BILAN 2021

ÉDITORIAL 3

1. LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE 4

2. CINÉMA
2.1 La fréquentation des films en salles 13
2.2 La distribution 34
2.3 Le public du cinéma 48
2.4 L'exploitation 58
2.5 La production cinématographique 67

3. AUDIOVISUEL
3.1 L'audience de la télévision 84
3.2 Les films à la télévision 91
3.3 Les fictions à la télévision 101
3.4 La production audiovisuelle aidée 106
3.5 La télévision de rattrapage 116

4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES
4.1 Le marché de la vidéo 126
4.2 La vidéo à la demande (VàD payante) 129
4.3 DVD et Blu-ray 141
4.4 Le jeu vidéo 151
4.5 Les industries techniques 161

5. INTERNATIONAL
5.1 Le flux financier en provenance de l'étranger 172
5.2 L'exportation des programmes audiovisuels et du cinéma 175
5.3 Les films français en salles et en VàDA à l'étranger 183
5.4 Le cinéma dans le monde 188

6. ACTION PUBLIQUE
6.1 Les financements publics 203
6.2 L'égalité femmes / hommes 225
6.3 L'emploi 233

Éditorial

Après le choc du début de l'épidémie, il a fallu tenir le rythme tout au long d'une année 2021 marquée par de nombreux aléas qui, à chaque fois, ont rebattu les cartes. Mais grâce au soutien de l'Etat et à la confiance du Gouvernement, grâce aux efforts des équipes du CNC pour mettre en œuvre des mesures fortes et structurelles, le secteur n'a non seulement pas sombré mais s'est redressé vite et mieux que dans beaucoup d'autres pays.

Les mesures exceptionnelles de soutien à la filière sur la période 2020-2022 s'élèvent ainsi à 383 M€, dont le fonds de garantie pour les tournages, en plus des dispositifs transversaux de l'Etat dont il a aussi bénéficié (prêts garantis ou chômage partiel).

Bien évidemment, toutes les branches n'ont pas été touchées de la même manière. Si les tournages ont pu continuer grâce au fonds de garantie, la fréquentation des salles n'a pas retrouvé – loin de là – son niveau d'avant la crise dans un contexte où, jusqu'à la mi-mars 2022, des restrictions sanitaires ont pu peser sur l'envie du public de retourner au cinéma, fragilisant également les distributeurs indépendants. Malgré ce contexte très compliqué, la diversité du cinéma français a remporté de jolis succès : *Kaamelott*, *Bac Nord*, *Eiffel*, *Boîte noire*, *Illusions perdues*, *La Panthère des neiges*, *OSS 117 : Alerte rouge en Afrique noire* ou encore *The Father*. Et parmi le classement 2021 des 100 meilleures audiences à la télévision, on retrouve 48 fictions TV, toutes françaises, *HPI* à leur tête.

A l'inverse, la vidéo à la demande par abonnement a poursuivi sa dynamique. En moyenne, en 2021, près de 9 millions de Français y ont regardé au moins un programme chaque jour, soit 600 000 de plus qu'en 2020. *Lupin* a été le deuxième programme le plus regardé sur les plateformes, toutes nationalités confondues.

Autre constat, dans un marché en pleine croissance mondiale, 2021 a été une année record pour les tournages en France qui ont crû de 25 % en nombre de jours et réalisé +34 % de dépenses sur notre sol, dont +62 % pour les tournages internationaux (le dernier Ridley Scott tourné en Dordogne, ou encore la série *Emily in Paris*) par rapport à 2019.

Parallèlement, nous avons travaillé à un nouveau cadre réglementaire adapté aux changements structurels du secteur pour protéger l'indépendance de la création : la transposition des directives européennes « SMA » et « droits d'auteur », l'adoption du décret « SMAD » qui confère des obligations d'investissement aux plateformes, les décrets « TNT » et « câble-satellite » relatifs aux obligations des autres diffuseurs, l'accompagnement des négociations auteurs-producteurs sur les rémunérations et les pratiques contractuelles, ou encore la rénovation de la chronologie des médias…

En définitive, 2021 a été l'année où nous avons franchi une étape historique, à l'heure de nos 75 ans. Mais déjà nous nous tournons vers l'avenir et le renforcement de la filière à travers trois axes stratégiques : indépendance, international et jeunesse.

Le bilan 2021 nous invite à être attentif aux transformations majeures de notre secteur et nous rappelle également les forces de notre modèle qui se réinvente pour répondre aux enjeux culturels et économiques de notre temps.

Excellente lecture !

Dominique Boutonnat
Président du CNC

Dépenses des ménages en programmes audiovisuels en 2021 :

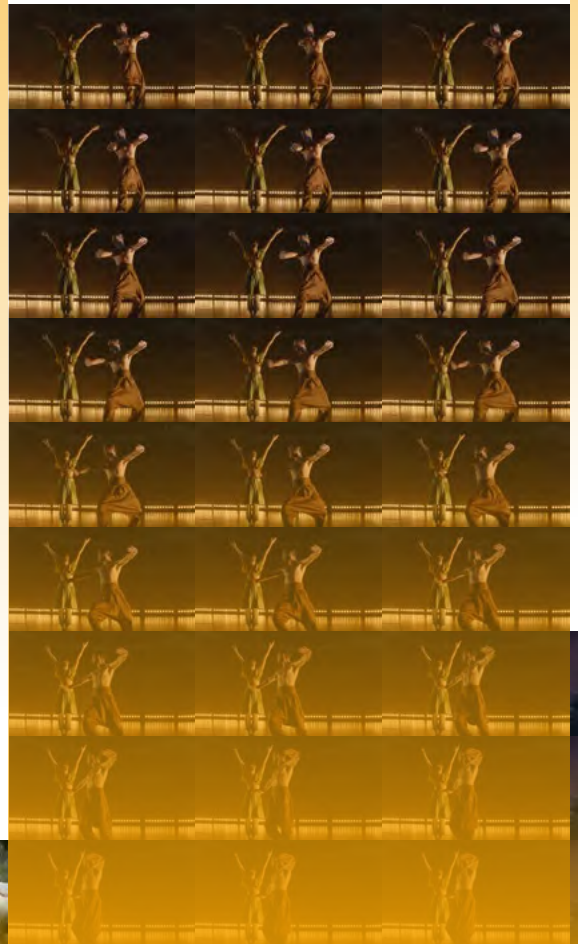
11,4 Md€

(+1,0 % par rapport à 2020)

dont :

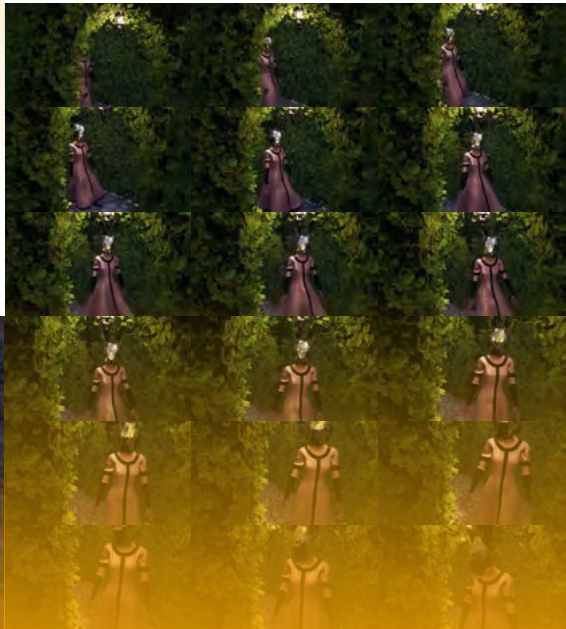
46,9 %

télévision



29,8 %

jeu vidéo



17,4 %

vidéo

5,9 %

cinéma

chapitre un

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels augmentent de 1,0 % à 11,4 Md€ en 2021

En 2021, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) augmentent de 1,0 % (+118,7 M€) par rapport à 2020 à 11,4 Md€ (toutes taxes comprises). Sur la même période, les dépenses totales de consommation des ménages progressent de 6,6 % selon l'INSEE. Les dépenses pour le cinéma en salles (+55,4 %) et pour la vidéo (+7,3 %) sont en hausse, les dépenses pour la télévision (+0,2 %) sont quasiment stables et les dépenses pour le jeu vidéo (-7,3 %) diminuent. L'année 2020 a été marquée par le début de l'épidémie de Covid-19, qui a eu des répercussions très importantes sur certains marchés, en particulier celui du cinéma. En 2021, les dépenses en programmes audiovisuels (-2,8 % par rapport à 2019), comme les dépenses totales de consommation (-0,5 % par rapport à 2019), ne retrouvent toutefois pas leur niveau d'avant-crise sanitaire.

En 2021, chaque foyer français (dont le nombre s'élève à 29,0 millions, contre 28,8 millions en 2020) dépense, en moyenne, 395 € en programmes audiovisuels (+0,4 % par rapport à 2020). En 2021, les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 185 € par foyer (-0,4 %), contre 117 € pour le jeu vidéo (-8,0 %), 69 € pour la vidéo (+6,6 %) et 23 € pour le cinéma (+54,3 %).

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

	2020[3]	2021
cinéma	**432,8**	**672,4**
télévision	**5 358,7**	**5 371,7**
abonnements TV	3 051,1	3 035,8
contribution audiovisuel public[2]	2 307,6	2 335,9
vidéo	**1 856,4**	**1 992,1**
vidéo à la demande	1 560,2	1 746,6
vidéo physique	296,2	245,5
jeu vidéo	**3 676,5**	**3 406,8**
jeu vidéo dématérialisé	3 000,3	2 801,4
jeu vidéo physique	676,2	605,4
total	**11 324,3**	**11 443,0**

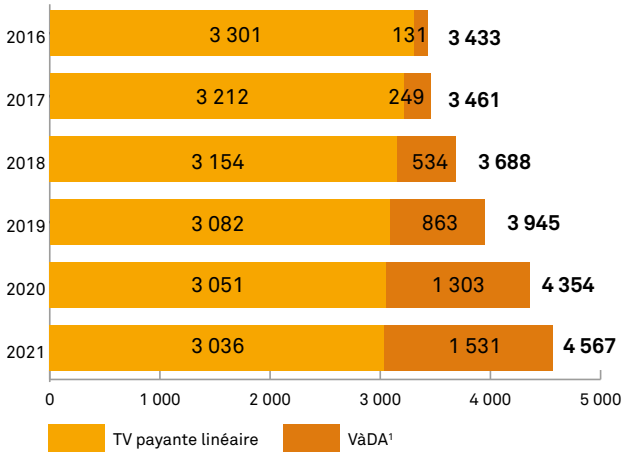
[1] Estimation hors matériel, dépenses toutes taxes comprises (TTC).
[2] Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur.
[3] Données mises à jour.
Source : CNC / AQOA, DGMIC, GfK, IDATE, SELL.

La télévision représente près de la moitié des dépenses totales

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 s'établit à 46,9 % en 2021 (47,3 % en 2020) dont 26,5 % pour les abonnements aux chaînes payantes (26,9 % en 2020) et 20,4 % pour la contribution à l'audiovisuel public (stable). La part des dépenses de jeu vidéo est en baisse à 29,8 % (32,5 % en 2020) dont 24,5 % pour le jeu vidéo dématérialisé (26,5 % en 2020) et 5,3 % pour le jeu vidéo physique (6,0 % en 2020). La part des dépenses de vidéo atteint 17,4 % (16,4 % en 2020) dont 15,3 % pour la vidéo à la demande (13,8 % en 2020) et 2,1 % pour la vidéo physique (2,6 % en 2020). La part des dépenses consacrées au cinéma s'élève à 5,9 % (3,8 % en 2020).

En 2021, les programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) représentent 39,7 % des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels (40,3 % en 2020).

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



[1] Vidéo à la demande par abonnement.
Source : CNC (données mises à jour).

Les dépenses pour le cinéma en salles remontent malgré la poursuite de la crise sanitaire

En raison de l'épidémie de Covid-19, les salles de cinéma sont restées fermées pendant 138 jours en 2021 (entre le 1er janvier et le 18 mai), contre 162 jours en 2020 (entre le 15 mars et le 21 juin, puis entre le 30 octobre et le 31 décembre). Plusieurs autres mesures de restriction ont également affecté les salles de cinéma au cours de l'année : jauge, couvre-feu, passe sanitaire. En 2021, la consommation cinématographique des foyers français augmente de 55,4 % par rapport à 2020 à 672,4 M€. Elle demeure cependant très en-deçà de son niveau d'avant-crise (1 448,7 M€ en 2019). En 2021, le nombre d'entrées en salles s'établit à 95,5 millions (+46,3 % par rapport à 2020) et le prix moyen de la place de cinéma s'élève à 7,04 € (+6,2 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent en moyenne à 3,3 entrées par foyer en 2021, contre 2,3 entrées en 2020.

Les dépenses pour la télévision linéaire se stabilisent

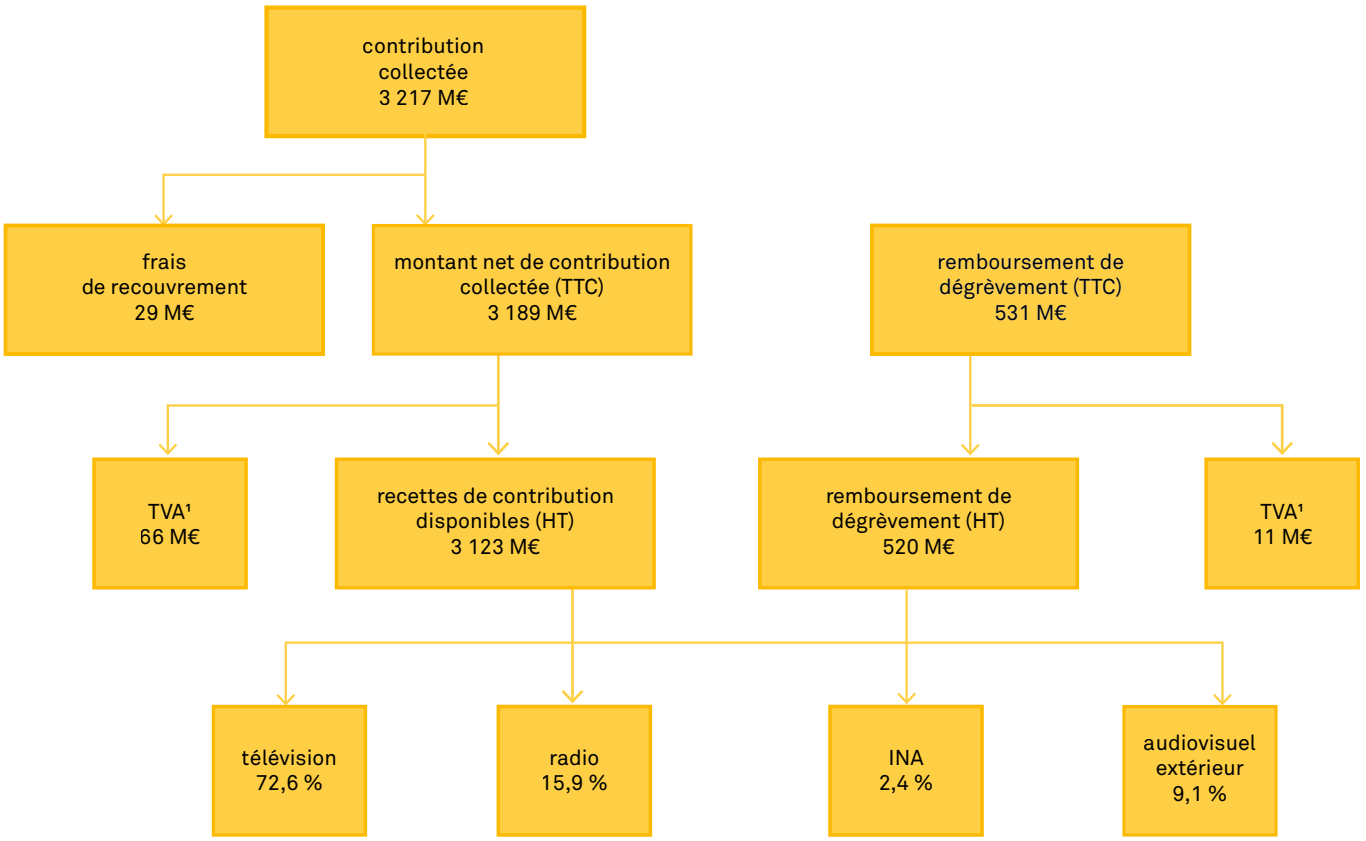
En 2021, les dépenses des ménages consacrées à la télévision (télévision publique et télévision payante) atteignent 5 371,7 M€ (+0,2 % par rapport à 2020).

En 2021, les dépenses directes des ménages consacrées à la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur) augmentent de 1,2 % par rapport à 2020, à 2 335,9 M€.

En 2021, le montant total de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public destinée à l'ensemble des services audiovisuels publics (télévision, radio, INA, audiovisuel extérieur) est en hausse de 1,7 % à 3 217,4 M€.Les télévisions publiques nationales bénéficient de 72,6 % des ressources nettes issues de la contribution à l'audiovisuel public (72,9 % en 2020). 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 par le gouvernement et, enfin, de la répartition de la contribution entre les différents acteurs de l'audiovisuel public.

En 2021, les dépenses des ménages en matière de télévision payante linéaire s'établissent à 3 035,8 M€ (-0,5 % par rapport à 2020). 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 4,9 % à 4 566,7 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 2021, les revenus des services haut débit sur réseaux fixes (internet, télévision, téléphone) augmentent de 3,6 % par rapport à 2020 à 12,6 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 5,2 % sur un an à 22,9 millions.

La contribution à l'audiovisuel public en 2021



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

Les dépenses pour la vidéo augmentent alors que les dépenses pour le jeu vidéo diminuent

En 2021, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) est en hausse de 7,3 % par rapport à 2020 à 1 992,1 M€. Le marché de la vidéo à la demande continue à se développer (+11,9 % à 1 746,6 M€), porté par la croissance des services par abonnement. Le marché de la vidéo physique poursuit au contraire son recul (-17,2 % à 245,5 M€), notamment en raison de la réduction de l'offre de nouveautés, en lien avec la fermeture des salles de cinéma.

En 2021, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) diminuent de 7,3 % par rapport à 2020 à 3 406,8 M€. Le recul des dépenses concerne le jeu vidéo dématérialisé (-6,6 % à 2 801,4 M€) et le jeu vidéo physique (-10,5 % à 605,4 M€). Ces évolutions s'expliquent d'une part par la progression de la consommation qui avait été enregistrée conjoncturellement lors des confinements en 2020 et d'autre part par des sorties de jeux décalées (de 2021 à 2022-2023).

L'équipement audiovisuel des Français

93,0 % des Français sont équipés d'un téléviseur, 85,6 % d'un ordiphone, 76,2 % d'un ordinateur et 43,6 % d'une tablette

En 2021, chaque foyer est équipé en moyenne de 6 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et ordiphones). En 2021, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 93,0 % (-0,2 point par rapport à 2020) selon GfK. En 2021, les ventes de téléviseurs en France diminuent de 15,8 % par rapport à 2020 à 4,2 millions d'unités. Elles atteignent ainsi leur plus bas niveau des quinze dernières années. En 2021, 44,1 % des foyers français sont équipés d'un écran ultra haute définition (UHD), contre 36,2 % en 2020.

45,5 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet en 2021.

En 2021, 45,5 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet, soit une progression de 6,6 points en un an. Par ailleurs, près d'un foyer sur six est équipé d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT) dont les ventes sont en hausse de 2,4 % par rapport à 2020.

Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis 2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Au deuxième trimestre 2021, 61,4 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+2,2 points par rapport au deuxième trimestre 2020) selon l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), 46,3 % par le réseau hertzien (-2,6 points) et 17,1 % par le satellite (-2,8 points). La réception hertzienne concerne depuis 2019 moins de la moitié des foyers équipés d'un téléviseur.

La part des foyers équipés d'un lecteur de DVD a diminué de moitié au cours des dix dernières années

En 2021, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec moins d'un demi-million d'unités vendues tous produits confondus, il diminue de 18,3 % par rapport à 2020. Les ventes de lecteurs de DVD sont en baisse de 19,1 % à 0,2 million d'unités, les ventes de lecteurs de Blu-ray reculent de 15,1 % à moins de 0,2 million d'unités et les ventes de lecteurs de vidéos portables sont en baisse de 25,3 % à moins de 0,1 million d'unités. En 2021, le taux d'équipement des foyers français s'établit à 40,1 % pour les lecteurs de DVD (-5,5 points par rapport à 2020) et à 24,6 % pour les lecteurs de Blu-ray (-0,9 point).

En parallèle, la part des foyers équipés en cinéma à domicile est en baisse pour la neuvième année consécutive (6,0 % en 2021).

Près d'un foyer sur six est équipé d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT) en 2021.

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

En 2021, 85,6 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un ordiphone (+0,9 point par rapport à 2020) et 10,8 % possèdent un ordiphone 5G (+9,1 points). En 2021, le volume des ventes d'ordiphones est en baisse pour la sixième année consécutive. L'ordiphone demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (15,7 millions d'unités vendues en 2021, contre 16,1 millions en 2020). 5,7 millions de téléphones compatibles avec la 5G, dont le lancement commercial est intervenu fin 2020, ont été vendus dans l'année (1,2 million en 2020). Les tablettes équipent 43,6 % des foyers français en 2021, contre 44,2 % en 2020. Les ventes de tablettes sont à leur plus bas niveau depuis 2011 à 2,1 millions d'unités en 2021 (-13,6 % par rapport à 2020).

Le taux d'équipement en console de jeux de salon atteint le seuil de 50 % des foyers en 2021.

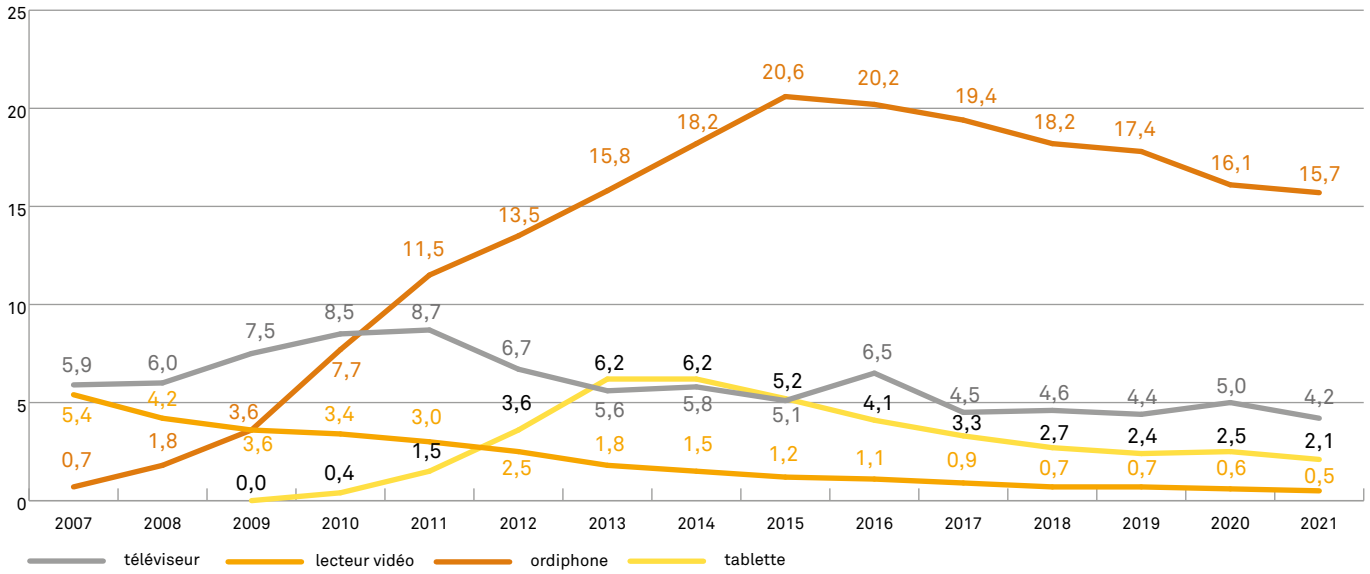
En parallèle, le taux d'équipement des foyers français en ordinateur s'élève à 76,2 % (+0,2 point par rapport à 2020) malgré un volume de ventes en baisse de 13,1 % à 3,4 millions d'unités. Et le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) atteint 53,1 % (+0,1 point) dont 50,0 % pour les consoles de salon (+0,5 point) et 23,8 % pour les consoles portables (-0,4 point). En 2021, le volume des ventes de consoles de jeux (tous types confondus) est stable par rapport à 2020 à 2,3 millions d'unités.

Equipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
téléviseur	26,6	26,6	26,6	26,8	27,0	94,1	94,0	93,6	93,2	93,0
téléviseur connectable	7,6	8,5	9,4	11,2	13,2	27,0	30,0	33,1	38,9	45,5
lecteur de DVD[1]	18,3	17,3	14,8	13,1	11,6	65,0	61,1	51,9	45,6	40,1
lecteur de Blu-ray[1]	8,1	8,2	7,7	7,3	7,1	28,8	29,0	27,0	25,5	24,6
cinéma à domicile	3,5	3,1	2,8	2,3	1,7	12,5	11,1	9,7	8,0	6,0
ordinateur	21,5	21,5	21,6	21,9	22,1	76,2	76,0	75,8	76,0	76,2
console de jeux	14,8	15,0	15,0	15,3	15,4	52,4	52,9	52,8	53,0	53,1
tablette	12,6	12,7	12,6	12,7	12,6	44,5	45,0	44,3	44,2	43,6
ordiphone[2]	44,1	46,7	47,8	48,8	49,6	77,8	81,9	83,5	84,7	85,6

[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

La durée d'écoute de la télévision demeure supérieure au temps passé sur internet

Le nombre d'internautes progresse. En 2021, 84,7 % des Français âgés de 2 ans et plus utilisent internet selon Médiamétrie (84,4 % en 2020).

Le temps passé quotidiennement sur internet sur ordinateur, tablette et téléphone atteint un record. En 2021, il s'établit à 2h26 chez les individus âgés de 2 ans et plus (+1 % par rapport à 2020) et à 3h53 chez les 15-24 ans (-12 % par rapport à 2020 et +4 % par rapport à 2019).

Le téléphone mobile constitue depuis 2019 la majorité de la consommation d'internet. En 2021, le téléphone mobile représente 67 % du temps passé sur internet par l'ensemble du public, contre 66 % en 2020, 64 % en 2019 et 48 % en 2018.

Le mobile représente les deux tiers du temps passé sur internet en 2021.

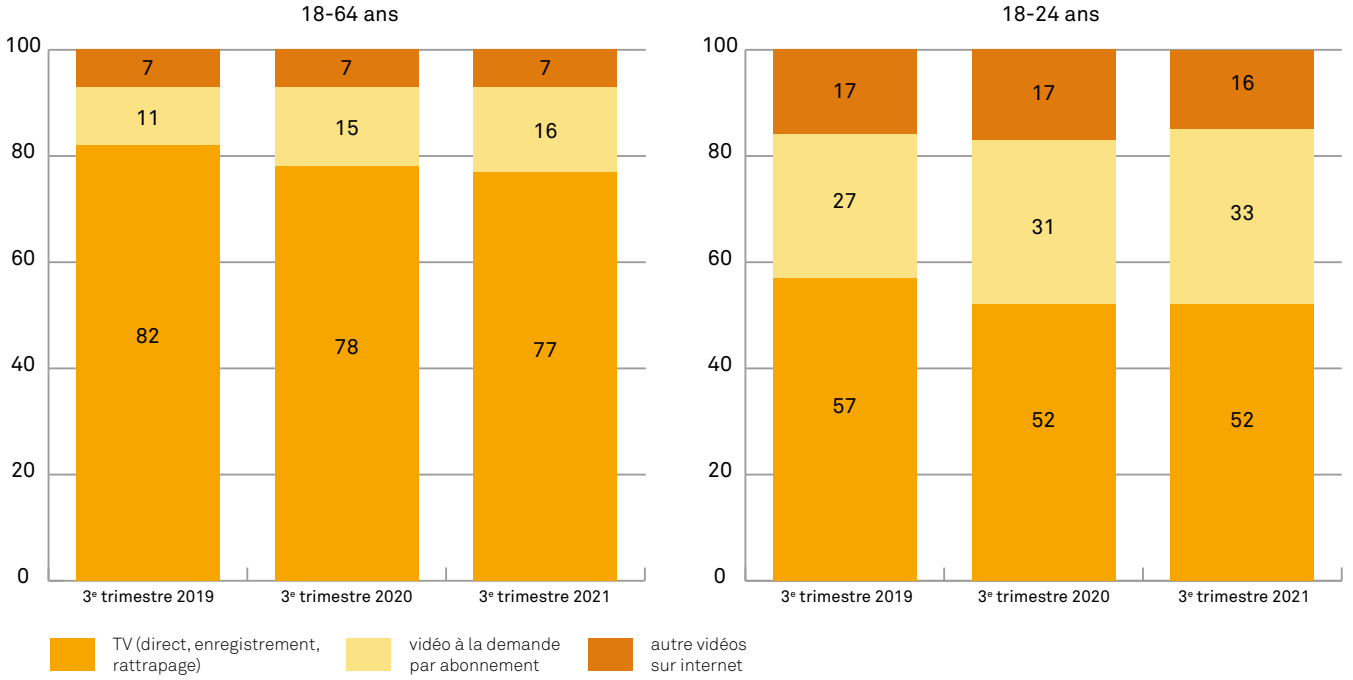
La durée d'écoute quotidienne de la télévision (-7 % par rapport à 2020 à 3h41) demeure largement supérieure au temps passé sur internet (tous usages confondus) pour l'ensemble du public. Chez les 15-24 ans, internet devance au contraire la télévision (1h05, -18 % par rapport à 2020).

La consommation à la demande constitue près des trois quarts de la consommation vidéo des 18-24 ans

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 77 % de la durée d'écoute totale de vidéo des 18-64 ans en France, contre 16 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et 7 % pour les autres vidéos sur internet au troisième trimestre 2021 selon Ampere Analysis. Pour les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 52 %, contre 33 % pour la VàDA et 16 % pour les autres vidéos sur internet. La part du temps passé sur les services de VàDA est toutefois en progression par rapport au troisième trimestre 2020 pour les 18-64 ans et les 18-24 ans. Au troisième trimestre 2021, la consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 47 % de la consommation vidéo des 18-64 ans (+3 points en un an) et 74 % de celle des 18-24 ans (stable).

La VàDA représente un tiers de la consommation vidéo des 18-24 ans.

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



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

Remarques méthodologiques

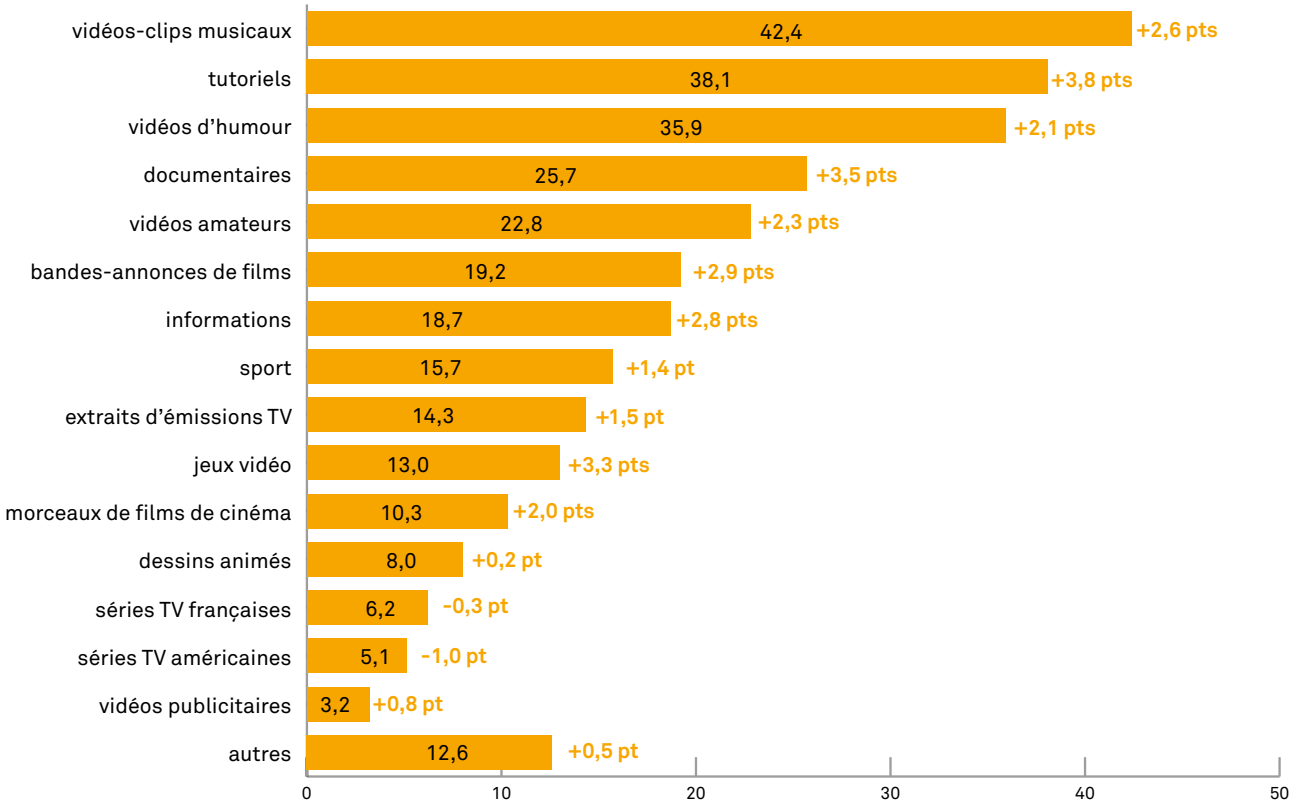
Le CNC a mis en place un suivi régulier des usages des sites de partage de vidéos sur internet, via un sondage en ligne réalisé par la société Vertigo auprès de 1 000 personnes âgées de 15 ans et plus par mois (1 200 personnes âgées de 3 ans et plus par mois à partir de juin 2020).

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 par abonnement). En 2021, 58,6 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà regardé des vidéos sur ce type de sites (-3,5 points par rapport à 2020). Cette proportion s'établit à 72,2 % pour les 3-14 ans (tranche d'âge intégrée à l'enquête en juin 2020), 81,6 % pour les 15-24 ans (-5,2 points), 75,2 % pour les 25-34 ans (-4,6 points), 64,2 % pour les 35-49 ans (-1,9 point) et 44,0 % pour les 50 ans et plus (-2,6 points). Pour le public âgé de 15 ans et plus, les vidéo-clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage : 42,4 % des utilisateurs de ces sites déclarent regarder ce type de contenus. Les tutoriels se placent en deuxième position (38,1 %), devant les vidéos d'humour (35,9 %). Les tutoriels enregistrent la plus forte progression (+3,8 points), devant les documentaires (+3,5 points) et les jeux vidéo (+3,3 points). Pour le public de 3-14 ans, les dessins animés arrivent en première position, devant les vidéo-clips musicaux et les vidéos d'humour.

Les dessins animés sont le premier genre de programmes regardés par les 3-14 ans sur les sites de partage de vidéo.

Genres de programmes regardés sur les sites de partage de vidéo sur internet en 2021 (% des utilisateurs, évolution en points par rapport à 2020)



Source : Vertigo (15 ans et plus).

chapitre deux

CINÉMA

En 2021 :

95,5 millions d'entrées*

(+46,3 % par rapport à 2020) dont :

40,3 millions d'entrées
pour les films américains
(+52,1 % par rapport à 2020),
soit une part de marché de 43,0 %

38,0 millions d'entrées
pour les films français
(+32,6 % par rapport à 2020),
soit une part de marché de 40,6 %

15,4 millions d'entrées
pour les films d'autres nationalités
(+78,6 % par rapport à 2020),
soit une part de marché de 16,4 %

* long métrage + court métrage + hors film

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.

Deuxième plus bas niveau d'entrées depuis 1917

Avec 95,5 millions de billets vendus en 2021 en France métropolitaine, les entrées payantes en salles progressent de 46,3 % par rapport à 2020. L'année 2021 a été marquée par la crise sanitaire entraînant la fermeture des lieux culturels, et donc des cinémas, pendant 138 jours en 2021, contre 162 jours en 2020 (-14,8 %). La réouverture le 19 mai 2021 a été accompagnée de plusieurs couvre-feux consécutifs, commençant à 21 heures jusqu'au 9 juin, puis à 23 heures jusqu'au 30 juin et enfin une levée des restrictions horaires le 1er juillet. Le 21 juillet, la mise en place du passe sanitaire affecte également le marché.

En 2021, la fréquentation des salles de cinéma en France est toujours la plus élevée de l'Union Européenne. Avec un nombre d'entrées en hausse de 46,3 %, la France est un des pays européens dont la fréquentation progresse le plus nettement, derrière notamment le Royaume-Uni (+68,3 %) et l'Espagne (+53,5 %). La fréquentation connaît une hausse moins significative en Allemagne (+10,4 %), tandis qu'elle est de nouveau en baisse en Italie (-12,2 %).

95,5 millions d'entrées en 2021 (+46,3 % par rapport à 2020).

Depuis le 1er janvier 2017, les cinémas des départements et régions d'Outre-mer sont soumis à la TSA et doivent déclarer leur fréquentation au CNC. En 2021, les 20 cinémas ayant communiqué leurs entrées cumulent 1,0 million d'entrées (-12,3 % par rapport à 2020). Il convient de rappeler que la situation sanitaire a été plus difficile dans les départements et régions d'Outre-mer et qu'ils ont fait face à des contraintes différentes de celles en vigueur en France métropolitaine.

Des recettes en hausse mais deux fois moins élevées qu'avant crise

En 2021, la recette aux guichets des salles de cinéma atteint 672,4 M€ (+55,4 %), soit 239,6 M€ de plus qu'en 2020 mais deux fois moins élevée que la moyenne observée entre 2012 et 2019 (1 347,1 M€ en moyenne par an). La recette hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 564,8 M€ en 2021.

Une recette moyenne par entrée à 7,04 €

En 2021, la hausse des recettes est supérieure à celle des entrées. Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes augmente de 6,2 % par rapport à 2020 pour s'établir à 7,04 € TTC en 2021. La RME hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 5,92 € en 2021, contre 5,57 € en 2020.

La hausse de la RME concerne tous les films ; elle est plus importante pour les films français (+6,9 %) et les films européens non français (+6,5 %) que pour les films américains (+4,9 %) et les films d'autres nationalités (+4,0 %). Toutefois, la RME est supérieure à 7,00 € pour les films européens non français (7,40 €) et les films américains (7,34 €), soit une différence de plus de 0,50 € avec les films français (6,74 €) et de près de 1,00 € avec les films d'autres nationalités (6,47 €).

La recette moyenne par entrée s'élève à 7,04 € TTC (+6,2 % par rapport à 2020).

5 millions de séances

En 2021, la programmation cinématographique est plus dense qu'en 2020 mais reste très en-dessous des niveaux observés avant la crise sanitaire, en raison de la fermeture des salles et des différents couvre-feux. 5,0 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma en 2021, soit +19,2 % par rapport à 2020, -41,2 % par rapport à 2019 et -36,0 % par rapport à la moyenne annuelle 2012-2019.

98 % des entrées générées par le long métrage

En 2021, les longs métrages cinématographiques occupent 98,3 % des séances. Ils génèrent 93,7 millions d'entrées (+46,9 % par rapport à 2020) et 663,7 M€ de recettes (+56,5 %), soit 98,1 % des entrées et 98,7 % des recettes totales. En 2021, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage s'élève à 7,09 € (6,65 € en 2020).

0,3 % des recettes générées par le hors film

A l'échelle nationale, le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, évènements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,1 % des séances, 0,1 % des entrées et 0,3 % des recettes totales en 2021. A noter que le hors film a particulièrement souffert de la crise sanitaire, la fermeture des lieux de spectacles ayant été nettement plus longue en 2020 et 2021 que pour les salles de cinéma et nombre de spectacles et d'évènements ayant été annulés ces deux dernières années. Le genre représente 0,1 million d'entrées en 2021 (-49,4 % par rapport à 2020), tandis que les recettes correspondantes s'élèvent à 2,0 M€ (-53,1 %). La recette moyenne TTC par entrée du hors film est de 14,71 € en 2021 (15,87 € en 2020). En 2021, les trois meilleures performances sont réalisées par : *le Malade imaginaire* (captation d'une représentation de la Comédie Française - 32 800 entrées), *Petit ours brun, le spectacle* (captation d'un spectacle pour enfants - 11 100 entrées) et *Casse-noisette* (captation d'un spectacle du Bolchoï de Moscou - 10 100 entrées). À noter que le premier programme hors film de 2020, *les Fourberies de Scapin*, enregistrait 36 700 entrées.

1,5 % des séances consacrées au court métrage

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,5 % des séances et cumulent 1,7 million d'entrées (+34,6 % par rapport à 2020) et 6,7 M€ de recettes (+46,6 %). La recette moyenne TTC par entrée des programmes de courts métrages est de 4,05 € en 2021 (3,72 € en 2020).

Une part de marché des films français en recul à 40,6 % (-4,4 points par rapport à 2020).

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
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	213,2	209,4	1 448,7	1 422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,3	63,8	432,8	424,0	6,63	6,65	4,2	4,2
2021	95,5	93,7	672,4	663,7	7,04	7,09	5,0	5,0

[1] Données provisoire pour 2021.
[2] Recettes toutes taxes comprises (TTC).
[3] Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.
Source : CNC

Recul de la part de marché des films français

La crise sanitaire a eu un impact particulièrement négatif sur la fréquentation cinématographique. Dans ce contexte difficile, la hausse de la fréquentation a été plus limitée pour les films français : +32,6 % à 38,0 millions d'entrées en 2021. La part de marché du cinéma français recule à 40,6 % (45,0 % en 2020), mais reste à un niveau élevé au regard de la décennie (38,8 % en moyenne chaque année entre 2012 et 2021). En 2020, la crise sanitaire et la fermeture des salles sans visibilité de réouverture avaient entraîné une sous-représentation des films américains dans l'offre, les distributeurs ayant préféré reporter leur sortie. En 2021, les films à fort potentiel sont revenus en force.

Un niveau d'entrées pour les films américains plus de deux fois moins élevé que celui d'avant crise

Les films américains enregistrent 40,3 millions d'entrées (+52,1 % par rapport à 2020), résultat le plus bas enregistré depuis 1974 (38,2 millions d'entrées), après 2020 (26,5 millions). Le niveau observé en 2021 est toutefois 2,5 fois moins élevé que la moyenne annuelle 2012-2019 (99,6 millions d'entrées en moyenne chaque année). La part de marché du cinéma américain s'établit à 43,0 % en 2021 (+1,5 point par rapport à 2020), niveau très inférieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (47,8 %).

Explosion de la fréquentation des films européens non français

Les entrées des films européens non français progressent de 121,0 % en 2021 par rapport à 2020 pour s'établir à 13,1 millions. Leur part de marché augmente de 4,7 points à 14,0 %. La hausse résulte de la performance des films britanniques (+161,0 %, soit +7,2 millions), notamment grâce à la sortie en salles de *Mourir peut attendre*, deuxième film au classement de l'année.

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains diminuent de 15,6 % par rapport à 2020 à 2,3 millions d'entrées en 2021, soit une part de marché de 2,4 % (4,2 % en 2020). Il s'agit du plus bas niveau depuis 1998 (1,4 million d'entrées). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées en 2021 est le film d'animation japonais *Demon Slayer* (717 000 entrées).

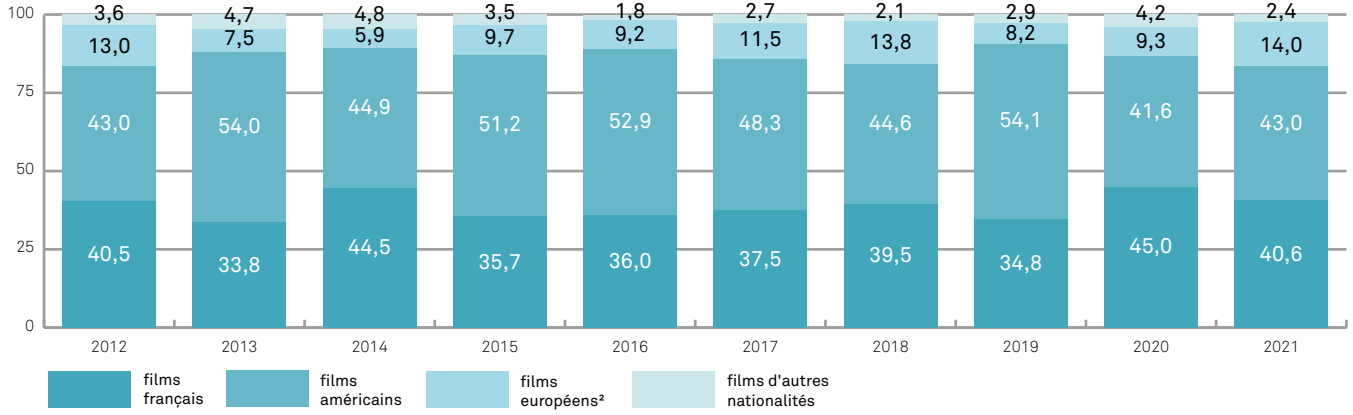
Demon Slayer, 1er film non européen et non américain en termes d'entrées en 2021.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	**81,4**	**64,6**	**91,4**	**72,1**	**75,6**	**77,1**	**77,8**	**72,8**	**28,7**	**38,0**
100% français	56,2	43,2	63,5	45,3	48,7	58,9	63,3	52,0	19,9	28,5
majoritaires français	19,4	17,7	23,3	21,5	19,2	14,7	9,4	16,7	6,8	7,7
minoritaires français	5,8	3,7	4,6	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	1,8
films américains	**86,4**	**103,2**	**92,3**	**103,5**	**111,0**	**99,4**	**88,0**	**113,2**	**26,5**	**40,3**
films européens [2]	**26,1**	**14,3**	**12,1**	**19,6**	**19,3**	**23,7**	**27,2**	**17,2**	**5,9**	**13,1**
allemands	0,9	1,8	2,0	2,9	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	0,8
britanniques	20,8	8,4	6,6	14,5	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	10,1
espagnols	1,2	1,4	0,3	0,6	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	0,6
italiens	0,8	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1
films d'autres nationalités	**7,2**	**8,9**	**9,9**	**7,0**	**3,9**	**5,6**	**4,2**	**6,2**	**2,7**	**2,3**
total	**201,1**	**191,1**	**205,7**	**202,2**	**209,7**	**205,9**	**197,2**	**209,4**	**63,8**	**93,7**

[1] Données provisoire pour 2021.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

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



[1] Données provisoires pour 2021.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Forte hausse des recettes des films européens non français

En 2021, les films français réalisent 256,0 M€ de recettes guichets (+41,7 % par rapport à 2020), les films américains 296,1 M€ (+59,7 %), les films européens non français 97,0 M€ (+135,4 %) et les films d'autres nationalités 14,6 M€ (-12,2 %).

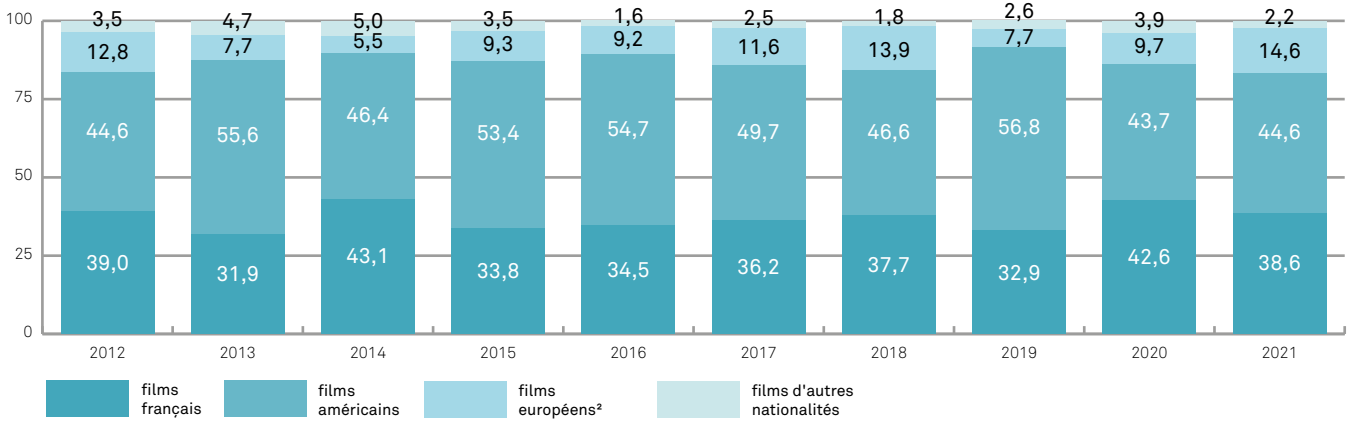
Les films français captent 38,6 % des recettes et 40,6 % des entrées des films de long métrage en 2021. La part de marché du cinéma américain s'établit à 44,6 % des recettes et 43,0 % des entrées en 2021. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées implique une recette moyenne par entrée plus élevée pour les films américains (7,34 € en 2021) que pour les films français (6,74 €). Sur les dix dernières années, cet écart se situe entre 0,42 € (2017) et 0,72 € (2019) et est souvent corrélé à l'offre de films en 3D (séance où le prix du billet est plus élevé) au sein de laquelle les films américains sont plus nombreux. En 2021, l'écart s'établit à 0,61 €.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	502,6	393,3	564,0	442,9	471,4	491,9	493,5	467,7	180,7	256,0
films américains	575,4	685,8	606,9	699,0	747,9	675,2	611,0	808,5	185,4	296,1
films européens[2]	165,3	95,4	71,5	122,4	125,9	157,5	182,1	108,9	41,2	97,0
autres films	45,4	58,2	65,0	45,4	21,2	33,3	24,0	37,6	16,6	14,6
total	1 288,8	1 232,7	1 307,4	1 309,7	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 422,7	424,0	663,7

[1] Données provisoires pour 2021.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

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



[1] Données provisoires pour 2021.
[2] Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Plus de 6 000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France reste particulièrement riche malgré la pandémie avec 6 191 films projetés en 2021 (+7,8 %), contre 5 743 en 2020 et 8 210 en 2019. 455 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2021 (365 en 2020 et 746 en 2019), soit +24,7 %. Ils concentrent 93,2 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année (82,0 % en 2020 et 91,5 % en 2019). Il s'agit du plus haut niveau depuis 2011 (93,5 %).

Neuf films inédits exploités en 3D

En 2021, neuf films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (sept en 2020). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 6,2 % des entrées (1,14 million d'entrées) et 11,4 % des recettes (16,51 M€) des films concernés. En 2020, les projections en 3D assuraient 2,3 % des entrées (61 400 entrées) et 4,1 % des recettes totales (0,73 M€) des sept films inédits sortis intégralement ou partiellement en 3D.

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
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	89,3	6,5	4,1	100,0
2019	91,5	5,0	3,6	100,0
2020	82,0	12,9	5,1	100,0
2021	93,2	3,0	3,7	100,0

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage.
Source : CNC.

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

La concentration des entrées sur quelques titres progresse de manière continue depuis 2016. En 2021, les 30 films les plus performants totalisent 55,9 % des entrées annuelles (51,2 % en 2020), soit un niveau largement supérieur à la moyenne constatée sur les dix dernières années (45,6 %).
En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants progresse très nettement en 2021 par rapport à 2020 et atteint un niveau très supérieur à la moyenne des dix dernières années. Les 10 films français les plus performants génèrent 43,5 % des entrées totales des films français de long métrage en 2021, contre 33,2 % en 2020 et 36,9 % en moyenne sur la période 2012-2021.

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

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
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	45,4	57,0	73,2
2019	26,1	37,7	46,6	58,9	76,3
2020	25,9	40,1	51,2	64,1	81,2
2021	28,9	45,1	55,9	67,9	83,6

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Six films cumulent plus de 2 millions d'entrées

25 films dépassent le seuil du million d'entrées en 2021, contre 13 en 2020 et 50 par an en moyenne sur les trois années avant crise. C'est le deuxième plus bas niveau depuis 1992 (première année des statistiques en termes de tranche d'entrées) derrière 2020. Six titres réalisent plus de deux millions d'entrées en 2021 (3 en 2020 et 23 par an en moyenne entre 2017 et 2019). Un film cumule plus de quatre millions d'entrées, *Spider-Man: No Way Home*.
10 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2021, contre 4 en 2020 (15 par an en moyenne sur la période 2017-2019). Deux films français franchissent le seuil des deux millions d'entrées. Le premier film français en termes d'entrées est *Kaamelott - Premier Volet* (2,66 millions).
Parallèlement, 13 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées en 2021 (8 en 2020 et 30 par an en moyenne sur les trois années avant crise) dont trois dépassent le seuil des deux millions et un celui des quatre millions.
En 2021, deux films européens non français franchissent le seuil du million d'entrées, un en 2020. Le premier film du classement 2021 est un titre britannique, *Mourir peut attendre* (4,00 millions d'entrées).
Un titre non européen et non américain réalise plus de 500 000 entrées en 2021 (aucun en 2020). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est 32e, *Demon Slayer* (717 000 entrées).

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					
2017	4	24	56	94	252
2018	5	22	42	97	256
2019	7	22	51	100	249
2020	-	3	13	33	118
2021	1	6	25	43	135
films français					
2017	2	5	18	36	125
2018	3	7	11	38	127
2019	1	3	17	39	122
2020	-	-	4	14	63
2021	-	2	10	13	72
films américains					
2017	2	17	32	47	92
2018	2	12	27	48	86
2019	6	19	32	52	94
2020	-	2	8	17	36
2021	1	3	13	23	42

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Kaamelott - Premier Volet, 1er film français en termes d'entrées et 4e au classement général en 2021.

Un film américain à la première place du classement des films

En 2021, la première place du box-office est occupée par le film d'aventures américain, *Spider-Man: No Way Home*, avec 4,58 millions d'entrées. Le film d'aventures britannique, *Mourir peut attendre*, prend la deuxième place du classement 2021, avec 4,00 millions d'entrées. Le film de science-fiction américain, *Dune*, occupe la troisième place avec 3,18 millions d'entrées.

En 2021, les trois films les plus performants cumulent 11,76 millions d'entrées, soit 12,6 % du total annuel réalisé par les films de long métrage. En 2020, les trois films ayant réalisé le plus d'entrées cumulaient 11,0 % de la fréquentation annuelle des films de long métrage.

Parmi les 25 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2021, figurent huit films exploités partiellement ou intégralement en 3D et deux films recommandés Art et Essai (*Dune* et *Adieu les cons*, comédie française).

Trois films à plus de trois millions d'entrées depuis janvier 2020

Depuis janvier 2020, trois films ont réalisé plus de trois millions d'entrées : *Spider-Man: No Way Home*, *Mourir peut attendre* et *Dune*, seul film recommandé Art et Essai dépassant le seuil des trois millions d'entrées sur ces deux dernières années. *Spider-Man: No Way Home* et *Dune* ont été également proposés en 3D.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2020 et décembre 2021

	titre	nationalité[1]	sortie	entrées[2] (millions)
1	*Spider-Man: No Way Home*	US	15/12/21	4,58
2	*Mourir peut attendre*	GB	06/10/21	4,00
3	*Dune*	US	15/09/21	3,18

[1] GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.
[2] Arrêtées au 28 décembre 2021.
Source : CNC.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2021

rang	titre	nationalité[1]	sortie	entrées[2] (millions)
1	*Spider-Man: No Way Home*	US	15/12/21	4,58
2	*Mourir peut attendre*	GB	06/10/21	4,00
3	*Dune*	US	15/09/21	3,18
4	*Kaamelott - Premier Volet*	FR	21/07/21	2,66
5	*Bac Nord*	FR	18/08/21	2,21
6	*Encanto, la fantastique famille Madrigal*	US	24/11/21	2,21
7	*Fast & Furious 9*	GB	14/07/21	1,99
8	*Les Tuche 4*	FR	08/12/21	1,94
9	*Conjuring 3: sous l'emprise du diable*	US	09/06/21	1,89
10	*Les Eternels*	US	03/11/21	1,71
11	*Black Widow*	US	07/07/21	1,68
12	*Venom: Let There Be Carnage*	US	20/10/21	1,62
13	*Oss 117 - Alerte Rouge En Afrique Noire*	FR	04/08/21	1,62
14	*Les Bodin's au pays du sourire*	FR	17/11/21	1,50
15	*Eiffel*	FR/DE	13/10/21	1,49
16	*La Pat'patrouille - le film*	US	11/08/21	1,47
17	*Cruella*	US	23/06/21	1,43
18	*Shang-Chi et la légende des dix anneaux*	US	01/09/21	1,38
19	*Adieu les cons*	FR	21/10/20	1,29
20	*Aline*	FR/CA	10/11/21	1,28
21	*Boite noire*	FR	08/09/21	1,18
22	*Le Loup et le Lion*	FR/CA	13/10/21	1,17
23	*Tous en scène 2*	US	22/12/21	1,17
24	*Les Croods 2, une nouvelle ère*	US	07/07/21	1,13
25	*Baby Boss 2 une affaire de famille*	US	18/08/21	1,01

[1] CA : Canada / DE : Allemagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis..
[2] Arrêtées au 28 décembre 2021.
Source : CNC.

Spider-Man: No Way Home, 1er au classement des films en 2021.

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.

Plus de 20 % des entrées pour les comédies

Jusqu'en 2017, la comédie générait la plus grande part de la fréquentation en France. Depuis 2018 et 2020 mis à part, ce sont les films d'aventures qui cumulent le plus d'entrées. Les 15 films d'aventures sortis dans l'année (3,3 % de l'offre de films en première exclusivité) ont réalisé 23,7 % des entrées des films en première exclusivité (21,1 millions). Huit films d'aventures dépassent le million d'entrées en 2021, dont cinq américains, deux britanniques et un franco-canadien (*le Loup et le Lion*).

Les comédies cumulent 19,5 millions d'entrées en 2021 pour 49 films en première exclusivité (21,9 % des entrées de l'ensemble des films en première sortie et 10,8 % de l'offre). Six comédies dépassent le million d'entrées en 2021, dont cinq françaises et une américaine (*Cruella*). Les films français représentent une part importante des entrées des comédies, à plus de 80 % chaque année. En 2021, 83,4 % des entrées des comédies proviennent de films français et 45,9 % des entrées des films français relèvent de la comédie.

La comédie, genre incontournable du cinéma français.

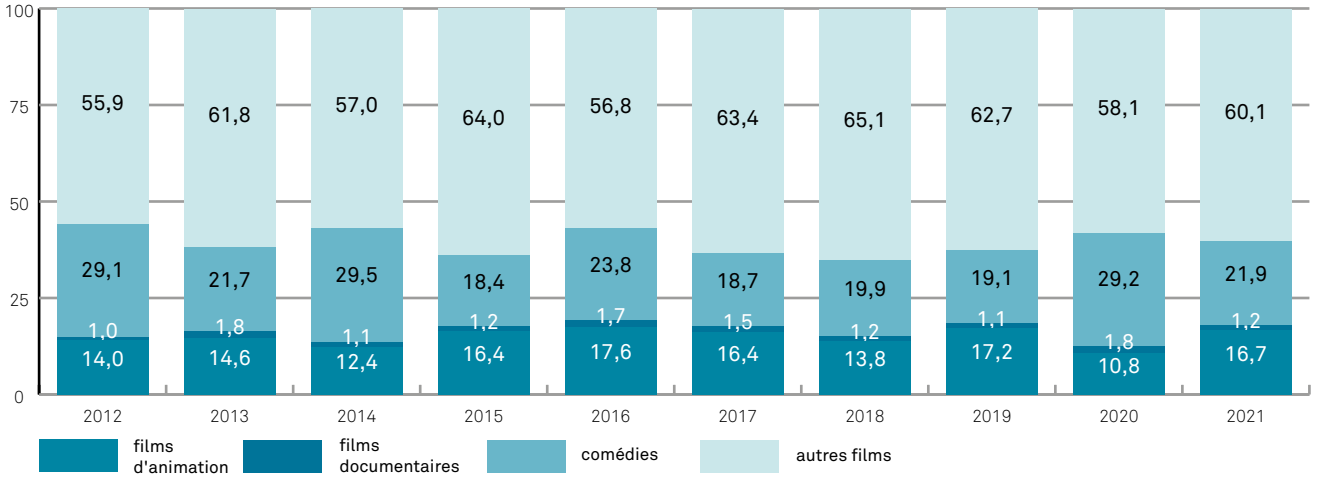
15 millions d'entrées pour l'animation

En 2021, l'offre de films d'animation remonte à 38 titres inédits (25 en 2020) et représente 8,4 % des films inédits pour 16,7 % des entrées (14,89 millions, multiplié par 2,6 par rapport à 2020). Cinq films d'animation réalisent plus d'un million d'entrées en 2021, tous américains. Le premier au classement est *Encanto, la fantastique famille Madrigal* (6e avec 2,21 millions d'entrées).

Plus d'un million d'entrées pour le documentaire

L'offre de documentaires en première exclusivité progresse en 2021 pour atteindre 90 films (75 en 2020) mais ne retrouve pas son niveau d'avant crise. Ils représentent 19,8 % des films en première exclusivité et génèrent 1,2 % des entrées, soit 1,1 million. Le film français *La Panthère des neiges* est le documentaire qui réalise le plus d'entrées (212 000).

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



[1] Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage en première exclusivité, soit entre 82 % et 94 % de la fréquentation selon l'année.
Source : CNC.

Près du quart des entrées pour les films recommandés Art et Essai

En 2021, les entrées des films Art et Essai progressent de 7,7 % par rapport à 2020 à 22,7 millions. Celles des films non recommandés augmentent de 66,2 %. La part des films recommandés dans la fréquentation totale s'élève à 24,2 % en 2021 (33,0 % en 2020), dans la moyenne des 10 dernières années (23,5 %). 3 436 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2021 (3 459 en 2020), dont 269 films inédits (188 en 2020).

Deux films recommandés Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2021 (un en 2020) : *Dune* avec 3,18 millions d'entrées (1er au classement des films Art et Essai et 3e au classement général des films) et *Adieu les cons* avec 1,29 million d'entrées (2e au classement des films Art et Essai et 19e au classement général des films). En 2020, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *1917* (2,23 millions d'entrées).

Dune, 1er film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2021.

En 2021, 59,7 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français (53,3 % en 2020). La part de marché des films français est plus élevée en 2021 sur le segment des films recommandés que sur l'ensemble des films exploités. 1 614 films recommandés Art et Essai français sont projetés sur les écrans en 2021, contre 1 555 en 2020 (+3,8 %). Ils cumulent 13,4 millions d'entrées en 2021 (11,2 millions en 2020), soit une hausse de 19,8 %. *Adieu les cons* est le film français Art et Essai qui réalise le plus d'entrées avec 1,29 million d'entrées. En 2020, *De Gaulle* était le premier film français Art et Essai en termes d'entrées avec 0,87 million (2e au classement des films Art et Essai et 16e au classement général des films).

Adieu les cons, 1er film recommandé Art et Essai français en termes d'entrées en 2021.

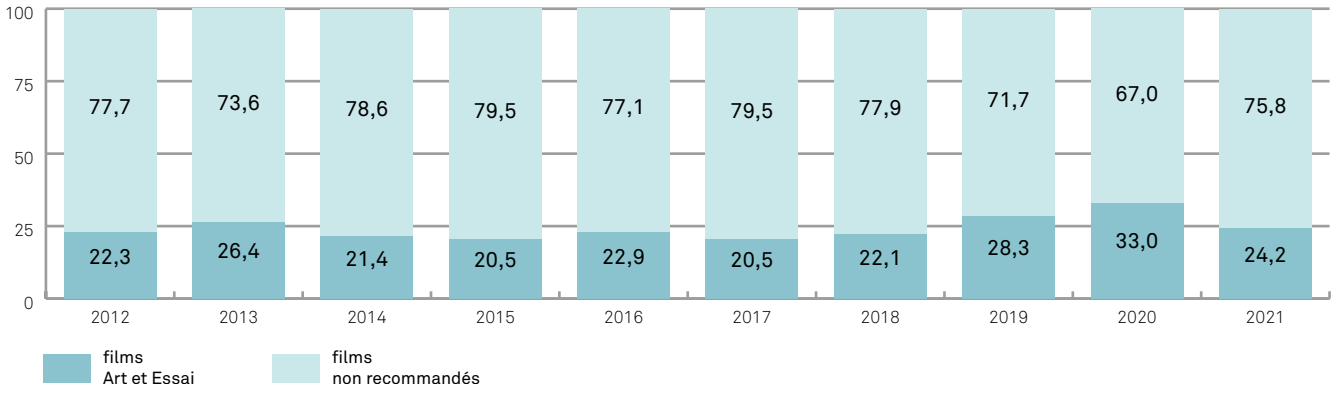
742 films américains recommandés Art et Essai sont exploités en 2021, contre 795 en 2020 (6,7 %). Ils cumulent 5,9 millions d'entrées (-3,5 % par rapport à 2020). Les films américains sont à l'origine de 26,0 % des entrées des films recommandés (29,0 % en 2020).

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

	films Art et Essai	films non recommandés	total
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	150,2	**209,4**
2020	21,0	42,7	**63,8**
2021	22,7	71,0	**93,7**

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage.
Source : CNC

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



[1]Données provisoires pour 2021.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Recul de la part des entrées des films en version originale

En 2021, 16,8 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (19,8 % en 2020), soit un niveau similaire à celui observé avant la crise sanitaire (16,6 % en moyenne chaque année entre 2012 et 2019). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère progressent (+26,0 %) à 16,1 millions d'entrées en 2021. *Dune* est le premier film en termes d'entrées en version originale avec 1,43 million (soit 45,0 % des entrées totales du film en 2021). En 2020, *1917* prenait la première place de ce classement avec 0,90 million d'entrées (40,4 % des entrées totales du film en 2020).

-23,8 % par rapport à 2019 sur la période juin-décembre

Les salles de cinéma ayant réouvert le 19 mai 2021, il est difficile de faire une comparaison semestrielle et même trimestrielle sur le premier semestre. Sur les sept mois d'ouverture complète (de juin à décembre), la fréquentation en salles recule de 23,8 % par rapport à 2019, qui était une année record avec le deuxième plus haut niveau d'entrées depuis 1966. Par rapport aux années d'avant crise, soit par rapport à la moyenne annuelle juin-décembre observée entre 2012 et 2019, la fréquentation de 2021 diminue de 20,1 %. A 91,94 millions d'entrées, la période juin-décembre est à son plus bas niveau depuis 2000 (88,2 millions) et après 2020 (25,2 millions, année où les salles ont été fermées sur la période).

En temps normal, le deuxième semestre, et en particulier le dernier trimestre, est une période de très forte fréquentation cinématographique. En 2021, le deuxième semestre totalise 83,32 millions d'entrées, soit 23,0 % de moins qu'en 2019. Aucun mois de l'année n'affiche une fréquentation supérieure à celle observée en 2019, ni même à la moyenne 2012-2019. Mis à part mai (notamment en raison d'une ouverture partielle des salles), juin et septembre, la barre des 10 millions d'entrées est dépassée chaque mois. Il convient de rappeler que juin et septembre sont chaque année des mois à faible fréquentation.

Plusieurs phénomènes méritent d'être relevés concernant 2021 :

- La semaine de *la Fête du cinéma*, qui s'est déroulée du mercredi 30 juin au dimanche 4 juillet, enregistre plus de 4 millions d'entrées, soit la meilleure semaine depuis le premier déconfinement en juin 2020.
- Le 21 juillet 2021, la mise en place du passe sanitaire met un coup d'arrêt à la dynamique observée lors de la réouverture (-40,4 % par rapport à la semaine précédente).
- Les vacances scolaires des mois d'octobre et de décembre enregistrent de belles performances avec des semaines à plus de 3, voire 6 millions d'entrées.
- L'engouement autour de *Spider-Man: No Way Home*, qui enregistre le meilleur démarrage en 2021 mais également le meilleur démarrage depuis *la Reine des neiges 2* (sorti le 20 novembre 2019) fait culminer la semaine à 6,1 millions d'entrées, soit la meilleure semaine depuis celle du 25 décembre 2019.

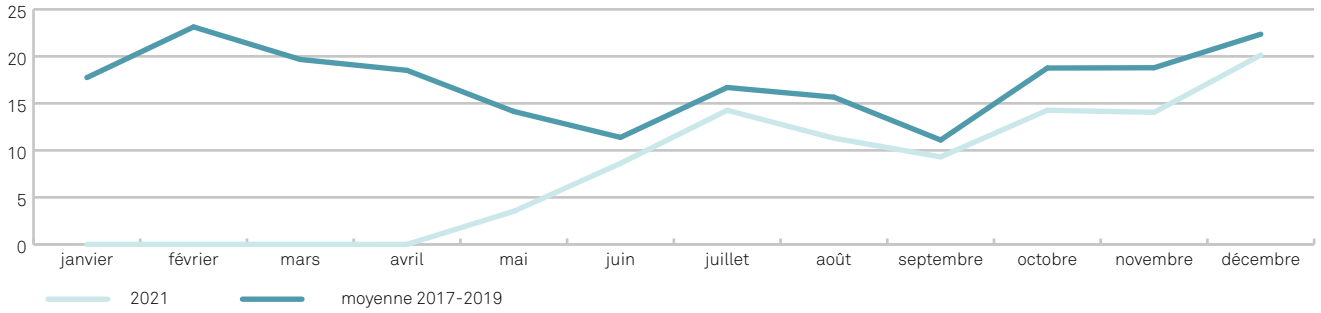
Entre juin et décembre, la fréquentation recule de 23,8 % par rapport à 2019.

Entrées mensuelles[1] (millions)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
janvier	16,2	14,6	17,7	16,8	16,8	16,6	18,3	18,3	14,7	0,0
février	17,6	14,4	17,6	22,5	26,0	24,9	22,5	22,0	17,6	0,0
mars	16,4	19,1	21,1	17,5	19,7	19,4	20,9	18,8	5,9	0,0
avril	20,9	16,6	19,3	18,0	18,3	19,4	18,1	18,1	0,0	0,0
mai	16,3	17,2	19,7	14,3	14,2	13,0	13,9	15,5	0,0	3,5
juin	14,5	13,8	11,4	12,2	11,9	11,6	10,0	12,5	1,1	8,6
juillet	17,0	13,7	15,6	18,3	17,6	17,9	13,9	18,3	4,8	14,3
août	14,1	14,9	19,5	15,2	15,5	16,2	14,6	16,1	6,7	11,3
septembre	11,1	10,2	9,3	9,5	10,0	11,3	10,9	11,2	5,6	9,3
octobre	18,1	17,7	18,5	19,5	21,3	18,0	18,3	19,9	8,8	14,3
novembre	22,8	18,4	17,2	17,3	17,5	17,3	18,7	20,4	0,0	14,0
décembre	18,7	23,1	22,1	24,2	24,3	23,8	21,1	22,2	0,0	20,1
total	**203,6**	**193,7**	**209,1**	**205,4**	**213,2**	**209,4**	**201,2**	**213,2**	**65,3**	**95,5**

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

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



[1] Données provisoires pour 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Plus de la moitié des entrées le week-end

Les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma au cours du week-end. 50,4 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2021 (53,2 % en 2020). Il s'agit du plus bas niveau depuis 1980. Le poids du mercredi s'établit à 14,3 % des entrées (12,9 % en 2020), plus haut niveau depuis 2004 (14,3 %). En 10 ans, la part du week-end recule (-4,5 points) tandis que celles du mercredi (+2,0 points), du mardi et du jeudi (+1,1 point chacun) progressent.

La concentration des recettes est toujours élevée. En 2021, 51,8 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (55,4 % en 2020). Le mercredi représente 14,1 % des recettes en 2021, contre 12,6 % en 2020.

Hausse sensible de la fréquentation dans les agglomérations moyennes hors Ile-de-France

En 2021, la hausse de la fréquentation touche l'ensemble du territoire. L'augmentation est toutefois moins élevée en Ile-de-France (+40,3 %), et notamment dans la petite couronne (+36,1 %) que dans les autres régions (+48,5 % et jusqu'à +50,4 % dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants).

A Paris, la fréquentation progresse de 39,0 % à 10,4 millions. Depuis 2016, les entrées réalisées à Paris sont toujours inférieures à celles réalisées dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants et dans les zones rurales.

Plus haut niveau de part de marché en entrées depuis 10 ans pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales en 2021.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
entrées										
lundi	10,3	10,2	9,9	10,0	10,0	9,9	10,1	9,8	9,4	10,7
mardi	11,8	12,4	13,2	12,7	12,2	12,2	12,2	12,2	12,3	12,8
mercredi	12,3	12,6	12,7	13,2	13,0	13,1	12,6	13,1	12,9	14,3
jeudi	10,7	10,7	11,1	10,8	11,0	10,8	11,2	11,2	12,1	11,8
vendredi	13,1	13,2	13,2	13,2	13,3	12,8	12,9	12,9	13,3	12,5
samedi	20,6	20,3	20,1	20,3	20,4	20,7	20,3	20,1	20,4	18,7
dimanche	21,2	20,5	19,8	19,8	20,2	20,5	20,7	20,8	19,6	19,2
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
recettes										
lundi	9,7	9,6	9,3	9,4	9,4	9,5	9,6	9,2	8,9	10,4
mardi	11,1	11,6	12,4	12,0	11,4	11,4	11,5	11,3	11,4	12,3
mercredi	12,1	12,4	12,4	12,8	12,5	12,7	12,2	12,9	12,6	14,1
jeudi	10,5	10,5	11,0	10,7	10,8	10,5	11,0	11,1	11,7	11,4
vendredi	12,9	13,1	13,2	13,2	13,3	12,8	12,7	12,7	13,0	12,2
samedi	21,9	21,8	21,5	21,6	21,8	22,1	21,8	21,5	21,9	19,8
dimanche	21,8	21,0	20,3	20,2	20,7	21,0	21,2	21,2	20,5	19,8
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 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

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
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	**158,4**	89,2	43,6	25,6	**213,2**
2020	**17,4**	7,5	4,9	5,0	**47,9**	26,7	12,9	8,3	**65,3**
2021	**24,4**	10,4	6,7	7,3	**71,1**	39,5	19,3	12,2	**95,5**

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE— recensement 2018.

1,45 entrée par habitant en 2021

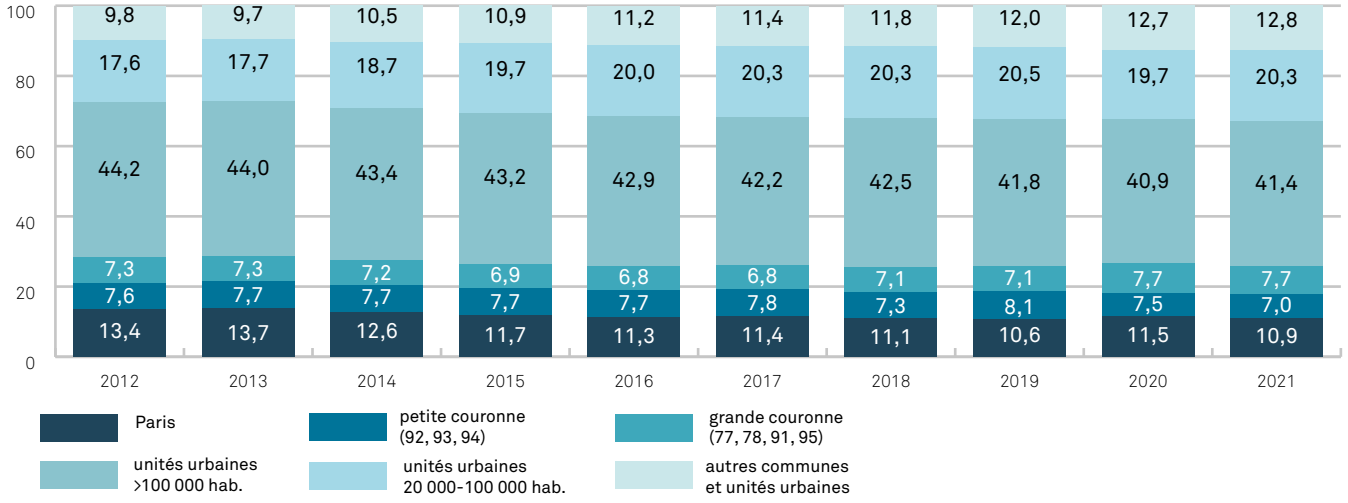
En 2021, la fréquentation cinématographique moyenne atteint 1,45 entrée par habitant en France, contre 0,99 en 2020. Cet indice reste très faible en raison de la fermeture des salles liée à la crise sanitaire. Il est plus élevé dans la capitale (4,74) que dans le reste du territoire. La hausse de l'indice de fréquentation est plus marquée à Paris (+1,33) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (+0,74).

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
2012	**4,67**	12,45	3,30	2,72	**2,72**	2,64	4,12	1,83	**3,08**
2013	**4,50**	12,12	3,17	2,58	**2,57**	2,50	3,93	1,71	**2,93**
2014	**4,65**	11,97	3,42	2,75	**2,83**	2,66	4,49	2,00	**3,16**
2015	**4,37**	10,94	3,36	2,60	**2,82**	2,60	4,65	2,05	**3,11**
2016	**4,48**	11,03	3,53	2,66	**2,94**	2,68	4,90	2,19	**3,23**
2017	**4,42**	10,90	3,48	2,63	**2,88**	2,59	4,88	2,19	**3,17**
2018	**4,16**	10,15	3,15	2,61	**2,79**	2,51	4,69	2,17	**3,05**
2019	**4,45**	10,29	3,67	2,77	**2,95**	2,62	5,01	2,34	**3,23**
2020	**1,41**	3,41	1,05	0,92	**0,89**	0,78	1,48	0,76	**0,99**
2021	**1,98**	4,74	1,43	1,34	**1,32**	1,16	2,22	1,12	**1,45**

[1] Données provisoires pour 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2018.

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



[1] Données provisoires pour 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2018.

La majorité 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 2021, 44,9 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 € (52,2 % en 2020). Cette tranche de prix comprend aussi bien les entrées des cartes illimitées que les tarifs réservés aux jeunes. 17,0 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 € (16,2 % en 2020).

Baisse de la part des entrées entre 5,00 € et 7,00 € à 44,9 % en 2021 (52,2 % en 2020).

Près de 7 % 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 (5,10 € jusqu'à février 2016, 5,23 € jusqu'à mars 2018 puis 5,12 €) et pour la carte Pathé Gaumont ! (5,10 € jusqu'à octobre 2016, 5,19 € jusqu'à octobre 2017 puis 5,08 €).
En 2021, les entrées des cartes illimitées dans les cinémas propriétaires s'élèvent à 6,6 millions, en hausse de 16,2 % par rapport à 2020 (+46,3 % pour l'ensemble des entrées). Elles captent 6,9 % de la fréquentation totale (8,7 % en 2020).

Hausse sensible des entrées à plus de 10 €

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 15,2 millions d'entrées en 2021, résultat multiplié par deux par rapport à 2020, dans un contexte où la fréquentation globale progresse de 46,3 %. Ils représentent 15,9 % des entrées totales en 2021 (11,6 % en 2020), au plus haut depuis 10 ans. Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € est multiplié par 3 pour atteindre 389 000 entrées. Ces entrées concernent notamment le hors film et plus précisément les captations d'opéras.

Progression des entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2021, 2,4 millions d'entrées gratuites sont enregistrées (1,7 million en 2020 et autour de 5 millions chaque année avant crise), ce qui porte la fréquentation totale des salles à 97,8 millions (67,0 millions en 2020). Les entrées gratuites représentent 2,4 % de l'ensemble des entrées en 2021 (2,5 % en 2020). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 6,87 € en 2021 (6,46 € en 2020).

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
moins de 3,00 €	3,3	2,9	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	2,9	3,1	2,7
3,00 € à 3,99 €	3,7	5,3	4,8	3,3	2,0	2,0	2,0	1,9	2,4	1,9
4,00 € à 4,99 €	10,7	9,0	15,8	17,5	17,8	14,7	13,3	12,2	10,7	12,4
5,00 € à 5,99 €	31,4	31,2	27,2	24,7	25,5	28,4	29,5	28,7	32,6	26,2
6,00 € à 6,99 €	19,2	19,8	17,7	17,6	18,0	18,0	18,2	19,4	19,6	18,7
7,00 € à 7,99 €	10,6	10,7	10,3	11,5	11,8	11,5	10,7	10,6	9,9	9,7
8,00 € à 8,99 €	8,2	7,8	6,7	6,3	5,6	5,4	5,8	5,9	5,3	7,3
9,00 € à 9,99 €	4,5	4,4	5,2	6,2	6,3	6,6	6,0	5,3	4,8	5,1
10,00 € et plus	8,4	8,9	9,5	10,3	10,2	10,5	11,4	13,1	11,6	15,9
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 2021.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film), hors entrées gratuites.
Source : CNC

2,4 millions d'entrées gratuites en 2021 (+39,5 %).

40,4 % 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 2021, le taux moyen de location s'établit à 46,6 % (46,0 % en 2020).

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]

	2017	2018	2019	2020	2021
(M€)					
recettes guichets	**1 380,60**	**1 336,89**	**1 448,66**	**432,78**	**672,37**
T.S.A.	148,01	143,32	155,30	46,39	72,08
T.V.A.	73,04	70,70	76,57	22,87	35,52
sacem[2]	17,55	17,00	18,40	5,51	8,55
recettes HT	*1 142,01*	*1 105,87*	*1 198,39*	*358,00*	*556,22*
rémunération distributeurs[3]	584,50	565,48	614,10	180,75	284,65
rémunération exploitants[4]	557,51	540,39	584,29	177,25	271,57
(%)					
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	5,28
sacem[2]	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs[3]	42,3	42,3	42,4	41,8	42,3
rémunération exploitants[4]	40,4	40,4	40,3	41,0	40,4
taux de location[5]	**46,6 %**	**46,6%**	**46,7 %**	**46,0 %**	**46,6 %**

[1] Données provisoires pour 2021.
[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 (en M)[2]
1	*Titanic*	J. Cameron	1998	US	21,80
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	14,80
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	12,74
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	10,72
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	9,85
32	*E.T. l'extra-terrestre*	S. Spielberg	1982	US	9,85
33	*Docteur Jivago*	D. Lean	1966	US	9,82
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	9,55

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (en M)[2]
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
40	*L'Ours*	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
41	*Emmanuelle*	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
42	*Harry Potter et la chambre des secrets*	C. Colombus	2002	US	8,86
43	*La Vache et le prisonnier*	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
44	*West Side Story*	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,78
45	*Astérix et Obélix contre César*	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	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	*La Reine des neiges 2*	C. Buck, J. Lee	2019	US	7,53
70	*Les Bidasses en folie*	C. Zidi	1971	FR	7,46
71	*Le Retour de Don Camillo*	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (en M)[2]
72	*Le Seigneur des anneaux - le retour du roi*	P. Jackson	2003	NZ	7,42
73	*La Vérité si je mens 2*	T. Gilou	2001	FR	7,41
74	*Jour de fête*	J. Tati	1949	FR	7,40
75	*Aladdin*	J. Musker	1993	US	7,35
76	*Les Aventures de Peter Pan*	W. Disney	1953	US	7,35
77	*Les Aventures de Rabbi Jacob*	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
78	*Danse avec les loups*	K. Costner	1991	US	7,28
79	*Les Aventures de Bernard et Bianca*	Collectif	1977	US	7,24
80	*Jean de Florette*	C. Berri	1986	FR	7,23
81	*Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith*	G. Lucas	2005	US	7,21
82	*Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban*	A. Cuaron	2004	GB	7,15
83	*Shrek 2*	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
84	*Le Seigneur des anneaux - les deux tours*	P. Jackson	2002	NZ	7,13
85	*Samson et Dalila*	C.B. DeMille	1951	US	7,12
86	*Star Wars les derniers Jedi*	R. Johnson	2017	US	7,09
87	*Jeanne d'Arc*	V. Fleming	1949	US	7,09
88	*La Chèvre*	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
89	*Monsieur Vincent*	M. Cloche	1947	FR	7,06
90	*Les Sept Mercenaires*	J. Sturges	1961	US	7,04
91	*Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau*	P. Jackson	2001	NZ	7,01
92	*Skyfall*	S. Mendes	2012	GB	7,01
93	*Si Versailles m'était conté*	S. Guitry	1954	FR	6,99
94	*Les Grandes Vacances*	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
95	*Le Salaire de la peur*	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
96	*Michel Strogoff*	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
97	*Le Gendarme se marie*	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
98	*Avengers : Endgame*	A. Russo, J. Russo	2019	US	6,83
99	*Le Bossu de Notre-Dame*	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
100	*Astérix aux Jeux Olympiques*	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ES/IT	6,81
101	*Mission spéciale*	M. de Canonge	1946	FR	6,78
102	*Jurassic Park*	S. Spielberg	1993	US	6,76
103	*Fanfan la Tulipe*	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
104	*L'Exorciste*	W. Friedkin	1974	US	6,73
105	*Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?*	P. de Chauveron	2019	FR / BE	6,72
106	*Rox et Rouky*	A. Stevens	1981	US	6,72
107	*Goldfinger*	G. Hamilton	1965	GB	6,68

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (en M)[2]
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'Age 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	6,58
118	*Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit*	G. Verbinski	2006	US	6,52
119	*Robin des bois*	W. Reitherman	1974	US	6,49
120	*Taxi*	G. Pires	1998	FR	6,49
121	*Rain Man*	B. Levinson	1989	US	6,48
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	6,35
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

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (en M)[2]
144	*Harry Potter et le Prince de sang-mêlé*	D. Yates	2009	GB	6,14
145	*Le Père tranquille*	R. Clément	1946	FR	6,14
146	*Les Feux de la rampe*	C. Chaplin	1952	US	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	6,10
150	*Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker*	J.J. Abrams	2019	US	6,06
151	*Terminator 2 - le jugement dernier*	J. Cameron	1991	US	6,01
152	*Midnight Express*	A. Parker	1978	GB	5,97
153	*Les Dieux sont tombés sur la tête*	J. Uys	1983	ZA	5,95
154	*Mourir d'aimer*	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
155	*Qui veut la peau de Roger Rabbit ?*	R. Zemeckis	1988	US	5,91
156	*Crocodile Dundee*	P. Faiman	1987	AU	5,89
157	*Guerre et Paix*	K. Vidor	1956	US	5,89
158	*Les Ripoux*	C. Zidi	1984	FR	5,88
159	*L'Odyssée du Docteur Wassel*	C.B. DeMille	1946	US	5,87
160	*Rambo 2 - la mission*	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
161	*Le Bossu*	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
162	*L'Aile ou la Cuisse*	C. Zidi	1976	FR	5,84
163	*Les Vacances de Monsieur Hulot*	J. Tati	1953	FR	5,80
164	*Sissi face à son destin*	E. Marischka	1958	AT	5,79
165	*Quatre mariages et un enterrement*	M. Newell	1994	GB	5,78
166	*Mulan*	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,78
167	*Men in Black*	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
168	*Le train sifflera trois fois*	F. Zinnemann	1952	US	5,76
169	*Moi, moche et méchant 3*	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
170	*Grease*	R. Kleiser	1978	US	5,75
171	*Les Indestructibles 2*	B. Brad	2018	US	5,74
172	*Les Fous du stade*	C. Zidi	1972	FR	5,74
173	*Le Troisième Homme*	C. Reed	1949	GB	5,74
174	*Opération tonnerre*	T. Young	1965	GB	5,74
175	*Andalousie*	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
176	*Les Anges gardiens*	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
177	*Les Valseuses*	B. Blier	1974	FR	5,73
178	*La Bataille du rail*	R. Clément	1946	FR	5,73
179	*Lawrence d'Arabie*	D. Lean	1963	GB	5,72

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité[1]	entrées (en M)[2]
180	*A nous les petites Anglaises*	M. Lang	1976	FR	5,70
181	*La Vérité*	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
182	*Notre-Dame de Paris*	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
183	*Indiana Jones et le temple maudit*	S. Spielberg	1984	US	5,69
184	*Les Tuche 3*	O. Baroux	2018	FR	5,69
185	*Matrix Reloaded*	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,67
186	*Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde*	G.Verbinski	2007	US	5,64
187	*Pocahontas, une légende indienne*	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,63
188	*La Ch'tite Famille*	D. Boon	2018	FR	5,63
189	*Bons baisers de Russie*	T. Young	1964	GB	5,63
190	*Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones*	G. Lucas	2002	US	5,62
191	*Le Petit Nicolas*	L. Tirard	2009	FR/BE	5,62
192	*Joker*	T. Phillips	2019	US	5,61
193	*Independence Day*	R. Emmerich	1996	US	5,61
194	*Quai des Orfèvres*	H.G. Clouzot	1947	FR	5,58
195	*La Folie des grandeurs*	G. Oury	1971	FR/DE/ES	5,57
196	*Le Cerveau*	G.Oury	1969	FR/IT	5,55
197	*Vaïana, la légende du bout du monde*	J. Musker, R. Clements	2016	US	5,55
198	*Le Petit Baigneur*	R. Dhéry	1968	FR/IT	5,54
199	*Shrek le troisième*	C. Miller	2007	US	5,54
200	*Love Story*	A. Hiller	1971	US	5,51

[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 / US : Etats-Unis / ZA : Afrique du Sud.
[2] Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 28 décembre 2021.
Source : CNC.

