



BILAN 2024



ÉDITORIAL

3

1. LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

- 1.1 Les dépenses en programmes audiovisuels et l'équipement des Français 5
- 1.2 Les usages audiovisuels des Français 11

2. CINÉMA

- 2.1 La fréquentation des films en salles 18
- 2.2 La distribution 44
- 2.3 Le public du cinéma 62
- 2.4 L'exploitation 75
- 2.5 La production cinématographique 86

3. AUDIOVISUEL

- 3.1 L'audience de la télévision 106
- 3.2 Les films à la télévision 113
- 3.3 Les fictions à la télévision 126
- 3.4 La production audiovisuelle aidée 133
- 3.5 Les industries techniques 145

4. VIDÉO

- 4.1 Le marché de la vidéo 156
- 4.2 La vidéo physique 159
- 4.3 La vidéo à la demande (VàD payante) 167
- 4.4 La vidéo gratuite 179

5. JEU VIDÉO

- 5.1 Le marché du jeu vidéo 188
- 5.2 Le public du jeu vidéo 199

6. INTERNATIONAL

- 6.1 Les flux financiers en provenance de l'étranger 206
- 6.2 L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques 210
- 6.3 Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger 221
- 6.4 Le cinéma dans le monde 230

7. ACTION PUBLIQUE

- 7.1 Les financements publics 245
- 7.2 L'égalité femmes / hommes 272
- 7.3 L'emploi 287
- 7.4 La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel 299

Éditorial

L'année 2024 a confirmé la position exceptionnelle de la France dans le paysage cinématographique et audiovisuel mondial. Avec 181,5 millions d'entrées, notre pays réalise la meilleure reprise post-COVID de tous les pays comparables, Etats-Unis compris, et cette reprise est portée très largement par le cinéma français, qui atteint 44,8 % de part de marché.

À ces performances exceptionnelles s'ajoutent deux spécificités françaises, particulièrement prometteuses pour l'avenir : la grande diversité des films qui ont rencontré un vrai succès populaire en 2024, tout d'abord, du *Comte de Monte-Cristo* à *Emilia Perez*, de *L'Amour ouf* à *Un p'tit truc en plus*, pour ne citer qu'eux, mais aussi la présence d'une nouvelle génération de cinéastes – et notamment de jeunes réalisatrices – qui ont proposé des premiers films d'une très grande qualité. Le cinéma français est résilient, puissant, particulièrement inventif et séduit bien au-delà de nos frontières, comme en attestent les nombreuses nominations et récompenses dont il a fait l'objet dans les plus prestigieux festivals internationaux.

L'audiovisuel français est tout aussi dynamique : en 2024, les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision ont été atteintes par des productions tricolores. Et nous retrouvons

la même diversité que sur le grand écran, puisque les créateurs français sont capables de revisiter de grands classiques, comme *Zorro* ou *Cat's Eyes*, comme de créer de nouveaux formats très innovants, comme *L'Armée des romantiques* ou *Déambulations*, avec de beaux succès publics et critiques à la clé – *DJ Mehdi* a battu des records d'audience, tandis que *Les Gouttes de Dieu* a remporté un Emmy Award. Et sur le petit écran aussi, de nouveaux regards émergent et continuent de renouveler les genres et les écritures. Nos séries continuent d'être très demandées à l'international : parmi elles, *HPI* poursuit son tour du monde et a fait l'objet d'un remake aux Etats-Unis ; *Cœurs noirs* a également connu un très beau succès hors de nos frontières.

Les services de vidéo à la demande poursuivent leur croissance en France, portés par la vidéo à la demande par abonnement, qui atteint 2,3 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2024, soit plus de 13 % de croissance par rapport à 2023.

Cette grande diversité et cette vitalité sont le fruit de bientôt 80 ans d'une politique culturelle ambitieuse, que le CNC a encore développée, adaptée et perfectionnée en 2024. Un effort inédit a ainsi été porté sur la diffusion, qui s'est d'abord tourné vers les publics les plus éloignés des cinémas, à travers un soutien accru aux circuits itinérants, aux festivals locaux ainsi que le recrutement de nombreux médiateurs sur tout le territoire. Le soutien à

l'exploitation a également été modernisé pour mieux s'adapter à la réalité de la reprise post-COVID et les cinémathèques ont reçu un soutien accru pour les aider à aller chercher de nouveaux publics. Toujours dans le volet diffusion, la réforme de l'Art et Essai a permis de mieux soutenir les salles qui proposent et animent une programmation ambitieuse, dans toute la France.

En 2024, le CNC a également tiré un bilan très positif du décret SMAD, grâce au rapport produit avec l'Arcom et à celui remis par Fabien Raynaud. Les deux confirment, chiffres à l'appui, que les plateformes sont aujourd'hui bien intégrées à l'écosystème français et constituent de solides nouveaux partenaires pour nos créateurs, mais aussi qu'elles bénéficient largement, en retour, de ces partenariats, grâce à l'excellence des professionnels français et à l'appétence de nos compatriotes pour les productions nationales.

