en 2010 à 78 films en 2019, soit une progression de 50,0 %. En parallèle, le nombre de films réalisés ou coréalisés par des hommes augmente de 8,9 % sur la période. La part de films réalisés ou coréalisés par des femmes progresse également, passant de 19,9 % en 2010 à 25,9 % en 2019.

Films agréés selon le genre des réalisateur·trices (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
homme	80,1	76,0	75,6	75,5	77,9	77,3	76,3	72,7	75,0	74,1
femme	18,4	20,7	21,1	21,2	20,2	21,0	20,5	23,7	23,0	22,9
mixte	1,5	3,3	3,2	3,3	1,9	1,7	3,2	3,7	2,0	3,0
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

Source : CNC

Un écart de devis moyen de 40 % en 2019

Le devis moyen des films réalisés par des femmes est inférieur à celui des films réalisés par des hommes. Le devis moyen des films d'initiative française réalisés par des femmes est de 2,56 M€ en 2019 contre 4,28 M€ pour les hommes (-40,2 %). L'écart s'accentue sur la période : en dix ans, le devis moyen des films réalisés par des hommes diminue de 27,7 %, tandis que celui des films réalisés par des femmes baisse de 30,8 %.

De plus en plus de films réalisés ou coréalisés par des femmes : +50,0 % en dix ans.

Devis moyen des films d'initiative française selon le genre des réalisateur·trices (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
homme	5,92	6,14	5,69	5,59	4,35	4,70	6,52	5,51	4,45	4,28
femme	3,70	3,49	3,45	3,19	2,83	3,50	2,58	3,47	2,88	2,56
ensemble	**5,48**	**5,47**	**5,10**	**4,90**	**3,94**	**4,38**	**5,47**	**4,90**	**4,04**	**3,76**

Source : CNC

La confirmation d'une nouvelle génération de réalisatrices

En dix ans, la part des premiers films d'initiative française réalisés ou co-réalisés par des femmes progresse régulièrement, de 27,0 % en 2009 à 40,0 % en 2019, illustrant l'arrivée d'une nouvelle génération de réalisatrices. La part des troisièmes films ou plus au sein des films réalisés par des femmes reste en revanche stable sur la période, de 35,0 % en 2010 à 34,5 % en 2019.

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateur·trices (%)

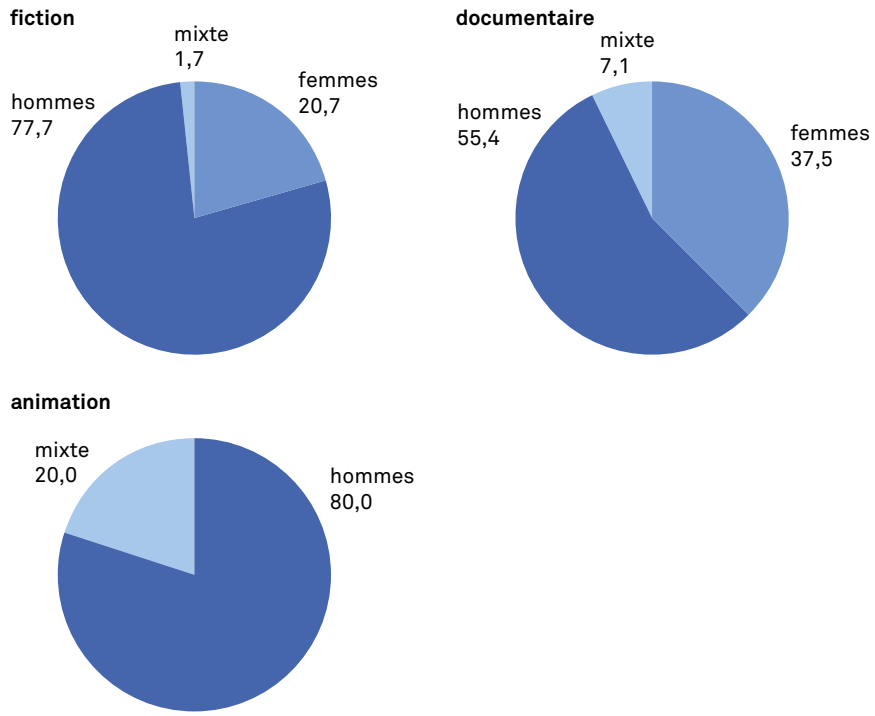
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
homme	73,0	65,8	72,7	70,1	66,7	70,7	65,0	62,5	68,8	60,0
femme	27,0	28,8	20,8	25,4	30,0	26,7	31,3	31,9	28,8	35,7
mixte	0,0	5,5	6,5	4,5	3,3	2,7	3,8	5,6	2,5	4,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC

45 % des films documentaires sont réalisés par des femmes en 2019

En 2019, la réalisation de films documentaires tend vers la parité, avec 44,6 % de documentaires réalisés ou coréalisés par des femmes. Cette part est deux fois moins importante pour les films de fiction (22,3 %). En raison du faible nombre de longs métrages d'animation agréés chaque année, la part de films réalisés ou coréalisés par des femmes varie fortement. En 2019, un seul film d'animation est coréalisé par une femme.

Films d'initiative française selon le genre des réalisateur·trices en 2019 (%)



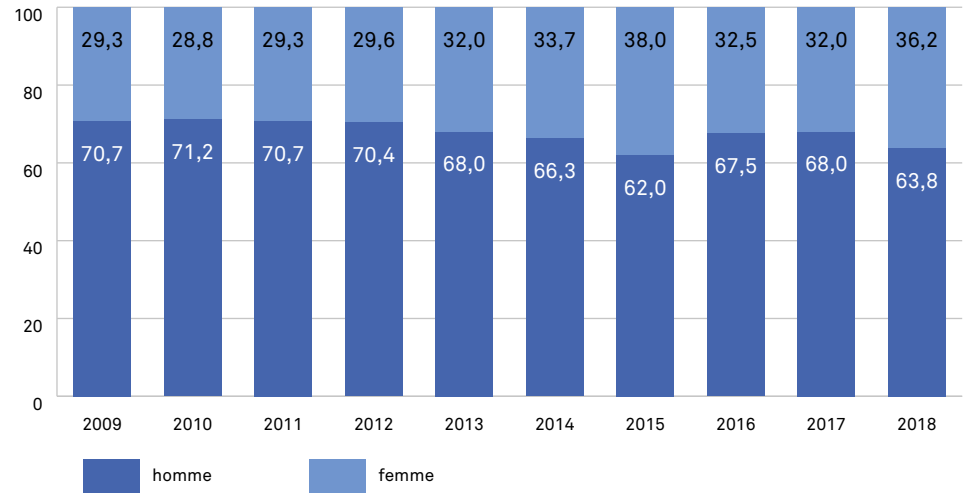
Source : CNC

36 % des réalisateur-trices de courts métrages sont des femmes

Sur la période 2009-2018, la présence des femmes dans la réalisation de court métrage se renforce pour atteindre 36,2 % en 2018. Dans un contexte général de baisse du nombre de réalisateur-trices de courts métrages entre 2009 et 2018, la baisse du nombre de femmes est plus mesurée (-5,2 %) que celle du nombre d'hommes (-30,9 %).

Plus du tiers des réalisateur-trices de courts métrages sont des femmes.

Les réalisateur-trices de courts métrages selon le genre (%)

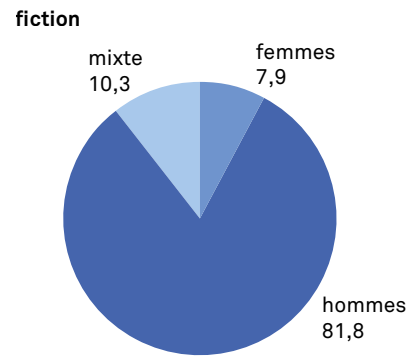


Source : CNC

18 % des fictions audiovisuelles diffusées en 2018 sont réalisées ou coréalisées par des femmes

En 2018, 18,2 % des œuvres de fiction audiovisuelle diffusées à la télévision (inédits et rediffusions) sont réalisées ou coréalisées par des femmes. Cette part est plus importante pour les feuilletons quotidiens (29,3 %) grâce au poids des coréalisations mixtes sur ce format : 25,5 % des épisodes de feuilletons quotidiens sont coréalisés par des hommes et des femmes, contre 1,0 % des unitaires de fiction et 0,5 % des épisodes de série.