En 2021 :

455 films inédits

sur 6 191 films projetés

247

films français

75

films européens

77

films américains

56

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 : 7,3 % des films projetés en salles

L'année 2021 a été encore marquée par la pandémie de Covid-19 qui a conduit à la fermeture des salles de cinéma en France et à l'international. 455 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France (+24,7 % par rapport à 2020), soit le plus bas niveau depuis 1998 (452 films) derrière 2020 (365 films).

Au total, 6 191 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2021. Les films en première exclusivité représentent 7,3 % de l'offre de films en salles.

Plus de la moitié des films en première exclusivité sont français

Au cours de cette année encore particulière, le nombre de films français inédits exploités en salles augmente de 26,7 %, passant de 195 titres en 2020 à 247 en 2021. 2020 mis à part, ce niveau est le plus bas depuis 2008 (240 films français).

Les œuvres 100 % françaises représentent les deux tiers des films français : 177 films en 2021 (131 en 2020). L'offre de coproductions majoritaires s'élève à 42 films (+9 titres par rapport à 2020), celle des coproductions minoritaires atteint 28 films (-3 titres).

La part des films agréés dans l'offre de films français s'établit à 74,1 %, soit 183 films en 2021. Le nombre de films français non agréés sortis en salles s'établit à 25,9 % de l'offre de films français, soit 64 films. La part des films français sortis en première exclusivité en 2021 augmente légèrement par rapport à 2020 : +0,9 point à 54,3 %. Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité atteint 41,6 %. Toutefois, elle atteignait 35,8 % de l'offre entre 1975 et 1999 et s'établit à 47,4 % entre 2000 et 2021.

Une augmentation du nombre de films américains en première exclusivité

En 2021, les films américains représentent 17,1 % du total des films sortis en première exclusivité (15,1 % en 2020). Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans en France remonte à 78 films (+41,8 % par rapport à 2020). Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 141 titres chaque année (25,9 % de l'offre globale). L'augmentation de l'offre de films américains observée en 2021 peut s'expliquer par le report de la sortie de nombreux titres de 2020, décalés à cause de la crise sanitaire. En effet, la pandémie a conduit les majors américaines à revoir le calendrier mondial de sortie de leurs films et même parfois à envisager des sorties exclusivement en vidéo à la demande.

Une offre de films européens non français en baisse

L'offre inédite de films européens non français augmente en 2021 à 77 films (+19 titres par rapport à 2020), soit le plus bas niveau depuis 2003 (76 films) excepté 2020 (58 films). 20 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2021, soit 26,0 % des films européens. L'offre de films italiens (5 titres) et espagnols (7 titres) augmente (respectivement +1 et +3 films) tout comme l'offre de films allemands (13 films, soit 5 de plus). Avec 53 titres, le nombre de films d'autres nationalités est en légère baisse (-4 films). L'offre de films japonais s'élève à 13 titres en 2021. L'offre de films canadiens, chinois et indiens s'établit à 4 titres chacun.

455 films inédits dont 54,3 % de films français et 17,1 % de films américains.

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	**299**	**330**	**344**	**321**	**364**	**361**	**355**	**391**	**195**	**247**
100% français[1]	179	197	219	206	208	252	234	270	131	177
majoritairement français[1]	63	76	64	54	81	60	53	56	33	42
minoritairement français[1]	57	57	61	61	75	49	68	65	31	28
films américains	**149**	**150**	**151**	**140**	**150**	**124**	**127**	**131**	**55**	**78**
films européens[2]	**100**	**107**	**103**	**125**	**118**	**122**	**124**	**103**	**58**	**77**
allemands	8	18	14	16	12	12	13	17	8	13
britanniques	34	25	28	40	38	37	40	37	12	20
espagnols	11	9	6	8	11	9	10	8	4	7
italiens	7	13	9	13	8	7	15	8	4	5
films d'autres nationalités	**66**	**67**	**65**	**66**	**84**	**86**	**77**	**121**	**57**	**53**
canadiens	9	9	5	7	12	9	5	12	4	4
chinois	4	4	4	5	5	1	5	4	6	4
indiens	7	8	11	6	17	12	14	42	12	4
japonais	11	10	7	10	5	12	12	19	7	13
total	**614**	**654**	**663**	**652**	**716**	**693**	**683**	**746**	**365**	**455**

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

Près de 20 % des films en première exclusivité sont des documentaires

En 2021, la part des documentaires en première exclusivité baisse par rapport à 2020 à 19,8 % soit 90 films. Près des ¾ des documentaires sont français (66 films), 17 sont européens non français, quatre sont américains et trois sont d'autres nationalités. 32 des 66 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 51,5 % de l'offre de documentaires français et 37,8 % de l'offre globale de documentaires.

La part des documentaires double entre 2006 et 2021.

Plus de 20 % des films d'animation projetés en exclusivité sont français

En 2021, 38 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français, soit 13 de plus qu'en 2020 (25 films). Huit films d'animation français sont distribués (neuf en 2020), dont *Pil, le Sommet des Dieux* ou encore, *Princesse dragon*. 11 films d'animation américains sortent en 2021 (trois en 2020), dont notamment : *Encanto, la fantastique famille Madrigal*, *Tous en scène 2* et *la Pat Patrouille, le film*. 11 films d'animation sont européens (trois en 2020) et huit sont japonais. Les premiers distributeurs de films d'animation sont Universal Pictures International et Eurozoom avec 5 films chacun.

Plus d'un tiers des films en première exclusivité sont des drames

161 drames (dont 88 français et 16 américains) sont distribués pour la première fois sur les écrans français (120 en 2020, soit 41 titres de plus). Ils représentent 35,4 % de l'offre en 2021 (32,9 % en 2020). En 2021, le nombre de comédies diminue à 49 films (-14 films par rapport à 2020), et leur part s'élève à 10,8 % des films sortis (17,3 % en 2020). À noter que 81,6 % des comédies sont françaises (40 films).

Le drame reste le premier genre avec 161 films inédits.

Genres des films en première exclusivité

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
animation	31	33	29	34	35	36	36	52	25	38
aventure	14	15	21	19	31	39	53	44	13	15
comédie	100	108	98	70	111	89	84	99	63	49
comédie dramatique	64	85	74	71	65	74	55	68	14	32
documentaire	91	87	100	104	118	119	127	153	75	90
drame	204	200	212	228	235	215	212	223	120	161
fantastique	39	47	42	47	45	34	36	38	4	20
musical	5	6	5	2	3	7	2	4	3	5
policier	62	69	64	55	51	43	44	38	3	30
autres genres	4	4	18	22	22	37	34	27	45	15
total	**614**	**654**	**663**	**652**	**716**	**693**	**683**	**746**	**365**	**455**

Source : CNC.

Part de films Art et Essai en première exclusivité en augmentation

En 2021, 59,1 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit +2,7 points par rapport à 2020 (56,4 %).

En 2021, 64,8 % des nouveaux films français sont recommandés Art et Essai (+7,9 points par rapport à 2020), contre 30,8 % des nouveaux films américains (-11,0 points), 59,7 % des nouveaux films européens non français (-10,9 points) et 73,6 % des nouveaux films d'autres nationalités (+19,2 points).

269 films recommandés Art et Essai dont 160 films français.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	210	218	221	222	227	210	230	241	111	160
films américains	43	42	44	38	34	36	32	41	23	24
films européens[1]	77	81	74	94	73	75	82	71	41	46
autres films	56	50	44	54	59	59	59	70	31	39
total	**386**	**391**	**383**	**408**	**393**	**380**	**403**	**423**	**206**	**269**

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

Près de 16 % des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction

En 2021, 414 films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics (91,0 %) dont 232 films français (93,9 % de l'offre de films français) et 59 films américains (76,6 % de l'offre de films américains).

35 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont 14 films français et 16 films américains) et six films sont interdits aux moins de 16 ans, dont *Titane* (drame français) ou *Spirale, l'héritage de Saw* (film d'horreur américain). Aucun film n'est interdit aux moins de 18 ans en 2021.

Pour 40 films, le visa d'exploitation est assorti d'un avertissement, soit 8,8 % des films en première exclusivité en 2021 (6,6 % en 2020).

Depuis 4 ans, plus de 90 % des films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics.

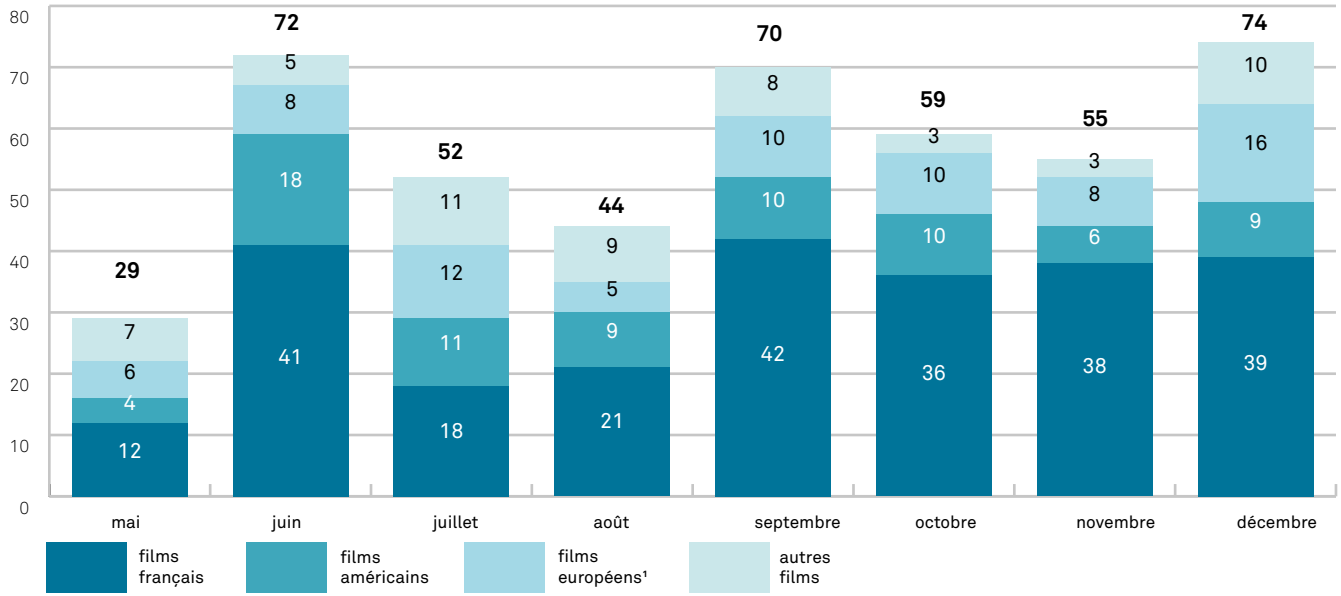
14 nouveaux films chaque semaine

En raison de la crise sanitaire, les salles de cinéma ont été fermée du 1er janvier au 18 mai 2021, soit 138 jours. Par conséquent, il n'y a eu aucune sortie de films sur les quatre premiers mois de l'année 2021.

Sur les périodes d'ouvertures des cinémas, en moyenne, 57 films sortent chaque mois en salles en 2021, soit 14 films par semaine. Les trois mois les plus chargés en termes de sortie sont les mois de décembre (74 films), de juin (72 films) et de septembre (70 films). Deux semaines se partagent la palme de la plus chargée : celle du 25 octobre et du 06 décembre, avec 18 films.

En moyenne, 31 films français sortent chaque mois en 2021 (sept films par semaine), contre dix films américains, neuf films européens et sept films d'autres nationalités. Les films français représentent entre 34,6 % (juillet) et 69,1 % (novembre) des sorties mensuelles, contre entre 10,9 % (novembre) et 25,0 % (juin) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2021



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

Exposition des films inédits

Un quart des films distribués dans moins de 20 établissements en première semaine

En 2021, 47 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (39 films en 2020) dont 21 films français, 20 films américains, cinq films britanniques et un film allemand (*les Elfkins, opération pâtisserie*). Parmi ces titres, cinq ont été distribués dans plus de 800 établissements : *Kaamelott - Premier Volet* (comédie française), *Tous en scène 2* (film d'animation américain), *OSS 117 – Alerte rouge en Afrique noire* (comédie française), *les Tuche 4* (comédie française) et *Mourir peut attendre* (film d'aventures britannique). En 2021, 109 films disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 20 établissements), contre 113 en 2020. 65 films français et neuf films américains sont programmés dans moins de 20 établissements en première semaine.

Un tiers des documentaires sort dans moins de 10 établissements en première semaine

Un tiers des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine en 2021 (39 titres). Ils composent 52,0 % des films projetés dans moins de 10 établissements.

65,8 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2021 sont projetés dans 200 établissements ou plus (25 titres sur 38). Ils représentent 17,2 % de l'ensemble des films projetés dans 200 cinémas ou plus en première semaine.

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

32 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2021 (12,0 % des films recommandés). Ces 32 films représentent 42,7 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. Trois films Art et Essai sont programmés dans 500 établissements ou plus en première semaine : *le Discours et Un triomphe* (deux comédies françaises) et *Dune* (film de science-fiction américain).

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
moins de 5	87	87	97	76	89	98	80	118	47	47
5 à 9	72	76	57	66	68	47	56	62	29	28
10 à 19	73	89	85	68	88	82	64	72	37	34
20 à 49	95	87	91	109	117	109	131	133	50	70
50 à 99	67	62	76	82	87	92	87	88	51	65
100 à 199	65	80	81	97	91	87	78	87	41	66
200 à 499	110	124	133	112	118	123	133	127	71	98
500 à 799	39	45	36	34	52	49	48	54	39	42
800 et plus	6	4	7	8	6	6	6	5	-	5
total	**614**	**654**	**663**	**652**	**716**	**693**	**683**	**746**	**365**	**455**

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

178 établissements par film, en moyenne, en première semaine

Par rapport à 2020, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine en 2021 progresse à 178 (+16 établissements par rapport à 2020).

En moyenne, un film français est distribué dans 169 établissements (-3,0 %, cinq de moins qu'en 2020), un film agréé sort dans 221 établissements (-9,4 %, 23 de moins qu'en 2020) et un film non agréé dans 19 établissements (-34,8 %, 10 de moins qu'en 2020). Un film américain sort, en moyenne, dans 318 cinémas (59 de plus par rapport à 2020). En 2021, 48 films américains sortent dans 200 établissements ou plus en première semaine, contre 31 en 2020. Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français augmente en 2021, passant à 156 (111 en 2020). Cette hausse s'explique par une croissance du nombre de films sortis sur d'importante combinaison de sortie. 22 films européens non français sont programmés dans 200 établissements ou plus en première semaine en 2021, contre 10 en 2020. Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 52 établissements en 2021 (81 en 2020), soit une baisse de 35,8 %.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2021 est une comédie française : *Kaamelott - Premier Volet* avec 898 établissements. Dans le classement des 10 premiers films en termes d'établissements en première semaine, quatre sont français (dont un franco-canadien, *Aline*), quatre américains et deux britanniques.

En moyenne, un film sort dans 178 établissements en première semaine, un film français dans 169 établissements et un film américain dans 318 établissements.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
ensemble	135	141	138	137	140	145	148	140	162	178
nationalité										
films français	126	118	120	118	116	136	134	128	174	169
films américains	230	267	258	265	298	291	280	303	259	318
films européens[2]	81	74	70	88	90	100	118	103	111	156
autres films	48	75	64	49	36	37	43	36	81	52
Art et Essai										
films recommandés	58	59	59	61	69	70	76	83	104	102
films non recommandés	267	262	246	264	228	236	251	215	238	288
genre										
animation	335	326	361	341	349	343	339	318	351	361
aventure	381	356	396	422	326	318	309	303	324	527
comédie	230	200	230	260	232	262	277	239	285	399
comédie dramatique	101	96	104	117	125	118	138	162	222	167
documentaire	14	25	23	23	21	28	23	22	29	31
drame	68	69	67	67	67	73	74	80	85	94
fantastique	280	326	325	289	286	355	277	239	283	298
musical	136	128	121	95	140	198	173	106	108	276
policier	171	190	146	156	155	141	159	120	228	208

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

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

En 2021, les films d'aventures disposent de la plus large exposition en première semaine : 527 établissements en moyenne. Suivent les comédies (399 établissements en première semaine), les films d'animation (361 établissements) et les films fantastiques (298 établissements). A l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité (respectivement 31 et 94 établissements).

Au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine, sont présents en 2021, trois comédies, trois films d'aventures, deux films d'animation, un film de science-fiction (*Dune*) et un biopic (*Aline*). Le documentaire cumulant le plus d'établissements première semaine est *la Panthère des neiges* (225 établissements, 137e) et le premier drame, *Illusions perdues* (499 établissements, 48e).

Trois fois moins d'établissements en première semaine pour les films Art et Essai

À leur sortie et par rapport aux films non recommandés, les films Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans trois fois moins d'établissements. En effet, un film Art et Essai est projeté dans 102 établissements en 2021, contre 288 établissements pour un film non recommandé.

Les films français recommandés Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans 121 établissements en première semaine (118 en 2020), contre 138 établissements pour les films américains recommandés (comme en 2020).

La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le film de science-fiction américain *Dune* (10e). En 2020, le premier film Art et Essai était 4e (*De Gaulle*).

Neuf films projetés en 3D numérique

En 2021, neuf films inédits sont disponibles en numérique 3D, alors qu'ils étaient sept en 2020. Ces neufs films sont américains. Huit films en 3D sont projetés dans 500 établissements ou plus en première semaine, dont notamment *Dune*, *Shang-Chi et la légende des dix anneaux* ou encore *Venom: let there be carnage*, et le dernier sort dans 480 établissements en première semaine (*Free guy*).

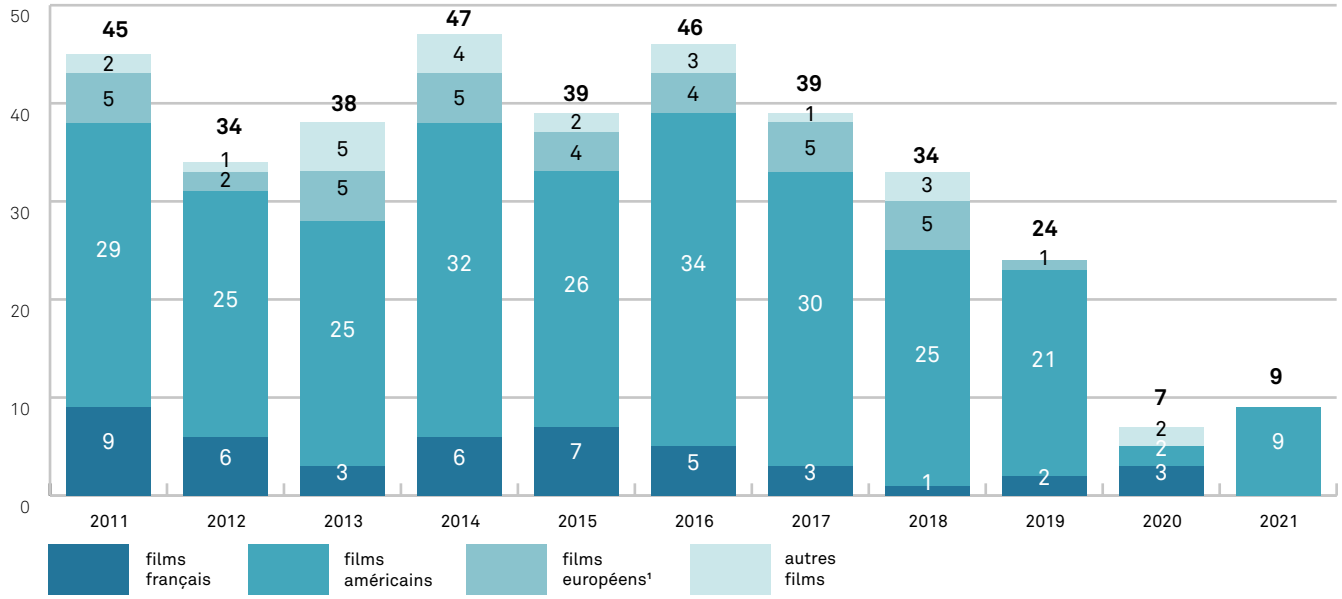
Parmi les neuf films sortis en 3D en 2021, sont dénombrés cinq films d'aventures, deux films d'animation, une comédie et un film fantastique.

Les 10 premiers films en termes de nombre d'établissements en première semaine en 2021

titre	nationalité[1]	distributeur	sortie	étab.[2]
Kaamelott - Premier Volet	FR	SND	21/07/21	898
Tous en scène 2	US	Universal Pictures International	22/12/21	855
OSS 117 – Alerte rouge en Afrique noire	FR	Gaumont	04/08/21	846
Les Tuche 4	FR	Pathé Films	08/12/21	838
Mourir peut attendre	GB	Universal Pictures International	06/10/21	838
Les Croods 2, une nouvelle ère	US	Universal Pictures International	07/07/21	799
Aline	FR/DE	Gaumont	10/11/21	798
Spider-Man: No Way Home	US	Sony Pictures	15/12/21	740
Fast & Furious 9	GB	Universal Pictures International	14/07/21	735
Dune	US	Warner Bros.	15/09/21	716

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

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



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

Classement des distributeurs

111 distributeurs actifs en 2021

En 2021, 111 distributeurs participent à la sortie des 455 nouveaux films. Six distributeurs distribuent plus de 10 films chacun et totalisent 20,0 % de l'offre totale de films inédits. Trois distributeurs assuraient plus de 10 sorties chacun en 2020 et totalisaient 9,6 % de l'offre totale de films inédits.

Parmi les 111 distributeurs actifs sur la sortie de films nouveaux en 2021, 41 n'avaient pas distribué de films en 2020 (36,9 % des distributeurs actifs, 37,2 % en 2020). 42 ne distribuent qu'un seul film dans l'année (37,8 % des distributeurs actifs, 38,9 % en 2020).

Universal Pictures International : 1er au classement des distributeurs

En 2021, Universal Pictures International est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution de films à succès tels que *Mourir peut attendre* (sorti le 6 octobre), *House of Gucci* (sorti le 24 novembre) et de films d'animation, tel que *Tous en scène 2* (sorti le 22 décembre) lui permet de réaliser une part de marché de 16,3 % (3e à 9,8 % en 2020). En deuxième position, The Walt Disney Company capte 14,2 % des encaissements distributeurs en 2021, notamment grâce à *Encanto, la fantastique famille Madrigal* (8e film en termes d'encaissements en 2021, sorti le 24 novembre). SND, premier distributeur français, occupe la 5e place avec 6,7 % de part de marché. La société distribue notamment *Kaamelott - Premier Volet*.

En 2021, les dix premiers distributeurs réalisent 81,6 % de l'ensemble des encaissements (66,3 % en 2020). Les cinq premiers en captent 57,9 % (43,8 % en 2020).

Augmentation de l'encaissement moyen par entrée

En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 3,03 € en 2021, soit une hausse de 8,8 % par rapport à 2020 (2,78 €). Pour un film français, il s'élève à 2,85 € (+8,7 % par rapport à 2020), contre 3,15 € pour un film américain (+7,5 %), 3,19 € pour un film européen non français (+6,5 %) et 2,78 € pour un film d'autres nationalités (+9,0 %). Il s'agit, pour les films européens non français, de leurs meilleurs résultats sur la décennie.

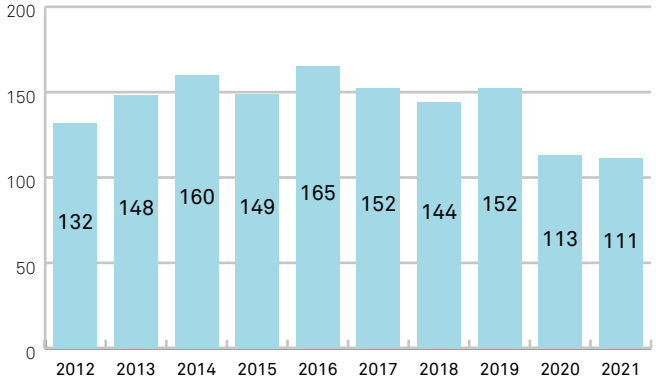
Un nombre de distributeurs actifs en légère baisse en 2021.

Les 10 premiers distributeurs en 2021

		part de marché[1] (%)	films en exploitation	dont films inédits
1	Universal Pictures International	16,3	143	24
2	The Walt Disney Company	14,2	147	15
3	Warner Bros.	10,4	30	13
4	Sony Pictures Home Entertainment	10,2	16	9
5	SND	6,7	61	8
6	Gaumont	6,5	181	8
7	StudioCanal	5,9	62	9
8	Pathé Films	5,8	25	8
9	UGC Distribution	2,8	60	7
10	Paramount	2,7	26	3

[1] En termes d'encaissements distributeurs.
Source : CNC.

Nombre de distributeurs actifs[1]



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

37,8 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2021.

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.

Plus de 2/3 des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion

Au total, 328 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2021 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média (72,1 % des films en première exclusivité en 2021, contre 66,8 % pour les films de 2020). Sur les 247 films français sortis pour la première fois en salles en 2021, 68,4 % font l'objet d'une promotion sur au moins un media. 85,7 % des films américains en première exclusivité en 2021 sont également dans ce cas (72,7 % pour les films de 2020). Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2021 s'élèvent à 290,4 M€, en hausse de 55,3 % par rapport aux films de 2020.

Un investissement moyen 2,4 fois plus élevé pour les films américains que pour les films français

En raison de la crise sanitaire encore présente, les investissements publicitaires restent encore faibles, sous la barre des 300 M€. Depuis 2014, ils étaient toujours supérieurs à 400 M€.

Les films français captent 43,5 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2021 pour 51,5 % des films. 169 films français font l'objet d'une promotion sur au moins un media pour un investissement global de 126,2 M€ (+14,5 % par rapport aux films français de 2020). Les investissements publicitaires en faveur des films américains en première exclusivité sont multipliés par plus de 2 en 2021 à 119,7 M€, pour un nombre de films concernés en hausse à 66 titres (+26 titres).

En moyenne, l'investissement publicitaire brut est de 746,7 K€ pour un film français de 2021 et de 1,8 M€ pour un film américain. L'investissement moyen pour un film français est ainsi 2,4 fois moins élevé que pour un film américain.

Les investissements publicitaires en faveur du cinéma européen non français augmentent de 123,8 % en 2021 à 40,2 M€ pour un nombre de films concernés en hausse à 62 titres (+19 par rapport à 2020). Les investissements publicitaires pour les films non européens et non américains chutent pour les titres de 2021 à 4,4 M€ (-34,1 %) pour un nombre de films relativement stable (31 films en 2021, contre 32 en 2020).

Les Croods 2, une nouvelle ère, 1er au classement des films

Les Croods 2, une nouvelle ère (film d'animation américain) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2021, suivi de *Kaamelott - Premier Volet* (comédie française) et *Tous en scène 2* (film d'animation américain). Six films français, onze films américains et trois films britanniques figurent parmi les 20 premiers du classement. Cinq comédies, quatre films d'aventures et quatre films d'animation apparaissent parmi les 20 premiers. Le premier documentaire, *C'est toi que j'attendais* (film français), est 144e de ce classement.

328 films de 2021 ont bénéficié d'un investissement publicitaire brut de 885,4 K€ en moyenne par film.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	114,7	137,8	160,7	133,3	163,7	204,6	195,7	212,9	110,2	126,2
films américains	175,4	198,0	225,7	212,0	287,1	219,8	215,5	251,6	52,2	119,7
films européens[1]	36,1	31,8	30,8	44,6	49,2	66,1	73,6	39,9	18,0	40,2
autres films	10,1	15,9	15,6	11,9	10,1	11,0	8,1	14,1	6,6	4,4
total	**336,3**	**383,5**	**432,8**	**401,8**	**510,1**	**501,5**	**492,8**	**518,6**	**187,0**	**290,4**

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

Le cinéma, premier support de promotion des films en 2021 avec 118,9 M€ d'investissements publicitaires bruts

Le cinéma reste le premier support de promotion des films en 2021. Les investissements sur ce média augmentent de 65,4 % et atteignent 118,9 M€ pour les films en première exclusivité de 2021. La part du cinéma dans les investissements totaux s'élève à 40,9 % pour les films inédits de 2021. Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l'affichage augmentent à 67,0 M€ en 2021 (+39,8 %). L'affichage capte 23,1 % des dépenses publicitaires totales des films de 2021 (25,6 % pour les films de 2020).

Plus de 75 % 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 2021 coûte 885,4 K€. L'investissement moyen est très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 143,1 K€ pour une campagne publicitaire à la radio et 861,6 K€ pour une promotion en salles de cinéma.

La presse est le média le plus plébiscité. 247 films font l'objet d'un encart dans la presse (75,3 % des films faisant l'objet d'une promotion) notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables à 156,4 K€ pour un film de 2021 en moyenne. De plus, les distributeurs concluent régulièrement des partenariats avec certains titres de presse.

La publicité en faveur du cinéma était interdite à la télévision jusqu'en 2020. Depuis l'été 2020, une expérimentation est en cours sur l'ouverture de la publicité en faveur du cinéma sur ce média. En 2021, 114 films ont bénéficié d'une campagne publicitaire sur les chaînes nationales de la TNT dont 61 films français, 35 films américains, 16 films européens et deux films d'autres nationalités. Par ailleurs, le parrainage est quant à lui autorisé, le cinéma ne faisant pas partie des secteurs interdits par le décret de 1992. 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 2021, l'investissement moyen par film réalisé sur ce média est de 398,3 K€. 35,7 % des films sortis en salles en 2021 bénéficient d'une promotion télévisuelle.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
affichage	100,6	78,2	82,9	76,5	150,5	146,0	126,6	122,4	47,9	67,0
cinéma	88,5	142,5	173,5	173,3	208,8	217,5	235,4	268,0	71,9	118,9
presse	107,2	114,4	122,8	101,5	100,6	92,7	78,1	75,5	36,4	38,6
radio	38,4	45,8	48,1	41,6	40,8	37,5	35,5	34,8	13,7	19,3
télévision	1,6	2,5	5,5	8,8	9,4	7,8	17,2	17,9	17,1	46,6
total	**336,3**	**383,5**	**432,8**	**401,8**	**510,1**	**501,5**	**492,8**	**518,6**	**187,0**	**290,4**

Source : Kantar Media — CNC.

Les frais d'édition des films d'initiative française sortis en salles en 2020

Remarques méthodologiques

Les données qui suivent donnent un éclairage sur les frais d'édition 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 éditeurs de films 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)). A 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 contenus 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.

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française s'élève à 4,80 M€

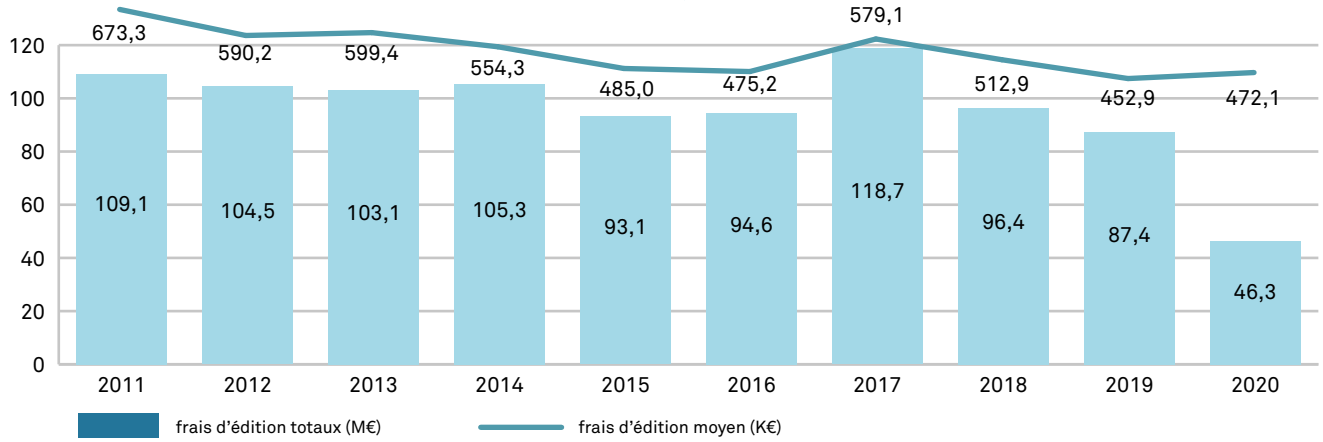
Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française (coût de production + frais d'édition) s'établit à 4,80 M€ pour les films de 2020 (4,55 M€ en 2019). En 2020, les frais d'édition représentent 10,1 % du coût définitif d'un film (comme en 2019).

31 entreprises assurent la distribution des 98 films de l'échantillon

46,3 M€ de frais d'édition totaux pour les films d'initiative française (-47,1 %)

Les frais d'édition cumulés des 98 films d'initiative française agréés de l'échantillon sortis en salles en 2020 s'élèvent à 46,3 M€. La fermeture des salles en raison de la crise sanitaire a limité le nombre de sorties et a, par conséquent, entraîné une réduction des frais d'édition de 47,1 % par rapport à 2019, pour un nombre de films en baisse de 49,2 % et un nombre total d'établissements en première semaine en baisse de 28,3 %. Les frais d'édition moyens des films d'initiative française s'établissent à 472,1 K€, en progression de 4,3 % par rapport à 2019.

Frais d'édition totaux et moyens des films d'initiative française



Source : CNC.

Des frais d'édition moyens par film qui progressent par rapport à 2019.

Pour la sixième année consécutive, la part des frais liés aux achats d'espaces représente plus de 50 % des coûts de distribution et croît nettement en 2020 pour atteindre la part la plus élevée de la période à 62,2 %. A l'inverse, la part captée par les frais techniques se réduit fortement à 8,6 %, soit le niveau le plus bas jamais atteint. Cette importante baisse s'explique notamment par la diminution des contributions numériques en 2020 liée au fait que nombre d'exploitants ont déjà amorti le coût initial de leur équipement de projection numérique. La part captée par les frais liés à la conception du matériel publicitaire progresse légèrement à 11,6 % en 2020, quand celle des frais divers de promotion se réduit à 17,6 %.

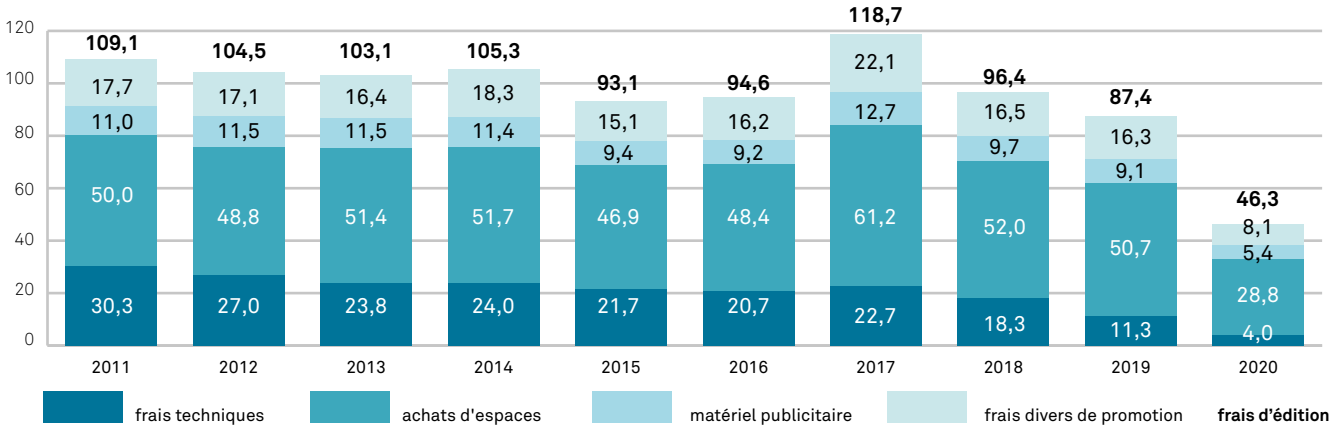
Un renforcement continu de la publicité dans les salles de cinéma et sur internet

Si l'affichage demeure le premier média pour la promotion des films avec 36,0 % des dépenses en achats d'espaces publicitaires, sa part diminue de près de 14 points depuis 2007. A l'inverse, les dépenses dans les salles de cinéma (+17,2 % depuis 2007) et sur internet (+118,4 % depuis 2007) continuent de croître fortement. La salle de cinéma est le deuxième média utilisé pour la promotion des films avec 26,6 % des dépenses, devant internet (19,5 % des dépenses).

Une forte disparité des frais d'édition selon les genres et la recommandation Art et Essai

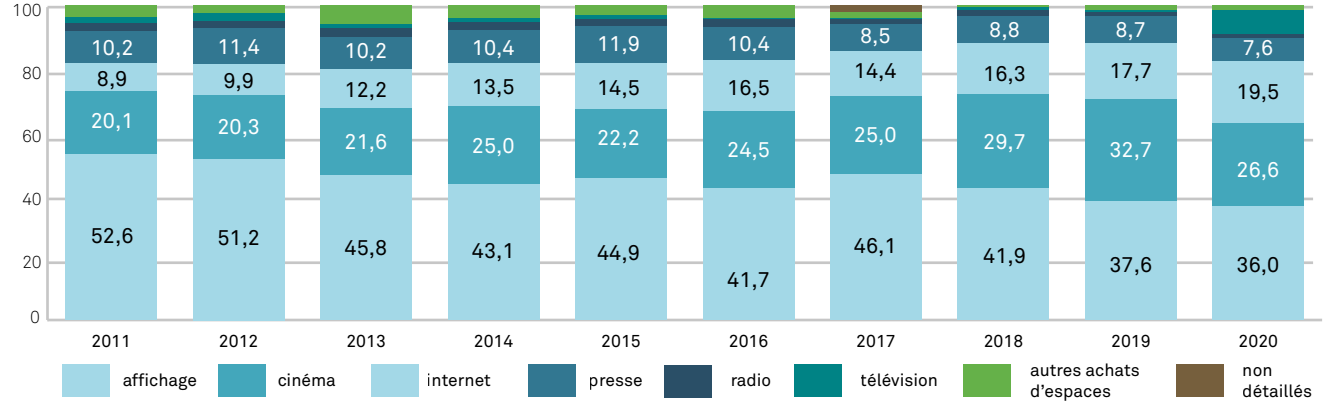
L'analyse par genre révèle une forte disparité des frais d'édition des films d'initiative française qui peuvent également varier d'une année à l'autre. En 2020, un film documentaire bénéficie en moyenne de 103,0 K€ de dépenses de distribution. Un film d'animation (542,2 K€) et un film de fiction (544,3 K€) disposent de 5,3 fois plus. Au sein des fictions, les comédies bénéficient de frais de sortie supérieurs de 27,9 % à la moyenne des fictions avec 696,2 K€ par film en 2020, alors que les drames présentent des frais d'éditions moyens de seulement 258,9 K€ en 2020.
En 2020, un film recommandé Art et Essai bénéficie en moyenne de 258,0 K€ de dépenses de distribution, soit 2,9 fois moins qu'un film non recommandé (746,0 K€).

Frais d'édition des films d'initiative française selon le poste de dépenses (M€)



Source : CNC.

Répartition des dépenses en achats d'espaces publicitaires (%)



Source : CNC.

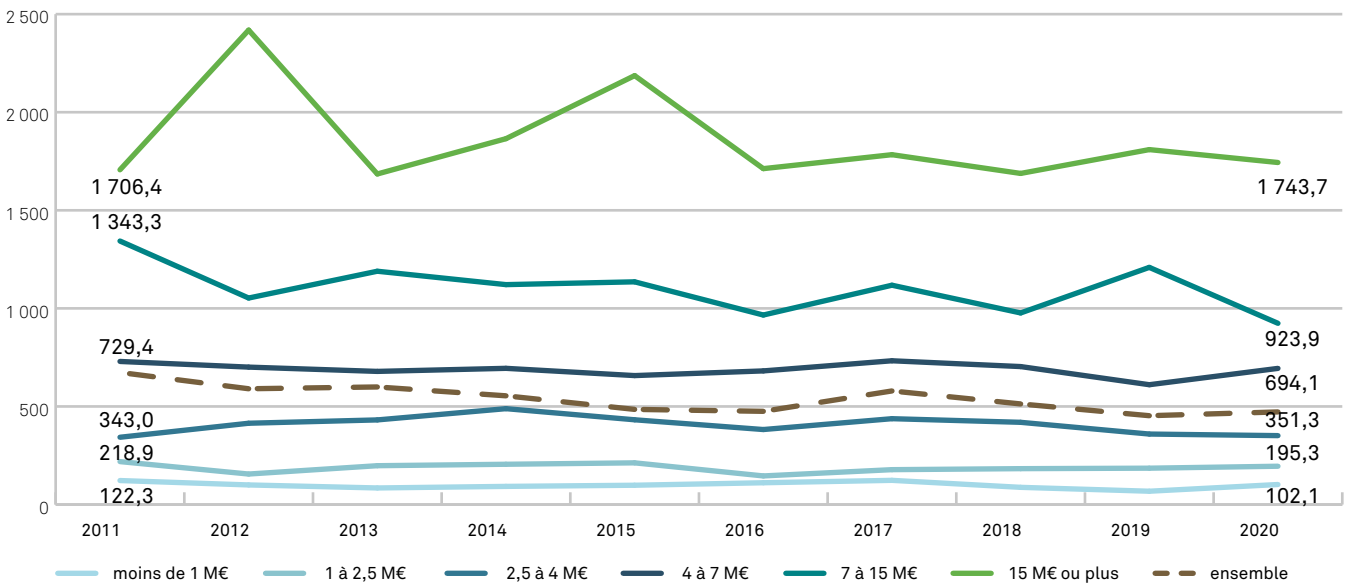
Moins de 1 M€ de frais d'édition en moyenne pour les films à 400 établissements ou plus en première semaine

Les frais d'édition d'un film progressent à mesure que le nombre d'établissements en première semaine augmente. En 2020, les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine présentent des frais d'édition moyens de 40,1 K€ et les films sortis dans 100 à 199 établissements en première semaine des frais d'édition 6,0 fois supérieurs à 242,4 K€. Le coût moyen de distribution s'établit à 885,1 K€ en moyenne pour les films sortis dans 400 établissements ou plus en première semaine.

Plus de 1,7 M€ de frais d'édition moyens pour les films dont le coût de production dépasse 15 M€

Le coût consacré à la distribution d'un film est étroitement corrélé à son coût de production. En 2020, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente un coût moyen de distribution de 102,1 K€, quand un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche, en moyenne, des frais d'édition près de 17 fois supérieurs (1,74 M€ en 2020).

Frais moyens d'édition par film selon le coût de production (K€)



Base : 160 films sortis en 2004 pour lesquels le détail des coûts de production est disponible, 188 films en 2019 et 95 films en 2020.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr
-l'étude *Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2020*
- les séries statistiques sur les frais d'édition des films

En 2021 :

32,7 millions de spectateurs

51,4 % des Français vont au cinéma

3-14 ans

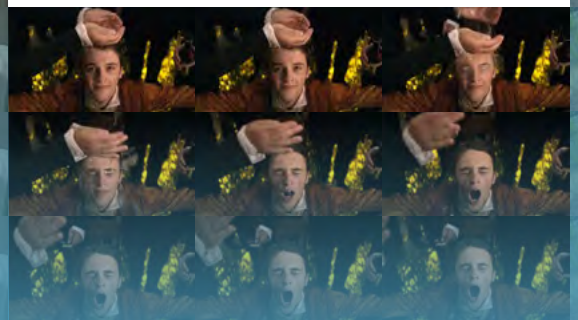
19,4 %

spectateurs de cinéma
14,7 % population française

15-24 ans

17,6 %

spectateurs de cinéma
12,4 % population française



25-49 ans

32,7 %

spectateurs de cinéma
31,2 % population française

50 ans et plus

30,3 %

spectateurs de cinéma
41,8 % 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 2021

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 est le résultat de l'opération :

- entrées réalisées par les individus concernés / 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.

Progression du nombre de spectateurs en 2021

Malgré la prolongation de la crise sanitaire et la fermeture des salles de cinéma pendant 138 jours (162 jours en 2020), l'année 2021 compte davantage de spectateurs que 2020. 32,7 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (27,6 millions en 2020). La population cinématographique compte 5,1 millions d'individus de plus qu'en 2020 (+18,6 %). La population cinématographique représente 51,4 % de la population totale des 3 ans et plus en 2021, contre 43,6 % en 2020 et 68,3 % en 2019. Un peu plus de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2021. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 2,9 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2021, un nombre qui progresse légèrement par rapport à 2020 (2,4 entrées en moyenne) mais qui reste très en-deçà des années précédentes.

Sur la population des 6 ans et plus, 2021 compte 31,6 millions de spectateurs de cinéma (+18,4 % par rapport à 2020, +7,9 % par rapport à 1993, début des enquêtes sur le public). Toutefois, malgré cette progression, la pénétration du cinéma demeure inférieure à 1993 (55,4 %) : 51,4 % de la population totale des 6 ans et plus sont allés au cinéma en 2021.

Plus de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2021.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	nombre moyen d'entrées
2017	62,9	42,6	67,7	4,9
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,0	68,3	5,0
2020	63,2	27,6	43,6	2,4
2021	63,6	32,7	51,4	2,9

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

Un public toujours plus féminin

En 2021, les femmes constituent 51,7 % de la population française âgée de 3 ans et plus et représentent 51,5 % des spectateurs (51,7 % en 2020). Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes progresse quasiment autant (+18,3 % en 2021) que le nombre d'hommes (+18,9 %). En 2021, 51,3 % des femmes sont allées au moins une fois au cinéma au cours de l'année (43,6 % en 2020), contre 51,5 % des hommes (43,7 % en 2020).

En 2021, les femmes génèrent plus d'entrées en salles (57,3 %) que les hommes (42,7 %). Le nombre d'entrées généré par les femmes progresse plus fortement (+66,3 %) entre 2020 et 2021, que celui des hommes (+26,1 %). En 2021, les spectateurs sont allés en moyenne 2,6 fois au cinéma dans l'année, contre 3,2 fois pour les spectatrices.

Fréquentation selon le genre en 2021

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
hommes	48,3	51,5	48,5	42,7	2,6
femmes	51,7	51,3	51,5	57,3	3,2
ensemble	**100,0**	**51,4**	**100,0**	**100,0**	**2,9**

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

Les 60 ans ou plus génèrent près d'un tiers des entrées en salles en 2021.

Le plus faible nombre moyen d'entrées pour les 25-49 ans

Les seniors (50 ans ou plus) représentent 30,3 % de la population cinématographique en 2021 (33,7 % en 2020). En 2021, ils génèrent 42,0 % des entrées (41,3 % en 2020), soit 4,1 entrées par spectateur en moyenne. La part des 60 ans ou plus dans la population cinématographique se réduit à 18,5 % en 2021 (21,2 % en 2020), alors que leur poids dans la population totale de référence gagne 0,3 point à 28,3 % en 2021. Le nombre moyen annuel d'entrées pour les 60 ans et plus atteint 5,0 entrées, soit le nombre moyen le plus élevé toutes tranches d'âges confondues. Les 60 ans ou plus génèrent 31,5 % des entrées en salles en 2021 (+5,5 points par rapport à 2020). Après une diminution de plus de 30 points entre 2019 et 2020, la pénétration du cinéma chez les 25-49 ans gagne 9,3 points en 2021, pour atteindre 53,9 %. La part des 25-49 ans au sein du public s'élève à 32,7 % (32,2 % en 2020) et ils génèrent 22,6 % des entrées en 2021 (24,8 % en 2020), soit une moyenne de 2,0 entrées annuelles par spectateur.

70,4 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2021.

Un public composé à 37,0 % de moins de 25 ans en 2021

La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma progresse en 2021. Ils représentent 37,0 % des spectateurs, contre 34,1 % en 2020. Ils sont 12,1 millions à s'être rendus au cinéma (9,4 millions en 2020), soit +28,7 %. Les moins de 25 ans sont à l'origine de 35,4 % des entrées (33,9 % en 2020). En termes de pénétration, le cinéma touche toujours plus les jeunes : 70,4 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2021, contre 53,9 % des 25-49 ans et 37,2 % des 50 ans ou plus. La pénétration est plus importante chez les 15-19 ans (73,9 %), chez les 20-24 ans (72,3 %) et chez les 11-14 ans (72,2 %) que chez les 3-10 ans (66,0 %). Elle s'avère particulièrement élevée pour les garçons âgés de 11 à 14 ans : 75,5 % d'entre eux sont allés au cinéma en 2021.

Progression de la part des moins de 14 ans dans le public et dans les entrées en 2021

Au global, le nombre de moins de 14 ans à être allés au cinéma atteint 6,4 millions. 68,2 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2021 (54,6 % en 2020). La part dans le public du cinéma des moins de 14 ans s'établit à 19,4 % en 2021 (18,6 % en 2020) et la proportion des entrées qu'ils réalisent à 17,5 % (15,3 % en 2020). Les moins de 14 ans se sont rendus 2,6 fois dans les salles en 2021.

Fréquentation selon l'âge en 2021

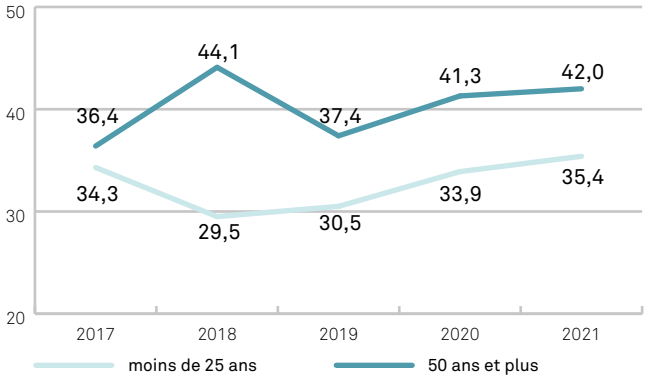
	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,5	66,0	12,2	10,9	2,6
11-14 ans	5,2	72,2	7,2	6,5	2,6
15-19 ans	6,4	73,9	9,2	11,4	3,6
20-24 ans	6,0	72,3	8,4	6,5	2,2
25-34 ans	11,8	54,6	12,5	6,9	1,6
35-49 ans	19,4	53,4	20,2	15,7	2,3
50-59 ans	13,5	44,6	11,7	10,4	2,6
60 ans et plus	28,3	33,7	18,5	31,5	5,0
ensemble	100,0	51,4	100,0	100,0	2,9

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 de 3,5 points quand celle des moins de 25 ans progresse de 2,9 points. La part des seniors (30,3 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (37,0 %) dans le public du cinéma en 2021. En revanche, les seniors réalisent 42,0 % des entrées en salles en 2021, tandis que les jeunes n'en réalisent que 35,4 %. Cette part progresse davantage pour les moins de 25 ans (+1,5 point par rapport à 2020) que pour les seniors (+0,7 point). Par rapport à 2017, la part des seniors dans le total des entrées augmente plus rapidement que celle des moins de 25 ans : respectivement +5,6 points et +1,2 point.

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



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

Près de 60 % des CSP+ sont allés au moins une fois au cinéma en 2021

Bien qu'en-deçà des niveaux d'avant crise, la population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec la pénétration la plus élevée : 59,7 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2021, contre 50,6 % en 2020. Cela touche un peu plus les CSP+ femmes qui sont 60,3 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2021 (59,1 % des CSP+ hommes). Le nombre moyen d'entrées par CSP+ s'établit à 2,7 en 2021.

En 2021, 47,2 % des catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) fréquentent les salles de cinéma, contre 41,3 % en 2020. Ils vont au cinéma en moyenne 2,2 fois dans l'année. Les CSP- génèrent 15,1 % de la fréquentation en 2021 (17,2 % en 2020) et représentent 19,8 % de la population cinématographique en 2021 (21,4 % en 2020).

Parmi les actifs, le taux de pénétration le plus élevé est dégagé par les chefs d'entreprises et cadres. Ce sont également eux qui comptabilisent le plus grand nombre moyen d'entrées en 2021 à 2,8.

Le taux de pénétration du cinéma chez les inactifs s'élève à 49,4 % en 2021 (48,3 % des femmes et 50,8 % des hommes), contre 41,6 % en 2020. La pénétration du cinéma chez les élèves et étudiants connait la hausse la plus importante de toutes les catégories socioprofessionnelles. Ils sont 73,3 % à fréquenter les salles de cinéma en 2021 (55,8 % en 2020). Les élèves et étudiants représentent 31,0 % du public du cinéma en 2021 (+3,1 points par rapport à 2020). Le taux de pénétration du cinéma chez les retraités s'établit à 32,8 % en 2021, contre 32,4 % en 2020. Par rapport à 2020, leur part dans le public perd 2,3 points à 15,6 %. Malgré tout, ce sont eux qui se rendent le plus souvent en salles en 2021, avec 5,0 entrées en moyenne.

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2021

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	**23,9**	**59,7**	**27,8**	**25,3**	**2,7**
chefs d'entreprises, cadres…	9,1	65,1	11,6	11,0	2,8
professions intermédiaires	11,8	58,4	13,4	12,4	2,7
artisans, commerçants	3,0	48,5	2,9	1,9	1,9
CSP -	**21,5**	**47,2**	**19,8**	**15,1**	**2,2**
employés	12,2	51,1	12,1	9,9	2,4
ouvriers	8,8	41,6	7,1	4,9	2,0
agriculteurs	0,6	48,9	0,6	0,3	1,3
inactifs	**54,5**	**49,4**	**52,4**	**59,6**	**3,3**
retraités	24,4	32,8	15,6	26,6	5,0
élèves, étudiants	21,7	73,3	31,0	29,0	2,7
autres inactifs (chômeurs,…)	8,4	36,2	5,9	3,9	2,0
ensemble	**100,0**	**51,4**	**100,0**	**100,0**	**2,9**

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

Progression des spectateurs élèves et étudiants dans le public en 2021 (+31,8 %).

Un public plus important dans les grandes agglomérations

La pénétration du cinéma dans les zones rurales (+2,8 points entre 2020 et 2021) et dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (+5,3 points) connait la plus faible hausse en 2021. Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants concentrent 36,1 % du public (36,7 % en 2020) et 27,0 % des entrées en 2021 (33,8 % en 2020). Le nombre moyen d'entrées s'établit à 2,2 entrées par spectateur de ces zones en 2021 (comme en 2020).

Paris et les unités urbaines de plus de 100 000 habitants concentrent la majorité des spectateurs. Ces unités urbaines rassemblent 50,6 % des spectateurs en 2021, contre 51,0 % en 2020. Elles captent également la plus grande part des entrées (59,9 % en 2021, contre 55,6 % en 2020). Les spectateurs de ces zones sont allés 3,5 fois au cinéma en moyenne en 2021 (2,6 fois en 2020).

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2021

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	24,3	42,2	19,9	14,1	2,1
unités urbaines < 20 000 hab.	17,9	46,3	16,2	12,9	2,3
unités urbaines de 20 000 à 50 000 hab.	6,1	50,3	5,9	5,0	2,5
unités urbaines de 50 000 à 100 000 hab.	7,3	52,2	7,4	8,1	3,2
unités urbaines > 100 000 hab.	29,1	56,9	32,2	33,5	3,0
unité urbaine de Paris	15,3	61,6	18,3	26,4	4,2
ensemble	**100,0**	**51,4**	**100,0**	**100,0**	**2,9**

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

Diminution du nombre de spectateurs habitués

En 2021, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 64,2 % pour atteindre 24,0 millions. Les occasionnels composent ainsi 73,4 % du public en 2021, contre 53,0 % en 2020, soit la part la plus élevée depuis 2015 (61,9 %). Ils génèrent 33,2 % de la fréquentation des salles en 2021 (31,7 millions d'entrées). La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un public d'enfants venant accompagnés d'adultes comme *Pil* (58,1 % de public occasionnel), *La Pat' Patrouille, le film* (50,0 %) ou *Pierre Lapin 2 : Panique en ville* (49,2 %).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la fréquentation. Ils génèrent 66,8 % des entrées totales de l'année (-1,8 point par rapport à 2020), soit 63,8 millions d'entrées. Par rapport à 2020, la population cinématographique compte moins de spectateurs assidus (-0,85 million d'individus, soit -46,4 %) et de spectateurs réguliers (-3,41 millions d'individus, soit -30,6 %). Ces derniers, sur-représentés en 2020, ont réduit leur fréquentation des salles en 2021 pour devenir des spectateurs occasionnels. Les spectateurs habitués composent ainsi 26,6 % du public des salles de cinéma en 2021, contre 47,0 % en 2020, soit la part la plus faible depuis 2015 (35,2 %).

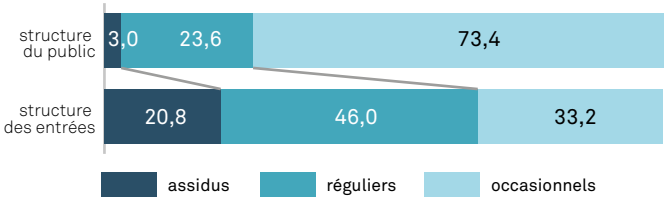
Les habitués composent 66,8 % de la fréquentation et 26,6 % du public de l'année.

Habitudes du public du cinéma

	2017	2018	2019	2020	2021
structure du public (%)					
habitués	**35,0**	**31,0**	**30,8**	**47,0**	**26,6**
assidus	3,8	3,1	3,8	6,7	3,0
réguliers	31,2	27,9	27,0	40,3	23,6
occasionnels	**65,0**	**69,0**	**69,2**	**53,0**	**73,4**
ensemble	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
structure des entrées (%)					
habitués	**67,0**	**65,1**	**73,6**	**68,6**	**66,8**
assidus	22,2	22,5	23,8	23,0	20,8
réguliers	44,8	42,6	49,8	45,6	46,0
occasionnels	**33,0**	**34,9**	**26,4**	**31,4**	**33,2**
ensemble	**100,0**	**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 2021 (%)



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

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont liées aux critères sociodémographiques. En 2021, 40,0 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (26,7 % pour les occasionnels), 57,1 % sont des inactifs (50,7 % pour les occasionnels) et 56,3 % habitent Paris ou des unités urbaines de plus de 100 000 habitants (48,5 % pour les occasionnels).

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2021 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
hommes	46,9	49,0	**48,5**
femmes	53,1	51,0	**51,5**
âge			
3-14 ans	13,1	21,7	**19,4**
15-24 ans	19,9	16,8	**17,6**
25-49 ans	27,0	34,8	**32,7**
50 ans et plus	40,0	26,7	**30,3**
activité professionnelle			
CSP+	25,8	28,5	**27,8**
CSP-	17,0	20,8	**19,8**
inactifs	57,1	50,7	**52,4**
agglomération de résidence			
zones rurales	18,0	20,6	**19,9**
UU <20 000 hab.	14,7	16,7	**16,2**
UU de 20 000 à 50 000 hab.	4,0	6,7	**5,9**
UU de 50 000 à 100 000 hab.	7,0	7,5	**7,4**
UU >100 000 hab.	31,7	32,5	**32,2**
UU de Paris	24,6	16,1	**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 2020*

Le public des films en 2021

Près de 55 % du public des films français a 50 ans et plus

Les films français sont particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) en 2021. La part de cette population dans le public des films français est supérieure de 19,6 points à sa part dans le public de l'ensemble des films. En 2021, le public des films français se compose à 54,9 % de seniors (+4,1 points par rapport à 2020). Les moins de 25 ans restent sous-représentés au sein du public des films français : ils composent 23,0 % du public de ces films en 2021 (-5,0 points par rapport à 2020), contre 38,2 % de celui de l'ensemble des films. Toutefois, certains d'entre eux ont été largement plébiscités par cette tranche d'âge, c'est le cas notamment de *Pil* (51,3 % de moins de 25 ans), *le Tour du Monde en 80 jours* (51,0 %) ou encore *le Trésor du petit Nicolas* (42,7 %), soit deux films d'animation et un film dont la cible est jeune.

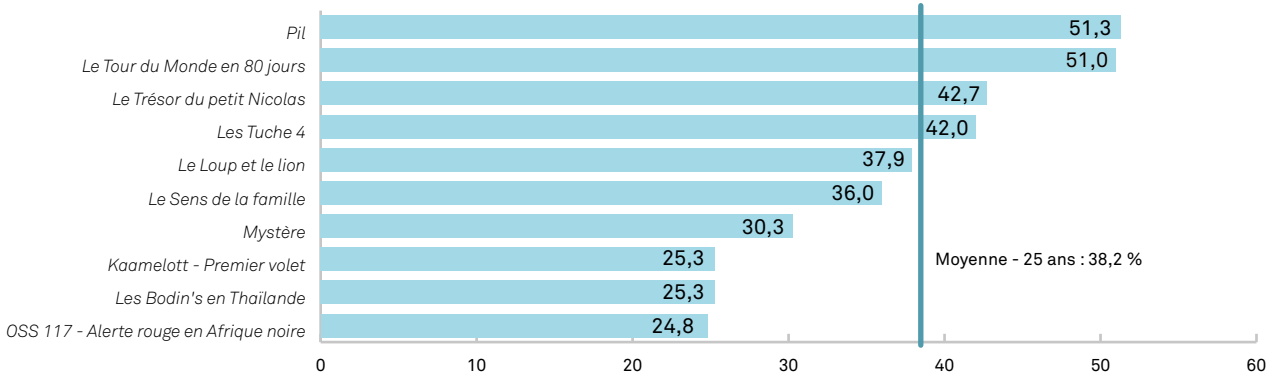
Les assidus sont plus friands de films français. En 2021, ils représentent 27,8 % des spectateurs de ces films, contre 22,2 % du public tous films confondus. Des films tels que *Illusions perdues* ou *Benedetta* rassemblent plus de 300 000 spectateurs et concentrent une forte proportion d'assidus (respectivement 38,5 % et 37,2 %).

En 2021, progression de la part des 50 ans ou plus dans le public des films français.

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

Le public des films américains demeure jeune. 48,8 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans, contre 38,2 % pour l'ensemble des films. Ce sont surtout les films d'animation et d'horreur que les jeunes ont prisés en 2021 : *les Bouchetrous* (67,0 % de 3-24 ans), *Conjuring 3 : sous l'emprise du Diable* (65,4 %), ou encore *American Nightmare 5 : sans limites* (64,0 %). Les seniors (22,3 %) et les spectateurs assidus (18,4 %) 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 spectateurs.

Films français enregistrant une part importante de moins de 25 ans en 2021 (%)



Base : Films français sortis en salles en 2021 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.

Public des films selon la nationalité en 2021 (%)

	films français	films américains	films européens[1]	autres films	tous films
genre					
hommes	47,6	50,1	56,5	54,2	**50,4**
femmes	52,4	49,9	43,5	45,8	**49,6**
âge					
3-14 ans	8,6	20,6	9,2	17,2	**15,1**
15-24 ans	14,4	28,2	21,2	36,4	**23,1**
25-49 ans	22,1	28,9	27,0	21,7	**26,5**
50 ans et plus	54,9	22,3	42,6	24,7	**35,3**
activité professionnelle					
CSP+	31,4	30,5	35,5	33,1	**31,6**
CSP-	15,6	16,8	17,6	13,0	**16,5**
inactifs	53,0	52,7	47,0	53,9	**51,9**
habitat					
région parisienne	21,8	22,5	21,7	36,2	**22,3**
autres régions	78,2	77,5	78,3	63,8	**77,7**
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	27,8	18,4	21,8	30,8	**22,2**
réguliers	44,6	44,6	43,1	51,0	**44,4**
occasionnels	27,6	37,0	35,1	18,1	**33,4**

[1] Europe au sens continental, hors France.
Base : échantillon de 267 films en 2021 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 2021, 48,8 % 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 (3-14 ans) constituent 44,5 % du public de ces films, contre 15,1 % de celui de l'ensemble des films. Pour des films tel que *les Bouchetrous*, les 3-14 ans représentent plus de 59,1 % des spectateurs. Au sein du public des films d'animation, 42,2 % sont des occasionnels, contre 33,4 % de ceux de l'ensemble des films. Les réguliers composent 40,6 % du public de ces films (44,4 % tous genres confondus) et les assidus 17,2 % (22,2 % tous genres confondus).

Un public de CSP+ et de seniors pour les 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 documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée (31 établissements première semaine en moyenne pour les documentaires sortis en 2021).

L'analyse du public des documentaires met en évidence une réelle segmentation par rapport aux autres genres. Elle fait apparaître une part importante de seniors (52,8 % du public, contre 35,3 % tous films confondus) et de CSP+ (36,8 %, contre 31,6 % tous films). En 2021, la part des spectateurs assidus dans le public des documentaires est supérieure (28,0 %) à celle tous films confondus (22,2 %). Les occasionnels composent 19,1 % du public des documentaires (33,4 % tous films confondus).

Public des films selon le genre en 2021 (%)

	films d'animation	films documentaires	films de fiction	*dont comédies*	tous films
genre					
hommes	45,3	55,4	51,3	*47,2*	**50,4**
femmes	54,7	44,6	48,7	*52,8*	**49,6**
âge					
3-14 ans	44,5	11,5	10,0	*10,7*	**15,1**
15-24 ans	13,6	12,3	24,9	*17,9*	**23,1**
25-49 ans	26,6	23,4	26,5	*25,1*	**26,5**
50 ans et plus	15,2	52,8	38,6	*46,4*	**35,3**
activité professionnelle					
CSP+	21,4	36,8	33,3	*30,5*	**31,6**
CSP-	13,8	13,9	17,0	*17,2*	**16,5**
inactifs	64,8	49,4	49,6	*52,2*	**51,9**
habitat					
région parisienne	20,6	20,3	22,5	*18,6*	**22,3**
autres régions	79,4	79,7	77,5	*81,4*	**77,7**
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	17,2	28,0	22,6	*22,7*	**22,2**
réguliers	40,6	52,9	44,7	*44,7*	**44,4**
occasionnels	42,2	19,1	32,6	*32,6*	**33,4**

Base : échantillon de 267 films en 2021 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements 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

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 (44,6 % des films Art et Essai sortis en 2021 sont programmés dans moins de 50 établissements en première semaine).

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. En 2021, le public des films recommandés Art et Essai se compose à 56,8 % de seniors, à 36,7 % de CSP+, à 28,1 % d'habitants de Paris et sa région et à 32,4 % d'assidus. A l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et habite davantage en régions.

Les assidus ont notamment plébiscité certains films recommandés Art et Essai tels que *Illusions perdues* (38,5 % d'assidus), *Benedetta* (37,2 %) ou *West Side Story* (36,6 %). Parmi les 147 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2021, seulement 26 présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne pour tous les films Art et Essai (22,4 %), contre 70 films sur 95 en 2020. *Dune*, film de science-fiction Art et Essai américain, présente ainsi une part d'occasionnels importante à 39,0 %.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2021 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
hommes	51,3	50,3	**50,4**
femmes	48,7	49,7	**49,6**
âge			
3-14 ans	5,1	17,2	**15,1**
15-24 ans	16,3	24,5	**23,1**
25-49 ans	21,7	27,5	**26,5**
50 ans et plus	56,8	30,8	**35,3**
activité professionnelle			
CSP+	36,7	30,6	**31,6**
CSP-	12,8	17,3	**16,5**
inactifs	50,5	52,2	**51,9**
habitat			
région parisienne	28,1	20,9	**22,3**
autres régions	71,9	79,1	**77,7**
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	32,4	19,7	**22,2**
réguliers	45,2	44,2	**44,4**
occasionnels	22,4	36,1	**33,4**

Base : échantillon de 267 films en 2021 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 (41,6 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2021). 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 (42,4 % pour les films à deux millions d'entrées ou plus en 2021). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille ou les films d'animation américains. Deux films américains ayant réalisé plus d'un million d'entrées en salles sont composés à près de 50 % d'occasionnels : *La Pat' Patrouille, le film* (50,0 % d'occasionnels, contre 33,4 % en moyenne tous films) et *Encanto : la fantastique famille Madrigal* (48,2 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (28,2 % de moins de 25 ans pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2021, 40,1 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus), inactif (47,4 % d'inactifs pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 49,4 % pour les films à plus de 2 millions d'entrées) et réside en régions (69,0 % de personnes résidant en régions pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 79,6 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus).

Les films qui font le moins d'entrées attirent davantage un public assidu.

Public des films selon le nombre d'entrées en 2021 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions et plus	tous films
genre						
hommes	53,5	46,7	51,6	47,3	55,0	**50,4**
femmes	46,5	53,3	48,4	52,7	45,0	**49,6**
âge						
3-14 ans	9,3	9,9	21,1	18,4	13,7	**15,1**
15-24 ans	18,9	15,6	19,2	26,4	26,4	**23,1**
25-49 ans	26,3	22,5	27,2	28,1	27,0	**26,5**
50 ans et plus	45,4	52,0	32,5	27,2	32,8	**35,3**
activité professionnelle						
CSP+	37,7	30,6	30,5	29,5	33,9	**31,6**
CSP-	14,9	14,9	15,2	18,0	16,7	**16,5**
inactifs	47,4	54,5	54,4	52,6	49,4	**51,9**
habitat						
région parisienne	31,0	24,9	24,6	20,2	20,4	**22,3**
autres régions	69,0	75,1	75,4	79,8	79,6	**77,7**
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	41,6	32,3	25,5	18,6	14,5	**22,2**
réguliers	42,7	44,7	45,7	45,5	43,0	**44,4**
occasionnels	15,6	23,1	28,8	35,9	42,4	**33,4**

Base : échantillon de 267 films en 2021 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

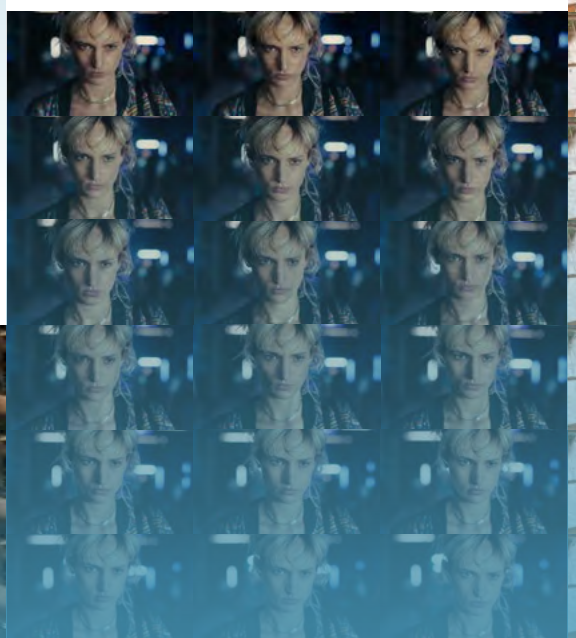
Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur le public des films

En 2021 :

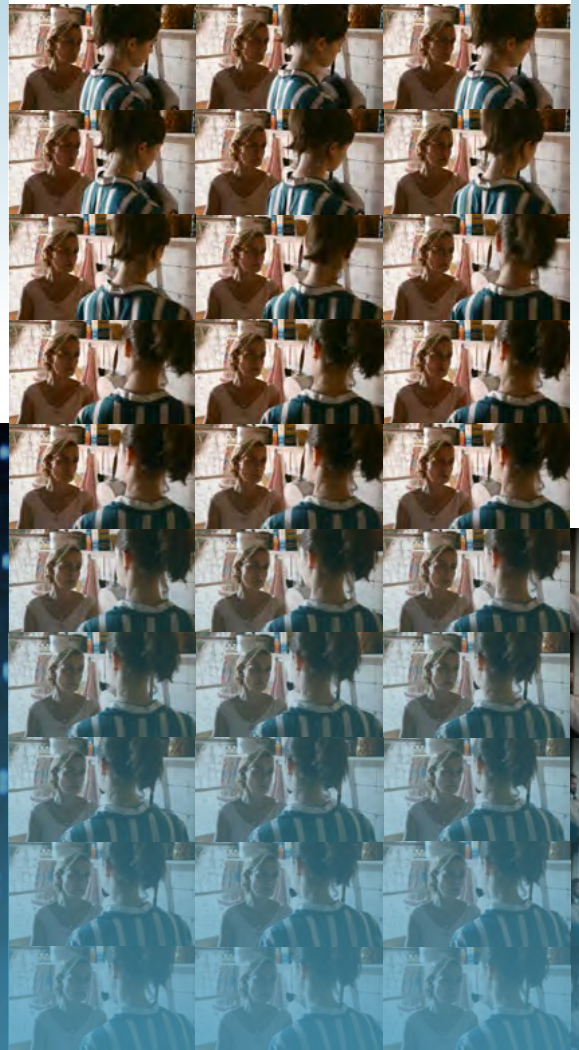
2 028 établissements actifs
(-13 établissements par rapport à 2020)
dont :

240
multiplexes
(11,8 % des établissements),
59,1 % des entrées

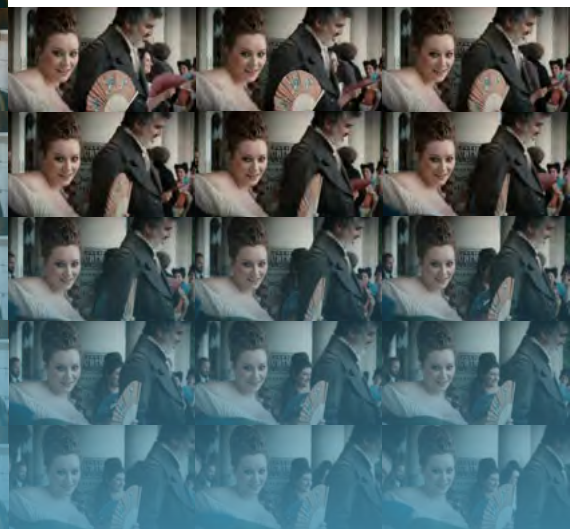
1 110
établissements mono-écran
(54,7 % des établissements)



6 193
écrans actifs
(+66 écrans par rapport
à 2020)



678
établissements de 2 à 7 salles
(33,4 % des établissements)



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

Près de 6 200 salles actives

6 193 salles sont actives en France métropolitaine en 2021, soit 66 de plus qu'en 2020 (+1,1 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 217 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de 151 écrans. L'expansion du parc des multiplexes explique en partie les ouvertures de salles. En 2021, 41,0 % des nouveaux écrans se situent dans ce type d'établissements (32,6 % des nouveaux écrans de 2020), contre 35,0 % dans des établissements de 4 à 7 écrans (37,0 % en 2020) et 24,0 % dans des établissements de 1 à 3 écrans (30,4 % en 2020). Parmi les 217 écrans ouverts en 2021, 14 résultent de l'extension de cinémas préexistants (11 sur 92 en 2020). Depuis 2013, les extensions d'établissements préexistants concernent 27 écrans ou plus chaque année (26 écrans par an en moyenne sur la période 2015-2021), mais la crise sanitaire a ralenti leur développement ces deux dernières années.

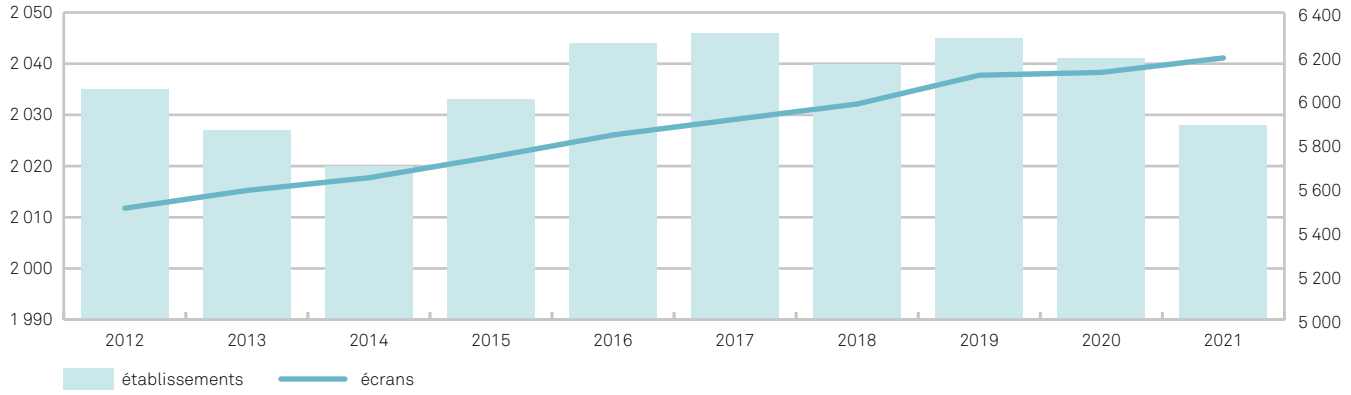
Parmi les 6 193 écrans actifs en 2021 figurent 109 circuits itinérants (107 en 2020).

Parc cinématographique français[1]

	établissements	écrans	fauteuils	nombre moyen de fauteuils par établissement	nombre moyen de fauteuils par écran
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
2020	2 041	6 127	1 138 530	558	186
2021	2 028	6 193	1 146 533	565	185

[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine.

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



[1]Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine.

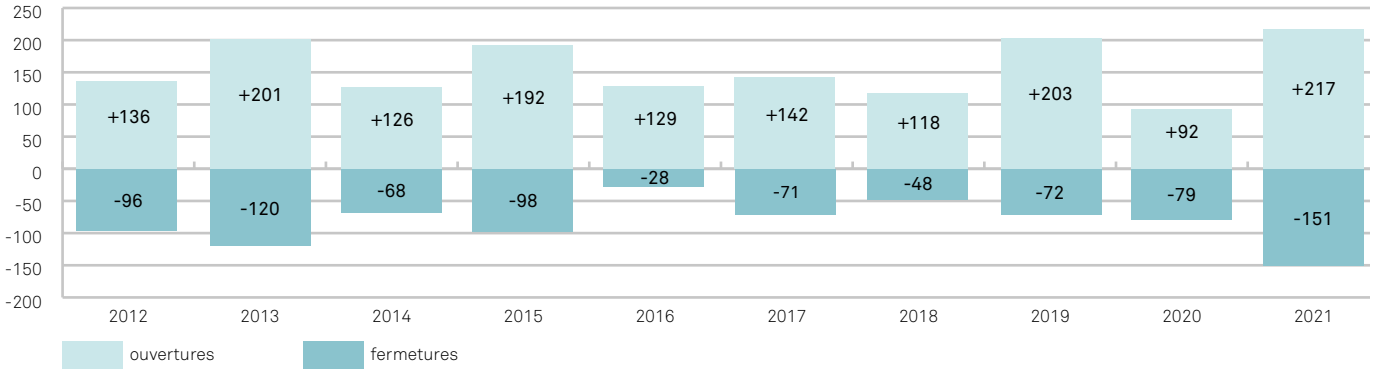
2 028 établissements cinématographiques

En 2021, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2 028, soit 13 de moins qu'en 2020. 47 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 60 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement.

En 2021, un cinéma de 14 salles, un de 11 salles, deux de sept salles, un de six salles, cinq de cinq salles, deux de quatre salles, quatre de trois salles, sept de deux salles et 37 mono-écrans ferment, provisoirement ou définitivement.

31,9 % des établissements ouverts en 2021 comptent un écran (15 établissements). Sept comptent huit écrans ou plus. Ouvrent également en 2021, cinq cinémas de deux écrans, sept de trois écrans, un de quatre écrans, cinq de cinq écrans, trois de six écrans et quatre de sept écrans.

Evolution des ouvertures et fermetures d'écrans[1]



[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine.

20 établissements dans les DROM

En 2021, 20 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer dont quatre multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Ils regroupent 65 écrans. La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec 10 cinémas dont deux multiplexes et 30 écrans, devant la Guadeloupe (trois établissements dont un multiplexe et 13 écrans), la Guyane (trois cinémas et neuf écrans), la Martinique (trois cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant et 12 écrans) et Mayotte (un cinéma mono-écran).

2 028 établissements (-13 par rapport à 2020) et 6 193 écrans (+66 par rapport à 2020) actifs en 2021.

75 établissements à Paris

En 2021, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 389 (400 en 2020). La capitale compte trois établissements de moins en 2021 par rapport à 2020. Deux cinémas n'ont pas rouvert leurs portes après le premier confinement en 2020 (l'UGC George V de 11 salles dans le VIII[e] arrondissement et le mono-écran Mac Mahon dans le XVII[e] arrondissement). Troisième cinéma fermé en 2021, le MK2 Grand Palais est actuellement en travaux.

Le parc parisien compte 75 établissements dont 13 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Le VII[e] 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, mais ne rouvrira qu'en 2023 pour cause de travaux. Le VI[e] et le XIX[e] arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 49 écrans regroupés dans 15 établissements et 42 écrans regroupés dans quatre établissements.

La capitale dispose de 68 533 fauteuils cinématographiques en 2021. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 914 fauteuils en 2021 (822 en 2012, soit +11,2 % en 10 ans) et une salle en contient 176 (189 en 2012, soit -7,0 % en 10 ans).

En dix ans, le parc parisien compte 11 établissements de moins, 16 écrans de plus et 2 116 fauteuils de moins.

Parc cinématographique parisien[1]

	établissements	écrans	fauteuils
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
2020	78	400	70 700
2021	75	389	68 533

[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC.

Une reprise de la fréquentation après une année 2020 compliquée

Compte tenu de l'évolution de la fréquentation en 2021 (+46,3 % par rapport à 2020), grâce notamment à l'allègement des règles sanitaires et une période d'ouverture des cinémas plus longue qu'en 2020, le nombre moyen d'entrées par établissement augmente pour atteindre 47 074 entrées, soit +47,2 % par rapport à 2020. Le nombre moyen d'entrées par écran remonte à 15 415 entrées (+44,7 %). En moyenne, un multiplexe enregistre 235 075 entrées en 2021 (160 440 en 2020, +46,5 %), niveau toujours inférieur de moitié à celui observé avant crise.

Nombre moyen d'entrées[1]

	par établissement	par écran
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
2020	31 976	10 652
2021	47 074	15 415

[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France Métropolitaine.

En 2021, la part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées recule à 83,4 % des cinémas actifs (-5,2 points par rapport à 2020).

83 % des cinémas réalisent moins de 80 000 entrées

83,4 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 80 000 entrées en 2021, ils totalisent 47,2 % des écrans actifs, 46,1 % des fauteuils et 27,4 % des entrées. Les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 0,9 % des établissements, 4,9 % des écrans, 6,2 % des fauteuils et 11,5 % de la fréquentation globale. Avant la crise sanitaire, ¾ des cinémas réalisaient moins de 80 000 entrées annuelles totalisant moins de 17 % de la fréquentation et autour de 6 % réalisaient 450 000 entrées ou plus totalisant plus de 43 % de la fréquentation.

La part des établissements à moins de 80 000 entrées annuelles baisse par rapport à 2020 (-5,2 points) à 83,4 % quand celle des cinémas réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées par an augmente de 4,5 points et celle des cinémas à 450 000 entrées annuelles et plus de 0,7 point. Le recul de la part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées par an est nettement plus prononcée en termes d'écrans et de fauteuils (respectivement -11,0 points et -9,7 points), ce qui indique que de grands cinémas qui se trouvaient dans cette tranche en 2020 passe dans la tranche au-dessus en 2021.

Etablissements selon le nombre d'entrées[1]

		établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 80 000 entrées	2019	1 522	2 106	404 432	34,77	22 846
	2020	1 808	3 571	635 745	25,92	14 339
	2021	1 692	2 926	528 979	26,19	15 464
	poids dans le total 2021	**83,4%**	**47,2%**	**46,1%**	**27,4%**	
de 80 000 à 450 000 entrées	2019	394	2 341	389 182	81,47	206 767
	2020	229	2 471	483 303	36,64	159 995
	2021	318	2 963	546 748	56,04	176 220
	poids dans le total 2021	**15,7%**	**47,8%**	**47,7%**	**58,7%**	
450 000 entrées et plus	2019	129	1 667	347 385	96,86	750 839
	2020	4	85	19 482	2,63	657 865
	2021	18	304	70 806	11,01	611 403
	poids dans le total 2021	**0,9%**	**4,9%**	**6,2%**	**11,5%**	

[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine..

Près de 60 % des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2021, 240 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France dont sept ont ouvert dans l'année. Le nombre de créations est supérieur à la moyenne des dix dernières années (six ouvertures en moyenne chaque année). Deux multiplexes ferment définitivement, l'UGC Part Dieu à Lyon (fermeture en septembre 2020, au profit d'un multiplexe UGC Ciné Cité de 18 écrans) et l'UGC George V à Paris (fermeture définitive en mars 2020).
11,8 % des établissements français sont des multiplexes en 2021. Ces derniers regroupent 44,4 % des écrans et 46,2 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 59,1 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2021 (57,3 % en 2020). Au total, leur fréquentation augmente de 50,9 % par rapport à 2020, contre +46,3 % pour l'ensemble des cinémas.
En moyenne, un multiplexe compte 11 écrans et 2 206 fauteuils en 2021.

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 110 établissements mono-écran en 2021 (17,9 % des écrans et 54,7 % des établissements). Ces salles totalisent 21,2 % des fauteuils et réalisent 8,0 % des entrées. Les 678 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,6 % des écrans et 32,6 % des fauteuils en 2021. Ils génèrent 32,9 % des entrées de l'année.

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2021

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
UGC Plaisir	UGC Ciné Cité	Plaisir	Paris	mai 2021	9	1 279
UGC Ciné Cité Bassins à Flot	UGC Ciné Cité	Bordeaux	Bordeaux	juin 2021	13	2 394
Cineum Cannes	Compagnie Cinématographique de Cannes	Cannes	Nice	juillet 2021	10	2 159
UGC Ciné Cité Part-Dieu	UGC Ciné Cité	Lyon	Lyon	septembre 2021	18	3 105
CGR Le Spot - La Ciotat	Alray	La Ciotat	Toulon	novembre 2021	8	1 305
Megarama	Agora Cinémas	Nice	Nice	décembre 2021	10	1 515
Cineplanet	Compagnie Cinématographique Salonaise	Salon-de-Provence	Salon-de-Provence	décembre 2021	14	1 978

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	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	128,32	552 563
	2020	233	2 677	518 905	37,38	160 335
	2021	240	2 752	529 424	56,42	235 075
poids dans le total (%)	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	
	2020	11,4	43,7	45,6	57,3	
	2021	11,8	44,4	46,2	59,1	

[1] Données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2021[1]

	établissements	écrans	fauteuils	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 110	1 110	242 869	8,0%	6 907
2 à 3 écrans	434	1 040	170 839	11,8%	26 019
4 à 5 écrans	145	646	99 346	9,8%	64 400
6 à 7 écrans	99	645	104 055	11,3%	108 603
8 à 11 écrans	130	1 206	214 568	22,6%	165 716
12 écrans et plus	110	1 546	314 856	36,5%	317 045
total	**2 028**	**6 193**	**1 146 533**	**100,0%**	**47 074**

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

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

À fin décembre 2021, 1 163 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 57,3 % du parc total d'établissements cinématographiques (56,8 % à fin 2020). 24 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection en 2021 (19 en 2020).

18,1 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2021 sont des multiplexes (17,8 % en 2020) et 44,4 % sont des mono-écrans (44,5 % en 2020). Si 87,9 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2021, ce taux d'équipement atteint 64,3 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 64,3 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 46,5 % pour les mono-écrans.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total (%)
2017	1 221	59,7
2018	1 203	59,0
2019	1 167	57,1
2020	1 160	56,8
2021	1 163	57,3

Source : CNC – Cinégo – France métropolitaine.