C'est donc une excellente année pour nos secteurs, dont je suis très heureux de vous présenter le bilan.

Gaëtan Bruel,
Président du CNC



chapitre un

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

1.1

Les dépenses en programmes audiovisuels et l'équipement des Français

En 2024 :

11,4 Md€ de dépenses des ménages en programmes audiovisuels et jeux vidéos
(+1,1 % par rapport à 2023)



32,5 %

télévision payante



31,8 %

jeu vidéo



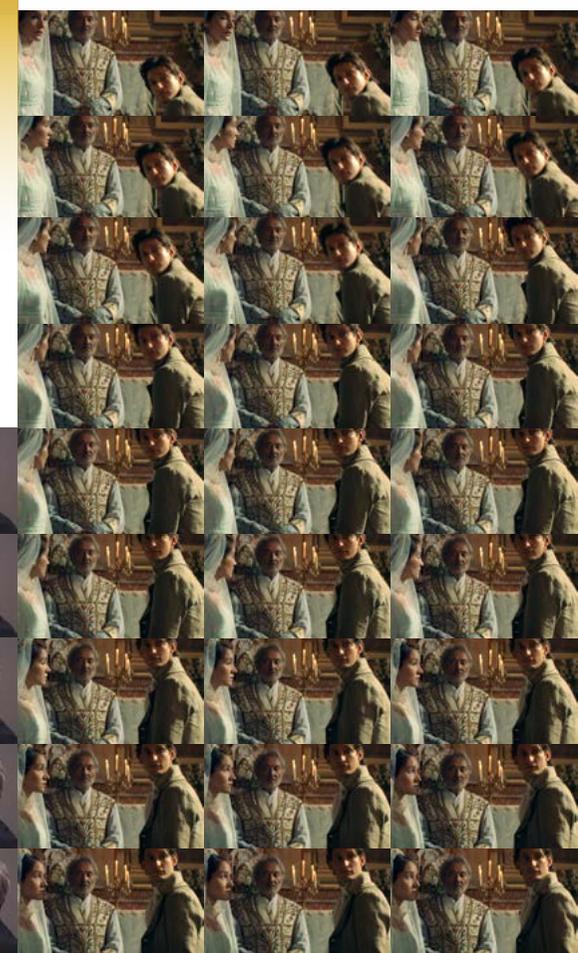
23,8 %

vidéo



11,8 %

cinéma



Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels progressent à nouveau en 2024

En 2024, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) progressent de 1,1 % par rapport à 2023, à 11,4 Md€ (toutes taxes comprises). Les dépenses pour la télévision reculent, à 3 704,4 M€ (-1,0 %). Pour rappel, la contribution à l'audiovisuel public a été supprimée en 2022 pour tous les contribuables et a été compensée par l'affectation d'une fraction de la TVA au financement de l'audiovisuel public. En 2024, et pour la troisième année consécutive, les dépenses pour la télévision ne concernent donc que les abonnements TV. Si celles-ci sont en léger recul, elles restent supérieures à la moyenne des cinq dernières années (3 582,7 M€ sur la période 2020-2024).

Les dépenses en vidéo augmentent à 2 707,3 M€ (+10,3 % par rapport à 2023), portées par la vidéo à la demande ; les dépenses pour le cinéma enregistrent une légère hausse à 1 347,8 M€ (+1,0 %, après une forte augmentation en 2023, première année sans restriction depuis la crise sanitaire, à +21,8 % par rapport à 2022). À l'inverse, les dépenses en jeux vidéo reculent à 3 625,5 M€ (-2,8 %).

En 2024, chaque foyer français (29,4 millions en 2024, contre 29,3 millions en 2023) dépense, en moyenne, 387 € en programmes audiovisuels (+0,6 % par rapport à 2023). Les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 126 € par foyer (-1,5 %), contre 123 € pour le jeu vidéo (-3,3 %). Par ailleurs, chaque foyer français dépense, en moyenne, 92 € pour la vidéo (+9,7 %) et 46 € pour le cinéma (+0,5 %).