Œuvres de fiction diffusées en 2018 selon le genre des réalisateur·trices (%)



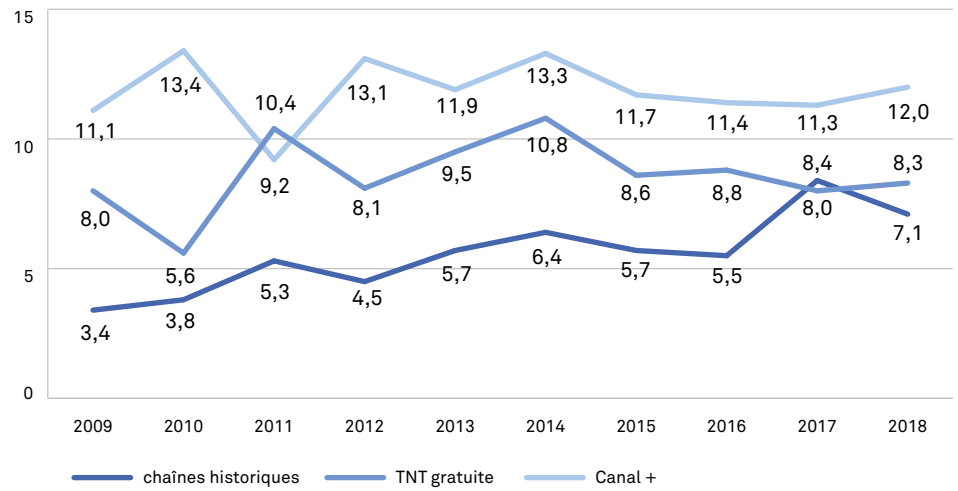
Source : SACD - base 4 306 épisodes diffusés à la TV en 2018 (inédits et rediffusion)

Une augmentation de la part de films réalisés par des femmes sur les chaînes de la TNT
En 2018, les films réalisés par des femmes représentent 8,3 % de l'ensemble des diffusions de films sur les chaînes historiques, une part stable sur les dix dernières années (8,0 % en 2009). Dans un contexte de hausse globale du volume de films lié au lancement des chaînes HD à compter de 2012, la part de films réalisés par des femmes croît fortement sur les chaînes de la TNT (hors historiques) : de 3,4 % en 2009 à 7,1 % en 2018.

Les films réalisés par des femmes représentent moins de 10 % de l'ensemble des diffusions à la télévision en 2018.

Canal + présente la part la plus importante de diffusions de films réalisés par des femmes, avec 12,0 % de l'ensemble de ses diffusions de films en 2018, en cohérence avec le volume important de films diffusés sur Canal+.

Part de films réalisés par des femmes dans l'ensemble des diffusions TV (%)



Source : CNC / CSA

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Le CNC est composé à 62 % de femmes
Au 31 décembre 2019, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (61,6 %).

Une parité observée au sein des commissions du CNC
Les 53 commissions actives en décembre 2019 au CNC sont composées de 1 028 membres. En 2019, la parité est une nouvelle fois respectée dans leur composition avec 51 % de femmes, contre 40 % en 2013.

Composition des commissions du CNC (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
homme	60	ND	59	61	49	52	49
femme	40	ND	41	39	51	48	51
total	100	100	100	100	100	100	100

Source : CNC

En 2019, la parité se confirme au sein des commissions du CNC.

En 2018, les secteurs soutenus par le CNC emploient

254 000 personnes soit 1 % de l'emploi total en France

124 000
emplois dans le cinéma

93 000
emplois dans l'audiovisuel

25 000
emplois dans le jeu vidéo

12 000
emplois dans la vidéo

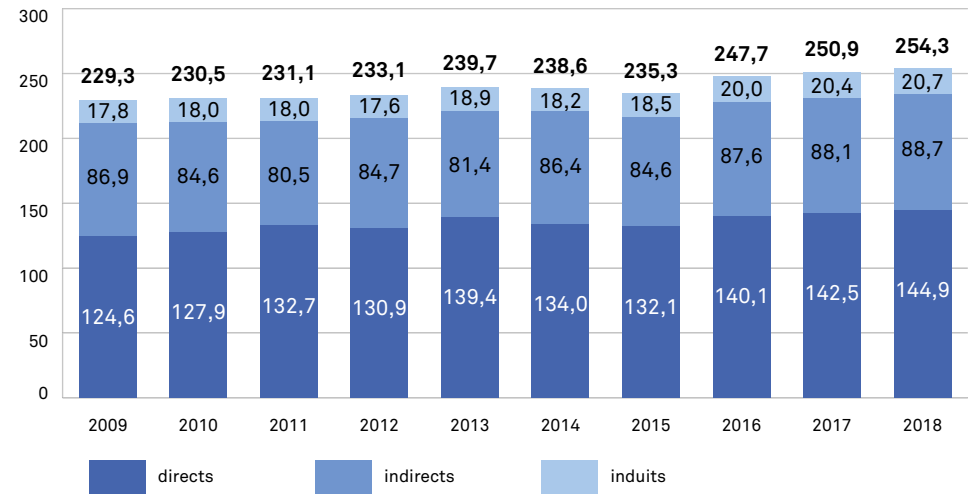
6.3 L'emploi

L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

Remarques méthodologiques
La partie ci-après présente les résultats issus d'une étude d'évaluation du poids économique et social du périmètre d'intervention du CNC, réalisée par PwC Strategy& (analyse des impacts directs, indirects et induits). Les données sont issues des données statistiques annuelles des entreprises de l'INSEE pour les sociétés relevant des codes NAF du périmètre d'intervention du CNC, des données du groupe Audiens ainsi que des tableaux des entrées intermédiaires (TEI) de l'INSEE. Les données 2018 sont des estimations.

Les secteurs d'intervention du CNC représentent plus de 250 000 emplois en France
La production totale des secteurs soutenus par le CNC (cinéma, audiovisuel, vidéo, jeu vidéo) est estimée à 39,8 Md€ en 2018, en progression de 20 % en dix ans. Les secteurs d'activités soutenus par le CNC ont généré une valeur ajoutée totale de 17,6 Md€ en 2018, soit 0,9 % du produit intérieur brut (PIB). En 2018, les secteurs d'activités soutenus par le CNC emploient 254 000 personnes, soit 1 % de l'emploi total en France. En 10 ans, 25 000 emplois supplémentaires ont été créés. En 2018, 57 % des emplois des secteurs soutenus par le CNC sont des emplois directs, 35 % des emplois indirects et 8 % des emplois induits.

Emplois dans les secteurs soutenus par le CNC (en milliers)

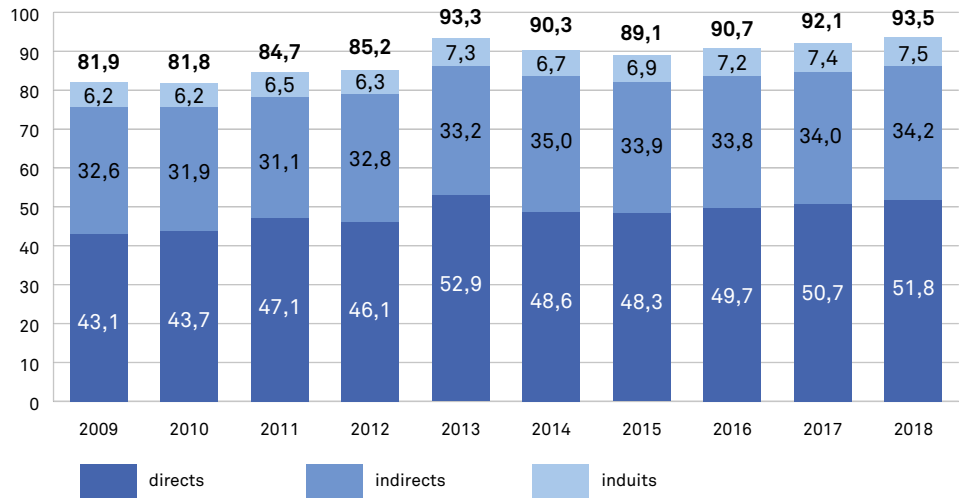


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyse PwC Strategy&

Le secteur de l'audiovisuel est le premier secteur en termes de poids économique

En 2018, le chiffre d'affaires du secteur audiovisuel sur lequel intervient le CNC s'élève à 15,6 Md€ pour 7,1 Md€ de valeur ajoutée et 93 000 emplois. En dix ans, la production et la valeur ajoutée affichent une progression supérieure à 2 % par an en moyenne et 11 000 emplois ont été créés.