95 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. En 2021, huit technologies étaient 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), Sphera (utilise les technologies Dolby Atmos, EclairColor et l'ajout de bandes LED sur les murs qui retranscrivent en live les couleurs du film sur les murs) et Laser (offre une image de qualité bien supérieure) et Aurore (salle équipée d'une toile de 18 mètres ultra-haute définition non-perforée qui donne aux couleurs tout leur éclat et offre des effets de contrastes saisissants et de 84 haut-parleurs pour un rendu sonore plus immersif).

En 2021, 96 établissements disposent d'au moins une salle premium, soit 4,7 % des cinémas actifs en France. Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 43 établissements et 40 établissements équipés.

4,7 % des cinémas actifs en France disposent d'une salle premium.

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2021 exploitent 2 651 écrans, soit 42,8 % de l'ensemble des écrans actifs. Elles concentrent 56,2 % des entrées en 2021.
Les cinémas Pathé Gaumont ! exploitent 899 salles de cinéma (14,5 % du parc national). Avec 11,4 % du parc (705 écrans), CGR est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 507 salles (8,2 % des écrans français).

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

Principaux exploitants de salles[1]

		nombre					% du total				
		2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
écrans	Les cinémas Pathé Gaumont !	783	779	913	895	899	13,2	13,0	14,9	14,6	14,5
	CGR	531	668	686	684	705	9,0	11,2	11,2	11,2	11,4
	UGC	415	419	510	501	507	7,0	7,0	8,3	8,2	8,2
	Megarama (Lemoine)	132	151	161	161	191	2,2	2,5	2,6	2,6	3,1
	Kinépolis	128	138	145	141	156	2,2	2,3	2,4	2,3	2,5
	SAS Cinéville	106	106	120	116	122	1,8	1,8	2,0	1,9	2,0
	MK2	68	68	70	70	71	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1
	sous-total	*2 163*	*2 329*	*2 605*	*2 568*	*2 651*	*36,6*	*38,9*	*42,6*	*41,9*	*42,8*
	total	**5 913**	**5 983**	**6 114**	**6 127**	**6 193**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
établissements	Les cinémas Pathé Gaumont !	70	69	89	86	85	3,4	3,4	4,4	4,2	4,2
	CGR	53	73	73	72	74	2,6	3,6	3,6	3,5	3,6
	UGC	39	39	51	50	49	1,9	1,9	2,5	2,4	2,4
	Megarama (Lemoine)	23	25	22	22	23	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1
	Kinépolis	11	12	13	12	14	0,5	0,6	0,6	0,6	0,7
	SAS Cinéville	13	13	16	15	16	0,6	0,6	0,8	0,7	0,8
	MK2	13	13	13	13	12	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6
	sous-total	*222*	*244*	*277*	*270*	*273*	*10,9*	*12,0*	*13,5*	*13,2*	*13,5*
	total	**2 046**	**2 040**	**2 045**	**2 041**	**2 028**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**
entrées (millions)	Les cinémas Pathé Gaumont !	45,3	43,3	50,3	14,6	21,6	21,6	21,5	23,6	22,3	22,7
	CGR	19,3	23,1	25,0	6,8	10,8	9,2	11,5	11,8	10,5	11,3
	UGC	25,9	23,4	26,3	8,2	10,9	12,4	11,6	12,4	12,5	11,4
	Megarama (Lemoine)	4,4	4,6	6,1	1,7	2,9	2,1	2,3	2,8	2,6	3,0
	Kinépolis	6,9	6,4	7,2	2,0	3,1	3,3	3,2	3,4	3,0	3,2
	SAS Cinéville	5,3	5,0	5,3	1,6	2,3	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5
	MK2	4,4	4,0	4,1	1,6	2,1	2,1	2,0	1,9	2,4	2,2
	sous-total	*111,5*	*109,8*	*124,3*	*36,5*	*53,6*	*53,2*	*54,6*	*58,3*	*55,9*	*57,6*
	total	**209,4**	**201,2**	**213,0**	**65,2**	**95,5**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2021. Données provisoires pour 2021.
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. A noter que certains groupements ou ententes programment les salles dont ils sont propriétaires.

En 2021, les 13 groupements et ententes nationaux existants programment 3 905 écrans, soit 63,1 % de l'ensemble des écrans. En 2020, les 13 groupements nationaux programmaient 62,6 % du parc (3 837 écrans). Les cinémas Pathé Gaumont ! programment le plus grand nombre d'écrans : 940 en 2021.

Groupements nationaux et ententes de programmation[1]

	nombre d'écrans					% du parc total				
	2017	2018	2019	2020	2021	2017	2018	2019	2020	2021
Les cinémas Pathé Gaumont !	855	836	953	957	940	14,5	14,0	15,6	15,6	15,2
Les Films de la Rochelle	537	684	677	675	702	9,1	11,4	11,1	11,0	11,3
UGC	470	457	516	542	557	7,9	7,6	8,4	8,8	9,0
VEO	318	319	356	365	370	5,4	5,3	5,8	6,0	6,0
CinéDiffusion	268	278	282	301	309	4,5	4,6	4,6	4,9	5,0
GPCI	182	180	194	201	196	3,1	3,0	3,2	3,3	3,2
Agora Cinémas	128	164	164	164	194	2,2	2,7	2,7	2,7	3,1
MC4	179	106	164	165	164	3,0	1,8	2,7	2,7	2,6
NOE Cinéma	70	73	82	82	89	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4
Micromegas	86	86	83	85	84	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4
Cinéode	-	-	68	68	68	-	-	1,1	1,1	1,1

[1] Groupements programmant plus de 50 écrans et données provisoires pour 2021.
Source : CNC – France métropolitaine.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur l'exploitation

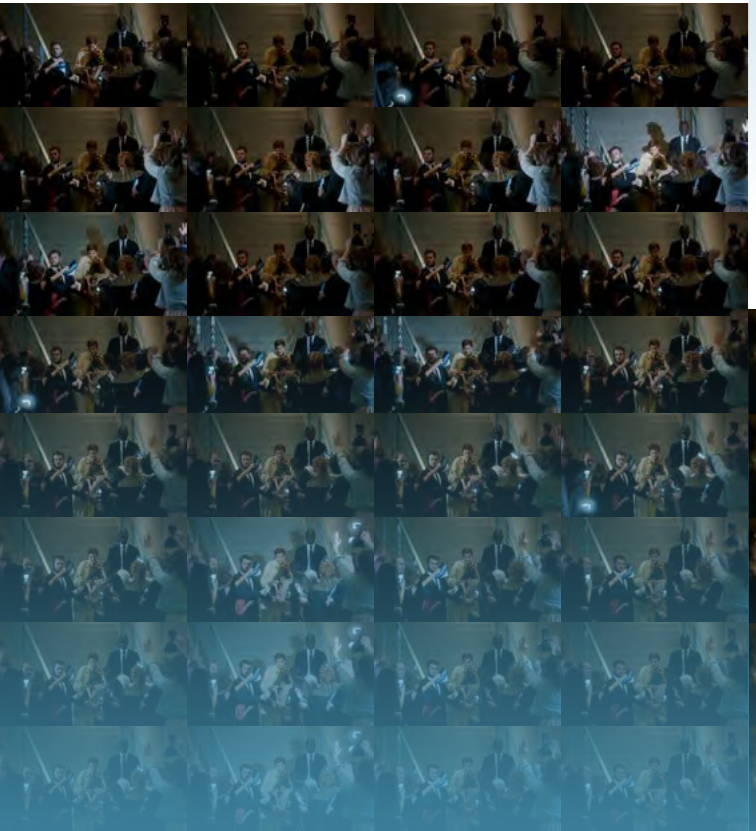
En 2021 :

1 355,6 M€ d'investissements dans la production cinématographique

(+73,5 % par rapport à 2020)

340

films agréés,
(+103 films par rapport à 2020)



197

films intégralement français
(+46 films par rapport à 2020)

143

films en coproduction internationale
avec 45 pays différents
(+57 films par rapport à 2020)

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 2021 (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 de films français en nette hausse

La crise sanitaire a eu de profondes conséquences sur la production cinématographique française en 2020 avec la suspension des tournages et les contraintes de déplacement à l'international. La mise en place du fonds assurantiel pour les tournages a permis une reprise après trois mois d'arrêt mais les déplacements à l'étranger sont toujours, en 2021, soumis à de nombreuses contraintes. En 2021, le nombre de films agréés repart fortement à la hausse et atteint 340 films, soit 103 films de plus par rapport à 2020. Toutefois, il convient de signaler que ce niveau record correspond à un rattrapage des projets non tournés en 2020. En moyenne sur 2020 et 2021, 289 films ont été agréés, soit un niveau inférieur aux trois années d'avant crise.

La production de films d'initiative française atteint également un plus haut niveau historique à 265 films (+41,0 % par rapport à 2020). Le nombre de coproductions à majorité étrangère progresse de 53,1 % à 75 films.

Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 197 en 2021, contre 151 en 2020. 68 films d'initiative française agréés en 2021 ont été réalisés dans le cadre d'une coproduction officielle avec l'étranger, contre 37 en 2020.

La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est de 94,3 % en 2021, contre 96,3 % en 2020. 15 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère, contre 7 en 2020.

340 films agréés en 2021, un net rebond lié à un effet de rattrapage des projets non tournés en 2020.

Nombre de films agréés

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	structure 2021
films d'initiative française	**209**	**208**	**203**	**234**	**221**	**222**	**237**	**240**	**188**	**265**	**77,9 %**
dont films intégralement français	150	153	152	158	159	177	182	185	151	197	57,9 %
et films de coproduction	59	55	51	76	62	45	55	55	37	68	20,0 %
films à majorité étrangère	**70**	**61**	**55**	**66**	**62**	**78**	**63**	**61**	**49**	**75**	**22,1 %**
total films agréés	**279**	**269**	**258**	**300**	**283**	**300**	**300**	**301**	**237**	**340**	**100,0 %**

Source : CNC.

Investissements dans les films agréés (M€)

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	structure 2021
films d'initiative française	investissements français	966,9	931,5	753,2	923,7	1 123,8	1 034,3	890,5	820,9	604,9	1 070,1	95,4 %
	investissements étrangers	98,7	87,7	45,9	100,1	85,0	54,6	66,4	82,5	36,4	52,1	4,6 %
	total	**1 065,7**	**1 019,2**	**799,2**	**1 023,8**	**1 208,8**	**1 088,9**	**956,9**	**903,4**	**641,3**	**1 122,2**	**100,0 %**
films à majorité étrangère	investissements français	58,6	50,7	44,2	46,5	40,8	53,2	36,1	39,1	24,9	42,7	18,3 %
	investissements étrangers	218,0	184,1	150,8	153,9	138,9	185,8	132,5	174,1	115,4	190,8	81,7 %
	total	**276,7**	**234,7**	**195,0**	**200,4**	**179,7**	**239,0**	**168,6**	**213,2**	**140,3**	**233,4**	**100,0 %**
total films agréés	investissements français	1 025,6	982,2	797,4	970,2	1 164,6	1 087,5	926,7	860,0	629,8	1 112,8	82,1 %
	investissements étrangers	316,8	271,8	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	17,9 %
	total	**1 342,3**	**1 253,9**	**994,1**	**1 224,2**	**1 388,5**	**1 327,9**	**1 125,5**	**1 116,6**	**781,5**	**1 355,6**	**100,0 %**

Source : CNC.

Les investissements dans les films d'initiative française : 2021, deuxième plus haut niveau de la décennie

Avec 1 122,2 M€ en 2021, les investissements dans les films d'initiative française progressent de 75,0 % par rapport à 2020 et atteignent le plus haut niveau depuis 2016. A noter qu'à 604,9 M€, 2020 affichait le plus bas niveau depuis 1999 (568,7 M€).

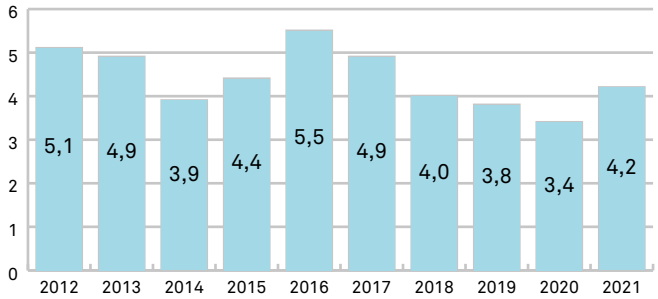
Les investissements français dans les films d'initiative française s'établissent à 1 070,1 M€, en hausse de 76,9 % en 2021. Avec 52,1 M€ en 2021, les investissements étrangers dans les films d'initiative française augmentent de 43,1 % par rapport à 2020, pour un nombre de coproductions à majorité française en hausse de 83,8 % à 68 films.

1 122,2 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2021.

Un devis moyen à 4,2 M€ en 2021

Après quatre années de baisse, le devis moyen des films d'initiative française progresse en 2021 et s'élève à 4,2 M€, contre 3,4 M€ en 2020 (+24,1 %). Il reste toutefois inférieur au niveau observé au début de la décennie. En 2021, quatre films présentent un devis supérieur à 30 M€ : *Astérix et Obélix et l'Empire du Milieu* de Guillaume Canet, *les Trois Mousquetaires – Milady* et *les Trois Mousquetaires – D'Artagnan* de Martin Bourboulon et *Notre-Dame brûle* de Jean-Jacques Annaud. 63,4 % des films d'initiative française ont un devis inférieur à 4 M€ en 2021 (66,5 % en 2020).

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



Souce : CNC

Une production documentaire qui demeure élevée

A 44 films sur les 50 agréés (48 films sur 52 en 2020), le nombre de documentaires d'initiative française se maintient à un niveau élevé en 2021. Le devis moyen des documentaires d'initiative française s'établit à 609,7 K€ (+7,5 % par rapport à 2020).

Baisse du nombre de films d'animation

En 2021, 10 films d'animation, dont sept d'initiative française, sont agréés (12 films dont sept d'initiative française en 2020). Le devis moyen des films d'animation d'initiative française atteint 7,4 M€ (+7,8 % par rapport à 2020).

Nombre de films agréés selon le genre

	2017	2018	2019	2020	2021
films de fiction	252	237	226	173	280
dont FIF¹	*180*	*183*	*179*	*133*	*214*
films documentaires	43	56	65	52	50
dont FIF¹	*37*	*49*	*56*	*48*	*44*
films d'animation	5	7	10	12	10
dont FIF¹	*5*	*5*	*5*	*7*	*7*
total	**300**	**300**	**301**	**237**	**340**
dont FIF¹	***222***	***237***	***240***	***188***	***265***

¹ Films d'initiative française.

Source : CNC.

Hausse des coproductions internationales

Bien que les difficultés de déplacement à l'étranger des équipes de tournage de films français se soient prolongées en 2021 en raison de la crise sanitaire, le nombre de coproductions internationales repart fortement à la hausse et atteint 143 films, soit une augmentation de 66,3 % par rapport à 2020. Ces coproductions ont été réalisées avec 45 pays différents (86 films avec 38 partenaires en 2020), soit le nombre de pays coproducteurs le plus élevé depuis 2017 (48 pays). En 2021, les films de coproduction internationale composent 42,1 % de l'ensemble des films agréés, contre 36,3 % en 2020. Les financements (français et étrangers) alloués aux coproductions internationales progressent de 71,1 % à 468,1 M€.

Le nombre de films coproduits majoritairement par la France s'établit à 68 titres en 2021 avec 32 pays différents, contre 37 titres en 2020 avec 19 pays. A 234,7 M€, les investissements totaux dans ces films augmentent de 75,9 %. En 2021, le devis moyen des films de coproduction à majorité française s'établit à 3,5 M€ (-4,3 % par rapport à 2020).

A 75 titres en 2021, le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger augmente de 26 films par rapport à 2020. 32 partenaires étrangers participent au financement de la production de ces films en 2021, contre 33 partenaires en 2020. Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 3,1 M€ en 2021 (2,9 M€ en 2020).

Coproductions internationales en 2021

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	68	75	**143**
investissements français (M€)	182,6	42,7	**225,2**
investissements étrangers (M€)	52,1	190,8	**242,9**
investissements totaux (M€)	234,7	233,4	**468,1**

Source : CNC.

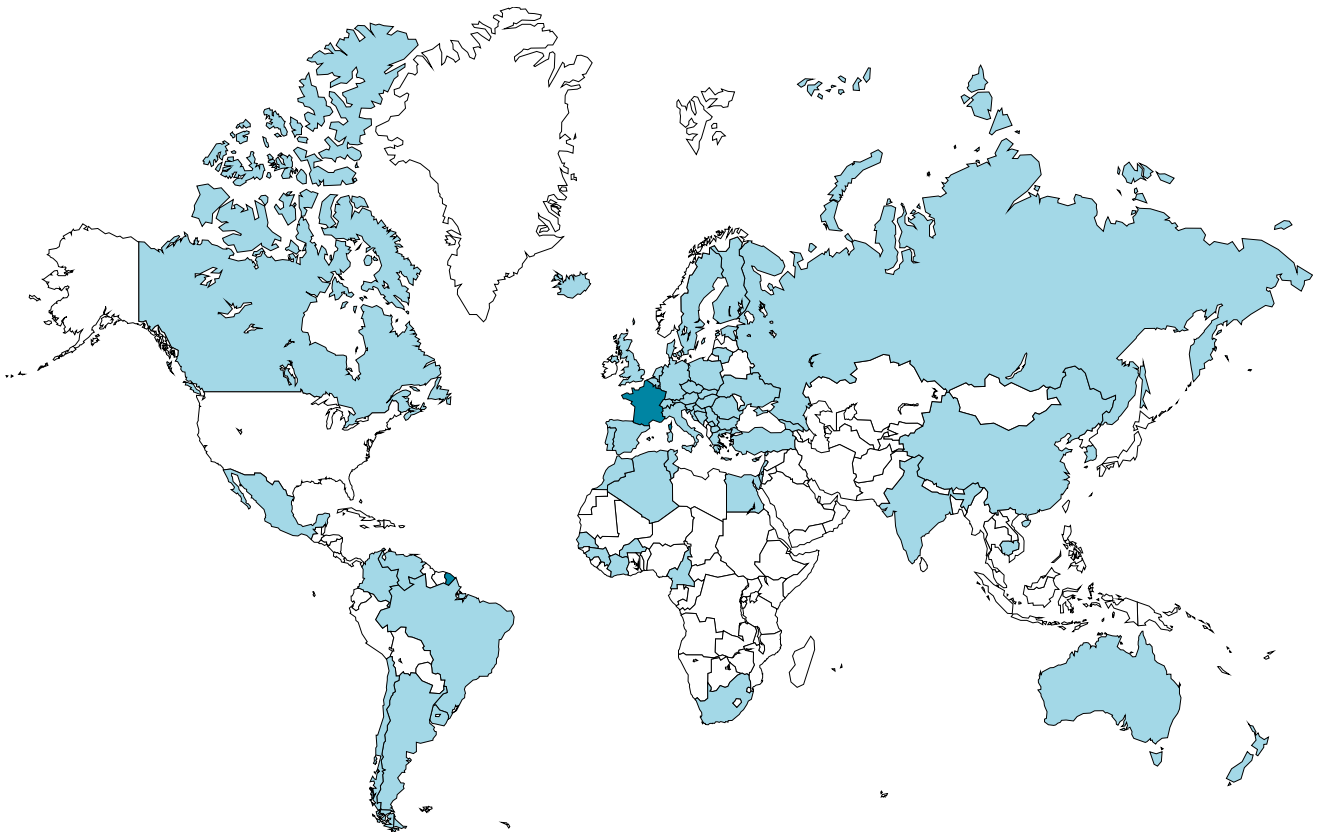
143 films sont coproduits avec 45 partenaires étrangers en 2021.

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

	2017	2018	2019	2020	2021
Belgique	22	27	34	19	25
Allemagne	6	5	14	8	13
Italie	2	2	4	3	8
Luxembourg	4	7	3	2	6
Suisse	4	4	4	6	6
Portugal	1	2	2	-	5
Tunisie	-	2	2	1	4
Canada	3	2	5	3	3
Pays-Bas	-	1	-	-	3

Source : CNC.

Carte des 60 accords de coproduction en 2021



Nombre de films coproduits en 2021

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

Europe

Allemagne	24
Autriche	1
Belgique	42
Bulgarie	2
Croatie	1
Danemark	3
Espagne	9
Estonie	1
Finlande	1
Grèce	6
Islande	2
Italie	29
Lituanie	1
Luxembourg	12
Macédoine du Nord	1
Pays-Bas	7
Pologne	2
Portugal	8
République tchèque	1
Roumanie	3
Royaume-Uni	2
Russie	1
Serbie	1
Slovénie	1
Suède	4
Suisse	9

Source : CNC

Hors Europe

Algérie	2
Argentine	2
Brésil	1
Burkina Faso	1
Canada	4
Chili	1
Colombie	2
Côté d'Ivoire	1
Egypte	1
Israël	4
Liban	2
Maroc	1
Mexique	1
Sénégal	2
Territoires palestiniens	1
Tunisie	6
Turquie	2

Source : CNC

Une production 2021 marquée par la hausse du nombre de films entre 1 M€ et 4 M€ et entre 4 M€ et 7 M€

La production 2021 de films d'initiative française est marquée par la forte hausse du nombre de films dont le devis est compris entre 1 M€ et 4 M€ : +44 films par rapport à 2020 pour un volume de 101 films en 2021 (+77,2 %), soit le plus haut niveau depuis 1994, année de début du suivi statistique par tranche de devis. Ils représentent 38,1 % des films d'initiative française en 2021, contre 30,3 % en 2020. De la même manière, avec 59 films agréés, la production de films d'initiative française dont le devis est compris entre 4 M€ et 7 M€ atteint son plus haut niveau historique (+59,5 % par rapport à 2020). Ils totalisent 22,3 % des films d'initiative française en 2021, contre 19,7 % en 2020. A l'inverse, la production de films à petit devis (moins de 1 M€) recule d'un titre à 67 films, contre une moyenne de 63 films sur la décennie. Ils représentent 25,3 % des films d'initiative française en 2021 (-10,9 points par rapport à 2020). Enfin, 38 films dont le devis est supérieur ou égal à 7 M€ ont été agréés en 2021 (14,3 % des films d'initiative française), soit 12 films de plus qu'en 2020 (13,8 % des films d'initiative française) mais seulement deux de plus qu'en 2019 (15,0 % des films d'initiative française). Quatre films agréés en 2021 présentent un devis supérieur à 30 M€ (aucun en 2020).

Films d'initiative française selon le devis

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
10 M€ ou plus	33	19	17	27	24	22	15	23	13	19
7 M€ à 10 M€	22	29	19	24	16	27	18	13	13	19
5 M€ à 7 M€	22	17	22	26	37	35	33	34	18	30
4 M€ à 5 M€	3	11	3	7	6	14	23	9	19	29
2 M€ à 4 M€	46	47	61	50	43	52	50	52	41	71
1 M€ à 2 M€	25	32	22	36	28	24	29	35	16	30
moins de 1 M€	58	53	59	64	67	48	69	74	68	67
total	**209**	**208**	**203**	**234**	**221**	**222**	**237**	**240**	**188**	**265**

Source : CNC.

Près de la moitié des films d'initiative française sont des premiers et deuxièmes films

67 premiers films d'initiative française sont agréés en 2021, contre 59 en 2020. 25,3 % des films d'initiative française agréés en 2021 sont des premiers films, contre 31,4 % en 2020. Le devis moyen d'un premier film d'initiative française s'établit à 2,3 M€ en 2021 (+7,0 % par rapport à 2020). Trois premiers films présentent un devis supérieur à 7 M€ : les deux films d'animation *Lendarys* de Jean-Baptiste Cuvelier et Philippe Duchêne et *le Petit Nicolas - Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre, et le film de fiction *Mes vies* d'Olivier Treiner.

56 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2021, soit 18 titres de plus qu'en 2020 et 21,1 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés (20,2 % en 2020). Le devis moyen des deuxièmes films s'établit à 3,2 M€, en hausse de 24,2 % par rapport à 2020.

Premiers et deuxièmes films

	premiers films		deuxièmes films	
	total	% des FIF [1]	**total**	% des FIF [1]
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
2020	**59**	31,4	**38**	20,2
2021	**67**	25,3	**56**	21,1

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

67 premiers films en 2021, soit 25,3 % des films d'initiative française agréés.

Remarques méthodologiques

Dans les tableaux qui suivent, la ligne « apports des producteurs français » désigne 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, en partie ou dans sa totalité, couverte soit par l'obtention de financement complémentaire non identifié au moment de l'agrément des investissements, 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 et frais généraux en participation ou des apports en numéraire.

Hausse des investissements des diffuseurs, des soutiens publics et des mandats en 2021

Il convient de signaler que l'année 2020, marquée par la crise sanitaire, a entraîné l'arrêt des tournages et, par conséquent, le report de certains films sur l'année 2021. Les évolutions présentées sont donc à prendre avec précaution.

Pour la sixième année consécutive, les producteurs français demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française avec des apports en hausse de 70,1 % par rapport à 2020 à 416,3 M€ (37,1 % des devis).

En 2021, les investissements des diffuseurs dans le financement des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction) progressent de 67,8 % à 337,7 M€, plus haut niveau depuis 2017 (347,3 M€). La part du financement apporté par les diffuseurs diminue néanmoins de 1,3 point à 30,1 % en 2021.

En 2021, les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française progressent fortement de 114,1 % pour atteindre 171,3 M€.

L'ensemble des mandats finance 15,3 % des devis des films d'initiative française en 2021, contre 12,5 % en 2020. Les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales, hors plan de relance lié à la crise sanitaire) progressent de 118,7 % à 111,9 M€ et représentent 10,0 % des financements des films d'initiative française en 2021, en hausse de 2,0 points par rapport à 2020, et plus haut niveau depuis 2004 (10,7 %). La contribution des collectivités territoriales (y compris apports du CNC) au financement des films d'initiative française augmente de 82,7 % en 2021 et atteint 2,9 % du total des devis. En 2020 et 2021, à la suite des confinements successifs, de la réouverture des salles dans un contexte dégradé et de la mise en place du passe sanitaire, le CNC a mené plusieurs actions de soutien à la filière. Au total, le CNC a mobilisé 37,8 M€ de soutiens supplémentaires en faveur de la production cinématographique.

En 2021, les financements publics atteignent 111,9 M€.

La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française s'élève à 3,2 % en 2021 (4,5 % en 2020). Les apports des SOFICA sont en hausse de 26,4 % par rapport à 2020 et s'élèvent à 36,2 M€.

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
investissements français	**90,7**	**91,4**	**94,3**	**90,2**	**93,0**	**95,0**	**93,1**	**90,9**	**94,3**	**95,4**
apport des producteurs français[1]	29,7	29,2	29,7	30,5	38,1	34,9	37,8	37,1	38,2	37,1
apports des SOFICA	4,0	3,1	3,9	3,4	2,4	3,8	3,6	3,6	4,5	3,2
soutien automatique du CNC[2]	2,7	2,9	3,3	2,5	2,2	3,8	3,9	3,5	2,1	3,6
aides sélectives du CNC et aides régionales[3]	3,8	4,8	5,6	4,8	4,2	4,6	5,4	5,5	5,9	6,4
chaînes de TV[4]	32,0	27,3	34,6	35,5	25,4	31,9	28,6	29,1	31,4	30,1
mandats[5]	18,6	24,1	17,2	13,6	20,7	16,0	13,8	12,0	12,3	15,0
investissements étrangers	**9,3**	**8,6**	**5,7**	**9,8**	**7,0**	**5,0**	**6,9**	**9,1**	**5,7**	**4,6**
mandats étrangers (part étrangère)	0,7	0,5	0,2	0,6	0,3	0,3	0,2	0,9	0,1	0,3
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 au cours de l'année étudiée (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 diffuseurs à l'Arcom. Les évolutions sont donc à considérer avec les précautions d'usage, notamment au regard des obligations de production des chaînes.

Hausse du nombre de films financés par les diffuseurs

En 2021, les diffuseurs (payants et gratuits) ont financé 65,0 % des films agréés (221 films), soit le plus haut niveau depuis 2010 (75,9 %), et 74,0 % des films d'initiative française agréés (196 films). 29 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2021 (25 en 2020). A l'inverse, un film est financé par cinq chaînes (comme en 2020) : *Belle* de Pierre Coré (Canal+, Ciné+, M6, W9, Gulli).

Les chaînes de télévision financent 221 films au total, soit 65,0 % des films agréés.

Hausse de 55 ,7 % des investissements des chaînes en clair

En 2021, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des diffuseurs (gratuits et payants) passe de 45,0 % à 41,2 % malgré un apport global de 144,0 M€ (+55,7 %) et un nombre de films en hausse de 40,0 % (+36 films). En 2021, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 61,9 % par des préachats de droits de diffusion (61,2 % en 2020). La part des apports en coproduction s'établit à 38,1 % (38,8 % en 2020).

En 2021, les chaînes en clair (Arte, C8, CStar, France 2, France 3, Gulli, M6, TF1, TMC et W9) financent 126 films au total dont 115 d'initiative française, soit 37,1 % des films agréés et 43,4 % des films d'initiative française. 94 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair. A l'inverse, un film est financé par trois chaînes en clair en 2021. En moyenne, ces chaînes apportent 1,1 M€ aux films qu'elles financent en 2021 (1,0 M€ en 2020) : 1,2 M€ pour les films d'initiative française (1,1 M€ en 2020) et 348,2 K€ pour les coproductions minoritaires (293,0 K€ en 2020).

En 2021, France 2 est de nouveau la première chaîne en clair en termes d'apports avec 26,9 % du total des apports, devant France 3 (20,5 %) et TF1 (20,4 %).

En 2021, 27 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite (C8, CStar, Gulli, TMC et W9), tous d'initiative française (comme en 2020). Ces chaînes apportent 7,5 M€ (6,5 M€ en 2020), soit 276,7 K€ par film en moyenne (241,9 K€ en 2020). Leurs investissements couvrent, en moyenne, 3,0 % des devis des films qu'elles préachètent en 2021, contre 3,3 % en 2020.

Les chaînes de la TNT occupent une place toujours limitée dans le financement des films agréés, à hauteur de 5,2 % de l'ensemble des apports des chaînes en clair.

Les investissements des chaînes en clair s'établissent à 144,0 M€, soit 41,2 % de l'ensemble du financement des diffuseurs.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2021[1]

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT[2]	total
nombre de films	8	40	33	12	26	27	126
total des apports (M€)	29,4	38,7	29,5	28,2	10,7	7,5	144,0
préachats (M€)	20,2	20,6	15,8	21,8	3,3	7,3	89,1
coproductions (M€)	9,2	18,1	13,7	6,4	7,3	0,1	54,9
apport moyen par film (M€)	3,7	1,0	0,9	2,3	0,4	0,3	1,1
devis moyen des films concernés (M€)	21,9	5,6	5,9	14,0	3,7	9,3	7,0
% du devis des films	16,8	17,2	15,3	16,8	11,0	3,0	16,2

[1] 20 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair et un film par trois chaînes en clair, tous d'initiative française.
[2] Cinq chaînes de la TNT gratuite investissent en 2021 : C8, CStar, Gulli, TMC et W9.
Source : CNC.

Les chaînes en clair financent 126 films au total, soit 37,1 % des films agréés.

Participation des chaînes en clair[1]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
nombre de films	111	100	104	135	105	128	116	108	90	126
dont FIF[2]	96	88	93	123	98	117	107	99	85	115
coproductions (M€)	48,0	36,0	42,1	57,5	43,9	52,4	45,8	44,9	35,8	54,9
préachats (M€)	79,9	65,6	71,1	100,5	80,7	99,4	75,4	76,7	56,6	89,1
total des apports (M€)	127,9	101,5	113,2	157,9	124,7	151,8	121,2	121,6	92,4	144,0
apport moyen par film (M€)	1,2	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,0	1,1	1,0	1,1
devis moyen des films concernés	8,6	8,0	6,7	6,5	9,2	7,4	6,8	6,8	6,2	7,0
% du devis des films concernés	13,4	12,7	16,3	18,1	13,0	16,1	15,4	16,6	16,6	16,2

[1] Chaînes en clair dont les investissements sont recensés : 6ter, Arte, C8, CStar, 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.

Remarque méthodologique

Les données sur les diffuseurs payants n'incluent ni les indexations de prix calculées sur les recettes en salles, ni les films financés par un diffuseur payant et sans financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans ces statistiques.

Augmentation des investissements totaux des diffuseurs payants

En 2021, les investissements des diffuseurs payants (Canal+, Ciné+, OCS, TV5 Monde et Prime Video) progressent de 81,8 % à 205,5 M€. Le nombre de films préachetés est également en hausse de 74,2 % à 209 films au total (61,5 % des films agréés), dont 190 d'initiative française (71,7 % des films d'initiative française).

35 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'un seul diffuseur payant en 2021 et 151 films de deux diffuseurs payants. Quatre films ont été préachetés par trois diffuseurs payants en 2021 (aucun en 2020).

Le devis moyen des films d'initiative française préachetés par les diffuseurs payants atteint 5,5 M€ en 2021. Ils apportent, en moyenne, 1,0 M€ aux films d'initiative française qu'ils financent et couvrent 18,8 % de leur devis.

En 2021, la part de Canal+ dans le total atteint son plus haut niveau depuis 2016 à 73,7 %. OCS représente 18,1 % des apports des diffuseurs payants.

Participation des chaînes payantes[1]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films	155	142	136	168	150	177	164	160	120	209
dont FIF[2]	134	128	122	152	141	154	154	147	109	190
préachats (M€)	231,7	190,2	178,2	220,0	190,4	211,5	160,5	151,6	113,0	205,5
apport moyen par film (M€)	1,5	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	1,0
devis moyen des films concernés (M€)	7,3	7,2	6,1	6,2	8,1	6,2	5,8	5,8	5,4	5,5
% du devis des films concernés	20,3	18,7	21,6	21,1	15,7	19,3	17,0	16,4	17,3	17,9

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

Participation des chaînes payantes au financement des films agréés en 2021[1]

	Canal+	Ciné+	OCS	autres chaînes payantes[2]	total
films	169	168	38	10	**209**
dont FIF[3]	153	152	34	10	**190**
préachats (M€)	151,5	15,4	37,3	1,3	**205,5**
préachat moyen par film (M€)	0,9	0,1	1,0	0,1	**1,0**
devis moyen des films concernés (M€)	5,9	4,7	9,7	5,5	**5,5**
% du devis des films	*15,3*	*2,0*	*10,1*	*2,4*	***17,9***

[1] 166 films sont financés simultanément par deux chaînes payantes dont 151 d'initiative française, et cinq films par trois chaînes payantes, dont quatre d'initiative française. [2] Deux diffuseurs payants investissent en 2021 : Prime Video et TV5.
[3] Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les diffuseurs payants préachètent 209 films au total, soit 61,5 % des films agréés, et investissent 205,5 M€.

Les films sans financement de diffuseur

En 2021, 69 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement d'un diffuseur, soit 26,0 % des films d'initiative française agréés.

44,9 % des films d'initiative française sans diffuseur sont des premiers films. En 2021, la très grande majorité des films d'initiative française sans financement de diffuseur présentent des devis inférieurs à 2 M€ (95,7 %) et 75,4 % affichent un devis inférieur à 1 M€. Le devis moyen des films d'initiative française sans financement de diffuseur s'établit à 824,8 K€, contre 4,2 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française.

Remarque méthodologique

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

6 946 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 6 946 jours (+63,8 % par rapport à 2020), soit le plus haut niveau de la décennie, pour 81 films de plus (+60,9 %). Toutefois, il convient de signaler que ce niveau record constitue un rattrapage des projets non tournés en 2020. En moyenne sur 2020 et 2021, les films de fiction ont cumulé 5 594 jours de tournage, soit un niveau inférieur à celui observé avant la crise.

Les jours de tournage en France progressent de 65,7 % à 5 949 jours, dont 5 730 en extérieur (+69,1 %) et 219 en studios (+8,4 %). Les tournages à l'étranger progressent de 53,1 % à 997 jours, soit un niveau qui reste inférieur aux niveaux pré-pandémiques, la crise sanitaire limitant toujours les tournages à l'étranger. Comme en 2020, la durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française s'établit à 32 jours.

Nombre de jours de tournages des films de fiction d'initiative française selon le lieu

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
jours de tournage en France	4 243	4 602	4 359	4 692	4 473	5 064	4 722	4 827	3 590	5 949
dont :										
extérieur en France	*3 979*	*4 229*	*4 072*	*4 511*	*4 191*	*4 725*	*4 456*	*4 535*	*3 388*	*5 730*
studios en France	*264*	*373*	*287*	*181*	*282*	*339*	*266*	*292*	*202*	*219*
jours de tournage à l'étranger	1 821	1 497	1 359	2 155	1 566	1 496	1 524	1 288	651	997
total	**6 064**	**6 099**	**5 718**	**6 847**	**6 039**	**6 560**	**6 246**	**6 115**	**4 241**	**6 946**

Source : CNC.

Le nombre de jours de tournage en France atteint 5 949 jours en 2021 (+65,7 % par rapport à 2020).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La production cinématographique en 2021*
- 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. Aucun film ayant reçu l'agrément de production en 2021 n'a obtenu d'agrément des investissements préalable la même année, 17,8 % l'ont reçu en 2020, 65,1 % en 2019, 13,2 % en 2018 et 3,9 % entre 2015 et 2017. 6 films du périmètre ont par ailleurs obtenu directement leur agrément de production.

Baisse des dépenses en 2021

En 2021, 135 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production. Il s'agit du plus bas niveau jamais enregistré, derrière l'année 2003 (136 films agréés). Ce faible niveau s'explique notamment par l'arrêt des tournages en 2020 ainsi que par la fermeture prolongée des cinémas, l'obtention de l'agrément de production étant le plus souvent corrélée à la sortie des films en salles.

En 2021, le total des dépenses effectuées par les films d'initiative française pâtit largement de la baisse du nombre de films agréés. 486,6 M€ de dépenses sont enregistrées en 2021, un cumul en nette baisse sur un an (-32,1 % par rapport à 2020). Comme pour le nombre de films, ce total est le plus bas sur l'ensemble de la période, derrière l'année 2003 (-13,1 % par rapport à 2003).

Diminution des dépenses réalisées à l'étranger

En 2021, 83,9 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, soit un montant en baisse par rapport à 2020 (-16,8 %). Le montant des dépenses effectuées à l'étranger en 2021 est, par conséquent, l'un des plus bas constatés sur la période, devant 2007 (79,9 M€) et 2003 (65,4 M€). Ce niveau est corrélé à la baisse plus globale du nombre de films, et donc de dépenses, en 2021. La part de films d'initiative française agréés en 2021 ayant effectué des dépenses à l'étranger se stabilise à l'inverse au niveau record constaté en 2020, à 72,6 % de l'ensemble des films. Depuis 2003, la part de films effectuant des dépenses à l'étranger est en très nette augmentation (55,1 % des films en 2003).

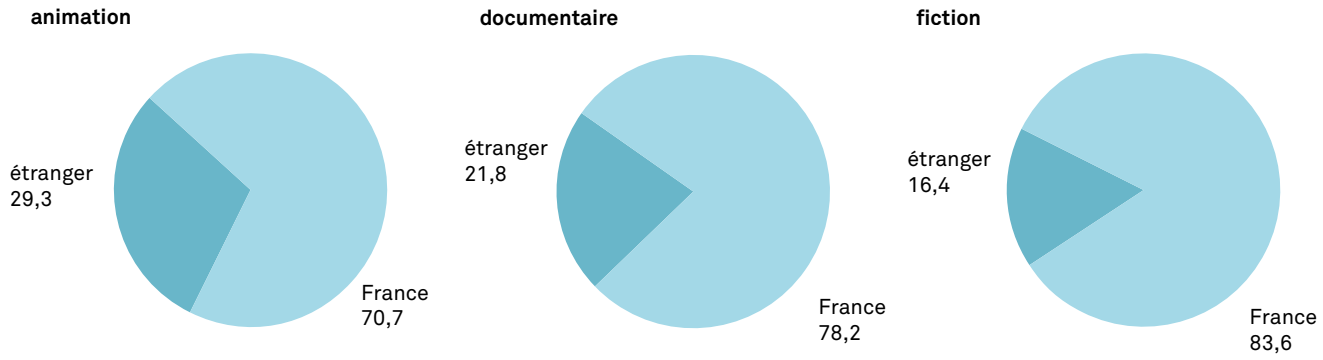
La fiction et l'animation concentrent respectivement 86,4 % et 8,7 % des dépenses totales réalisées hors de France en 2021. La part des documentaires dans les dépenses extranationales est en forte hausse en 2021 à 4,9 % (1,8 % en 2020). Cette hausse est principalement imputable à la coproduction franco-néo-zélandaise *le Capital au XXI^e siècle*, de Thomas Piketty et Justin Pemberton, dont près de la moitié des dépenses sont effectuées à l'étranger et qui concentre 40,4 % des dépenses étrangères totales des documentaires.

Parmi les 102 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2021, 74,5 % (76 films) font l'objet de dépenses à l'étranger, un niveau proche du record établi en 2020 (76,4 %). Le volume total des dépenses hors de France des films de fiction baisse de 20,5 % en 2021, à 72,5 M€. En 2021, 11 films effectuent plus de 2 M€ de dépenses hors Hexagone, contre 13 en 2020 (20 en 2019).

18 des 29 documentaires d'initiative française agréés en 2021 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit 62,1 % des documentaires agréés. Les dépenses extranationales des films documentaires représentent 21,8 % des coûts totaux du genre en 2021, une part en nette hausse par rapport à 2020 (9,4 %) et l'un des plus hauts niveaux jamais constatés derrière les années 2014 (24,1 %) et 2010 (23,1 %).

La part de dépenses effectuées à l'étranger relative aux films d'animation varie fortement d'une année à l'autre, en fonction de la typologie des films agréés. Elle est de 29,3 % des dépenses totales en 2021, contre 17,5 % en 2020. Depuis 2018, l'intégralité des films d'animation réalise des dépenses à l'étranger.

Dépenses de production en 2021 (%)



Source : CNC.

991 M€ de crédit d'impôt cinéma depuis 2004

Depuis la mise en place du dispositif en 2004, le montant total de crédit d'impôt atteint 990,8 M€, soit 22,5 % des dépenses totales éligibles et 11,0 % du coût total des films. Le poids du crédit d'impôt augmente en fonction des différentes réformes : le montant total du crédit d'impôt représente ainsi 18,5 % des dépenses totales éligibles des films ayant obtenu un agrément des investissements entre 2004 et 2012 et 29,2 % pour ceux bénéficiant de la réforme de 2016 du crédit d'impôt. Parmi les 460 films de fiction bénéficiant des derniers aménagements du crédit d'impôt sur ces cinq dernières années, plus du quart (28,3 %) a reçu au moins 1 M€ de crédit d'impôt et 7,2 % a reçu plus de 2 M€.

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2021 : 4,3 M€

En 2021, les postes relatifs aux rémunérations (hors participations) composent 59,0 % du coût total d'un film de fiction, une part stable par rapport à celle constatée en 2020. La part des dépenses de tournage représente 30,3 % des coûts de production des films de fiction en 2021 (29,6 % en 2020). La part des dépenses techniques reste stable à 10,8 % (10,9 % en 2020).

Sur l'ensemble de la période, la structure des coûts de production des films de fiction est principalement impactée par l'amenuisement des dépenses techniques (-5,2 points entre 2003 et 2021). Cette évolution est liée à la numérisation croissante des techniques de tournage, avec une baisse des dépenses en laboratoires, sans qu'une nette augmentation des budgets investis en effets visuels numériques ne parvienne à compenser cette diminution.

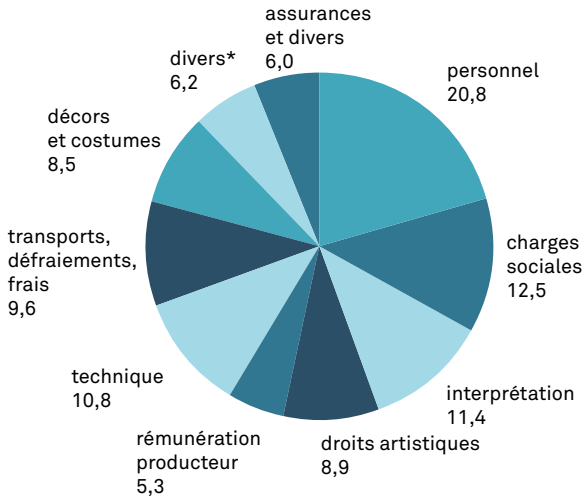
Coût moyen de production d'un film documentaire en 2021 : 646,5 K€

29 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2021, soit sept films de moins qu'en 2020. Depuis 2003, la structure des coûts des films documentaires évolue. La part consacrée aux dépenses de rémunérations est en forte augmentation, à 59,4 % de l'ensemble des coûts de production des films documentaires en 2021 contre 51,4 % en 2003. L'augmentation soutenue des dépenses de rémunérations est liée aux dépenses en personnel (24,3 % des coûts de production des films documentaires en 2021, 19,4 % en 2003) et aux charges sociales (11,8 % en 2021 contre 10,5 % en 2003).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2021 : 6,3 M€

En 2021, 4 films d'animation ont été agréés, soit 3 de moins qu'en 2020. Le montant total des dépenses effectuées pour ces films pâtit du faible nombre de films et de l'absence de grosse coproduction pour atteindre 25,0 M€, l'un des plus bas niveaux observés pour le genre. En 2021, les plus importantes dépenses des films d'animation sont liées au personnel : elles représentent 59,8 % des coûts totaux de production, un niveau jamais atteint pour ce poste de dépenses. Les dépenses techniques constituent le deuxième poste de dépenses de production des films d'animation en 2021 (8,7 % du coût total). La part de dépenses liées aux transports, défraiements et régie représente 2,9 % des coûts de production totaux des films d'animation, contre 9,9 % pour les films documentaires et 9,6 % des films de fiction.

Répartition des coûts de production des films de fiction en 2021 (%)



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

Voir aussi sur www.cnc.fr
- l'étude *Les coûts de production des films en 2021*
- les séries statistiques sur les coûts de production des films

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).

Plan de financement définitif des films

En 2021, la part des financements des chaînes de télévision est en baisse de 1,4 point à 29,5 %. Sur la période 2012-2021, la part des soutiens publics (soutiens automatiques et sélectifs du CNC, aides régionales, crédit d'impôt cinéma) se renforce, passant de 15,6 % en 2012 à 23,6 % en 2021. La part du crédit d'impôt notamment augmente sur la période et atteint 9,6 % en 2021, contre 5,6 % en 2012. La part des financements sous forme de mandat s'établit à 11,9 % en 2021, contre 21,5 % en 2012. L'apport des producteurs progresse sur la période, passant de 12,5 % en 2012 à 18,0 % en 2021.

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
apports producteurs français	12,5	11,9	14,6	13,5	14,2	12,5	23,4	15,4	13,4	18,0
crédit d'impôt	5,6	4,7	5,5	6,9	7,7	9,8	12,0	12,5	14,4	9,6
SOFICA	4,3	3,5	3,9	3,4	3,5	3,7	3,1	3,5	3,8	4,0
aides publiques[1]	10,0	9,7	10,3	12,7	11,5	10,8	10,8	12,0	15,5	13,9
apports chaînes TV	35,3	33,3	31,4	33,5	31,9	35,2	28,7	28,6	31,0	29,5
mandats France[2]	21,5	21,9	21,0	21,0	16,5	13,2	15,1	16,7	12,2	11,9
autres financements français	0,6	1,1	0,9	1,0	3,5	1,5	0,8	0,7	1,3	1,3
financements étrangers[3]	10,1	13,9	12,5	8,0	11,3	13,3	6,1	10,5	8,4	11,7
total	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**	**100,0**

[1] Aides automatiques, sélectives et régionales.
[2] Incluent les mandats étrangers portés par les coproducteurs français.
[3] Incluent les apports des coproducteurs étrangers, les aides publiques étrangères, les mandats et les apports des chaînes TV étrangères.
Base : 1 943 films d'initiative française avec agrément de production.
Source : CNC.

Les courts métrages aidés en production

Remarques méthodologiques

Cette partie analyse les films de court métrage dont la production a été soutenue en amont (aide sélective avant réalisation et aide au programme de production) et en aval (aide sélective après réalisation) par le CNC entre 2012 et 2020 à partir des informations transmises par les producteurs dans le cadre de la gestion des aides sélectives à la production de courts métrages du CNC. L'analyse n'inclut pas toutes les aides au court métrage du CNC comme l'allocation directe audiovisuelle, l'investissement du soutien automatique cinéma pour le court métrage, les aides à l'écriture et au développement documentaire (fonds d'aide à l'innovation), le Fonds Images de la diversité, etc.

64,4 % de courts métrages de fiction soutenus

Entre 2012 et 2020, 1 192 courts métrages ont bénéficié de l'aide avant réalisation (430 films), de l'aide au programme de production (444 films) ou de l'aide après réalisation (318 films) du CNC. Parmi ces 1 192 œuvres soutenues en production par le CNC, 1 027 films sont terminés au 12 novembre 2021, au sens où la production est achevée et où les producteurs ont remis au CNC les comptes définitifs du film. C'est sur ce périmètre de 1 027 films (soit 86,2 % de l'ensemble des films aidés par le CNC sur la période) et sur les éléments transmis par les producteurs que sont basées les analyses de cette partie.

La fiction est majoritaire parmi les courts métrages dont la production est aidée par le CNC entre 2012 et 2020. 64,4 % des films soutenus sont des fictions, 21,4 % des films d'animation et 14,2 % des documentaires de création ou des films expérimentaux.

35,7 % des courts métrages aidés réalisés par des femmes

Entre 2012 et 2020, 35,7 % des courts métrages aidés ont été réalisés par des femmes. Cette part s'élève à 37,7 % en 2020 (39,4 % en 2019 et 27,4 % en 2012). Les films d'animation, avec 43,1 %, et les documentaires de création / films expérimentaux, avec 38,9 %, sont les deux genres de films qui comptent une part de réalisatrices plus importante entre 2012 et 2020 (32,1 % pour les fictions).

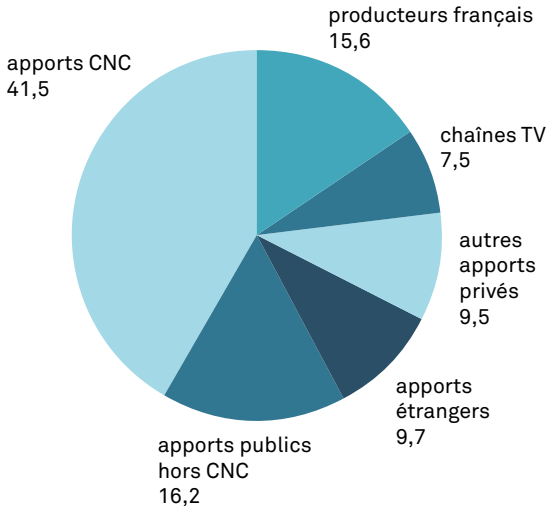
133,0 K€ de coût moyen de production pour les courts métrages aidés entre 2012 et 2020.

Entre 2012 et 2020, les courts métrages aidés par le CNC présentent un coût moyen de production de 133,0 K€. Le financement moyen pour un documentaire de création s'élève à 87,7 K€ entre 2012 et 2020, contre 128,0 K€ pour une fiction et 177,8 K€ pour un film d'animation.

Les financements publics couvrent 57,7 % du financement

Les aides du CNC représentent 41,5 % du financement des courts métrages soutenus par le CNC entre 2012 et 2020. Les autres aides publiques, et notamment celles des collectivités territoriales, financent 16,2 % des coûts de production. En parallèle, les producteurs français couvrent 15,6 % du financement, les chaînes de télévision 7,5 % et les apports étrangers 9,7 %.

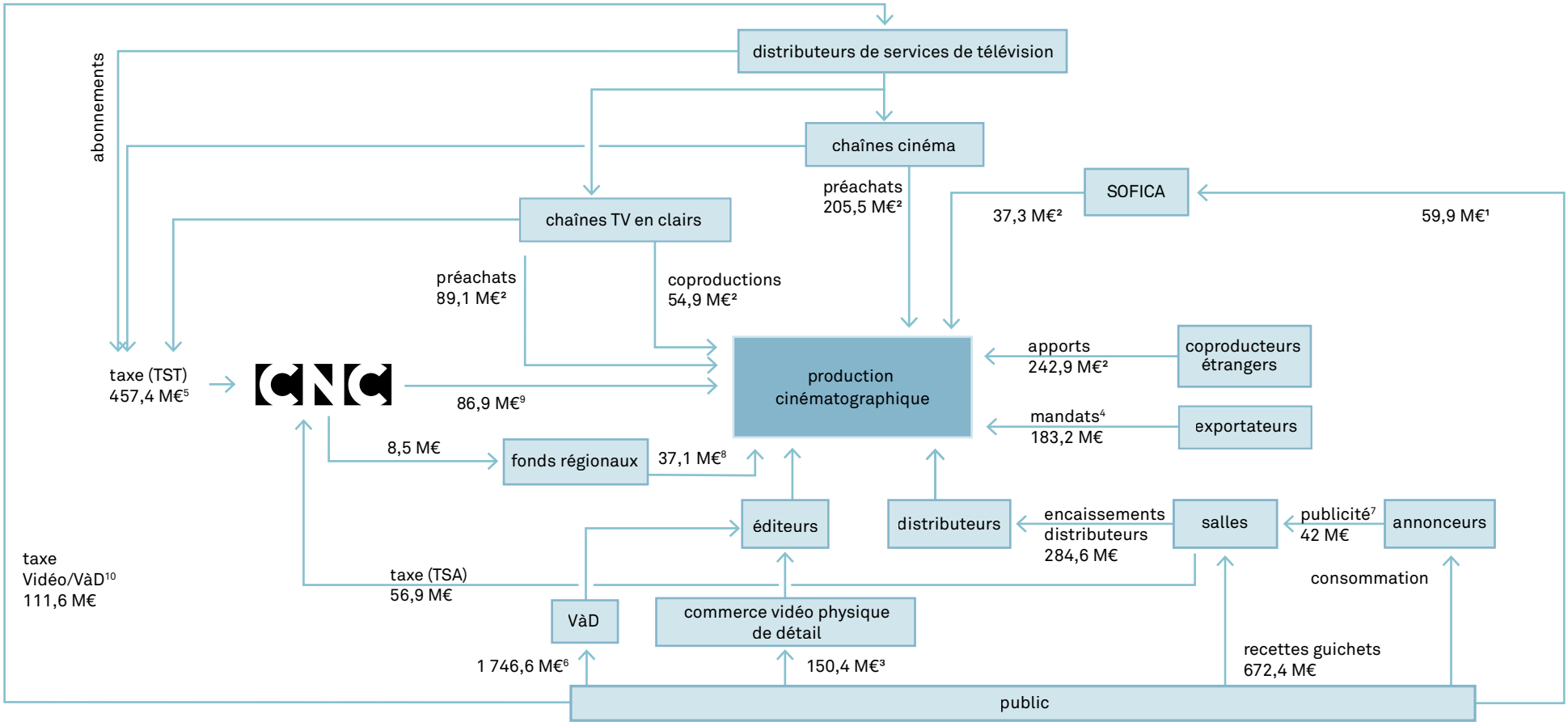
Répartition du financement des courts métrages aidés par le CNC entre 2012 et 2020 (%)



Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
-l'étude *Le marché du court métrage en 2020*

Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2021 (M€)



[1] Collecte 2020 correspondant à des investissements réalisés en 2021 et 2022 (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 2021.
[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 2021.
[9] Ensemble des aides selectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2021.
[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 2021 – IREP ; Recettes du CNC exécutées 2021 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK ; Baromètre VàD CNC-AQOA.

3

chapitre trois

AUDIOVISUEL

En 2021 :

3h41 de durée d'écoute TV en France

(-7,1 % par rapport à 2020)

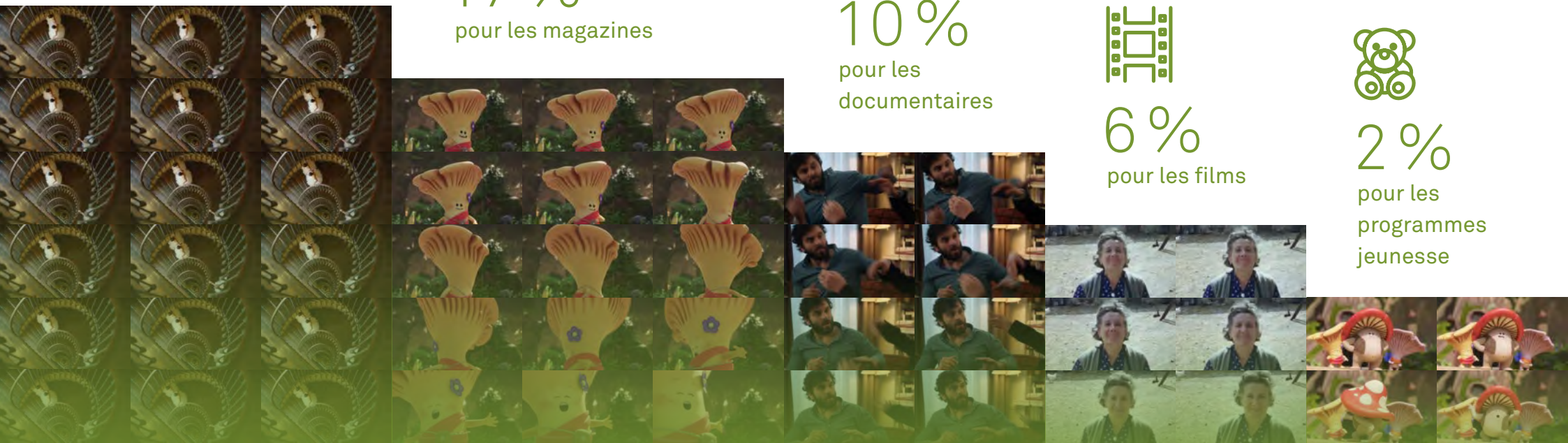
22 %
pour la fiction

17 %
pour les magazines

10 %
pour les documentaires

6 %
pour les films

2 %
pour les programmes jeunesse



3.1
L’audience de la télévision

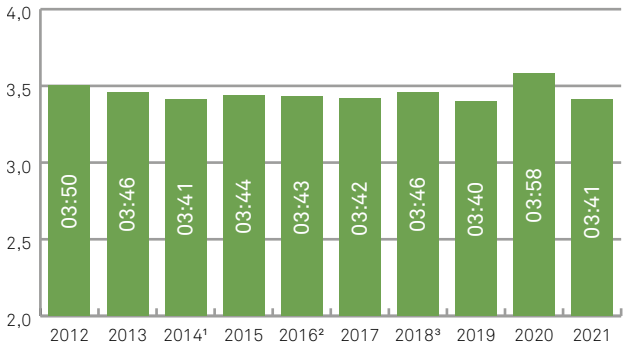
La durée d'écoute de la télévision en France retrouve son niveau d'avant crise

La durée d'écoute de la télévision, qui avait atteint son plus haut niveau historique en 2020 en raison de l'épidémie de Covid-19, retrouve son niveau d'avant-crise. En 2021, la durée d'écoute totale de la télévision en France (sur tous les écrans : téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone, et quels que soient le lieu et le mode de consommation : direct, différé enregistré, rattrapage) s'établit à 3h41 par individu chaque jour selon Médiamétrie. Elle est en baisse de 17 minutes (-7,1 %) par rapport à 2020 et apparaît en hausse d'une minute (+0,5 %) par rapport à 2019. En 2021, la durée d'écoute de la télévision a significativement diminué par rapport aux périodes de confinement de 2020. Elle s'inscrit en-deçà de son niveau de 2019 en juin et chaque mois à partir de septembre avec l'allègement des mesures de restriction sanitaire. La durée d'écoute de la télévision, qui s'est maintenue pendant 15 mois consécutifs au-delà de son niveau de 2019 (entre mars 2020 et mai 2021), apparaît ainsi de nouveau tendanciellement en recul.

La durée d'écoute de la télévision est en recul chez les moins de 50 ans par rapport à la période d'avant-crise.

En 2021, l'audience de la télévision diminue pour toutes les tranches d'âge par rapport à 2020. L'érosion structurelle de la consommation chez les moins de 50 ans, qui avait été stoppée par l'épidémie de Covid-19, reprend par rapport à la période d'avant-crise. La durée d'écoute de la télévision chez les 4-14 ans s'établit à 1h10 par jour en 2021. Elle diminue de 18 minutes (-20,5 %) par rapport à 2020 et de 68 minutes (-49,3 %) par rapport au record de 2011. Chez les 15-49 ans, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 2h25 par jour en 2021. Elle diminue de 21 minutes (-12,7 %) par rapport à 2020 et de 54 minutes (-27,1 %) par rapport au record de 2012. Chez les 50 ans et plus, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 5h38 par jour en 2021. Elle diminue de 8 minutes (-2,3 %) par rapport au record de 2020. Ces évolutions par tranche d'âge reflètent le vieillissement du public des chaînes de télévision.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France (h:mn)



¹ A 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.
² A 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.
³ A 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.

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, Gulli, 6ter
Groupe Canal+ : Canal+, C8, CNews, CStar
Groupe NRJ : NRJ12, Chérie 25
Groupe Altice Media : BFMTV, RMC Story, RMC Découverte

En 2021, les chaînes nationales historiques représentent 60,2 % 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 sont relativement stabilisées. En 2021, la part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) est en hausse de 0,9 point par rapport à 2020 à 60,2 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD/autres TNT s'établit à 30,3 % (-0,3 point) dont 18,8 % (-0,2 point) pour les chaînes TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, BFMTV, CNews, CStar, Gulli), 9,7 % (stable) pour les chaînes TNT HD (TF1 Séries Films, La chaîne L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) et 1,8 % (-0,1 point) pour les autres chaînes TNT (LCI, franceinfo). En 2021, la part d'audience des chaînes thématiques diminue de 0,5 point à 9,1 %. En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 6,5 points alors que la part d'audience des chaînes nationales gratuites lancées entre 2005 et 2016 progresse de 8,9 points.

La part d'audience de l'ensemble des chaînes TNT s'établit à 30,3 % en 2021.

En 2021, huit chaînes nationales présentent une hausse de leur part d'audience par rapport à 2020. France 2 (14,7 %) et CNews (2,0 %) enregistrent la plus forte progression (+0,6 point chacune) devant TF1 (+0,5 point à 19,7 %). La chaîne L'Equipe (1,5 %) gagne 0,2 point. Quatre chaînes sont en hausse de 0,1 point : M6 (9,1 %), TF1 Séries Films (1,9 %), RMC Story (1,6 %) et Chérie 25 (1,2 %). Les parts d'audience de France 3 (9,4 %), Arte (2,9 %), C8 (2,6 %), TMC (3,0 %), BFMTV (2,9 %), CStar (1,1 %) et franceinfo (0,7 %) sont stables. Dix chaînes présentent une part d'audience en baisse. France 4 (0,8 %), qui partage son canal avec Culturebox en soirée depuis le 3 mai 2021, enregistre le plus fort recul (-0,4 point). RMC Découverte (2,0 %) perd 0,3 point. France 5 (3,3 %) et 6ter (1,5 %) reculent de 0,2 point. Six chaînes sont en baisse de 0,1 point : Canal+ (1,1 %), W9 (2,5 %), TFX (1,5 %), NRJ12 (1,2 %), Gulli (1,2 %) et LCI (1,1 %). Canal+ enregistre sa plus faible part d'audience historique. CNews, La chaîne L'Equipe, RMC Story et Chérie 25 enregistrent au contraire leur meilleure performance historique.

En 2021, TF1 est la première chaîne nationale devant France 2, France 3, M6, France 5, TMC, Arte, BFMTV, C8, et W9.

Part d'audience nationale des chaînes (%)

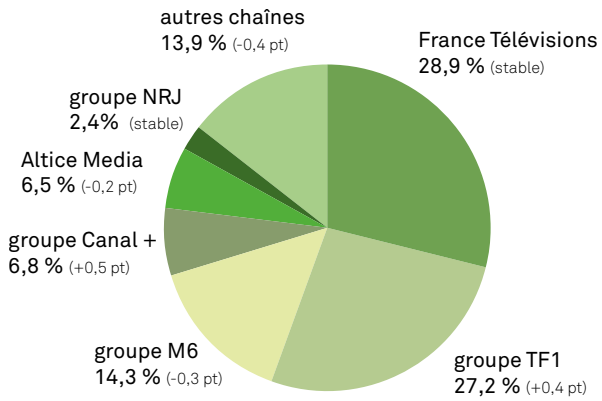
	2017	2018	2019	2020	2021
chaînes nationales[1]	**89,8**	**89,4**	**89,3**	**89,9**	**90,5**
TF1	20,0	20,2	19,5	19,2	19,7
France 2	13,0	13,5	13,9	14,1	14,7
France 3	9,1	9,4	9,3	9,4	9,4
Canal+	1,2	1,2	1,3	1,2	1,1
France 5	3,6	3,5	3,6	3,5	3,3
M6	9,5	9,1	8,9	9,0	9,1
Arte	2,2	2,4	2,6	2,9	2,9
C8	3,3	3,0	2,9	2,6	2,6
W9	2,6	2,6	2,5	2,6	2,5
TMC	3,2	3,0	3,1	3,0	3,0
TFX	2,0	1,9	1,8	1,6	1,5
NRJ12	1,6	1,5	1,5	1,3	1,2
France 4	1,8	1,6	1,6	1,2	0,8
BFMTV	2,7	2,6	2,3	2,9	2,9
CNews	0,6	0,7	0,8	1,4	2,0
CStar	1,2	1,1	1,2	1,1	1,1
Gulli	1,6	1,7	1,4	1,3	1,2
France Ô	0,6	nd	nd	nd	nd
TF1 Séries Films	1,9	1,8	1,8	1,8	1,9
La chaîne L'Equipe	1,1	1,2	1,4	1,3	1,5
6ter	1,7	1,6	1,7	1,7	1,5
RMC Story	1,2	1,4	1,3	1,5	1,6
RMC Découverte	2,1	2,2	2,3	2,3	2,0
Chérie 25	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2
LCI	0,6	0,7	1,0	1,2	1,1
franceinfo	0,3	0,4	0,5	0,7	0,7
chaînes non souscriptices	**0,2**	**0,5**	**0,4**	**0,5**	**0,4**
autres chaînes[2]	**10,0**	**10,1**	**10,3**	**9,6**	**9,1**
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.

En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, le groupe France Télévisions (stable à 28,9 % de part d'audience) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2021 devant le groupe TF1 (+0,4 point à 27,2 %), le groupe M6 (-0,3 point à 14,3 %), le groupe Canal+ (+0,5 point à 6,8 %), qui passe à nouveau devant le groupe Altice Media (ex-NextRadioTV ; -0,2 point à 6,5 %) et le groupe NRJ (stable à 2,4 %). Les chaînes nationales privées représentent 58,7 % de l'audience de la télévision (+0,6 point), contre 31,8 % pour les chaînes nationales publiques (stable). Les chaînes gratuites composent 89,8 % de l'audience de la télévision (+0,6 point), contre 10,2 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus).

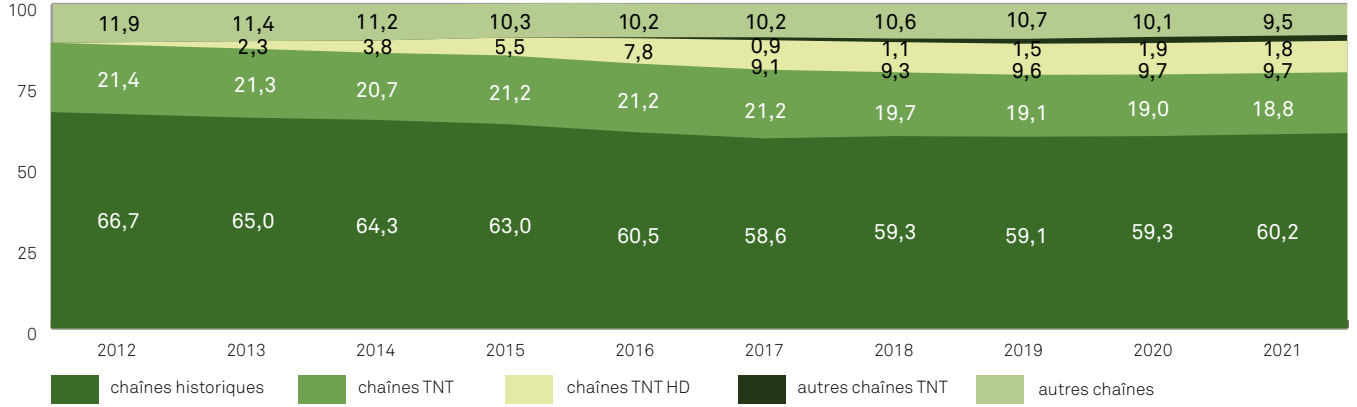
France Télévisions demeure en 2021 le premier groupe en part d'audience devant le groupe TF1.

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2021 (évolution par rapport à 2020)



Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

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 2021, les magazines constituent le premier genre de programmes proposés sur les chaînes nationales (20 % de l'offre en volume horaire) devant la fiction (19 %) et les documentaires (17 %). En termes de consommation, la fiction télévisuelle (22 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus), les magazines (17 %) et les journaux télévisés (13 %) se placent en tête, suivis de la publicité (11 %) et des documentaires (10 %). Le cinéma est surconsommé à la télévision (6 % 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 (2 % 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 48 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 40 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2021. Les retransmissions d'évènements sportifs tels que le Championnat d'Europe de football et les Jeux Olympiques de Tokyo ont eu notamment pour effet une augmentation de la part des programmes sportifs dans la consommation télévisuelle par rapport à 2020 (+2 points). L'année 2021 est également marquée par une reprise du marché publicitaire, qui se traduit notamment par une augmentation de la part de la publicité dans la consommation télévisuelle (+2 points).

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2021 (%)[1]

	offre	consommation
fictions télévisuelles	19	22
magazines	20	17
journaux télévisés	2	13
publicité	11	11
documentaires	17	10
jeux	3	9
films	3	6
sport	1	4
variétés	7	3
émissions jeunesse	9	2
autres	7	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 2021, les journaux télévisés représentent 2 % de l'offre des chaînes nationales en volume horaire et 13 % du temps d'écoute des téléspectateurs sur ces chaînes.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Les programmes de stock constituent 48 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 40 % de la consommation.

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.

78,9 % des équipés TV reçoivent une offre élargie de chaînes

En février 2022, 45,4 millions de personnes reçoivent une offre élargie de chaînes selon Médiamétrie (-0,8 % par rapport à février 2021) dont 39,0 millions par câble, ADSL ou fibre optique (+2,8 %) et 10,1 millions par satellite (-15,6 %). La durée d'écoute de la télévision des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie s'établit à 3h26 en moyenne chaque jour. 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 88,3 % (-0,5 point sur un an), contre 11,1 % pour les chaînes thématiques (+0,4 point).

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

Parmi les 85 chaînes thématiques étudiées par Mediamat'Thématik, TV Breizh est la première chaîne en part d'audience (0,8 % sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant Paris Première et RTL9 (0,6 % chacune) sur la période allant de septembre 2021 à février 2022. En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les six chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 0,8 %, contre 0,3 % cumulé pour Paramount Channel et Paramount Channel décalé, 0,2 % pour Action et 0,1 % pour TCM 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 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**
janv. - juin 2020	87,2	12,6	0,2	**100,0**
sept. 2020 - févr. 2021	88,8	10,7	0,5	**100,0**
janv. - juin 2021	88,5	11,1	0,4	**100,0**
sept. 2021 - févr. 2022	88,3	11,1	0,6	**100,0**

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

En 2021 : **2 336** œuvres cinématographiques différentes diffusées à la télévision (-96 films par rapport à 2020)

TV privées gratuites

1 158 films

TV publiques

806 films

Canal +

417 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 à l'Arcom 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. La diffusion de la chaîne a pris fin le 23 août 2020.
De façon à 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 l'Arcom 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 multi-diffusion, 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 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 celles 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 à 18h00 et se termine à 23h00.

A compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films et supprimant les jours interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30). En revanche, les services de cinéma ne peuvent diffuser de films le samedi à partir de 20h30, sauf films d'expression originale française préachetés en exclusivité, films Art et Essai, films ayant réalisés moins de 2 millions d'entrées en salles en France, films sortis en salles en France depuis au moins 30 ans, avec des dérogations possibles pour au maximum 15 films. Sur les services autres que de cinéma, les films ne peuvent être diffusés le samedi après 20h30, sauf films coproduits ou préfinancés et films Art et Essai.

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.

Fin des confinements et réduction de l'offre de films à la télévision…

Malgré un contexte de crise sanitaire encore présent, mais avec la fin des confinements, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) se réduit en 2021 à 2 336 œuvres cinématographiques différentes diffusées (-96 titres par rapport à 2020, -3,9 %), soit un niveau équivalent à 2019. Cette baisse est notamment imputable aux chaînes du groupe France Télévisions (-122 titres), à TF1 (-39 titres) et Canal+ (-53 titres) qui avaient toutes fait évoluer leurs offres pendant le premier confinement de 2020. Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 806 films différents en 2021 (-116 titres par rapport à 2020, -12,6 %) 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) 1 158 films (+49 titres par rapport à 2020, +4,4 %). En 2021, l'offre de la chaîne payante Canal+ se réduit de 53 titres à 417 films (-11,3 %).

… mais progression des diffusions (+39 diffusions)

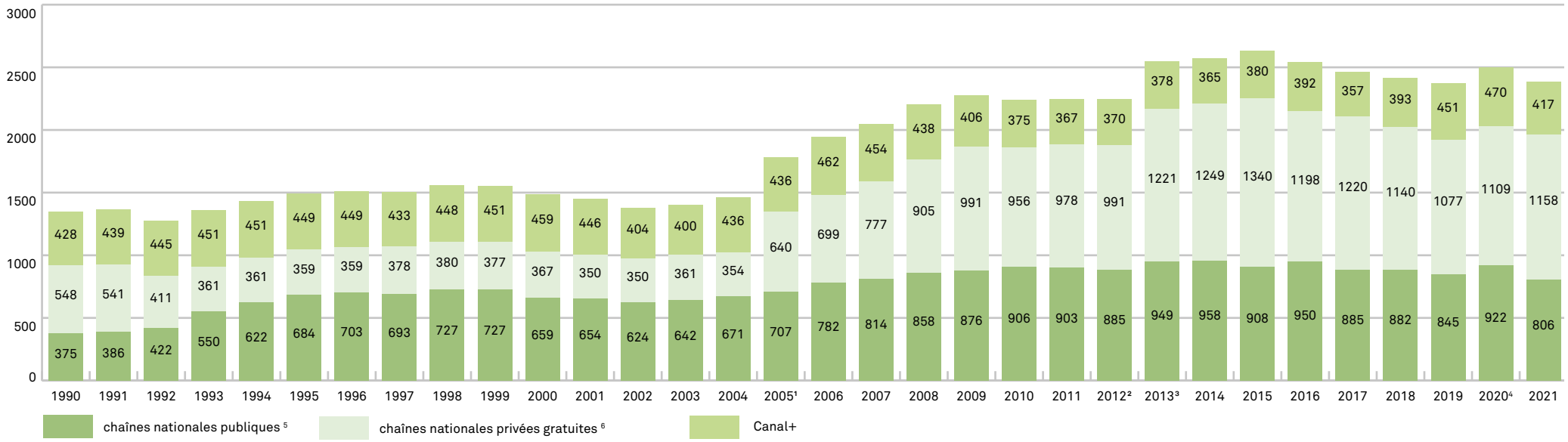
L'ensemble des chaînes programme 2 336 films différents qui donnent lieu à 5 616 diffusions (+0,7 % par rapport à 2020). La fréquence de multidiffusion progresse très légèrement. Un film est diffusé en moyenne 2,4 fois en 2021 (2,3 fois en 2020). Canal+, Gulli, LCP-AN, CStar et NRJ12 sont les chaînes qui ont le plus recours à la multi-diffusion. Chaque film est programmé 4,6 fois en moyenne sur Canal+ et deux fois ou plus sur Gulli, LCP-AN, CStar ou NRJ12. Toutes chaînes confondues, 45,8 % des diffusions concernent des films français (47,9 % en 2020).

Les films diffusés à la télévision

	nombre de titres[1]			nombre de diffusions		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
France Télévisions[2]	***415***	***466***	***344***	***570***	***599***	***379***
France 2	119	176	127	122	198	135
France 3	106	153	148	107	158	154
France 4	115	91	24	191	144	38
France 5	71	66	51	71	66	52
France Ô[3]	34	14	-	79	33	-
Groupe TF1[2]	***398***	***432***	***410***	**736**	**782**	**922**
TF1	115	162	123	191	236	211
TMC	111	122	142	177	205	254
TFX	122	103	112	187	166	214
TF1 Séries Films	121	105	125	181	175	243
Groupe M6[2]	***345***	***369***	***377***	***673***	***803***	***867***
M6	85	107	107	100	148	145
W9	120	131	123	192	222	236
6ter	117	129	140	191	238	242
Gulli	73	84	84	190	195	244
Groupe Canal+[2]	***606***	***636***	***613***	***2 094***	***2 218***	***2 263***
Canal+	451	470	417	1 783	1 914	1 905
C8	112	121	151	192	194	244
CStar	61	55	57	119	110	114
NRJ Group[2]	***184***	***166***	***173***	***360***	***324***	***348***
NRJ12	80	69	71	154	124	143
Chérie 25	107	107	107	206	200	205
Groupe Next Radio TV[2]	***42***	***2***	***0***	***76***	***2***	***0***
RMC Découverte	0	0	0	0	0	0
RMC Story	42	2	0	76	2	0
autres chaînes						
Arte	*432*	*452*	*448*	*754*	*785*	*752*
LCP-AN	*0*	*7*	*15*	0	18	31
La Chaîne L'Equipe	5	17	36	10	46	54
total[2]	**2 322**	**2 432**	**2 336**	**5 273**	**5 577**	**5 616**

[1] 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.
[2] Total hors double compte.
[3] Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.
Source : CNC-Arcom (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 Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020. ⁵ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte). ⁶ 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-Arcom (données provisoires).

10 films inédits de plus sur les chaînes nationales publiques en 2021 (+4,0 %)

Au total, 27,7 % des films diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (comme en 2020), c'est-à-dire programmés pour la première fois. Toutes chaînes confondues, la part de films français dans le total des films inédits s'élève à 39,5 % et celle des films américains à 22,9 %.

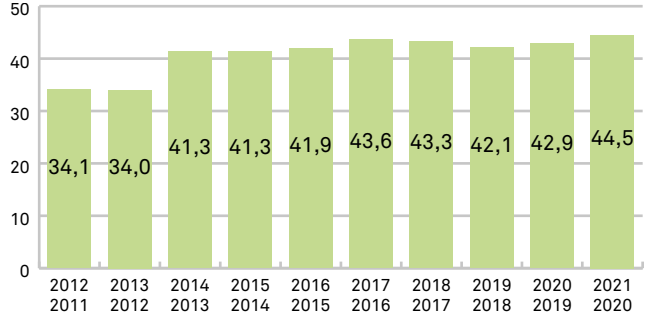
Avec 10 titres inédits supplémentaires, la part de films inédits est en hausse sur les chaînes nationales publiques pour atteindre 32,5 % (+5,2 points par rapport à 2020). 11,8 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (137 films en 2021). Cette part, réduite par rapport à celle dégagée par les chaînes nationales publiques, s'explique par la politique de programmation des chaînes de la TNT privée gratuite qui diffusent en majorité des films de catalogue (93,6 % 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 2021 (comme en 2020). Canal+ programme 247 films inédits en 2021 (-56 titres), ce qui représente 59,2 % de son offre (64,5 % en 2020), soit la plus faible part depuis la création de la chaîne en 1984.

27,7 % des films diffusés à la télévision sont inédits.

La part des rediffusions progresse

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 2021 (12,0 % en 2020). Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. Ainsi, 44,5 % des films programmés à la télévision en 2021 étaient-ils déjà diffusés en 2020. Cette part s'élevait à 34,1 % en 2012. En 2021, cette pratique est plus répandue sur Gulli (61,9 % des films programmés par Gulli en 2021 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2020) et W9 (48,0 %).

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-Arcom.

Un taux de rediffusion des films jamais atteint à 44,5 %.

Une offre et une part de films français en baisse

En 2021, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), 1 051 films français sont diffusés, soit 106 films de moins qu'en 2020 (sans double compte des œuvres). Les films français représentent 45,0 % de l'offre cinématographique à la télévision, contre 47,6 % en 2020. Cette part dépasse 50 % sur les chaînes du groupe France Télévisions (63,4 %), sur C8 (55,6 %) et sur LCP-AN (53,3 %). Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe M6 (45,4 %) et celles du groupe TF1 (43,7 %). Au total, les films d'Outre-Atlantique représentent 32,3 % de l'offre cinématographique en 2021, soit 755 films (-46 titres par rapport à 2020). En 2021, le nombre de films européens diffusés à la télévision progresse à 454 films, soit 19,4 % (421 films en 2020, soit 17,3 %). Arte se distingue des autres chaînes en proposant une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (39,5 %). Les films non européens et non américains sont également en hausse en 2021 à 76 titres (+23 titres par rapport à 2020).

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.	%	
2012[2]	950	43,2	811	36,9	370	16,8	68	3,1	**2 199**
2013[3]	1 036	41,5	952	38,2	440	17,6	67	2,7	**2 495**
2014	1 071	42,5	946	37,5	438	17,4	65	2,6	**2 520**
2015	1 077	42,0	972	37,9	427	16,7	88	3,4	**2 564**
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	802	33,9	463	19,6	56	2,4	**2 364**
2019	1 030	44,4	792	34,1	432	18,6	68	2,9	**2 322**
2020[4]	1 157	47,6	801	32,9	421	17,3	53	2,2	**2 432**
2021	1 051	45,0	755	32,3	454	19,4	76	3,3	**2 336**

[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 l' Arcom.
[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] Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.
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-Arcom (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision en 2021 selon la nationalité[1]

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
France Télévisions[2]	**218**	***63,4***	**85**	***24,7***	**31**	***9,0***	**10**	***2,9***	**344**
France 2	75	*59,1*	39	*30,7*	8	*6,3*	5	*3,9*	**127**
France 3	101	*68,2*	36	*24,3*	10	*6,8*	1	*0,7*	**148**
France 4	14	*58,3*	5	*20,8*	3	*12,5*	2	*8,3*	**24**
France 5	31	*60,8*	8	*15,7*	10	*19,6*	2	*3,9*	**51**
Groupe TF1[2]	**172**	***42,0***	**179**	***43,7***	**52**	**12,7**	**7**	***1,7***	**410**
TF1	45	*36,6*	61	*49,6*	13	***10,6***	4	*3,3*	**123**
TMC	57	*40,1*	58	*40,8*	22	*15,5*	5	*3,5*	**142**
TFX	48	*42,9*	48	*42,9*	15	*13,4*	1	*0,9*	**112**
TF1 Séries Films	52	*41,6*	56	*44,8*	15	*12,0*	2	*1,6*	**125**
Groupe M6[2]	**147**	***39,0***	**171**	***45,4***	**55**	***14,6***	**4**	***1,1***	**377**
M6	45	*42,1*	45	*42,1*	17	*15,9*	0	-	**107**
W9	56	*45,5*	58	*47,2*	9	*7,3*	0	-	**123**
6ter	54	*38,6*	64	*45,7*	20	*14,3*	2	*1,4*	**140**
Gulli	32	*38,1*	31	*36,9*	19	*22,6*	2	*2,4*	**84**
Groupe Canal+[2]	**307**	***50,1***	**159**	***25,9***	**120**	***19,6***	**27**	***4,4***	**613**
Canal+	198	*47,5*	90	*21,6*	103	*24,7*	26	*6,2*	**417**
C8	84	*55,6*	57	*37,7*	10	*6,6*	0	-	**151**
CStar	28	*49,1*	20	*35,1*	8	*14,0*	1	*1,8*	**57**
NRJ Group[2]	**80**	***46,2***	**72**	***41,6***	**20**	***11,6***	**1**	***0,6***	**173**
NRJ12	32	*45,1*	30	*42,3*	9	*12,7*	0	-	**71**
Chérie 25	53	*49,5*	42	*39,3*	11	*10,3*	1	*0,9*	**107**
Groupe Next Radio TV[2]	**0**	-	**0**	-	**0**	-	**0**	-	**0**
RMC Découverte	0	-	0	-	0	-	0	-	**0**
RMC Story	0	-	0	-	0	-	0	-	**0**
autres chaînes									
Arte	139	*31,0*	105	*23,4*	177	*39,5*	27	*6,0*	**448**
LCP-AN	8	*53,3*	5	*33,3*	1	*6,7*	1	*6,7*	**15**
La Chaîne L'Equipe	17	*47,2*	15	*41,7*	4	*11,1*	0	-	**36**
total[2]	**1 051**	***45,0***	**755**	***32,3***	**454**	***19,4***	**76**	***3,3***	**2 336**

[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 l'Arcom.
[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-Arcom (données provisoires).

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

	2019	2020	2021
France Télévisions	**316**	**272**	**169**
France 2	52	62	60
France 3	64	51	59
France 4	122	96	18
France 5	30	35	32
France Ô[2]	48	28	-
Groupe TF1	**448**	**453**	**473**
TF1	68	106	75
TMC	115	129	146
TFX	135	108	126
TF1 Séries Films	130	110	126
Groupe M6	**398**	**429**	**451**
M6	35	55	49
W9	141	134	140
6ter	130	138	147
Gulli	92	102	115
Groupe Canal+	**421**	**487**	**482**
Canal+	245	311	280
C8	116	121	146
CStar	60	55	56
NRJ Group	**189**	**173**	**173**
NRJ12	85	70	70
Chérie 25	104	103	103
Groupe Next Radio TV	**40**	**1**	**0**
RMC Découverte	0	0	0
RMC Story	40	1	0
autres chaînes			
Arte	191	189	189
LCP-AN	0	4	10
La Chaîne L'Equipe	5	24	42
total	**2 008**	**2 032**	**1 989**

[1] Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+.
[2] Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.
Source : CNC-Arcom (données provisoires).

Progression de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes nationales privées gratuites

L'offre cinématographique en première partie de soirée se réduit et passe sous la barre des 2 000 diffusions pour la première fois depuis neuf ans : 1 989 diffusions sont comptabilisées en 2021, 43 diffusions de moins par rapport à 2020 (-2,1 %). Cette baisse est essentiellement le fait des chaînes de France Télévisions (-103 diffusions par rapport à 2020) et Canal+ (-31 diffusions par rapport à 2020). L'offre cinématographique en première partie de soirée progresse sur les chaînes nationales privées gratuites (1 341 diffusions en 2021, +6,8 % par rapport à 2020), mais se réduit de 97 diffusions sur les chaînes nationales publiques (-20,9 %).
Après une forte augmentation en 2020 en raison des confinements, l'offre cinématographique en journée se réduit également en 2021 mais dans une moindre mesure (-20 diffusions par rapport à 2020, soit -1,2 %), notamment sur les chaînes nationales publiques (-80 diffusions, soit -17,9 %). Il convient également de rappeler qu'à partir du 7 août 2020, les jours et horaires interdits jusqu'alors (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30) ont été supprimés, permettant désormais aux chaînes une plus large diffusion de leurs films.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** se réduit en 2021 à 169 films (272 films en 2020), soit le niveau le plus bas depuis 2004 (148 films). Ceci s'explique notamment par l'arrêt de France Ô en août 2020 et le changement de ligne éditoriale de France 4 à l'été 2021, avec la mise en place de *Culturebox* en soirée axée sur la diffusion de spectacles vivants et de films Art et Essai. Les films diffusés en première partie de soirée composent 44,6 % de l'offre de films de France Télévisions en 2021, contre 45,4 % en 2020. 59,8 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe France Télévisions est française et 26,6 % est américaine. Les chaînes du groupe ne proposent plus que deux cases régulières de cinéma en première partie de soirée (une sur France 2 et une sur France 5), contre cinq cases en 2020.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** progresse en 2021 à 473 films (453 films en 2020). Cette hausse est due à TFX (+18 diffusions), TMC (+17 diffusions) et TF1 Séries Films (+16 diffusions). Les films diffusés en première partie de soirée composent 51,3 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2021, contre 57,9 % en 2020. Huit cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2021 (trois sur TF1 Séries Films, deux sur TMC et TFX et une sur TF1), dont deux le jeudi et trois le dimanche. 45,2 % 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 451 diffusions, soit 52,0 % de l'ensemble des diffusions du groupe (429 diffusions et 53,4 % en 2020). Sur les quatre chaînes du groupe M6, Gulli (+13 films), 6ter (+9 films) et W9 (+6 films) font progresser leur programmation en première partie de soirée en 2021. Les chaînes du groupe proposent en 2021 de zéro à deux cases cinéma régulières en première partie de soirée (aucune pour M6, une case pour Gulli, deux cases pour W9 et 6ter). 47,7 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 38,4 % est américaine.