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français¹ (M€)

	2020	2021	2022	2023 ³	2024
cinéma	432,8	672,7	1 094,8	1 333,9	1 347,8
télévision	5 938,7	5 940,8	3 512,1	3 742,2	3 704,4
abonnements TV	3 631,1	3 604,9	3 512,1	3 742,2	3 704,4
contribution audiovisuel public ²	2 307,6	2 335,9	-	-	-
vidéo	1 856,8	2 149,3	2 314,7	2 454,9	2 707,3
vidéo à la demande	1 560,4	1 903,8	2 079,8	2 257,1	2 525,4
vidéo physique	296,4	245,5	234,9	197,8	181,9
jeu vidéo	3 676,5	3 406,8	3 521,0	3 731,8	3 625,5
jeu vidéo dématérialisé	3 000,3	2 801,4	2 896,0	3 116,0	3 173,0
jeu vidéo physique	676,2	605,4	625,0	615,8	452,5
total	11 904,7	12 169,5	10 442,6	11 262,8	11 385,0
total hors contribution audiovisuel public	9 597,1	9 833,6	10 442,6	11 262,8	11 385,0

¹ Estimation hors matériel, dépenses toutes taxes comprises (TTC).

² Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur.

³ Données mises à jour.

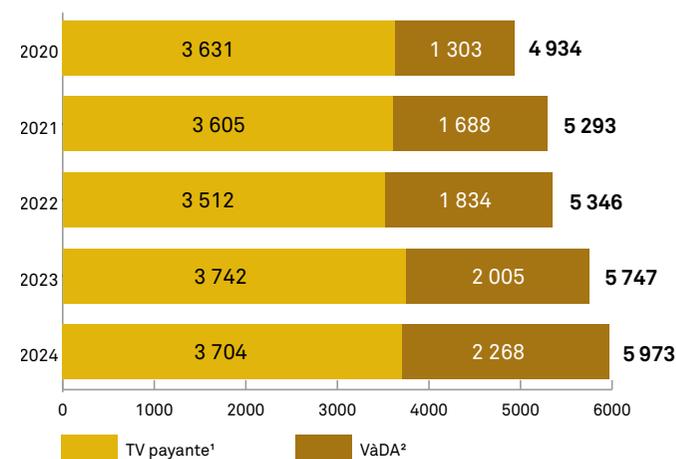
Sources : CNC, AQOA, GfK, SELL.

Les programmes dématérialisés représentent la moitié des dépenses totales

En 2024, la télévision redevient le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels (32,5 % des dépenses, -0,5 point), devant les jeux vidéo (31,8 %, -1,4 point) qui occupaient cette place depuis la suppression de la contribution à l'audiovisuel public en 2022. La part des dépenses pour la vidéo atteint 23,8 %, en hausse par rapport à 2023 (+1,9 point), dont 22,2 % pour la vidéo à la demande (+2,1 points) qui porte cette croissance, et 1,6 % pour la vidéo physique (-0,2 point). La part des dépenses consacrée au cinéma reste stable par rapport à 2023 à 11,8 % (-0,1 point).

Les dépenses en programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) progressent de 6,1 % en 2024, à 5,7 Md€. Elles représentent la moitié des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels, dépassant pour la première fois la barre des 50 % (50,1 %, contre 47,7 % en 2023).

Dépenses totales des Français pour la télévision payante et la VàDA² (M€)



¹ Données mises à jour

² Vidéo à la demande par abonnement.

Source : CNC.

Les dépenses pour le cinéma en salles en légère hausse

En 2024, la consommation cinématographique des foyers français atteint 1 347,8 M€, en légère hausse par rapport à 2023 (+1,0 %), première année complète de sortie de crise sanitaire. Elle demeure en recul de 2,9 % par rapport au niveau d'avant crise (1 388,7 M€ en moyenne entre 2017 et 2019). En 2024, le nombre d'entrées en salles s'établit à 181,5 millions (+0,6 % par rapport à 2023) et le prix moyen de la place de cinéma s'élève à 7,42 € (+0,4 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent, en moyenne, à 6,17 entrées par foyer (6,14 en 2023) et à 2,73 entrées par habitant (2,71 en 2023).

La VàDA porte la hausse des dépenses en abonnements audiovisuels

En incluant la vidéo à la demande par abonnement, les dépenses des ménages en matière d'abonnements audiovisuels sont en hausse, à 5 972,8 M€ (+4,5 % par rapport à 2023). Cette progression est portée par les dépenses d'abonnement à des services de vidéo à la demande (VàDA), qui s'élèvent à 2 268,3 M€ (+13,1 % par rapport à 2023). La croissance de la VàDA provient notamment en 2024 d'une stratégie de segmentation plus fine des offres, les rendant plus attractives (notamment les offres avec publicité), et de la hausse des tarifs des abonnements premium. Le nombre moyen d'abonnements progresse en 2024, les Français de 15 ans et plus sont abonnés en moyenne à 2,1 services de VàDA, contre 1,8 en 2020.

Les dépenses des ménages en matière de télévision payante enregistrent un léger recul, à 3 704,4 M€ (-1,0 %). Ces dépenses n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de base de télévision par ADSL/fibre. Selon l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), au quatrième trimestre 2024, les trois quarts des abonnements internet à haut et très haut débit (76,6%, +0,8 point en un an) disposent également d'un abonnement au service audiovisuel du fournisseur d'accès internet. Cela représente 24,9 millions d'abonnements, un chiffre en hausse de 1,8 % par rapport à 2023.