Emplois dans le secteur audiovisuel (en milliers)

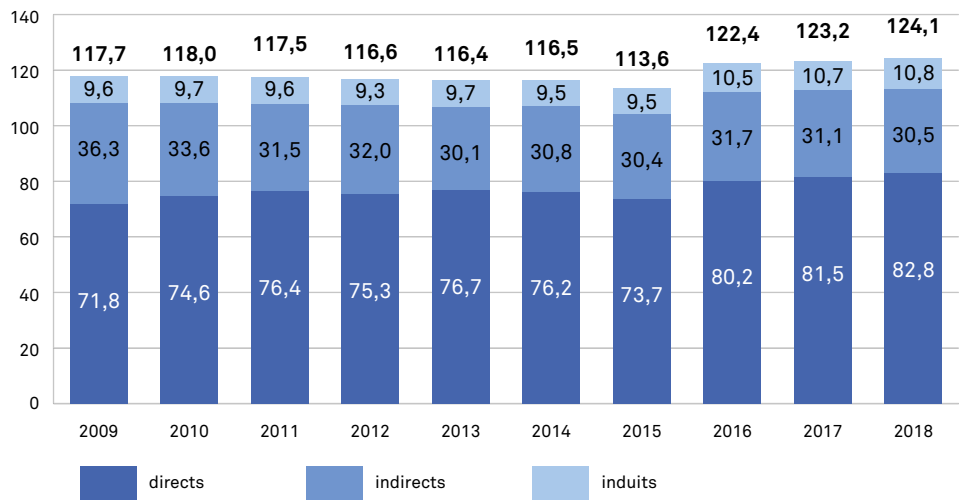


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyse PwC Strategy&

L'activité dans le secteur du cinéma est relativement stable

Le chiffre d'affaires de l'industrie du cinéma français a progressé de 0,3 % par an entre 2009 et 2018, pour atteindre 14,5 Md€. En parallèle, la valeur ajoutée du secteur a augmenté de 0,9 % par an, pour s'élever à 6,5 Md€. 6 000 emplois ont été créés sur la période pour un total de 124 000 emplois. Sur les seuls emplois directs, la progression est plus significative : 11 000 emplois directs ont été créés en dix ans.

Emplois dans le secteur du cinéma (en milliers)

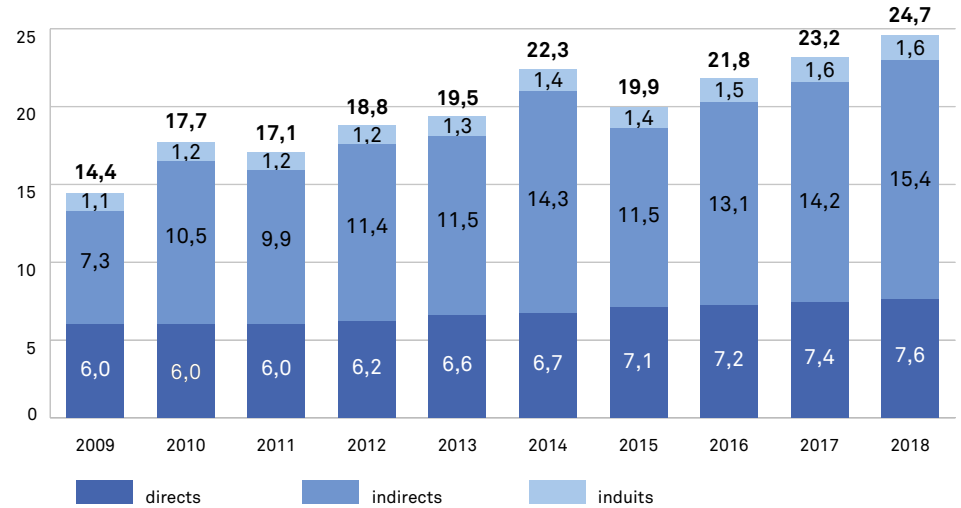


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyse PwC Strategy&

Le secteur du jeu vidéo enregistre une forte croissance

L'industrie du jeu vidéo connaît la plus forte croissance des secteurs d'intervention du CNC. Entre 2009 et 2018, la progression s'établit à 9,8 % par an en moyenne en termes de chiffre d'affaires, à 9,4 % pour la valeur ajoutée et à 6,1 % pour l'emploi. Cette progression correspond à la création de 11 000 emplois supplémentaires pour atteindre 25 000 emplois en 2018 dont 8 000 emplois directs.

Emplois dans le secteur du jeu vidéo (en milliers)

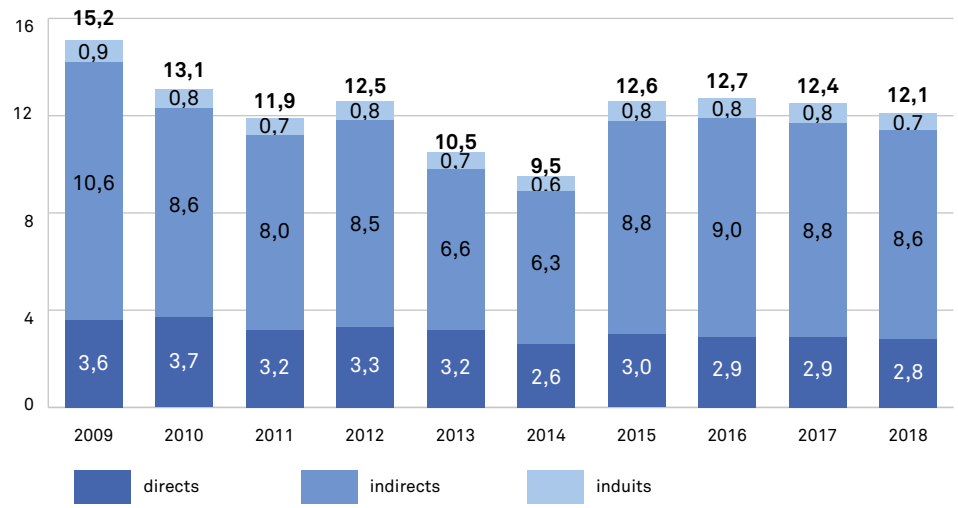


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyse PwC Strategy&

Le secteur de la vidéo est en recul

En 2018, le chiffre d'affaires du secteur de la vidéo est estimé à 3,1 Md€ (-1,1 % par an en moyenne depuis 2009) pour 1,1 Md€ de valeur ajoutée (-1,2 %) et 12 000 emplois (-2,5 %) dont 3 000 emplois directs.