En 2021, l'offre cinématographique du **groupe Canal+** en première partie de soirée se réduit de 5 diffusions à 482 films. A 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 : trois cases sur Canal+ et sur C8 et une sur CStar. Le groupe programme 46,7 % de films français (48,9 % en 2020) et 32,6 % de films américains (39,3 % en 2020) sur cette tranche horaire en 2021.

En 2021, 173 films sont programmés en première partie de soirée sur les chaînes de **NRJ Group**, comme en 2020. L'offre de films français en première partie de soirée perd trois titres à 82 films (85 films en 2020), soit 47,4 % de l'offre de films en première partie de soirée. Le nombre de films américains diffusés à cet horaire progresse de cinq titres (71 films en 2021, contre 66 en 2020) et représente 41,0 % de l'offre de films en première partie de soirée.

Le **groupe Next Radio TV** n'a diffusé aucun film cinématographique en 2021 quel que soit l'horaire.

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée : le lundi, le mercredi et le dimanche. La chaîne diffuse 189 films à cet horaire en 2021 (comme en 2020). Les films français représentent 38,1 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 36,0 % et les films européens non français 21,2 %. Arte demeure la première chaîne 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 depuis 1957.

Le film le plus diffusé sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957 est *Kirikou et les bêtes sauvages* avec 61 diffusions, soit 4,4 diffusions par an (année de première diffusion : 2004). Il est suivi par *Delphine 1, Yvan 0* (année de première diffusion : 1998) avec 57 diffusions, soit 2,5 diffusions par an et *Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ* (année de première diffusion : 1986) avec 54 diffusions, soit 1,5 diffusion par an.
Les films de patrimoine français dominent le classement des films les plus diffusés à la télévision. La majorité d'entre eux sont proposés en première partie de soirée, à l'exception de *Delphine 1, Yvan 0*, qui est quasi exclusivement diffusé la nuit.

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957[1]

titre	année de production	nationalité[2]	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont[3]				nb. moyen de diffusions par an	nb. de diffusions au cours des 10 dernières années
					journée	1re partie de soirée	2e partie de soirée	nuit		
Kirikou et les bêtes sauvages	2004	FR	2021	**61**	*11*	*23*	*14*	*13*	*4,4*	51
Delphine1, Yvan 0	1996	FR	2021	**57**		*5*	*1*	*51*	*2,5*	49
Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ	1982	FR	2021	**54**	*2*	*32*	*14*	*3*	*1,5*	33
Kirikou et la Sorcière	1995	FR / BE	2021	**53**	*13*	*27*	*7*	*6*	*2,7*	41
Les Douze Travaux d'Astérix	1975	FR	2021	**51**	*11*	*38*			*1,5*	34
Scout toujours	1985	FR	2021	**49**	*4*	*34*	*7*	*2*	*1,4*	34
Astérix et Cléopâtre	1968	FR / BE	2021	**48**	*8*	*37*			*1,3*	30
Astérix le Gaulois	1967	FR	2021	**48**	*11*	*34*			*1,2*	30
Astérix et la surprise de César	1985	FR	2021	**47**	*3*	*44*			*2,0*	37
Astérix chez les Bretons	1985	FR	2021	**46**	*4*	*42*			*2,0*	37
Le Grand Restaurant	1966	FR	2021	**46**	*7*	*26*	*3*	*3*	*0,9*	23
Tintin et le temple du soleil	1969	FR / BE	2021	**46**	*14*	*15*	*4*	*13*	*1,8*	35
Flic ou voyou	1979	FR	2021	**45**		*30*	*12*		*1,3*	32
Tintin et le lac aux requins	1972	FR / BE	2021	**45**	*11*	*18*	*3*	*13*	*1,8*	34
La Vie est un long fleuve tranquille	1987	FR	2021	**45**	*5*	*30*	*8*	*2*	*1,5*	30
Le Grand Bleu	1987	FR	2021	**44**	*2*	*36*	*4*	*2*	*1,5*	23
Peau d'Ane	1970	FR	2021	**44**	*17*	*19*	*1*	*2*	*1,0*	17
Les Sous-doués	1979	FR	2021	**44**	*2*	*29*	*9*		*1,2*	28
Nikita	1989	FR / IT	2021	**43**		*31*	*6*	*6*	*1,5*	31
La Traversée de Paris	1956	FR / IT	2019	**43**	*3*	*21*	*9*	*3*	*0,8*	23

[1] Toutes chaînes nationales gratuites confondues.
[2] BE : Belgique / FR : France / IT : Italie.
[3] Des écarts entre le nombre total de diffusions et la somme des diffusions selon l'horaire peuvent apparaître. Ceci est dû au fait que l'horaire de diffusion n'est pas connu pour les diffusions manquantes.
Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.
Source : CNC-Arcom.

Les Français ont consommé 60 heures de films sur les chaînes nationales gratuites en 2021
(source : Médiamétrie).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La diffusion des films à la télévision en 2020*
- les séries statistiques sur la diffusion des films à la télévision

L'audience des films à la télévision

La meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française

Depuis 2017, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française. En 2021, la meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée par un film français pour sa première diffusion en clair, *le Sens de la fête* avec 7,5 millions de téléspectateurs sur TF1.

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
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
2020	*Les Visiteurs*	TF1	FR	13	8,1	28,0
2021	*Le Sens de la fête*	TF1	FR	1	7,5	31,2

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

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2021

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité[1]	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	*Le Sens de la fête*	24-janv.	FR	1	7,5	31,2
France 2	*Ibiza*	4-juil.	FR	1	5,1	23,7
M6	*La Reine des neiges 2*	20-déc.	US	1	4,3	17,9
France 3	*Les Vieux Fourneaux*	16-déc.	FR	1	3,2	14,2
Arte	*Tendre poulet*	4-janv.	FR	11	2,1	7,8
W9	*La Chute de Londres*	18-janv.	US	3	2,0	8,1
TMC	*Black Panther*	22-avr.	US	2	1,8	8,4
France 5	*Coup de torchon*	29-mars	FR	18	1,5	5,9
C8	*Un air de famille*	19-janv.	FR	14	1,4	6,4
TFX	*Maman, j'ai raté l'avion*	14-avr.	US	18	1,3	5,2
TF1 Séries Films	*Le Jour de gloire*	7-mai	FR / DE	25	1,0	3,9
NRJ12	*Wind River*	19-sept.	US	1	1,0	5,0
6ter	*Benjamin Gates et le livre des secrets*	10-févr.	US	10	1,0	4,1
CStar	*Mary*	8-mars	US	1	0,9	3,3
Chérie 25	*Apparences*	3-juin	US	6	0,9	4,0
France 4	*L'Ascension*	8-janv.	FR	2	0,7	3,1
Canal+	*Canicule*	13-oct.	AU	1	0,7	3,8
Gulli	*Shrek le troisième*	6-avr.	US	9	0,6	2,3

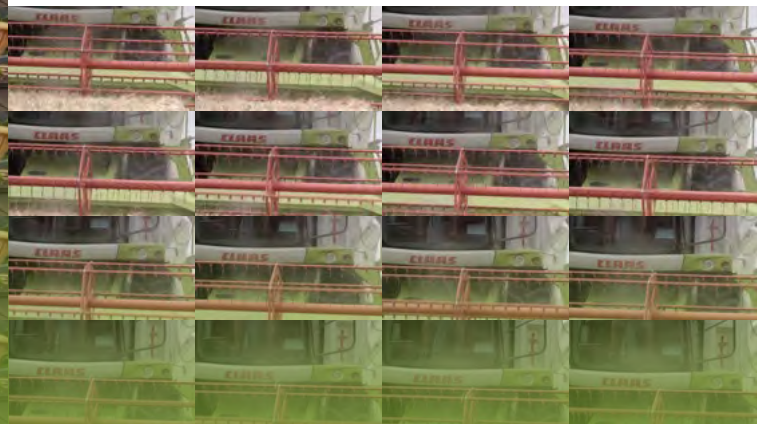
[1] AU : Australie / DE : Allemagne / FR : France / US : Etats-Unis..
Source : CNC, Médiamat-Médiamétrie (4 ans et plus).

En 2021 : **767** soirées sont dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques (-20 soirées par rapport à 2020) dont :

51,6 %
de soirées
de fiction française

24,4 %
de soirées
de fiction américaine

24,0 %
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.

La fiction, premier genre regardé à la télévision

En 2021, 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 32 090 heures de fiction sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie (-11,4 % par rapport à 2020).

En 2021, les Français regardent en moyenne 38 minutes de fiction par jour à la télévision.

La fiction représente 19,3 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (-2,1 points) et 22,1 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (-0,3 point) sur l'ensemble de la journée. La fiction est ainsi le premier genre de programmes en termes de consommation à la télévision. En 2021, les Français âgés de 4 ans et plus regardent 230 heures de fiction en moyenne sur les chaînes nationales gratuites soit 38 minutes par jour (-7,6 %).

En 2021, France 3 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée.

En 2021, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) consacrent 767 soirées à la fiction (-20 soirées par rapport à 2020), soit 35,0 % de l'ensemble de leurs soirées et le plus bas niveau depuis 2010. L'offre de fiction diminue de 25 soirées par rapport à 2020 sur M6, de 4 soirées sur Canal+ et de 3 soirées sur France 3 alors qu'elle augmente d'une soirée sur France 2, de 2 soirées sur Arte et de 9 soirées sur TF1. L'offre de fiction atteint ainsi son plus bas niveau sur Canal+ et M6. France 3 demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée devant TF1, France 2, M6, Canal+ et Arte.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2017	2018	2019	2020	2021
TF1	173	173	179	148	157
France 2	144	150	148	142	143
France 3	177	188	173	176	173
Canal+	107	99	102	97	93
M6	140	128	126	136	111
Arte	80	86	86	88	90
total	821	824	814	787	767

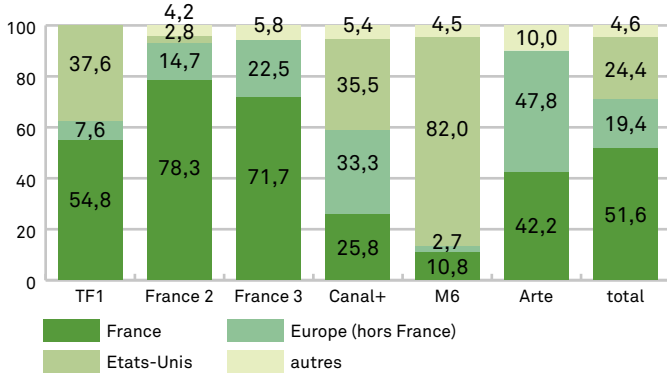
Source : CNC, Médiamétrie.

L'offre de fiction américaine en première partie de soirée apparaît en baisse de près de 50 % en dix ans.

La fiction française occupe désormais plus de la moitié des soirées dédiées à la fiction

En 2021, le nombre de soirées de fiction française augmente de 10,3 % par rapport à 2020 (396 soirées) alors que l'offre de fiction étrangère est en baisse de 13,3 % (371 soirées) dont -14,6 % pour la fiction américaine (187 soirées), -3,2 % pour la fiction européenne non française (149 soirées) et -36,4 % pour la fiction étrangère hors Europe et Etats-Unis (35 soirées). L'offre de fiction américaine atteint ainsi un nouveau point bas. La fiction française constitue pour la première fois (depuis le début du suivi de ces données en 2008) plus de 50 % de l'offre de fiction en première partie de soirée. En 2021, la fiction française occupe 51,6 % des soirées dédiées à la fiction, contre 48,4 % pour la fiction étrangère dont 24,4 % pour la fiction américaine, 19,4 % pour la fiction européenne non française et 4,6 % pour la fiction étrangère d'autres nationalités.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2021 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

La part de la fiction inédite en première partie de soirée augmente de 6,2 points à 76,1 % sur les chaînes historiques

Le taux de fiction inédite retrouve un niveau proche de celui d'avant-crise sanitaire, l'épidémie de Covid-19 ayant eu en 2020 des conséquences sur la programmation des chaînes de télévision. En 2021, la fiction inédite constitue 76,1 % de l'offre totale de fiction des chaînes nationales historiques en volume horaire en première partie de soirée (+6,2 points par rapport à 2020). La part de l'inédit augmente pour la fiction française et pour la fiction étrangère. En 2021, 83,9 % du volume horaire de fiction étrangère diffusée en première partie de soirée est inédit (+5,6 points), contre 69,1 % du volume de fiction française (+9,1 points).

Le volume de fiction inédite en première partie de soirée sur les chaînes nationales historiques est en hausse de 7,3 % par rapport à 2020 (+28,8 % pour la fiction française et -6,7 % pour la fiction étrangère) alors que le volume de fiction en rediffusion diminue de 21,8 % (-13,2 % pour la fiction française et -35,3 % pour la fiction étrangère). Le volume de fiction française inédite atteint son plus haut niveau alors que l'offre de fiction étrangère inédite est à son plus bas niveau depuis 2010.

L'audience de la fiction à la télévision

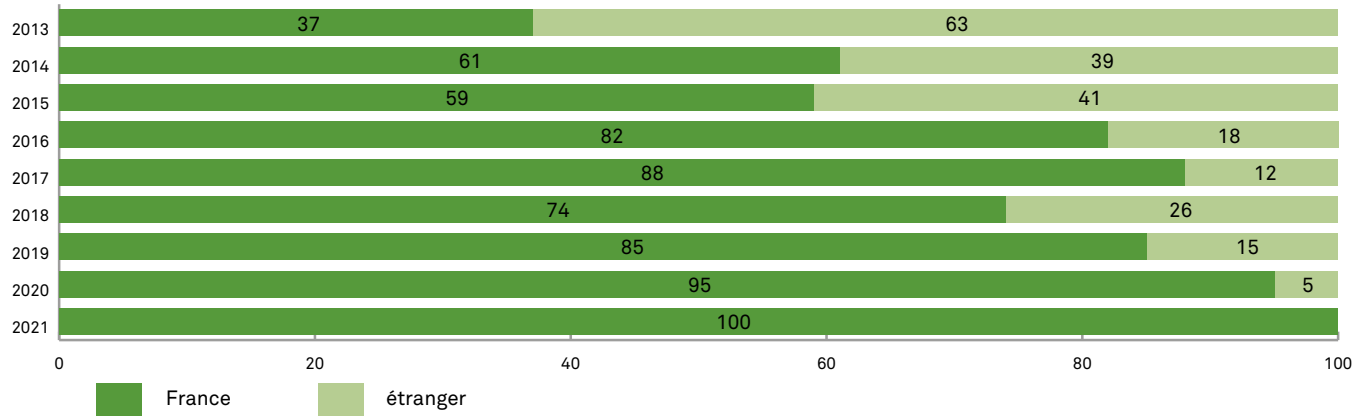
Record d'audience depuis plus de 15 ans pour la fiction française

En 2021, les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont intégralement enregistrées par des fictions françaises (contre 95 sur 100 en 2020), un résultat qui n'avait pas été atteint depuis de nombreuses années. La fiction française occupe pour la septième année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction. En 2021, le troisième épisode de la nouvelle série française *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1, 12,4 millions de téléspectateurs) se place en première position du palmarès des meilleures audiences de fiction à la télévision chez les 4 ans et plus. La série enregistre la meilleure audience de fiction, toutes nationalités confondues, depuis 2005. Les trois premières places du palmarès des meilleures audiences de fiction sont occupées par des créations originales françaises. Au total, 11 chaînes (sur les 19 étudiées qui diffusent de la fiction), dont l'ensemble des chaînes historiques, réalisent leur meilleure audience de fiction avec une fiction française.

En 2021, les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont intégralement enregistrées par des fictions françaises.

La part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les chaînes nationales historiques. En 2021, la part d'audience moyenne de la fiction française en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 23,4 % sur TF1 (contre 16,1 % pour la fiction étrangère), 19,3 % sur France 3 (contre 11,9 %), 17,7 % sur France 2 (contre 12,8 %), 9,8 % sur M6 (contre 9,0 %), 4,3 % sur Arte (contre 3,6 %) et 0,9 % sur Canal+ (contre 0,7 %).

Répartition des 100 meilleures 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 2021

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	*HPI haut potentiel intellectuel*	06/05/2021	France	12,4	44,3
France 2	*Capitaine Marleau*	02/04/2021	France	7,3	27,0
France 3	*Meurtres à Albi*	23/01/2021	France	7,0	27,4
Canal+	*OVNI(s)*	11/01/2021	France	0,7	2,5
France 5	*Thérèse et Léon*	24/05/2021	France	0,0	0,9
M6	*Scènes de ménages*	24/02/2021	France	5,0	19,2
Arte	*En thérapie*	04/02/2021	France	2,5	9,1
C8	*Evasion 2*	05/01/2021	Etats-Unis	1,1	4,4
W9	*Escape*	09/02/2021	France	1,5	5,6
TMC	*Cold Case*	27/06/2021	Etats-Unis	1,0	4,1
TFX	*Friends*	27/06/2021	Etats-Unis	0,4	1,8
NRJ12	*XIII*	11/08/2021	Canada	0,8	4,2
France 4	*A.R.I*	23/01/2021	Etats-Unis	0,3	1,1
CStar	*Wake Up*	20/01/2021	Etats-Unis	0,5	2,1
Gulli	*Allan Quatermain et la pierre des ancêtres*	14/10/2021	Etats-Unis	0,6	2,8
TF1 Séries Films	*Commissaire Moulin*	26/04/2021	France	1,4	5,4
6ter	*NCIS : enquêtes spéciales*	30/12/2021	Etats-Unis	0,8	3,6
RMC Story	*Le Sang de la vigne*	01/01/2021	France	0,5	2,1
Chérie 25	*Le Vrai Coupable*	04/08/2021	France	1,0	5,1

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

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La diffusion de la fiction à la télévision en 2020*

En 2021 : **4 548** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC

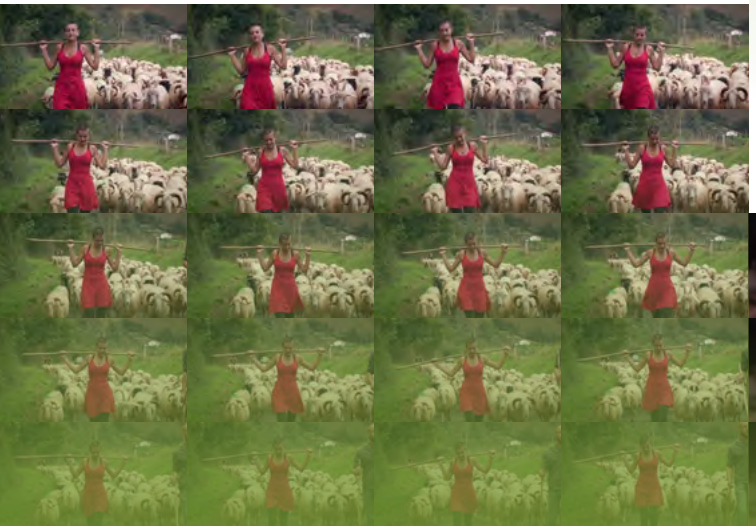
(+21,1 % par rapport à 2020)

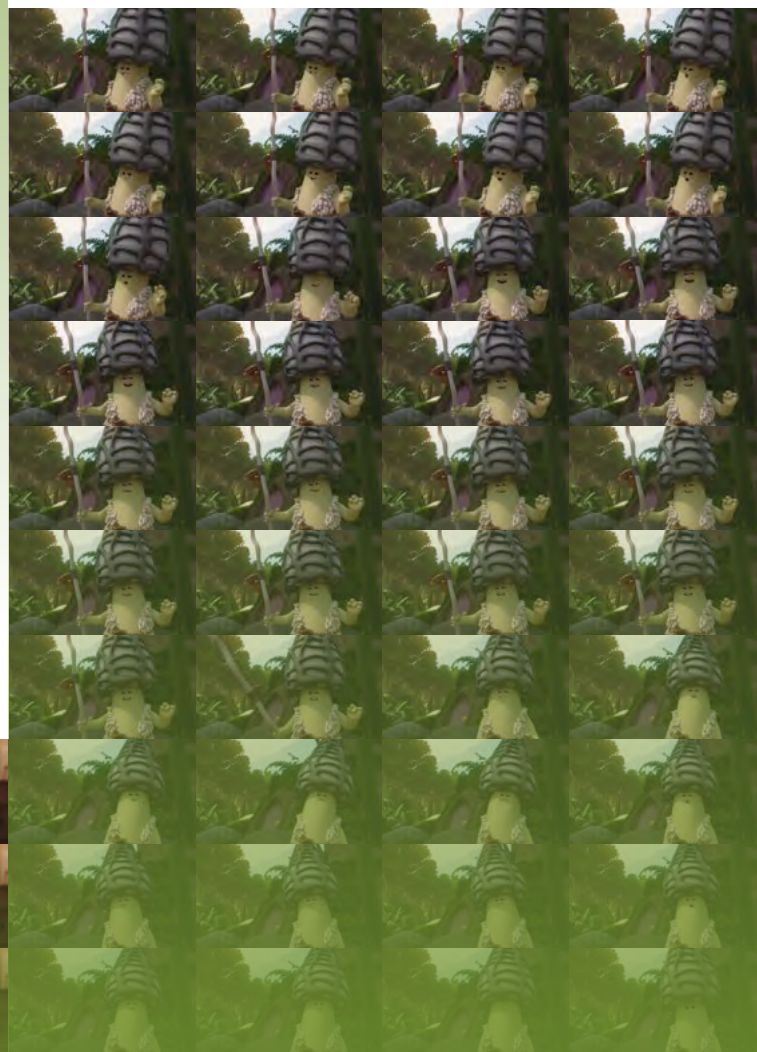
1,9 Md€ de devis (+25,7 %)

267,4 M€
d'apports du CNC
(+23,7 %)

189,8 M€
d'apports étrangers
(+20,2 %)

937,2 M€
d'apports des diffuseurs
(+22,6 %)





3.4
La production audiovisuelle aidée

Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2021 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2021. Ces données sont différentes de celles de l'Arcom (qui correspondent aux obligations des chaînes) pour deux raisons principales :

- les statistiques de l'Arcom 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 l'Arcom.

4 548 heures de programmes audiovisuels aidés

En 2021, le CNC soutient la production de 4 548 heures de programmes audiovisuels français (+21,1 % par rapport à 2020), pour un montant total de 257,9 M€ (+24,2 %), hors aides à la préparation. Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC augmentent de 25,7 % à 1 900,7 M€. Les investissements des diffuseurs sont en hausse de 22,6 % à 937,2 M€. En 2021, la fiction reste le genre le plus soutenu par le CNC avec 101,0 M€ (+30,0 %), devant le documentaire à 68,3 M€ (+1,6 %), l'animation à 58,0 M€ (+41,8 %), la captation audiovisuelle de spectacle vivant à 26,8 M€ (+43,6 %) et le magazine d'intérêt culturel à 3,8 M€ (+20,5 %).

En 2021, les chaînes nationales gratuites apportent 83,3 % des investissements totaux des chaînes de télévision, contre 87,9 % en 2020. Parmi ces diffuseurs, les chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) occupent une place toujours restreinte. Elles représentent 2,3 % des apports globaux des diffuseurs et sont à l'initiative de 4,9 % des heures aidées (respectivement 2,8 % et 6,5 % en 2020). Les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) commandent 17,3 % des heures aidées et totalisent 12,0 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (respectivement 16,3 % et 8,9 % en 2020). Les services en ligne représentent 3,8 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée (2,4 % en 2020). La contribution des chaînes locales dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC s'établit à 0,8 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (0,9 % en 2020). Les financements en provenance de partenaires étrangers s'établissent à 189,8 M€, en hausse de 20,2 %. Ils augmentent fortement en animation (+31,9 %) ainsi qu'en fiction (+23,0 %).

Le CNC soutient la production de 4 548 heures de programmes audiovisuels français à hauteur de 257,9 M€ en 2021.

Production audiovisuelle aidée

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
durée (heures)	5 151	5 427	4 828	4 943	4 864	4 873	4 716	4 251	3 756	4 548
devis (M€)	1 412,9	1 552,2	1 436,4	1 386,3	1 584,9	1 536,7	1 552,1	1 604,8	1 511,9	1 900,7
diffuseurs (M€)	797,6	862,6	793,3	784,0	862,8	812,9	836,3	850,3	764,7	937,2
aides du CNC[1] (M€)	237,3	259,3	232,6	233,9	266,9	268,9	263,3	250,5	216,2	267,4
apports étrangers (M€)	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	189,8

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

La fiction

Record historique du volume horaire de fiction aidé

En 2021, le volume et les devis de fiction aidée par le CNC atteignent leur plus haut niveau historique, portés principalement par la croissance des commandes des principaux groupes audiovisuels. Cette croissance s'explique par le développement de la production d'autres diffuseurs (linéaires et non linéaires) et par des décalages de production en raison de la crise sanitaire en 2020. Le volume de fiction augmente de 37,7 % (+351 heures) par rapport à 2020 à 1 281 heures, notamment en raison de l'augmentation du volume de feuilletons (+156 heures). Les devis de fiction sont en hausse de 32,4 % à 1 090,8 M€. Ils dépassent ainsi pour la première fois le seuil du milliard d'euros. Le coût horaire moyen de la fiction aidée recule de 3,9 % à 851,9 K€. L'apport horaire moyen du CNC (y compris compléments) recule de 5,6 % à 78,8 K€. La fiction représente 28,2 % du volume total des programmes audiovisuels aidés par le CNC en 2021, contre 24,8 % en 2020.

En 2021, les financements français pour la fiction (1 018,4 M€) progressent de 33,1 % par rapport à 2020 et les financements étrangers (72,4 M€) sont en hausse de 23,0 %. En 2021, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction augmente de 25,9 % par rapport à 2020 à 644,5 M€. Leur part dans le financement du genre s'établit à 59,1 % (-3,0 points) et leur apport horaire à 503,3 K€ (550,5 K€ en 2020). La contribution des producteurs est en hausse de 41,7 % à 208,4 M€ en 2021. La part des apports des producteurs s'élève à 19,1 % (+1,2 point). Les apports du CNC (y compris compléments) sont en augmentation de 30,0 % à 101,0 M€ en 2021. La part des apports du CNC (y compris compléments) dans le financement de la fiction s'établit à 9,3 % (-0,1 point). En 2021, les préventes en France s'élèvent à 23,5 M€ (8,2 M€ en 2020).

Les financements étrangers sont à leur plus haut niveau des 20 dernières années à 72,4 M€. Les apports en coproduction diminuent de 32,5 % à 26,9 M€, en raison d'un montant exceptionnel concernant la superproduction européenne le *Tour du monde en 80 jours* en 2020. Les préventes (y compris minimums garantis) établissent au contraire un nouveau record à 45,5 M€ (19,0 M€ en 2020). Le volume horaire total des programmes bénéficiant d'un financement étranger augmente de 40,3 %. 697 heures de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2021, soit plus de la moitié (54,4 %) du volume horaire total de fiction (497 heures, soit 53,4 % en 2020). En 2021, 687 heures d'œuvres majoritaires françaises sont produites avec un apport étranger de 61,1 M€ (18,0 M€ d'apports en coproduction et 43,1 M€ de préventes - y compris minimums garantis) et 10 heures de programmes minoritaires français ont bénéficié d'un apport étranger de 11,3 M€ (8,9 M€ d'apports en coproduction et 2,4 M€ de préventes - y compris minimums garantis).

En 2021, la part des diffuseurs dans le financement de la fiction s'établit à 59,1 % des devis.

Le feuilleton, format de fiction le plus aidé en 2021

En 2021, les feuilletons (de 26 et 52 minutes) sont le premier format de fiction aidé (42,6 % des heures), devant les séries de 52 minutes (23,5 %), les formats courts (12,2 %), les séries de 26 minutes (7,9 %) et les unitaires (7,4 %). Les fictions de collection (héros ou thématiques récurrents) représentent 6,3 % des heures aidées. Le coût horaire varie selon le format de fiction et s'établit entre 274,5 K€ pour les courts métrages et 1 593,6 K€ pour les séries de 52 minutes.

Les chiffres clés de la fiction

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume horaire (heures)	768	782	748	743	897	871	995	1 040	930	1281
devis (M€)	667,4	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 090,8
coût horaire (K€/heure)	869,5	909,5	958,3	859,3	868,6	826,5	800,8	855,9	886,2	851,9

Source : CNC.

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
financements français	**620,3**	**683,8**	**671,9**	**619,2**	**727,7**	**691,1**	**767,8**	**852,5**	**765,2**	**1 018,4**
producteurs français	58,2	78,2	69,8	57,2	80,6	85,4	104,6	133,0	147,1	208,4
préventes en France	5,6	5,7	15,8	10,2	8,5	7,5	10,2	17,5	8,2	23,5
diffuseurs	467,5	500,9	483,9	462,5	536,0	491,5	534,4	583,7	511,9	644,5
SOFICA	0,4	2,0	2,5	1,1	2,3	1,5	3,2	2,3	1,7	2,3
CNC	70,7	74,9	68,4	65,4	80,6	76,9	83,6	83,3	74,7	97,7
compléments CNC[1]	2,4	6,1	3,5	2,5	2,7	4,6	8,0	7,9	3,0	3,3
autres	15,5	15,9	28,0	20,4	16,9	23,7	23,7	24,9	18,6	38,8
financements étrangers	**47,0**	**27,1**	**45,3**	**19,6**	**51,2**	**28,8**	**29,2**	**37,6**	**58,9**	**72,4**
coproductions étrangères	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9	26,9
préventes à l'étranger[2]	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0	45,5
total des financements	**667,4**	**710,9**	**717,2**	**638,9**	**778,9**	**719,9**	**797,0**	**890,1**	**824,0**	**1 090,8**

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

L'animation

Hausse des apports des diffuseurs en animation

En 2021, le volume de production d'animation est en augmentation par rapport à 2020 avec 357 heures (+21,0 %), soit le plus haut niveau depuis 2016.L'animation représente 7,9 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2021, comme en 2020.

En 2021, le montant des devis des programmes d'animation augmente de 28,3 % par rapport à 2020 à 314,5 M€, soit un niveau supérieur à la moyenne des dix dernières années (228,6 M€). En 2021, le coût horaire de l'animation atteint son plus haut niveau historique à 879,9 K€ (+6,1 % par rapport à 2020). Entre 2012 et 2021, le coût horaire moyen des programmes d'animation s'établit à 726,3 K€.

En 2021, l'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 162,2 K€ (138,4 K€ en 2020).

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation augmentent de 26,9 % à 223,3 M€ en 2021, soit 71,0 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (71,8 % en 2020). Les apports des producteurs français progressent de 16,0 % à 67,4 M€, soit 21,4 % du montant total des devis (23,7 % en 2020). La contribution des diffuseurs est en hausse de 30,6 % à 67,6 M€. Leur part dans le financement de l'animation s'établit à 21,5 % (21,1 % en 2020). En 2021, les diffuseurs apportent, en moyenne, 189,1 K€ par heure d'animation (+8,0 % par rapport à 2020). L'apport total du CNC pour les programmes d'animation est en hausse à 58,0 M€ (+41,8 %). Il couvre 18,4 % des devis en 2021 (16,7 % en 2020). Les préventes en France atteignent 6,4 M€ (12,3 M€ en 2020).

En 2021, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'établit à 29,0 % (28,2 % en 2020). Les financements étrangers augmentent à 91,2 M€ en 2021. Les apports en coproduction augmentent 44,1 M€ et les préventes à l'étranger reculent à 47,0 M€.

En 2021, 298 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et/ou prévente), soit 83,4 % du volume total produit (250 heures, soit 84,6 % du volume total en 2020). En 2021, 251 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total de 56,3 M€ dont 26,9 M€ d'apports en coproduction et 29,4 M€ de préventes (200 heures avec un apport étranger de 39,4 M€ en 2020) et 47 heures d'animation minoritaire française ont bénéficié de 34,9 M€ de financement étranger dont 17,2 M€ en coproduction et 17,7 M€ en préventes (50 heures avec un apport étranger de 29,7 M€ en 2020).

En 2021, la part des investissements français dans le financement des programmes d'animation s'élève à 71,0 % des devis.

Les séries de 11 à 13 minutes restent majoritaires

En 2021, les séries de 11 à 15 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (63,3 % du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes (24,7 %), les séries de 23 à 26 minutes (8,7 %) et les unitaires (3,3 %). En 2021, le volume horaire des séries de 23 à 26 minutes est divisé par deux par rapport à 2020 à 31 heures, soit un retour au niveau de 2019. Le volume des séries de 11 à 15 minutes est en hausse de 34,8 % à 226 heures, plus haut niveau des dix dernières années après 2016 (229 heures). Le volume des séries de moins de 8 minutes augmente de 42,5 % à 88 heures (91 heures en moyenne chaque année sur les dix dernières années).

En 2021, le volume de production d'animation atteint 357 heures.

Les chiffres clés de l'animation

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume horaire (heures)	298	326	260	285	388	353	289	295	295	357
devis (M€)	181,8	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5
coût horaire (K€/heure)	609,2	654,3	684,8	633,7	660,1	761,9	726,7	805,2	829,7	879,9

Source : CNC

Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
financements français	**139,8**	**161,0**	**132,5**	**137,2**	**198,3**	**208,3**	**166,8**	**175,1**	**176,0**	**223,3**
producteurs français	36,5	43,4	34,0	38,8	51,5	61,3	47,4	57,8	58,1	67,4
préventes en France	5,5	7,2	8,7	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3	6,4
diffuseurs	49,7	58,0	46,7	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7	67,6
SOFICA	3,0	3,8	2,2	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1	5,7
CNC	31,0	33,6	29,6	28,2	49,2	45,8	30,5	34,1	33,0	46,6
compléments CNC[1]	6,9	7,5	5,2	8,4	11,0	13,1	18,7	16,0	7,9	11,4
autres	7,2	7,6	6,0	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8	18,2
financements étrangers	**42,0**	**52,1**	**45,6**	**43,7**	**58,0**	**60,7**	**43,0**	**62,3**	**69,1**	**91,2**
coproductions étrangères	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	44,1
préventes à l'étranger	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	47,0
total des financements	**181,8**	**213,0**	**178,1**	**180,8**	**256,3**	**269,0**	**209,8**	**237,4**	**245,1**	**314,5**

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

Le documentaire

Maintien à un niveau élevé de l'apport horaire du CNC

Avec un total de 1 869 heures aidées en 2021, le volume de documentaires aidé augmente (+6,8 % par rapport à 2020). Cette hausse est, en partie, liée à l'arrêt des tournages en 2020 et le report de plusieurs projets sur l'année 2021.

En 2021, le montant des devis des programmes documentaires est en hausse à 368,2 M€ (+5,1%). Le coût horaire moyen recule de 1,6 % à 197,0 K€. En 2021, le documentaire représente 41,1 % des heures totales de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 46,6 % en 2020.

Les engagements des diffuseurs augmentent de 5,7 % à 167,0 M€ et couvrent moins de la moitié des devis totaux du genre (+0,3 point à 45,4 %). L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 89,4 K€ en 2021 (-1,0 % par rapport à 2020). En 2021, les apports des producteurs français augmentent (+14,4 %), à 63,1 M€. Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaires sont en hausse et s'établissent à 68,3 M€ en 2021 (+1,6 % par rapport à 2020). L'apport horaire du CNC (36,6 K€ en 2021) se maintient à un niveau élevé au regard de la décennie (33,8 K€ par heure en moyenne sur la période 2012-2021). Il est, par ailleurs, en hausse de 4,0 % entre 2017 et 2021.

Les financements étrangers dans la production française de documentaires chutent de 12,6 % à 24,0 M€ dont 15,2 M€ au titre des apports en coproduction (-22,3 %) et 8,8 M€ au titre des préventes (+12,0 %). 421 heures de documentaires correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2021, pour un total d'apports étrangers de 15,4 M€ et 43 heures à des programmes minoritaires pour un apport de 8,6 M€.

Les chiffres clés du documentaire

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume horaire (heures)	2 921	3 092	2 590	2 480	2 253	2 266	2 141	1 960	1 750	1 869
devis (M€)	437,9	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2
coût horaire (K€/heure)	149,9	158,3	153,9	165,0	179,9	175,4	181,9	185,0	200,2	197,0

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

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
financements français	**418,3**	**463,5**	**383,6**	**389,6**	**374,6**	**375,3**	**367,5**	**337,2**	**323,0**	**344,2**
producteurs français	67,6	75,1	61,2	60,8	59,4	63,5	60,3	58,5	55,1	63,1
préventes en France	4,5	6,1	4,4	5,5	4,9	4,7	5,4	6,5	6,2	5,7
diffuseurs	223,3	243,0	204,3	209,7	204,6	195,3	189,2	168,2	157,9	167,0
SOFICA	0,3	0,9	0,9	1,3	0,9	0,7	0,8	0,4	0,5	0,5
CNC	86,7	92,5	79,6	81,9	75,8	77,6	76,7	71,0	66,6	68,2
compléments CNC[1]	1,1	3,1	0,6	0,8	1,9	2,1	0,7	1,6	0,6	0,1
autres	34,9	42,8	32,7	29,6	27,1	31,5	34,6	31,1	36,0	39,7
financements étrangers	**19,5**	**26,0**	**15,1**	**19,4**	**30,6**	**22,3**	**21,9**	**25,4**	**27,5**	**24,0**
coproductions étrangères	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6	15,2
préventes à l'étranger	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8	8,8
total des financements	**437,9**	**489,5**	**398,7**	**409,0**	**405,2**	**397,6**	**389,4**	**362,6**	**350,5**	**368,2**

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

Le documentaire de société, premier thème commandé par les diffuseurs

Avec un volume de commandes en hausse (+14,1 % à 867 heures), le documentaire de société conserve sa prééminence avec 46,4 % du volume total du genre en 2021. Les programmes historiques représentent la deuxième thématique la plus commandée. Le volume de production progresse de 4,2 % en 2021 à 344 heures (330 heures en 2020). Troisième thématique, les commandes de documentaires sur l'art atteignent 193 heures en 2021, contre 183 heures en 2020 (+5,8 %).

En 2021, les financements du CNC dans la production de documentaires atteignent 68,3 M€ (+1,6 %).

La captation audiovisuelle de spectacle vivant

Maintien à un haut niveau de l'apport horaire des diffuseurs

En 2021, le nombre d'heures aidées de captation audiovisuelle de spectacle vivant repart à la hausse et progresse de 44,4 % par rapport à 2020 (+228 heures) et de 7,1 % par rapport à 2019 (+49 heures) pour atteindre 742 heures. Après une année 2020 marquée par le début de la crise sanitaire, la fermeture des salles de spectacle a été prolongée durant une partie de l'année 2021 entraînant ainsi l'annulation de nombreux événements culturels. Pour la deuxième année consécutive, ce contexte a limité les possibilités de captations de spectacles vivants, qui retrouvent malgré tout un niveau de production élevé.

Les devis des œuvres de spectacle vivant augmentent de 42,7 % par rapport à 2020 pour atteindre 100,3 M€, soit un coût horaire moyen de 135,2 K€ (-1,2 %, stable par rapport à 2020), deuxième plus haut niveau de la décennie. Les programmes de spectacle vivant représentent 16,3 % du total des heures de programmes aidés en 2021 et capte 11,0 % des aides du CNC (hors compléments).

En 2021, la participation des diffuseurs à la production de captation audiovisuelle de spectacle vivant progresse de 42,4 % par rapport à 2020 à 40,9 M€. Leur apport horaire est en légère baisse à 55,0 K€ (-1,4 %), deuxième plus haut niveau depuis 2000 (59,3 K€) derrière 2020 (55,8 K€). Les diffuseurs couvrent 40,7 % des devis de production du genre (40,8 % en 2020).

Les subventions versées par le CNC (y compris les compléments d'aides) sont en hausse de 43,6 % à 26,8 M€ en 2021. Elles couvrent 26,7 % des devis du genre (26,6 % en 2020), pour un apport horaire de 36,1 K€ en moyenne (-0,6% par rapport à 2020).

En 2021, les apports étrangers reculent pour la quatrième année consécutive. Ils baissent de 8,0 % à 2,2 M€. Leur part dans le total des devis diminue à 2,2 % des financements totaux des captations audiovisuelles de spectacle vivant (3,4 % en 2020). Les apports en coproduction sont en baisse à 2,1 M€ (-7,6 %), les préventes à l'étranger à 0,1 M€ (-13,9 %). Au total, 64 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2021 (54 heures en 2020) dont 61 heures de coproductions majoritaires (51 heures en 2020) et 3 heures de coproductions minoritaires (comme en 2020). Les coproductions majoritaires totalisent 1,7 M€ de financements étrangers (2,2 M€ en 2020) et les coproductions minoritaires 0,5 M€ (0,2 M€ en 2020).

Les subventions versées par le CNC sont en hausse de 43,6 % à 26,8 M€ en 2021.

Les chiffres clés du spectacle vivant

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume horaire (heures)	697	793	976	1 082	954	1 033	939	693	514	742
devis (M€)	91,8	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3
coût horaire (K€/heure)	131,7	129,9	122,3	115,8	122,7	117,8	131,4	127,9	136,8	135,2

Source : CNC.

Financement prévisionnel du spectacle vivant (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
financements français	**85,2**	**96,5**	**112,7**	**117,2**	**109,9**	**113,2**	**115,2**	**84,2**	**67,9**	**98,1**
producteurs français	23,4	28,1	31,7	31,9	30,6	31,9	35,5	25,5	18,5	26,4
préventes en France	1,1	1,3	1,2	1,6	1,2	1,3	1,3	0,8	0,3	0,5
diffuseurs	32,5	35,9	42,4	46,0	42,3	42,8	43,0	32,5	28,7	40,9
SOFICA	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments[1]	26,5	29,3	35,4	36,4	34,2	34,9	33,5	24,1	18,7	26,8
autres	1,7	1,7	1,9	1,3	1,6	2,2	1,8	1,3	1,7	3,5
financements étrangers	**6,6**	**6,6**	**6,7**	**8,0**	**7,1**	**8,4**	**8,2**	**4,4**	**2,4**	**2,2**
coproductions étrangères	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2	2,1
préventes à l'étranger	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2	0,1
total des financements	**91,8**	**103,1**	**119,4**	**125,2**	**117,0**	**121,6**	**123,4**	**88,6**	**70,3**	**100,3**

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

Le spectacle musical domine le genre

En 2021, la hausse du volume de production de programmes de spectacle vivant concerne en particulier la musique (+174 heures) et notamment l'opéra (+48 heures), la musique classique (+40 heures), le jazz (+39 heures) et le hip-hop / rap / électro (+30 heures). La musique classique reste le premier genre musical en volume avec 175 heures, devant l'opéra (98 heures) et la variété / rock (90 heures). Dans les autres genres de captation audiovisuelle de spectacle vivant, les enregistrements de théâtre progressent de 25 heures à 121 heures et le volume de production de programmes de danse progresse de 20 heures pour atteindre 41 heures.

Les captations audiovisuelles de spectacles musicaux représentent une très grande majorité des heures aidées avec 74,8 % du volume total en 2021 (74,2 % en 2020). En 2021, le CNC a soutenu à hauteur de 18,8 M€ l'enregistrement de spectacles musicaux (hors compléments), soit un montant en hausse de 45,7 % par rapport à 2020.

Le cirque reste le genre de spectacle vivant le plus coûteux en 2021 à 211,0 K€ par heure de programme (-23,6 % par rapport à 2020), devant le théâtre à 173,2 K€ (-5,8 %), l'opéra à 146,7 K€ (+4,8 %) et la musique classique à 144,0 K€ (+21,2 %).

Les captations audiovisuelles de spectacles musicaux représentent une très grande majorité des heures aidées avec 74,8 % du volume total en 2021.

Le magazine d'intérêt culturel

Hausse du volume 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 2021, le volume de production aidée de magazine d'intérêt culturel augmente à 299 heures (+12,1 % par rapport à 2020).

55 programmes relevant de ce genre bénéficient d'un soutien financier en 2021 (45 en 2020). Au global, les devis de ces programmes s'élèvent à 26,8 M€ (+22,1 % par rapport à 2020), soit un coût horaire moyen de 89,7 K€ (+8,9 %).

Les subventions versées par le CNC y compris compléments d'aides aux magazines d'intérêt culturel augmentent à 3,8 M€ (+20,5 %), soit 14,2 % des devis en 2021 (14,4 % en 2020). Les apports des diffuseurs sont en hausse à 17,3 M€ (+20,5 % par rapport à 2020). Les diffuseurs représentent 64,6 % du total des financements du magazine d'intérêt culturel en 2021 (65,5 % en 2020). Ils apportent, en moyenne, 57,9 K€ par heure de programme (53,9 K€ en 2020).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume horaire (heures)	467	434	254	353	372	350	353	263	267	299
devis (M€)	34,0	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	26,8
coût horaire (K€/heure)	72,9	82,4	90,8	91,5	73,9	81,9	92,4	99,1	82,3	89,7

Source : CNC.

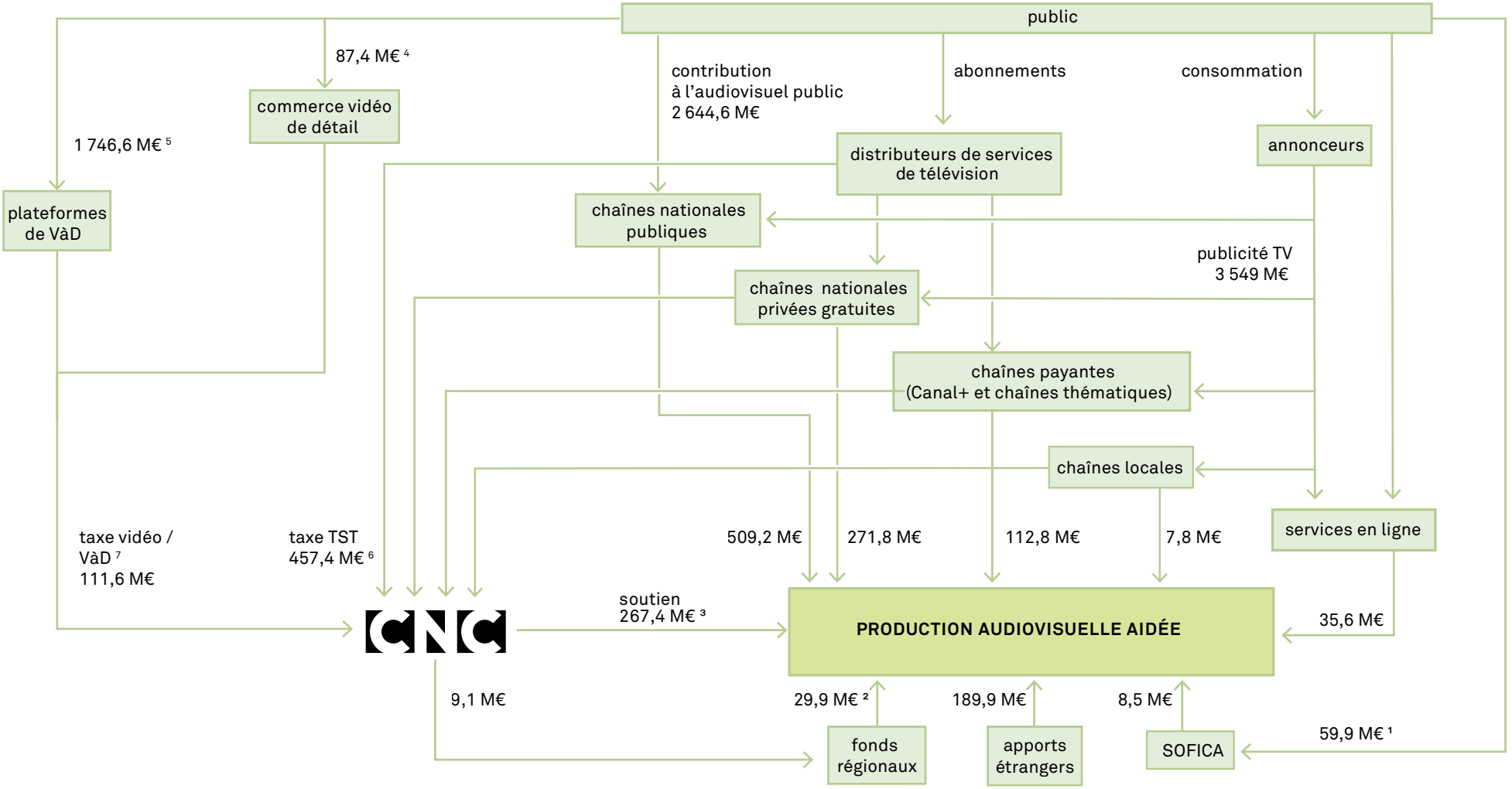
Financement prévisionnel du magazine d'intérêt culturel (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
financements français	**33,8**	**35,7**	**23,0**	**32,2**	**27,3**	**28,6**	**32,5**	**26,0**	**21,9**	**26,8**
producteurs français	4,2	5,1	3,8	5,0	4,7	4,6	5,4	4,1	3,1	4,3
préventes en France	0,2	0,4	-	0,1	0,2	-	0,1	0,0	0,0	0,0
diffuseurs	24,7	24,9	16,0	22,4	18,5	19,6	21,9	16,9	14,4	17,3
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments[1]	4,0	3,9	2,7	3,4	2,5	3,2	3,9	3,5	3,2	3,8
autres	0,8	1,4	0,6	1,3	1,4	1,2	1,3	1,5	1,2	1,3
financements étrangers	**0,2**	**0,1**	**0,0**	**0,1**	**0,3**	**0,1**	**0,1**	**0,1**	**0,1**	**0,0**
coproductions étrangères	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-	0,0
préventes à l'étranger	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-	0,1	0,0
total des financements	**34,0**	**35,8**	**23,0**	**32,3**	**27,5**	**28,6**	**32,6**	**26,1**	**22,0**	**26,8**

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

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

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2021 (M€)



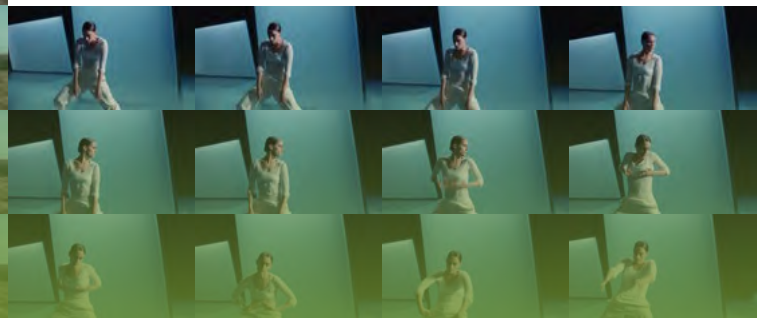
[1] Collecte 2020 correspondant à des investissements réalisés en 2021 et 2022 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle. [2] Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les 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 2021 – IREP. Recettes du CNC exécutées en 2021. Baromètre vidéo CNC-GfK. Baromètre de la VàD CNC-AQOA.

En 2021 : **9,0** milliards de vidéos vues en télévision en ligne *
(-13,8 % par rapport à 2020)
dont 7,3 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage (-19,3 %)

4,8 milliards
de vidéos vues sur un appareil mobile *

2,6 milliards
de vidéos vues sur un téléviseur *

1,6 milliard
de vidéos vues sur un ordinateur *



* Total télévision 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) 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 plateformes 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 2021, plus de 140 chaînes dont l'ensemble des chaînes nationales gratuites proposent leurs programmes en TVR sur au moins un écran.

Remarques méthodologiques

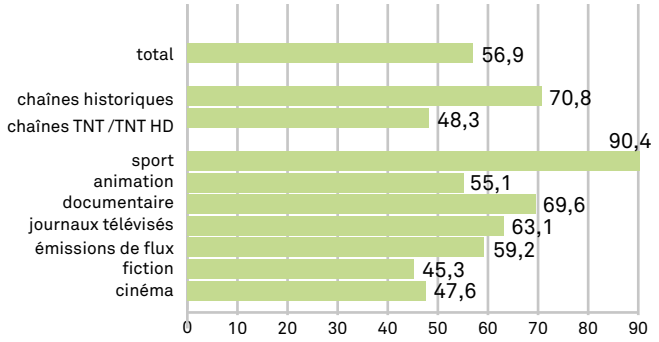
La part de l'offre de programmes disponibles en TVR est calculée par Plurimédia depuis janvier 2021 pour le CNC. L'analyse est réalisée tous les mois auprès des 21 chaînes nationales (hors chaînes d'information) : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP - Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25. L'analyse porte sur l'offre de programmes mis à disposition en télévision de rattrapage dans le mois au regard de l'offre totale de programmes diffusés sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée.

56,9 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en rattrapage

Au deuxième semestre 2021, 56,9 % des programmes diffusés sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée sont disponibles en télévision de rattrapage. Cette proportion s'établit à 70,8 % pour les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte), contre 48,3 % pour les chaînes TNT / TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP - Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25). La part des programmes de sport disponibles en TVR est plus élevée que celle des autres programmes à 90,4 %. La part des programmes documentaires disponibles en TVR est de 69,6 %. Les émissions de flux disponibles en TVR représentent 59,2 % de l'offre totale d'émissions de flux diffusées sur les chaînes nationales. La part des programmes de fiction disponibles en TVR est de 45,3 %.

La part des films cinématographiques disponibles en TVR est élevée (47,9 %) car l'analyse inclut la chaine payante Canal+. La chaine propose la quasi-totalité de ses contenus de cinéma en TVR (99,3 % au deuxième semestre 2021). Au deuxième semestre 2021, 473 films de cinéma ont été proposés en télévision de rattrapage dont 214 par Canal+ et 259 par les chaînes nationales gratuites.

Part des programmes disponibles en TVR[1] selon la catégorie au deuxième semestre 2021 (%)



[1] Sur l'ensemble des programmes diffusés sur les chaînes nationales.
Source : Plurimédia.

Au deuxième semestre 2021, 56 005 vidéos sont disponibles en télévision de rattrapage. 59,7 % des vidéos sont disponibles pour une durée de 0 à 7 jours et 22,1 % pour plus de 30 jours. 36 011 heures de programmes sont disponibles en télévision de rattrapage sur cette période dont 51,8 % pendant 0 à 7 jours et 27,5 % pour plus de 30 jours.

Offre de TVR selon la durée de disponibilité au deuxième semestre 2021

	nombre de vidéos	volume (heures)
0 à 7 jours	33 447	18 651
8 à 14 jours	3 149	2 531
15 à 30 jours	7 008	4 912
plus de 30 jours	12 401	9 917
total	**56 005**	**36 011**

Source : Plurimédia.

46,5 % des heures de programmes disponibles en télévision de rattrapage au deuxième semestre 2021 sont des émissions de flux. Ces programmes représentent 16 747 heures disponibles.
Les films de cinéma ne représentent que 1,4 % des programmes disponibles et 3,8 % du volume horaire. La fiction représente quant à elle 13,6% des programmes disponibles et 18,7 % du volume horaire.

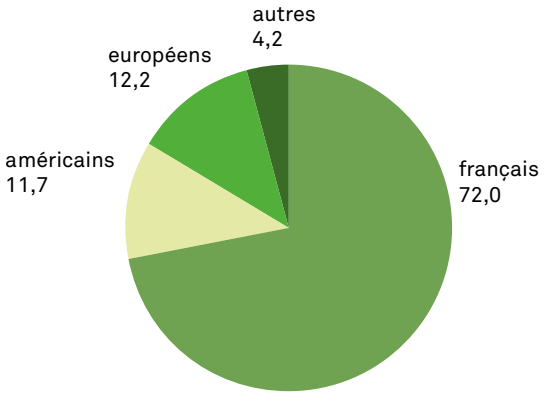
Offre de TVR selon le genre au deuxième semestre 2021

	nombre de vidéos	structure (%)	volume (heures)	structure (%)
animation	14 156	25,3	3 121	8,7
documentaires	5 962	10,6	5 228	14,5
fictions	7 606	13,6	6 743	18,7
cinéma	794	1,4	1 354	3,8
émissions de flux	21 749	38,8	16 747	46,5
journaux télévisés	4 951	8,8	1 358	3,8
sport	787	1,4	1 461	4,1
total	**56 005**	**100,0**	**36 011**	**100,0**

Source : Plurimédia.

Au deuxième semestre 2021, les programmes français représentent 72,0 % de l'offre totale disponible en TVR. Les programmes américains représentent, quant à eux, 11,7 % et les programmes européens 12,2 %. Les programmes français représentent 42,6 % des programmes de fiction disponibles en TVR tandis que les programmes américains en représentent 41,0 % et les programmes européens non nationaux 13,7%. Concernant les œuvres cinématographiques, 40,4 % des films disponibles en TVR au deuxième semestre 2021 sont des films français. Les films européens représentent 31,5 % de l'offre cinématographique en TVR et les films américains 22,4 %.

Répartition des programmes disponibles en TVR selon la nationalité au deuxième semestre 2021 (%)



Source : Plurimédia.

La consommation de la TVR

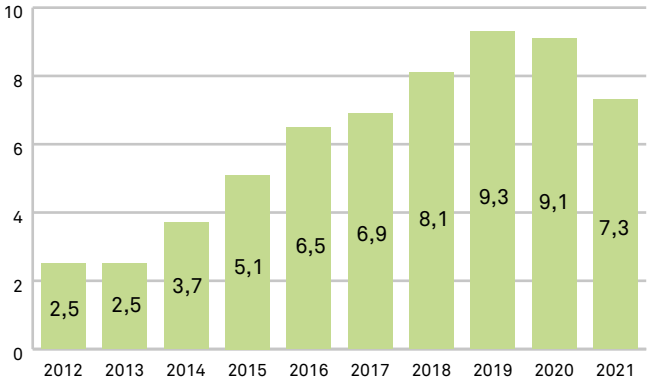
Remarques méthodologiques

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. Arte, NextRadioTV et NRJ ne font pas partie du périmètre.
En juin 2019, le périmètre de l'étude a évolué avec l'intégration de 15 chaînes supplémentaires (payantes).
Fin 2020, le panel est ainsi constitué de 37 chaînes dont :
- 6 chaînes nationales historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 (depuis 2011)
- 11 chaînes TNT / TNT HD : C8 (depuis octobre 2012), W9 (depuis 2011), TMC (depuis janvier 2012), TFX (depuis janvier 2012), France 4 (depuis 2011), CNews (depuis 2011), CStar (depuis octobre 2012), Gulli (depuis janvier 2014), TF1 Séries Films (depuis janvier 2014), 6ter (depuis janvier 2014), LCI (depuis 2011),
- 20 autres chaînes : Outre-mer 1ère, Paris Première (depuis 2011), Téva (depuis 2011), les six chaînes Ciné+ (Ciné+ Premier, Ciné+ Frisson, Ciné+ Emotion, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club et Ciné+ Classic) (depuis 2011), Clique TV, Comédie+, Golf+, Infosport+, Piwi+, les trois chaînes Planète+ (Planète+, Planète+ CI et Planète+ A&E), Polar+, Seasons, Télétoon+ (depuis janvier 2016).
A partir de septembre 2020, le panel est constitué de 37 chaînes à cause de la fermeture de la chaîne France Ô.
Pour la chaine Gulli, les résultats sont des estimations entre octobre et décembre 2020.
Les programmes exclusifs, qui n'ont pas été diffusés en linéaire, ainsi que les programmes disponibles en AVoD (VàD financée par la publicité) ou en FVoD (VàD gratuite sans publicité) ne font pas partie du périmètre.

7,3 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2021

En 2021, 7,3 milliards de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage, contre 9,1 milliards en 2020. Le nombre de vidéos visionnées en télévision de rattrapage est, en 2021, en forte baisse (-19,3 %) et atteint un niveau inférieur à celui des trois dernières années. En 2021, 611,46 millions de vidéos sont visionnées, en moyenne, chaque mois en TVR (757,8 millions en 2020), soit 20,1 millions de vidéos vues en moyenne chaque jour (24,9 millions en 2020). La baisse de la consommation pourrait, en partie, s'expliquer par la concurrence de la vidéo à la demande par abonnement dont le taux de pénétration passe de 14,8 % au dernier trimestre 2020 à 16,1 % au dernier trimestre 2021, et de la plateforme de vidéos en ligne gratuite YouTube dont l'accès via les téléviseurs connectés est aujourd'hui facilité.

Consommation de TVR[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 20 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en TVR.

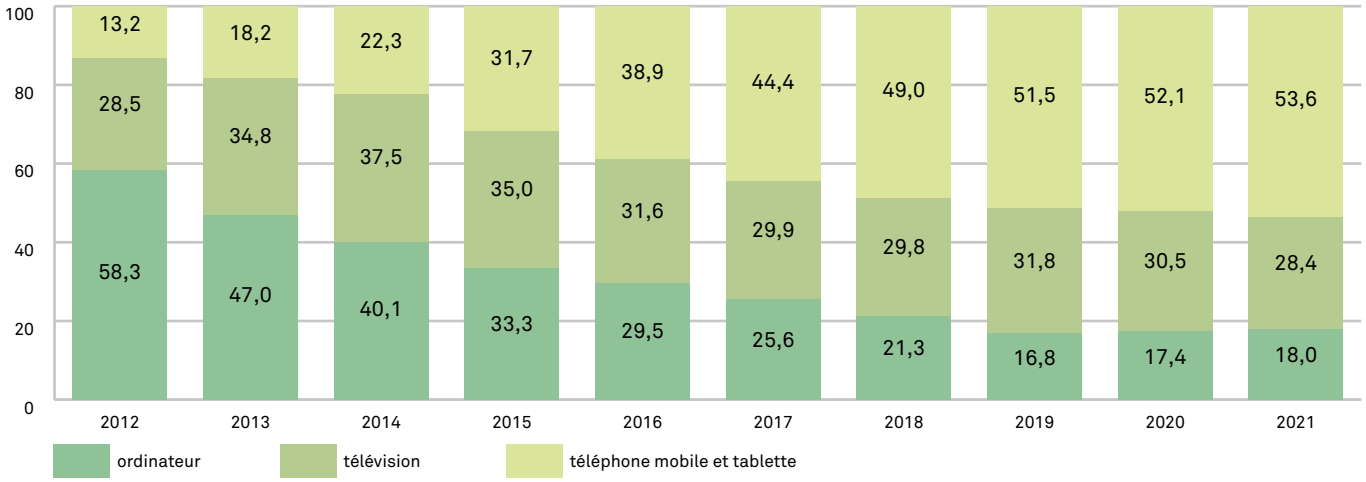
La majorité de la consommation est réalisée sur téléphone mobile et tablette

En 2021, 9,0 milliards de vidéos sont visionnées en télévision en ligne, contre 10,4 milliards en 2020 (-13,8 %). Les écrans mobiles (téléphone et tablette) représentent pour la troisième année consécutive plus de la moitié de la consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, en nombre de vidéos vues. En 2021, 4,8 milliards de vidéos sont visionnées sur un appareil mobile (dont 3,8 milliards sur un téléphone mobile et 1,0 milliard sur une tablette), 2,6 milliards sur un écran de télévision et 1,6 milliard sur un ordinateur. En 2021, les supports mobiles totalisent 53,6 % des vidéos vues (dont 42,2 % pour le téléphone mobile et 11,3 % pour la tablette), l'écran de télévision 28,4 % et l'ordinateur 18,0 %.

Depuis 2012, la part de consommation de TVR sur ordinateur a chuté et passe de 58,3 % à 18,0 % en 2021 (-40,3 points). A l'inverse, la part du mobile augmente : +40,4 points. La part du téléviseur est stable entre 2012 et 2021 (-0,1 point).

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

Consommation de télévision en ligne[1] selon le support[2] (%)



[1] Télévision en ligne = télévision de rattrapage + bonus + chaînes en direct sur les autres supports que la télévision.
[2] 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.

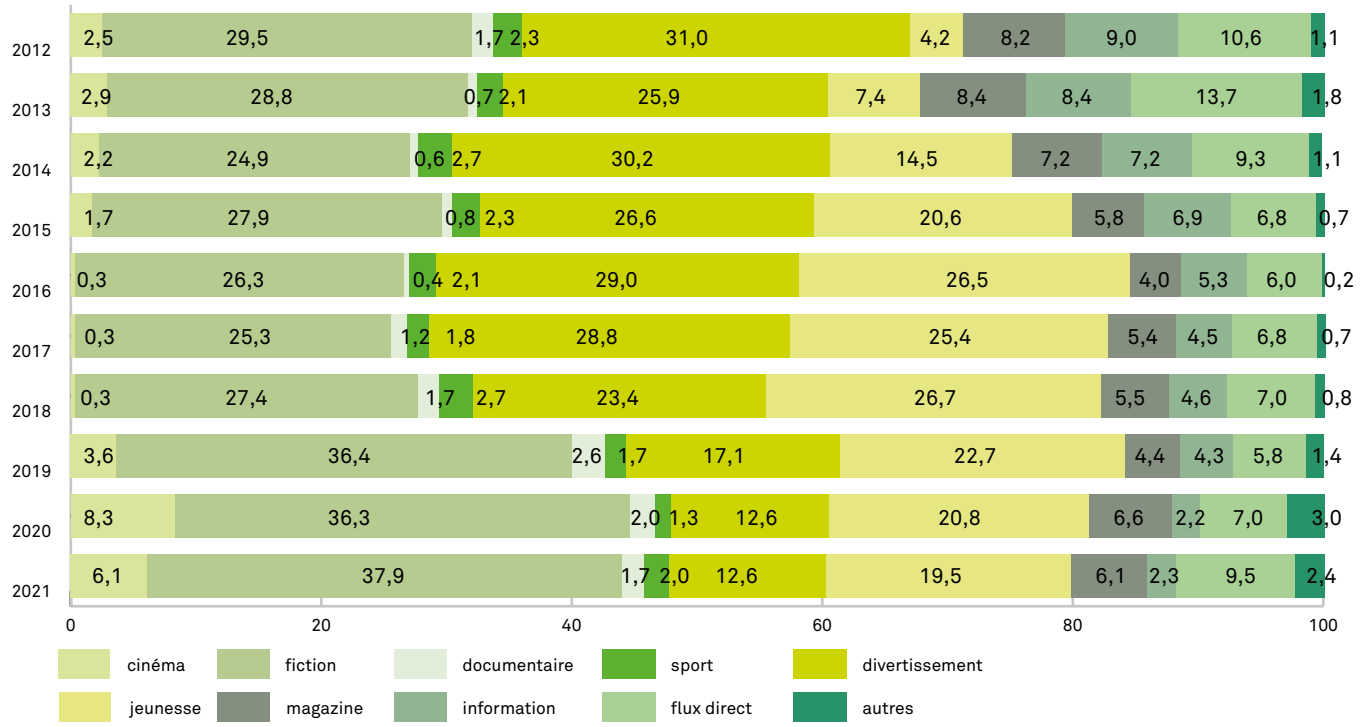
La fiction, genre le plus consommé devant les programmes jeunesse

En 2021, les programmes de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes jeunesse) composent 65,2 % de la consommation de télévision en ligne (qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision). En 2021 et pour la quatrième année consécutive, la fiction est le genre de programmes le plus consommé (37,9 % des vidéos vues). En 2012, le genre de programmes le plus visionné était le divertissement (31,0 % des vidéos vues). L'intégration des chaînes thématiques du groupe Canal+ est clairement visible en 2019 avec l'augmentation de la part du cinéma qui passe de 2,5 % en 2012 à 3,6 % en 2019 et à 6,1 % en 2021.

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

En 2021, les meilleures audiences mensuelles de la télévision en ligne (rattrapage et bonus, hors consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision) sont réalisées par les feuilletons français *Demain nous appartient* et *Ici Tout Commence* pour le groupe TF1 et *Plus belle la vie* et *Un Si Grand Soleil* pour le groupe France Télévisions, par des séries pour le groupe Canal+ (notamment les créations originales de la chaîne comme *Validé*, *Hippocrate*), par des divertissements pour le groupe M6 (*Objectif Reste du Monde*, *les Marseillais*, *les Marseillais vs le Reste du Monde*, *les Princes et les Princesses de l'Amour*) et par des fictions pour les jeunes et des programmes d'animation pour Gulli.

Consommation de télévision en ligne[1] selon le genre[2] (%)



[1] Télévision en ligne = télévision de rattrapage + bonus + chaînes en direct sur les autres supports que la télévision.
[2] 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.

Le public de la TVR

Remarques méthodologiques

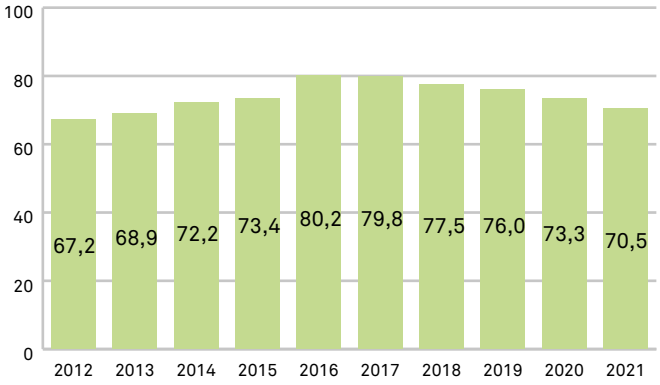
Le public de la télévision de rattrapage et ses usages sont mesurés par un sondage en ligne réalisé pour le CNC par Harris Interactive auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus chaque mois entre octobre 2010 et décembre 2015. Depuis janvier 2016, l'analyse est réalisée, chaque mois, par Vertigo auprès de 1 000 internautes âgés de 15 ans et plus avant juin 2020 et de 3 ans et plus depuis juin 2020.

Les utilisateurs **intensifs** consomment de la télévision de rattrapage au moins une fois par jour, les utilisateurs **assidus** au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour, les utilisateurs **réguliers** au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine et les utilisateurs **occasionnels** en consomment moins souvent.

La pénétration de la TVR s'établit à 70,5 %

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 cinquième année consécutive. En 2021, 70,5 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en TVR (tous supports confondus) au cours des 12 derniers mois (-2,7 points par rapport à 2020). Le recul de la pénétration de la TVR concerne toutes les tranches d'âges. Il apparaît toutefois plus marqué chez les 15-24 ans (-5,2 points) et les 25-34 ans (-3,9 points). La démocratisation de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) peut expliquer en partie cette baisse. En effet, le temps consacré aux loisirs n'étant pas extensible, les Français sont obligés de faire des choix et de délaisser une pratique pour une autre. Selon Médiamétrie, 16,1 % des Français âgés de 15 ans et plus ont utilisé un service de VàDA au moins une fois par jour au dernier trimestre 2021, contre 14,8 % au dernier trimestre 2020 (+1,3 point). Cette hausse est plus prononcée pour les 35-49 ans (+3,3 points à 23,8 %) et les 25-34 ans (+3,2 points à 30,0 %) que pour les 50 ans et plus (+0,8 point à 7,1 %). Cette part recule pour les 15-24 ans (-2,0 points à 21,2 %).

Pénétration de la TVR[1] (%)



[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

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

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
3-14 ans	-	-	-	-	-	-	-	-	-	69,3
15-24 ans	78,1	73,1	79,3	78,3	84,5	86,5	81,4	78,4	76,7	71,5
25-34 ans	76,9	77,0	78,5	79,0	83,0	83,7	80,6	76,3	72,4	68,5
35-49 ans	65,4	70,3	71,1	73,0	81,9	81,0	78,5	78,2	76,3	73,1
50 ans et plus	49,6	55,3	60,7	63,6	76,1	75,7	74,5	73,7	70,9	70,0

[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

La pénétration de la TVR se réduit notamment chez les 15-24 ans.

La majorité des utilisateurs regardent des programmes en rattrapage au moins une fois par semaine

En 2021, 61,3 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 60,3 % en 2020. La part des utilisateurs quotidiens progresse (+0,9 point par rapport à 2020) et s'élève à 17,8 %. Elle est plus importante chez les moins de 35 ans. En 2021, elle s'établit à 22,7 % pour les 3-14 ans, 20,0 % pour les 15-24 ans, 26,4 % pour les 25-34 ans, 18,6 % pour les 35-49 ans et 12,4 % pour les 50 ans et plus.

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 % (+0,1 point). La proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) est en recul à 23,6 % (-1,0 point). La proportion des utilisateurs occasionnels (moins d'une fois par mois) est, en revanche, stable à 15,2 % (+0,1 point).

Depuis 2012, la consommation de TVR a considérablement changé. La part des intensifs et des assidus progresse fortement, respectivement +9,9 points et +9,5 points.

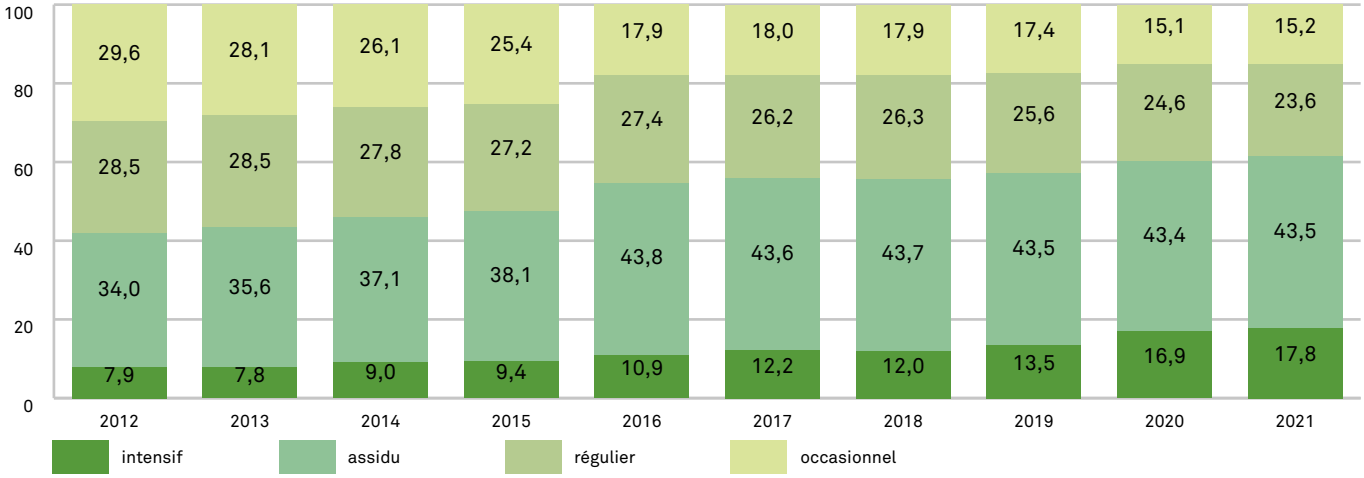
Habitudes du public de la TVR selon l'âge en 2021[1] (%)

	3-14 ans	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et plus
intensif	22,7	20,0	26,4	18,6	12,4
assidu	46,6	39,2	39,2	45,3	43,9
régulier	20,9	22,0	16,4	22,6	27,5
occasionnel	9,8	18,8	17,9	13,5	16,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois de 3 ans et plus.
Source : Vertigo.

En 2021, le chiffre d'affaires publicitaire de la télévision à la demande gratuite est estimé à 180 M€ (+38,5 % par rapport à 2020).

Habitudes du public de la TVR[1] (%)

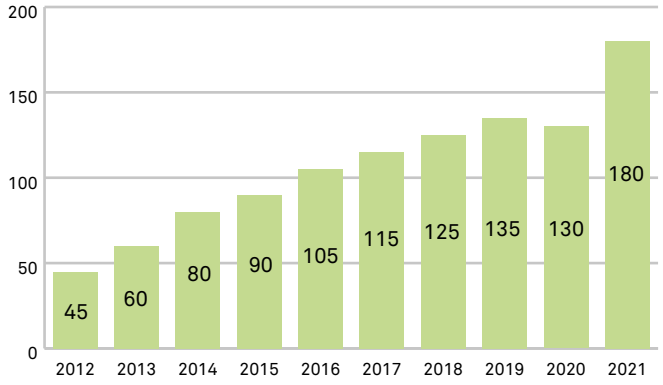


[1] Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

Les recettes publicitaires de la télévision à la demande gratuite sont estimées à 180 M€

L'accès aux services de télévision à la demande 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 télévision à la demande gratuite. 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 2021, les investissements publicitaires progressent fortement. Le chiffre d'affaires publicitaires de la télévision à la demande gratuite est estimé à 180 M€, contre 130 M€ en 2020 (+38,5 %). Selon l'IREP, le marché publicitaire progresse de 17,3 % en 2021 par rapport à 2020 pour la télévision et de 24,0 % sur internet. Tous médias confondus, la hausse atteint 18,3 % (+15,0 % hors digital).

Estimation des recettes publicitaires des services de télévision à la demande gratuite (M€)



Source : CNC.

chapitre quatre

VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

En 2021 :

1 992,1 M€ de ventes en vidéo

(+7,3 % par rapport à 2020)

1 746,6 M€

de ventes de vidéo à la demande

(+11,9 %)

245,5 M€

de ventes de vidéo physique

(-17,2 %)

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) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD) et par le CNC pour la VàD par abonnement notamment sur la base des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public. Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

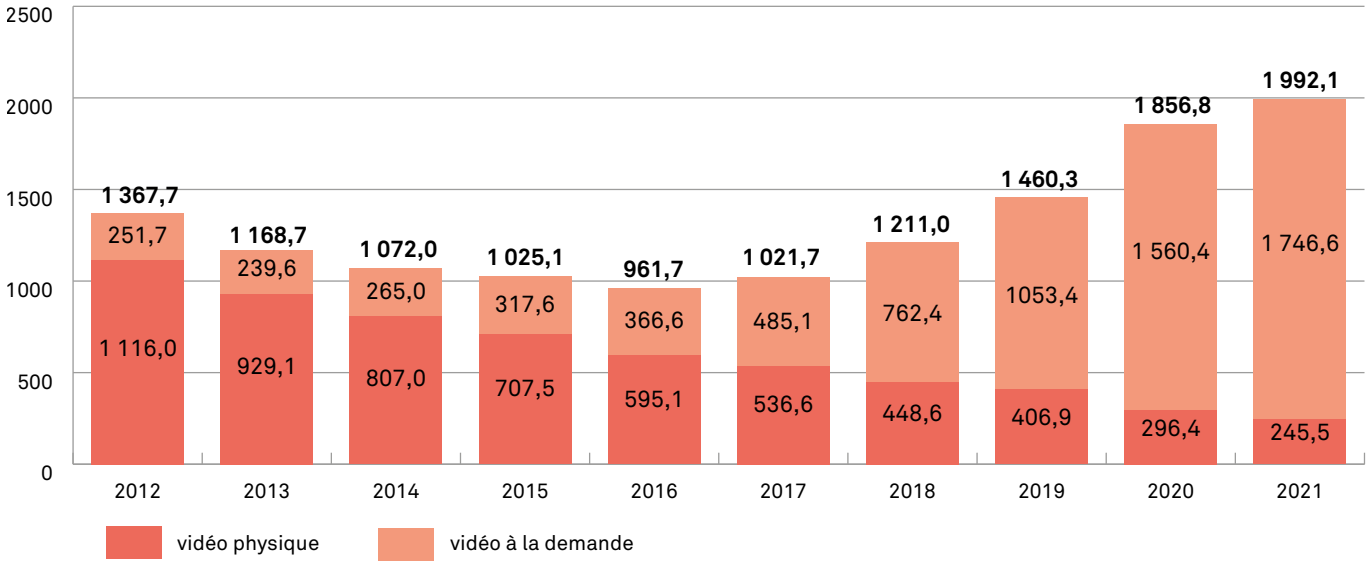
Le marché de la vidéo à la demande poursuit sa croissance et dépasse 1,7 Md€

En 2021, 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 7,3 % par rapport à 2020 à 1 992,1 M€. Elles sont en hausse pour la cinquième année consécutive.

En 2021, le marché de la vidéo à la demande dépasse pour la troisième fois 1 Md€.

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 2021, la vidéo à la demande représente 87,7 % du marché de la vidéo (18,4 % en 2012), contre 12,3 % pour la vidéo physique (81,6 % en 2012).

Marché de la vidéo par segment[1] (%)



[1] En valeur (TTC), données 2020 mises à jour.
Source : CNC, AQOA, GfK.

En 2021 :

1 746,6 M€

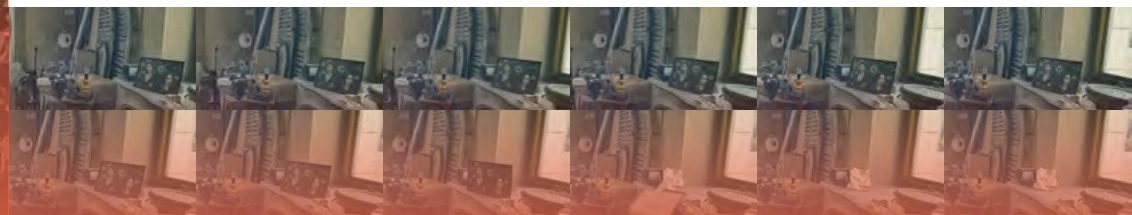
de dépenses des ménages en vidéo à la demande
(+11,9 % par rapport à 2020)

1 530,8 M€

en abonnement
(+17,5 %)

215,8 M€

en paiement à l'acte
(-16,3 %)



4.2
La vidéo à la demande (VàD payante)

Le marché de la VàD payante

Remarques méthodologiques

Pour la vidéo à la demande (VàD), les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD) et par le CNC pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) notamment sur la base des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

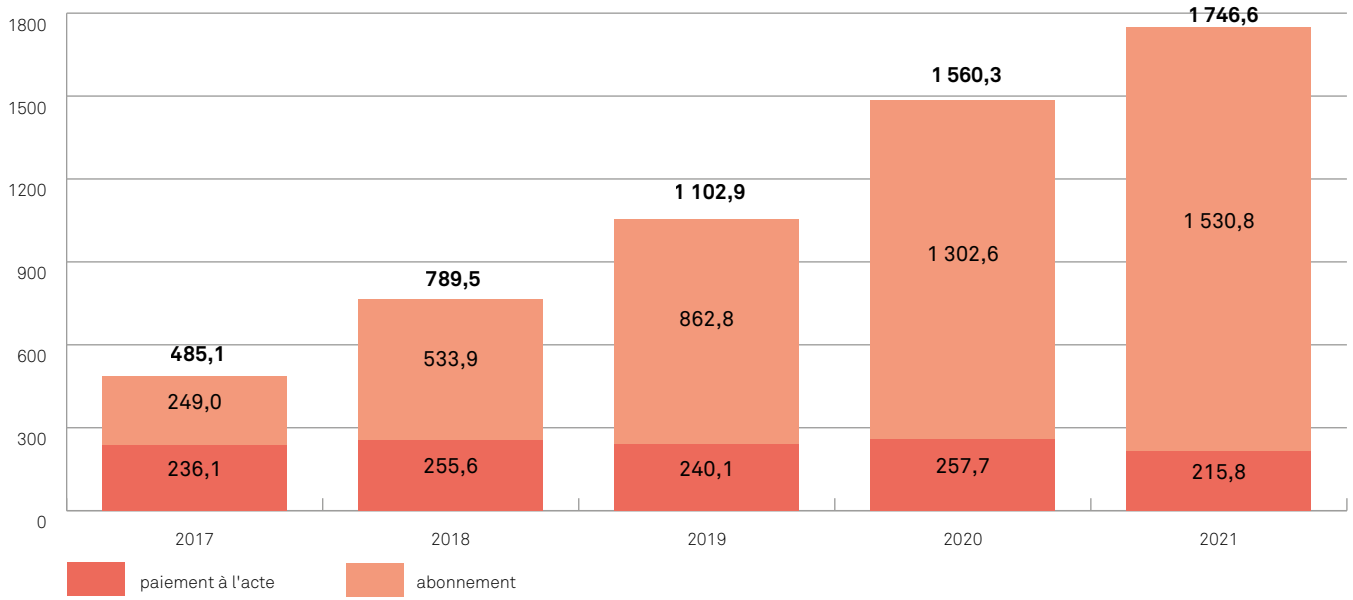
Les données en valeur s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

En 2021, le marché de la VàD payante en France est en croissance de 11,9 % par rapport à 2020

Un marché de plus de 1,7 Md€ dominé par l'abonnement

En 2021, le marché de la VàD payante en France est estimé à 1 746,6 M€ par le CNC et AQOA, en progression de 11,9 % par rapport à 2020. Le chiffre d'affaires de la VàDA est, depuis 2017, plus élevé que celui de la VàD à l'acte. En 2021, la VàDA capte 87,6 % du marché de la VàD (83,5 % en 2020). En parallèle, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 8,0 % (10,5 % en 2020) et la part de marché de la vente à l'acte à 4,3 % (6,1 % en 2019).

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



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

Les services de VàDA monopolisent le podium

Netflix conforte sa place de première plateforme de VàD payante en France, qu'elle occupe depuis 2017 ; le service a été lancé en France en 2014. En 2021, 63,6 % des consommateurs de VàD payante déclarent en effet avoir payé pour regarder des programmes sur ce service américain de VàDA (19,3 % de l'ensemble des internautes), soit une progression de 2,7 points par rapport à 2020. Prime Video (+6,0 points à 36,1 %) reste à la deuxième place du classement. Disney+ se hisse à la troisième place (26,1 %, +7,9 points). Orange VOD est ainsi relégué à la quatrième place du classement mais conserve sa place de leader de la VàD à l'acte.

Netflix est la première plateforme de VàD en France, Disney+ s'impose à la troisième place.

Classement des services de VàD payante (% des consommateurs)

rang	nom du service	type de service	2017	2018	2019	2020	2021
1	Netflix	VàDA	33,0	48,0	58,0	61,9	63,6
2	Prime Vidéo	VàDA / VàD	8,2	13,4	19,8	30,1	36,1
3	Disney+	VàDA	-	-	-	18,2	26,1
4	Orange VOD	VàD	27,2	23,6	20,9	19,0	16,6
5	Arte VOD	VàD	12,4	12,0	12,9	14,8	14,5
6	Canal VOD	VàD	20,2	14,6	15,0	14,0	12,9
7	Canal+ Séries	VàDA	-	-	14,0	13,8	11,3
8	Google Play	VàD	13,5	11,2	10,3	10,2	9,8
9	Apple TV+	VàDA	-	-	9,1	8,3	8,8
10	Salto	VàDA	-	-	-	-	8,7
11	SFR Play	VàDA	12,2	10,4	8,9	10,3	8,2
12	iTunes	VàD	11,8	11,1	9,0	8,4	7,9
13	TFOU MAX	VàDA	-	6,5	6,5	7,5	7,7
14	SFR Club Vidéo	VàD	11,4	8,9	7,3	7,2	7,2
15	Wuaki/Rakuten TV	VàDA / VàD	4,6	4,6	5,1	8,4	7,1
16	Gulli Max	VàDA	-	5,3	6,2	7,3	7,1
17	Cinéma[s] @ la demande	VàD	9,9	8,3	8,3	8,4	6,8
18	Filmo TV	VàDA / VàD	6,5	6,0	5,8	6,6	6,7
19	ADN Anime Digital Network	VàDA	4,5	4,7	5,4	6,0	6,5
20	Starzplay	VàDA	-	-	4,9	5,2	6,3
21	Films&documentaires.com	VàD	5,9	5,3	5,8	6,0	6,3
22	e-cinéma	VàDA / VàD	-	-	5,6	6,1	5,8
23	La Cinetek	VàD	4,0	5,0	4,2	4,4	5,7
24	Spicee	VàDA	-	-	1,4	5,3	5,4
25	Vidéofutur	VàDA / VàD	5,4	4,8	4,3	5,8	5,4
26	Universciné	VàDA / VàD	4,4	4,7	4,3	5,1	5,4
27	Mmedia	VàDA	4,4	4,7	4,3	5,1	5,1
28	Tenk	VàDA	5,4	4,8	4,4	4,9	5,0
29	BrutX	VàDA	-	-	-	-	4,8

Base : internautes de 15 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD payante sur la période étudiée (3 ans et plus à partir de juin 2020).
Lecture : en 2021, 63,6 % des utilisateurs des services de VàD payante déclarent avoir regardé au moins un programme sur Netflix. Le classement étant basé sur du déclaratif, la consommation de certaines plateformes qui proposent également du contenu en TVR (télévision de rattrapage) ou en AVoD (VàD financée par la publicité) peut, par conséquent, être surestimée.
Source : CNC - Vertigo.

La VàD à l'acte (location et vente)

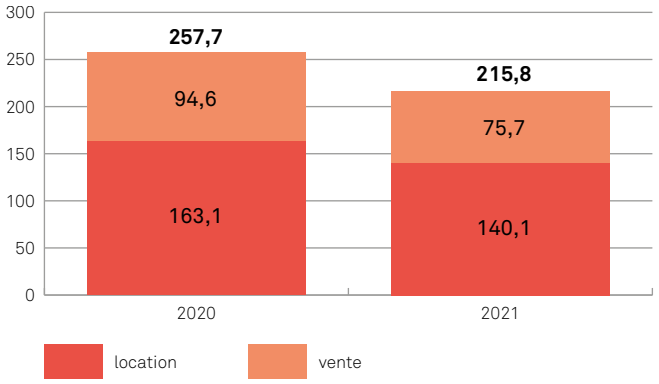
Recul du marché de la VàD à l'acte en 2021

Selon AQOA, le marché de la VàD à l'acte (location et vente) est en baisse de 16,3 % en 2021 par rapport à 2020 à 215,8 M€. La location à l'acte recule de 14,1 % à 140,1 M€ et la vente à l'acte de 19,9 % à 75,7 M€. La location représente 64,9 % du marché de la VàD en l'acte (63,3 % en 2020), contre 35,1 % pour la vente (36,7 % en 2020). Le marché de la VàD à l'acte avait bénéficié de la crise sanitaire et de la fermeture des salles qui avait conduit les Français à se tourner vers la consommation de contenus en VàD. Cependant avec la fin des restrictions et face au manque d'offre récente de films, le marché de la VàD recule par rapport à l'année passée mais également par rapport à 2019 (-10,1 %).

En 2021, le prix moyen d'une transaction en VàD s'établit à 3,67 € pour la location et à 9,46 € pour la vente. En 2021, 47,6 % du chiffre d'affaires de la VàD à l'acte est réalisé en TVIP (c'est-à-dire via les distributeurs de services de télévision), contre 52,4 % en OTT (c'est-à-dire directement par internet). L'OTT devient pour la première fois le support privilégié de la VàD à l'acte. La majorité du chiffre d'affaires de la location est enregistrée en TVIP (54,7 %) alors que la majorité du chiffre d'affaires de la vente est enregistrée en OTT (63,4 %).

Le marché de la VàD à l'acte s'établit à 215,8 M€ en 2021 (-16,3 %).

Marché de la VàD à l'acte[1] (M€)



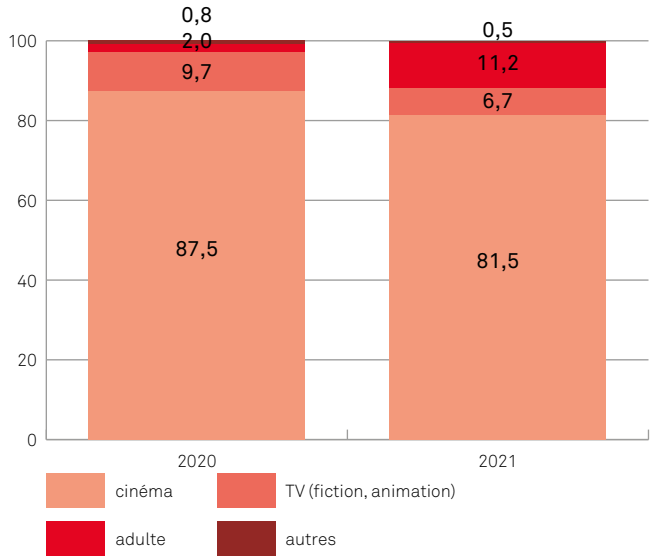
[1]Location et vente, montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : AQOA.

Le cinéma représente 81,5 % du marché de la VàD à l'acte

Le marché de la VàD à l'acte (location et vente) est dominé par le cinéma. En 2021, les films cinématographiques représentent 81,5 % du chiffre d'affaires de la VàD à l'acte (-6,0 points par rapport à 2020) et les programmes TV (fiction et animation) 6,7 % (-3,0 points). La part de marché du cinéma s'établit à 82,5 % sur le segment de la location et à 79,7 % sur le segment de la vente. A contrario, les programmes TV (fiction et animation) représentent 15,1 % du segment de la vente et 2,2 % de celui de la location.

Le marché de la VàD à l'acte (location et vente) recule de 22,0 % par rapport à 2020 pour les films et de 41,9 % pour les programmes TV.

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 2021, les films américains composent 55,7 % du segment du cinéma en VàD à l'acte en valeur (-11,4 points par rapport à 2020), contre 41,1 % pour les films français (+12,5 points), 2,6 % pour les films européens non français (-0,5 point) et 0,6 % pour les films d'autres nationalités (-0,7 point).

En 2021, la part de marché en valeur des 10 films qui réalisent les meilleurs résultats du cinéma en VàD à l'acte (location et vente) s'établit à 9,5 %. Elle atteint 23,5 % pour les 20 films les plus performants et 40,6% pour les 30 premiers films du palmarès. Le marché est légèrement plus concentré en 2021 par rapport à 2020.

En 2021, la première place du classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte (location et vente, tous genres, en valeur) est occupée par *Zack Snyder's Justice League* (film américain), devant *Wonder Woman 1984* (film américain) et *30 Jours Max* (film français).

La saison 1 de la série *la Promesse*, première fiction TV consommée en VàD à l'acte

En 2021, la fiction télévisuelle représente 6,3 % du marché de la VàD à l'acte (location et vente), contre 9,1 % en 2020. La fiction américaine reste devant la fiction française. En 2021, la part de marché de la fiction française en VàD à l'acte s'établit à 39,6 %, contre 53,2 % pour la fiction américaine, 6,8 % pour la fiction européenne non française et 0,5 % pour la fiction d'autres nationalités. La première saison de *la Promesse* occupe la première place du classement des programmes TV (fiction et animation) les plus consommés en VàD à l'acte, suivie par la première saison de *Kaamelott* et la première saison de *HPI*.

Sur le segment de l'animation télévisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 78,5 % en 2021, contre 15,3 % pour les programmes français, 4,8 % pour les programmes européens non français et 1,4 % pour les programmes d'autres nationalités.

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2021 (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	*Zack Snyder's Justice League*[1]	DTV	-	Etats-Unis
2	*Wonder Woman 1984*[1]	DTV	-	Etats-Unis
3	*30 jours max*	cinéma	2020	France
4	*Avengers : Endgame*	cinéma	2019	Etats-Unis
5	*Godzilla Vs Kong*[1]	DTV	-	Etats-Unis
6	*Spider-Man: Far From Home*	cinéma	2019	Etats-Unis
7	*Harry Potter à l'école des sorciers*	cinéma	2001	Etats-Unis
8	*Antoinette dans les Cévennes*	cinéma	2020	France
9	*Bac Nord*	cinéma	2021	France
10	*Fast and Furious 9*	cinéma	2021	Etats-Unis

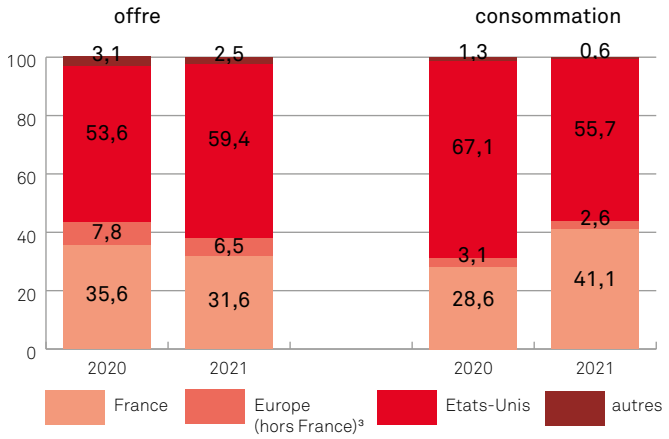
[1] Ces films devaient initialement sortir en salles.
Source : AQOA.

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

	2020	2021
top 10	7,8	9,5
top 20	19,9	23,5
top 30	35,6	40,6
autres	64,4	59,4
total	100,0	100,0

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

Répartition de l'offre[1] et de la consommation[2] du cinéma en VàD à l'acte par nationalité (%)



[1] Offre : références actives
[2] Consommation : location et vente, en chiffre d'affaires.
[3] Europe au sens continental
Source : AQOA.

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. Une référence correspond à un épisode.

Près de 76 000 références actives en VàD à l'acte

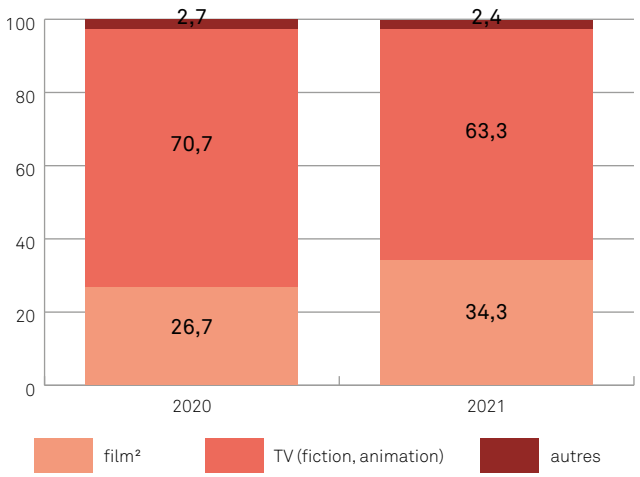
En 2021, 75 989 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes pour adultes), contre 80 800 en 2020 (-6,0%). En 2021, 63,3 % des références actives sont des programmes TV (fiction et animation), 34,3 % sont des films (cinéma et direct video) et 2,4 % sont des programmes d'autres genres. La part des films cinématographiques dans l'offre active progresse par rapport à 2020 (+7,6 points).

L'offre cinéma en VàD à l'acte est composée de 23 132 références actives en 2021, contre 19 555 en 2020 (+18,3 %). En 2021, les films américains constituent 59,4 % des films actifs (+5,8 points par rapport à 2020), contre 31,6 % pour les films français (-4,0 points), 6,5 % pour les films européens non français (-1,3 point) et 2,5 % pour les films d'autres nationalités (-0,6 point).

Plus de 23 000 films sont actifs en VàD à l'acte en 2021.

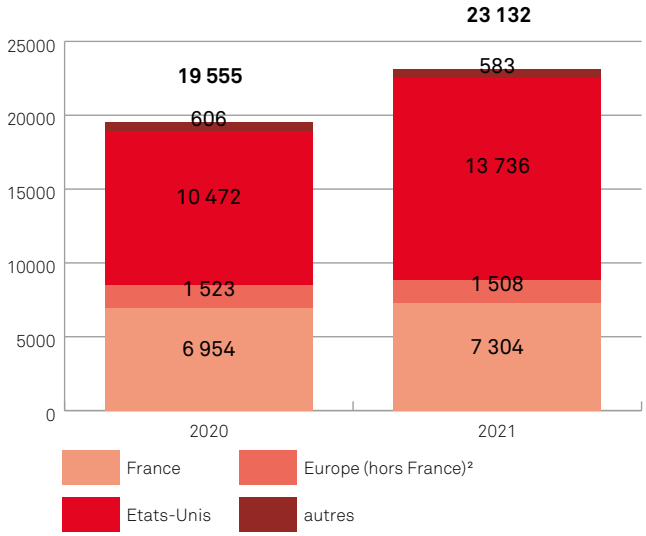
En 2021, 22,1 % des références (tous genres confondus) sont actives en VàD à l'acte (location et vente) sur une seule plateforme, 22,5 % sur deux plateformes, 7,7 % sur trois plateformes, 7,4 % sur quatre plateformes et 40,3 % sur cinq plateformes ou plus. Le cinéma est le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur une seule plateforme s'établit à 9,5 % pour le cinéma, 28,3 % pour les programmes TV (fiction et animation) et 36,8 % pour les autres genres de programmes.

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



[1] Location et vente, hors programmes pour adultes.
[2] Oeuvres cinématographiques et direct video.
Source : AQOA.

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



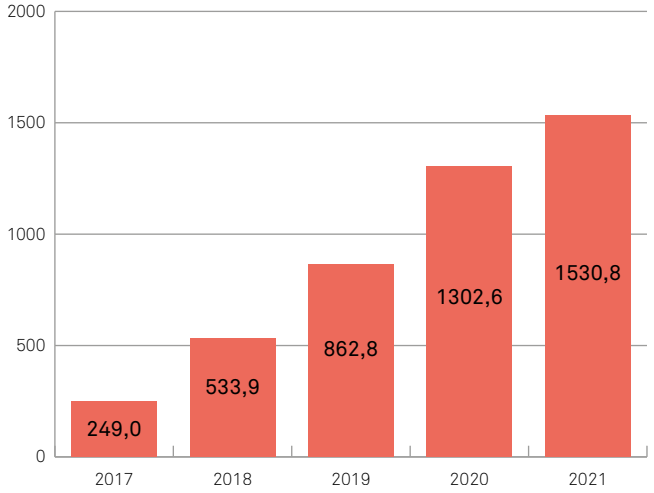
[1] Location et vente.
[2] Europe au sens continental.
Source : AQOA.

La VàD par abonnement (VàDA)

Le marché de la VàDA est en croissance de près de 20 %

En 2021, le marché de la VàDA est estimé par le CNC à 1 503,8 M€. Il progresse de 17,5 % par rapport à 2020. Le marché français est dominé par le service américain Netflix malgré la forte concurrence de Prime Video et de Disney+.

Marché de la VàD par abonnement[1] (M€)



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

Le marché de la VàDA s'établit à 1 503,8 M€ en 2021.

Remarques méthodologiques

L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par la société Médiamétrie. L'analyse couvre 18 plateformes : Netflix, FilmoTV, Gullimax, Vidéo Futur, TFOU Max, SFR Play, Prime Video, OCS, Canal+ Séries, MyCanal, ADN, AppleTV+, Disney+, StarzPlay, Salto, Benshi, Shadowz et UniversCiné.

La série représente la majorité de la consommation en VàDA

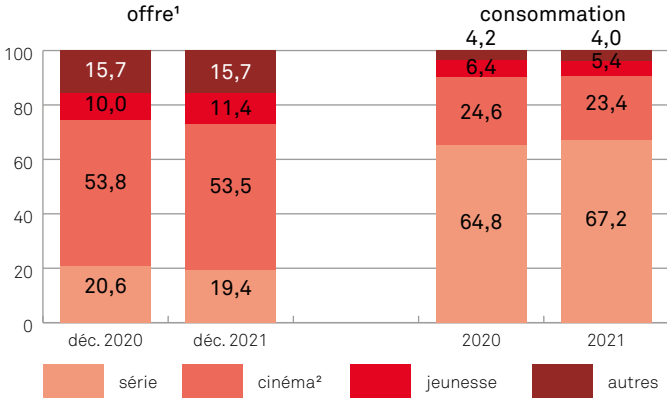
L'offre de VàDA est majoritairement composée de films alors que la consommation est essentiellement dirigée vers la série. En décembre 2021, le cinéma représente 53,5 % de l'offre de programmes en VàDA (en nombre de titres), contre 19,4 % pour la série. L'indicateur étant calculé en nombre de titres, soit une série est égale à un titre, le poids de la série dans l'offre est nettement minimisé. En considérant le nombre d'épisodes, la série aurait un poids bien plus significatif.

La série constitue 67,2 % de la consommation des services de VàDA sur l'année 2021, contre 23,4 % pour le cinéma, 5,4 % pour les programmes jeunesse et 4,0 % pour les autres programmes.

La part du cinéma dans l'offre et la consommation de programmes recule légèrement.

En 2021, la série constitue plus des deux tiers 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).
² Le segment cinéma comprend ici les films sortis directement en vidéo.
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive.

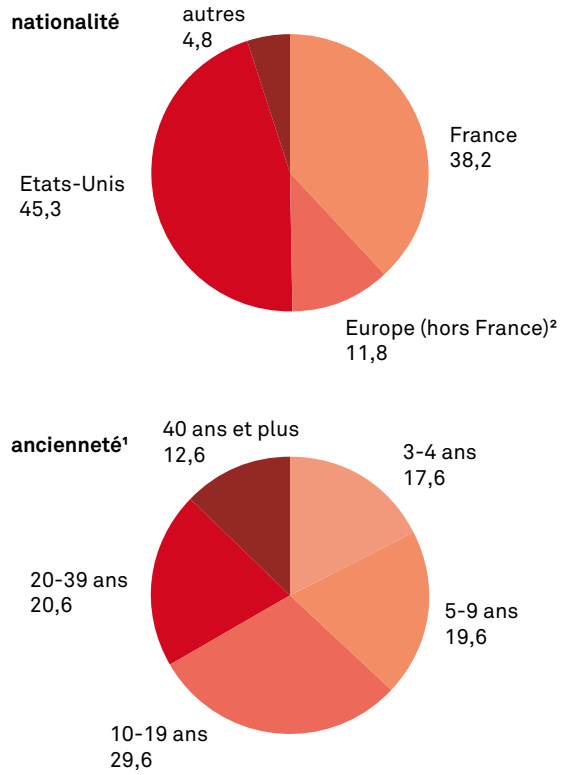
Plus de 7 000 œuvres cinématographiques disponibles

En 2021, 7 674 œuvres cinématographiques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services payants couverts par l'étude de l'offre réalisée par Médiamétrie. 38,2 % sont des films français (-2,2 points par rapport à 2020), 45,3 % sont des films américains (+8,7 points), 11,8 % sont des films européens non français (-0,3 point) et 4,8 % sont des films non européens et non américains (-6,0 points).

L'offre de films anciens est importante. 33,2 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a 20 ans ou plus (-9,0 points par rapport à 2020), 29,6 % ont entre 10 et 19 ans (+6,8 points), 19,6 % entre 5 et 9 ans (+4,3 points) et 17,6 % ont moins de 5 ans (-3,0 points).

La majorité des titres sont exploités sur une seule plateforme, et cette exclusivité progresse par rapport à 2020. En 2021, 58,4 % des œuvres cinématographiques sont proposées sur un seul service (+12,1 points par rapport à 2020), contre 31,4 % sur deux services (-6,6 points), 6,0 % sur trois services (-3,0 points) et 4,1 % sur quatre services ou plus (-2,6 points).

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté en 2021 (%)



¹ Par rapport à leur première date de sortie en salles.
² Europe au sens continental.
Source : CNC - Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie.

Netflix domine le palmarès des meilleures audiences en VàDA

En 2021, neuf des dix meilleures audiences des programmes proposés en VàDA sont réalisées par des séries diffusées sur Netflix selon le baromètre de la consommation SVOD réalisé par Médiamétrie. Quatre des dix premières places du classement sont occupées par des séries américaines. La série américaine *Lucifer* se place en première position devant la série française *Lupin : dans l'ombre d'Arsène*. En ce qui concerne le cinéma, le film américain *Avengers : Infinity War*, diffusé sur Disney+, occupe la première place. Le premier film français, *120 battements par minute*, est 29e.

Classement des programmes les plus consommés en VàDA en temps passé en 2021 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	*Lucifer*	série	Etats-Unis	Netflix
2	*Lupin : dans l'ombre d'Arsène*	série	France	Netflix
3	*La casa de papel*	série	Espagne	Netflix
4	*Squid Game*	série	Corée du Sud	Netflix
5	*Grey's anatomy*	série	Etats-Unis	Prime Video, Salto, Disney+
6	*Vikings*	série	Canada / Irlande	Netflix, Prime Video
7	*Les 100*	série	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
8	*You*	série	Etats-Unis	Netflix
9	*Qui a tué Sara ?*	série	Mexique	Netflix
10	*Élite*	série	Espagne	Netflix

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive

Classement des films cinématographiques les plus consommés en temps passé en VàDA en 2021[1]

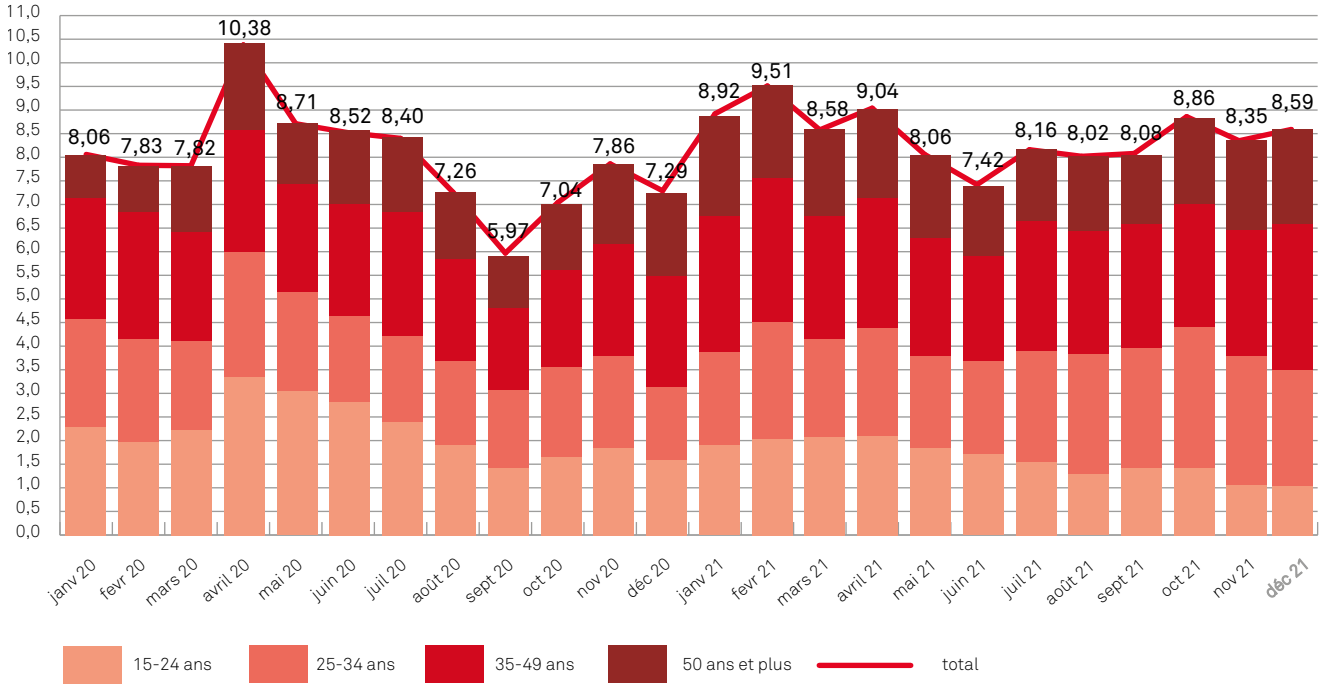
rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	*Avengers: Infinity War*	2018	Etats-Unis	Disney+
2	*Le Hobbit : un voyage inattendu*	2012	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
3	*Wonder Woman*	2017	Etats-Unis	Netflix
4	*Le Hobbit : la désolation de Smaug*	2013	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
5	*22 Jump Street*	2014	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
6	*2012*	2009	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
7	*Le Labyrinthe*	2014	Etats-Unis	Disney+, Prime Video
8	*21 Jump Street*	2012	Etats-Unis	Netflix
9	*Avatar*	2009	Etats-Unis	Disney+
10	*Le Seigneur des anneaux : la communauté de l'anneau*	2001	Etats-Unis	Prime Video

[1] Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive.

Plus de 8 millions de consommateurs de VàDA en moyenne par jour en 2021

En 2020, les restrictions liées à la crise sanitaire et notamment les confinements ont favorisé l'usage de la VàD. Le nombre de consommateurs moyen quotidien de VàDA est passé de 7,8 millions en mars 2020 à 10,4 millions en avril 2020, période du premier confinement en France et plus haut niveau historique. En 2021, le nombre d'utilisateurs moyens quotidiens est en hausse par rapport à 2020 à 8,5 millions de Français (7,9 millions en 2020), soit +6,8 %. En 2021, les utilisateurs de VàDA ont passé 3h02 en moyenne par jour devant des contenus sur les plateformes de VàDA. La durée d'écoute individuelle est décroissante avec l'âge. Les 15-24 ans ont la durée d'écoute individuelle la plus élevée avec 3h18 en moyenne par jour devant les 25-34 ans avec 3h11, suivi par les 35-49 ans avec 2h54 et les 50 ans et plus avec 2h42.

Nombre moyen de consommateurs quotidiens de VàDA selon l'âge (millions)



Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive.

Les usages de la VàD payante 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. Depuis juin 2020, l'enquête est administrée auprès des 3 ans et plus.

Le taux de pénétration de la VàD payante repasse sous les 40 %

Le public de la VàD payante se stabilise. En 2021, 39,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD, contre 40,4 % en 2020. Le téléviseur reste l'écran privilégié de consommation. En 2021, 35,2 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàD sur un téléviseur (+0,2 point par rapport à 2020), contre 16,5 % sur un ordinateur (+0,1 point) et 13,6 % sur un appareil mobile (+0,1 point).

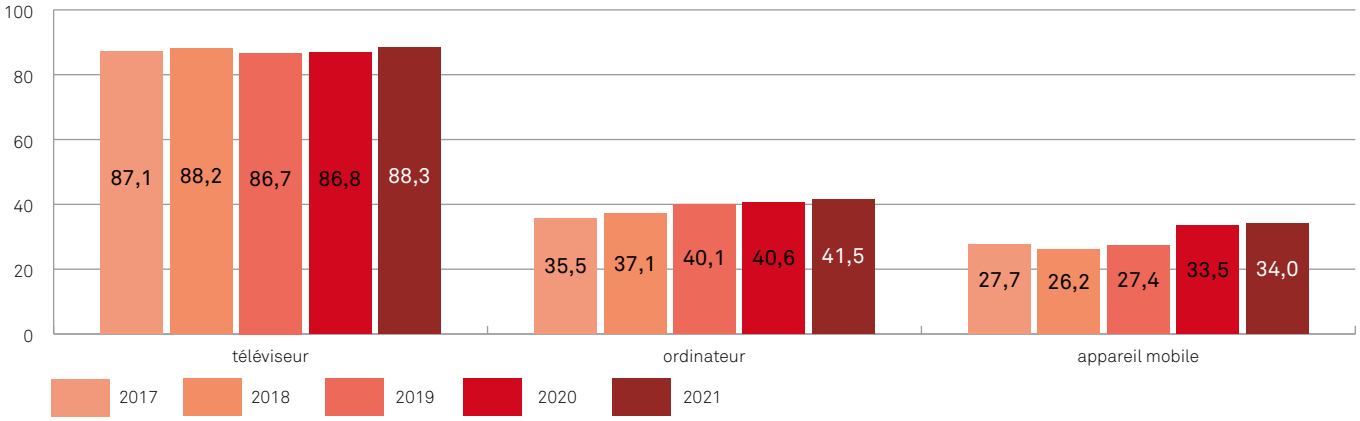
Le téléviseur est le principal support de consommation de la VàD.

Les 15-24 ans consomment davantage la VàD sur un appareil mobile que les plus âgés. En 2021, 55,9 % des consommateurs de 15-24 ans ont consommé des contenus en VàD sur un appareil mobile contre 34,0 % pour l'ensemble des consommateurs. Cette part est en léger recul par rapport à 2020 où les consommateurs de VàD de 15-24 ans étaient 58,2 % à visionner les contenus sur un appareil mobile, contre 33,5 % pour l'ensemble des consommateurs. L'écart dans les modes de consommation selon le support et l'âge est d'autant plus notable sur les téléphones mobiles. En 2021, 52,8 % des consommateurs de VàD de 15-24 ans ont utilisé un téléphone mobile pour visionner leurs contenus (niveau stable par rapport à 2020), contre 28,0 % pour l'ensemble des consommateurs de VàD (niveau stable également).

Les supports de consommation privilégiés varient également selon le mode (abonnement, location, vente). 86,4 % des consommateurs déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàDA sur un téléviseur, contre 79,9 % en location et 45,1 % en vente. 43,6 % déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàDA sur un téléphone mobile, contre 32,8 % en location et 31,8 % en vente.

La pénétration de la VàD est supérieure à 50 % chez les 15-34 ans.

Part des consommateurs de VàD payante selon le support de consommation (%)



Source : CNC - Vertigo (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).

Une pratique plus importante chez les hommes et les moins de 50 ans

Les consommateurs de VàD payante sont plus jeunes et plus masculins que la population dans son ensemble. En 2021, les hommes représentent 51,7 % des consommateurs de VàD. En parallèle, les moins de 50 ans constituent 71,5 % du public de la VàD. Les actifs sont également sur-représentés au sein de ce public (49,8 %). La pénétration de la VàD décroît avec l'âge et apparaît supérieure à 50 % chez les 15-34 ans : 42,3 % chez les 3-14 ans, 52,9 % chez les 15-24 ans, 53,2 % chez les 25-34 ans, 44,9 % chez les 35-49 ans et 27,8 % chez les 50 ans et plus.

Une part d'utilisateurs intensifs stable en 2021

La part des utilisateurs intensifs (qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour) est stable tandis que la part des utilisateurs occasionnels (qui consomment de la VàD payante moins d'une fois par mois) est en baisse. En 2020, sous l'effet des confinements et des restrictions sanitaires, la part des utilisateurs intensifs avait fortement progressé tandis que la part des utilisateurs occasionnels avait chuté. En 2021, 34,6 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs occasionnels (-3,1 points par rapport à 2020) et 18,9 % sont des utilisateurs intensifs (-0,4 point).

Voir aussi sur www.cnc.fr
- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande

En 2021 :

245,5 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-17,2 % par rapport à 2020)

39,2 millions d'unités vendues
(-12,0 %)

164,5 M€
de ventes de DVD (-20,3 %)

81,0 M€
de ventes de Blu-ray (-10,1 %)

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).

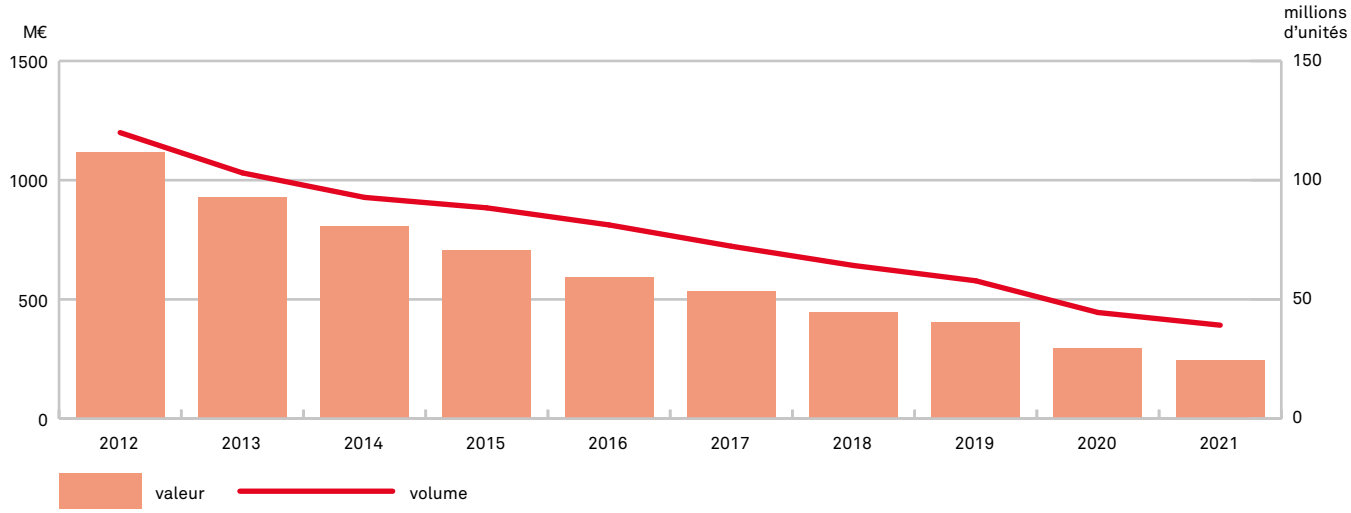
La baisse du marché de la vidéo physique continue

En 2021, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray baissent de 17,2 % et s'établissent à 245,5 M€. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique reculent de 78,0 %. Elles représentent 12,3 % du marché global de la vidéo en 2021 (physique et VàD). Entre 2020 et 2021, les volumes de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminuent de 12,0 % à 39,2 millions.

Les ventes de DVD et de Blu-ray baissent de 17,2 % et s'établissent à 245,5 M€.

La crise sanitaire et, par voie de conséquence, la fermeture des lieux de vente de vidéo physique entre le 3 avril et le 3 mai 2021 mais aussi les mesures de couvre-feu appliquées à la fin du deuxième confinement jusqu'au 30 juin 2021 ont eu un fort impact négatif sur les ventes de DVD et Blu-Ray. Le marché de la vidéo physique s'est effondré avec une reprise lente et difficile. La fermeture des salles de cinéma entre le 30 octobre et 18 mai 2021, qui pourrait n'avoir que peu d'effet sur les ventes de DVD et de Blu-Ray, a en fait asséché l'offre en films récents ; la chronologie des médias imposant un délai de 4 mois entre la sortie en salles et la sortie en vidéo physique. La vidéo physique a dû également faire face à la concurrence de la télévision de rattrapage et de la vidéo à la demande, notamment par abonnement, vers lesquelles les Français se sont largement tournés lors des confinements. En 2021, 39,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD, 24,8 % déclarent avoir visionné des programmes en vidéo à la demande par abonnement. La part des utilisateurs intensifs de la vidéo à la demande est stable à 18,9 % (-0,4 point) après avoir augmenté de 7 points en 2020 grâce à l'arrivée de nouveaux services et aux habitudes prises lors du premier confinement. Deuxième pratique qui concoure, depuis plusieurs années, à cette tendance baissière du marché : le piratage. Bien que la mise en place en 2018 des premières décisions judiciaires à l'encontre des pirates ait fait baisser leur nombre, environ 8 millions de Français continuent de télécharger illégalement des contenus audiovisuels en 2021 chaque mois, selon Médiamétrie Netratings.

Ventes[1] de vidéo physique de détail



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Le DVD toujours dominant

Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique, le DVD reste le format privilégié. Il capte 67,0 % du marché en valeur en 2021, contre 69,6 % en 2020 et 75,1 % il y a cinq ans. A 164,5 M€, les ventes de DVD reculent de 20,3 % par rapport à 2020. 31,3 millions de DVD sont vendus en 2021, soit 13,6 % de moins qu'en 2020.

Un équipement en lecteurs Blu-ray qui reste faible

En 2021, même si l'équipement des foyers français en lecteurs haute définition continue de croître (18,1 % des foyers équipés en lecteur Blu-ray de salon en 2021 selon GfK, contre 17,7 % en 2020), les recettes du Blu-ray diminuent pour la neuvième année consécutive. Elles s'élèvent à 81,0 M€ en 2021 (-10,1 % par rapport à 2020). Les volumes vendus sont également en baisse (7,9 millions de disques vendus, soit -4,9 %). En 2021, le Blu-ray représente 33,0 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique.

Le DVD capte 67,0 % du marché en valeur en 2021.

Un prix moyen par support qui progresse

En 2021, le prix moyen de vente TTC d'un DVD de catalogue à l'unité augmente (+5,6 %) à 14,22 € (13,46 € en 2020). Celui des nouveautés (références vendues depuis moins de six mois) recule légèrement (-1,7 %) à 19,67 €. Tous conditionnements confondus (packs et à l'unité), les ventes de DVD de plus de 30 € représentent la principale tranche de prix du marché avec 20,0 % des recettes totales en 2021, contre 18,2 % en 2020. En volume, les DVD vendus entre 3 € et 8 € constituent la principale tranche avec 34,1 % des volumes en 2021, contre 34,7 % en 2020. En 2021, 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 22,16 € en 2021 (+3,6 % par rapport à 2020). Le prix d'un Blu-ray de catalogue vendu à l'unité est de 13,75 € (+3,7 % par rapport à 2020). Les Blu-ray vendus entre 10 € et 13 € constituent la principale tranche en volume avec 24,9 % des ventes et, ceux qui sont vendus plus de 30 € constituent la principale tranche en valeur avec 29,7 % des recettes totales du marché.

Ventes[1] de vidéo physique selon le support

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume (millions d'unités)	DVD	105,8	89,9	79,6	75,0	68,3	60,1	53,2	46,9	36,2	31,3
	Blu-ray	14,2	13,2	13,1	13,4	12,9	12,2	11,0	10,9	8,3	7,9
	total	**120,0**	**103,1**	**92,8**	**88,4**	**81,2**	**72,3**	**64,2**	**57,8**	**44,5**	**39,2**
valeur (M€)	DVD	891,9	723,9	618,2	536,8	446,8	393,9	323,3	284,2	206,2	164,5
	Blu-ray	224,1	205,2	188,8	170,7	148,3	142,8	125,3	122,6	90,1	81,0
	total	**1 116,0**	**929,1**	**807,0**	**707,5**	**595,1**	**536,6**	**448,6**	**406,8**	**296,4**	**245,5**

[1] Ventes toutes taxes comprises.
Source : CNC – GfK.

Remarques méthodologiques

L'analyse des supports vidéo par genre distingue trois univers : l'univers des films cinématographiques, l'univers du hors film et l'univers des opérations promotionnelles. 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 opérations promotionnelles regroupent des supports vendus sous le même numéro EAN sans distinction de titres ; ils ne peuvent être classés dans l'un ou l'autre des univers précédemment cités.
Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse.

Les films représentent plus de 60 % des recettes de la vidéo physique

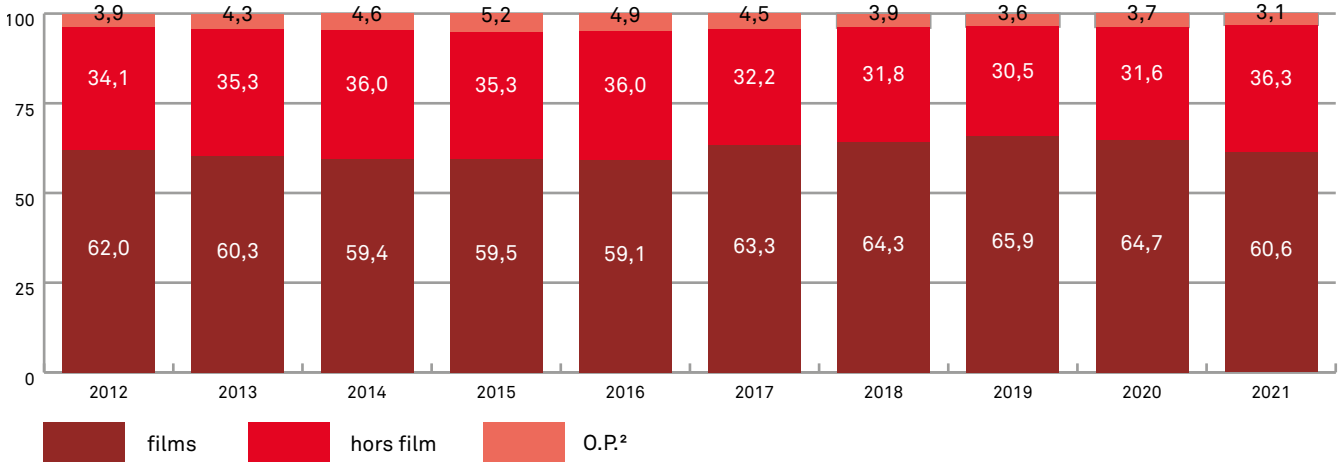
En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les recettes des œuvres cinématographiques s'élèvent à 148,7 M€ en 2021, soit 60,6 % du total, en recul de 22,5 % par rapport à 2020. Les ventes diminuent de 26,9 % sur le DVD et de 15,4 % sur le Blu-ray. En volume, 16,7 millions de supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2021, soit une baisse de 17,4 % par rapport à 2020.
Les ventes des opérations promotionnelles diminuent de 29,4 % en valeur en 2021. Elles représentent 3,1 % des recettes du secteur.

Le cinéma est majoritaire sur le marché de la vidéo en valeur.

Plus d'un tiers des recettes pour le hors film

Le chiffre d'affaires du hors film en vidéo est en recul de 4,9 % en 2021 pour la quinzième année consécutive à 89,1 M€. En 2021, le hors film représente 36,3 % du marché en valeur, contre 31,6 % en 2020. Le hors film représente 22,5 % des recettes du Blu-ray et 43,1 % de celles du DVD en 2021. L'offre haute définition reste moins développée que sur le segment du film et elle peut être 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 6,1 % à 21,2 millions d'unités vendues en 2021. Néanmoins, elles sont supérieures à celles du film pour la neuvième année consécutive. .

Répartition des ventes[1] vidéo selon le contenu (%)



[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
[2] Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Ventes[1] de vidéo physique selon le contenu

		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
volume (millions d'unités)	films	59,7	48,2	41,0	39,6	35,7	32,3	28,5	26,0	20,3	16,7
	hors film	53,4	48,6	45,1	42,5	41,0	36,1	32,7	29,5	22,6	21,2
	O.P.²	6,8	6,3	6,6	6,2	4,5	3,9	3,1	2,3	1,7	1,3
	total	**120,0**	**103,1**	**92,7**	**88,4**	**81,2**	**72,3**	**64,2**	**57,8**	**44,5**	**39,2**
valeur (M€)	films	691,9	560,4	479,4	420,8	351,8	339,7	288,3	268,2	191,8	148,7
	hors film	380,7	328,4	290,3	250,0	214,3	173,0	142,6	124,0	93,7	89,1
	O.P.²	43,4	40,3	37,3	36,7	29,0	23,9	17,7	14,7	10,9	7,7
	total	**1 116,0**	**929,1**	**807,0**	**707,5**	**595,1**	**536,6**	**448,6**	**406,8**	**296,4**	**245,5**

[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC). [2] Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Le segment des films cinématographiques est légèrement moins concentré en 2021. Les 10 premiers films totalisent 6,6 % des ventes en volume, soit la part la plus faible de la décennie, les 20 premiers 8,9 % et les 30 premiers 11,1 %, soit la part la plus faible de la décennie.

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
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	17,0
2020	8,2	12,2	15,1
2021	6,6	8,9	11,1

Source : CNC - GfK.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2021

rang	titre	film/hors film	genre	nationalité[1]	% ventes Blu-ray
1	*Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2*	film	fiction	GB	31,5%
2	*Kaamelott - Premier Volet*	film	fiction	FR	51,1%
3	*Les Enfoirés - 2021 - Les Enfoirés à côté de vous*	hors film	musique	FR	-
4	*Raya et le dernier dragon*	hors film	animation	US	22,9%
5	*Wonder Woman 1984*	film	fiction	US	47,6%
6	*Fast and Furious 9*	film	fiction	US	38,0%
7	*Soul - 2020*	hors film	animation	US	24,2%
8	*La Reine des neiges 2*	film	animation	US	18,1%
9	*Black Widow - 2021*	film	fiction	US	54,9%
10	*Luca - 2021*	hors film	animation	US	19,6%
11	*Tenet*	film	fiction	GB	48,3%
12	*Les Animaux Fantastiques 2 - Les crimes de Grindelwald*	film	fiction	GB	31,5%
13	*Zack Snyder's Justice League*	hors film	fiction	US	70,9%
14	*Avengers - Endgame*	film	fiction	US	41,0%
15	*Paw Patrol - La Pat' Patrouille - le film*	film	animation	US	16,9%
16	*Game of Thrones - Saison 8*	hors film	série	US	46,8%
17	*Joker - 2019*	film	fiction	US	42,1%
18	*Godzilla vs Kong - 2021*	film	fiction	US	46,5%
19	*Les Trolls 2 - Tournée Mondiale*	film	animation	US	18,2%
20	*30 Jours Max*	film	fiction	FR	21,6%

[1] FR = France / US = Etats-Unis / GB = Grande-Bretagne.
Source : CNC – GfK.

Hausse de la part de marché des films français

En 2021, la part de marché des films français en vidéo physique progresse de 5,2 points à 22,9 %. Cette hausse résulte notamment de l'absence de films américains au moment de la réouverture des salles en 2020, qui a engendré une absence de films américains frais sur le marché de la vidéo physique, à l'inverse des films français. 3,6 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus en 2021, contre 3,8 millions en 2020 (-5,3 %). Le cinéma français génère 34,1 M€ de recettes en 2021, un niveau stable par rapport à 2020. Les films français réalisent 15,8 % des ventes de films en Blu-ray en 2021 (9,3 % en 2020), contre 28,0 % des ventes de films en DVD (23,0 % en 2020). En 2021, deux films français figurent parmi les vingt meilleures ventes en valeur en vidéo : *Kaamelott – Premier Volet* (2e) et *30 Jours Max* (20e).

Les ventes en valeur des films américains passent sous la barre des 100 M€

En 2021, les ventes de films américains en vidéo baissent à 89,0 M€ (-30,5 %). Leur part de marché s'établit à 59,9 % (-4,6 points par rapport à 2020). En volume, 9,4 millions de DVD et Blu-ray de films américains ont été achetés en 2021, soit 23,5 % de moins qu'en 2020. Les films américains génèrent 66,3 % des ventes de films en Blu-ray (74,6 % en 2020) et 55,2 % des ventes de films en DVD (61,8 % en 2020). En 2021, les films américains réalisent neuf des vingt meilleures performances de vidéo physique tous contenus confondus en valeur, contre quinze en 2020. *Wonder Woman 1984* se place à la 5e place du classement en valeur, devant *Fast and Furious 9* (6e) et la *Reine des Neiges 2* (8e). Quatre films direct to video font partie des vingt meilleures performances de vidéo physique en valeur : *Raya et le dernier dragon* (4e), *Wonder Woman 1984* (5e), *Soul* (7e), *Luca* (10e) et *Zack Snyder's Justice League* (13e).

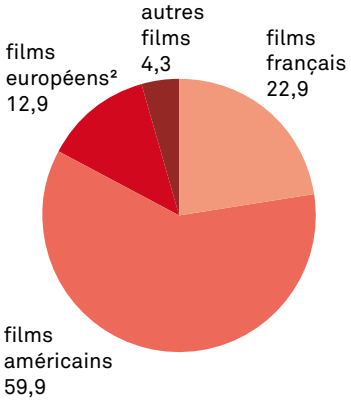
Ventes[1] de films en vidéo selon la nationalité (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films français	164,7	110,9	106,0	91,1	70,5	65,6	57,7	53,7	34,0	34,1
films américains	430,8	355,9	310,1	259,9	231,7	222,4	181,2	168,5	128,0	89,0
films européens[2]	78,5	64,4	39,9	34,1	35,4	39,4	40,0	35,9	22,2	19,1
autres films	18,0	29,2	23,4	35,6	14,2	12,4	9,4	10,2	7,6	6,4
total	**691,9**	**560,4**	**479,4**	**420,8**	**351,8**	**339,7**	**288,3**	**268,2**	**191,8**	**148,7**

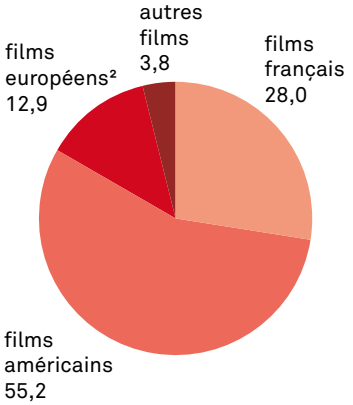
[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).[2] Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes[1] vidéo selon la nationalité en 2021 (%)

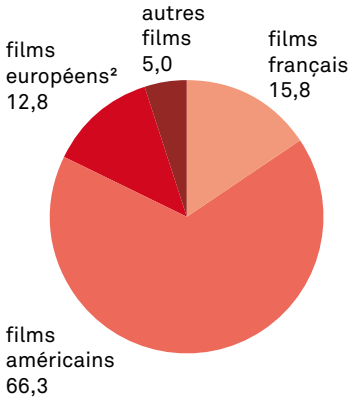
total (DVD + Blu-ray)



DVD



Blu-ray



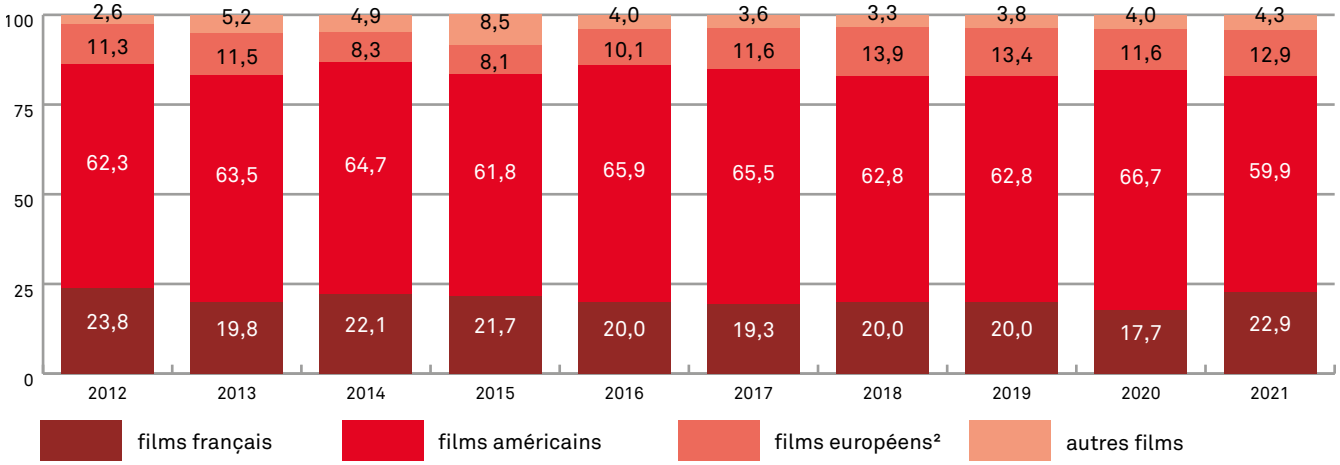
[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).[2] Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source : CNC – GfK.

La part de marché des films français sur le marché de la vidéo progresse à 22,9 %.

Les ventes de films européens non français diminuent en 2021 de 14,0 % par rapport à 2020. La part de marché des films européens est en progression à 12,9 % (+1,3 point). Les recettes des films européens non français sont principalement tirées par le succès de trois films britanniques : *Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2* (1er), *Tenet* (11e) et les *Animaux fantastiques : les crimes de Grindelwald* (12e).

En 2021, la part de marché des films non européens et non américains est stable à 4,3 % (+0,3 point). Les recettes baissent de 15,3 % par rapport à 2020, à 6,4 M€. Le volume des ventes chute de 8,7 % en 2021, à 0,7 million d'unités vendues.

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 recettes de la fiction française en recul

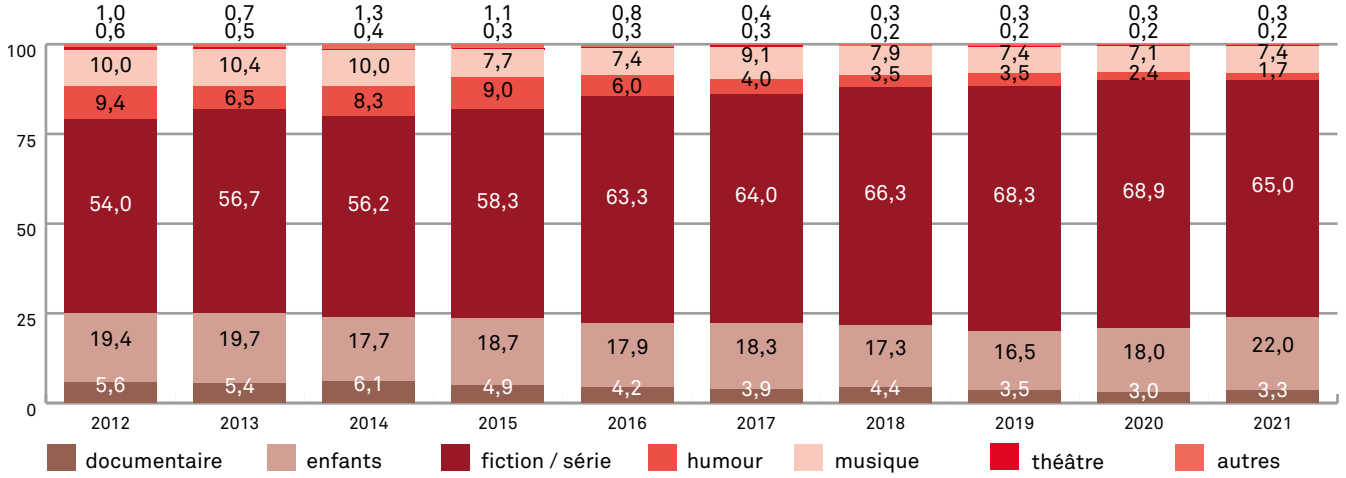
En 2021, la majorité des segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes vidéo. Les recettes de la fiction (unitaires et séries télévisuelles) en vidéo reculent de 10,2 % à 58,0 M€. La fiction reste le genre le plus vendu du hors film (65,0 %), loin devant les programmes pour enfants (22,0 %). Les recettes de la fiction française reculent de 13,0 % en 2021 à 12,0 M€. Elles représentent 20,6 % des recettes totales de la fiction (21,3 % en 2020). La première fiction française de 2021, la cinquième saison de *Kaamelott*, se place au 7e rang du classement en valeur des meilleures ventes hors film. Les ventes vidéo de fiction étrangère reculent de 9,5 %, à 46,0 M€ en 2021. Les fictions étrangères, notamment les séries américaines, restent largement majoritaires et génèrent cette année encore 79,4 % des recettes de la fiction en vidéo. Neuf des 20 premières places du classement en valeur des programmes hors film sont ainsi occupées par des œuvres de fictions américaines, parmi lesquelles la huitième saison de *Game of Thrones* (6e) et plusieurs œuvres d'animation notamment Raya et le dernier dragon (2e), *Soul* (3e) et *Luca* (4e).

Ventes[1] du hors film en vidéo selon le genre (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
documentaire	21,4	17,8	17,7	12,3	9,1	6,8	6,3	4,4	2,8	2,9
enfants	73,9	64,8	51,5	46,8	38,3	31,7	24,7	20,8	16,8	19,6
fiction/série	205,6	186,1	163,1	145,6	135,7	110,7	94,6	84,6	64,6	58,0
humour	36,0	21,4	24,0	22,5	12,8	7,0	4,9	4,3	2,3	1,5
musique	38,0	34,2	29,2	19,2	15,9	15,8	11,3	9,2	6,7	6,6
théâtre	2,3	1,7	1,1	0,8	0,7	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2
autres	3,7	2,3	3,7	2,8	1,8	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3
total	**380,7**	**328,4**	**290,3**	**250,0**	**214,3**	**173,0**	**142,6**	**124,0**	**93,7**	**89,1**

[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.

15 000 références actives de moins en dix ans

Au total, 47 400 références de DVD, 15 521 références de Blu-ray 2D et 601 références de Blu-ray 3D ont été vendues au moins une fois en 2021. Le nombre de références actives du format DVD est en baisse (-7,5 % entre 2020 et 2021, soit 3 816 de moins) et atteint le plus bas niveau de la période. L'augmentation du nombre de références de Blu ray 2D (+1,8 % entre 2020 et 2021) ne permet pas de compenser la baisse du DVD. Le nombre total de références actives en vidéo physique se situe à 63 522 en 2021 (-5,4 % par rapport à 2020, soit -3 620). Cette réduction du nombre de références a été accentuée en 2021 par la crise sanitaire mais elle traduit également les difficultés structurelles de ce marché.

Le marché du Blu-ray 3D recule à 1,3 M€

Avec 50,6 milliers d'unités, le nombre de Blu-ray 3D vendus en 2021 enregistre une nouvelle baisse (-27,3 %). Ce support, lancé en 2010, représente 0,6 % des ventes en volume de Blu-ray en 2021 (0,8 % en 2020), soit 0,1 % des ventes totales de vidéo physique (0,2 % en 2020). En 2021, le Blu-ray 3D représente 1,6 % des recettes du Blu-ray et 0,5 % de celles du marché de la vidéo physique (respectivement 1,7 % et 0,5 % en 2020). Le prix moyen des Blu-ray 3D est de 24,96 € en 2021, soit 13,3 % de plus qu'en 2020.

Offre vidéo selon le format (nombre de références actives)[1]

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Blu-ray 2D	6 852	8 440	9 718	11 015	12 091	13 313	14 097	14 777	15 254	15 521
Blu-ray 3D	221	358	493	608	649	689	713	708	672	601
DVD	71 924	67 863	64 301	64 236	62 539	59 211	56 912	54 127	51 216	47 400
total[2]	**78 997**	**76 661**	**74 512**	**75 859**	**75 279**	**73 213**	**71 722**	**69 612**	**67 142**	**63 522**

[1] Une référence active est une référence en DVD et/ou Blu-ray vendue au moins une fois au cours de l'année.
[2] Le total n'est pas dédoublonné. Une référence correspond à un code-barre et ne donne donc pas d'indications sur le nombre d'œuvres en circulation.
Source : CNC – GfK.

63 522 références en DVD et Blu-ray sont vendues au moins une fois en 2021.

Consommation des Blu-ray 3D

	2017	2018	2019	2020	2021
ventes[1] (M€)	14,7	11,5	6,4	1,5	1,3
unités (millions)	0,6	0,4	0,2	0,1	0,1
prix moyen (€)	25,41	26,46	25,76	22,03	24,96

[1] Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Voir aussi sur www.cnc.fr
- les séries statistiques sur le marché de la vidéo physique

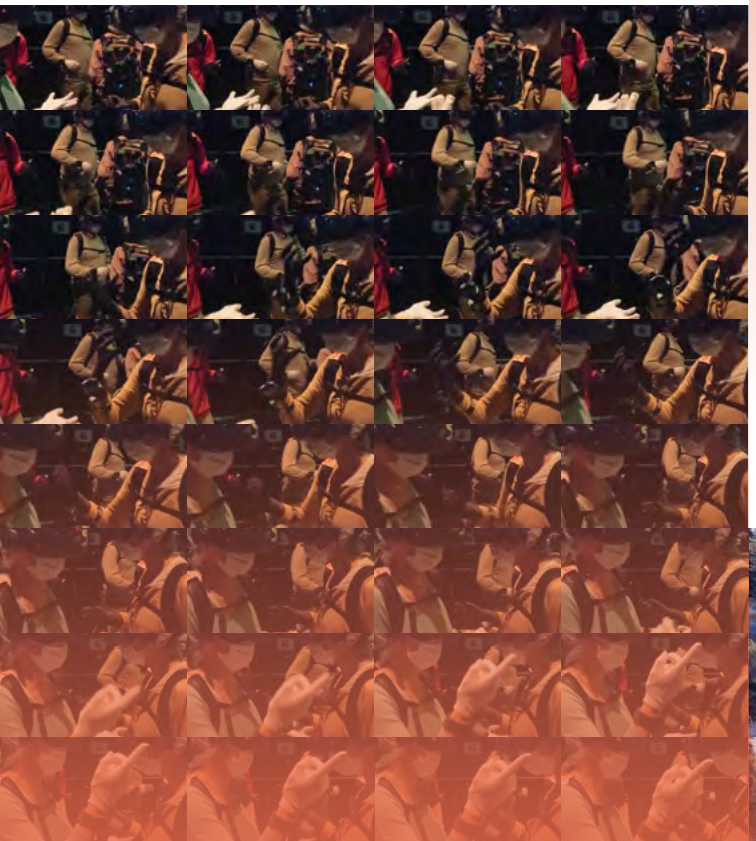
En 2021 :

5 652,6 M€

(+1,6 % par rapport à 2020) dont :

2 749,4 M€

pour les consoles (+1,4 %)



1 411,0 M€

pour les jeux mobiles (-1,0 %)

1 492,2 M€

pour les PC (+4,7 %)

4.4
Le jeu vidéo

Remarques méthodologiques

Les données du SELL concernent aussi bien le marché physique du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) que le marché dématérialisé et sont issues de quatre principales sources : GSD, GameTrack, IDC et data.ai. GSD couvre les marchés physiques à partir d'un panel de distributeurs complété par des données éditeur et le marché du digital à partir d'un panel d'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. data.ai analyse les données des magasins d'applications afin de produire des estimations en matière de téléchargements et de revenus.

Sauf mention contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises.

Les données sur le e-sport sont issues du baromètre France Esports. Les données sont recueillies et analysées par Médiamétrie. L'étude est réalisée sur Internet entre le 1er septembre et le 30 septembre 2021 sur un échantillon principal de 4 573 internautes de 15 ans et plus représentatifs de la population française et un échantillon secondaire de 577 volontaires de 15 ans et plus issus du Collège des Joueurs de France Esports.

Plus de 5,6 Md€ générés par le marché du jeu vidéo

Selon les données du SELL, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) génère 5 652,6 M€ en 2021, en légère progression par rapport à 2020 (+1,6 %). L'écosystème console (matériels + jeux), principale composante du marché (48,6 %), augmente de 1,4 % à 2 749,4 M€, ainsi que l'écosystème PC (+4,7 %) à 1 492,2 M€ qui devance l'écosystème mobile. L'écosystème mobile connaît un léger recul (-1,0 %) à 1 411,0 M€.

La vente de jeux vidéo pour consoles représente 48,7 % du marché du jeu vidéo en 2021.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon l'écosystème (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
consoles	2 401,0	2 749,0	2 459,3	2 712,3	2 749,4
PC	1 292,2	1 457,7	1 289,0	1 425,3	1 492,2
jeux pour mobiles[1]	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	1 411,0
total	**4 471,2**	**5 171,7**	**4 979,3**	**5 563,3**	**5 652,6**

[1] Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs data.ai 2021 converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

Hausse de la part du mobile dans le chiffre d'affaires des jeux vidéo

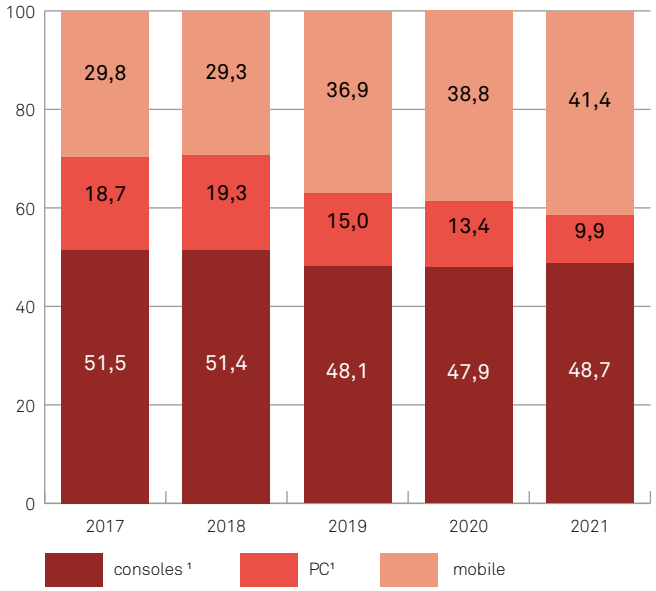
Le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux vidéo (software console + PC Gaming + mobile) en 2021 recule de 7,3 % à 3 406,8 M€ et se compose majoritairement (48,7 %) de jeux pour consoles (de salon et portables). La part de marché du jeu vidéo pour PC baisse à 9,9 % (13,4 % en 2020). La part des ventes de jeux mobiles (smartphones, tablettes, télévision en ligne) atteint 41,4 %, contre 38,8 % en 2020.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon le type d'achats (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
jeux	1 832,0	2 330,0	2 105,2	2 250,8	1 995,8
matériels	1 456,2	1 450,7	1 245,1	1 452,8	1 765,5
accessoires	405,0	426,0	398,0	434,0	480,3
mobiles[1]	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	1 411,0
total	**4 471,2**	**5 171,7**	**4 979,3**	**5 563,3**	**5 652,6**

[1] Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs data.ai 2021 converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux selon le support (%)



[1] Jeux physiques et dématérialisés.
Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

L'écosystème consoles

Un chiffre d'affaires en légère hausse pour l'écosystème consoles

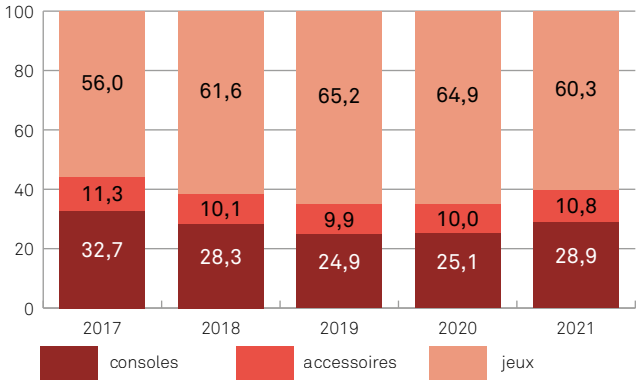
En 2021, l'ensemble de l'écosystème du marché du jeu vidéo pour consoles (matériels, accessoires et jeux) est en légère progression de 1,4 % et atteint 2 749,4 M€. Les consoles représentent 28,9 % du chiffre d'affaires de l'écosystème console. Ils atteignent 795,0 M€ en 2021 et progressent de 16,6 % par rapport à 2020. En 2020, la hausse du chiffre d'affaires du segment est portée par la sortie de nouvelles consoles Playstation et Xbox, et les très bonnes performances de la Nintendo Switch. Celle observée en 2021 résulte des ruptures de stock de certaines consoles en 2020, notamment la PS5, dont les ventes se sont finalement réalisées en 2021. Les accessoires consoles progressent de 9,6 % à 297,0 M€ et représentent 10,8 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème consoles.

Chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
consoles	784,0	777,0	611,9	682,0	795,0
accessoires	272,0	278,0	243,0	271,0	297,0
jeux	1 345,0	1 694,0	1 604,4	1 757,3	1 657,4
dont :					
jeux physiques	*795,0*	*775,0*	*688,3*	*666,0*	*600,0*
jeux dématérialisés[1]	*550,0*	*919,0*	*916,1*	*1 091,3*	*1 057,4*
total	**2 401,0**	**2 749,0**	**2 459,3**	**2 712,3**	**2 749,4**

[1] Les jeux dématérialisés comprennent les jeux dématérialisés, mais aussi les services à la demande, les abonnements et les DLC-Microtransactions.
Source : SELL – GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (%)



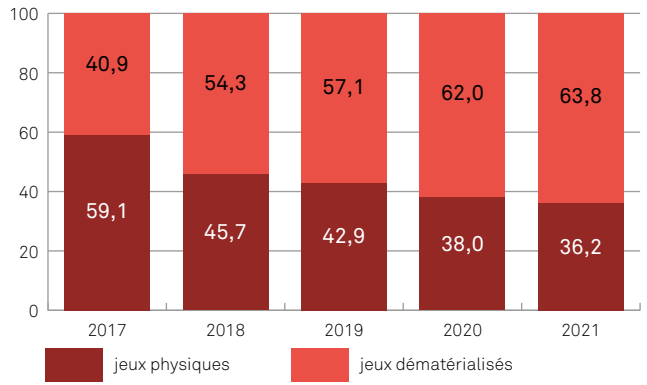
Source : SELL - GSD, GameTrack.

Un léger recul des jeux dématérialisés

Les jeux pour consoles représentent 60,3 % du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles. Ils atteignent 1 657,4 M€ en 2021 et reculent de 5,8 % par rapport à 2020. Après une forte croissance de près de 20 % en 2020, le jeu vidéo dématérialisé recule de 3,1 % à 1 057,4 M€ en 2021. Il représente 63,8 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles en 2021. La baisse du chiffre d'affaires des jeux dématérialisés pour consoles s'explique par le fait que beaucoup de nouveautés ont été décalées à cause de la crise sanitaire. Les jeux physiques accusent une forte baisse à 600,0 M€ (-10,2 %). Ce segment totalise, en 2021, 36,2 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles (-1,8 point par rapport à 2020). La part de marché des jeux vidéo physiques décroît de manière continue depuis 2017.

Le jeu vidéo dématérialisé recule de 3,1 % et freine la croissance du jeu pour consoles.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux pour consoles (%)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

22 millions de jeux pour consoles vendus

En 2021, 22,0 millions de jeux pour consoles ont été vendus (24,9 millions en 2020), soit un recul de 11,7 %. Le prix moyen d'un jeu vidéo pour consoles est de 38,65 €, contre 38,25 € en 2020. Entre 2017 et 2021, le volume de jeux pour consoles vendus baisse de 3,2 % et le prix moyen diminue de 7,6 %.

Les jeux d'action, premier genre de jeu vidéo pour consoles en valeur

En 2021, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, les jeux de sport et les jeux d'aventures, représentent la moitié des ventes totales de jeux vidéo pour consoles (50,2 % des ventes en volume, contre 50,9 % en 2020). La majorité des genres affichent des volumes de ventes en recul, hormis les jeux famille (+0,3 % à 1,2 million d'unités vendues). En valeur, les trois principaux genres de jeux vidéo (jeux d'action, jeux de sport et jeux de rôles) représentent 53,7 % des ventes de jeux vidéo pour consoles en 2021, contre 52,2 % en 2020. Les jeux d'action représentent 22,4 % des ventes, les jeux de sport 19,2 % et les jeux de rôles 12,1 %. La majorité des genres sont également en recul en valeur. Les plus fortes baisses concernent les jeux d'arcade (-65,6 % à 45,0 K€), les jeux de simulation aérienne (-63,3 % à 1,2 M€) et les jeux de stratégie (-39,0 % à 48,7 M€). A l'inverse, les plus fortes hausses touchent les jeux famille (+6,6 % à 50,3 M€) et les jeux de sport (+5,0 % à 162,6 M€) portés notamment par FIFA 22.

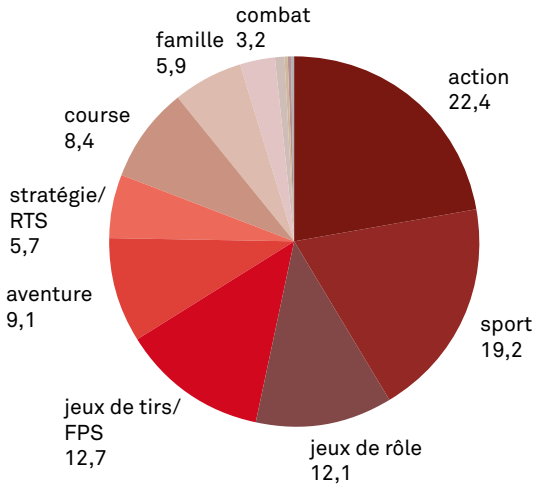
Les jeux d'action, de sport et d'aventures représentent 50,2 % des volumes de jeux vendus.

Ventes de jeu vidéo pour consoles selon le genre (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
action	192,4	269,3	184,4	236,2	190,2
sport	142,7	145,5	141,0	154,9	162,6
jeu de rôles	110,5	92,4	99,2	105,4	102,4
jeu de tir/FPS	214,4	148,4	140,8	104,8	107,7
aventure	85,5	71,6	102,6	103,2	77,1
stratégie/RTS	31,9	26,0	23,6	79,9	48,7
course	90,5	74,1	79,5	72,7	71,4
famille	26,8	45,5	39,3	47,2	50,3
combat	40,8	66,6	47,9	32,8	27,1
jeu casual	5,4	6,4	7,1	8,2	7,2
simulation aérienne	0,5	1,9	3,5	3,2	1,2
arcade	0,2	0,2	0,2	0,1	0,0
enfant	1,4	0,4	0,1	0,0	0,0
autres	2,7	7,9	4,0	2,3	2,1
total	**948,1**	**957,0**	**873,7**	**951,4**	**848,4**

Source : SELL – GSD, GameTrack.

Répartition des ventes en valeur par genre de jeu vidéo pour consoles (%)



Source : SELL – GSD, GameTrack..

FIFA 22, jeu pour consoles le plus vendu en 2021

Les trois jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2021 sont *FIFA 22* (1,6 million d'unités vendues et 96,7 M€), *Mario Kart 8 Deluxe* (0,5 million d'unités vendues et 24,4 M€) et *FIFA 21* (0,5 million d'unités vendues et 16,9 M€). Les 20 jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2021 représentent 34,2 % des ventes totales en volume.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour consoles en volume en 2021

	titre	unités vendues
1	*FIFA 22*	1 592 206
2	*Mario Kart 8 Deluxe*	503 150
3	*FIFA 21*	501 483
4	*Call of Duty : Vanguard*	486 957
5	*Grand Theft Auto V*	469 634
6	*Super Mario 3D World + Bowser's Fury*	437 432
7	*Animal Crossing: New Horizons*	433 286
8	*Pokémon Brilliant Diamond*	375 371
9	*Minecraft : Nintendo Switch Edition*	301 907
10	*Call of Duty : Black Ops Cold War*	287 912
11	*Mario Party Superstars*	276 632
12	*Ring Fit Adventure*	259 379
13	*Pokémon Shining Pearl*	221 879
14	*Spider-Man: Miles Morales*	220 349
15	*Far Cry 6*	215 356
16	*Assassin's Creed Valhalla*	214 396
17	*The Legend of Zelda: Skyward Sword HD*	209 444
18	*Resident Evil Village*	173 893
19	*Battlefield 2042*	161 797
20	*The Legend of Zelda : Breath of the Wild*	161 470

Source : SELL – GSD, GameTrack.

L'écosystème PC

Le matériel représente 65 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC

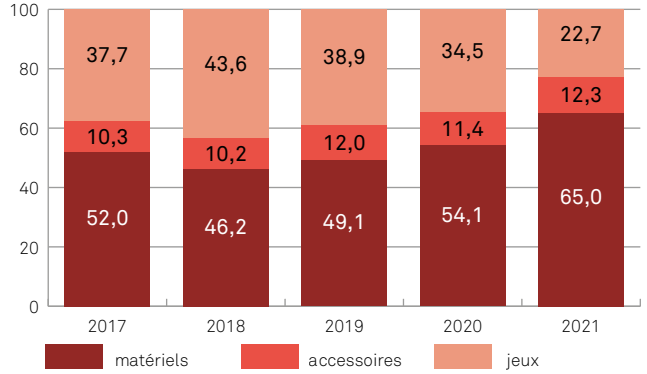
Les ventes de l'écosystème PC sont issues des données IDC, GSD et GameTrack. En 2021, l'ensemble du marché du jeu vidéo pour PC (matériels, accessoires et jeux) progresse de 4,7 % et atteint 1 492,2 M€. Les ventes de matériels pour PC représentent 65,0 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC. Elles atteignent 970,5 M€ en 2021 et augmentent de 25,9 % par rapport à 2020. En 2021, les ventes de matériels dépassent encore une fois celles des jeux. Les accessoires pour PC progressent de 12,4 % à 183,3 M€ et représentent 12,3 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème PC. Le chiffre d'affaires du matériel PC est en forte hausse et atteint un niveau historique notamment car les PME se sont équipées en matériels haut de gamme pour répondre au besoin du télétravail. Il y a également une part croissante de Millenials dans les entreprises qui privilégie les équipements haut de gamme. Ces acquisitions de matériels pour les petites et moyennes entreprises passent par le circuit B to C et contribuent donc à la forte hausse du matériel PC.

Chiffre d'affaires de l'écosystème PC (M€)

	2017	2018	2019	2020	*2021*
matériels	672,2	673,7	633,2	770,8	970,5
accessoires	133,0	148,0	155,0	163,0	183,3
jeux	487,0	636,0	500,8	491,5	338,4
dont :					
jeux physiques	*24,0*	*18,0*	*10,4*	*8,2*	*5,4*
jeux dématérialisés	*463,0*	*618,0*	*490,5*	*483,2*	*333,0*
total	**1 292,2**	**1 457,7**	**1 289,0**	**1 425,3**	**1 492,2**

Source : SELL – GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (%)



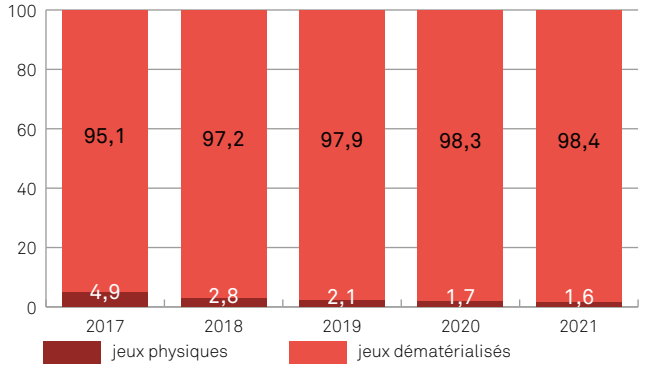
Source : SELL - GameTrack, IDC

Le marché du jeu vidéo pour PC progresse de 4,7 % à 1 492,2 M€.

Plus de 98 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC relève de la vente de jeux dématérialisés

Les jeux pour PC représentent 22,7 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC, leur part est en baisse pour la troisième année consécutive (34,5 % en 2020 et 38,9 % en 2019). Ils atteignent 338,4 M€ en 2021, soit un recul de 31,1 % par rapport à 2020. Cette tendance baissière est portée par les jeux dématérialisés qui chutent de 31,1 % à 333,0 M€. Ils représentent 98,4 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC. Les jeux physiques représentent, quant à eux, 1,6 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC en 2021. Ils accusent une forte baisse à 5,4 M€ (-34,7 %). Sur le segment des jeux PC, les jeux physiques comme dématérialisés sont en recul notamment à cause de la baisse de l'engagement des joueurs. En effet, le temps de jeu recule depuis plusieurs années. Cette érosion apparait au profit du mobile et de la console. Cette dernière est plus attrayante auprès du public notamment car elle propose plus d'exclusivités. D'autre part, le catalogue nouveauté est très limité cette année dans l'écosystème PC.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux pour PC selon le format (%)



Source : SELL - GameTrack, IDC

Plus de 2 millions de jeux pour PC vendus

En 2021, 2,1 millions de jeux pour PC ont été vendus (2,9 millions en 2020), soit un recul de 26,7 %. Le prix moyen d'un jeu vidéo pour PC est de 19,11 €, contre 15,64 € en 2020. Entre 2017 et 2021, le volume de jeux pour PC vendus diminue de 21,4 % et le prix moyen de 14,1 %.

Les ventes de jeux pour PC baissent à 338,4 M€ en 2021.

Les jeux de stratégie, premier genre de jeu vidéo pour PC en valeur

En 2021, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, les jeux de stratégie et les jeux d'aventures, représentent 58,3 % des ventes totales de jeux vidéo, un niveau stable par rapport à 2020. La majorité des genres affichent des volumes de ventes en recul, hormis les jeux de combat (+22,9 % à 80,3 milliers d'unités vendues). En valeur, les trois principaux genres, les jeux de stratégie, les jeux d'action et les jeux de rôles, représentent 58,0 % des ventes totales de jeux vidéo (58,8 % en 2020). La majorité des genres affichent des ventes en recul, hormis les jeux de stratégie (+5,9 % à 10,3 M€), les jeux de tirs (+2,0 % à 6,0 M€), les jeux d'aventures (+1,5 % à 3,6 M€), les jeux de combats (+35,6 % à 1,3 M€), les jeux casual (+22,7 % à 0,4 M€) et les jeux de famille (+26,4 % à 0,1 M€).

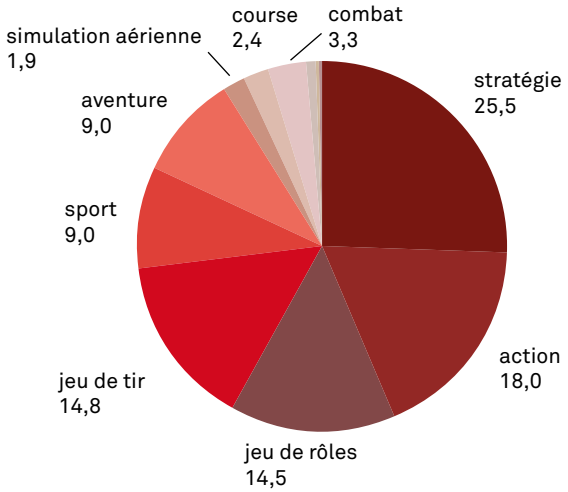
Les jeux de stratégie, d'action et de rôles représentent 58,0 % des volumes de jeux pour PC vendus.

Ventes de jeu vidéo pour PC selon le genre (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
stratégie	17,4	14,7	10,6	9,7	10,3
action	11,3	8,5	8,4	8,8	7,2
jeu de rôles	6,6	10,2	5,5	7,8	5,8
jeu de tir	12,4	9,1	5,9	5,9	6,0
sport	4,3	4,1	3,8	5,1	3,6
aventure	3,5	2,8	3,0	3,6	3,6
simulation aérienne	0,1	0,1	0,4	1,5	0,7
course	2,0	2,0	1,9	1,1	1,0
combat	1,5	2,5	1,4	1,0	1,3
jeu casual	0,6	0,4	0,3	0,3	0,4
famille	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1
arcade	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
enfant	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
autres	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1
total	**59,6**	**54,3**	**41,2**	**44,8**	**40,2**

Source : SELL – GSD, GameTrack.

Répartition des ventes en valeur par genre de jeu vidéo pour PC (%)



Source : SELL – GSD, GameTrack.

Grand Theft Auto V, jeu pour PC le plus vendu en 2021

Les trois jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2021 sont *Grand Theft Auto V* (55,4 milliers d'unités vendues), *Red Dead Redemption 2* (42,9 milliers d'unités vendues) et *Tom Clancy's Rainbow Six Siege* (35,1 milliers d'unités vendues). Les 20 jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2021 représentent 21,9 % des ventes totales en volume.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour PC en volume en 2021

	titre	unités vendues
1	*Grand Theft Auto V*	55 392
2	*Red Dead Redemption 2*	42 918
3	*Tom Clancy's Rainbow Six Siege*	35 093
4	*Farming Simulator 22*	33 428
5	*Humankind*	29 965
6	*Football Manager 2022*	27 800
7	*Sid Meier's Civilization VI*	25 908
8	*Football Manager 2021*	23 665
9	*Farming Simulator 19*	22 000
10	*Metro Exodus*	17 897
11	*Outriders*	17 598
12	*Middle-Earth: Shadow of War*	17 044
13	*Far Cry 5*	15 859
14	*Borderlands 3*	14 874
15	*Back 4 Blood*	14 654
16	*Uno*	14 016
17	*Shadow of the Tomb Raider*	13 948
18	*Little Nightmares*	13 565
19	*Assassin's Creed Odyssey*	12 827
20	*Total War: Warhammer II*	12 573

Source : SELL – GSD, GameTrack.

L'écosystème mobile

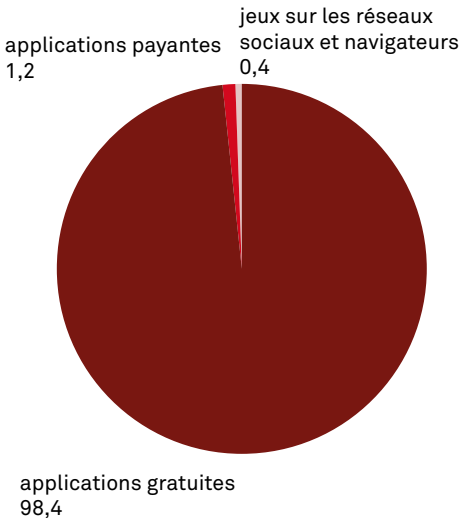
Le marché du jeu vidéo mobile se stabilise

En 2021, le chiffre d'affaires de l'écosystème mobile s'établit à 1 411,0 M€. Le mobile est le seul écosystème du jeu vidéo qui ralentit (-1,0 % par rapport à 2020) après avoir progressé de 15,8 % entre 2019 et 2020. Le chiffre d'affaires du mobile est multiplié par 2 entre 2017 et 2021. Le mobile représente 25,0 % du marché total du jeu vidéo en 2021 (-0,6 point par rapport à 2020). En cinq ans, la part du mobile progresse de 7,4 points.

Les applications gratuites, genre de jeu vidéo pour mobiles le plus téléchargé

En 2021, 98,4 % du chiffre d'affaires du jeu vidéo mobile est généré par les applications mobiles gratuites, soit 1 389 millions d'applications gratuites téléchargées en 2021. Cette proportion est stable par rapport à 2020. Les applications payantes ne représentent quant à elles que 1,2 % du chiffre d'affaires soit 17 millions d'applications payantes. Enfin les jeux sur les réseaux sociaux et les navigateurs ne représentent que 0,4 % du chiffre d'affaires en 2021.

Répartition du chiffre d'affaires par genre (%)



Source : SELL – GameTrack, App Annie.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour mobiles en 2021

Classement des applications par revenus générés	Classement des applications gratuites en nombre de téléchargements	Classement des applications payantes en nombre de téléchargements
1 *Minecraft Pocket Edition*	1 *Subway Surfers*	1 *Coin Master*
2 *Monopoly by Marmalade*	2 *Project Makeover*	2 *Clash of Clans*
3 *Plague Inc*	3 *Count Masters*	3 *Brawl Stars*
4 *Football Manager 2021*	4 *Water Sort Puzzle*	4 *Candy Crush Saga*
5 *Grand Theft Auto : San Andreas*	5 *Magic Tiles 3*	5 *Pokémon Go*
6 *Geometry Dash*	6 *Clash Royale*	6 *Clash Royale*
7 *True Skate*	7 *Among Us !*	7 *Homescapes*
8 *Incredibox*	8 *Roblox*	8 *Dragon Ball Z Dokkan Battle*
9 *Football Manager 2022*	9 *Brawl Stars*	9 *Rise of Kingdoms*
10 *Farming Simulator 20*	10 *Pokémon Go*	10 *Pubg Mobile*

Source : SELL – App Annie.

Le profil des joueurs de jeu vidéo

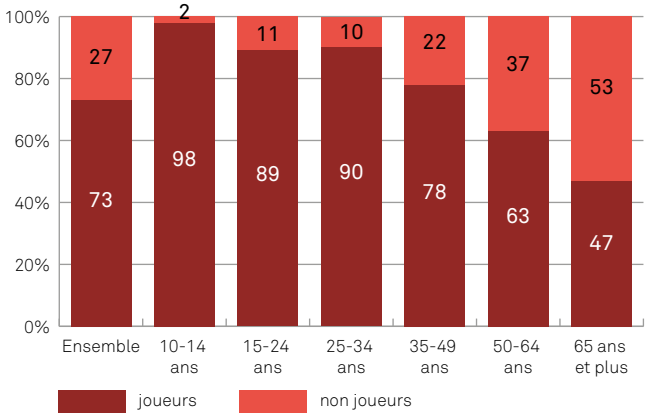
73 % des internautes français de 10 ans et plus jouent aux jeux vidéo

En 2021, 38,3 millions des internautes Français de 10 ans et plus ont joué à un jeu vidéo, contre 36,5 millions en 2020. Les joueurs de jeux vidéo représentent 73 % de la population, une part en progression de 2 points par rapport à 2020.

Plus de 89 % des moins de 25 ans jouent aux jeux vidéo

La part des joueurs de jeu vidéo est décroissante avec l'âge des joueurs. La pénétration de joueurs dans la population des 10-14 ans est la plus importante à 98 %, contre 47 % pour les 65 ans et plus.

Part de joueurs de jeux vidéo selon la tranche d'âge en 2021 (%)

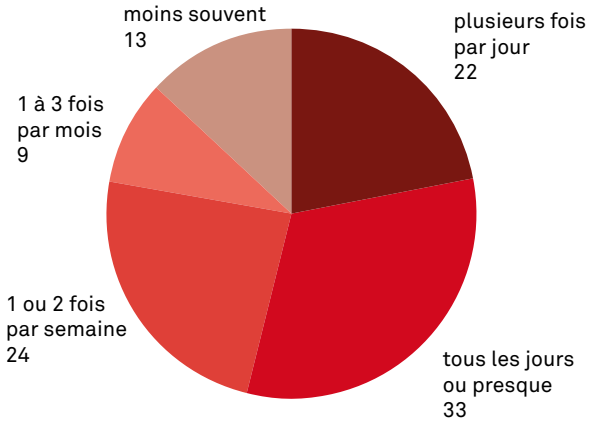


Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 6 au 27 septembre 2021, auprès d'un échantillon de 4 016 internautes de 10 ans et plus.