Emplois dans le secteur de la vidéo (en milliers)



Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyse PwC Strategy&

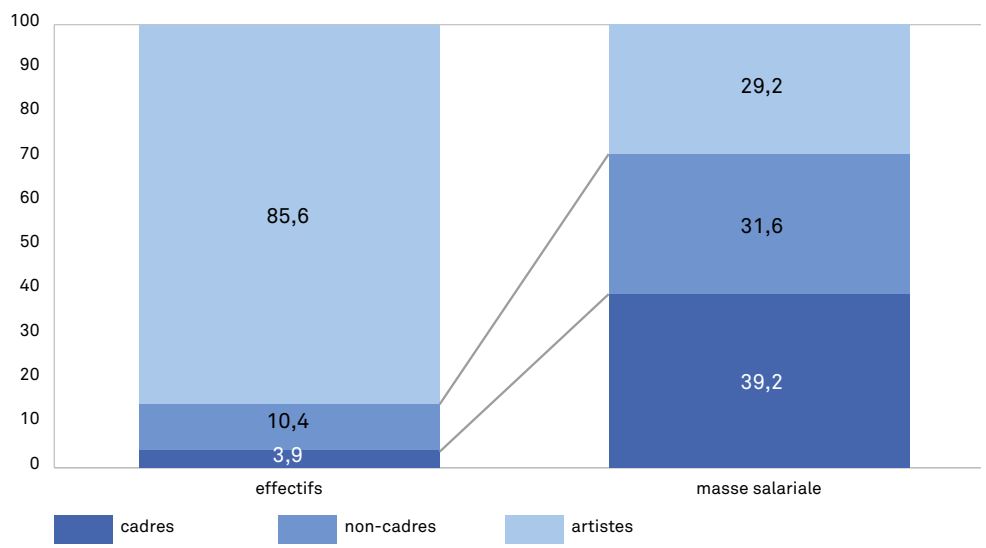
L'emploi dans le secteur de la production cinématographique de fiction

Remarques méthodologiques
La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens.
Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. A ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration nominative annuelle des salaires qui permet à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié. Il convient de rappeler que sur la période, le périmètre des données collectées par Audiens a pu évolué.
Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, l'identité du salarié, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction.
Les revenus issus des éventuelles allocations chômage ou des congés payés ne sont en revanche pas pris en compte.

Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 1 403 films d'initiative française de fiction cinématographique ayant reçu l'agrément des investissements (ou, à défaut, directement l'agrément de production) entre 2008 et 2017 et qui ont pu être identifiés dans les déclarations recueillies par Audiens.

Plus de 230 000 intermittents en dix ans dans la production de films
La production des 1 403 films de fiction sur la période 2008-2017 a mobilisé 230 192 intermittents et a généré près de 1,5 Md€ de masse salariale. 85,6 % des effectifs intermittents sont salariés en tant qu'artistes interprètes alors qu'ils représentent 29,2 % de la masse salariale. Les personnels techniques bénéficiant du statut de cadre représentent 3,9 % des effectifs totaux et mobilisent 39,2 % de la masse salariale globale. Les emplois techniques non cadres concernent 10,4 % des intermittents employés pour la production de l'ensemble des films et génèrent 31,6 % de la masse salariale globale.

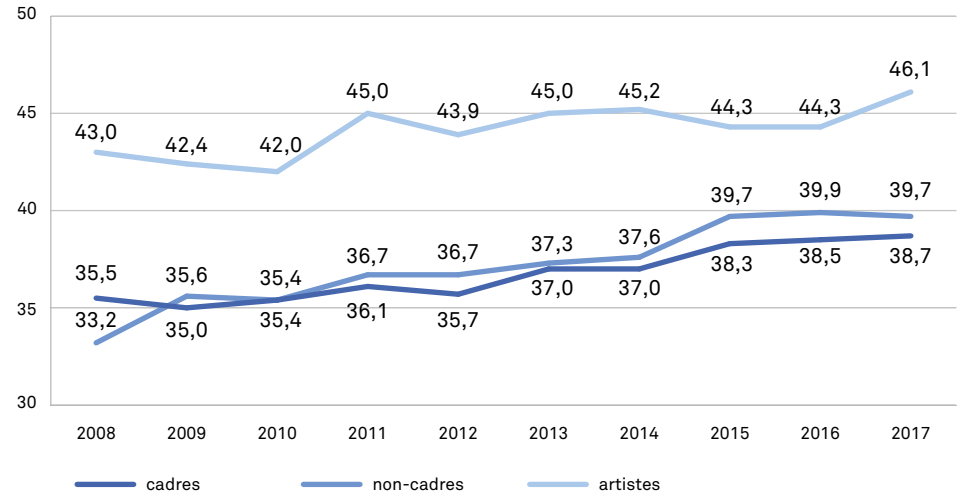
Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production cinématographique (2008-2017) (%)



Source : Audiens

44,1 % de femmes au sein des effectifs pour 33,7 % de la masse salariale
Entre 2008 et 2017, 101 452 femmes ont été employées par une société de production de film cinématographique de fiction, soit 44,1 % des effectifs. Les femmes sont davantage représentées au sein des artistes intermittents (45,1 % des effectifs) que dans les emplois de techniciens cadres (37,0 %) et non-cadres (37,9 %). Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs progresse de 40,6 % en 2008 à 44,4 % en 2017. Cette progression est davantage marquée pour les emplois techniciens non-cadres (+6,6 points) qu'au sein des techniciens cadres (+ 3,2 points), et des artistes intermittents (+3,1 points).

Part de femmes employées dans le secteur de la production cinématographique selon la catégorie professionnelle (%)

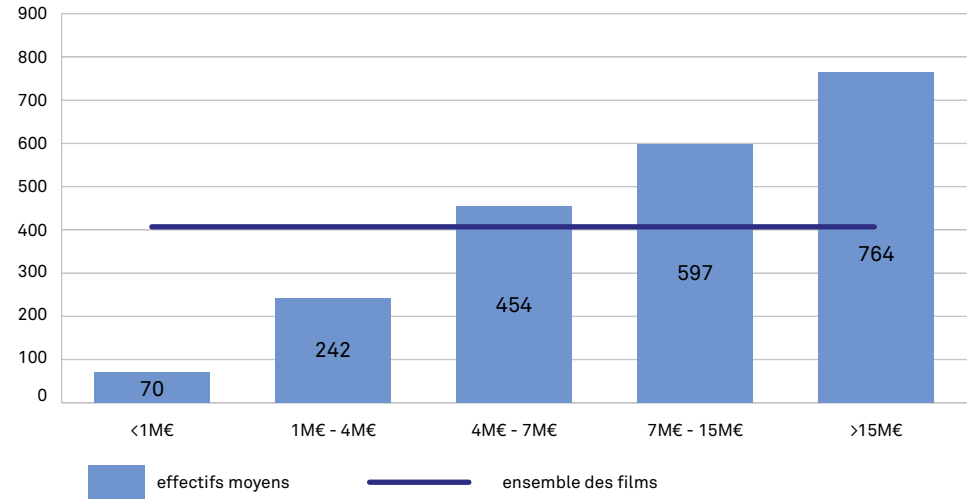


Source : Audiens

408 intermittents en moyenne par film
Entre 2008 et 2017, la production d'un film de fiction emploie en moyenne 408 intermittents, dont 242 hommes (59,3 %) et 166 femmes (40,7 %).

En moyenne, plus le devis d'un film est élevé, plus le nombre d'intermittents employés pour sa production est important.

Effectifs moyens par film selon le devis de production (2008-2017)



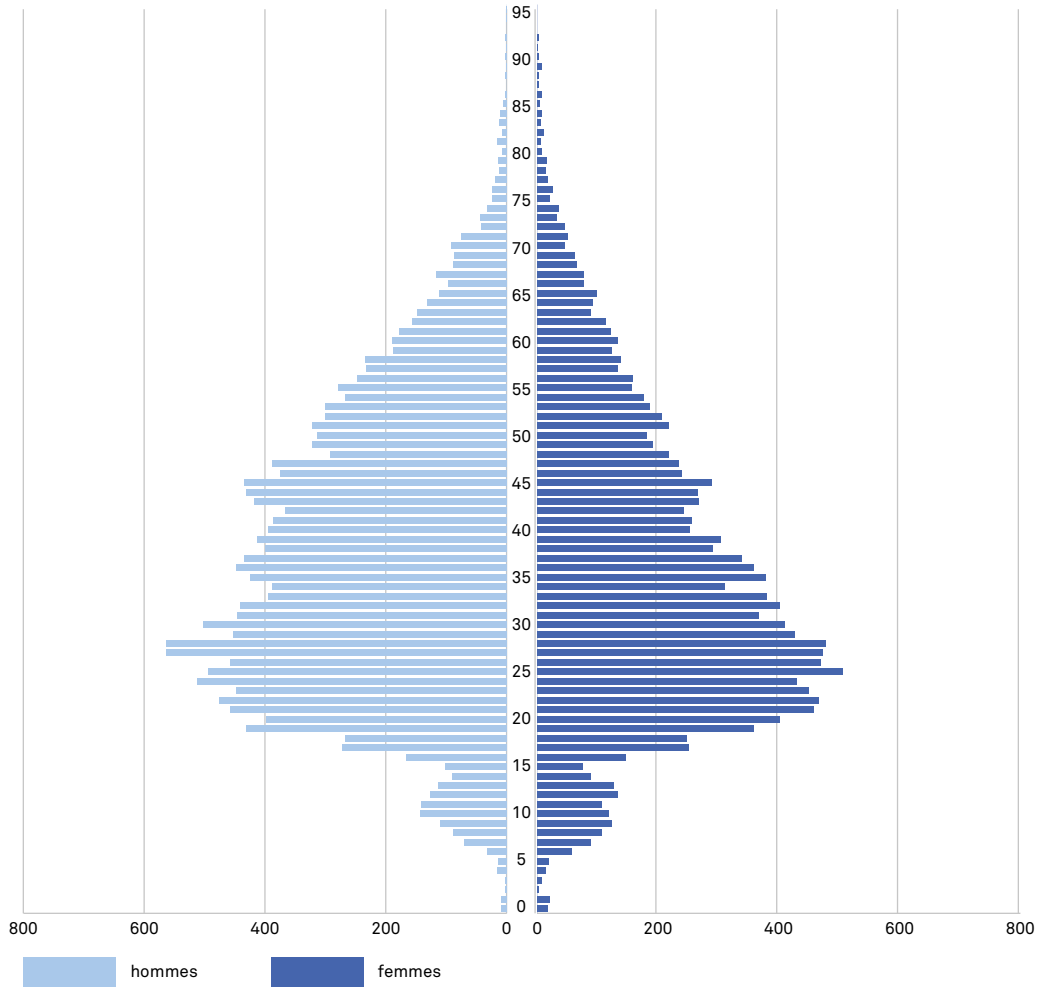
Source : Audiens

Un secteur jeune

En 2017, les salariés du secteur de la production cinématographique de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 38,9 % de l'ensemble des effectifs, une part en hausse par rapport à 2008 (36,0 % de moins de 30 ans). Les femmes sont plus jeunes que les hommes en 2017 : elles sont 42,6 % à être âgées de moins de 30 ans, contre 35,9 % des hommes.

Parallèlement, la part des salariés séniors est également en augmentation. En 2017, 3 050 employés du secteur de la production cinématographique sont âgés d'au moins 60 ans, soit 8,7 % des effectifs. Ils étaient 2 685 en 2008 (7,7 % des effectifs). La part de salariés âgés d'au moins 60 ans est équivalente entre les femmes (8,3 %) et les hommes (9,0 %).

Pyramide des âges des salariés du secteur de la production cinématographique en 2017 (en nombre d'individus)



Source : Audiens

L'emploi dans le secteur de la production audiovisuelle de fiction

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens (cf. remarque méthodologique supra concernant le groupe Audiens).
Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 216 entreprises de production audiovisuelle ayant bénéficié d'une aide du CNC dans le seul genre « fiction ».

En dix ans progression de 20 % des effectifs dans la production audiovisuelle de fiction

Sur la période 2008-2017, les effectifs salariés dans les entreprises audiovisuelles de fiction augmente de 19,9 % et la masse salariale de 17,2 %. 216 entreprises de production audiovisuelle de fiction aidées entre 2008 et 2017 ont employé 114 369 salariés et ont généré 940,5 M€ de masse salariale.

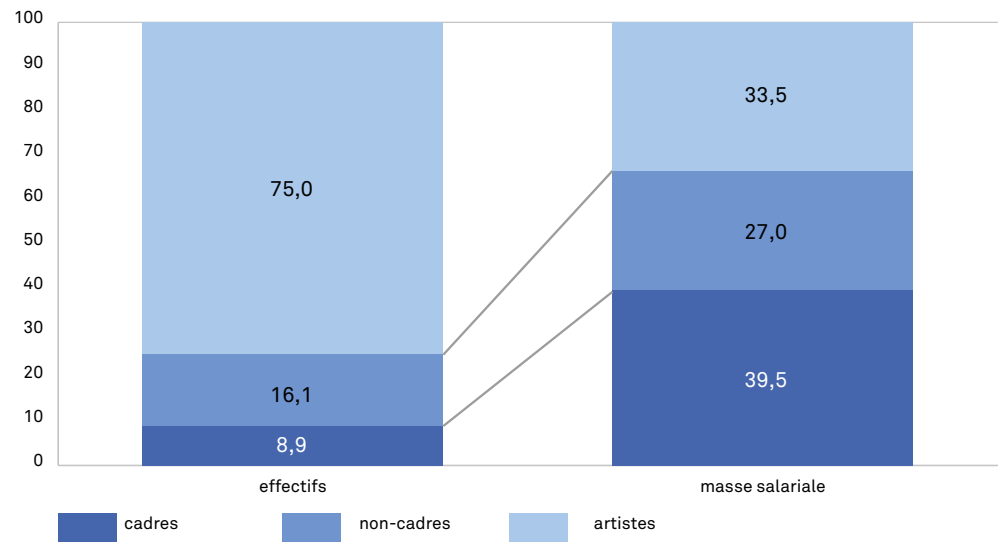
Secteur de la production audiovisuelle de fiction

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nombre d'entreprises	131	136	140	145	152	149	150	144	141	141
Effectifs [1]	21 294	22 182	15 788	19 383	17 897	19 978	22 517	20 019	21 896	25 533
Masse salariale (M€)	98,3	95,1	76,0	87,2	84,8	87,7	98,9	94,8	102,6	115,2

[1] Les individus sont dédoublonnés : un individu déclaré dans plusieurs entreprises n'est compté qu'une seule fois.
Source : Audiens

La grande majorité (98,3 %) des salariés du secteur de la production audiovisuelle de fiction sont intermittents. Ils bénéficient d'une masse salariale de 738,7 M€ entre 2008 et 2017 soit 78,5 % de la masse salariale totale. Au sein des intermittents, 8,9 % ont un statut de technicien cadre (39,5 % de la masse salariale dégagée par les intermittents), 16,1 % ont un statut de technicien non-cadre (27,0 % de la masse salariale) et 75,0 % ont un statut d'artiste interprète (33,5 % de la masse salariale). Sur la période, 1,7 % des effectifs de la production audiovisuelle de fiction sont des emplois permanents qui bénéficient de 21,5 % de la masse salariale totale. Au sein des salariés permanents, plus du tiers (38,1 %) a le statut de cadre.

Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production audiovisuelle (2008-2017) (%)