Une majorité de joueurs joue tous les jours

Près de la moitié des joueurs de jeu vidéo jouent tous les jours. Les Français sont plus de 50 % à jouer tous les jours. 22 % jouent plusieurs fois par jour, une part en progression de 2 points par rapport à 2020, tandis que 33 % jouent tous les jours ou presque (+1 point par rapport à 2020).

Fréquence de jeu des joueurs de jeux vidéo en 2021 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 6 au 27 septembre 2021, auprès d'un échantillon de 4 016 internautes de 10 ans et plus.

Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo.

51 % des joueurs jouent sur smartphone

Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo. 51 % des joueurs jouent sur ce support. L'âge moyen des joueurs sur smartphone est de 38 ans. Le deuxième support le plus utilisé est la console de salon avec 49 %, suivi de l'ordinateur avec 43 %. La tablette tactile arrive en quatrième position avec 27 %. La console de jeux portable est le support dont l'âge moyen des joueurs est le plus jeune à 32 ans. 21 % des joueurs jouent sur ce support. A l'inverse, l'ordinateur est le support pour lequel les joueurs sont, en moyenne, plus âgés (42 ans).

En moyenne, les joueurs utilisent 2,2 supports pour jouer. 38 % des joueurs n'utilisent qu'un support, 29 % deux supports et 18 % trois supports.

Le e-sport

9,4 millions de consommateurs ou de pratiquants de e-sport

En France, 19 % des internautes de plus de 15 ans ont consommé ou pratiqué le e-sport en 2021, soit 9,4 millions de joueurs. 33,3 % des joueurs sont des assidus de e-sport, ils y jouent au moins une fois par semaine. 19,2 % y jouent entre une fois par semaine et une fois par mois. Tandis que 47,3 % y jouent moins d'une fois par mois.

La pratique du e-sport ne se limite pas à une pratique en ligne. En 2021, 68 % des joueurs de e-sport ont joué exclusivement en ligne, contre 29 % en ligne et en physique et 3 % exclusivement en physique.

Un public masculin et jeune chez les e-sportifs amateurs

Les joueurs grand public, c'est-à-dire qui s'affrontent sans classement et sans compétition, sont à 49 % des hommes et à 51 % des femmes. Plus le niveau de e-sport s'intensifie, plus la part des femmes diminuent. Les e-sportifs amateurs, c'est-à-dire qui s'affrontent avec classement et compétition, sont à 93 % des hommes et à 7 % des femmes. De même, la part des 15-34 ans est bien moins importante chez les joueurs grand public (48 %) que chez les e-sportifs loisir, c'est-à-dire qui jouent avec classement mais sans compétition (57 %) et les e-sportifs amateurs (94 %).

L'équipement des Français

53,1 % des foyers équipés en consoles de jeux

Selon GfK-REC, 53,1 % des foyers français sont équipés en consoles de jeux en 2021 (53,0 % en 2020), contre 52,4 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en consoles de salon est en légère hausse à 50,0 % (49,5 % en 2020).

Un fort recul des ventes de consoles portables

Selon GfK-REC, la vente de matériels est stable en 2021 avec 2,3 millions de consoles vendues. Cette stabilité du marché est liée à la hausse des ventes de consoles de salon à 1,9 million d'unités vendues en 2021, contre 1,7 million en 2020 (+10,8 %). Cette progression est accompagnée d'une importante baisse des ventes de consoles portables à 350 000 unités vendues, contre 530 000 en 2020 (-34,0 %).

Les ventes de consoles portables chutent de 34,0 % en 2021.

Le taux d'équipement des foyers en PC est stable à 76,2 % (+0,2 point par rapport à 2020). Le taux d'équipement en PC fixe est stable à 40,0 % (39,9 % en 2020), celui en PC portable est également stable à 53,0 % (52,8 % en 2020). Les ventes de PC reculent de 13,1 % et s'établissent à 3,4 millions d'unités vendues (4,0 millions en 2020). Les ventes de PC portable représentent 89,8 % des ventes totales de PC. 3,1 millions de PC portables ont été vendus en 2021, soit une baisse de 9,1 % par rapport à 2020. Les ventes de PC fixe s'établissent à 0,4 million d'unités vendues et reculent de 2,8 % par rapport à 2020.

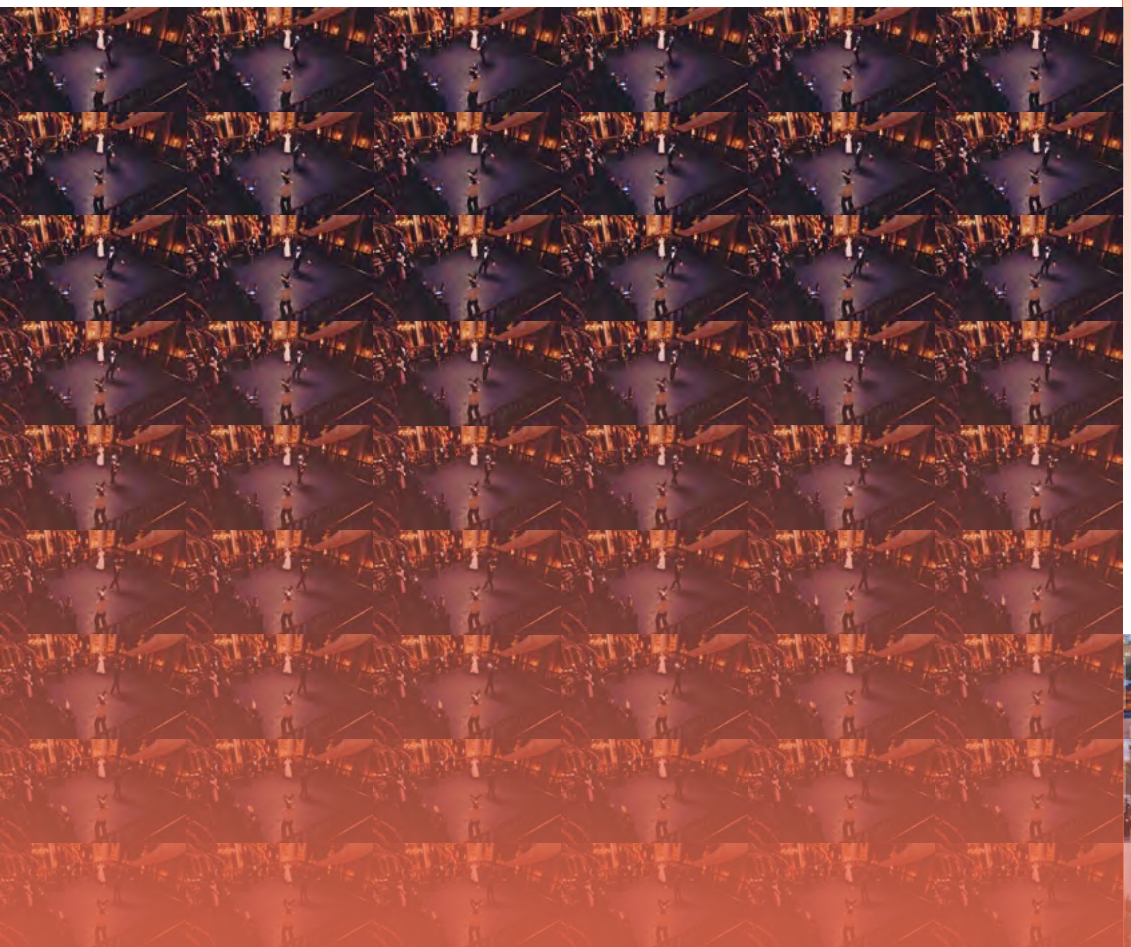
En 2021, le taux d'équipement des foyers en smartphones est en progression de 0,9 point à 85,6 %. Les ventes de smartphones baissent à 15,7 millions d'unités vendues, contre 16,1 millions en 2020 (-2,5 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- Les séries statistiques sur le marché du jeu vidéo

En 2020 : **829** entreprises dans le secteur des industries techniques

906 M€

de chiffre d'affaires pour les industries techniques
(-14,4 % par rapport à 2019)



97,7 M€

d'exportations
(-18,9 % par rapport à 2019)

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 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 (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et évènementiel), le Groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 14e édition a été publiée en mars 2022.

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.

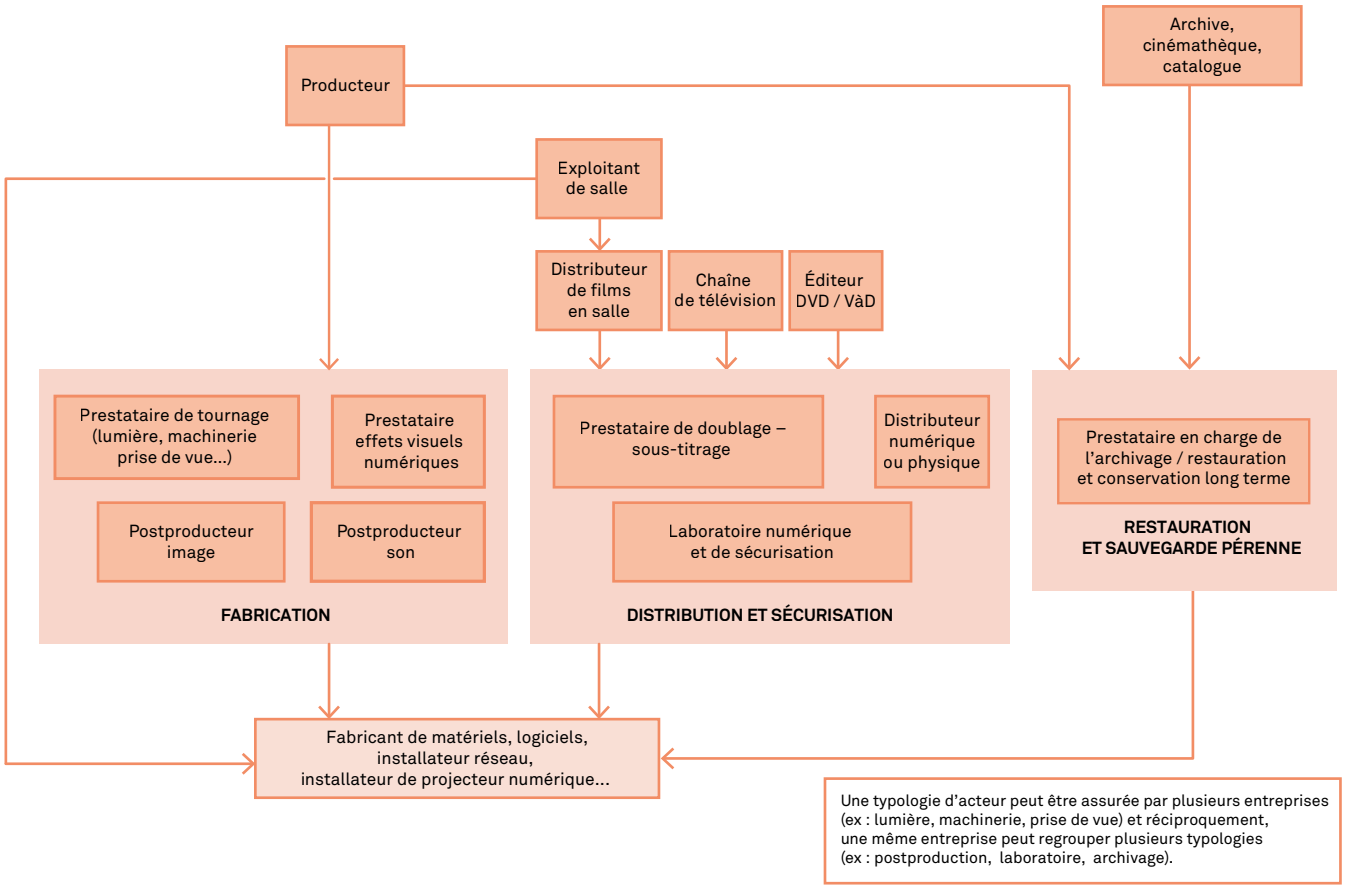
Contour des industries techniques

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 et des sons 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). Elles intègrent les éditeurs de logiciel ainsi que les prestations liées à l'animation. 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 (certains effets visuels pouvant être intégrés dès la phase de tournage en studio dans le cadre des studios virtuels) ;
- 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.

Plus de 800 entreprises d'industries techniques en France

En 2020, le segment des industries techniques compte 829 entreprises en France, dont plus de 450 ont une activité économique régulière. Le secteur est caractérisé par quelques grands leaders structurants entourés de nombreuses petites entreprises. 20 % des entreprises réalisent 70 % 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.

829 entreprises d'industries techniques en France, dont plus de 450 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, 46,2 % des entreprises emploient entre un et neuf salariés permanents en 2020 (50,9 % en 2019) et 42,5 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (36,8 % en 2019). 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 86,5 % des sociétés ayant des salariés emploient entre un et neuf salariés (source INSEE au 1er janvier 2015, hors entreprises agricoles et financières).

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1 à 9 salariés	45	50	56	56	49	49	50	53	54	49
10 à 49 salariés	49	46	35	36	43	43	44	39	39	45
50 à 99 salariés	7	7	6	7	7	6	6	7	5	4
100 salariés et plus	8	6	9	7	7	8	6	7	8	8
total	109	109	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2011 à 2020.
Le passage de 109 à 106 sociétés de 2012 à 2013 est dû à des regroupements de filiales d'un même groupe.
Source : Ficam.

70,0 % 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 2020. Cette donnée est stable dans le temps mais est corrélée à la 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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
hommes permanents	4 912	5 190	5 053	5 070	4 900	5 144	5 547	5 170	5 195	5 218
hommes intermittents	13 137	12 929	12 982	12 769	12 652	12 753	13 038	12 450	11 649	10 308
total hommes	**18 049**	**18 119**	**18 035**	**17 839**	**17 552**	**17 897**	**18 585**	**17 620**	**16 844**	**15 526**
femmes permanentes	2 326	2 442	2 342	2 230	2 123	2 290	2 404	2 430	2 357	2 277
femmes intermittentes	5 005	5 085	4 967	5 071	5 139	5 101	5 379	5 149	4 838	4 374
total femmes	**7 331**	**7 527**	**7 309**	**7 301**	**7 262**	**7 391**	**7 783**	**7 579**	**7 195**	**6 651**
total permanents	7 238	7 632	7 395	7 300	7 023	7 434	7 951	7 600	7 552	7 495
total intermittents	18 142	18 014	17 949	17 840	17 791	17 854	18 417	17 599	16 487	14 682
total	**25 380**	**25 646**	**25 344**	**25 140**	**24 814**	**25 288**	**26 368**	**25 199**	**24 039**	**22 177**

Source : Audiens.

906 M€ de chiffre d'affaires

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 906 M€ en 2020, en baisse de 14,4 % par rapport à 2019.

En 2020, les entreprises réalisant plus de 10 M€ de chiffre d'affaires captent 50,1 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 59,2 % en 2019, 61,1 % en 2018 et 63,3 % en 2017 et 2016. Par ailleurs, entre 2011 et 2020, le chiffre d'affaires moyen des entreprises répondantes de la Ficam est passé de 6,3 M€ à 4,5 M€. Le secteur est ainsi confronté depuis plusieurs années à un double phénomène de restructurations / regroupements de filiales au sein des groupes et d'atomisation avec le développement de plus petites structures. Par ailleurs, la concurrence reste particulièrement forte sur certains marchés, principalement sur celui de la postproduction image et son, et la diminution des budgets tant dans le cinéma que dans la production audiovisuelle complexifie la situation. A cela, s'ajoute en 2020 une crise sanitaire sans précédent entraînant un arrêt total des activités lors du premier confinement (17 mars-11 mai 2020).

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 906 M€ en 2020, en baisse de 14,4 % par rapport à 2019.

8,5 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 M€

Plus de 90 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€. Pour la première fois depuis 10 ans, cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est inférieur à 1 M€ (39,6 % du panel), en raison notamment de l'arrêt total des activités lors du premier confinement en 2020. De nombreux postproducteurs image et son figurent dans cette catégorie.

40 entreprises ont réalisé entre 1 M€ et 5 M€ de chiffre d'affaires en 2020 (42 en 2019). Considérées individuellement, très peu d'entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 50 M€.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
prestataires techniques[1]	1 290	1 180	1 123	1 069	1 101	1 156	1 127	1 087	1 059	906
évolution (%)	*-1,6*	*-8,5*	*-4,8*	*-4,8*	*+3,0*	*+5,0*	*-3,0*	*-3,5*	*-2,5*	*-14,4*
entreprises répondantes[2]	695	652	657	671	648	685	674	638	594	484
évolution (%)[2]	*-6,8*	*-6,2*	*+0,8*	*+2,1*	*-3,4*	*+5,0*	*-2,0*	*-5,3*	*-6,8*	*-18,5*
CA moyen[3]	6,3	5,9	6,1	6,3	6,1	6,5	6,4	6,0	5,6	4,5

[1] Entreprises de prestation technique identifiées par leur code NAF 5912Z (panel fourni par Audiens). 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 adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
[3] Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam.
Source : Ficam.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
inférieur à 1 M€	22	27	27	33	31	32	30	30	34	42
1 M€ à 5 M€	52	50	51	40	44	42	47	46	42	40
5 M€ à 10 M€	19	18	13	19	17	18	15	17	17	15
10 M€ à 20 M€	8	7	8	7	7	7	8	7	7	4
20 M€ et plus	8	7	7	7	7	7	6	6	6	5
total	109	109	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
Source : Ficam.

Une forte concurrence observée sur certains marchés.

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.

Le chiffre d'affaires des métiers du tournage baisse de 24,4 % entre 2019 et 2020 pour atteindre son plus bas niveau depuis 10 ans. Il s'agit de la quatrième année de baisse consécutive de l'activité, l'année 2020 ayant été particulièrement marquée par la période de confinement liée à la crise sanitaire, arrêtant totalement les tournages en cours et repoussant les projets prévus sur cette période. Le tournage en vidéo mobile (-18 %) a été particulièrement impacté par l'arrêt de la Ligue 1 de football ainsi que par les reports du championnat européen de football et des Jeux Olympiques de Tokyo. Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des prestataires à hauteur de 39,3 % en 2020, contre 43,5 % en 2019.

La postproduction image génère 20,4 % du chiffre d'affaires total en 2020, contre 19,4 % en 2019. Après une progression de plus de 40 % entre 2012 et 2017, le chiffre d'affaires de l'activité est en baisse pour la troisième année consécutive, le secteur étant confronté à un émiettement des structures de postproduction, un environnement concurrentiel exacerbé, une perte de valeur et pour finir, une crise sanitaire inédite.

Le chiffre d'affaires des VFX, en progression constante entre 2014 et 2017, est également en recul pour la troisième année consécutive (-23,7 %), en raison notamment de projets de long métrage de moins grande envergure en 2018 et 2019.

Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) s'établit à 164,9 M€ en 2020, en baisse de 7,5 % par rapport à 2019. La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint 34,1 % en 2020 (30,0 % en 2019).

Le secteur de l'archivage, du stockage et de la restauration occupe une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique, son poids passant de 3,0 % en 2017 à 1,9 % en 2020. Le chiffre d'affaires du secteur recule de 27,6 % par rapport à 2019.

France, terre d'accueil des tournages

Malgré la crise sanitaire mondiale, la France est restée une terre d'accueil des tournages avec un volume d'activité de tournages étrangers supérieur à celui de 2015 : 767 jours de tournage en 2020, contre 573 en 2015 avant l'amélioration du crédit d'impôt international, soit une hausse de 33,9 %.

Sept longs métrages étrangers (74 jours) et 19 fictions destinées à la télévision ou aux plateformes (693 jours) ont été tournés en France.

La tendance à la baisse du volume de tournage de films destinés à une diffusion en salle se confirme. Avant le confinement, le film *The Last Duel* de Ridley Scott a pu être tourné en Dordogne, en Occitanie et en Bourgogne-Franche-Comté. De même, durant l'été 2020, Paris et l'Ile de France ont accueilli le tournage du film danois *Rose* de Niels Arden Oplev.

Du côté des séries, la dixième saison de la série britannique *Death In Paradise* a été tournée intégralement en Guadeloupe, tandis que le tournage d'un épisode de la série anglaise *The Syndicate* a eu lieu sur la Côte d'Azur.

96 % des tournages étrangers ont bénéficié du crédit d'impôt international en 2020. En période de crise sanitaire, cet incitatif fiscal, associé à l'adaptation des professionnels et des décors aux protocoles sanitaires et aux démarches pour faciliter la mobilité internationale a permis un cadre sécurisé pour les productions étrangères en France.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les métiers (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
tournage (studio, loueurs...)	285,3	268,3	276,0	292,6	309,9	326,2	293,2	287,9	251,6	190,1
postproduction image	119,0	110,1	118,4	121,7	124,9	137,3	155,6	139,1	115,5	98,5
dont effets visuels (VFX)[1]	*59,5*	*62,5*	*58,4*	*58,5*	*61,7*	*66,4*	*78,3*	*74,1*	*70,9*	*54,1*
postproduction son	35,2	34,4	31,2	32,6	32,3	32,2	33,0	29,8	29,0	17,6
travaux de laboratoire[2]	220,3	208,0	207,7	195,9	166,3	168,3	171,0	161,0	178,2	164,9
archivage, stockage, restauration	11,2	18,0	19,4	25,3	14,0	20,6	20,2	14,7	12,7	9,2
fabricant matériel (tournage, postproduction...)	24,0	13,2	4,4	2,9	0,6	0,4	1,0	5,5	7,0	3,7
total	**695,0**	**652,0**	**657,1**	**671,0**	**648,0**	**685,0**	**674,0**	**638,0**	**594,0**	**484,0**

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
[1] Périmètre VFX : 16 entreprises adhérentes de la Ficam et deux hors Ficam ont déclaré une activité VFX entre 2011 et 2020. Ont été intégrées dans ce panel les estimations des deux entreprises hors Ficam, représentatives de l'intégration verticale des moyens de postproduction (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 75,9 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2020. Le marché de la télévision (stock et flux) génère 55,5 % des ressources, avec un chiffre d'affaires en baisse de 23,0 % en 2020. Depuis 2005, la télévision constitue la première source de revenus. En 2020, sur un chiffre d'affaires de 268,8 M€ généré par la télévision, les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) représentent 139,0 M€, soit 51,7 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (55,8 % en 2019). Les activités de production de programmes de stock (fictions, documentaires) sont évaluées à 129,8 M€, soit 48,3 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (44,2 % en 2019).

Le chiffre d'affaires en provenance de la filière cinéma baisse de 12,6 % en 2020 et passe pour la première fois sous la barre symbolique des 100 M€. Ce faible niveau est à mettre en relation avec la crise sanitaire, qui a suivi une érosion des investissements dans la production cinématographique constatée depuis 2015.

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité (13,9 % en 2020), pour un chiffre d'affaires en baisse de 22,8 %. Le chiffre d'affaires de l'animation, quatrième marché, est le seul en croissance en 2020. Il progresse de 35,4 % pour atteindre 22,2 M€, grâce à la continuité de l'activité pendant la crise sanitaire.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les marchés (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
télévision (stock + flux)	365,0	347,5	344,4	369,2	353,6	370,5	364,0	381,1	349,3	268,8
cinéma	193,0	175,5	166,1	153,7	155,9	176,0	134,3	107,1	113,3	99,0
publicité et institutionnel	96,0	78,5	84,5	90,5	85,3	89,5	87,5	92,1	87,4	67,5
animation	13,0	20,2	30,5	27,4	23,1	30,5	63,4	41,1	16,4	22,2
multimédia	15,5	13,7	14,6	13,5	9,9	10,5	16,6	10,3	22,2	12,5
autres[1]	12,5	16,6	17,0	16,7	20,2	8,0	8,2	6,3	5,4	14,0
total	**695,0**	**652,0**	**657,1**	**671,0**	**648,0**	**685,0**	**674,0**	**638,0**	**594,0**	**484,0**

[1]Vidéo, spectacle vivant, formation, etc.
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
Source : Ficam.

Chiffre d'affaires des effets visuels selon le marché (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
télévision (stock)	1,0	1,8	1,9	2,0	3,9	2,1	1,6	6,4	7,7	4,1
télévision (flux)	0,9	1,0	1,8	1,8	0,9	2,0	2,3	1,7	2,3	1,4
cinéma	8,8	10,0	9,0	9,2	11,0	14,7	17,8	12,9	13,8	10,9
publicité	48,8	49,7	45,7	45,5	45,9	47,6	56,6	53,1	47,1	37,7
total	**59,5**	**62,5**	**58,4**	**58,5**	**61,7**	**66,4**	**78,3**	**74,1**	**70,9**	**54,1**

Périmètre VFX : 16 entreprises adhérentes de la Ficam et deux hors Ficam ont déclaré une activité VFX entre 2011 et 2020. Ont été intégrées dans ce panel, les estimations des deux entreprises hors Ficam, représentatives de l'intégration verticale des moyens de postproduction (et donc des VFX) au sein de la chaîne de fabrication des films publicitaires.
Source : Ficam.

En 2020, le marché de la télévision (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques.

Le marché publicitaire représente 70 % du chiffre d'affaires de l'activité VFX en 2020.

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.

Nouveaux formats d'image et de son

En 2021, 10,0 % des tournages de fictions cinématographiques et 2,6 % des tournages de fictions audiovisuelles sont réalisés en 4K. 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 postproduire 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. Les effets visuels en temps réel sur le plateau de tournage (studios virtuels) sont également en train de se développer et modifient en profondeur les méthodes de travail et la chaîne de fabrication.

Hausse des investissements

Les investissements des prestataires techniques (achats de nouveaux équipements uniquement) augmentent de 14,5 % entre 2019 et 2020. Chaque entreprise investit, en moyenne, 485,1 K€ en 2020, contre 424,2 K€ en 2019.
Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 M€ sont toujours celles qui investissent le plus depuis 2011. Les investissements se concentrent encore davantage sur les sociétés de plus de 10 M€ de chiffre d'affaires avec 67 % de l'ensemble des investissements en 2020.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques[1] (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
caméra cinéma numérique 2K /4K	53,7	71,7	68,9	41,4	60,3	80,9	94,3	95,7	95,6	96,7
16 mm	2,3	1,5	0,6	0,9	0,6	-	2,5	1,3	1,7	2,0
35 mm	30,8	14,3	10,2	4,4	4,4	3,6	2,2	3,0	2,7	1,3
caméra vidéo HD	13,1	12,5	20,4	53,3	34,4	15,5	1,0	-	-	-
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] (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
caméra numérique 2K/4K/8K	47,5	74,0	43,1	17,8	27,2	32,4	61,7	59,0	59,0	78,2
HD	42,1	25,1	55,9	79,0	72,5	61,6	31,4	35,5	35,6	18,9
16 mm	3,6	0,6	0,9	2,3	-	-	-	-	-	-
35 mm	4,6	-	-	-	-	-	-	1,5	1,4	-
Beta / DV / SD	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
non renseigné	2,1	0,3	0,0	0,9	0,4	6,0	6,9	4,0	4,0	2,9
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.

Investissements des industries techniques[1] (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
investissements	50,6	59,7	50,1	35,4	34,0	61,3	60,3	45,9	44,9	51,4
chiffre d'affaires	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	7,3	9,2	7,6	5,3	5,2	8,9	8,9	7,2	7,5	10,6

[1] Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non pris en compte).
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
Source : Ficam.

Baisse 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 2020, dans un contexte de crise sanitaire mondiale, le chiffre d'affaires lié à l'exportation retombe à 97,7 M€ en 2020 (-18,9 % par rapport à 2019) mais reste à un niveau supérieur à celui observé entre 2011 et 2017. Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel est stable à 20,2 %.

En 2020, les industries techniques exportent à hauteur de 97,7 M€, soit une baisse de 18,9 % par rapport à 2019.

Exportations des industries techniques (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
exportations	65,0	57,8	62,4	65,1	68,7	80,2	78,4	111,0	120,5	97,7
chiffre d'affaires	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	9,4	8,9	9,5	9,7	10,6	11,7	11,6	17,4	20,2	20,2

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.
Source : Ficam.

La télévision est toujours largement leader dans le chiffre d'affaires des exportations même si sa part passe de 66 % en 2018 à 60 % en 2020. La montée en puissance des plateformes internationales (plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Netflix, Prime Video ou Disney+), renforce cette tendance du côté des programmes télévisuels de stock. Le cinéma est loin derrière et représente 14 % du total.

L'activité doublage / sous-titrage capte plus de la moitié des revenus générés par l'export (57 %). Son chiffre d'affaires export est en baisse de 12 % après 4 années consécutives de hausse. Ce recul est à mettre sur le compte de la crise sanitaire mondiale en 2020 avec de nombreuses fermetures de salles de cinéma partout dans le monde et notamment sur le marché américain.

La part d'export du tournage (studio, loueur et vidéo mobile) s'établit à 16 % en 2020 contre 23 % en 2019 et 30 % en 2018. Elle diminue de moitié en deux ans.

chapitre cinq

INTERNATIONAL

En 2020 :

917,6 M€ de flux financiers en provenance de l'étranger

(-11,7 % par rapport à 2019)

547,6 M€

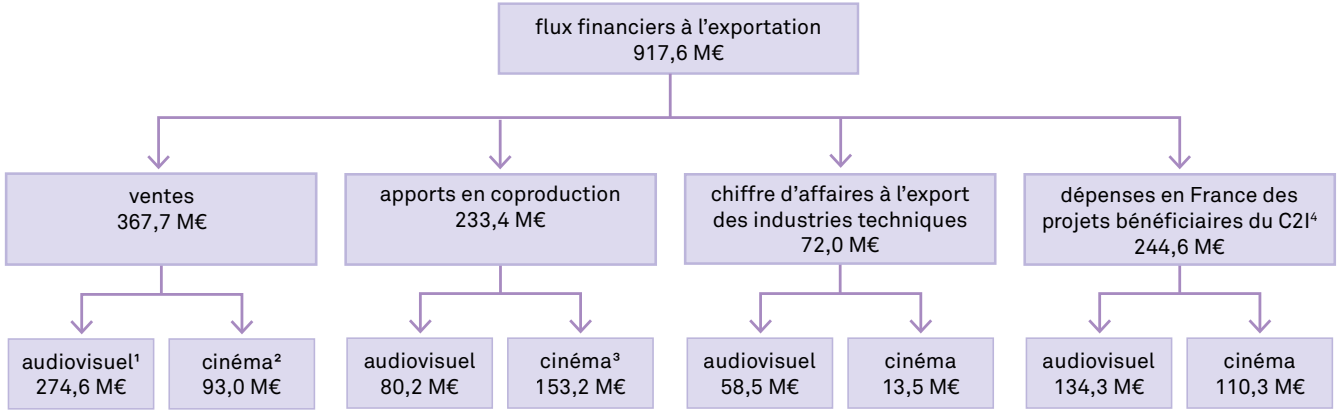
pour l'audiovisuel

370,1 M€

pour le cinéma

5.1 Les flux financiers en provenance de l'étranger

Flux financiers en provenance de l'étranger en 2020



Flux financiers en provenance de l'étranger (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/19 (%)*
ventes	**310,3**	**377,2**	**344,9**	**404,3**	**416,8**	**429,6**	**481,4**	**389,5**	**367,3**	**367,7**	***+0,1***
dont audiovisuel[1]	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	274,6	*+10,9*
dont cinéma[2]	156,7	211,3	165,4	194,0	215,8	169,3	212,8	167,8	119,7	93,0	*-22,3*
apports en coproduction	**403,5**	**393,3**	**341,3**	**253,0**	**308,1**	**300,0**	**297,2**	**252,9**	**334,3**	**233,4**	***-30,2***
dont audiovisuel	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	*+3,1*
dont cinéma[3]	326,1	316,8	271,8	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	153,2	*-40,3*
CA à l'export des industries techniques	**49,9**	**47,9**	**45,6**	**47,2**	**54,3**	**64,9**	**59,4**	**87,0**	**92,5**	**72,0**	***-22,2***
dont audiovisuel	25,8	30,7	32,7	36,8	42,0	47,7	42,9	73,6	75,0	58,5	*-22,0*
dont cinéma	24,1	17,2	12,9	10,4	12,3	17,2	16,5	13,4	17,5	13,5	*-22,9*
dépenses en France des projets bénéficiaires du C2I[4]	**43,5**	**47,9**	**95,5**	**63,0**	**55,3**	**144,4**	**223,0**	**173,6**	**244,9**	**244,6**	***-0,1***
dont audiovisuel	7,8	5,0	8,3	15,5	21,3	51,4	97,7	98,6	131,1	134,3	*+2,4*
dont cinéma	35,7	42,9	87,3	47,4	33,9	93,0	125,3	75,1	113,8	110,3	*-3,1*
total	**807,2**	**866,2**	**827,3**	**767,4**	**834,5**	**938,9**	**1 061,0**	**903,0**	**1 039,0**	**917,6**	***-11,7***
dont audiovisuel	264,6	278,1	290,0	318,9	318,4	435,4	466,1	447,9	531,5	547,6	*+3,0*
dont cinéma	542,6	588,2	537,3	448,5	516,1	503,5	594,9	455,2	507,6	370,1	*-27,1*

[1] Ventes et préventes. [2] Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises, ainsi que les droits HT des producteurs répartis par la PROCIREP et ANGOA à partir de 2019. [3] Investissements étrangers dans les coproductions minoritaires et majoritaires françaises. [4] C2I : Crédit d'impôt international.
Sources : CNC-UniFrance, Ficam.

917,6 M€ de flux financiers en provenance de l'étranger

Les flux financiers en provenance de l'international peuvent être appréhendés de quatre manières différentes :
- les ventes et préventes étrangères de films et programmes audiovisuels,
- les apports en coproduction en provenance de l'étranger sur des coproductions minoritaires ou majoritaires françaises,
- l'activité d'exportation des industries techniques françaises,
- les dépenses en France des projets étrangers bénéficiaires du crédit impôt international.

En 2020, l'ensemble de ces flux s'élève à 917,6 M€ (-11,7 % par rapport à 2019), dont 547,6 M€ pour l'audiovisuel (+3,0 %) et 370,1 M€ pour le cinéma (-27,1 %). Pour la deuxième année consécutive, l'audiovisuel représente plus de la moitié (59,7 %) des flux financiers en provenance de l'étranger. En 2011, l'audiovisuel représentait près du tiers (32,8 %) de ces recettes.

En 2020 :

196,9 M€

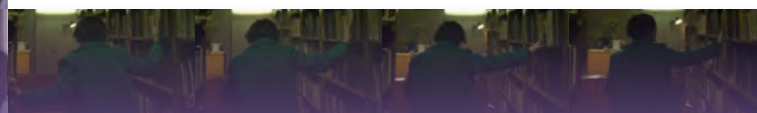
de vente de programmes audiovisuels français (+0,7 % par rapport à 2019)

88,1 M€ de recettes

d'exportation pour les films français (-24,3 % par rapport à 2019)

722,3 K€

de recettes d'exportation pour les courts métrages français (+18,3 % par rapport à 2019)



5.2 L'exportation des programmes audiovisuels et du cinéma

L'exportation des programmes audiovisuels

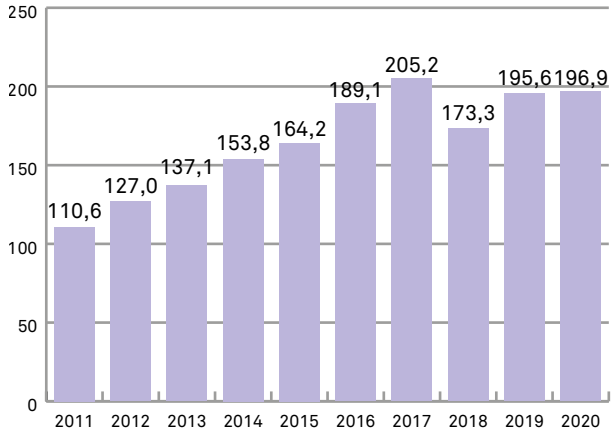
Remarques méthodologiques

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et UniFrance auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Des ventes de programmes français stables à un niveau très élevé

Après avoir atteint un niveau déjà très élevé en 2019, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger enregistrent une légère hausse de 0,7 % pour atteindre 196,9 M€ en 2020, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2017 (205,2 M€).

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-UniFrance.

L'animation, toujours à un niveau très élevé

En 2020, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger connaissent un léger repli de 3,5 % par rapport au record établi en 2019 et atteignent 74,7 M€. L'animation représente 37,9 % des ventes totales en 2020 (-1,6 point par rapport à 2019). Elle est notamment marquée par la diversité de sa production, de la série pré-scolaire au cartoon, avec des marques fortes et reconnues à l'international, des nouvelles saisons qui s'exportent et des rachats de droits.

Hausse des ventes de fiction

En 2020, les ventes internationales de fiction française repartent à la hausse et atteignent 47,1 M€ (+1,5 % par rapport à 2019). Le genre représente 23,9 % des ventes de programmes audiovisuels français (+0,2 point par rapport à 2019). Si les plateformes mondiales privilégient toujours la production originale par rapport à l'acquisition de programmes, elles ont néanmoins contribué à la circulation des programmes non anglophones.

Augmentation des ventes de formats

Les ventes de formats français (jeux et variétés) à l'étranger progressent de 12,6 % à 21,3 M€ en 2020. Le format représente 10,8 % du total des ventes, contre 9,6 % en 2019.

Record pour les exportations de documentaires

Les ventes de documentaires français à l'international progressent de 4,5 % à 46,0 M€ en 2020, soit un nouveau record historique. Le genre capte 23,4 % des recettes (+0,9 point par rapport à 2019).

La diversité et la qualité des productions françaises sont reconnues à l'international et suscitent l'intérêt d'une grande diversité d'acheteurs : chaînes publiques, privées, généralistes et thématiques, plateformes. Les genres abordés sont divers avec des succès en histoire, en science, en nature / exploration et dans le domaine de l'investigation et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique).

En 2020, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 196,9 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/19 (%)*
animation	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7	*-3,5*
fiction	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1	*+1,5*
documentaire, magazine	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0	*+4,5*
format (jeux, variétés)	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	21,3	*+12,6*
divers (information, extraits...)	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	6,5	*-16,9*
musique, spectacle vivant	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	1,3	*+21,0*
total	**110,6**	**127,0**	**137,1**	**153,8**	**164,2**	**189,1**	**205,2**	**173,3**	**195,6**	**196,9**	***+0,7***

Source : CNC-UniFrance.

Légère baisse des ventes en Europe de l'Ouest : stabilité en Allemagne, baisse en Belgique, hausse en Espagne

Après une année 2019 en hausse, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest baissent de 3,7 % en 2020 et s'établissent à 87,0 M€. La zone représente 44,2 % du total des ventes à l'étranger en 2020, contre 46,2 % en 2019 et 50,1 % sur la décennie.

La zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,2 M€ (-0,4 % par rapport à 2019). Si la Belgique diminue ses achats de 10,2 %, le territoire reste néanmoins le deuxième pays acheteur de programmes audiovisuels français à 17,2 M€. Les achats de programmes français en provenance d'Italie reculent de 8,5 % à 12,0 M€, dans la moyenne de ces dix dernières années (11,6 M€). Principal pays européen en hausse, l'Espagne augmente ses achats de 23,6 % en 2020 à 9,7 M€, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2018 (9,8 M€). La zone anglophone, constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande, accuse une légère baisse de 2,8 % de ses achats de programmes audiovisuels français à 8,7 M€. Les ventes à destination de ce territoire toujours difficile pour les productions non anglophones atteignent leur plus bas niveau depuis 2013 (6,5 M€). Pour la deuxième année consécutive, les achats en provenance de Suisse augmentent nettement : ils atteignent 7,6 M€ en 2020 (+24,1 % par rapport à 2019). Enfin, en Scandinavie, les ventes de programmes français ont enregistré leur niveau le plus faible de la décennie à 3,3 M€ (-33,7 % par rapport à 2019).

Rebond des ventes en Europe centrale et orientale

En 2020, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale progressent fortement : +20,0 % pour s'établir à 11,8 M€. Les ventes y restent néanmoins en deçà de la moyenne de ces dix dernières année (12,8 M€). La zone représente 6,0 % du total des ventes à l'étranger en 2020, contre 5,0 % en 2019. En 2020, la Pologne, marché traditionnellement fort pour les programmes français en raison du grand nombre d'acteurs malgré des prix faibles, redevient le premier territoire de la zone devant la Russie (et les pays de l'ex-CEI) avec des achats en nette hausse de 129,0 % à 4,2 M€, plus haut niveau enregistré.

Le marché nord-américain toujours à un niveau élevé

En Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada), les ventes de programmes français augmentent de 3,2 % par rapport à 2019 et atteignent 25,3 M€. Deuxième zone d'export pour les programmes français, l'ensemble représente 12,9 % des ventes totales (+0,3 point).

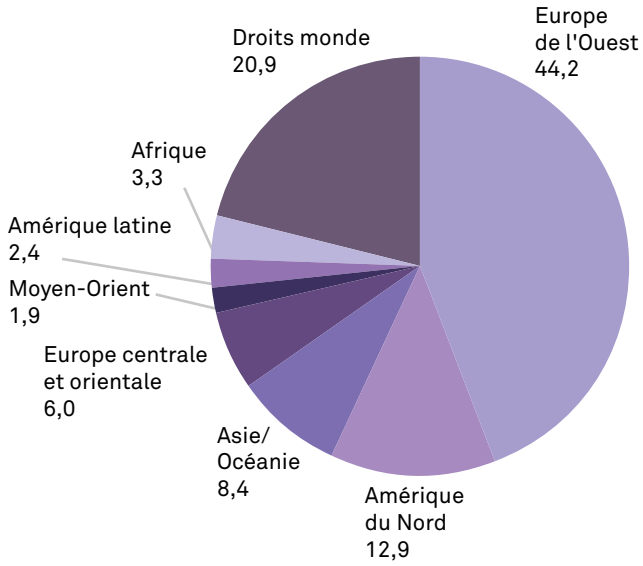
Aux Etats-Unis, les ventes reculent de 11,0 % à 15,1 M€, niveau qui reste supérieur à la moyenne de 13,1 M€ des dix dernières années. Les Etats-Unis demeurent le troisième territoire d'export pour l'audiovisuel français en 2020, derrière l'Allemagne et la Belgique, et représentent 7,7 % des ventes en 2020 (-1,0 point). Avec 5,9 M€ d'importations en 2020 et après plusieurs années de recul, le Canada augmente légèrement ses achats de programmes français (+2,8 %). Le niveau des ventes réalisées dans le pays reste toutefois inférieur à la moyenne de ces dix dernières années (7,0 M€).

Hausse de l'Asie à l'exception de la Chine

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie augmentent nettement en 2020 et atteignent 16,6 M€ (+12,4 % par rapport à 2019), plus haut niveau depuis 2016 (17,9 M€). La zone représente 8,4 % des ventes mondiales (+0,9 point).

Après quatre années consécutives de hausse, les achats en provenance de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » reculent de 13,0 % à 7,4 M€ en 2020, soit le deuxième plus haut niveau de ventes enregistré. Cette zone représente 44,9 % des exportations vers l'Asie / Océanie en 2020 (-13,1 points par rapport à 2019). Comme en 2019, l'ensemble de cette zone constitue la sixième source de recettes pour les programmes français. Au Japon, les exportations de programmes français progressent pour la deuxième année consécutive et atteignent 2,3 M€ en 2020 (+29,1 %), contre 2,0 M€ en moyenne sur ces dix dernières années. La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » est en hausse en 2020 à 1,9 M€ (+38,8 %). En Corée du Sud, les ventes de programmes français reculent de 27,0 % en 2020 à 0,7 M€. Les ventes en Inde sont stables à un niveau faible en 2020 (0,4 M€). Enfin, les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » progressent de 20,6 % et atteignent 1,2 M€ en 2020, un niveau qui reste bas au regard de la moyenne des dix dernières années (1,8 M€).

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2020 (%)



Source : CNC-UniFrance.

Recul des ventes en Afrique, hausses en Amérique latine et au Moyen-Orient

Après avoir atteint un niveau historique en 2019, les ventes à destination des pays d'Afrique sont en baisse de 11,6 % à 6,5 M€ en 2020. L'Afrique représente 3,3 % des ventes de programmes français en 2020, contre 3,7 % en 2019.

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine progressent de 36,0 % en 2020 à 4,8 M€, contre 4,5 M€ en moyenne sur les dix dernières années. La zone représente 2,4 % des ventes mondiales (+0,6 point par rapport à 2019). Le Brésil reste le premier marché d'Amérique latine, avec des ventes en hausse de 19,6 % à 1,3 M€, soit 26,3 % des ventes dans la région. Les ventes multi-territoriales doublent par rapport à 2019 et atteignent 1,5 M€ (+103,9 %). Les ventes au Mexique progressent à 0,6 M€ (+37,8 %).

Les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient repartent à la hausse, à 3,8 M€ en 2020 (+28,2 % par rapport à 2019). La moyenne sur ces dix dernières années s'établit à 4,6 M€.

Les plateformes de vidéo à la demande par abonnement permettent d'atteindre des territoires jusqu'alors difficiles d'accès pour les programmes non anglophones

Niveau élevé des ventes de droits monde

Les ventes de droits monde (incluant celles portant sur des territoires de plusieurs continents et les ventes aux plateformes mondiales) restent à un niveau très élevé en 2020, à 41,2 M€, en légère baisse de 2,8 % par rapport au niveau record de 2019. En six ans, les ventes de droits monde ont triplé. La part des droits mondiaux dans les ventes de programmes français s'élève à 20,9 % en 2020 (-0,7 point).

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/19 (%)*
Europe de l'Ouest	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	*-3,7*
Amérique du Nord	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	*+3,2*
Asie / Océanie	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	*+12,4*
Europe centrale et orientale	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	*+20,0*
Afrique	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	6,5	*-11,6*
Amérique latine	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	4,8	*+36,0*
Moyen-Orient	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	3,8	*+28,2*
droits monde[1]	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	41,2	*-2,8*
total	**110,6**	**127,0**	**137,1**	**153,8**	**164,2**	**189,1**	**205,2**	**173,3**	**195,6**	**196,9**	***+0,7***

[1] Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux, incluant les plateformes.
Source : CNC-UniFrance.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2020*
- les séries statistiques sur 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 2020. 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 2018, 2019 et début 2020. 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 sur l'exportation des films français s'explique par un périmètre d'analyse différent. UniFrance comptabilise les recettes aux guichets des salles des films sortis à l'étranger en 2020, tandis que le CNC prend en compte les encaissements nets, tous modes de diffusion confondus, indépendamment de la date de sortie en salles des films à l'international.

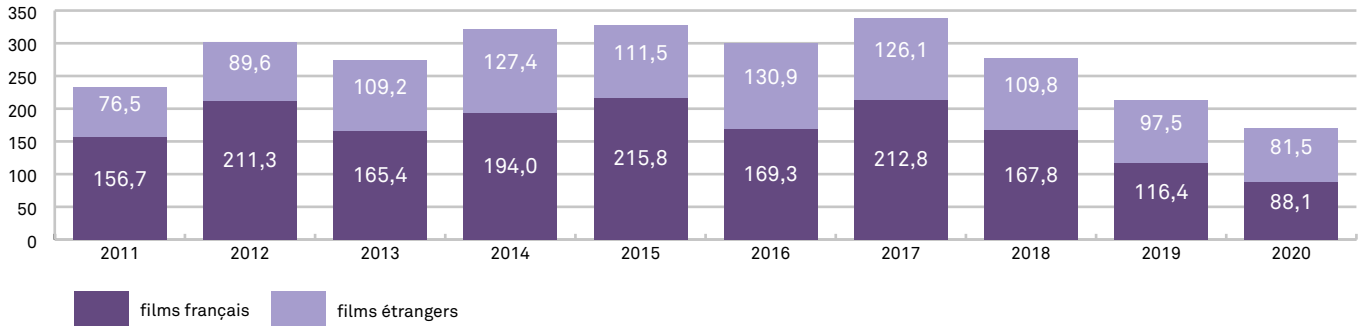
En 2020, les ventes à l'exportation des films français de catalogue représentent 40 % des recettes totales.

Des recettes d'exportation des films français au plus bas

En 2020, les ventes à l'exportation des films français atteignent 88,1 M€, soit une baisse de 24,3 % par rapport à 2019. Il s'agit du plus faible niveau jamais enregistré pour la vente de films français, à -48,1 % par rapport à la moyenne constatée sur l'ensemble de la période 2011-2020 (169,8 M€). Le chiffre d'affaires des films étrangers affiche un recul plus mesuré de 16,4 % en 2020 à 81,5 M€ et demeure supérieur à celui constaté en début de décennie (76,5 M€ en 2011). En 2020, les ventes de films étrangers représentent 48,1 % des recettes des exportateurs français, une part en hausse sur un an (45,6 % en 2019).

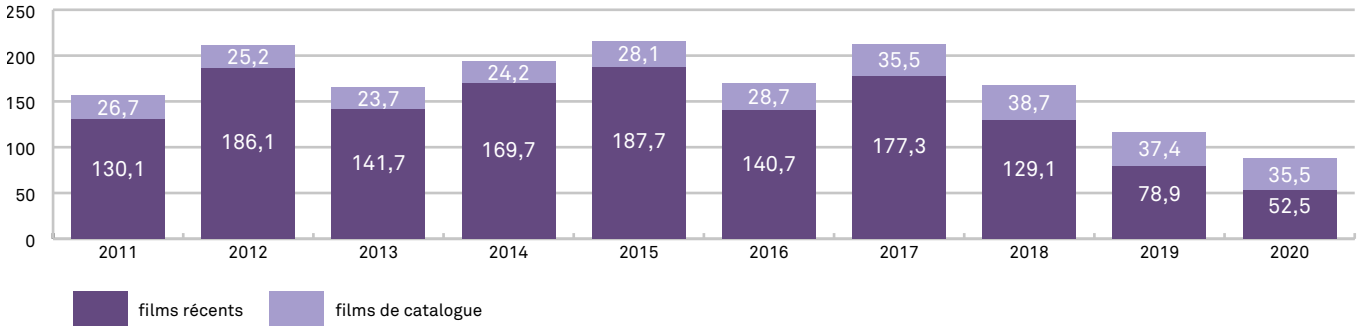
Les recettes de ventes à l'étranger des films français de catalogue (produits avant le 1er janvier 2017) confirment, en 2020, leur niveau significatif à 35,5 M€ malgré une légère baisse de 5,0 % par rapport à 2019 (moyenne de 30,4 M€ sur dix ans). En 2020, les films français « récents » représentent 59,6 % des recettes d'exportation, la part la plus faible 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.

Des recettes en provenance des plateformes de VàD/VàDA multipliées par 2

En 2020, la concentration des recettes est stable par rapport à 2019. Les 15 premiers pays génèrent 75,4 % des encaissements (74,3 % en 2019) et les cinq premiers pays 36,0 % (40,6 % en 2019). Pour la première fois en 2020, les ventes de films auprès des plateformes de VàD/VàDA monde intègrent le trio de tête en termes de recettes pour l'exportation des films français (15e position en 2019). Dans un contexte de pandémie mondiale et d'incertitude quant à l'exploitation en salles des films, les ventes de films auprès des plateformes doublent par rapport à 2019 (+107,3 %) pour atteindre 6,3 M€ et une part de marché de 7,2 %.

Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2020

		recettes (M€)	parts de marché (%)	*évol 20/19 (%)*
1	Etats-Unis + grand pays européen et/ou Japon	7,6	8,6	*-45,8*
2	Etats-Unis et/ou Canada anglophone	6,4	7,3	*-39,1*
3	VàD/VàDA monde	6,3	7,2	*+107,3*
4	Allemagne et/ou zones germanophones	6,1	6,9	*-44,8*
5	Japon	5,3	6,0	*+5,8*
6	Italie	5,1	5,7	*-15,5*
7	Chine	4,6	5,2	*-18,4*
8	Espagne	4,4	5,0	*-14,9*
9	Belgique	3,9	4,4	*-7,9*
10	Russie	3,4	3,8	*-3,0*
11	Benelux	3,1	3,5	*-7,7*
12	Suisse (hors région germanophone)	3,0	3,4	*-24,8*
13	Pologne	2,8	3,2	*-30,0*
14	Brésil	2,5	2,8	*-15,6*
15	TV5	2,1	2,3	*-2,9*
	total quinze premiers	**66,4**	**75,4**	***-23,2***
	total	**88,1**	**100,0**	***-24,3***

Source : CNC.

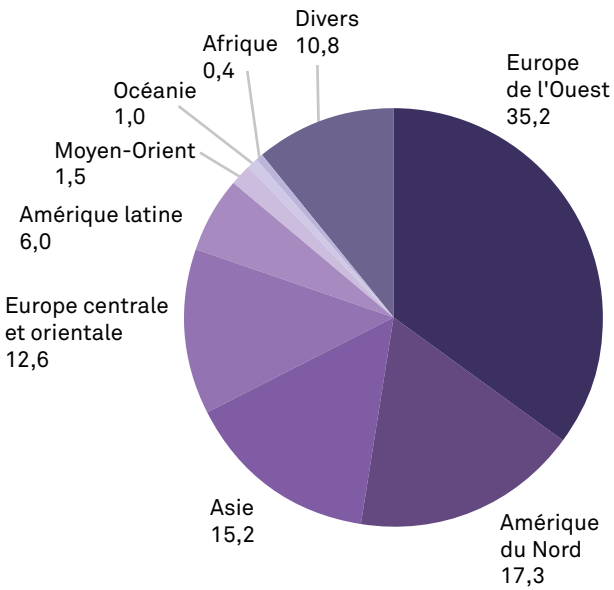
L'Europe de l'Ouest, première zone d'exportation du cinéma français

En 2020, l'Europe de l'Ouest confirme sa position de première zone d'accueil du cinéma français avec 31,0 M€ de recettes, soit plus du tiers (35,2 %) de l'ensemble des recettes d'exportation. L'Amérique du Nord se maintient en seconde position en termes d'exportation du cinéma français. Avec 15,2 M€ de recettes cumulées en 2020, la zone enregistre une forte baisse avec 47,0 % de moins qu'en 2019.

L'Asie conserve en 2020 sa troisième place et observe la baisse des recettes la plus mesurée (-9,1 %) à 13,4 M€, contre 14,7 M€ en 2019.

Les autres zones géographiques occupent en 2020 une position plus limitée sur le marché de l'exportation du cinéma français. Seules les recettes diverses (dont plateformes VàD/VàDA monde) affichent une forte hausse de leur part en 2020 à 10,8 % de l'ensemble des recettes (6,6 % en 2019).

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2020 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclut le territoire « Etats-Unis + divers monde ». La zone « divers » inclut les ventes VàD/VàDA monde.
Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : une déconcentration du secteur qui continue

En 2020, la déconcentration du marché de l'exportation se confirme. Comme en 2019, les trois premières sociétés d'exportation captent moins de la moitié (45,1 %) des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger en 2020 (64,2 % en 2011).

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *L'exportation des films français en 2020*
- les séries statistiques sur l'exportation des films

Les ventes de courts métrages français à l'étranger en 2020

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.

Niveau record des recettes à l'exportation des courts métrages

La crise sanitaire n'a pas eu d'impact négatif sur l'exportation des courts métrages français à l'étranger. Le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français est en progression en 2020 à 722,3 K€ (+18,3 % par rapport à 2019), soit un niveau record au regard de la décennie. Le nombre de transactions est également en forte croissance pour atteindre 2 709 en 2020 (+43,1 % par rapport à 2019). 1 126 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction en 2020 (808 en 2019), dont 93,7 % sont des productions majoritairement françaises.

La crise sanitaire n'a pas d'impact négatif sur l'exportation des courts métrages français dont le chiffre d'affaires augmente de 18,3 % par rapport à 2019 à 722,3 K€

La fiction redevient le premier genre auprès des acheteurs étrangers de courts métrages

Après deux années consécutives de baisse, la part de marché en recettes du court métrage de fiction est en forte progression à 58,4 % en 2020, contre 43,2 % en 2019. L'animation retrouve sa deuxième place en termes de recettes en 2020 (36,9 % en 2020, contre 51,3 % en 2019). Elle demeure toutefois le premier genre en nombre de transactions (56,2 % en 2020), devant la fiction (37,5 % en 2020). Le documentaire de création et l'expérimental représentent 4,7 % des recettes générées en 2020 et 6,2 % des transactions.

En 2020, la première place du palmarès de l'exportation des courts métrages français à l'étranger est occupée par la fiction *Nefta Football Club* de Yves Piat, en termes de chiffre d'affaires et le film d'animation *Hors piste* de Léo Brunel, Oscar Malet, Loris Cavalier et Camille Jalabert, en nombre de transactions. Les premières places du classement, en chiffre d'affaires ou en nombre de transactions, sont occupées par des œuvres produites au cours des trois dernières années.

Les droits combinés représentent la majorité du chiffre d'affaires à l'exportation

En 2020, les droits combinés composent 52,0 % du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français alors qu'ils ne totalisent que 13,3 % des transactions. L'exploitation en salles de cinéma, deuxième source de revenus du court métrage à l'exportation atteint 19,9 % du chiffre d'affaires et 49,5 % des transactions. Les droits d'exploitation en vidéo à la demande n'ont cessé de progresser au cours de la décennie que ce soit en termes de chiffre d'affaires (18,5 % en 2020, soit +11,5 points par rapport à 2011) ou de transactions (31,1 % en 2020, soit +25,3 points par rapport à 2011).

L'Europe occidentale, première zone d'exportation des courts métrages français

En 2020, bien qu'en diminution, l'Europe occidentale reste la première zone d'exportation avec 41,1 % du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français et 42,6 % des transactions. Au sein de l'Europe occidentale, le Royaume-Uni est le premier pays importateur avec 201 transactions pour 111,1 K€ de chiffre d'affaires. L'Amérique du Nord prend la deuxième place du classement (14,1 % du chiffre d'affaires et 23,8 % des transactions) devant l'Europe centrale et orientale.

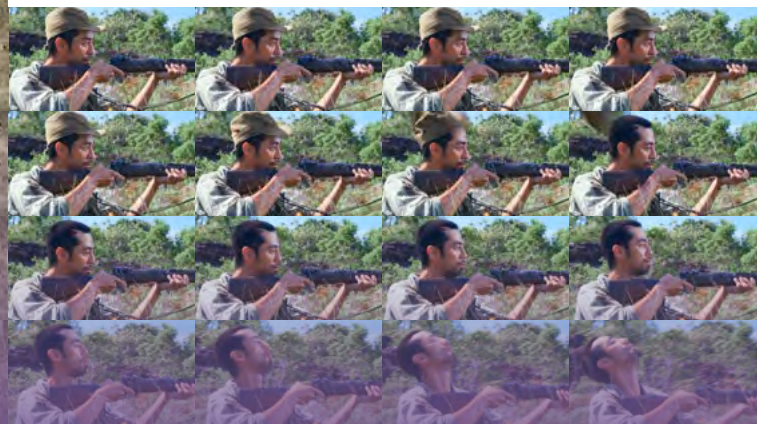
Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *Le marché du court métrage en 2020*
- les séries statistiques sur le court métrage

En 2021 : **17 millions**
d'entrées pour les films français à l'étranger (estimation)
(+5 % par rapport à 2020)

3,8 millions
pour *The Father*

1,2 million
pour *Pinocchio*

0,9 million
pour *Bigfoot Family*



5.3
Les films français en salles et en VàDA 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. 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 2021 présentées ici sont arrêtées à février 2022 et couvrent 80 territoires. Ces données sont provisoires et non exhaustives (résultats consolidés disponibles à l'automne). Afin de limiter les biais de comparaison, les évolutions sur un an dans le texte sont rapportées aux données provisoires 2020, arrêtées en février 2021. Elles sont par conséquent susceptibles de varier par rapport aux données consolidées.

Une fréquentation internationale qui peine à retrouver ses couleurs d'avant pandémie

Comme l'année 2020, l'année 2021 a été largement impactée par les fermetures de salles dans la plupart des pays en raison de l'épidémie de Covid-19 à travers le monde. Contrairement à la fermeture brutale et simultanée causée par les premiers confinements nationaux en 2020, les séquences d'ouverture et de nouvelles mesures de restriction se sont alternées en 2021, en fonction de l'évolution de la situation sanitaire locale. A la réouverture des salles européennes au printemps 2021 a ainsi succédé un durcissement des mesures en Amérique latine et en Asie, suivies de nouvelles fermetures en Océanie à la fin de l'été. Dans ce contexte perturbé, la fréquentation des films français à l'international reste à un bas niveau en 2021, à 14,8 millions d'entrées (+8,5 % par rapport aux données provisoires de 2020) pour 91,4 M€ de recettes.

Le nombre de films français sortis dans les salles à l'international est toutefois en hausse en 2021 mais demeure largement en-dessous du niveau pré-pandémique, avec 719 films, contre 611 en 2020 (869 en 2019) en prenant en compte les continuations et les fins d'exploitation, ce qui représente 1 527 sorties (inédites ou ressorties), contre 1 398 en 2020 (2 836 en 2019).

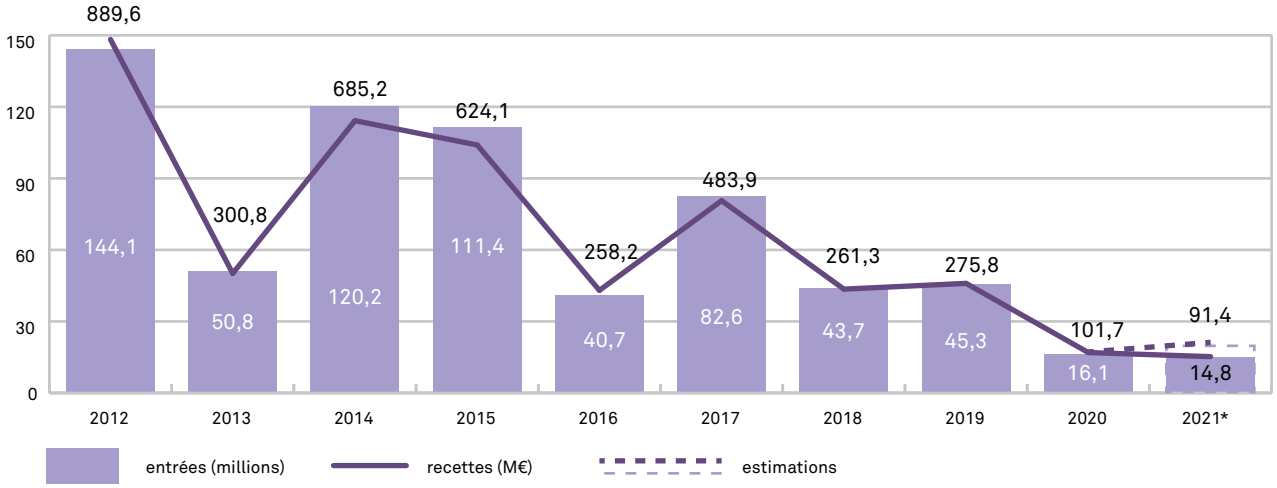
Avec 7,3 millions d'entrées en 2021 (-23,2 % par rapport aux données provisoires de 2020), la fréquentation des productions majoritairement françaises représente près de la moitié (49,5 %) des entrées globales de l'année.

Une baisse du nombre de films à plus de 100 000 entrées

Le nombre de films français totalisant plus de 100 000 entrées à l'étranger en 2021 baisse une nouvelle fois à 24 films, contre 28 films en 2020 (68 en 2019). Le nombre de films qui cumulent plus d'un million d'entrées demeure en revanche stable (2 films en 2021, comme en 2020).

Le recul du nombre de films à plus de 100 000 entrées et la hausse de la fréquentation des films français à l'international entraîne un accroissement de la concentration des entrées sur quelques films. En 2021, les cinq plus grands succès français représentent près de la moitié (48,4 %) des entrées globales du cinéma français dans les salles étrangères (34,4 % en 2020).

Entrées et recettes guichets des films français à l'étranger



*Données 2021 non exhaustives et provisoires"
Source : UniFrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Près de la moitié des entrées réalisées par les films en langue étrangère

Après une année 2020 marquée par une part record des films en langue française (77,6 % des entrées), les films en langue étrangère retrouvent en 2021 une place importante avec près de la moitié (49,7 %) des entrées enregistrées à l'international. L'importance de cette part est principalement liée à deux films, la coproduction anglo-française *The Father* et la coproduction italo-française *Pinocchio*, qui concentrent à eux deux 34,3 % des entrées totales des films français en 2021. Trois autres films récents en langue étrangère intègrent le classement des vingt plus gros succès en 2020 : *le Loup et le lion* (France, Canada), *My Son* (France, Grande-Bretagne, Allemagne) et *la Voix d'Aïda* (Bosnie-Herzégovine, Roumanie, Autriche, Pays-Bas, France, Pologne, Allemagne). Fait exceptionnel, un film de patrimoine en langue étrangère (*Cinema Paradiso* de Giuseppe Tornatore), qui bénéficie d'une sortie inédite dans les salles chinoises en 2021, s'impose en cinquième position du classement des films français les plus vus.

Diversité des films français à l'international

Deux films français parviennent à dépasser le million d'entrées (deux en 2020, sept en 2019) : *The Father* (3,8 millions d'entrées) et *Pinocchio* (1,2 million d'entrées). Les productions majoritairement françaises conservent en 2021 une place importante dans le top 20 annuel : comme en 2020, 15 films sont des productions majoritaires.

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 (*Bigfoot Family*, *le Tour du monde en 80 jours*, *Yakari, le film*), des comédies (*Kaamelott – Premier Volet*, *le Sens de la famille*), des drames (*The Father*) ainsi que d'autres genres moins représentés comme le biopic avec *Eiffel* ou le fantastique / horreur / science-fiction avec *Pinocchio* et *Titane*.

Les 10 premiers films français en termes d'entrées à l'étranger en 2021

	titre	nombre de territoires	entrées
1	*The Father*	58	3 845 804
2	*Pinocchio*	27	1 245 669
3	*Bigfoot Family*	36	908 113
4	*Le Tour du monde en 80 jours*	17	631 582
5	*Cinema Paradiso*	4	545 784
6	*Le Loup et le lion*	16	499 838
7	*Titane*	32	377 257
8	*Annette*	43	304 319
9	*Eiffel*	20	302 660
10	*Kaamelott - Premier Volet*	6	281 780

Source : UniFrance.

L'Europe occidentale reste la première zone en termes de fréquentation pour les films français

Pour la sixième année consécutive, l'Europe occidentale est la zone qui enregistre le plus d'entrées pour les films français. Avec 5,79 millions d'entrées en 2021 (-17,3 % par rapport aux données provisoires 2020), la zone capte 39,0 % des entrées du cinéma français, une part en baisse sur un an (50,9 % en 2020). Seule l'Espagne affiche plus d'un million d'entrées dans la zone en 2021 (deux territoires en 2020). Le film d'animation, *le Tour du monde en 80 jours* (283 000 entrées), ainsi que la comédie *Kaamelott – Premier Volet* (207 000 entrées) sont les deux films qui enregistrent le plus d'entrées sur la zone.

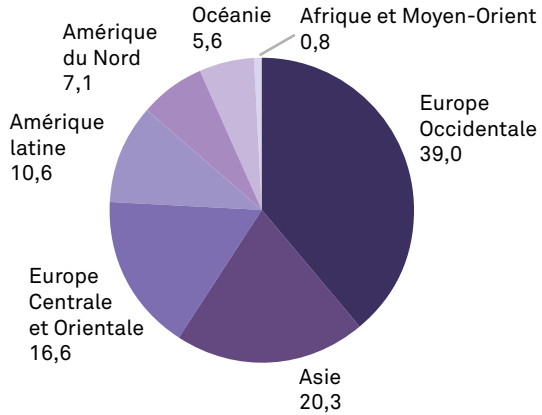
En 2021, l'Asie progresse une nouvelle fois et s'installe en tant que seconde zone de fréquentation du cinéma français avec une forte hausse des entrées, à 3,01 millions (+90,5 % par rapport aux données provisoires 2020), soit 20,3 % de part de marché (13,3 % en 2020). Cette hausse est principalement assurée par la Chine, qui enregistre dix fois plus d'entrées qu'en 2020 (pour seulement six films dont cinq coproductions minoritaires) et devient en 2021 le territoire dans lequel les films français enregistrent le plus d'entrées toutes zones confondues.

L'Europe centrale et orientale rétrograde en troisième position avec un nombre d'entrées en recul à 2,46 millions (-12,5 % par rapport aux données provisoires 2020). La zone représente 16,6 % de part de marché pour le cinéma français à l'international en 2021, une part en baisse sur un an (niveau record de 20,5 % en 2020). Au sein de la zone, seule la Russie dépasse le million d'entrées. Comme en Europe occidentale le film d'animation, *le Tour du monde en 80 jours*, enregistre le plus d'entrées sur la zone (333 000 entrées), suivi des films en langue étrangère *le Loup et le lion* (305 000) et *My Son* (147 000).

Chacune des quatre autres zones (Amérique latine, Amérique du Nord, Afrique et Moyen Orient, Océanie) enregistre moins de deux millions d'entrées en 2021. En Amérique du Nord, marché sévèrement impacté par la fermeture des salles en 2020, le nombre d'entrées augmente de 29,6 % par rapport aux données provisoires 2020 (1,05 million d'entrées). De même, le nombre d'entrées en Amérique latine augmente fortement en 2021 avec 1,58 million d'entrées, soit +90,4 % par rapport aux données provisoires 2020.

En 2021, la Chine est le territoire qui enregistre le plus grand nombre d'entrées pour le cinéma français.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2021 (%)



Source : UniFrance.

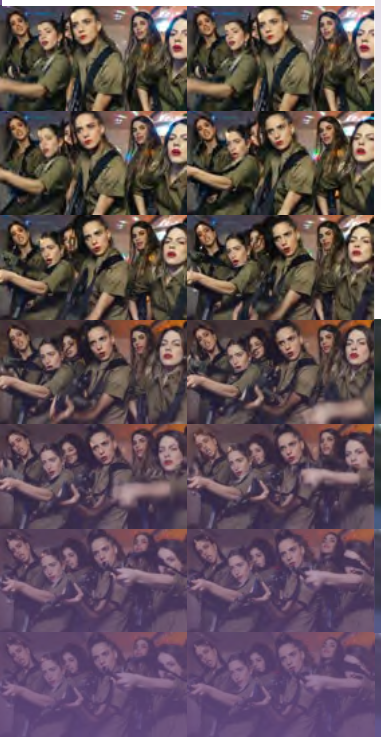
En juillet 2021, les films français représentent 3,1 % de l'offre de films sur les plateformes de VàDA dans le monde.

La France est la quatrième nation la plus représentée sur les services de VàDA à l'international

En juillet 2021, près de 2 900 films français différents sont disponibles sur au moins une plateforme de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) à l'international ce qui fait de la France l'une des cinématographies les plus diffusées à l'international derrière les Etats-Unis (21 458 titres), l'Inde (4 178 titres) et le Royaume-Uni (3 482). Les films français représentent 3,1 % de l'offre de films sur les services de VàDA dans le monde en juillet 2021 (catalogues hors pays d'origine). La France est ainsi la quatrième nationalité représentée, et la première de l'Union européenne devant l'Allemagne (1,9 %) et l'Italie (1,6 %).

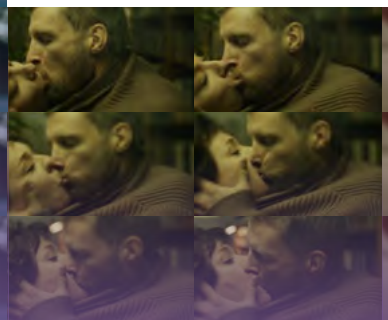
En 2021 : **383,2 millions** d'entrées en Europe
(+28,0 %) dont :

95,5
millions
en France



74,0
millions
au Royaume-Uni

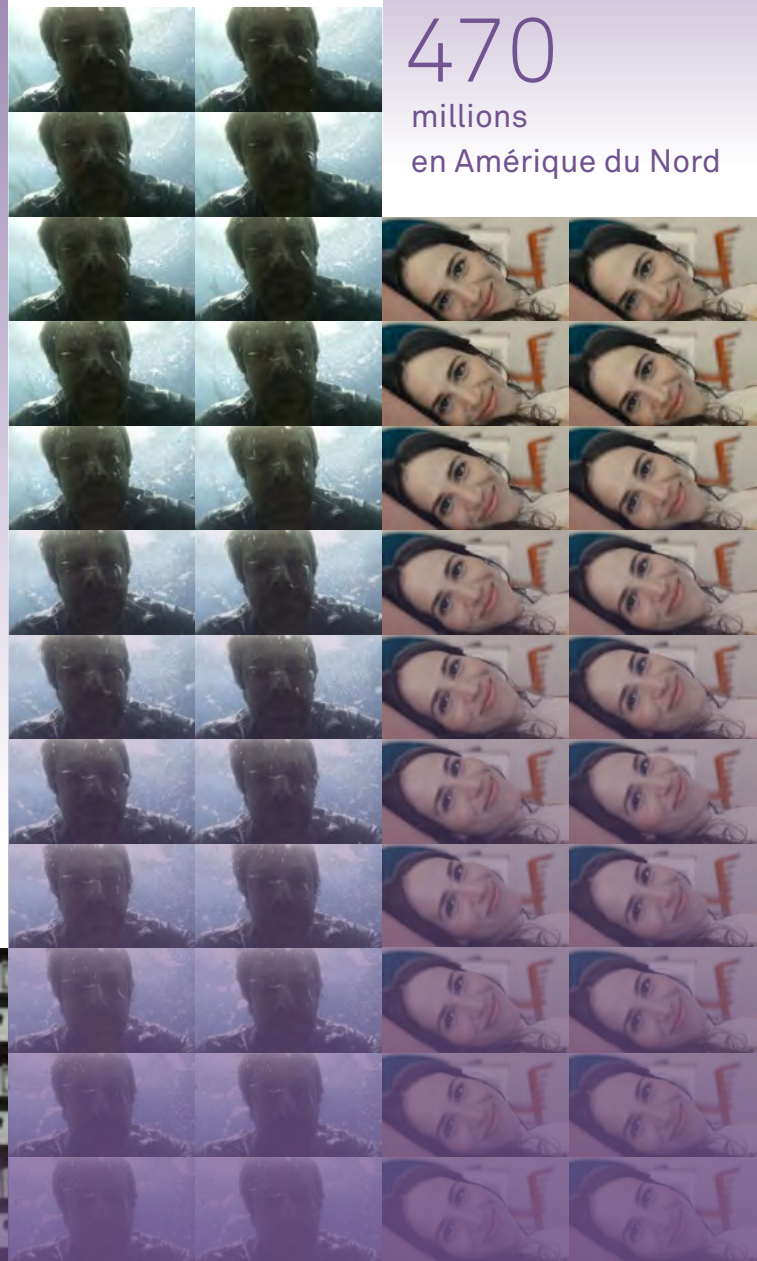
42,1
millions
en Allemagne



41,4
millions
en Espagne

1,17
milliard
en Chine

470
millions
en Amérique du Nord



5.4
Le cinéma dans le monde

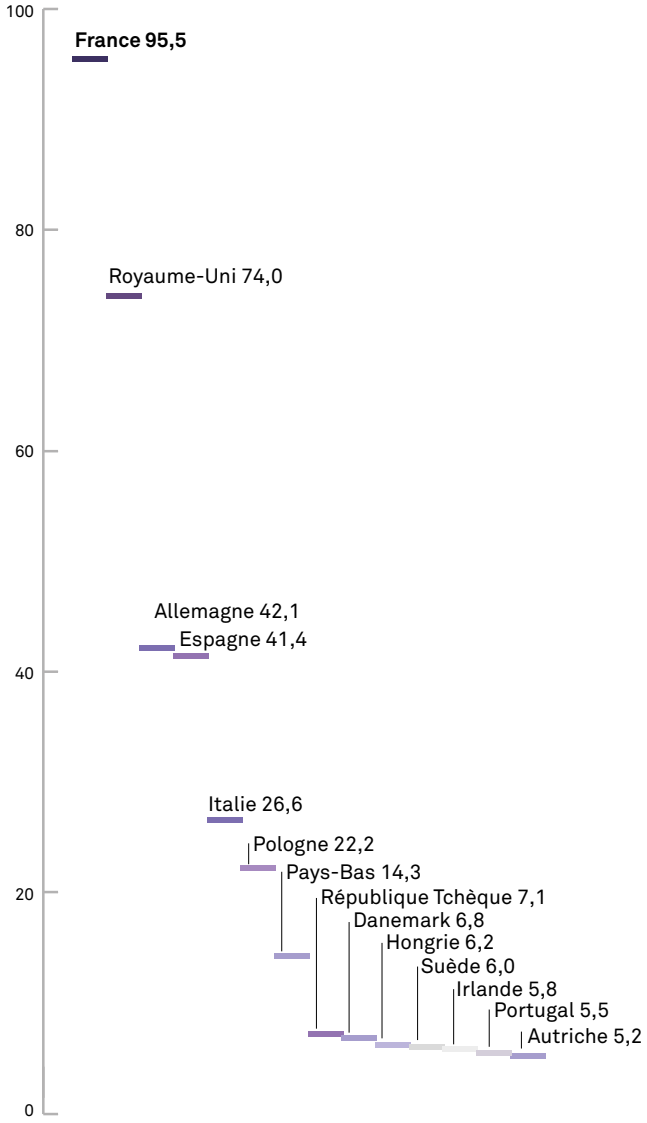
La Chine, premier marché en 2021 pour la deuxième année consécutive

En 2021, selon les premières estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni progressent de 28,0 % pour atteindre 383,2 millions d'entrées. Pour rappel, la fréquentation des salles européennes avait dépassé le milliard d'entrées en 2019 pour la première fois depuis 2004. Parmi les principaux pays européens, c'est au Royaume-Uni que la fréquentation repart le plus nettement (+68,3 %). Elle progresse de 53,5 % en Espagne et de 46,3 % en France. La hausse n'atteint que +10,4 % en Allemagne. En Italie, la fréquentation connaît une nouvelle baisse de 12,2 % en 2021. La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 95,5 millions d'entrées.

En Russie, le nombre d'entrées progresse de 64,2 % et s'établit à 145,7 millions d'entrées en 2021.

Pour la deuxième année consécutive, la Chine est le premier marché mondial en recettes avec 7,4 Md$ (+131,7 % en devise locale), pour un nombre d'entrées de 1,17 milliard. L'Amérique du Nord enregistre une augmentation de 104,5 % de son box-office à 4,5 Md$, pour une fréquentation qui s'élève à 470 millions d'entrées.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni en 2021 (million d'entrées)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Europe

La France, premier marché de l'Union européenne

Les premières estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel indiquent que la fréquentation dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni progresse de 28,0 % en 2021 à 383,2 millions d'entrées, mais reste en recul de 61,9 % par rapport à 2019. La situation est néanmoins très variable en fonction des pays, certains territoires accusant une nouvelle chute de leur fréquentation en 2021.

Avec un nombre d'entrées en hausse de 46,3 %, la France est un des pays européens dont la fréquentation progresse le plus nettement, derrière la Bulgarie (+90,9 %), la Croatie (+77,1 %), le Royaume-Uni (+68,3 %), l'Irlande (+56,0 %) et l'Espagne (+53,5 %). La France demeure le premier marché de l'Union européenne aussi bien en termes d'entrées (95,5 millions) que de recettes (672,4 M€). En cette nouvelle année exceptionnelle, et malgré une baisse de 4,4 points, la France enregistre la troisième part de marché du film national la plus élevée de l'Union européenne avec 40,6 %. Elle se situe derrière la République tchèque (41,9 %) et le Danemark (41,0 %).

La fréquentation sur certains marchés européens connait une nouvelle baisse en 2021, en particulier l'Italie (-12,2 % à 26,6 millions d'entrées) et les Pays-Bas (-14,6 % à 14,3 millions d'entrées), notamment liée à une fermeture plus longue des salles de cinéma en 2021 par rapport à 2020.

Parmi les autres principaux marchés du continent, la hausse des entrées atteint des niveaux très variables : si la fréquentation progresse de 68,3 % au Royaume-Uni à 74,0 millions d'entrées et de 53,5 % à 41,4 millions d'entrées en Espagne, elle connaît une hausse moins marquée en Allemagne (+10,4 % à 42,1 millions).

Les entrées en salles augmentent de 43,8 % au Portugal à 5,5 millions d'entrées et de 29,8 % en Pologne à 22,2 millions.

En Scandinavie, les salles de cinéma ont moins profité de la reprise de l'activité observée dans le reste de l'Europe : alors que la fréquentation progresse de 16,6 % par rapport à 2020 en Norvège et de 6,4 % en Suède, elle est à peu près stable au Danemark (-2,0 %) et recule de nouveau en Finlande (-11,7 %).

Hors de l'Union européenne, la fréquentation diminue de 28,9 % à 12,5 millions d'entrées en Turquie. En revanche, elle progresse de 64,2 % en Russie à 145,7 millions d'entrées.

En 2021, avec le retour en salles des films américains, largement absents en 2020, la part de marché du film national est en baisse dans la majorité des pays de l'Union européenne. En Italie en particulier, après avoir atteint un niveau très élevé en 2020, elle recule nettement : -33,1 points (22,5 %). La part de marché nationale perd 22,8 points en Slovaquie, 15,6 points en Finlande, 14,2 points en Suède, 13,4 points en Allemagne et 8,8 points en Espagne. La baisse est moins prononcée en France où elle recule de 4,4 points. La Pologne est l'un des rares pays dans lesquels elle connaît une hausse : +6,9 points.

Selon les informations disponibles, la part de marché nationale est supérieure à 25 % dans 4 pays en 2021, contre 10 pays en 2020. En Turquie, alors qu'elle avait atteint le niveau exceptionnel de 80,0 % en 2020, la part de marché des films nationaux n'est que de 23,1 % en 2021. La chute est également très importante en Russie : elle passe de 47,9 % en 2020 à 27,2 % en 2021.

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2021

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits[1]	265	114	126[4]	194[4]	268
entrées (millions)	95,5	74,0	42,1	26,6	41,4
évolution (%)	*+46,3*	*+68,3*	*+10,4*	*-12,2*	*+53,5*
prix moyen de la place (€)	7,04	8,52	8,87	7,13	6,04
indice de fréquentation[2]	1,4	1,1	0,5	0,4	0,9
part du film national (%)	40,6	5,0[3]	21,7	22,5	15,7
nombre d'écrans	6 193	4 610	4 931	5 325[4]	3 631
nombre d'écrans pour 100 000 habitants	9,1	6,9	5,9	9,0[4]	7,7

[1] Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires. Allemagne : films 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 de recettes. Films britanniques indépendants uniquement.
[4] Chiffres 2020.
Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIO, ICAA, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Selon les informations de l'Union Internationale des Cinémas, la plupart des pays européens ont continué à fermer leurs salles de cinéma durant les cinq premiers mois de l'année 2021, les réouvertures s'échelonnant de la fin avril (en Suisse par exemple) au début du mois de juillet (en Allemagne et en Italie notamment) avec des conditions de réouverture plus ou moins strictes, allant des mesures de distanciation et de jauges maximales, à l'obligation de présenter un passe vaccinal ou un test anti-Covid négatif. Sur la période 2020-2021, les salles de cinéma françaises ont fermé leurs portes durant 300 jours. La durée de fermeture des cinémas sur les deux années s'échelonne de 208 jours en Suisse à 346 jours en Italie, avec des différences en fonction des régions. En Pologne, la fermeture obligatoire des salles n'a duré que trois mois au total sur le premier semestre 2021, mais dans la pratique, la majorité des salles est restée fermée entre la fin 2020 et le mois de mai 2021. En Suède et en Espagne, si aucune fermeture de salles n'a été obligatoire, celles-ci ont presque intégralement cessé leur activité durant plusieurs mois. Pour la plupart des salles suédoises, la réouverture n'a eu lieu qu'au 1er juin 2021, tandis qu'en Espagne, moins de 50 % des cinémas proposaient des séances en février et mars. De la même manière, en Italie, seulement 55 % des cinémas avaient repris leur activité début juillet.

La fermeture des salles en Europe

	nombre total de jours de fermeture en 2020	nombre total de jours de fermeture en 2021
Pologne	140	104
Suisse	100	108
Royaume-Uni (Angleterre)	136	136
Danemark	85	137
France	**162**	**138**
République tchèque	140	143
Belgique	172	162
Allemagne	121	181
Italie	165	181
Turquie	152	181
Pays-Bas	109	188

Source : Unic (Union Internationale des Cinémas), sélection de pays européens.
Remarque : au sein d'un pays, les dates de fermeture et de réouverture peuvent varier en fonction des régions.

Europe de l'Ouest

Allemagne : une fréquentation en hausse de 10,4 %

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), la fréquentation des salles allemandes progresse de 10,4 % en 2021 à 42,1 millions d'entrées, soit un recul de 64,5 % par rapport à 2019. Parallèlement, les recettes augmentent de 17,4 % à 373,2 M€. Au total, les salles de cinéma du pays auront été fermées pendant 181 jours à l'échelle nationale. Le prix moyen de la place repart à la hausse en 2021 et atteint 8,87 €. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) progresse également, de 10,4 % à 0,5 entrée en 2021 (contre 1,4 entrée par an et par habitant en 2019).

Toutes nationalités confondues, 429 nouveaux films sont sortis sur les écrans allemands en 2021, contre 339 en 2020 et 606 en 2019. Parmi ceux-ci, 191 films allemands (y compris les coproductions minoritaires) ont été distribués en première exclusivité en 2021, contre 150 en 2020 (+27,3 %). Au total, la part de marché des films allemands recule et passe de 35,1 % à 21,7 % en 2021, proche du niveau de 2019 (21,5 %).

Deux films allemands figurent au top 10 en 2021 (un seul en 2020). Il s'agit de *School of Magical Animals* (6e place avec 1,3 million d'entrées) et *Kaiserschmarrndrama* (7e place avec 1,1 million d'entrées). Les trois premiers films au box-office 2021 sont *Mourir peut attendre* (5,9 millions d'entrées), *Spider-Man: No Way Home* (2,6 millions) et *Fast & Furious 9* (2,0 millions).

Le parc de salles allemand compte 4 931 écrans actifs en 2021 (+5 écrans).

Le cinéma en Allemagne

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	200	195	186	181	199	199	198	237	126	nd
écrans	4 617	4 610	4 637	4 692	4 739	4 803	4 849	4 961	4 926	4 931
entrées (millions)	135,1	129,7	121,7	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6	38,1	42,1
indice de fréquentation[2]	1,7	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,3	1,4	0,5	0,5
recettes (M€)	1 033,0	1 023,0	979,7	1 167,1	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0	318,0	373,2
part du film national (%)[3]	18,1	26,2	26,7	27,5	22,7	23,9	23,5	21,5	35,1	21,7
part du film américain (%)[3]	60,8	65,4	62,6	54,5	64,5	63,6	61,8	56,5	45,7	54,7
part du film européen (%)[3]	19,8	6,1	11,7	15,7	11,5	11,2	13,0	17,6	11,3	3,8
part du film français (%)[3]	11,1	3,2	7,2	3,4	2,9	4,1	2,9	3,5	3,0	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.

Le cinéma en Espagne

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021[1]
longs métrages produits[2]	157	207	203	234	241	257	249	239	208	268
écrans	4 003	3 908	3 700	3 588	3 554	3 618	3 589	3 695	3 701	3 631
entrées (millions)	94,2	78,7	88,0	96,1	101,8	99,8	98,9	104,9	27,0	41,4
indice de fréquentation[3]	2,0	1,6	1,9	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	0,5	0,9
recettes (M€)	614,2	506,3	518,2	575,2	602,0	591,3	585,7	614,7	161,0	250,2
part du film national (%)[4]	19,4	14,0	25,5	19,3	18,5	17,4	17,6	15,1	24,5	15,7
part du film américain (%)[4]	59,7	69,6	55,6	62,0	68,1	67,4	64,1	73,5	40,3	60,5
part du film européen (%)[4]	17,6	10,0	14,1	15,9	12,1	13,5	15,0	9,9	15,6	nd
part du film français (%)[4]	6,7	1,2	4,1	3,8	2,2	4,0	2,5	3,0	3,8	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 Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Observatoire européen de l'audiovisuel..