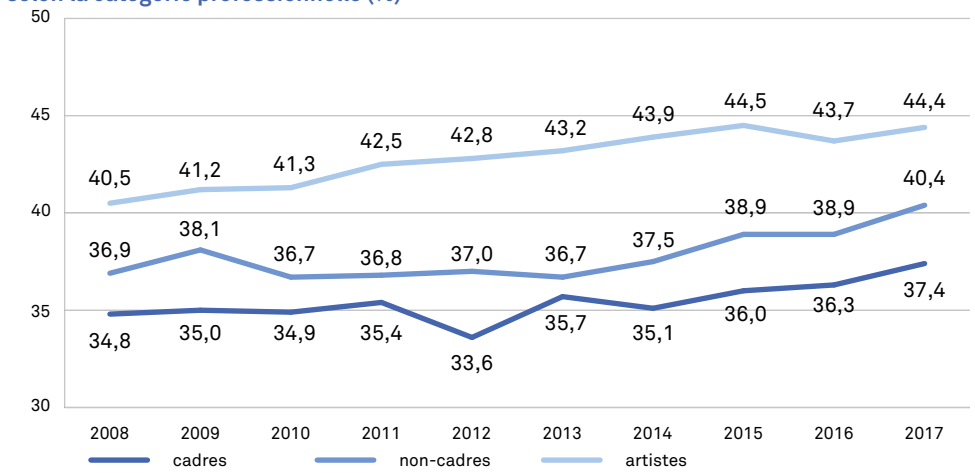


Source : Audiens

Une féminisation des effectifs

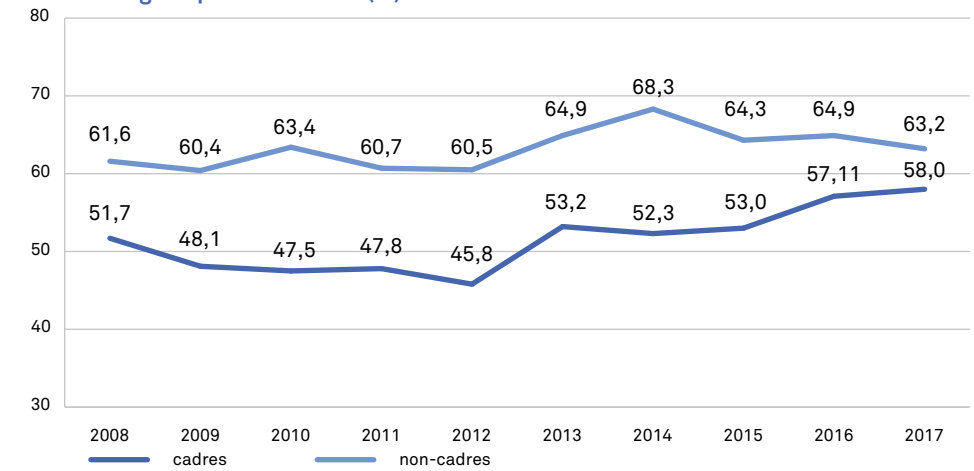
Entre 2008 et 2017, 49 041 femmes ont été employées dans le secteur de la production audiovisuelle de fiction, soit 42,9 % des effectifs. Elles bénéficient de 378,2 M€ sur la période soit 40,2 % de la masse salariale totale. Les femmes sont davantage représentées au sein des emplois permanents avec 57,5 % des effectifs de cette catégorie. Leur part dans la masse salariale des salariés permanents est moins importante (49,1 %). Les femmes représentent 42,7 % des intermittents de la production audiovisuelle de fiction sur la période 2008-2017. Elles représentent un peu plus du tiers (37,8 %) de la masse salariale totale. Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs intermittents progresse sensiblement, de 38,8 % en 2008 à 42,9 % en 2017. C'est la catégorie des artistes intermittents qui voit cette part enregistrer la plus forte progression entre 2008 (40,5 %) et 2017 (44,4 %). La part de femmes augmente de 3,5 points au sein des techniciens non-cadres (40,4 % en 2017) et de 2,6 points au sein des techniciens cadres (37,4 % en 2017).
La part de femmes au sein des effectifs permanents progresse également sur la période : elles composent 57,1 % des effectifs de la catégorie en 2008 contre 60,5 % en 2017.

Part de femmes intermittentes dans le secteur de la production audiovisuelle selon la catégorie professionnelle (%)



Source : Audiens

Part de femmes permanentes dans le secteur de la production audiovisuelle selon la catégorie professionnelle (%)

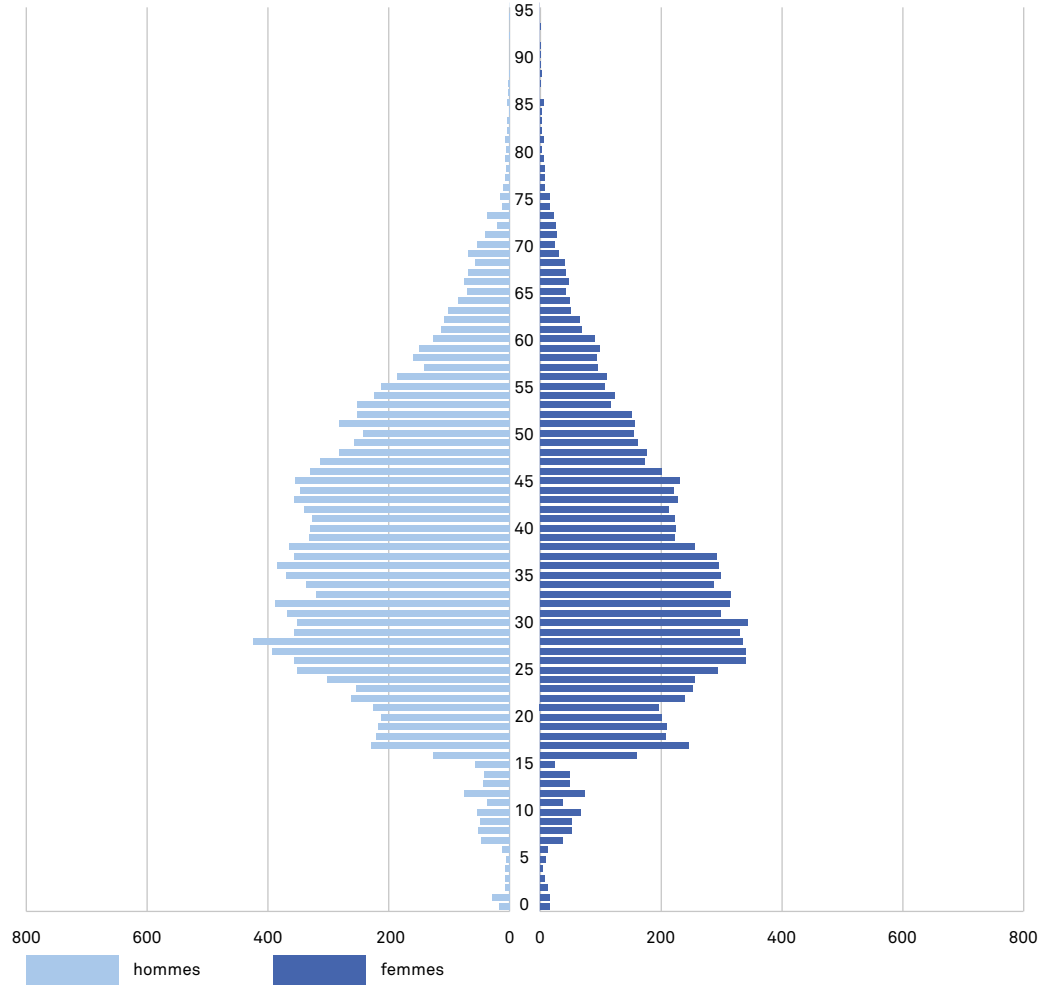


Source : Audiens

1/3 des effectifs a moins de 30 ans

En 2017, les salariés du secteur de la production audiovisuelle de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 33,7 % de l'ensemble des effectifs, une part en baisse par rapport à 2008 (35,8 % de moins de 30 ans). Les femmes sont plus jeunes que les hommes en 2017 : elles sont 37,4 % à être âgées de moins de 30 ans, contre 30,8 % des hommes.

Pyramide des âges des salariés du secteur de la production audiovisuelle en 2017 (en nombre d'individus)



Source : Audiens

L'emploi en régions

Remarques méthodologiques
La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens (cf. remarque méthodologique supra concernant le groupe Audiens).
Le périmètre d'analyse de cette partie comprend toutes les entreprises déclarées auprès d'Audiens relevant des codes NAF 5911A - production de films et de programmes pour la télévision, 6020A - édition de chaînes généralistes, 6020B – édition de chaînes thématiques, 5911B – production de films institutionnels et publicitaires, 5911C – production de films pour le cinéma, 5912Z – post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 5913A – distribution de films cinématographiques, 5913B – édition et distribution de vidéo, et 5914Z – projection de films cinématographiques.

65 % des entreprises implantées en Ile-de-France
En 2017, 8 668 entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actives en France, soit 23,3 % de plus qu'en 2008. 5 626 entreprises sont implantées en Ile-de-France en 2017, soit 64,9 % de l'ensemble des entreprises. Cette part est stable sur la décennie (65,3 % en 2008).
L'Ile-de-France est la région française qui voit le plus de création d'entreprises dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel sur la période, avec 1 037 entreprises supplémentaires en 2017 par rapport à 2008 (+22,6 %). La Nouvelle Aquitaine observe l'implantation de 411 entreprises en 2017 dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma, soit 110 de plus qu'en 2008 (+36,5 %).
Pour l'ensemble des régions françaises, le nombre d'entreprises actives est en augmentation sur la période.

Entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	*évol. 17/08*
Ile-de-France	4 589	4 726	4 856	4 998	5 167	5 224	5 278	5 385	5 438	5 626	*+22,6%*
autres régions	2 433	2 503	2 595	2 667	2 710	2 719	2 740	2 857	2 893	3 037	*+24,5%*
Dont :											
Auvergne-Rhône-Alpes	440	433	455	483	482	469	480	484	493	530	*+20,5%*
Bourgogne-Franche-Comté	93	96	93	100	98	96	94	97	91	98	*+5,4%*
Bretagne	182	184	193	192	186	187	201	214	215	208	*+14,3%*
Centre-Val de Loire	101	105	103	102	100	98	100	102	101	106	*+5,0%*
Corse	35	39	39	37	35	41	38	45	41	42	*+20,0%*
Grand-Est	151	162	166	172	178	177	184	193	190	200	*+32,5%*
Hauts-de-France	172	176	191	184	191	200	189	202	205	214	*+24,4%*
Normandie	110	119	122	120	122	126	129	136	139	142	*+29,1%*
Nouvelle-Aquitaine	301	317	342	351	369	373	381	391	388	411	*+36,5%*
Occitanie	316	335	332	349	340	338	329	342	342	364	*+15,2%*
Provence-Alpes-Côte d'Azur	371	369	385	388	406	410	408	419	449	449	*+21,0%*
Pays de la Loire	142	148	157	166	176	175	182	203	206	218	*+53,5%*
Outre-Mer	19	20	17	23	27	29	25	29	33	55	*+189,5%*
Ensemble[1]	**7 032**	**7 238**	**7 460**	**7 674**	**7 885**	**7 951**	**8 025**	**8 247**	**8 336**	**8 668**	***+23,3%***

[1] Y compris Monaco et régions non-renseignées. Source : Audiens.

Une part croissante d'emplois créés hors Ile-de-France
En 2017, 208 994 emplois directs sont générés par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, soit une augmentation de 22,0 % par rapport à 2008. La masse salariale dégagée en 2017 est de 3,7 Md€, soit 58,0 % de plus qu'en 2008.
L'Ile-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 172 265 emplois en 2017 soit 74,3 % de l'ensemble des effectifs du secteur. Elle concentre 80,3 % de la masse salariale totale en 2017.
Sur la décennie, l'emploi dans l'ensemble des régions dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma connait une plus forte croissance (+22,0 % en effectifs et +58,0 % en masse salariale) qu'en Ile-de-France (+13,5 % en effectifs et +42,2 % en masse salariale).
La région Provence-Alpes-Côte d'Azur, qui se singularise notamment par l'implantation de sociétés de production audiovisuelle de feuilletons quotidiens (Marseille, Sète et Montpellier), affiche le plus grand nombre d'emplois hors Ile-de-France avec 10 875 emplois déclarés en 2017 soit136,7 % de plus qu'en 2008.
Avec 82,9 M€ de masse salariale générée en 2017, la région PACA concentre 2,2 % de la masse salariale, une part équivalente à celle de la Nouvelle-Aquitaine (85,8 M€ en 2017), de la région Grand-Est (85,0 M€ en 2017) et de l'Occitanie (78,3 M€ en 2017).

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	*évol. 17/08*
Auvergne-Rhône-Alpes	5 236	4 945	5 127	5 231	6 154	6 449	7 455	6 526	6 269	9 102	*+73,8%*
Bourgogne-Franche-Comté	926	919	949	863	1 076	1 130	1 540	1 243	1 038	1 457	*+57,3%*
Bretagne	1 939	1 833	2 398	2 015	1 878	1 879	2 552	2 011	2 242	3 450	*+77,9%*
Centre-Val de Loire	1 252	1 229	1 228	998	1 142	1 111	1 504	1 272	1 124	1 574	*+25,7%*
Corse	397	392	622	506	427	435	778	483	716	1 001	*+152,1%*
Grand-Est	3 001	3 356	3 269	3 296	3 862	3 707	4 709	3 689	3 556	4 859	*+61,9%*
Hauts-de-France	2 472	2 436	2 600	2 819	2 998	2 796	4 104	2 859	2 809	4 510	*+82,4%*
Ile-de-France	151 834	146 375	148 787	159 053	151 791	160 735	155 881	155 658	166 265	172 265	*+13,5%*
Normandie	1 021	948	1 071	1 036	1 207	1 370	1 660	1 297	1 327	1 890	*+85,1%*
Nouvelle-Aquitaine	3 587	3 499	3 807	3 941	5 888	5 241	6 438	5 271	5 368	7 210	*+101,0%*
Occitanie	3 085	3 039	2 826	2 866	3 047	3 397	4 099	4 540	5 026	6 628	*+114,8%*
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4 594	4 106	4 522	4 099	5 189	6 683	7 070	6 773	8 335	10 875	*+136,7%*
Pays de la Loire	2 595	2 662	2 908	3 053	3 465	3 856	4 176	4 083	4 154	4 633	*+78,5%*
Outre-Mer	749	599	551	235	915	568	1 769	1 714	1 158	2 337	*+212,0%*
Ensemble[1]	**171 357**	**164 974**	**168 330**	**178 100**	**175 024**	**184 995**	**186 037**	**181 669**	**192 450**	**208 994**	***+22,0%***

[1] Y compris Monaco et régions non-renseignées. Source : Audiens.

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	*évol. 17/08*
Auvergne-Rhône-Alpes	53,8	52,9	55,9	59,0	69,5	74,3	105,8	80,0	75,3	125,7	*+133,7%*
Bourgogne-Franche-Comté	6,5	6,3	6,9	6,9	8,4	9,0	21,2	9,5	8,4	22,0	*+239,5%*
Bretagne	13,5	12,8	13,7	13,9	14,1	13,9	27,7	15,1	16,5	33,3	*+147,4%*
Centre-Val de Loire	9,1	8,9	8,6	8,1	9,3	9,6	16,1	9,9	9,3	18,1	*+99,5%*
Corse	1,8	1,8	2,2	2,8	2,6	2,5	15,0	2,6	3,0	15,5	*+751,3%*
Grand-Est	38,2	40,7	41,7	42,8	52,7	50,6	80,3	53,2	51,1	85,0	*+122,6%*
Hauts-de-France	18,3	19,4	22,3	25,0	27,8	27,9	50,2	28,1	27,4	55,2	*+202,2%*
Ile-de-France	2 097,5	2 062,2	2 200,8	2 316,6	2 324,4	2 602,5	2 472,7	2 763,2	2 953,2	2 982,5	*+42,2%*
Normandie	7,7	7,4	7,9	7,3	11,0	12,1	23,4	11,6	10,2	26,2	*+241,5%*
Nouvelle-Aquitaine	29,1	28,0	32,7	32,5	42,5	41,3	71,7	43,8	45,8	85,8	*+194,4%*
Occitanie	21,8	23,1	24,3	22,7	24,0	26,0	48,7	33,1	37,1	78,3	*+259,5%*
Provence-Alpes-Côte d'Azur	29,5	30,3	31,6	32,6	40,5	45,2	66,7	48,4	51,0	82,9	*+181,2%*
Pays de la Loire	14,0	13,7	14,8	16,6	20,7	28,9	38,0	33,5	32,8	45,1	*+221,7%*
Outre-Mer	7,6	6,0	6,8	0,8	6,6	12,7	46,0	15,8	16,1	59,0	*+674,3%*
Ensemble[1]	**2 351,5**	**2 314,7**	**2 471,0**	**2 588,6**	**2 654,7**	**2 957,1**	**3 084,0**	**3 148,1**	**3 337,4**	**3 715,1**	***+58,0%***

[1] Y compris Monaco et régions non-renseignées. Source : Audiens.

les dossiers du CNC
n° 342 – mai 2020
bilan 2019

une publication du
Centre national du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail –
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

directeur de la publication
Dominique Boutonnat

direction des études, des statistiques
et de la prospective
tél : 01 44 34 38 26 – despro@cnc.fr

direction de la communication
tél. 01 44 34 38 83

comité éditorial et rédactionnel
Nicolas Besson, Benoît Danard, Sophie Daubard, Sophie Jardillier, Evelyne Laquit, Ariane Nouvet, Ivan Piccon, Cindy Pierron, Valentine Tucoulat, Jérôme Tyl, Danielle Sartori

conception graphique
c-album

impression
Stipa, Montreuil

Sauf mention particulière, toute reproduction partielle ou totale des informations diffusées dans cette publication du CNC est autorisée sous réserve d'indication de la source.