Espagne : une fréquentation en hausse de 53,5 %

Selon l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), alors que l'Espagne faisait partie des pays européens dont les salles avaient été le plus durement affectées par la crise en 2020, le nombre d'entrées dans les salles espagnoles repart nettement à la hausse et progresse de 53,5 % en 2021 pour atteindre 41,4 millions. Les recettes sont également en nette hausse de 55,4 % à 250,2 M€. Après avoir atteint 24,5 % en 2020, la part de marché nationale recule de 8,8 points à 15,7 %. Alors qu'en 2020, c'était un film espagnol qui dominait le classement en nombre d'entrées, le premier film local arrive en troisième position en 2021 selon Comscore. Il s'agit de la comédie *¡A todo tren! Destino Asturias*, qui réunit 1,5 million d'entrées. Elle est devancée par les deux blockbusters américains *Spider-Man: No Way Home* (4,3 millions d'entrées) et *Fast & Furious 9* (1,5 million).

Italie : une fréquentation en recul de 12,2 %

Selon les estimations de la SIAE, la fréquentation des salles de cinéma en Italie est de nouveau en baisse en 2021 : -12,2 % par rapport à 2020 à 26,6 millions d'entrées. Les recettes diminuent également de 6,7 % et s'établissent à 176,9 M€. En 2021, les salles italiennes ont dû rester fermées durant presque quatre mois, mais la majorité ont cessé leur activité pendant tout le premier semestre. En 2021, 353 films inédits sont distribués, soit 106 de plus qu'en 2020. 144 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 26 de plus qu'en 2020.

Au total, d'après les résultats communiqués par l'ANICA et Cinetel sur environ 93 % du marché, la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en très forte baisse par rapport au niveau record de 2020 et passe de 55,6 % à 22,5 % des entrées en 2021. Les films italiens enregistrent ainsi 5,6 millions d'entrées en 2021, contre 15,6 millions en 2020, soit une baisse de 64,4 %. La part de marché américaine gagne 27,8 points et atteint 56,8 % des entrées.

Les cinq premiers films au box-office 2021 sont des productions américaines ou britanniques. Le classement est ainsi dominé par *Spider-Man: No Way Home* avec 2,6 millions d'entrées, suivi par *les Eternels* (1,2 million d'entrées) et *Mourir peut attendre* (1,1 million). Un seul film italien atteint le top 10 en 2021 (*Me contro te - Il mistero della scuola incantata* avec 0,8 million d'entrées), contre cinq films en 2020, dont les trois premiers.

En 2021, les trois premiers distributeurs sont des majors américaines : Warner, avec 25,5 % des recettes, Disney (19,4 %) et Universal (14,1 %).

Le cinéma en Italie

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021[1]
longs métrages produits[2]	150	156	140	135	155	166	176	234	194	nd
écrans	5 197	5 132	5 094	5 053	5 104	5 315	5 205	5 385	5 325	nd
entrées (millions)	100,1	106,7	98,3	106,7	113,8	99,6	91,7	104,4	30,3	26,6
indice de fréquentation[3]	1,7	1,7	1,5	1,7	1,9	1,6	1,5	1,7	0,5	0,4
recettes (M€)	637,1	646,3	600,1	664,3	695,1	619,4	579,5	667,9	189,5	176,9
part du film national (%)[4]	26,5	31,0	27,8	21,4	28,7	18,3	23,2	21,6	55,6	22,5
part du film américain (%)[4]	53,2	53,7	49,7	60,0	55,2	65,2	55,2	64,3	29,0	56,8
part du film européen (%)[4]	18,2	10,8	17,2	15,5	12,8	13,8	20,1	11,8	12,0	18,1
part du film français (%)[4]	7,7	4,0	5,7	4,6	2,1	4,6	3,5	3,8	2,4	1,9

[1] Données provisoires. [2] Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires ayant bénéficié d'un soutien public. [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 ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Pays-Bas : une fréquentation en baisse de 14,6 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, alors que les salles de cinéma néerlandaises avaient connu une chute moins importante de leur fréquentation que la majorité des pays européens en 2020, leur fréquentation baisse de nouveau en 2021 pour s'établir à 14,3 millions d'entrées (-14,6 % par rapport à 2020). Les recettes reculent également de 5,5 % à 143,3 M€. La part de marché des films nationaux progresse néanmoins et atteint 22,9 % en 2021, contre 21,7 % en 2020.

Selon Comscore, le classement est dominé par *Mourir peut attendre* avec 1,7 million d'entrées, suivi de *Fast & Furious 9* (520 000 entrées) et du film local *la Bataille de l'Escaut* (500 000 entrées). Deux autres films néerlandais font partie du top 10 (deux films en 2020).

Portugal : une fréquentation en hausse de 43,8 %

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal repart nettement à la hausse et progresse de 43,8 % à 5,5 millions d'entrées en 2021. Les recettes enregistrées progressent de 48,7 % à 30,6 M€.

En 2021, 233 films inédits sont programmés en salles, soit huit de moins qu'en 2020, dont 103 de nationalité américaine et 91 d'origine européenne, incluant 16 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux reste très faible et passe de 3,5 % en 2020 à 3,0 % en 2021. Les films américains représentent 62,7 % des entrées, contre 63,7 % en 2020 et plus de 70 % les années précédentes.

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions américaines ou britanniques, avec aux premières places *Mourir peut attendre* (440 000 entrées), *Spider-Man: No Way Home* (420 000 entrées) et *Fast & Furious 9* (380 000 entrées).

Royaume-Uni : une fréquentation en hausse de 68,3 %

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques progresse nettement et atteint 74,0 millions d'entrées en 2021, soit une hausse de 68,3 %, une des plus fortes augmentations en Europe. Le box-office au Royaume-Uni est en hausse de 76,4 % en 2021 à 541,9 M£ (630,5 M€). Le prix moyen de la place progresse de 4,9 % et atteint 7,32 £ (8,52 €). Comme dans la plupart des pays européens, les cinémas britanniques ont connu une longue période de fermeture au début de l'année et n'ont pu rouvrir qu'à partir de la mi-mai.

Au total, les films britanniques indépendants représentent 5,0 % du box-office au Royaume-Uni et en Irlande, contre 14,2 % en 2020. Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce aux investissements de studios américains et pour lesquels les principales décisions de productions ne sont pas nationales. Parmi ces films « soutenus » par des studios américains figurent notamment *Mourir peut attendre*, premier au classement et troisième film de tous les temps au box-office local avec 96,6 M£, mais également *Shang-Chi et la légende des dix anneaux*, *Black Widow*, *Venom: Let There Be Carnage*, *Fast & Furious 9* et *les Eternels*, tous dans le top 10. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 41,1 % (46,5 % en 2020). Les deuxièmes et troisièmes places du top 10 sont occupées par *Spider-Man: No Way Home* (84,1 M£) et *Dune* (21,9 M£). Le premier film considéré comme britannique et indépendant par le BFI, *The French Dispatch*, atteint 4,1 M£ de recettes.

Le Royaume-Uni compte 4 610 écrans en 2021.

Le cinéma au Royaume-Uni

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	307	300	284	277	256	255	182	101	143	114
écrans	3 817	3 867	3 909	4 046	4 327	4 512	4 640	4 782	4 682	4 610
entrées (millions)	172,5	165,5	157,5	171,9	168,3	170,6	177,0	176,1	44,0	74,0
indice de fréquentation[2]	2,7	2,6	2,5	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	0,7	1,1
recettes (M£)	1 099,0	1 083,0	1 063,3	1 242,1	1 228,1	1 279,4	1 282,1	1 253,9	307,1	541,9
part du film national (%)[3,4]	9,3	6,6	16,1	10,5	7,4	9,6	13,2	12,9	14,2	5,0
part du film américain (%)[3]	61,3	72,7	65,8	51,1	58,9	57,7	51,3	50,0	nd	nd
part du film européen (%)[3]	4,8	3,0	4,5	2,4	3,2	1,5	1,1	1,1	nd	nd
part du film français (%)[5]	4,3	0,7	1,9	2,0	0,7	1,1	0,4	0,3	0,8	nd

[1] Films 100% britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2021 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, au Royaume-uni et en Irlande. [4] Films britanniques indépendants uniquement. N'inclut pas les films produits avec des investissements américains. [5] En termes d'entrées, au Royaume-Uni et en Irlande.
Source: CNC d' après British Film Institute (BFI), UK Cinema Association, UniFrance.

Suisse : une fréquentation en hausse de 26,9 %

D'après les chiffres communiqués par l'association des exploitants et distributeurs suisses de films ProCinema, les entrées dans les salles de cinéma suisses sont en hausse de 26,9 % pour atteindre 5,6 millions d'entrées en 2021. La Suisse alémanique, qui représente 65,1 % des entrées du pays enregistre une hausse moins prononcée de 13,9 % par rapport à 2020. En Suisse romande, les entrées progressent de 49,1 % à 1,8 million d'entrées. Parallèlement, sur l'ensemble du territoire, les recettes s'établissent à 87,9 millions de francs suisses (81,3 M€), soit une hausse de 26,9 %. Le prix moyen de la place s'établit à 15,8 francs suisses (14,6 €).

Les films suisses génèrent 0,3 million d'entrées pour une part de marché de 4,6 %, en recul de 9,3 points par rapport au record de 2020. Les films français rassemblent 10,9 % des entrées en Suisse (11,6 % en 2020), derrière les Etats-Unis avec une part de marché de 71,0 % (52,2 % en 2020). L'intégralité du top 10 en entrées de l'année 2021 est occupé par des productions britanniques ou américaines, alors que c'était un film suisse qui dominait le classement en 2020. Ainsi, en 2021, les premières places sont occupées par *Mourir peut attendre* (830 000 entrées), *Spider-Man: No Way Home* (290 000 entrées) et *Fast & Furious 9* (240 000 entrées).

En 2021, la Suisse compte 605 écrans, dont 421 en Suisse alémanique (69,6 %) et 160 en Suisse romande (26,4 %).

Europe de l'Est

Pays baltes : une fréquentation en recul en Lettonie, en Estonie et en Lituanie

Dans les trois pays baltes, la fréquentation diminue de nouveau en 2021. En Lettonie, la baisse est la plus prononcée et atteint -44,0 % à 0,5 million d'entrées pour une part de marché nationale en recul également à 15,8 % (-4,1 points par rapport à 2020). En Estonie, le nombre d'entrées en salles recule de 23,0 % en 2021 et s'établit à 1,4 million d'entrées. La part de marché des films estoniens diminue fortement et passe de 26,7 % en 2020 à 14,2 % en 2021. Enfin en Lituanie, la fréquentation des salles de cinéma baisse de 12,8 % à 1,3 million d'entrées, avec une part de marché du film local également en net recul à 6,2 % (-15,7 points par rapport à 2020).

En Estonie et en Lettonie, c'est *Mourir peut attendre* qui domine le classement, tandis que *House of Gucci* arrive en première place en Lituanie.

Pologne : une fréquentation en hausse de 29,8 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel et Cineuropa, la fréquentation des salles de cinéma polonaises progresse de 29,8 % en 2021 à 22,2 millions d'entrées. Les recettes s'élèvent à 404,8 MPLN (88,7 M€), soit une hausse de 29,4 %. La part de marché des films nationaux augmente et passe de 17,9 % en 2020 à 24,8 % en 2021. Trois des dix premiers films au box-office sont des productions nationales, contre sept en 2020. Le classement est dominé par *Mourir peut attendre* avec 1,6 million d'entrées, devant le film national *Girls To Buy* et la production américaine *Dune*, avec plus d'un million d'entrées chacun.

République tchèque : une fréquentation en hausse de 11,9 %

Selon l'Union tchèque des distributeurs de films, la fréquentation des salles de cinéma tchèques augmente de 11,9 % pour atteindre 7,1 millions d'entrées en 2021. Parallèlement, les recettes progressent de 20,2 % et s'établissent à 1 088,9 millions de couronnes tchèques (42,5 M€). Malgré une baisse de 6,4 points, la part de marché nationale reste à un niveau élevé à 41,9 %. Cinq films nationaux font partie du top 10 en 2021, dont le premier (six films en 2020, dont les cinq premiers). Le classement est ainsi dominé par le film tchèque *Bet on Friendship* (600 000 entrées), devant *Spider-Man: No Way Home* (400 000 entrées).

Roumanie : une fréquentation en hausse de 23,7 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma en Roumanie progresse de 23,7 % à 3,8 millions d'entrées en 2021. Les recettes augmentent plus nettement encore et atteignent 96,9 millions de leus (19,7 M€), soit une hausse de 51,7 %. La part de marché nationale chute néanmoins de 12,3 points et s'établit à 5,8 % en 2021.

Russie : une fréquentation en hausse de 64,2 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des cinémas russes connaît un rebond particulièrement marqué en 2021 et atteint 145,7 millions d'entrées, soit +64,2 % par rapport à 2020, une des reprises les plus importantes en Europe. La fréquentation y est cependant en recul de 33,6 % par rapport à 2019. Les recettes progressent de 78,0 % en devise locale pour atteindre 40,7 Mds de roubles (467,0 M€). Au total, les salles russes ont peu fermé en 2021, les seules fermetures obligatoires ayant été décidées localement et sur des durées limitées.

En 2021, la part de marché du cinéma russe atteint 27,2 %, en nette baisse par rapport à 2020 (47,9 %), mais à un niveau qui reste élevé par rapport à la période 2012-2016 (moins de 20 %).

Selon Comscore, deux films nationaux font partie du top 10 en entrées, dont le premier au classement, le film d'aventures *The Last Warrior: Root Of Evil* (distribué par la filiale locale de Disney), qui réunit 7,2 millions d'entrées. Le podium est complété par les blockbusters américains *Venom: Let There Be Carnage* et *Spider-Man: No Way Home*, avec respectivement 6,4 millions et 5,8 millions d'entrées.

Le cinéma dans la Fédération de Russie

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	69	66	99	115	112	135	124	167	106	nd
écrans	3 100	3 479	3 829	3 994	4 376	4 805	5 341	5 597	5 337	nd
entrées (millions)	157,0	177,1	176,0	174,0	192,8	212,1	200,6	219,4	88,8	145,7
indice de fréquentation[2]	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,5	1,4	1,5	0,6	1,0
recettes (M$)	1 200	1 370	1 150	716	726	912	803	847	315	552
part du film national (%)[3]	16,1	18,4	18,7	17,9	18,1	23,8	28,5	23,1	47,9	27,2
part du film américain (%)[3]	69,1	66,9	78,3	54,7	58,8	59,6	54,6	56,8	28,0	nd
part du film européen (%)[3]	3,7	nd	nd	26,8	23,0	16,4	15,8	20,1	21,6	nd
part du film français (%)[3]	4,4	1,5	4,1	4,9	4,5	6,2	4,5	6,8	2,4	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 Neva Film, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Scandinavie

Danemark : une fréquentation en recul de 2,0 %

Selon les données du Danish Film Institute et de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées en salles s'établissent à 6,8 millions en 2021, soit un niveau quasiment stable par rapport à l'année 2020 (-2,0 %), alors que la chute de la fréquentation en 2020 dans le pays avait été la moins forte de l'Union européenne. Les recettes totales progressent de 5,5 % en 2021. Malgré une baisse de 9,0 points, la part de marché du cinéma national reste élevée à 41,0 %, soit le deuxième plus haut niveau enregistré après 2020 (50,0 %). En 2021, cinq films danois font partie du top 10 en entrées, dont le deuxième film au classement (six films en 2020, dont les quatre premiers) : le film d'animation *Checkered Ninja 2*, qui réunit 930 000 entrées. Comme dans l'ensemble des pays scandinaves, le top 10 est dominé par *Mourir peut attendre* (1,1 million d'entrées). Le blockbuster fait partie des 12 films à avoir dépassé le million d'entrées dans l'histoire du box-office danois.

Finlande : une fréquentation en recul de 11,7 %

D'après les premiers résultats issus de la Finnish Film Foundation, la fréquentation des salles de cinéma finlandaises est de nouveau en recul en 2021 et s'établit à 3,4 millions d'entrées, soit une baisse de 11,7 % par rapport à 2020. Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la Finlande fait partie des sept pays de l'Union européenne ayant connu une nouvelle baisse de leur fréquentation de plus de 10 % en 2021. Les recettes sont néanmoins stables à 43,5 M€ en 2021 (-0,2 % par rapport à 2020). Après une année 2020 exceptionnelle, la part de marché du cinéma national chute de 15,6 points à 25,2 %. Quatre films locaux font ainsi partie du top 10 (six films en 2021). Le classement est dominé par *Mourir peut attendre* (620 000 entrées), nettement devant *Dune* (170 000 entrées).

Norvège : une fréquentation en hausse de 21,6 %

Selon l'organisation Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège progresse de 16,6 % à 5,7 millions d'entrées en 2021, pour des recettes en hausse de 21,6 % à 678,4 millions de couronnes norvégiennes (66,7 M€). La part de marché des films nationaux reste à un niveau très élevé à 30,1 % des entrées (35,7 % en 2020, record historique). La part de marché américaine atteint 59,0 % en 2021, contre 49,1 % en 2020 et autour de 65 % les années précédentes. *Mourir peut attendre* domine le classement avec 670 000 entrées, devant deux films locaux, seuls titres norvégiens du top 10. En 2020, cinq films nationaux faisaient partie des dix premiers.

Suède : une fréquentation en hausse de 6,4 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma suédoises progresse de 6,4 % à 6,0 millions d'entrées en 2021. Si aucune fermeture de salles n'a été obligatoire, celles-ci ont quasi-intégralement cessé leur activité durant plusieurs mois.

La part de marché du cinéma national recule de 14,2 points et s'établit à 12,6 % des entrées totales en 2021. Un seul film suédois fait partie des dix premiers au box-office, à la cinquième place. Le classement est dominé par *Mourir peut attendre* (810 000 entrées), suivi de *Spider-Man: No Way Home* (450 000 entrées) et *Dune* (280 000 entrées).

Turquie

Une fréquentation en recul de 28,9 %

Selon les résultats communiqués par Antrakt Sinema, la fréquentation des salles de cinéma turques diminue de nouveau en 2021. Le nombre d'entrées en salles baisse de 28,9 % par rapport à 2020 et s'établit à 12,5 millions. Les recettes correspondantes connaissent un recul moins prononcé de 5,7 % à 285,3 millions de livres turques (27,1 M€). La part de marché du cinéma national, traditionnellement très élevée en Turquie et qui atteignait 80,0 % des entrées en 2020 tombe à 23,1 % en 2021. Selon Comscore, le top 10 au box-office national ne compte qu'un seul film turc (à la cinquième place), alors qu'il était intégralement composé de films locaux en 2020. Le podium est occupé par trois productions américaines : *Spider-Man: No Way Home* (2,0 millions d'entrées), *Fast & Furious 9* (960 000 entrées) et *Dune* (610 000 entrées).

Le parc de salles de cinéma turc recule fortement et passe de 2 819 écrans en 2020 à 2 200 écrans en 2021. 400 établissements sont actifs en 2021, soit 67 de moins qu'en 2020.

Amérique du Nord

Une fréquentation multipliée par 2

Selon les chiffres présentés par la Motion Picture Association (MPA), les entrées dans les salles nord-américaines (Etats Unis + Canada) doublent en 2021 et atteignent 470 millions, contre 240 millions en 2020 (+95,8 %), un niveau qui reste en recul de 62,1 % par rapport à 2019 (1,24 milliard d'entrées). L'indice de fréquentation remonte à 1,3 entrée annuelle par habitant en moyenne en 2021, contre seulement 0,7 en 2020, mais loin des 3,5 entrées par habitant de 2019. Les recettes progressent de 104,5 % par rapport à 2020, en baisse de 60,5 % par rapport à 2019. Elles s'élèvent à 4,5 Md$ (3,8 Md€), contre 2,2 Md$ (1,9 Md€) en 2020.

Dans les villes de New York et de Los Angeles, qui constituent les deux principaux marchés cinématographiques du pays et qui à ce titre conditionnent les stratégies de distribution sur le territoire, les cinémas ont pu rouvrir très progressivement à partir du mois de mars. En conséquence, les salles nord-américaines sont restées largement fermées lors du premier trimestre 2021, notamment celles des grands circuits, pour ne rouvrir que partiellement et par étape à partir du mois de mars, et avec de nombreuses restrictions. A la mi-mars 2021, environ 50 % des salles de cinéma avaient repris leur activité.

Le nombre de nouveaux films sortis repart à la hausse en 2021 et s'établit à 370 titres, contre 319 en 2020 (+16,0 %) et 860 en 2019 (-57,0 %), dont neuf en 3D (trois en 2020 et 33 en 2019). Les majors assurent la distribution de 96 films (en incluant les ressorties) en 2021 (60 en 2020). Les indépendants distribuent 291 films en 2021, contre 278 en 2020. Par rapport à 2019, le nombre de films distribués par les indépendants est en recul de 66,3 %. Le recul est moins marqué pour les films distribués par les majors : -22,6 % par rapport à 2019. Selon Comscore, six sociétés de distribution enregistrent plus de 200 M$ de recettes en 2021 (quatre en 2020) : Sony, Disney, Universal, Warner Bros, United Artists Releasing (distributeur nord-américain de *Mourir peut attendre* notamment) et Paramount. En particulier, les cinq majors (Sony, Disney, Universal, Warner Bros, Paramount) concentrent 78,0 % du box-office américain en 2021 (71,8 % en 2020). Le classement des films est dominé par *Spider-Man: No Way Home* (Sony) pour un box-office total de 573,0 M$. *Shang-Chi et la légende des dix anneaux* (Disney, 224,5 M$) et *Venom: Let There Be Carnage* (Sony, 212,6 M$) complètent le podium. Au total, 13 films dépassent les 100 M$ de recettes, contre cinq en 2020 et 29 en 2019. En 2021, le marché est un peu moins concentré qu'en 2020 : les cinq premiers films récoltent 30,4 % du box-office, contre 34,8 % en 2020. En 2019, ils rassemblaient 23,5 % des recettes.

En 2021, le marché nord-américain génère 21,1 % des recettes mondiales des films (18,6 % en 2020), une part de marché qui reste en-dessous du niveau d'avant-crise (27,0 % en 2019). Le box-office mondial progresse de 80,5 % par rapport à 2020, mais reste en recul de 49,6 % par rapport à 2019. En particulier, les recettes du cinéma hors Etats-Unis et Canada progressent de 75,0 % par rapport à 2020 pour atteindre 16,8 Md$ (14,2 Md€). L'international, hors Amérique du Nord, représente ainsi 78,9 % des recettes mondiales des films en 2021, contre 81,4 % en 2020. C'est dans la zone Asie / Pacifique que le rebond est le plus marqué avec un box-office en hausse de 87,9 % par rapport à 2020, en recul de « seulement » 38,8 % par rapport à 2019. Il atteint ainsi 10,9 Md$ (9,2 Md€). Dans la zone Europe / Moyen-Orient / Afrique, le box-office progresse de 51,5 % par rapport à 2020 à 5,0 Md$ (4,2 Md€), en baisse de 51,5 % par rapport à 2019.

La production de films américains est repartie à la hausse en 2021 après une année 2020 très fortement impactée par la crise sanitaire : le nombre de films entrés en production en 2021 progresse de 112,9 % à 943 films, plus haut niveau enregistré. 226 films dont le budget estimé est supérieur à 15 M$ (12,7 M€) sont en production en 2021, contre 101 en 2020 et 178 en 2019.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	728	738	707	791	789	812	808	814	443	943
écrans	39 662	40 024	39 956	40 006	40 604	40 246	40 837	41 172	40 998	nd
entrées (milliards)[3]	1 360	1 340	1 270	1 320	1 320	1 240	1 300	1 240	240	470
indice de fréquentation[2,3]	4,1	4,0	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,5	0,7	1,3
recettes (Md$)[3]	10,8	10,9	10,4	11,1	11,4	11,1	11,9	11,4	2,2	4,5
prix moyen de la place ($)	7,96	8,13	8,17	8,43	8,65	8,97	9,11	9,16	9,37	9,57
part du film français (%)[4]	2,2	0,6	1,6	1,1	0,4	0,8	0,3	0,3	0,2	nd

[1] Nombre de films entrés en production durant l'année, incluant les films financés par les plateformes. Chiffre 2021 provisoire.
[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 : une fréquentation en hausse de 58,5 %

Selon les premiers chiffres de l'Institut National du Cinéma et Screen International, la fréquentation des salles de cinéma argentines progresse de 58,5 % à 14,2 millions d'entrées en 2021. Parallèlement, le box-office total progresse très fortement à 5,6 milliards de pesos (49,6 M€), soit +186,9 % par rapport à 2020. Les entrées des films nationaux chutent de 86,3 % à moins de 300 000 entrées, contre 2,2 millions en 2020, pour une part de marché qui passe de 24,5 % en 2020 à 2,1 % en 2021.

En 2021, les dix premiers films en entrées sont des titres américains, avec aux premières places *Spider-Man: No Way Home* (2,4 millions d'entrées), *Fast & Furious 9* (950 000 entrées) et *Venom: Let There Be Carnage* (850 000 entrées).

Brésil : une fréquentation en hausse de 29,6 %

Selon les premiers chiffres communiqués par ANCINE, l'Agence nationale brésilienne du cinéma, la fréquentation des salles de cinéma brésiliennes repart à la hausse et atteint 50,7 millions d'entrées en 2021, soit une augmentation de 29,6 %, mais en recul de 70,6 % par rapport à 2019. Les recettes totales progressent de 40,1 % et atteignent 882,0 millions de réals (138,3 M€).

Les films nationaux génèrent 0,9 million d'entrées en 2021, soit une diminution de 90,0 % par rapport à 2020. Leur part de marché s'établit à 1,8 % des entrées totales, contre 23,0 % en 2020 et 13,3 % en 2019.

Les dix premiers films au box-office sont des productions américaines ou britanniques, avec aux premières places *Spider-Man: No Way Home* (11,9 millions d'entrées), *Fast & Furious 9* (4,0 millions) et *les Eternels* (3,9 millions).

Mexique : une fréquentation en hausse de 76,1 %

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines progresse très fortement et s'établit à 113,6 millions d'entrées en 2021, soit une hausse de 76,1 % par rapport à 2020. Elle reste en recul de 67,5 % par rapport à 2019. Parallèlement, les recettes doublent et atteignent 7,5 Mds de pesos (312,5 M€). 285 films sont sortis sur les écrans mexicains en 2021, soit 62 films de plus qu'en 2020, dont 35,4 % de films américains (29,6 % en 2020). Les 66 films nationaux sortis en 2021 (46 en 2020 et 101 en 2019) ont généré 4,6 millions d'entrées, soit une baisse de 39,5 %, pour une part de marché qui passe de 11,8 % en 2020 à 4,0 % en 2021.

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions américaines ou britanniques. Le classement est dominé par *Spider-Man: No Way Home* (17,9 millions d'entrées), *Fast & Furious 9* (8,0 millions) et *Venom: Let There Be Carnage* (7,7 millions). Un seul film local dépasse le million d'entrées (deux en 2020).

Le cinéma au Mexique

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	112	126	130	140	162	176	186	216	111	nd
écrans	5 303	5 547	5 678	5 977	6 225	6 633	7 024	7 493	7 494	nd
entrées (millions)	229	257	257	296	331	348	332	350	64,5	113,6
indice de fréquentation[2]	2,0	2,2	2,1	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8	0,5	0,9
recettes (M$)	812	932	903	869	817	882	874	989	172	370
part du film national (%)[3]	4,5	10,9	8,5	5,3	8,9	6,1	8,3	9,9	11,8	4,0
part du film américain (%)[3]	86	79	87	84	87	88	87	86	80	nd
part du film européen (%)[3]	4	4	2	8	2	4	3	2	3	nd
part du film français (%)[3]	2,9	0,7	2,2	3,3	0,7	1,5	0,8	0,6	0,7	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 Canacine, IMCINE, UniFrance.

Asie

Chine : une fréquentation en hausse de 113,0 %

Selon les résultats communiqués par l'Administration chinoise du cinéma (China Film Administration), la fréquentation des salles de cinéma chinoises repart fortement à la hausse et atteint 1,17 milliard d'entrées en 2021, soit une hausse de 113,0 % par rapport à 2020 et en baisse de 32,5 % par rapport à 2019. Parallèlement, les recettes progressent de 131,7 % en devise locale à 47,3 Md¥ (6,2 Md€). Elles restent en recul de 26,5 % par rapport à 2019. Le marché chinois demeure néanmoins pour la deuxième année consécutive le premier marché cinématographique mondial, devant l'Amérique du Nord. En 2021, de nombreuses salles situées dans des régions considérées comme à risque élevé de propagation du virus ont dû fermer leurs portes durant plusieurs mois, tandis que d'autres ont dû limiter leur capacité maximale d'accueil.

Comme en 2020, l'année a été particulièrement forte pour les films locaux : la part de marché des films chinois en termes de recettes atteint un niveau historique à 84,5 % des recettes totales, soit une hausse de 0,8 point par rapport à 2020 et de 20,4 points par rapport à 2019.

Huit des dix premiers films au box-office sont des productions nationales (l'intégralité du top 10 en 2020). En particulier, le classement est dominé par le film de guerre chinois *The Battle at Lake Changjin* (899 M$), qui établit un nouveau record et devient le premier film dans l'histoire du box-office chinois. Le film atteint la deuxième place au box-office mondial en 2021 avec 902 M$ selon Boxoffice Pro, derrière *Spider-Man: No Way Home* (1,2 Md$). En 2020, c'était un film chinois qui dominait le classement mondial (*The Eight Hundred* avec 461 M$ de recettes). Le podium 2021 est complété par les comédies locales *Hi Mom* (822 M$) et *Detective Chinatown 3* (686 M$), qui atteignent les troisième et sixième places au box-office mondial de l'année. Le premier film étranger arrive en cinquième position : il s'agit de *Fast & Furious 9* avec 217 M$ de recettes. Un autre film américain fait partie du top 10 : *Godzilla vs Kong* en huitième position avec 189 M$. Selon The Hollywood Reporter et Screen International, plusieurs blockbusters américains de 2021 n'ont pas encore obtenu de date de sortie sur le territoire, dont *Black Widow*, *Shang-Chi et la légende des dix anneaux*, *les Eternels* et *Spider-Man: No Way Home*, expliquant la faible part de marché du cinéma américain en Chine, à 12,3 % selon le cabinet Artisan Gateway, contre plus de 40 % au début de la décennie.

Malgré la crise, le parc de salles continue de s'agrandir de 6 667 écrans supplémentaires (+8,8 %). Le parc cinématographique chinois atteint 82 248 écrans, soit le plus grand parc au monde, devant le parc américain. Selon le plan du gouvernement chinois pour le secteur du cinéma, l'objectif est d'étendre le parc de salles national à 100 000 écrans en 2025.

Le cinéma en Chine

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
longs métrages produits[1]	745	638	618	838	944	970	1 082	1 037	650	740
écrans	13 118	18 195	23 600	31 627	41 179	50 776	60 079	69 787	75 581	82 248
entrées (millions)	470	631	830	1 260	1 370	1 620	1 720	1 730	548	1 170
indice de fréquentation[2]	0,4	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2	0,4	0,8
recettes (Md$)	2,7	3,5	3,9	6,8	6,6	8,6	8,9	9,2	3,1	7,4
part du film national (%)[3]	45,0	58,7	54,5	61,6	58,3	53,8	62,2	64,1	83,7	84,5
part du film américain (%)[3]	50,6	40,0	42,3	38,4	41,7	nd	nd	30,0	nd	12,3
part du film français (%)[4]	1,0	1,0	2,2	1,2	0,1	0,8	0,1	0,1	0,1	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, UniFrance.

Corée du Sud : une fréquentation en hausse de 1,7 %

Selon le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma sud-coréennes passe de 59,5 millions en 2020 à 60,5 millions en 2021, soit une légère hausse de 1,7 %. Elle reste ainsi en recul de 73,4 % par rapport à 2019. En 2019, l'indice de fréquentation dans le pays atteignait 4,4 entrées par habitant, un des niveaux les plus élevés au monde, contre 1,1 en 2020 et 2021. Parallèlement, les recettes progressent de 14,5 % à 584 Mds de wons (431 M€).

La part de marché des films sud-coréens, traditionnellement très élevée et à un niveau record en 2020, chute très fortement et perd 39,5 points pour s'établir à 30,1 % en 2021. La part de marché du film national passe ainsi sous la barre des 50 % pour la première fois de la décennie. Pour la première fois en dix ans également, c'est un film non-national qui domine le classement : il s'agit du film *Spider-Man: No Way Home* avec 5,6 millions d'entrées. Il devance le film local *Escape from Mogadishu* (3,6 millions d'entrées). Au total, deux des dix premiers films au box-office sont des productions locales, contre huit films en 2020.

Hong Kong : des recettes en hausse de 125,7 %

D'après les données publiées par Hong Kong Box Office Ltd., les recettes des salles de cinéma ont plus que doublé en 2021 et atteignent 1,21 M$HK (131,6 M€), soit une hausse de 125,7 % par rapport à 2020. Elles restent en baisse de 37,0 % par rapport à 2019. Si les salles de cinéma n'ont fermé que durant 48 jours en 2021, de nombreuses restrictions leur ont été imposées. 278 films font l'objet d'une sortie en salles en 2021 (218 en 2020) dont 46 films locaux (34 en 2020). A l'exception du film local *Anita* à la troisième place, les dix premiers films au box-office sont des productions américaines ou britanniques (contre quatre films en 2020), avec en tête *Spider-Man: No Way Home* (111 M$HK, 12,1 M€) et *Shang-Chi et la légende des dix anneaux* (63 M$HK, 6,9 M€).

Inde : une fréquentation en hausse de 8,0 %

Selon le rapport de EY et FICCI publié en mars 2022, les recettes des salles de cinéma indiennes repartent à la hausse en 2021 et progressent de 57 % à 39 Mds de roupies (0,4 Md€). Elles restent en recul de 66 % par rapport à 2019. La fréquentation des salles indiennes passe de 387 millions d'entrées à 418 millions d'entrées, soit une hausse de 8,0 % (1,46 milliard en 2019). Au total, 757 films sont sortis dans les salles de cinéma indiennes en 2021, un nombre en hausse de 71,7 % par rapport à 2020, mais qui reste très en-deçà du niveau de 2019 (1 833 films), en raison notamment des nombreuses restrictions et confinements qui ont continué à limiter l'activité en 2021.

55 films en anglais sont sortis dans les salles indiennes en 2021, soit 21 films de plus par rapport à 2020. Le box-office des films hollywoodiens progresse très fortement et passe de 0,9 Md de roupies à 5 Mds de roupies (57 M€). Au total, ils représentent 14 % du box-office indien, contre 13 % en 2019, et moins de 5 % en 2020. Avec 84 films sortis en hindi en 2021 (74 films en 2020 et 236 films en 2019), le cinéma de Bollywood représente 19 % du box-office, contre 39 % en 2020 et 46 % en 2019, pour un total de 8,0 Mds de roupies (-35,5 %). La grande majorité des films sortis en Inde sont des films en langues régionales, et notamment les films d'Inde du Sud en télougou (204 titres), en tamoul (152) ou en kannada (84). En 2021, les films d'Inde du Sud représentent la majorité du box-office (59 %, contre 51 % en 2020 et 35 % en 2019). Ils enregistrent un box-office de 19 Mds de roupies, en hausse de 54,5 %.

Alors que l'Inde reste un des pays les moins bien équipés en salles de cinéma, le nombre d'écrans est estimé à 9 423 en 2021, en baisse de 0,5 % par rapport à 2020.

Japon : une fréquentation en hausse de 8,2 %

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, les entrées des salles japonaises progressent de 8,2 % à 114,8 millions d'entrées en 2021, mais restent en recul de 58,9 % par rapport au niveau record de 2019. Parallèlement, les recettes augmentent de 13,0 % à 161,9 Md¥ (1,2 Md€). 32 films locaux dépassent le seuil du milliard de yens (9,1 M€) (21 en 2020), contre seulement cinq films étrangers (quatre en 2020). Le nombre de films distribués au Japon atteint 959 films, soit une baisse de 5,7 % par rapport à 2020, dont environ la moitié de films locaux (51,1 %). Dans plusieurs grandes métropoles japonaises, les salles de cinéma ont dû fermer pendant plusieurs semaines en avril et mai 2021 en raison de l'état d'urgence sanitaire.

Au total, les films japonais génèrent 128,3 Md¥ de recettes en 2021 (+17,4 % par rapport à 2020), soit une part de marché particulièrement élevée à 79,3 %, en hausse de 3,0 points par rapport au niveau déjà très haut de 2020 (76,3 %). A 33,6 Md¥, les recettes engendrées par les films étrangers reculent de 1,3 % par rapport à 2020.

Au total, neuf films japonais font partie du top 10 (sept films en 2020). Les trois premiers titres sont des films d'animation japonais, au premier rang desquels *Shin Evangelion Gekijôban* avec 10,3 Md¥ (79,3 M€). Le premier film non-japonais arrive à la dixième place. Il s'agit de *Fast & Furious 9* (3,7 Md¥, soit 28,3 M€).

Le cinéma au Japon

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
films distribués	983	1 117	1 184	1 136	1 149	1 187	1 192	1 278	1 017	959
écrans	3 290	3 318	3 364	3 437	3 472	3 525	3 561	3 583	3 616	3 648
entrées (millions)	155,2	155,9	161,1	166,6	180,2	174,5	169,2	194,9	106,1	114,8
indice de fréquentation[1]	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3	1,5	0,8	0,9
recettes (Md$)	2,4	2,0	2,0	1,8	2,2	2,0	2,0	2,4	1,3	1,5
prix moyen de la place ($)	15,77	12,76	12,17	10,76	12,04	11,68	11,91	12,30	12,65	12,84
part du film national (%)[2]	65,7	60,6	58,3	55,4	63,1	54,9	54,8	54,4	76,3	79,3
part du film français (%)[3]	1,6	1,1	2,2	1,4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	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.
[3] En termes d'entrées.
Source : Motion Picture Producers Association of Japan, UniFrance.

Océanie

Australie : une fréquentation en hausse de 40,8 %

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 progressent de 50,8 % en 2021 et s'établissent à 605,2 M$A (384,3 M€). La fréquentation est en hausse de 40,8 % à 39,7 millions d'entrées, dans un contexte de réouverture des salles compliqué par de nouveaux confinements imposés dans certaines villes.

513 nouveaux films sont sortis sur les écrans en 2021, un nombre en hausse de 29,7 % par rapport à 2020. 52 films australiens sont sortis en 2021 (39 en 2020), pour une part de marché de 11,8 % du box-office total, soit le niveau le plus élevé en 35 ans. La première place du box-office est occupée par *Spider-Man: No Way Home* avec 55,3 M$A, suivi par *Mourir peut attendre* (34,3 M$A) et *Godzilla vs Kong* (27,9 M$A).

L'Australie compte 2 232 écrans en 2021.

chapitre six

ACTION PUBLIQUE

En 2021 : **799,4 M€** de soutiens du CNC
dont :

184,7 M€ de soutiens exceptionnels liés à la crise sanitaire du Covid-19

247,5 M€
pour le cinéma

247,1 M€
pour l'audiovisuel

120,2 M€
pour les dispositifs transversaux

6.1
Les financements publics

799,4 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 comporte 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.

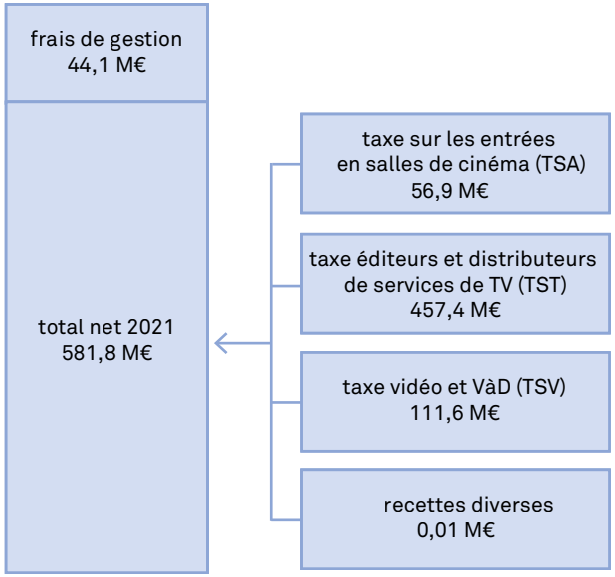
Les dépenses relatives aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia se sont élevées à 614,7 M€ en 2021 (hors mesures exceptionnelles liées à l'épidémie de Covid-19), en progression par rapport à 2020 du fait de la reprise partielle de l'activité qui demeure cependant toujours très affectée par la situation sanitaire (effets sur la fréquentation, restrictions, interruption des tournages, etc.)

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 création et la production d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision et les services de médias à la demande. Le CNC soutient également la création de contenus immersifs et multi-supports (création numérique sur internet, réalité virtuelle, jeu vidéo). 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 régions 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).

La crise sanitaire, tout en démontrant toute la pertinence du fonds de soutien pour répondre aux finalités de la politique publique conduite par le CNC, a nécessité la mise en place de soutiens spécifiques visant à répondre à des objectifs de sauvegarde et de relance des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel mais également à faire face à l'urgence de la situation.

Au total, le soutien du CNC en 2021 s'élève ainsi à 799,4 M€.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC[1]



[1] Exécuté 2021.

Le fonds de soutien du CNC

Le fonds de soutien à périmètre « traditionnel » 2021

Au-delà de l'impact sur le secteur, l'exécution du budget 2021 du CNC demeure, comme en 2020, fortement affectée par la crise sanitaire.
En effet, l'action du CNC est restée tournée vers l'accompagnement des professionnels du secteur vers la sortie de crise, toujours au moyen de mesures d'urgence, de sauvegarde et de relance *(cf. infra)*.
Parallèlement, le CNC a poursuivi l'exercice de ses missions traditionnelles, s'appuyant pour ce faire sur une dotation exceptionnelle de 48,5 M€ de l'Etat au titre de son réarmement financier durant la crise sanitaire, sur des ressources fiscales en hausse par rapport à leur niveau de 2020, ainsi que sur des soutiens automatiques et sélectifs maîtrisés, traduisant les effets des mesures d'économies adoptées avant la crise (plan de transformation audiovisuel et rabot transversal sur les soutiens cinéma). Ces éléments permettent d'assurer l'équilibre budgétaire du Centre en 2021.

En 2021, les soutiens au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia, à périmètre « traditionnel » (hors mesures exceptionnelles liés à la crise du Covid-19, détaillées *infra*), ont ainsi été financés par les taxes du fonds de soutien, par le réarmement financier de l'Etat, par des crédits issus de la réserve numérique et par des compléments de gestion (soutiens échus, reversements sur aides).
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 physique et la vidéo à la demande (TSV). Par ailleurs, des recettes diverses (composées essentiellement des sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par l'Arcom), d'un montant plus modeste, complètent ces financements.

En 2021, le produit brut des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 625,9 M€, en progression de 49 M€ par rapport à 2020 (576,9 M€), année particulièrement touchée par la crise. Le niveau des taxes n'a toutefois pas encore retrouvé son étiage d'avant la crise, qui se situe plutôt autour de 680-690 M€.

Le produit de la TSA s'établit en 2021 à 56,9 M€, soit près du double du niveau enregistré en 2020 (28,5 M€), année marquée par l'exonération de taxe et la fermeture administrative des salles. En 2021, la fermeture administrative du 1er janvier au 19 mai 2021 ainsi que les restrictions sanitaires à l'accès aux salles (passe sanitaire puis vaccinal, interdiction à la vente de produits alimentaires, etc.) limitent fortement le retour à un niveau de fréquentation normal. Le rendement de la TSA demeure donc inférieur de 63 % au produit 2019, dernière année avant la crise (154,4 M€).

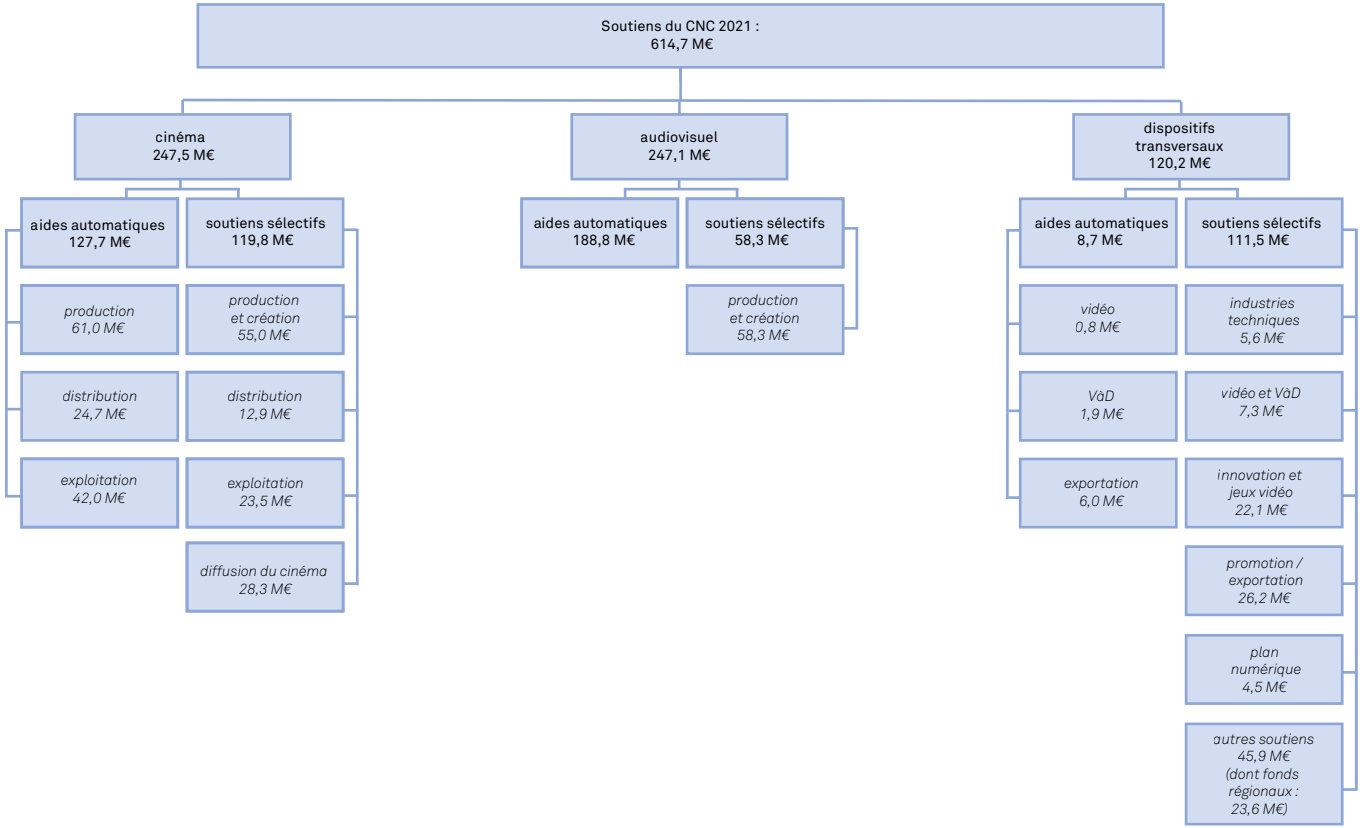
En 2021, le produit total de la taxe sur les services de télévision (TST) s'élève à 457,4 M€, un montant quasi stable par rapport à 2020 (461,1 M€). Le produit de la TST-Editeurs (238,9 M€) progresse légèrement de 2,2 M€, en lien avec une baisse moins forte qu'anticipée du chiffre d'affaires publicitaire. Pour rappel, en 2020, le CNC a autorisé la modulation des acomptes pour les éditeurs fortement touchés par la crise sanitaire (retrait des annonceurs) qui a permis de lisser la baisse du rendement de la TST-E sur les exercices 2020 et 2021, expliquant la faible variation du produit de la TST-E sur ces deux années.

À l'inverse, le produit de la TST-Distributeurs s'établit à 218,5 M€, en légère baisse de 5,9 M€ (-2,6 %), par rapport à 2020 dont le niveau d'encaissements avait été particulièrement fort en raison de la correction de l'assiette déclarée par plusieurs redevables et des régularisations importantes correspondantes. Le chiffre d'affaires 2020 des opérateurs télécom, base des encaissements 2021, n'a pas été affecté par la crise sanitaire et la politique de contrôles menée par le CNC depuis 2017 poursuit ses effets sur les pratiques de fraudes fiscales.
La progression du produit de la TSV se poursuit en 2021 (111,6 M€, soit +24,3 M€ par rapport à 2020). Elle s'explique principalement et comme en 2020, par l'effet dynamique des confinements successifs sur les abonnements aux plateformes de vidéo à la demande.
Net des frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 581,8 M€ en 2021.
En 2021, le montant des soutiens à périmètre « traditionnel » (hors mesures exceptionnelles liés à la crise de Covid-19) s'élève à 614,7 M€. Les générations de soutien automatique représentent 325,1 M€, en lien avec la baisse d'activité des secteurs, et les soutiens sélectifs s'établissent à 289,6 M€, en continuité par rapport aux années antérieures.

Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 35,0 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, ainsi que 3,9 M€ au fonds de garantie de l'IFCIC. Ces montants sont intégralement couverts par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

L'ensemble des soutiens s'élève à 614,7 M€ dont 325,1 M€ de soutien automatique (soit 52,9 % des aides) et 289,6 M€ de soutiens sélectifs (47,1 %)

Soutiens du CNC à périmètre « traditionnel »[1]



[1] Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2021 ; soutiens automatiques : droits générés en 2021.
Afin de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année, ce tableau ne retrace pas les dispositifs autofinancés par leurs propres remboursements, qui représentent, en 2021, un montant total de 38,9 M€. Dans le détail :
- avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 22,9 M€
- avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 12,2 M€ (qui s'ajoutent à 13,8 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) : 3,9 M€.
En effet, pour les avances exploitation et audiovisuelles, inscrire ces dépenses dans le tableau reviendrait 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 2021 du CNC est couverte par le reversement par l'IFCIC des dotations des années précédentes non utilisées.

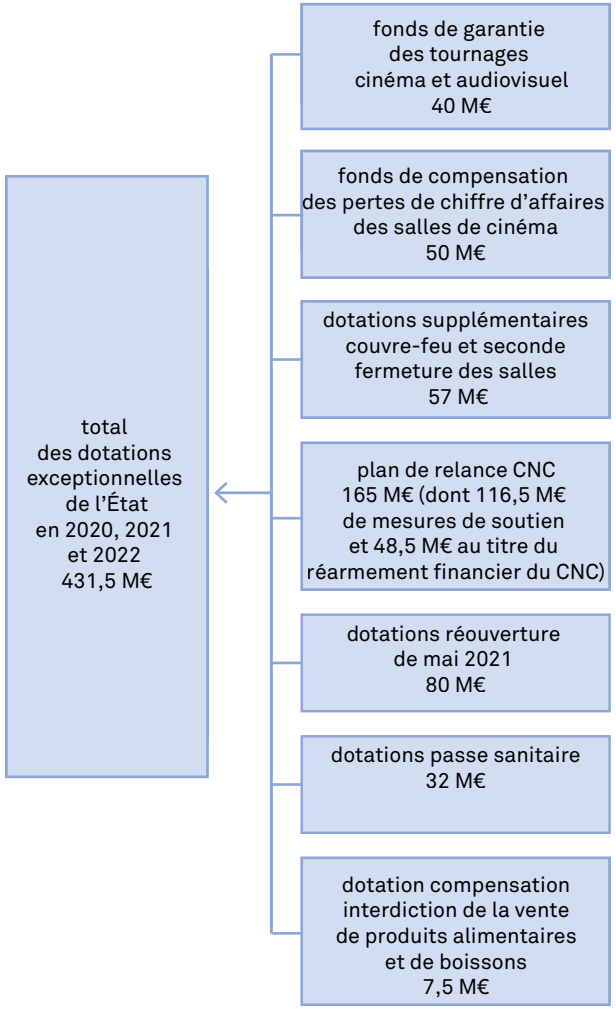
Les mesures exceptionnelles liées à la crise sanitaire

Depuis mars 2020, la priorité d'action du CNC est essentiellement tournée vers l'accompagnement du secteur du cinéma et de l'audiovisuel dans le contexte de crise sanitaire lié à l'épidémie de Covid-19. En effet, face à la crise, le CNC a adapté son action et a déployé des mesures de soutien aux professionnels en 2020, 2021 et poursuivra cet effort en 2022 pour accélérer la sortie de crise des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel.

Après les premières mesures d'urgence en 2020 (mobilisation exceptionnelle du compte de soutien, exonération de TSA, fonds d'aide aux auteurs, versement anticipé des aides et maintien des subventions aux manifestations annulées), le temps du déconfinement et de la réouverture des salles (fonds assurantiel pour la reprise des tournages, majoration de la génération des soutiens automatiques), et le temps de la relance (adoption du plan de relance déployé entre 2020, 2021 et 2022), les vagues épidémiques successives et le durcissement des mesures sanitaires ont conduit le CNC à déployer des mesures de sauvegarde et d'indemnisation pour lesquelles plusieurs dotations de l'Etat ont été allouées en 2020, 2021 et 2022.

Ainsi, l'ensemble des dotations exceptionnelles prévues sur la période 2020-2022 représentent un effort sans précédent de l'Etat en faveur du secteur de 431,5 M€ :
-147 M€ versés en 2020 : 40 M€ au titre du fonds de garantie des tournages d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, 50 M€ de compensation de perte de chiffre d'affaires des salles de cinéma et 57 M€ reçus en fin d'année au titre du regain de l'épidémie et des mesures sanitaires restrictives correspondantes (couvre-feu et non-réouverture des salles de spectacles) ;
-277 M€ versés en 2021 au CNC comprenant la dotation de 165 M€ au titre du plan de relance avec son volet « réarmement financier » du CNC, 80 M€ dédiés à l'accompagnement du secteur au moment de la seconde réouverture des salles en mai 2021 et 32 M€ pour compenser les effets sur la fréquentation en salles de l'introduction du passe sanitaire en juillet 2021 ;
- enfin, la dernière dotation de 7,5 M€ versée en 2022 finance le fonds de compensation des pertes de recettes des exploitants liées à l'interdiction de la vente de produits alimentaires et de boissons entre le 3 janvier et le 16 février 2022.

Dotations exceptionnelles de l'Etat pour faire face à la crise du Covid-19



Source : CNC

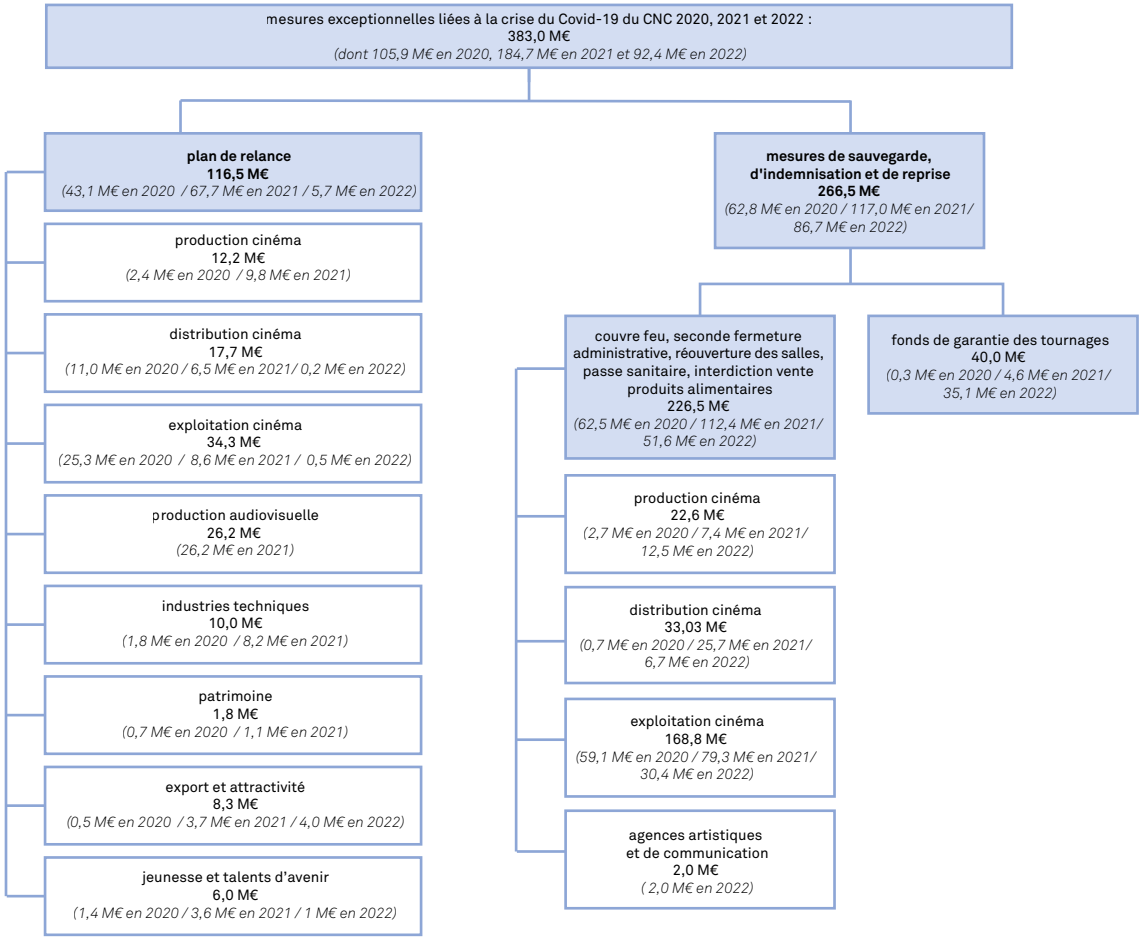
Les mesures à déployer sur les trois exercices 2020-2022 s'élèvent à 383,0 M€ (48,5 M€ étant dédiés au réarmement financier du CNC). En 2020 et 2021, 290,6 M€ ont déjà été alloués aux bénéficiaires, 92,4 M€ restent à attribuer en 2022.

Concernant le plan de relance, dont le détail des mesures figure sur le site du CNC, 43,1 M€ ont été déployés en 2020 et 67,7 M€ en 2021 sur les 116,5 M€ prévus au total. Les 5,7 M€ restant seront engagés en 2022.

Concernant les mesures sectorielles de sauvegarde et d'urgence allouées à la suite des différentes vagues épidémiques et des restrictions sanitaires correspondantes, 62,8 M€ ont été déployés en 2020 et 117,0 M€ en 2021 sur les 266,5 M€ prévus sur les trois exercices 2020-2022. En 2022, certaines des mesures qui n'ont pas pu être engagées en 2021 se poursuivent pour un montant total de 86,7 M€.

L'ensemble des mesures exceptionnelles déployées sur les trois exercices 2020-2022 s'élève à 383,0 M€, dont 290,6 M€ déjà alloués aux bénéficiaires en 2020 et 2021 et 92,4 M€ restant à déployer en 2022.

Soutiens du CNC attribués en 2020, 2021 et 2022 dans le cadre de la crise de Covid-19



Source : CNC

Crise sanitaire : +0,8 Md€ de chiffre d'affaires pour les secteurs audiovisuel et cinéma

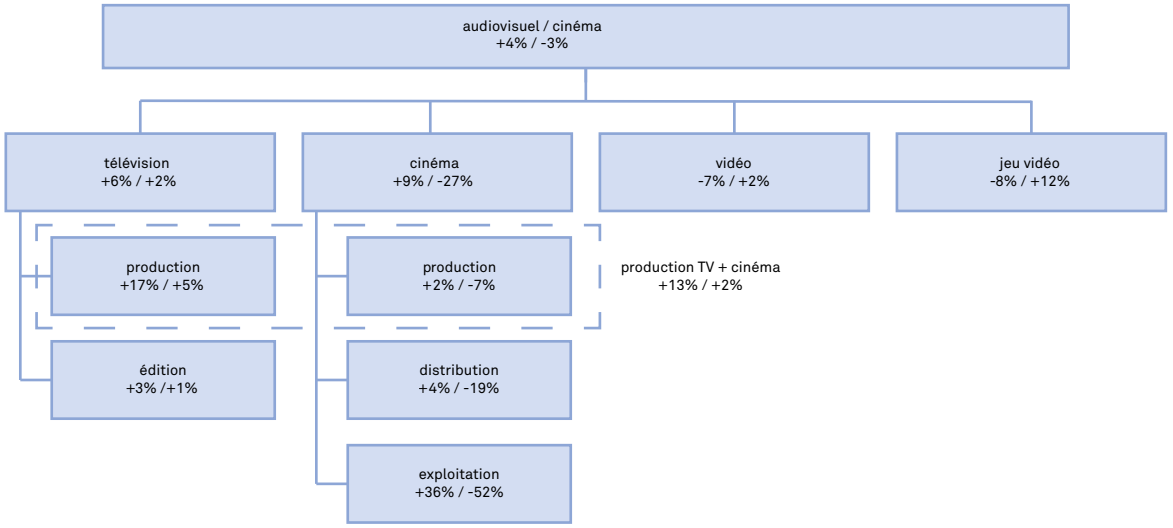
Selon les données du département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la Culture, le chiffre d'affaires des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma augmente de 4 % par rapport à 2020 (+0,8 Md€) en 2021 à 21,3 Md€. Par rapport à 2019, le chiffre d'affaires des secteurs demeure en retrait de 3 %. Le 2e semestre 2021 marque toutefois globalement un dépassement du niveau d'activité d'avant-crise pour l'ensemble des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma (+6 % par rapport à 2019), en raison notamment de la croissance du secteur de la télévision, alors que le chiffre d'affaires des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma était en recul de 12 % au 1er semestre 2021 par rapport à 2019.

Le chiffre d'affaires de la production audiovisuelle (flux et stocks) augmente de 17 % en 2021 (+0,5 Md€ par rapport à 2020) à 3,5 Md€. Par rapport à 2019, le chiffre d'affaires est en croissance de 5 %. Le chiffre d'affaires de l'édition de chaînes de télévision augmente de 3 % par rapport à 2020 (+0,3 Md€) à 10,1 Md€, notamment porté par l'augmentation de la demande des annonceurs et par des gains de part de marché publicitaire par rapport aux autres médias (affichage, cinéma, etc.). Par rapport à 2019, le chiffre d'affaires augmente de 1 %.

Le chiffre d'affaires du secteur de la production cinématographique augmente de 2 % par rapport à 2020 à 1,1 Md€, mais diminue de 7 % par rapport à 2019. Celui de la distribution cinématographique augmente de 4 % sur l'année (+0,1 Md€) à 1,6 Md€ et diminue de 19 % par rapport à 2019. Le chiffre d'affaires de l'exploitation cinématographique, porté par la réouverture des salles, augmente de 36 % sur l'année (+0,2 Md€) à 0,7 Md€ mais diminue de 52 % par rapport à 2019. L'exploitation cinématographique demeure le secteur le plus fortement touché par la crise sanitaire en 2021 et le seul à ne pas avoir retrouvé ou dépassé son niveau d'activité d'avant-crise en fin d'année.

Enfin, le chiffre d'affaires de l'édition et de la distribution vidéo diminue de 7 % en 2021 par rapport à 2020 (-0,1 Md€) à 1,0 Md€, mais augmente de 2 % par rapport à 2019. Celui de l'édition de jeux vidéo baisse de 8 % par rapport à 2020 (-0,3 Md€) à 3,2 Md€, mais augmente de 12 % par rapport à 2019. Ces évolutions pourraient s'expliquer d'une part par la progression de la consommation qui avait été enregistrée conjoncturellement lors des confinements en 2020 et d'autre part par des sorties de jeux décalées (de 2021 à 2022-2023).

Synthèse de l'évolution du chiffre d'affaires des sociétés de l'audiovisuel et du cinéma par secteur en 2021 (par rapport à 2020 / 2019)



Source : CNC/INSEE/MC/DEPS.

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2021.

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 2021
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,9 M€ pour 25 aides à l'écriture, 21 aides à la réécriture et 47 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	3,1 M€ pour 120 projets aidés présentés par 103 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), Gindou Cinéma, Les Prix du scénario (ex prix Sopadin), Vidéadoc, Le Groupe Ouest, Maison du film, So Film, Mille visages, La Cité des scénaristes, La Guilde des scénaristes, le SCA, La Scénaristerie, La fédération des Métiers du scénario, L'Amapa, Cannes Series, Le RECA, Eurodoc, Gindou, Série Séries…			

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	63,20 M€ mobilisés soit 0,69 M€ de règlement de créances, 11,65 M€ d'aide à la préparation[1] et 50,86 M€ d'investissements en production[1] dont 668,5 K€ pour le court métrage (46 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	70 conventions avant réalisation pour 32,7 M€ (dont 2,2 M€ de bonus relance ayant bénéficié à 51 films) et 27 conventions après réalisation pour 2,8 M€
appel à projets de films de genre	producteurs de longs métrages	encourager la diversité des genres au cinéma et élargir la palette narrative des projets proposés	3 conventions pour 1,5 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	515 000 € pour 57 aides apportées
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 7 projets en production aidés pour 1,4 M€ ; 2 projets d'initiative française en développement pour 90 K€ - aide franco-portugaise : 5 projets minoritaires français aidés pour 300 K€ (dont 1 court métrage) - aide franco-tunisienne : 6 projets aidés pour 300 K€ - aide franco-italienne : 7 projets en production aidés pour 364,5 K€ et 4 projets d'initiative française en développement pour 135,5 K€ - Bonus DEENTAL sur le Fonds pour la jeune création francophone (JCF) attribué à 8 projets en 2021 pour un montant de 275 000 € : 5 documentaires et 3 fictions / 1 série et 7 longs métrages
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	7 projets aidés (4 longs métrages et 3 courts métrages) pour un montant de 320 120 €
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	2,9 M€ pour 55 projets (dont 25 projets pas encore chiffrés) : 45 projets soutenus avant réalisation (38 fictions, 5 documentaires de création et 2 animations) et 10 projets soutenus après réalisation (8 fictions et 2 documentaires de création) - Bonus DEENTAL sur l'aide au cinéma du monde attribué à 3 projets en 2021 (dont 1 pas encore chiffré) pour un montant de 120 000 € : 2 documentaires et 1 fiction

[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 2021, parmi les 265 films d'initiative française agréés, 216 font l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 216 films est estimé à 534 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense fiscale) en 2022 estimé à 160 M€. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2021, les films d'initiative française effectuent plus de 90 % de leurs dépenses en France.

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 à moins de 7 M€, 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 2021
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	48 sociétés de distribution ont mobilisé 26,2 M€ sur 179 films. En 2021, 105 films d'initiative française ont bénéficié des bonus pour un montant total alloué de 5,2 M€. Parmi ces films, 60 ont bénéficié du bonus de 50 % et 45 films ont bénéficié du bonus de 25 %.
contribution du CNC à la distribution de films en salles	distributeurs de films en salles	soutenir, en fonction de leurs conditions de diffusion, des œuvres cinématographiques en salles	20 sociétés de distribution représentant 48 films ont bénéficié de cette mesure en 2021 (relative à des sorties en 2020) pour un total de 1,3 M€
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 M€ pour 243 films et 22 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	855 K€ pour 47 films, 11 rétrospectives et 7 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	245 K€ pour 16 films
aides liées à la crise Covid	distributeurs de films en salles	soutenir les sociétés de distribution de films en salles dans le cadre du plan de reprise	- 1 M€ pour 32 sociétés - 730 K€ pour 28 sociétés *Majorations d'aide pour la sortie de films en salles dans le cadre du plan de reprise : 2,12 M€ pour 155 films*

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
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	20,2 M€ mobilisés dont 7,2 M€ sous forme d'avances ; 655 dossiers concernant l'enregistrement de 113,7 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	6,2 M€ pour 38 projets : 37 en métropole et 1 dans les DOM
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	18,4 M€ pour 1 304 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	1,5 M€ pour 44 établissements (31 salles parisiennes et 13 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	76 000 € pour 1 002 circulations de 145 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, l'Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA) pour la Fête du cinéma d'animation, Images en bibliothèques pour le Mois du film Documentaire, Faites des Courts, Fête des Films pour la Fête du court métrage, Film documentaire.fr, la Coordination des Fédérations des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc, Collectif jeune cinéma, Mashup (diffusion de cinéma expérimental), 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).

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 au CNC s'élève à 15,1 M€ en 2021. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation) est de 481 films en 2020.

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 et 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 été pérennisé en 2020 après une phase d'expérimentation. 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 2021, 7,6 M€ de soutien ont été générés au bénéfice de 95 sociétés - le soutien généré à raison des entrées enregistrées en salles correspondant cette année à la moyenne des sommes générées au bénéfice des entreprises de vente à l'étranger en 2018, 2019 et 2020, et deux nouveaux facteurs de génération ayant de surcroît été ajoutés : le soutien généré à raison de la circulation des films en festival, qui confère une dimension plus qualitative, et le soutien généré à raison de leur disponibilité en ligne sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement, donnée nouvellement accessible et exploitée par le CNC. Le plan de relance mis en place par le CNC pour aider les professionnels à faire face aux difficultés engendrées par la crise de Covid-19 a alloué une enveloppe supplémentaire de 1,5 M€.

Conjointement avec le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, le CNC finance Unifrance, 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).

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
aide avant réalisation à la production de courts métrages	réalisateurs ou producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,7 M€ pour 53 films
dont aide à la réécriture de courts métrages	*réalisateurs ou producteurs*	*favoriser la réécriture de scénario*	*24 000 € pour 12 projets*
dont bourse de résidence	*réalisateurs*	*favoriser l'accompagnement des 1er et 2e films*	*126 500 € pour 37 projets*
aide au programme de production de courts métrages – développement et production	producteurs	compléter le financement des projets préachetés par des chaines de télévision et des plateformes numériques	2,8 M€ pour 40 entreprises (aide au programme de production) et 8 entreprises (aide au programme de développement)
allocation directe aux courts métrages audiovisuels	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	2,2 M€ pour 159 films
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	354 000 € pour 47 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	96 500 € pour 40 projets

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 Montigny-le-Bretonneux (Fort de Saint-Cyr - 78). En 2021, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 966 393 €. Huit films ont été restaurés dans le cadre des marchés de sous-traitance et sept restaurations numériques ont été entreprises par le laboratoire du CNC qui a également pris en charge la numérisation de 47 œuvres. Par ailleurs, les bandes magnétiques de 86 films ont été numérisées ainsi que 144 nouveaux films 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 56 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région. Les collections s'enrichissent en 2021 de 6 819 boîtes. Au titre du dépôt légal, 57 films sur copies numériques de long métrage et six courts métrages ont été collectés. Pour la première fois depuis la création du dispositif en 1977, aucune copie argentique n'a été déposée.
Les espaces de consultation ont accueilli 117 chercheurs et professionnels pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. Les prêts pour des programmations extérieures contribuent à la valorisation des collections du CNC : 200 films ont été prêtés en 2021 pour diverses manifestations 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 de 8 704 notices d'œuvres.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
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 XX^{ème} 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	2,45 M€ pour 69 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, 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	225 000 € pour 17 films

En 2021 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. Les films de François Truffaut, Catherine Corsini, Gilles Grangier, Claire Simon, Jacques Becker, Yannick Belon ont ainsi pu obtenir des aides pour leur restauration en 2021.

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 2021
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	- aux auteurs - aux entreprises de production	- renouvellement de la création audiovisuelle - soutien et accompagnement des professionnels émergents et confirmés - émergence de nouveaux modèles (notamment sériels), diversification des formats, genres et publics, pour la télévision et les services de médias audiovisuels à la demande, d'ambition nationale ou internationale	aide au concept et à l'écriture : - 67 projets de fiction pour 1 220 000 € - 37 projets d'animation pour 359 000 € aide au développement /pilote : - 8 projets de fiction pour 185 000 € - 46 projets d'animation pour 872 000 € aide à la réécriture : - 4 projets de fiction pour 60 000 € - 6 projets d'animation pour 47 500 € aide à la co-écriture de coproductions internationales (séries de fiction): - 9 projets de séries pour 450 000 €
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	9,5 M€ pour 453 projets

manifestations nationales soutenues par le CNC spécifiques aux enjeux d'écriture ou les incluant dans leur action : Chemins de la création (Fontevraud), Festival des scénaristes (Valence), Festival international du film d'animation (Annecy), Forum Cartoon, Séries Mania, Fipadoc, Sunny Side of the Doc
résidences de coécriture internationale, spécifiquement dédiées aux auteurs, financées par le CNC : résidence franco-israélienne de séries, résidence Boulevard des séries – La Fabrique (Los Angeles), résidence DEENTAL....
formations initiales et continues financées par le CNC (cinéma et audiovisuel) : Ciné-Fabrique, Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle, Femis, Eurodoc, CEEA, Kourtrajmé, 1 000 visages, Tribudom...

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,45 M€ (2,2 M€ pour 499 programmes + 250 K€ du plan de relance)

Le catalogue *Images de la culture*, composé de 2 153 titres et mis à disposition sous forme de DVD, de fichiers numériques et en VàD permet aux structures éducatives, sociales et culturelles (telles que les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques, les prisons et le réseau associatif lié au champ social) d'assurer des représentations publiques gratuites des œuvres du catalogue.

Le CNC finance Unifrance, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des œuvres cinématographiques et des programmes audiovisuels français à l'étranger.

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2021
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	175,3 M€[1] dont 64,2 M€ pour la fiction, 54,3 M€ pour le documentaire, 35,4 M€ pour l'animation et 21,4 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	30,8 M€[1] dont 17,5 M€ pour la fiction, 5,5 M€ pour le documentaire, 5,1 M€ pour l'animation et 2,7 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 pour bénéficier d'un soutien automatique - magazines d'intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	36,9 M€[1] dont 16,0 M€ pour la fiction, 8,4 M€ pour le documentaire, 6,1 M€ pour l'animation, 2,6 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 3,8 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
aide sélective avant réalisation aux vidéomusiques	- entreprises de production enregistrées auprès du CNC, détentrices ou codétentrices de droits artistiques	soutenir la diversité de la production musicale, toutes esthétiques confondues	102 vidéomusiques pour un montant total de 2,6 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 : aucun projet aidé

[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 de son imposition une partie de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1er janvier 2021, le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 25 % des dépenses éligibles pour les œuvres de fiction, d'animation et les documentaires, et à 10 % pour les adaptations audiovisuelles de spectacle vivant, nouvellement éligibles. Toutefois, le crédit d'impôt ne peut excéder 1 450 € par minute pour une œuvre documentaire et une adaptation audiovisuelle de spectacle vivant, et 3 000 € par minute pour une œuvre d'animation. Pour les autres œuvres audiovisuelles de fiction, 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 2021, 784 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses faites en France pour ces œuvres est estimé à près de 1,5 Md€, dont 851 M€ de montant brut de dépenses éligibles prévisionnelles. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 784 œuvres agréées en 2021 (dépense fiscale 2022) est estimé à 188 M€.

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois sur le territoire national et d'éviter les délocalisations des tournages et des dépenses de postproduction dans un contexte de forte concurrence internationale. Le crédit d'impôt audiovisuel s'efforce notamment 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 également via le soutien aux industries techniques françaises.

Les fictions bénéficiant du crédit d'impôt audiovisuel (CIA) réalisent 98 % de leurs dépenses en France en 2021 (205 projets agréés pour 8 192 jours de tournage en France). Cette localisation renforcée des dépenses en France 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. Le taux de crédit d'impôt des fictions est de 25 % depuis le 1er janvier 2016 et le plafond de 1 250 € jusque-là applicable à toutes les fictions a été 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 et a prévu la fixation par décret d'un plafond de dépenses éligibles relatives au transport, à la restauration et à l'hébergement.

La loi de finances pour 2021 a harmonisé le taux de crédit d'impôt des documentaires avec celui des fictions et de l'animation (25 %), et ouvert pour deux ans le crédit d'impôt aux captations de spectacle vivant au taux de 10 %.

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 l'ANCT, Agence nationale de la cohésion 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, 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.

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 1 800 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour 39 M€.

Trois commissions se sont tenues en 2021 permettant l'examen de 321 demandes et le soutien de 89 projets ou œuvres, totalisant plus de 1,7 M€.

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire de création

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire de création a pour objectif d'accompagner les auteurs et les producteurs d'œuvres cinématographiques et télévisuelles qui nécessitent une écriture élaborée, un important travail de développement et proposent une approche innovante et personnelle au regard des programmes audiovisuels.

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire comprend :

- une aide à l'écriture et au développement qui soutient les auteurs dès l'ébauche du projet et leur permet ensuite de trouver un producteur.
- une aide au développement renforcé qui permet aux œuvres particulièrement créatives et ambitieuses le financement d'un premier tournage et d'un pré-montage afin d'aller convaincre des diffuseurs qui ne s'engagent pas uniquement sur un dossier écrit.

En 2021, 48 projets de documentaire ont reçu une aide à l'écriture, pour un montant forfaitaire de 7 500 € par projet (soit 360 000 € au total). 48 projets de documentaire ont bénéficié d'une aide au développement pour un montant moyen de 13 083 € par soutien (soit 628 000 € au total). 18 aides au développement renforcé (allant de 20 000 à 70 000 €) ont été octroyées, pour un montant moyen de 39 444 €, soit une enveloppe totale de 710 000 €. Le budget annuel est de 1,7 M€.

Les premiers films représentent 20 % des films aidés. Plusieurs œuvres soutenues par le CNC se sont vues récompensées dans les festivals. Entre autres exemples, *A night of knowing nothing* de Payal Kapadia a été sélectionné à la Quinzaine des réalisateurs à Cannes où il a obtenu l'Oeil d'or, le prix du meilleur documentaire du Festival. A Cannes toujours, trois autres films (*Soy Libre* de Laure Portier, *Little Palestine* de Abdallah Al-Khatib et *Aya* de Simon Coulibaly Gillard) ont été sélectionnés à l'ACID CANNES et sortent en salles. *Histoire d'un regard* de Mariana Otero produit par Archipel 35 a été nommé pour le César du meilleur film documentaire en 2021.

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€. Le taux de 30 % peut être porté à 40 % pour les projets à plus de 2 M€ de dépenses VFX en France.

En 2021, 62 projets ont reçu l'agrément provisoire : 12 longs métrages cinéma de fiction, 22 séries audiovisuelles de fiction, 10 longs métrages audiovisuels de fiction, 15 séries audiovisuelles d'animation et 3 longs métrages d'animation. Pour ces 62 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de plus de 671 M€ (+62 % par rapport à 2019, contre +34 % tous crédits d'impôt confondus), représentant 1 889 jours de tournage.

Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis, mais aussi du Royaume-Uni, d'Allemagne, de Belgique ou encore du Japon et du Brésil. L'année 2021 continue de voir la part des projets à destination des plateformes augmenter. Peuvent notamment être cités le long métrage de fiction pour Netflix, *Balle Perdue 2* de Guillaume Pierret, la série *Weekend Family* pour Disney+ et le prochain film de Maimouna Doucouré pour Amazon, *Becoming*. La salle n'est pas en reste avec *Downton Abbey 2 : une nouvelle ère* qui mettra en valeur des décors du sud de la France.

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 postproduction (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines.

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.

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 2021
fonds d'aide au jeu vidéo	studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	4,2 M€ pour 77 projets dont 198 000 € pour 31 projets en écriture, 1,8 M€ pour 25 projets de pré-production, 1,8 M€ pour 21 aides à la production 270 000 € pour 8 manifestations professionnelles
fonds d'aide aux expériences numériques	- auteurs - producteurs	- favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs (VR) - stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	2,5 M€ pour 62 projets : 17 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (141 200 €), 26 bénéficiaires d'une aide au développement (849 250 €), 19 bénéficiaires d'une aide à la production (1,5 M€)
dispositif d'aide à la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM)	- artistes - structures de production	soutenir la création d'œuvres artistiques expérimentales développant des écritures numériques dans tous les champs de la création contemporaine	910 500 € pour 101 bénéficiaires, 44 en développement pour 346 500 €, 43 en production pour 448 500 €, 14 en diffusion pour 115 500 €

Le crédit d'impôt jeu 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 en 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 développées en France.

Les chiffres 2021 témoignent de l'attractivité forte du dispositif : 38 projets ont reçu un agrément provisoire. Le montant total des dépenses éligibles engagées en 2021 s'élève à 155 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 (vidéo à la demande) 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 au 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 (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 2021
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	0,6 M€ pour 15 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	4,3 M€ pour un total de 788 projets (sur les 3 dispositifs) : -1,2 M€ pour 208 projets unitaires, -3,1 M€ pour 40 programmes éditoriaux pour 566 projets -57 400 € pour 14 projets d'édition dans le cadre du dispositif NUMEV. Une rallonge budgétaire de 150 000 € a été octroyée en 2021. En janvier 2021, une mesure de relance de l'édition vidéographique a permis la majoration de 23,7 % des aides 2020 accordées aux projets d'édition vidéographique sortis à compter du 01/02/2020. 799 060 € supplémentaires ont ainsi été attribués à 73 éditeurs et 706 projets d'édition qui remplissaient les conditions d'éligibilité.
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	2 M€ mobilisés par 8 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 41 projets au titre des aides au programme éditorial VàD dont 13 titulaires de droits VàD et 28 éditeurs de services de médias à la demande 9 235 € pour 17 projets au titre de NUMEV Cinéma

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

Afin de soutenir la création d'œuvres ambitieuses sur le plan visuel et sonore, des aides financières sont attribuées aux entreprises de production déléguées qui recourent de façon significative aux technologies numériques de fabrication et de traitement de l'image.

Ces aides à la création visuelle et sonore par l'utilisation des technologies numériques de l'image et du son, dites « aides CVS », comportent deux volets :

- L'aide sélective (CVS) accompagne les entreprises de production déléguée 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.

Depuis 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 sept 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 2021
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	développer le recours aux outils numériques de fabrication de l'image et du son	13,6 M€ pour 114 projets
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'image animée	- accroître la compétitivité nationale et internationale de la filière - soutenir les nouveaux acteurs de la transformation numérique	5,3 M€ pour 100 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	accélérer le développement et la mise sur le marché de solutions et technologies innovantes au service de la fabrication et de la diffusion des œuvres	2,3 M€ dont 1,3 M€ en subventions CNC et 1,0 M€ en avance remboursable Bpifrance pour 19 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'image animée 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 pour le cinéma et l'image animée 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.

A 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 une cinquième génération de convention : renouvelé car il permettait de prendre en compte les spécificités de chacun des territoires et renforcé car le CNC proposait d'accompagner de nouvelles actions :

- le déploiement de l'opération *Talents en court* ;
- la mise en place de bourses 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.

L'année 2020 a vu le renouvellement de ce cadre pour la période 2020-2022 en accentuant la prise en compte des spécificités territoriales et avec des priorités affirmées pour le CNC dans sa politique d'accompagnement des collectivités autour de trois grands axes :

- l'indépendance créative des auteurs et économique des entreprises ;
- l'internationalisation des œuvres et l'attractivité des territoires ;
- l'accès aux œuvres et la reconquête du jeune public.

En 2021 comme en 2020, le CNC a également valorisé certaines mesures de plan d'urgence initiées par les collectivités et prévu une disposition pour modifier par avenant les conventions pour y intégrer, au besoin, des mesures de relance en fonction de l'évolution et l'impact de la crise sanitaire sur le secteur.

Les conventions continuent de s'organiser autour de 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, la DRAC et 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 différentes suivant les actions. Le CNC définit avec les collectivités les enveloppes de crédits pour chaque type de soutien : aide à l'écriture et au développement, aide aux expériences numériques, aide aux films de court métrage, aide aux films de long métrage, aide à la production audiovisuelle, etc. L'apport du CNC peut être forfaitaire ou sur la base de dispositifs du type « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité » ou de 1 € pour 3 €.

Le CNC limite son intervention financière pour 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 2021, le montant des engagements inscrits dans les 17 conventions conclues s'élève à 177,9 M€, en progression de près de 3 % par rapport à 2020.

Engagements 2021 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€)

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
total fonds d'aide	22,33	-	69,45	91,78
création	1,58	-	8,02	**9,60**
dont talents en court	*0,07*	-	*0,25*	***0,32***
dont bourse de résidence	*0,49*	-	*2,13*	***2,62***
dont aide à l'écriture et au développement	*0,73*	-	*4,52*	***5,25***
dont soutien aux résidences	*0,29*	-	*1,12*	***1,41***
nouveaux médias - jeux vidéo - création numérique	0,34	-	2,25	**2,59**
production cinéma	11,06	-	34,28	**45,34**
dont court métrage	*2,54*	-	*5,70*	***8,24***
dont long métrage	*8,52*	-	*28,58*	***37,10***
production audiovisuelle	9,35	-	24,90	**34,25**
dont soutien direct à la production audiovisuelle	*8,76*	-	*21,02*	***29,78***
dont soutien aux COM des télévisions locales	*0,59*	-	*3,88*	***4,47***
accueil de tournages	0,10	-	4,02	4,12
formation	1,30	-	2,02	3,32
studio	4,42	-	-	4,42
accompagnement des projets des entreprises	0,09	-	1,07	1,16
développement de la filière	-	-	5,86	5,86
total création, production et tournages	**28,24**	**-**	**82,42**	**110,66**
diffusion – éducation à l'image	6,69	10,11	27,86	44,66
dont diffusion culturelle	*5,91*	*3,50*	*19,13*	***28,54***
dont dispositifs et actions d'éducation à l'image	-	*6,61*	*6,78*	***13,39***
dont ciné-clubs	*0,41*	-	*0,66*	***1,07***
dont diffusion des œuvres aidées	*0,37*	-	*1,29*	***1,66***
exploitation	1,23	-	16,30	17,53
dont soutien direct aux salles	-	-	*13,06*	***13,06***
dont soutien aux réseaux de salles	*0,69*	-	*2,06*	***2,75***
dont soutien aux médiateurs	*0,54*	-	*1,18*	***1,72***
conservation du patrimoine	2,23	0,25	2,64	5,12
total	**38,39**	**10,36**	**129,22**	**177,97**

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des avenants financiers 2021 ont atteint 38,4 M€, dont 22,3 M€ pour les fonds d'aide à la création et à la production, 6,7 M€ pour la diffusion culturelle comprenant notamment le soutien à la relance des ciné-clubs (0,4 M€) et 1,2 M€ pour le soutien direct à l'exploitation dont 0,54 M€ pour le soutien à l'emploi de médiateurs ainsi que 2,2 M€ pour le patrimoine cinématographique. Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 129,2 M€ et ceux engagés par les DRAC à 10,4 M€.

En plus de 15 ans, les engagements de l'État (CNC+DRAC) ont été multipliés par plus de quatre, passant de 10,1 M€ en 2004 à 48,8 M€ en 2021. Sur la même période, les engagements des collectivités territoriales ont été multipliés par trois, passant de 35,5 M€ à 129,2 M€. Tous partenaires confondus, les engagements ont été multipliés par près de 4 entre 2004 (45,6 M€) et 2021 (178,0 M€).

Les conventions 2020-2022 concernent 33 collectivités territoriales : 17 régions et DROM (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Guadeloupe, Guyane, Hauts-de-France, Ile-de-France, Martinique, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, La Réunion), 10 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Drôme, Gironde, Haute-Savoie, Landes, Lot-et-Garonne, Seine-Saint-Denis), quatre agglomérations et métropoles (Eurométropole de Strasbourg, Agglomération de Valence Romans, Toulouse Métropole, Bordeaux Métropole) et deux communes (Paris, Bordeaux).

L'attractivité du territoire renforcée par l'accueil de tournages

La politique territoriale du CNC associée à l'impact des crédits d'impôt permettent à la France d'être une terre d'accueil de tournages valorisée également par le travail des 41 bureaux d'accueil de tournages, dont les actions étaient coordonnées par Film France, dont les équipes ont

été intégrées au CNC à la fin de l'année 2021. Ils proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les sites de tournages 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. L'ensemble des ces actions a été très impacté par la crise sanitaire.

Éduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours

Ma Classe au cinéma (école, collège et lycéens et apprentis au cinéma) permettent d'amener les élèves dans les salles de cinéma puis de travailler en classe à partir de documents pédagogiques.

Ma Classe au cinéma a touché, au cours de l'année scolaire 2020-2021, près de 1,8 million d'élèves, soit 13,8 % des élèves français. Par ailleurs, l'enseignement de la spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat compte plus de 8 000 lycéens.

Le Prix Jean Renoir des lycéens décerné par des lycéens à un film, initié par le Ministère de l'Education nationale a concerné une cinquantaine de classes en 2020-2021. En 2021, la cérémonie n'a pas eu lieu en raison de la crise sanitaire.

En 2019, le Ministère de l'Education nationale, de la jeunesse et des sports et l'Académie des Arts et Techniques du Cinéma se sont associés pour créer le César des lycéens. Le CNC est partenaire de cette opération qui a concerné 82 classes de lycéens en 2020-2021. Ils ont visionné les films en lice pour le César du meilleur film et ont primé *Adieu les cons* d'Albert Dupontel.

Passeurs d'images est un dispositif d'éducation aux images à vocation culturelle et sociale, porté par l'association *Passeurs d'images* avec le soutien du CNC. Il est mis en place de façon prioritaire dans le cadre de la politique de la ville et s'adresse aux publics éloignés de l'offre culturelle (quartiers défavorisés, zones rurales isolées...).

L'opération repose sur un partenariat avec les salles de cinéma, les structures culturelles, les maisons des jeunes et de quartiers, les collectivités territoriales, les associations caritatives ou sociales, les professionnels du cinéma, les fédérations d'éducation populaire... Elle allie la découverte des œuvres et la pratique, avec notamment des ateliers de réalisation et de programmation. En période de crise sanitaire, elle a touché près de 56 000 personnes (dont 22 345 en quartiers politique de la ville) dans le cadre de 1 213 actions et a impliqué 236 salles de cinéma.

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*, associations qui accompagnent 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.

Concernant les jeunes sous protection judiciaire, le CNC soutient le dispositif *Des cinés, la Vie !* coordonné par l'association *Passeurs d'images*. Il permet de faire découvrir le court métrage à ces jeunes. En 2020-2021, ce dispositif a permis à 420 jeunes de voter pour leur court métrage préféré dans 237 structures.

Le CNC a relancé les ciné-clubs dans les lycées et collèges sur l'ensemble du territoire dans le cadre du programme *Cinéma et citoyenneté*, afin de permettre aux jeunes de découvrir un corpus de films (cinéphilie) ainsi que les coulisses de la fabrique du cinéma (éducation à l'image) et de débattre de sujets de société (citoyenneté) avec d'autres jeunes en service civique encadrés par l'association *Unis-Cité*. En 2020-2021, 732 jeunes volontaires se sont ainsi mobilisés sur 53 départements. Depuis la création de ce dispositif en 2015, plus de 15 000 projections ont été organisées. L'apport du CNC en 2021 est de 1,4 M€.

732 jeunes en service civique mobilisés pour relancer les ciné-clubs pour 2020-2021.

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 2,2 M€ en 2021. Parmi ces diverses associations, l'Agence du court métrage, *Faites des Courts*, *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.

Le CNC soutient ainsi les manifestations nationales annuelles suivantes : *le mois du film documentaire*, coordonné par *Images en bibliothèques* a permis 2 174 séances (1 058 films) organisées par 1 470 structures dans 1 039 villes et communes ; *la fête du cinéma d'animation*, coordonnée par l'*Association française du cinéma* d'animation, a permis d'organier 900 évènements en France et dans le monde mobilisant plus de 260 structures ; *la Fête du Court*, porté par *Faites des Courts*, *Fête des Films*, rassemble 7 300 lieux, 573 cinémas, 4 000 communes participantes et plus de 15 000 projections dans 54 pays dans le monde autour du court métrage.

Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient plus de 165 festivals dont certains ont une vocation internationale (notamment le *Festival de Cannes*, le *Festival Premiers plans* d'Angers et le *Festival international du film de la Rochelle*), d'autres œuvrent à la diffusion d'un genre (comme le *Festival Séries Mania*, le *Festival international du film d'animation d'Annecy* ou le *FIPADOC* à Biarritz) ou d'un format particulier (*Festival international de court métrage* de Clermont-Ferrand, *Festival du cinéma de Brive* dédié au moyen métrage…) ou s'adressent à des publics ciblés. L'apport global du CNC s'élève à 9,2 M€.

Le CNC favorise également la diffusion des œuvres documentaires à travers son catalogue de droits non commerciaux *Images de la culture*. Le catalogue propose notamment les œuvres documentaires et les fictions soutenues par le Fonds Images de la diversité en collaboration avec l'ANCT (Agence nationale de la cohésion des territoires). En 2021, le site *Images de la culture* a permis 13 735 visionnages en ligne et 407 structures du champ social ont bénéficié du programme spécifique « *Images de la culture pour tous* ».

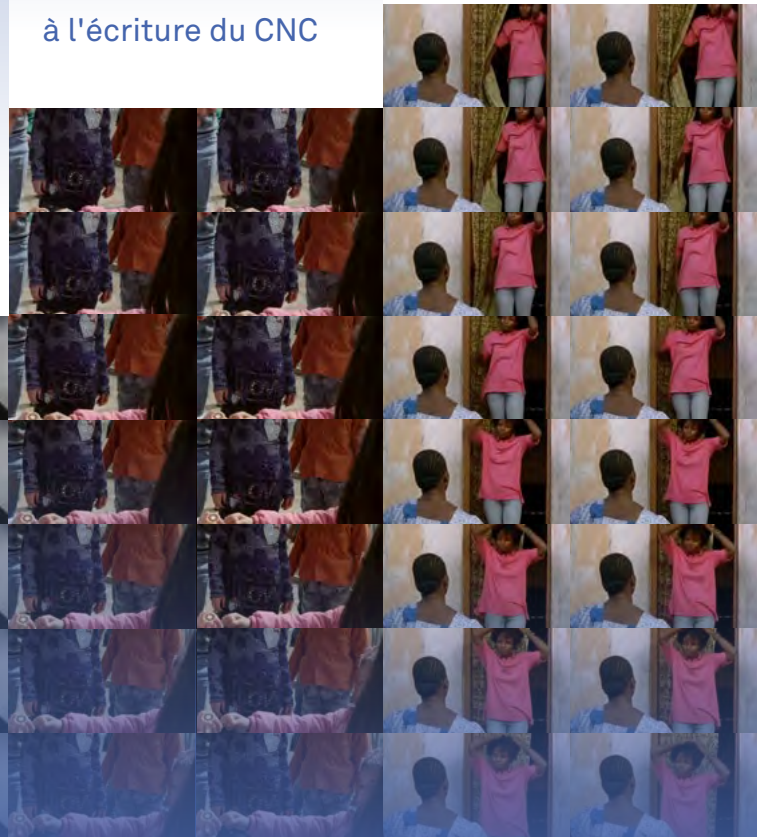
26,0 %
de longs métrages réalisés par des femmes

35,5 %
de réalisatrices d'oeuvres audiovisuelles

37,7 %
de réalisatrices de courts métrages

43,9 %
de femmes aidées au titre d'une aide à l'écriture du CNC

50,1 %
de femmes au sein des commissions du CNC



6.2
L’égalité femmes / hommes

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Le CNC est composé à 63 % de femmes

Au 31 décembre 2021, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (63 %). Cette répartition varie en fonction de la catégorie d'emploi. Les femmes sont majoritaires pour les catégories C (66 %), B (69 %) et A (61 %), mais sont minoritaires pour la catégorie A+ (43 %). Pour cette dernière catégorie, la part de femmes est toutefois en augmentation (+8 points entre 2019 et 2021).

En 2021, la parité se confirme au sein des commissions du CNC.

Une parité observée au sein des commissions du CNC

Au 1er décembre 2021, la parité est observée au sein des commissions du CNC avec 50,1 % de femmes et 49,9 % d'hommes. La part de femmes varie légèrement selon la fonction occupée : elle est la plus importante pour les membres titulaires (50,7 %) et suppléants (50,8 %), mais se réduit en revanche pour les postes de vice-présidence (46,4 %) et de présidence (41,1 %).

Composition des commissions du CNC (%)

	2017	2018	2019	2020	2021
femmes	49	52	49	49	50
hommes	51	48	51	51	50
total	100	100	100	100	100

Source : CNC.

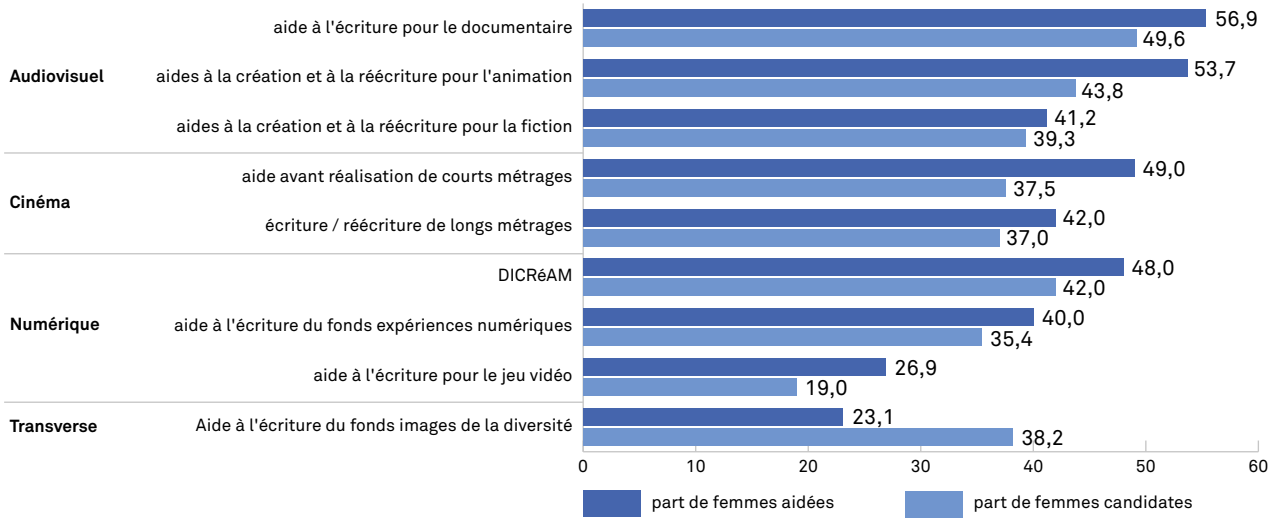
Les femmes représentent 44 % des auteurs soutenus par le CNC au titre d'une aide à l'écriture

En 2021, sur les 4 235 personnes physiques identifiées candidates aux aides à l'écriture du CNC, 1 694 sont des femmes soit 40,0 % de l'ensemble des porteurs de projets. Elles sont 213 à avoir bénéficié d'une aide, soit 43,9 % de l'ensemble des auteurs aidés au titre d'un des dispositifs d'aide à l'écriture du CNC.

La part de femmes parmi les auteurs aidés par le CNC varie selon les dispositifs. En 2021, elle est la plus importante au sein des aides d'œuvres audiovisuelles : plus de la moitié (53,7 %) des auteurs bénéficiaires d'une aide à la création ou à la réécriture en animation sont des femmes, une part supérieure à celle constatée en fiction (41,2% des auteurs aidés à la création ou à la réécriture en fiction). L'aide à l'écriture documentaire est par ailleurs la seule aide pour laquelle la part de femmes parmi les candidats est paritaire, à 49,6 % de l'ensemble des porteurs de projets, une part qui s'élève à 56,9 % au sein des auteurs aidés.

En dehors des aides audiovisuelles, deux aides à l'écriture sont également paritaires : l'aide avant réalisation de courts métrages (49,0 % de femmes parmi les auteurs aidés) ainsi que le DICRéAM (48,0 %), ces deux aides présentant une part de femmes aidées nettement supérieure à la part de femmes candidates (respectivement +11,5 points et +6,0 points). De façon générale, la quasi-intégralité des aides attribuées aux auteurs présente une part de femmes supérieure parmi les auteurs aidés que parmi les candidats. Seule l'aide à l'écriture du fonds images de la diversité, dispositif transverse du CNC, déroge à cette règle : en 2021, 38,2 % des candidats à l'aide sont des femmes, tandis qu'elles représentent moins du quart des auteurs aidés (23,1 %). Il s'agit, avec le fonds d'aide à l'écriture pour le jeu vidéo (26,9 %), du dispositif d'aide à l'écriture pour lequel la part de femmes aidées est la moins importante en 2021.

Part de femmes dans les aides à l'écriture du CNC en 2021 (%)

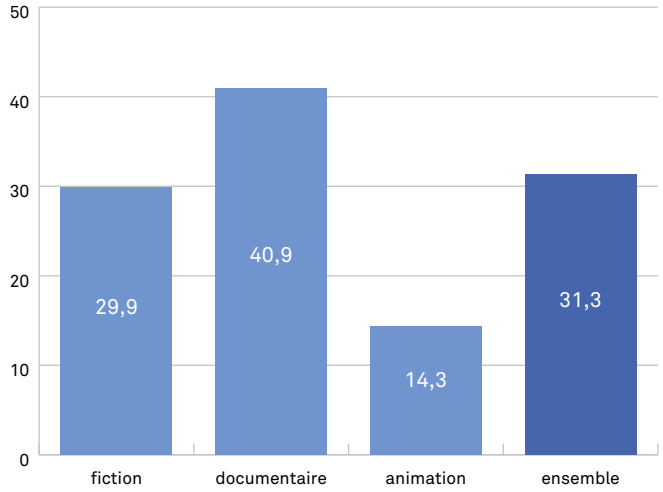


Source : CNC.

Près d'un tiers des films agréés en 2021 sont éligibles au bonus pour la parité du CNC

Parmi les 265 films d'initiative française agréés en 2021, 31,3 % (83 films) présentent au moins autant de femmes que d'hommes à des postes clefs, une part en hausse sur un an (25,5 % des films agréés en 2020). Cette part est plus importante pour les films documentaires (40,9 %) que pour les fictions (29,9 %) et les films d'animation (14,3 %).
68 des films éligibles au bonus parité en 2021 (81,9 %) sont réalisés ou coréalisés par des femmes. Parmi les quinze films (18,1 %) éligibles au bonus parité réalisés par des hommes, douze sont des fictions et trois des documentaires.
Le devis moyen des films éligibles au bonus parité en 2021 est de 2,83 M€, contre 4,23 M€ en moyenne pour un film d'initiative française. Quatre films éligibles au bonus parité en 2021 présentent un devis supérieur à 7 M€ : *Mes très chers enfants* d'Alexandra Leclère, le film d'animation *Le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux* d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre, *Cet été-là* d'Eric Lartigau et *Ecole de l'air* de Robin Campillo.

Part des films éligibles au bonus parité en 2021 selon le genre du film (%)



Source : CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur

Une part record de films réalisés et coréalisés par des femmes

Sur l'ensemble des longs métrages d'initiative française agréés en 2021, 81 films ont été réalisés ou coréalisés par des femmes, soit 30,6 % de l'ensemble des films réalisés cette année, le plus haut niveau jamais atteint. Cette part record est principalement imputable à l'importance de la part des coréalisations mixtes, qui représentent en 2021 4,5 % de l'ensemble des films contre 2,8 % en moyenne sur la dernière décennie. L'importance du nombre de films coréalisés par des femmes et des hommes en 2021 (12 en 2021, contre un en 2020) est toutefois à mettre en perspective de la spécificité du périmètre des films agréés en 2021 du fait de l'effet de rattrapage constaté suite à la pandémie de Covid-19 : 13 coréalisations mixtes d'initiative française ont été agréées entre 2020 et 2021, soit 6,5 en moyenne chaque année, un nombre équivalent à la moyenne annuelle observée sur la dernière décennie (6,2 films réalisés conjointement par des femmes et des hommes en moyenne chaque année).

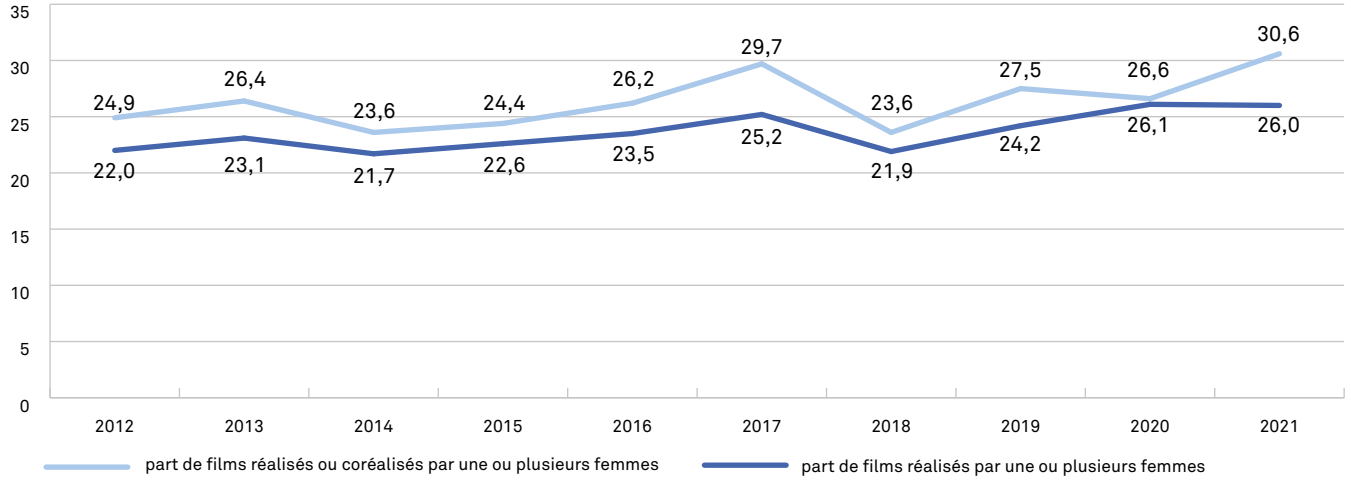
La part des films strictement réalisés par des femmes se stabilise en 2021 à 26,0 %, un niveau équivalent à la part record constatée en 2020 (26,1 %).

En 2021, la réalisation de films documentaires tend davantage vers la parité, avec 47,7 % de documentaires réalisés ou coréalisés par des femmes. Depuis vingt ans, le genre documentaire est celui pour lequel la part de femmes est la plus importante, à l'exception des années 2004 (seulement 7,1 % de films réalisés ou coréalisés par des femmes) et 2017 (24,3 %). Cette dernière année était marquée par la part record de films de fictions réalisés ou coréalisés par des femmes (30,0 % de l'ensemble des films de fiction).

La part de films de fiction réalisés ou coréalisés par des femmes observe une progression plus linéaire depuis 2002. En 2021, la part de films de fiction réalisés ou coréalisés par des femmes est de 27,6 %, contre 16,5 % vingt ans plus tôt.

En 2021, un film d'animation est coréalisé par une femme (*le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* d'Amandine Fredon et Benjamin Massoubre). Les six autres films d'animation agréés en 2021 sont réalisés par des hommes.

Part de films d'initiative française réalisés et coréalisés par des femmes (%)



Base : Films d'initiative française.
Source : CNC.

Un écart de devis moyen de 48 % en 2021

En 2021, les films réalisés par des femmes coûtent en moyenne 2,57 M€, contre 4,96 M€ pour les hommes (-48,2 %). A partir de 2009, le devis moyen des films réalisés par des femmes observe une baisse continue (4,06 M€ en 2009), tandis que celui des films réalisés par des hommes varie davantage d'une année sur l'autre. L'écart de devis des films selon le genre des réalisateurs s'accroît par conséquent sur la période, et atteint en 2021 l'un de ses plus hauts niveaux, derrière 2008 (-54,2 %) et 2016 (-60,5 %).

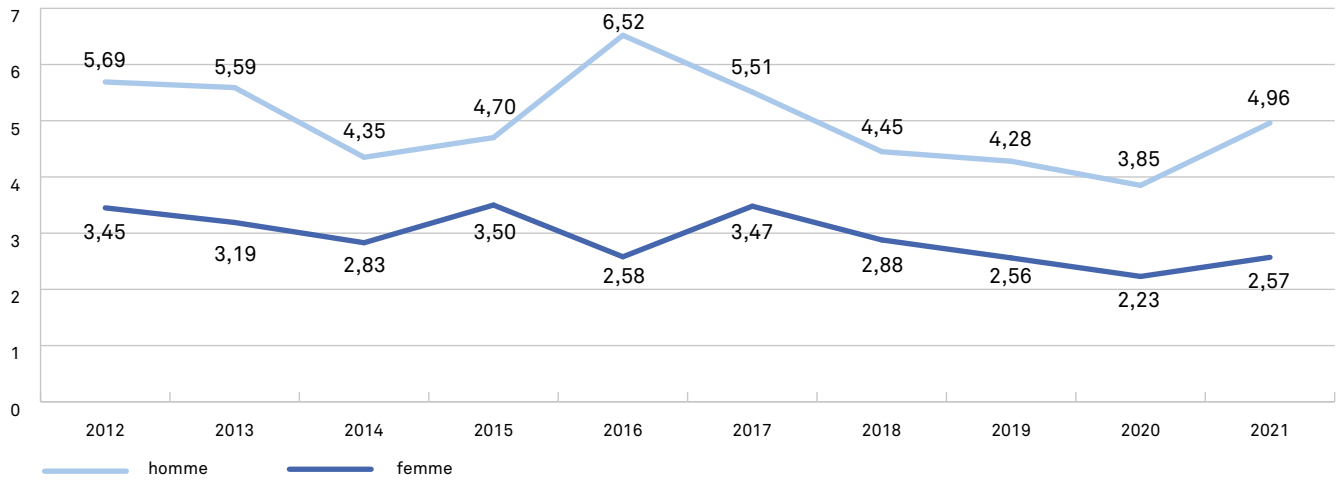
La majorité des premiers films français est réalisée ou coréalisée par des femmes en 2021.

Une majorité de premiers films réalisés ou coréalisés par des femmes

En 2021, 32 premiers films d'initiative française ont été réalisés par des femmes, et cinq coréalisés par des hommes et des femmes. Pour la première fois, une majorité de premiers films (55,2 %) est ainsi réalisée ou coréalisée par des femmes.

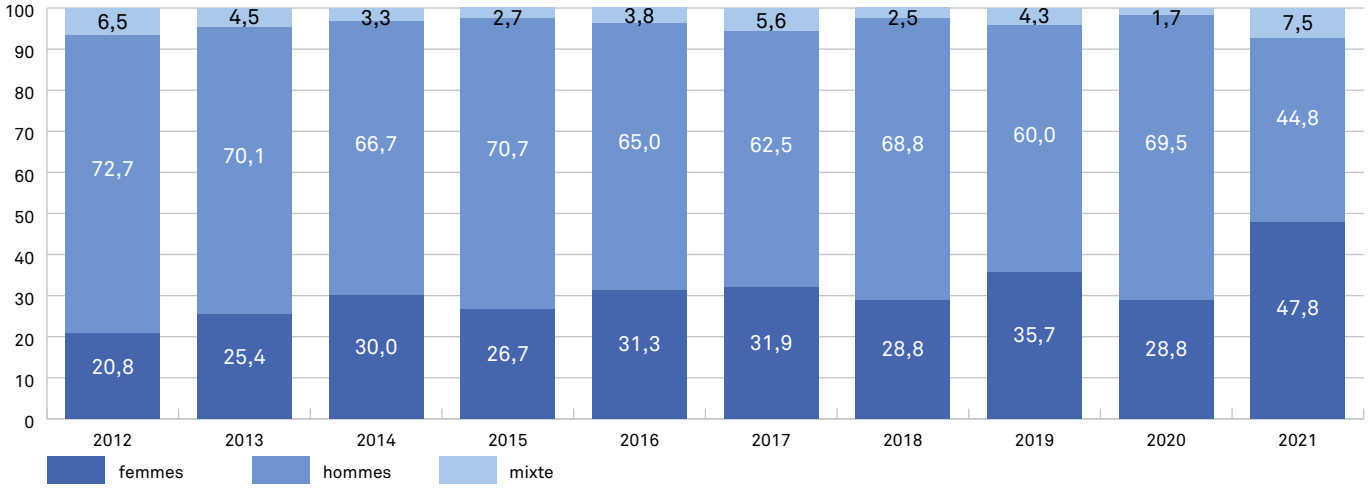
Les femmes sont davantage représentées au sein des premiers films documentaires, dont l'écrasante majorité (85,7 %) est réalisée ou coréalisée par des femmes en 2021. La part de premiers films de fiction réalisés ou coréalisés par des femmes est également en nette augmentation sur un an et avoisine pour la première fois la parité (48,0 %, contre 32,4 % en 2020).

Devis moyen des films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (M€)



En raison du faible nombre de films coréalisés par des femmes et des hommes chaque année, ceux-ci sont exclus de l'analyse.
Base : films d'initiative française agréés.
Source : CNC.

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (%)

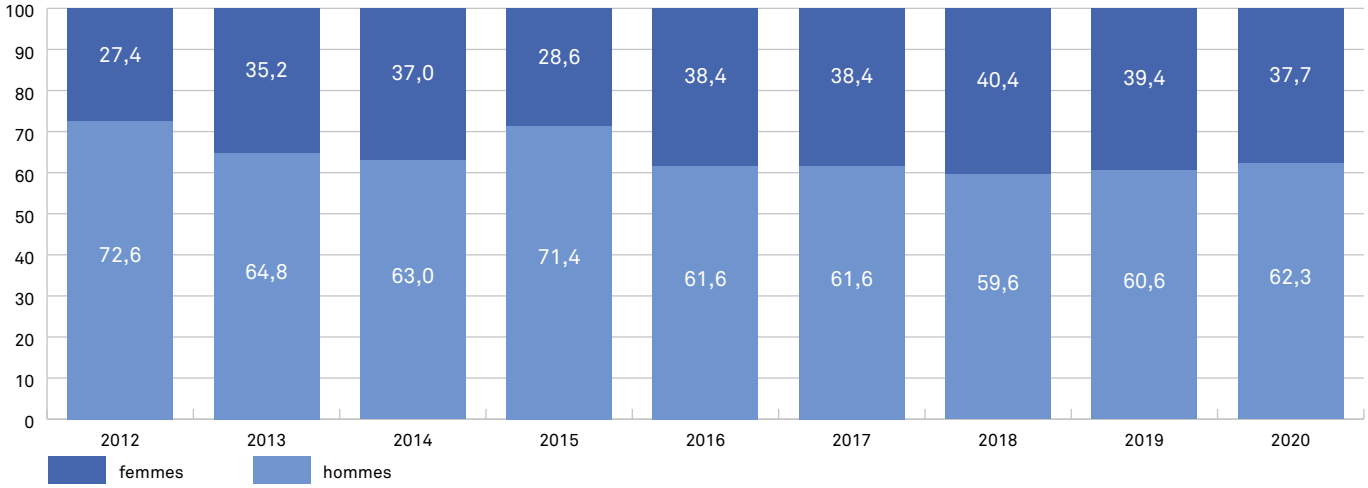


Base : premiers films d'initiative française.
Source : CNC.

38 % des réalisateurs de courts métrages aidés sont des femmes

Depuis 2016, la part des femmes au sein des réalisateurs de court métrage est toujours supérieure à 37 % et atteint 37,7 % en 2020. Dans un contexte général de diminution du nombre de réalisateurs de courts métrages entre 2012 et 2020, la réduction du nombre de femmes est plus mesurée (-29,7 %) que celle du nombre d'hommes (-56,1 %).

Part de femmes au sein des réalisateurs de courts métrages aidés (%)



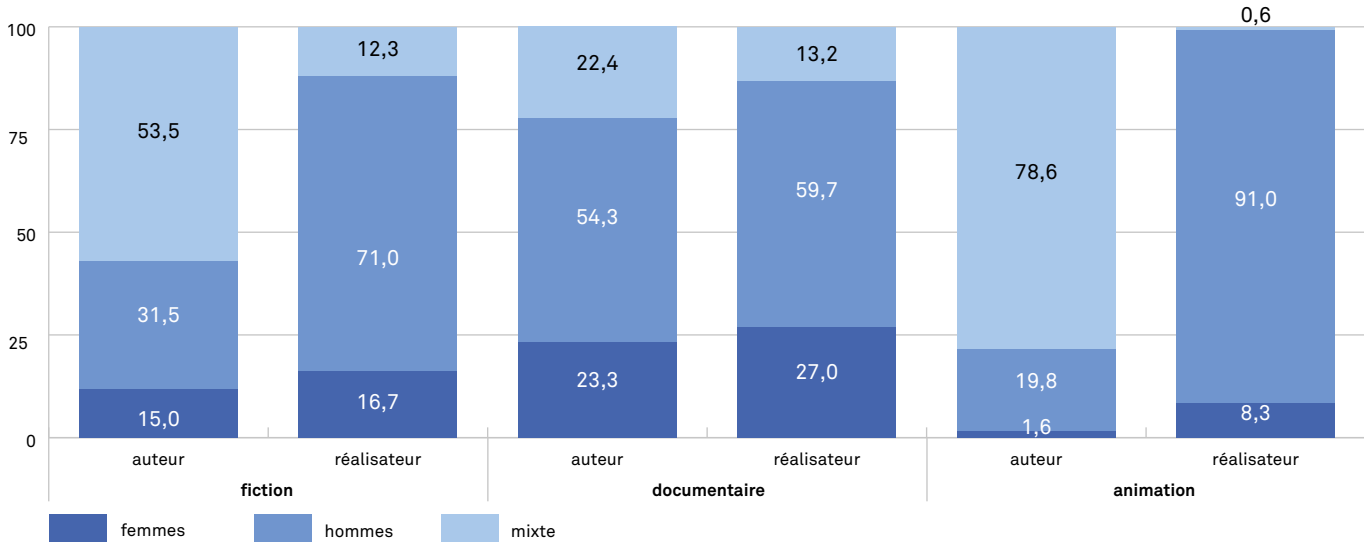
Périmètre : 1 027 films aidés à la production et dont la production est achevée au 12/11/2021.
Source : CNC.

Un tiers des auteurs et réalisateurs d'œuvres audiovisuelles en 2020 sont des femmes

En 2020, 907 femmes ont écrit ou réalisé des œuvres audiovisuelles aidées à la production (fiction, documentaire ou animation), contre 1 632 hommes, soit 35,7 % de l'ensemble des réalisateurs et auteurs actifs cette année. Cette part est plus importante pour les auteurs, au sein desquels les femmes représentent 36,5 % de l'ensemble de la population, contre 35,2 % chez les réalisateurs. La part de femmes parmi les réalisateurs est toutefois en augmentation sur cinq ans, passant de 32,5 % en 2016 à 35,2 % en 2020. Sur la période, plus de la moitié (58,5 %) des femmes exerce à la fois une activité en tant que réalisatrice et autrice. Cette part est équivalente à celle constatée chez les hommes (58,8 %).

La répartition des heures aidées par le CNC en fonction du genre des réalisateurs et des auteurs varie selon le genre du programme. Les documentaires audiovisuels sont ceux qui comptent le plus grand nombre d'heures strictement réalisées (27,0 %) et écrites (23,3 %) par des femmes. Cette part est moindre pour les œuvres de fiction, mais est toutefois à mettre en perspective de l'importance des volumes horaires des œuvres co-écrites par des femmes et des hommes : en 2020, 29,0 % des heures aidées en fiction correspondent ainsi à des œuvres (unitaires, épisodes ou saisons entières) réalisées ou coréalisées par des femmes, une part qui s'élève à 68,5 % pour l'écriture en raison de la prépondérance des équipes d'écriture mixte (53,5 % du volume horaire aidé correspondent à des œuvres co-écrites par des femmes et des hommes). A l'instar de la fiction, les œuvres d'animation sont dans leur grande majorité écrites par des femmes et des hommes (78,6 % des heures). Le poids des femmes dans la réalisation ou la coréalisation d'œuvres audiovisuelles d'animation est toutefois bien plus faible, à 9,0 % de l'ensemble des heures aidées en 2020.

Répartition du volume horaire de programmes audiovisuels aidés selon le genre des réalisateurs et des auteurs en 2020 (%)



Source : CNC.

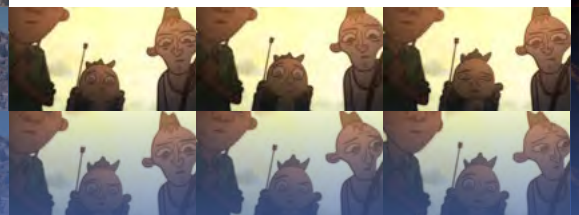
36,5 % des auteurs et 35,2 % des réalisateurs de programmes audiovisuels aidés sont des femmes en 2020.

En décembre 2021

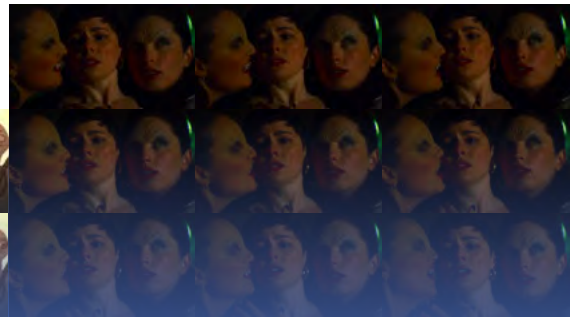
49 000
emplois dans la production audiovisuelle

15 000
emplois dans la production cinématographique

8 000
emplois dans la production de films d'animation



10 000
emplois dans l'exploitation cinématographique



6.3 L’emploi

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 mois, elles doivent fournir des déclarations sociales nominatives qui permettent à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié. Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, 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.

L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

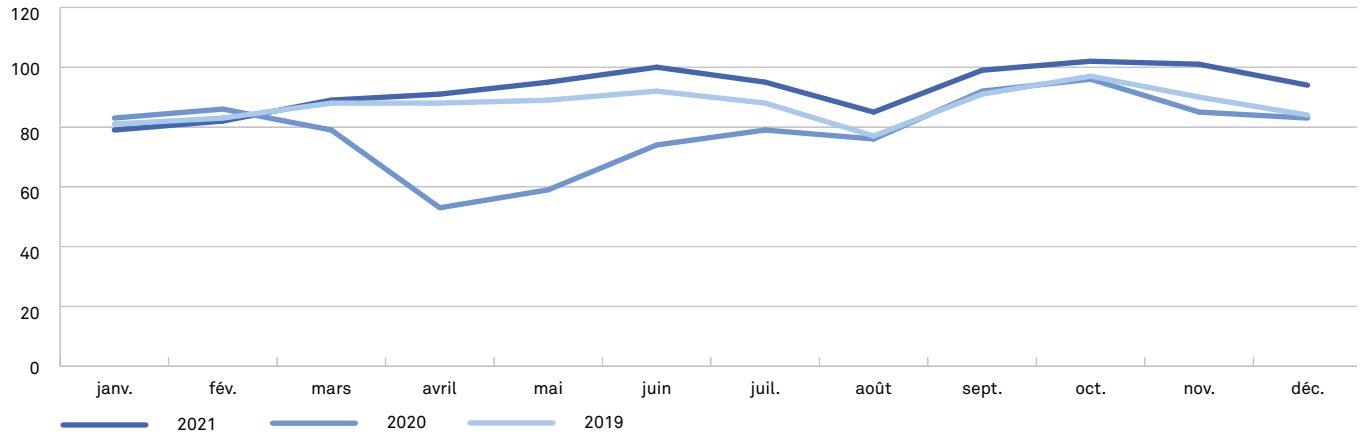
Remarques méthodologiques

Les informations relatives à l'évolution mensuelle de l'emploi dans les secteurs soutenus par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens, qui permet d'analyser l'impact de la pandémie de Covid-19 sur les secteurs couverts par Audiens. Les secteurs d'activité tels que définis dans cette partie sont définis par Audiens et sont déterminés sur la base du code APE, des conventions collectives ainsi que de l'activité réelle des entreprises. Ils sont donc susceptibles d'englober des entreprises qui ne sont pas directement soutenues par le CNC.

Une forte reprise de l'emploi en 2021 dans les secteurs soutenus par le CNC

En décembre 2021, 94 440 salariés sont employés dans les différents secteurs d'activités soutenus par le CNC, un niveau supérieur à celui constaté en décembre 2020 (+13,0 %) ainsi qu'au niveau d'emploi constaté avant la pandémie (+12,6 % par rapport à décembre 2019). L'emploi dans les secteurs soutenus par le CNC a été lourdement impacté en 2020 par le premier confinement organisé au niveau national en réponse à la pandémie de Covid-19, avec la baisse de près d'un tiers (-32,4 %) des effectifs entre mars et avril 2020. Cette baisse de l'emploi se constate davantage sur l'activité intermittente, étroitement liée aux tournages, l'arrêt brutal de ces derniers signant une baisse de plus de moitié (-55,8 %) de l'emploi intermittent entre mars et avril 2020. Les emplois permanents, soutenus à l'échelle nationale par les mesures d'activité partielle, accusent une baisse bien plus limitée (-7,3 % entre mars et avril 2020). Avec la mise en place du fonds assurantiel pour la reprise des tournages dès le mois de mai et la réouverture des salles le 24 juin 2020, l'emploi généré par les secteurs soutenus par le CNC retrouve dès août un niveau comparable à celui constaté l'année précédente (75 963 salariés en août 2020 soit -1,5 % par rapport à 2019). Le deuxième confinement national, décrété fin octobre, n'a que peu d'incidence sur l'emploi généré par les secteurs soutenus par le CNC : 85 050 salariés sont employés par les secteurs soutenus par le CNC en novembre 2020, soit -5,2 % par rapport à novembre 2019. À partir de décembre 2020, l'emploi retrouve un niveau comparable à celui constaté avant la pandémie, et observe une croissance soutenue tout au long de l'année 2021.

Emploi dans les secteurs soutenus par le CNC (milliers)



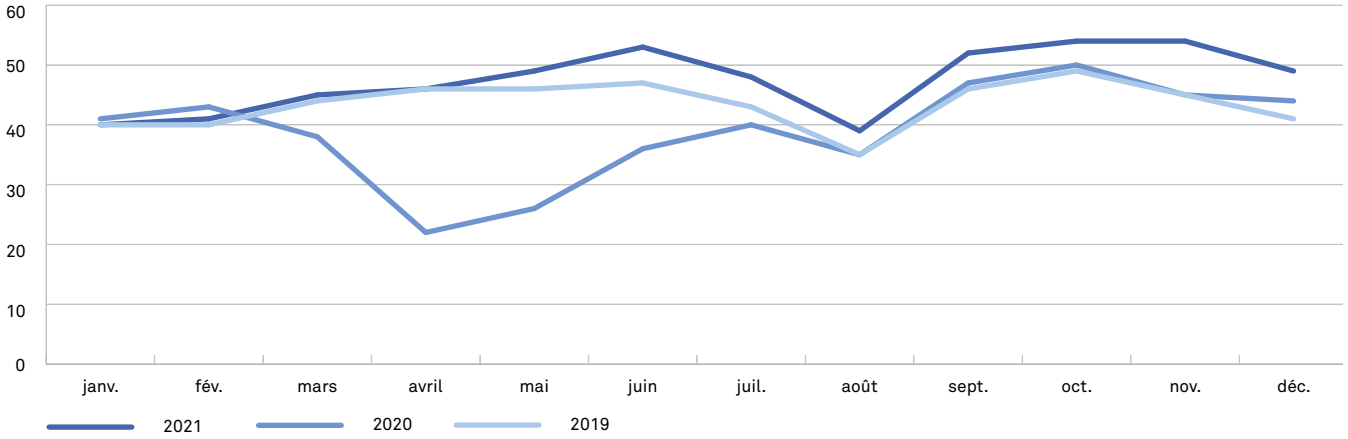
Base : entreprises relevant des secteurs d'activité soutenus par le CNC : distribution cinématographique, exploitation cinématographique, production audiovisuelle, production cinématographique, production de films d'animation et prestations techniques audiovisuelles.
Source : Audiens – Datalab.

Le secteur de l'audiovisuel représente près de la moitié des salariés des secteurs soutenus par le CNC

En décembre 2021, 49 312 salariés sont employés par les entreprises de production audiovisuelle, soit 49,2 % de l'ensemble des salariés des secteurs soutenus par le CNC. L'évolution de l'emploi dans le secteur de la production audiovisuelle est, par conséquent, comparable à celle constatée sur l'ensemble des secteurs : après une importante baisse entraînée par le premier confinement (-41,0 % entre mars et avril 2020), l'emploi retrouve un niveau similaire à celui de l'année précédente dès août 2020, et s'inscrit dans une évolution comparable à celle constatée avant la pandémie jusqu'en février 2021. A partir de mars 2021, l'emploi généré par les sociétés de production audiovisuelle s'inscrit en hausse par rapport au niveau d'avant la pandémie (jusqu'à +18,6 % en décembre 2021 par rapport à décembre 2019).

En décembre 2021, le secteur de la production audiovisuelle emploie 42,5 % de femmes, une part stable sur un an et en hausse par rapport à 2019 (41,3 %).

Emploi dans la production audiovisuelle (milliers)



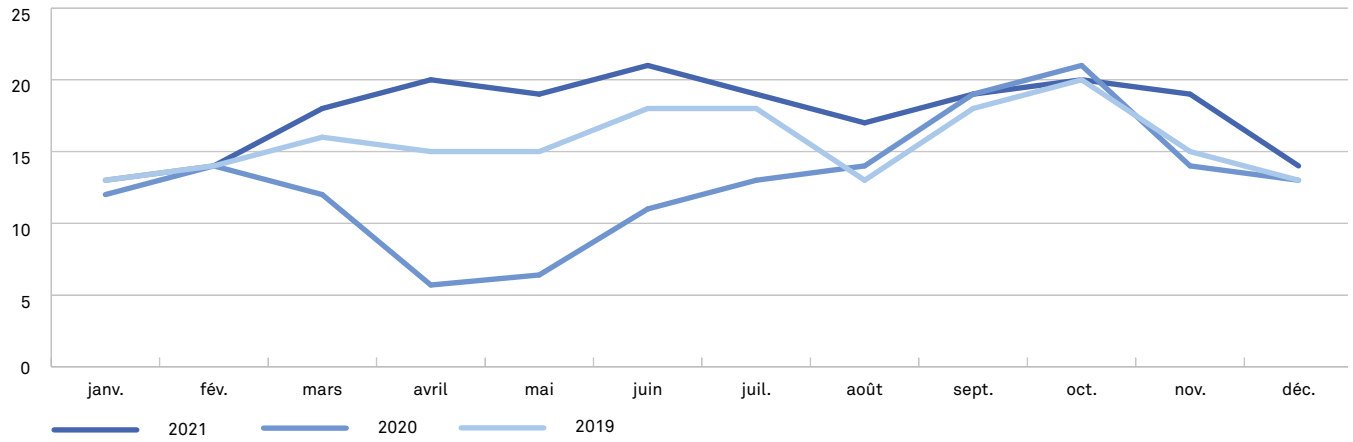
Base : entreprises de production audiovisuelle.
Source : Audiens – Datalab.

La production cinématographique, secteur le plus impacté en 2020, rebondit en 2021

Les entreprises de la production cinématographique emploient 14 526 salariés en décembre 2021, soit 14,5 % de l'ensemble de salariés relevant des secteurs soutenus par le CNC. C'est le secteur qui accuse à court terme l'impact le plus prononcé de la pandémie, en raison de l'arrêt des tournages, avec une baisse de plus de la moitié (-52,7 %) des effectifs salariés entre mars et avril 2020. L'importance de cette baisse est liée à la structure des effectifs du secteur, composé en grande majorité de salariés intermittents (71,1 % de salariés intermittents en janvier 2020, contre 53,2 % dans l'ensemble des secteurs). Comme pour la production audiovisuelle, la reprise progressive des tournages au cours de l'été 2020 permet toutefois une recrudescence pérenne de l'emploi, qui retrouve un niveau comparable à celui constaté avant la pandémie dès août 2020 (13 872 salariés soit +3,0 % par rapport à août 2019). En 2021, l'emploi généré par les entreprises de production cinématographique est en forte croissance par rapport à 2019 (jusqu'à +32,5 % en mai 2021 par rapport à mai 2019). Cette hausse de l'emploi se traduit également au sein des emplois permanents : en décembre 2021, 3 906 salariés permanents sont employés par des entreprises de production cinématographique, soit +12,6 % par rapport à décembre 2019.

6 393 femmes sont employées par des entreprises de production cinématographique en décembre 2021. Elles représentent 44,0 % des effectifs (43,0 % en décembre 2020, 42,9 % en décembre 2019).

Emploi dans la production cinématographique (milliers)



Base : entreprises de production cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

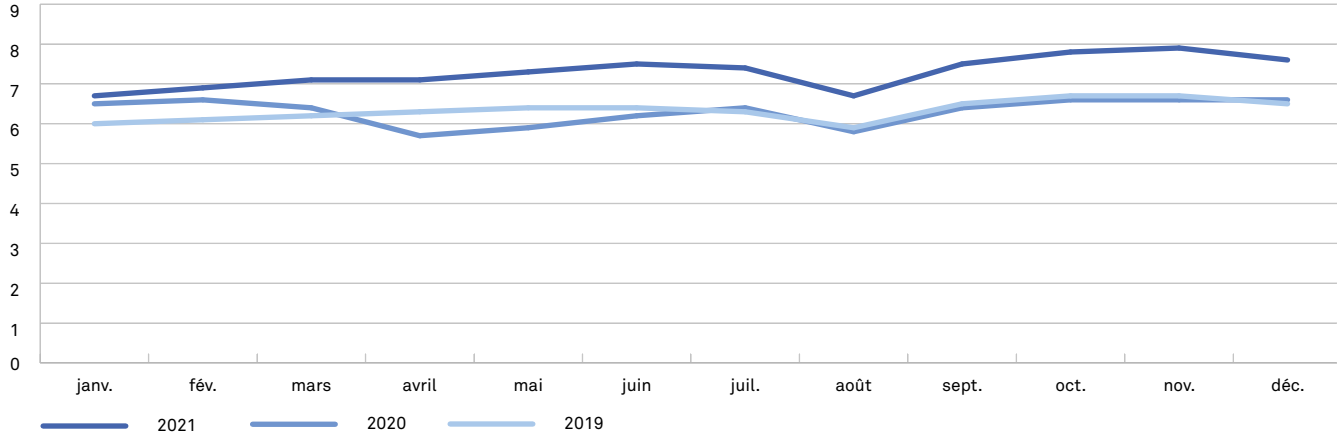
La production de films d'animation, un secteur peu impacté par la pandémie

Les entreprises de production de films d'animation emploient 7 649 salariés en décembre 2021, soit 7,6 % de l'ensemble des salariés des secteurs couverts par le CNC.

En raison des spécificités des modes de travail (notamment la possibilité du travail à distance) le secteur de la production de films d'animation est assez peu impacté par la pandémie de Covid-19 en 2020, avec une baisse limitée de 10,4 % des effectifs entre mars et avril 2020. Cette moindre baisse se constate aussi bien au sein des effectifs permanents (-4,1 % entre mars et avril 2020) que des effectifs intermittents (-13,2 %), qui composent la majorité des effectifs du secteur (69,2 % des salariés déclarés en janvier 2020 sont intermittents). Le secteur retrouve par ailleurs un niveau d'activité comparable à celui constaté en 2019 plus tôt que les autres secteurs soutenus par le CNC, dès juillet 2020 (6 418 salariés soit +1,2 % par rapport à juillet 2019). En 2021, le niveau d'emploi généré par les entreprises de production de films d'animation connaît une croissance soutenue tout au long de l'année, de +12,0 % en janvier 2021 par rapport à janvier 2019 à +18,4 % en décembre 2021 par rapport à décembre 2019.

La part de femmes employées dans le secteur est plus faible que dans les autres champs de la production, à 39,0 % de l'ensemble des salariés en décembre 2021. Cette part est toutefois en hausse par rapport à 2020 (37,5 % en décembre 2020) et 2019 (36,6 % en décembre 2019).

Emploi dans la production de films d'animation (milliers)



Base : entreprises de production de films d'animation.
Source : Audiens – Datalab.

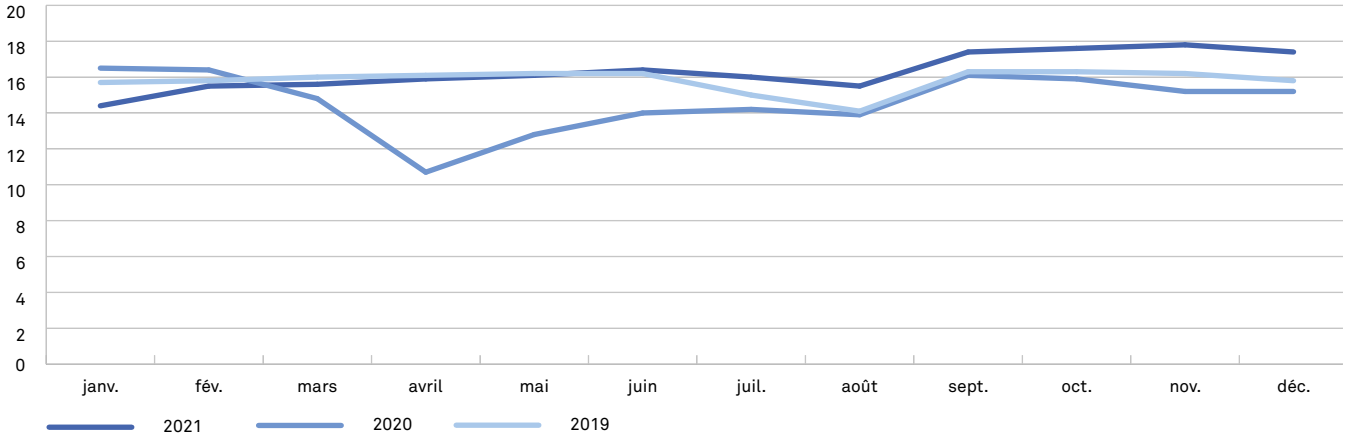
Une meilleure résistance des entreprises de prestations techniques dans l'audiovisuel que dans le spectacle vivant

En décembre 2021, les entreprises de prestations techniques audiovisuelles emploient 17 403 individus, soit 17,4 % de l'ensemble des salariés des secteurs soutenus par le CNC.

Tributaire de l'activité des entreprises de production, le secteur des prestations techniques audiovisuelles est également impacté par le premier confinement, avec une baisse toutefois plus mesurée de son nombre de salariés entre mars et avril 2020 (-27,6 %, contre -41,0 % pour la production audiovisuelle et -52,7 % pour la production cinématographique). Cette baisse se ressent principalement sur les effectifs intermittents, dont le nombre chute de 62,6 % entre mars et avril 2020 contre -3,2 % pour les salariés permanents. La diminution du nombre de salariés des entreprises de prestations techniques est toutefois bien plus limitée dans le champ audiovisuel que pour le spectacle vivant (-45,2 %). Les emplois générés par les entreprises de prestations techniques du champ audiovisuel retrouvent par ailleurs un niveau comparable à celui d'avant pandémie dès août 2020, tandis que celles du spectacle vivant demeurent en 2021 à un niveau inférieur à celui constaté en 2019.

Le secteur des prestations techniques audiovisuelles est le secteur soutenu par le CNC qui présente la part de femmes la plus limitée, à 29,0 % de ses effectifs en décembre 2021, une part en légère hausse par rapport à décembre 2020 (28,6 %) et décembre 2019 (28,3 %).

Emploi dans les prestations techniques audiovisuelles (milliers)



Base : entreprises de prestations techniques audiovisuelles (spectacle vivant exclu).
Source : Audiens – Datalab.

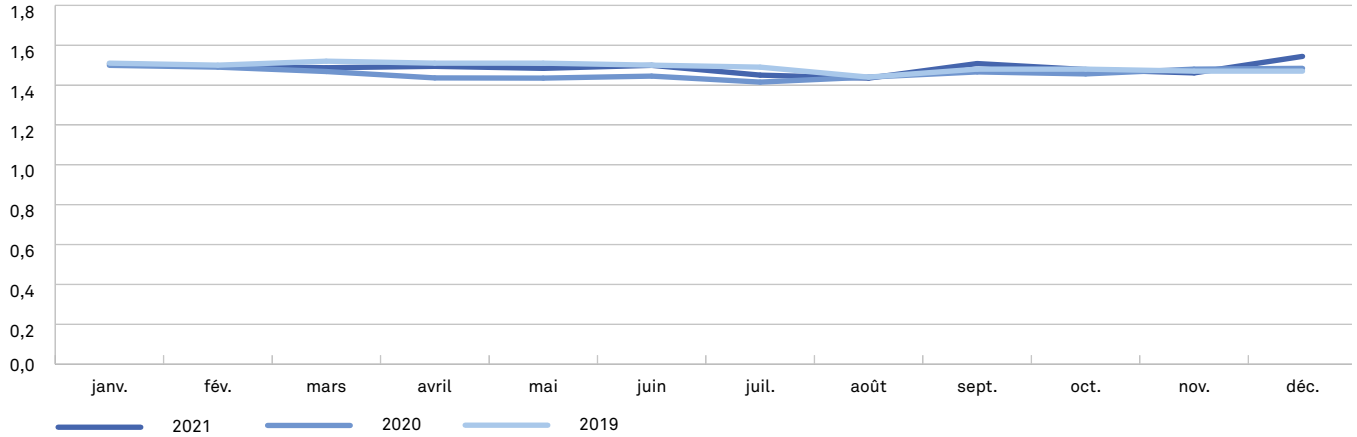
Un niveau d'emploi stable dans la distribution cinématographique

En décembre 2021, les entreprises de distribution cinématographique emploient 1 544 individus soit 1,5 % de l'ensemble des salariés des secteurs soutenus par le CNC. L'emploi généré par le secteur de la distribution cinématographique est peu impacté par la pandémie de Covid-19 (-2,2 % entre mars et avril 2020). Cette relative stabilité peut s'expliquer par la nature des emplois du secteur de la distribution, composé en grande majorité d'emplois permanents (98,7 % des effectifs en janvier 2020). Le maintien du niveau d'emploi durant la crise sanitaire, permis par les mesures d'activité partielle mises en place par le gouvernement, ne peut ainsi pas rendre compte du niveau d'activité des entreprises de distribution.

En 2021, comme en 2020, aucune tendance, positive comme négative, ne peut être dégagée, le niveau d'emploi restant stable par rapport aux années précédentes (entre -3 % et +3 % chaque mois par rapport au même mois deux ans plus tôt). Seul le mois de décembre 2021 amorce une hausse du niveau d'emploi, avec 1 544 salariés du secteur (+4,0 % par rapport à décembre 2020, +4,6 % par rapport à décembre 2019).

Le secteur de la distribution cinématographique est majoritairement composé de femmes : en décembre 2021, 886 femmes sont employées dans le secteur, soit 57,4 % des effectifs (57,0 % en décembre 2020 et 58,7 % en décembre 2019).

Emploi dans la distribution cinématographique (milliers)



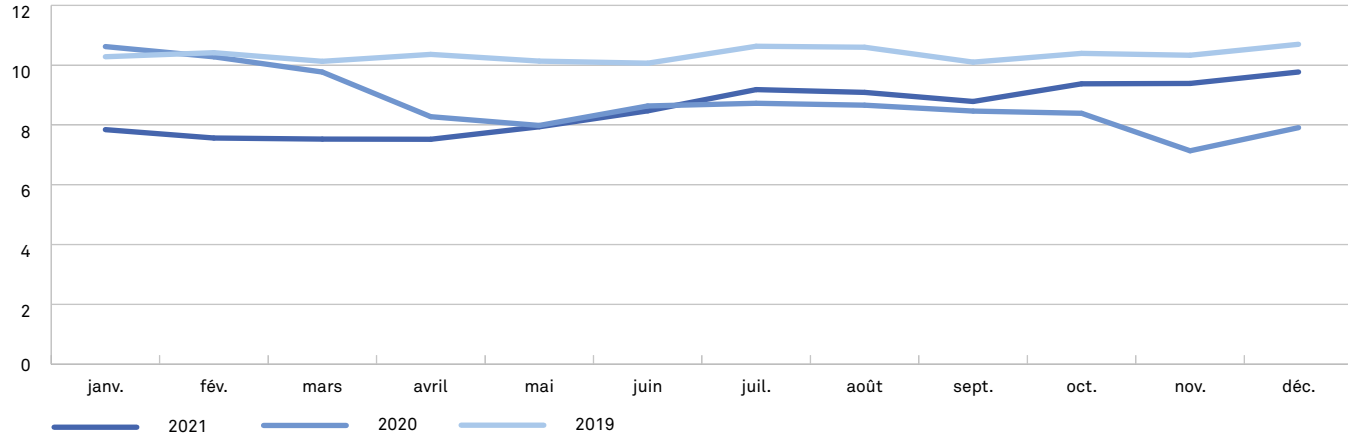
Base : entreprises de distribution cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

Un niveau d'emploi du secteur de l'exploitation cinématographique qui demeure inférieur au niveau prépandémique

9 771 individus sont employés par des entreprises d'exploitation cinématographique (salles de cinéma), soit 9,8 % de l'ensemble des salariés des secteurs soutenus par le CNC. En termes d'emploi, le secteur de l'exploitation cinématographique est celui qui s'avère être le plus durablement touché par la pandémie de Covid-19. Bien que quasi intégralement composé de salariés permanents (99,5 % des effectifs en janvier 2020), population éligible aux mesures d'activité partielle, le secteur de l'exploitation cinématographique accuse en avril 2020 une baisse de 15,3 % de ses effectifs par rapport à mars 2020. Contrairement aux autres secteurs d'activité impactés par la pandémie, la reprise de l'activité à l'été 2020, qui se traduit par la réouverture de la majorité (77 %) des salles de cinéma dès juin, ne permet pas au secteur de retrouver un niveau d'emploi comparable à celui d'avant crise (8 661 salariés en août 2020 soit -18,3 % par rapport à août 2019). Le deuxième confinement national, décrété par le gouvernement à la fin du mois d'octobre 2020 et qui acte notamment une nouvelle fermeture des salles de cinéma, réduit encore davantage le niveau d'emploi du secteur pour atteindre 7 136 salariés en novembre 2020 (-14,9 % par rapport à octobre 2020 et -30,9 % par rapport à novembre 2019). A partir de mai 2021 (réouverture des salles de cinéma) l'emploi dans le secteur de l'exploitation cinématographique connaît une hausse continue, pour atteindre en décembre son plus haut niveau de l'année, sans toutefois parvenir à retrouver celui d'avant pandémie (9 771 salariés en décembre 2021 soit -8,7 % par rapport à décembre 2019).

Le secteur de l'exploitation cinématographique tend vers la parité : en décembre 2021, 4 673 femmes sont employées par le secteur soit 47,8 % de l'ensemble des effectifs (47,1 % en décembre 2020 et 49,4 % en décembre 2019).

Emploi dans l'exploitation cinématographique (milliers)



Base : entreprises d'exploitation cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

L'emploi dans le secteur de la production cinematographique de fiction

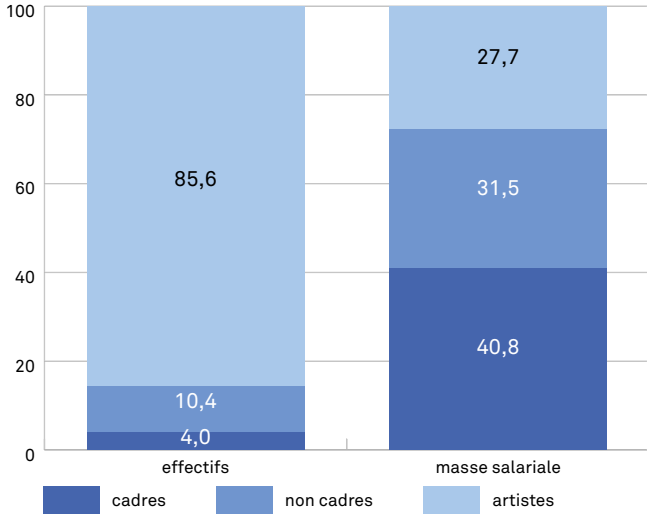
Remarques méthodologiques

Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 1 346 films d'initiative française de fiction cinématographique ayant reçu l'agrément des investissements (ou, à défaut, directement l'agrément de production) entre 2011 et 2020 et qui ont pu être identifiés dans les déclarations recueillies par Audiens.

Plus de 220 000 intermittents en dix ans dans la production de films

La production des 1 346 films de fiction sur la période 2011-2020 a mobilisé 221 656 intermittents et a généré plus de 1,4 Md€ de masse salariale. 85,6 % des effectifs intermittents sont salariés en tant qu'artistes interprètes alors qu'ils ne représentent que 27,7 % de la masse salariale ; les figurants, qui sont nombreux sur les tournages et employés pour de courtes durées la plupart du temps, expliquent la différence entre la part des artistes interprètes dans les effectifs et dans la masse salariale. Les personnels techniques bénéficiant du statut de cadre représentent 4,0 % des effectifs totaux et mobilisent 40,8 % 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 31,5 % de la masse salariale globale.

Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production cinématographique de fiction (2011-2020) (%)



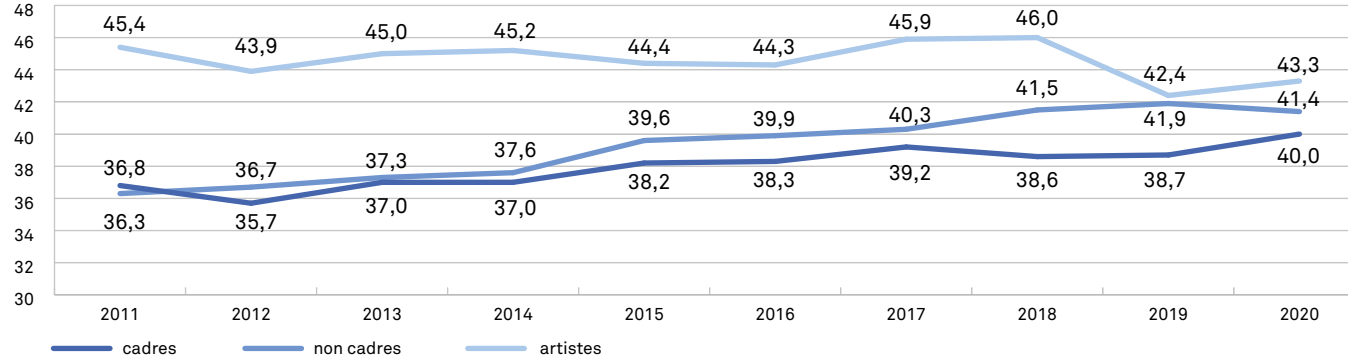
Source : Audiens.

44,6 % de femmes au sein des effectifs pour 35,2 % de la masse salariale sur la période 2011-2020

Entre 2011 et 2020, 98 968 femmes ont été employées par une société de production de films cinématographiques de fiction, soit 44,6 % des effectifs. Les femmes sont davantage représentées au sein des artistes intermittents (45,5 % des effectifs) que dans les emplois de techniciens cadres (38,3 %) et non cadres (39,7 %).

Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs diminue de 43,5 % en 2011 à 42,4 % en 2020. Cette baisse est liée à l'emploi des femmes artistes, dont la part diminue entre 2011 (45,4 %) et 2020 (43,3 %). La part de femmes augmente en revanche fortement au sein des emplois techniques non cadres (+5,0 points) et atteint une part record au sein des emplois cadres, à 40,0 % de l'ensemble des techniciens de cette catégorie (36,8 % en 2011).

Part de femmes employées dans le secteur de la production cinématographique selon la catégorie professionnelle (%)



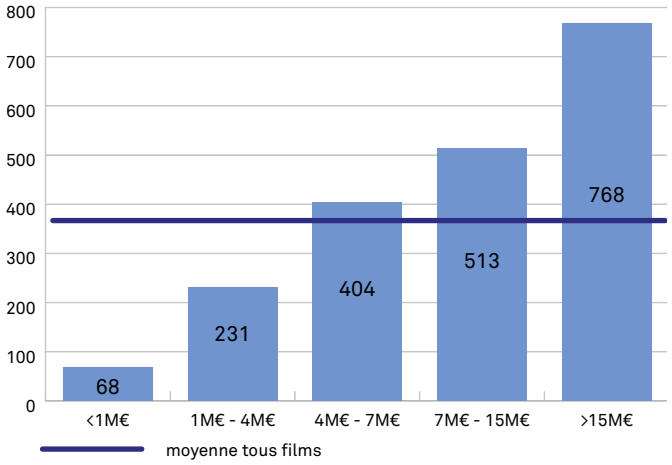
Source : Audiens.

363 intermittents en moyenne par film

Entre 2011 et 2020, la production d'un film de fiction emploie en moyenne 363 intermittents, dont 210 hommes (57,9 %) et 153 femmes (42,1 %).

En moyenne, plus le devis d'un film est élevé, plus le nombre d'intermittents employés pour sa production est important, de 68 intermittents en moyenne pour un film de moins de 1 M€ à 768 intermittents en moyenne pour un film de 15 M€ ou plus.

Effectifs moyens par film selon le devis de production entre 2011 et 2020

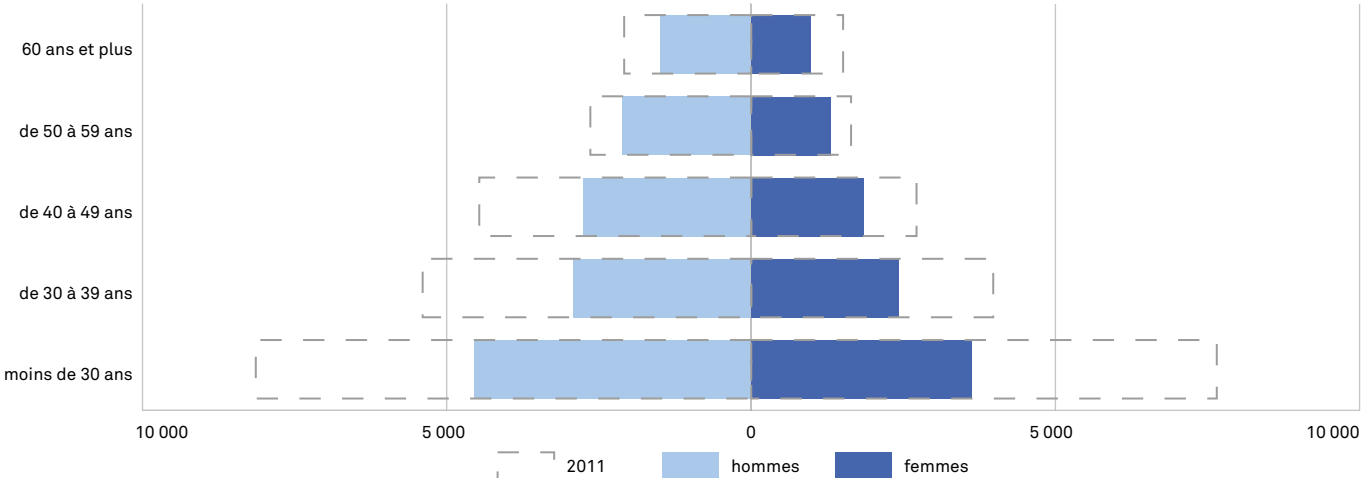


Source : Audiens.

Un secteur jeune

En 2020, les salariés du secteur de la production cinématographique de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 34,0 % de l'ensemble des effectifs, une part en baisse par rapport à 2011 (39,2 % de moins de 30 ans). Dans ce contexte, les femmes demeurent plus jeunes que les hommes en 2020 : elles sont 35,6 % à être âgées de moins de 30 ans (43,7 % en 2011), contre 32,9 % des hommes (35,8 % en 2011).

Répartition des salariés du secteur de la production cinématographique par tranche d'âge en 2020



Source : Audiens.

L'emploi dans le secteur de la production audiovisuelle de fiction

Remarques méthodologiques

Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 188 entreprises de production audiovisuelle exerçant une activité de fiction entre 2011 et 2020 (au moins trois heures aidées par le CNC), celle-ci occupant un poids prépondérant au sein des activités identifiées par le CNC (au moins 90 % de l'ensemble du coût des œuvres aidées par le CNC).

Progression de 10 % des effectifs des sociétés de production audiovisuelle de fiction en dix ans

Sur la période 2011-2020, les effectifs salariés dans les sociétés audiovisuelles qui ont une activité de fiction augmentent de 10,1 % et la masse salariale de 26,9 %. 188 entreprises de production audiovisuelle ayant une activité de fiction entre 2011 et 2020 ont employé 183 852 salariés et ont généré 2,0 Md€ de masse salariale.

Les salariés des sociétés de production audiovisuelle qui ont une activité de fiction sont en grande majorité intermittents (98,2 %). Ils bénéficient d'une masse salariale de 1 619,8 M€ entre 2011 et 2020, soit 80,5 % de la masse salariale totale. Au sein des intermittents, 7,4 % ont un statut de technicien cadre (38,3 % de la masse salariale dégagée par les intermittents), 13,5 % ont un statut de technicien non cadre (27,0 % de la masse salariale) et 79,1 % ont un statut d'artiste interprète (34,7 % de la masse salariale). Ce dernier statut compte notamment les figurants qui sont nombreux sur les plateaux de tournage et souvent employés pour de courtes durées.

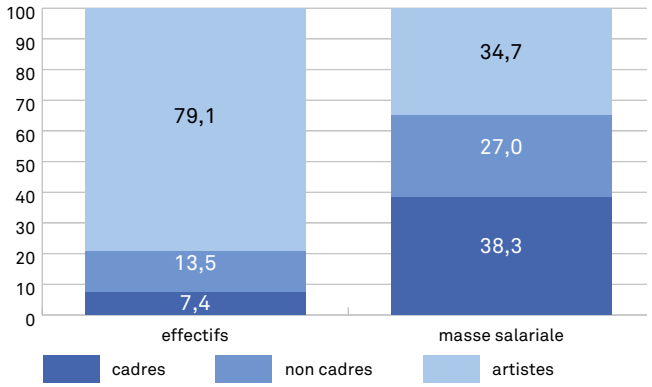
Sur la période, 1,8 % des effectifs de la production audiovisuelle de fiction sont des emplois permanents qui bénéficient de 19,5 % de la masse salariale totale. Au sein des salariés permanents, 53,0 % ont le statut de cadre.

Secteur de la production audiovisuelle de fiction

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
nombre d'entreprises	121	126	134	142	142	145	149	144	144	143
effectifs[1]	34 380	29 592	30 687	33 435	32 870	31 994	37 224	39 700	43 151	37 849
masse salariale (M€)	182,44	161,56	166,67	185,85	186,22	192,13	213,15	234,65	259,08	231,54

[1] Les individus sont dédoublonnés : un individu déclaré dans plusieurs entreprises n'est compté qu'une seule fois.
Source : Audiens.

Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production audiovisuelle (2011-2020) (%)

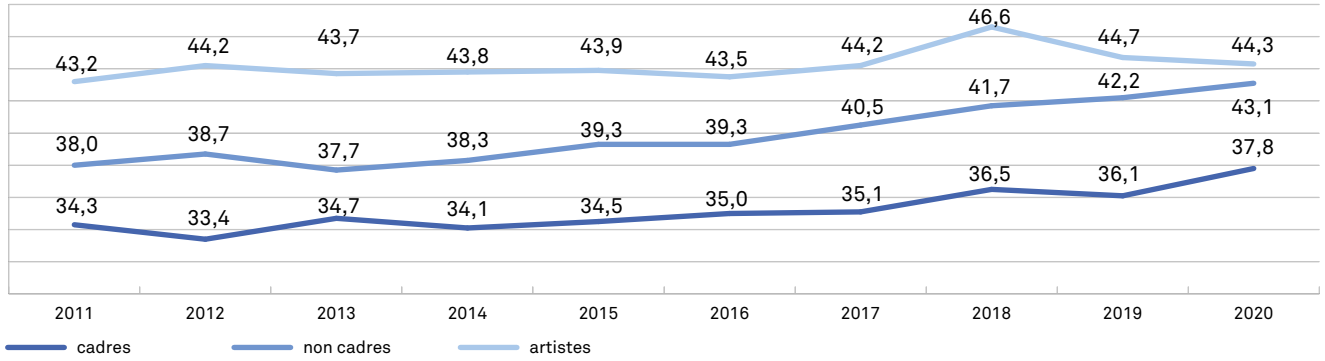


Source : Audiens.

Une féminisation des effectifs

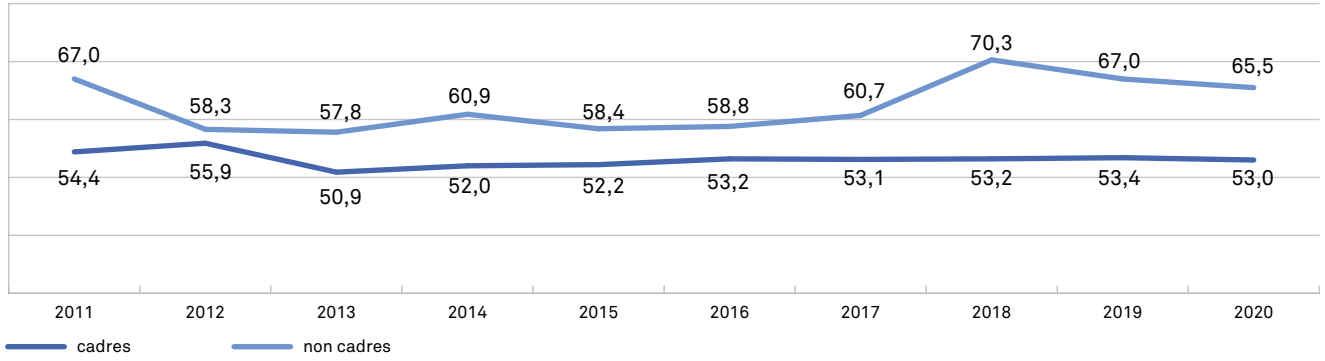
Entre 2011 et 2020, 81 578 femmes ont été employées par les sociétés de production audiovisuelle qui ont une activité de fiction, soit 44,4 % des effectifs. Elles bénéficient de 816,0 M€ sur la période, soit 40,5 % de la masse salariale totale. Les femmes sont davantage représentées au sein des emplois permanents au sein desquels elles composent 53,7 % des effectifs. Leur part dans la masse salariale des salariés permanents est moins importante (47,9 %). Les femmes représentent 44,2 % des intermittents de la production audiovisuelle de fiction sur la période 2011-2020. Elles représentent un peu plus du tiers (38,7 %) de la masse salariale des salariés intermittents.
Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs intermittents progresse sensiblement, de 41,0 % en 2011 à 43,2 % en 2020. C'est pour la catégorie des techniciens non cadres que la part de femmes enregistre la plus forte progression entre 2011 (38,0 %) et 2020 (43,1 %). La part de femmes augmente de 3,5 points au sein des techniciens cadres (37,8 % en 2020) et de 1,0 point pour les artistes (44,3 %). Pour les techniciens, cadres comme non cadres, la part de femmes atteint en 2020 son niveau record.

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 (%)

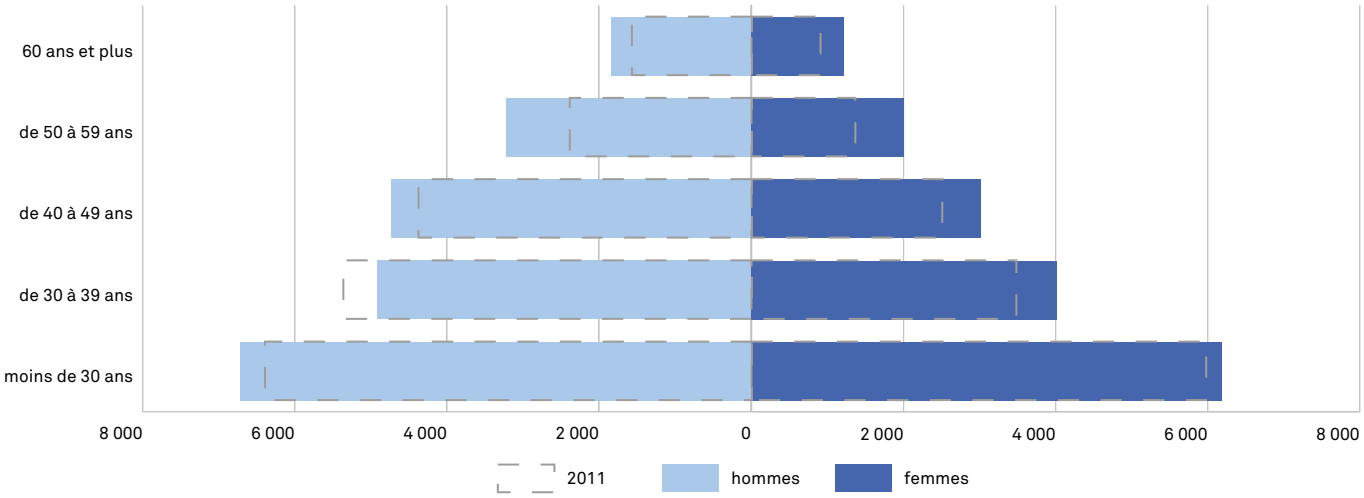


Source : Audiens.

Un tiers des effectifs a moins de 30 ans

En 2020, les salariés des entreprises audiovisuelles qui ont une activité de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 34,1 % de l'ensemble des effectifs, une part en baisse par rapport à 2011 (36,0 % de moins de 30 ans). Les femmes sont plus jeunes que les hommes en 2020 : elles sont 37,6 % à être âgées de moins de 30 ans, contre 31,4 % des hommes.

Répartition des salariés du secteur de la production audiovisuelle par tranche d'âge en 2020



Source : Audiens.

L'emploi en régions

Remarques méthodologiques

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 – postproduction 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.

Afin d'éviter tout biais de déclaration lié au passage de la norme DADS-U (déclarations annuelles) à la norme DSN (déclarations mensuelles), les historiques présentés démarrent en 2017 (année de passage à la norme DSN). La notion d'établissement est ici déterminée par un identifiant interne au groupe Audiens. Les historiques sont par conséquent susceptibles de varier par rapport aux données publiées par le passé (basées sur les SIRET).

63 % des établissements implantés en Ile-de-France

En 2020, 10 395 établissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actifs en France, soit 2,5 % de plus qu'en 2017. En 2020, malgré la pandémie de Covid-19, le nombre d'établissements actifs sur l'année demeure stable par rapport à 2019 (10 479). A noter que la notion d'activité est entendue sur l'ensemble de l'année, un établissement ayant cessé son activité en cours d'année 2020 est donc inclus dans les chiffres annuels.

6 501 établissements sont implantés en Ile-de-France en 2020, soit 62,5 % de l'ensemble des établissements. Cette part est en baisse sur les quatre années étudiées (63,9 % en 2017).

L'Occitanie est la région française qui voit le plus de création d'établissements dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel sur la période, avec 45 établissements supplémentaires en 2020 par rapport à 2017 (+10,1 %). La quasi-intégralité (93,3 %) de ces établissements relève d'une activité de production, qu'elle soit cinématographique (37,8 %), institutionnelle et publicitaire (35,6 %) ou audiovisuelle (20,0 %).

Après l'Ile de France, l'Auvergne-Rhône-Alpes est la région qui accueille le plus grand nombre d'établissements dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma, avec 690 établissements en 2020 soit 24 de plus qu'en 2017 (+3,6 %). Un tiers (33,3 %) de ces établissements exerce une activité de production de films institutionnels et publicitaires.

Etablissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/17*
Auvergne-Rhône-Alpes	666	662	676	690	*+3,6%*
Bourgogne-Franche-Comté	131	130	130	139	*+6,1%*
Bretagne	252	251	271	271	*+7,5%*
Centre-Val de Loire	138	135	137	138	-
Corse	48	54	56	59	*+22,9%*
Grand Est	236	248	251	252	*+6,8%*
Hauts-de-France	249	260	264	267	*+7,2%*
Ile-de-France	6 485	6 556	6 628	6 501	*+0,2%*
Normandie	184	177	182	185	*+0,5%*
Nouvelle-Aquitaine	474	483	504	506	*+6,8%*
Occitanie	445	451	489	490	*+10,1%*
Pays de la Loire	259	265	264	268	*+3,5%*
PACA	510	526	549	552	*+8,2%*
Outre-mer	68	67	78	77	*+13,2%*
ensemble	**10 145**	**10 265**	**10 479**	**10 395**	***+2,5%***

Source : Audiens.

Une baisse de l'emploi en régions en 2020

En 2020, 188 927 emplois sont comptabilisés par les établissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, soit une baisse de 9,3 % par rapport à 2017. La masse salariale dégagée en 2020 est de 3,5 Md€, soit 6,0 % de moins qu'en 2017.

L'Ile-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 154 097 emplois en 2020, soit 73,5 % de l'ensemble des effectifs du secteur. 38,0 % d'entre eux travaillent dans des établissements de production audiovisuelle, une part plus importante qu'à l'échelle nationale (35,0 %). L'Ile-de-France concentre 79,8 % de la masse salariale totale en 2020, une part stable sur les quatre années étudiées (80,5 % en 2017).

En raison de la pandémie de Covid-19, qui a considérablement impacté l'ensemble des secteurs culturels et artistiques, l'emploi des champs audiovisuels et cinématographiques baisse dans la quasi-intégralité des régions françaises en 2020. La Nouvelle-Aquitaine est la région la plus touchée par cette baisse des effectifs, avec 6 720 salariés déclarés en 2020 soit un quart de moins qu'en 2019 (-25,7 %). Cette baisse est principalement causée par le recul du nombre de salariés des établissements aquitains de production cinématographique (-1 535 salariés en 2020 par rapport à 2019) ainsi que des établissements de projection cinématographique (-478 salariés).

Une hausse des effectifs en Occitanie, région d'implantation de trois feuilletons quotidiens

A l'inverse, l'Occitanie et l'Outre-Mer sont les deux seules régions françaises qui observent une hausse significative de l'emploi en 2020. 6 602 salariés sont déclarés par les établissements implantés en Occitanie en 2020, soit +3,8 % par rapport à 2019 (+1,6 % par rapport à 2017). Cette hausse est largement portée par les établissements de production audiovisuelle, qui génèrent une augmentation de 69,2 % du nombre de salariés en Occitanie, région notamment marquée par l'implantation des feuilletons quotidiens *Un si grand Soleil* (Montpellier), *Demain nous appartient* (Sète) et, depuis 2020, *Ici tout commence* (tourné notamment en Camargue gardoise).

L'Outre-Mer observe une hausse plus contenue à 2 781 salariés déclarés en 2020, soit +1,5 % par rapport à 2019 (+14,5 % par rapport à 2017). Cette hausse est largement imputable aux établissements de production de films institutionnels et publicitaires (+297 salariés déclarés en 2020 par rapport à 2019).

Une baisse de la masse salariale liée à la fermeture des salles de cinéma

En 2020, la région Auvergne-Rhône-Alpes est la région qui génère la masse salariale la plus importante après l'Ile-de-France avec 115,9 M€ (127,5 M€ en 2017). Les établissements d'édition de chaînes thématiques sont ceux qui y contribuent le plus, à hauteur de 20,6 % de la masse salariale totale de la région en 2020, une part nettement supérieure à celle constatée au niveau national (6,6 %). La baisse observée sur la masse salariale totale générée par la région Auvergne-Rhône-Alpes est largement tributaire des établissements de projection cinématographique, pour qui elle se réduit de 39,2 % en 2020 (15,7 M€) par rapport à 2019 (25,9 M€). De façon plus générale, la masse salariale générée par les établissements de projection cinématographique, lourdement impactée par les fermetures de salles sur une période de 162 jours en 2020, baisse pour l'ensemble des régions, de -27,7 % par rapport à 2019 pour la Corse à -42,7 % pour la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

Seule la masse salariale des établissements implantés dans les Pays de la Loire augmente en 2020 par rapport à 2019 (+10,3 % et +18,0 % par rapport à 2017). Cette hausse est portée par les établissements de postproduction, dont la masse salariale totale augmente de 65,1 % en 2020 par rapport à 2019.

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/17*
Auvergne-Rhône-Alpes	9 052	9 223	8 894	7 759	*-14,3%*
Bourgogne-Franche-Comté	1 407	1 308	1 566	1 225	*-12,9%*
Bretagne	3 833	3 330	3 746	3 398	*-11,3%*
Centre-Val de Loire	1 724	1 702	1 803	1 619	*-6,1%*
Corse	1 026	838	893	845	*-17,6%*
Grand Est	4 888	4 940	5 560	4 486	*-8,2%*
Hauts-de-France	4 171	4 539	4 892	3 957	*-5,1%*
Ile-de-France	172 670	171 436	172 210	154 097	*-10,8%*
Normandie	1 833	1 949	1 901	1 791	*-2,3%*
Nouvelle-Aquitaine	6 757	7 778	9 040	6 720	*-0,5%*
Occitanie	6 497	6 087	6 359	6 602	*+1,6%*
Pays de la Loire	4 919	4 894	4 819	4 420	*-10,1%*
PACA	10 446	11 218	10 660	10 003	*-4,2%*
Outre-mer	2 428	3 259	2 739	2 781	*+14,5%*
ensemble	**208 275**	**209 145**	**210 573**	**188 927**	***-9,3%***

Source : Audiens.

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région (M€)

	2017	2018	2019	2020	*évol. 20/17*
Auvergne-Rhône-Alpes	127,5	124,6	126,2	115,9	*-9,1%*
Bourgogne-Franche-Comté	21,5	21,6	22,1	18,8	*-12,4%*
Bretagne	36,2	34,9	36,7	32,3	*-10,8%*
Centre-Val de Loire	18,9	19,2	19,6	17,2	*-9,2%*
Corse	15,8	16,4	16,5	16,1	*+2,2%*
Grand Est	86,3	87,0	88,9	79,9	*-7,4%*
Hauts-de-France	51,7	54,3	54,9	45,7	*-11,5%*
Ile-de-France	3 013,1	3 002,6	3 030,6	2 807,2	*-6,8%*
Normandie	24,7	25,2	27,1	22,2	*-10,0%*
Nouvelle-Aquitaine	82,9	90,0	96,0	85,0	*+2,5%*
Occitanie	76,9	81,8	89,8	82,2	*+6,9%*
Pays de la Loire	44,7	48,4	47,9	52,8	*+18,0%*
PACA	81,9	90,9	91,5	79,8	*-2,6%*
Outre-mer	60,0	62,4	64,5	62,3	*+3,7%*
ensemble	**3 742,2**	**3 759,4**	**3 812,5**	**3 517,4**	***-6,0%***

Source : Audiens.

Crédits

Couverture
Mush Mush et les champotes © La Cabane Productions
Illusions Perdues de Xavier Giannoli © 2021 - CURIOSA FILMS – GAUMONT – FRANCE
L'Evènement de Audrey Diwan © 2021 – Rectangle Production / Wild Bunch
En Thérapie © Les Films du Poisson / Arte France
Road 96 © Digixart
Death in paradise © Red Planet Pictures Ltd, Atlantique Production, Kudos, France Télévisions
Julie en douze chapitres de Joachim Trier © Memento Film Distribution
Les Démons de Dorothy de Alexis Langlois © Shellac Distribution

La consommation des ménages dans la filière
Illusions Perdues de Xavier Giannoli © 2021 - CURIOSA FILMS – GAUMONT – FRANCE
L'Opera © Telfrance / OCS France
Ordesa © Cinétévé Expérience - ARTE France
Le Bal de Paris de Bianca Li ©Compagnie Blanca Li / Film Addict / Calentito

Cinéma
Illusions Perdues de Xavier Giannoli © 2021 - CURIOSA FILMS – GAUMONT – FRANCE
3 CINEMA – GABRIEL INC. – UMEDIA
L'Evènement de Audrey Diwan © 2021 – Rectangle Production / Wild Bunch
Annette de Leos Carax © 2021 – UGC Distribution
Titane de Julia Ducournau © 2021 – Kazak Films / Diaphana distribution

Audio
Mush Mush et les champotes © La Cabane Productions
En Thérapie © Les Films du Poisson / Arte France
L'Opera © Telfrance / OCS France
Nous Paysans © Program 33

Numérique
Road 96 © Digixart
Death in paradise © Red Planet Pictures Ltd, Atlantique Production, Kudos, France Télévisions
Le Bal de Paris de Bianca Li ©Compagnie Blanca Li / Film Addict / Calentito
Ordesa © Cinétévé Expérience - ARTE France

International
Julie en douze chapitres de Joachim Trier © Memento Film Distribution
Onoda, 10 000 nuits dans la jungle de Arthur Harari ©Bathysphère productions / Le Pacte
Le Genou d'Ahded de Nadav Lapid © Pyramide distribution
La Fièvre de Petrov de Kirill Serebrennikov © Bac Films

Le CNC
Les Démons de Dorothy de Alexis Langlois © Shellac Distribution
Bal Poussière de Henri Duprac © DR
Souvenir Souvenirs de Bastien Dubois © Blast Production
Bigger Than Us de Flore Vasseur © Jour2Fête

les dossiers du CNC
n° 344 – mai 2022
bilan 2021

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, Tristan Celet, Raphaël Drouet, Sophie Jardillier, Cécile Lacoue, Ivan Piccon, Cindy Pierron, Valentine Tucoulat, Jérôme Tyl,

conception graphique
c-album

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

Bilan 2021 du CNC
N°345 – mai 2022

une publication
du Centre national du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

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