Dépôt légal à parution
Commission paritaire n°122- ADEP.
ISSN 1551-0358

Crédits

Couverture

Adults in the room de Costa Gavras © KG Productions – Wild Bunch – Elle Driver - France 2 Cinéma – Odeon SA

It Must be Heaven de Elia Suleiman © Rectangle productions, Nazira films, Pallas film, Possibles Media, Zeyno film

Papicha de Mounia Meddour ©Jour2Fête

Le Bazar de la Charité de Catherine Ramberg © TF1 / Quad Télévision

Au nom de la terre de Edouard Bergeron © Nord-Ouest Films

Les Misérables de Ladj Ly © SRAB Films - Rectangle Productions - Lyly films

Skam © France TV Slash / Gétévé

Les Sauvages de Sabri Louatah et Rebecca Zlotowski ©CPB FILMS, SCARLETT PRODUCTION, CANAL+

Vernon Subutex de Cathy Verney © 2019 JE FILMS / TETRA MEDIA FICTION / CANAL+

Greedfall © Spiders / Focus Home Interactive

Gloomy Eyes de Jorge Tereso et Fernando Maldonado © Atlas V, 3DAR, Arte, Ryot et HTC Vive

A Plague Tale © 2019 Asobo Studio. Focus Home Interactive

J'ai perdu mon corps de Jérémy Clapin ©Rezo Films / Xilam

Le Lac aux oies sauvages de Diao Yi'nan © Memento Films Distribution

Dieu existe, son nom est Petrunya de Teona Strugar Mitevska © Pyramide distribution

Les Hirondelles de Kaboul de Zabou Breitman et Eléa Gobbé-Mévellec © Les Armateurs / Memento Films Distribution

La Cordillère des songes de Patricio Guzman © Pyramide distribution

La Tête d'un homme ©TF1 droits audiovisuels – Restauré avec l'aide du CNC

Mémorable de Bruno Collet © Vivement Lundi !

Cinéma :

Au nom de la terre de Edouard Bergeron © Nord-Ouest Films

Les Misérables de Ladj Ly © SRAB Films - Rectangle Productions - Lyly films

Papicha de Mounia Meddour ©Jour2Fête

Portrait de la jeune fille en feu de Céline Sciamma © Pyramide Distribution, Lilies Films

Audiovisuel :

Le Bazar de la Charité de Catherine Ramberg © TF1 / Quad Télévision

Eden © Atlantique Productions / Arte

Vernon Subutex de Cathy Verney © 2019 JE FILMS / TETRA MEDIA FICTION / CANAL+

Les Sauvages de Sabri Louatah et Rebecca Zlotowski ©CPB FILMS, SCARLETT PRODUCTION, CANAL+

Skam © France TV Slash / Gétévé

Vidéo, jeu vidéo et industries techniques :

A Plague Tale © 2019 Asobo Studio. Focus Home Interactive

Greedfall © Spiders / Focus Home Interactive

J'ai perdu mon corps de Jérémy Clapin ©Rezo Films / Xilam

Gloomy Eyes de Jorge Tereso et Fernando Maldonado © Atlas V, 3DAR, Arte, Ryot et HTC Vive

International :

It Must be Heaven de Elia Suleiman © Rectangle productions, Nazira films, Pallas film, Possibles Media, Zeyno film

Le Lac aux oies sauvages de Diao Yi'nan © Memento Films Distribution

Adults in the room de Costa Gavras © KG Productions – Wild Bunch – Elle Driver - France 2 Cinéma – Odeon SA

Martin Eden de Pietro Marcello © Shellac

Le Traitre de Marco Bellocchio © © 2019 AD VITAM

Dieu existe, son nom est Petrunya de Teona Strugar Mitevska © Pyramide distribution

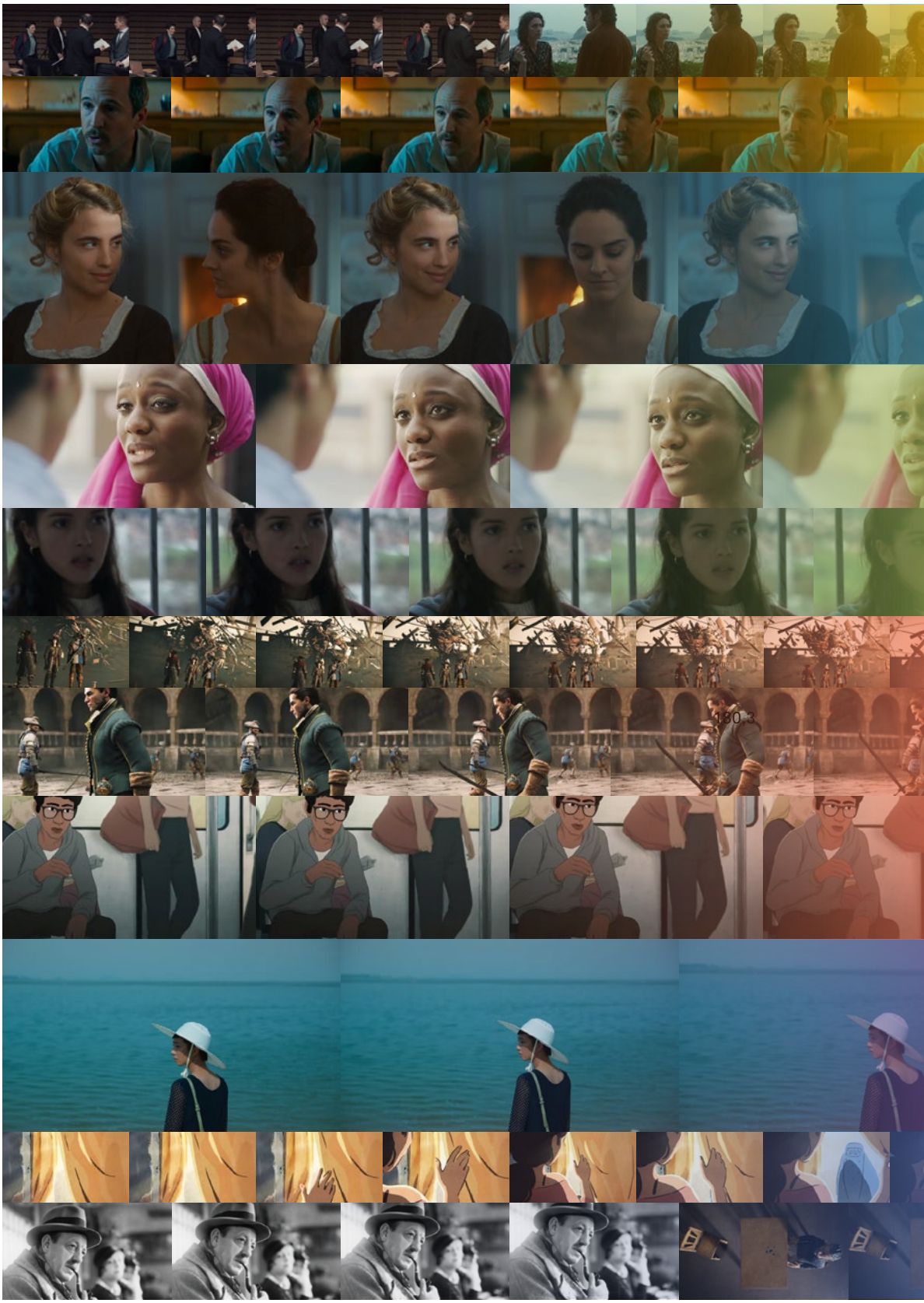
Le CNC :

La Cordillère des songes de Patricio Guzman © Pyramide distribution

M de Yolande Zauberman © New Story distribution

Les Hirondelles de Kaboul de Zabou Breitman et Eléa Gobbé-Mévellec © Les Armateurs / Memento Films Distribution

Mémorable de Bruno Collet © Vivement Lundi !


130.3