Hausse des dépenses pour la vidéo, recul pour le jeu vidéo

En 2024, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) progresse de 10,3 % par rapport à 2023, à 2 707,3 M€. Le marché de la vidéo à la demande (transactionnelle et par abonnement) est estimé à 2 525,4 M€. En hausse de 11,9 % par rapport à 2023, il est porté par la croissance des services par abonnement, qui captent 89,8 % des dépenses en vidéo à la demande. Le marché de la vidéo physique poursuit au contraire son recul, à 181,9 M€ (-8,1 % par rapport à 2023).

Après deux années de progression, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) reculent à 3 625,5 M€ (-2,8 %). Les dépenses en jeux vidéo physiques enregistrent une forte baisse, à 452,5 M€ (-26,5 %), alors que les dépenses en jeux vidéo dématérialisés sont en légère augmentation, à 3 173,0 M€ (+1,8 %). Ce segment reflète la dynamique des jeux mobiles (sur smartphones, tablettes, télévision en ligne). Avec des dépenses estimées à 1 604,0 M€ (+8,2 %), ces jeux représentent 51 % des dépenses en jeux dématérialisés, et 44 % des dépenses totales en jeux vidéo (hors matériel).

L'équipement audiovisuel des Français

En 2024, selon GfK, les foyers français ont dépensé 13,0 Md€ en équipements techniques audiovisuels (téléviseurs, lecteurs DVD ou Blu-ray, consoles de jeu, smartphones, ordinateurs, tablettes et passerelles multi-média), un montant en baisse pour la troisième année consécutive (-5,3 % par rapport à 2023).

9 foyers sur 10 équipés d'un téléviseur, un écran de plus en plus connecté et de qualité

Au premier semestre 2024, selon l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), chaque foyer est équipé en moyenne de 5,7 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et smartphones), un chiffre stable par rapport à 2023 et en faible progression sur dix ans (5,4 écrans en moyenne en 2015). Selon GfK, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 91,8 % (-0,3 point par rapport à 2023 et -4,3 points par rapport à 2015). En 2024, les ventes de téléviseurs en France reculent à 3,7 millions d'unités, soit -1,4 % par rapport à 2023, et au plus bas niveau des 15 dernières années. Le taux d'équipement en écran ultra haute définition (UHD) poursuit sa croissance à un rythme comparable aux années précédentes : 63,6 % des foyers français en sont équipés en 2024, contre 57,0 % en 2023 (+6,6 points).

64,0 % des foyers sont équipés d'une Smart TV en 2024 en hausse de 5,5 points en un an.

En 2024, 64,0 % des foyers sont équipés d'une Smart TV, soit une progression de 5,5 points sur un an. Avec moins de 900 000 unités vendues en 2024, les ventes de passerelles multimédia (boîtier ou clé OTT) baissent pour la troisième année consécutive (-10,8 % par rapport à 2023).

Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis

2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Selon l'Arcom, au premier semestre 2024, 71,2 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+3,7 points par rapport au premier semestre 2023), 38,5 % par la TNT (-2,8 points) et 11,7 % par le satellite (-1,5 point).

Un quart des foyers équipés d'un lecteur de DVD / Blu-ray

En 2024, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD ou Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec 302 000 unités vendues tous produits confondus, il diminue de 8,2 % par rapport à 2023. Les ventes de lecteurs de DVD baissent à 175 000 unités (-1,2 %), celles de lecteurs de Blu-ray à 103 000 unités (-16,1 %) et celles de lecteurs portables à 23 000 unités (-17,7 %). En 2024, un quart des foyers français sont équipés en lecteur DVD / Blu-ray (25,4 %, soit -3,7 points par rapport à 2023).

L'équipement en home cinema reste très marginal (2,9 %), et la part des foyers équipés baisse pour la douzième année consécutive (-0,6 point par rapport à 2023).

Equipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
téléviseur	26,8	27,0	26,9	26,9	27,0	93,2	93,0	92,6	92,1	91,8
Smart TV	11,2	13,2	14,9	17,1	18,8	38,9	45,5	51,1	58,5	64,0
lecteur de vidéodisques	13,1	11,6	10,2	8,5	7,5	45,6	40,1	34,9	29,1	25,4
dont lecteur de Blu-ray	7,3	7,1	6,3	6,3	6,3	25,5	24,6	21,8	21,5	21,4
home cinema	2,3	1,7	1,4	1,0	0,9	8,0	6,0	4,8	3,5	2,9
ordinateur	21,9	22,1	22,2	22,3	22,4	76,0	76,2	76,2	76,1	76,1
console de jeux	15,3	15,4	15,5	15,7	15,9	53,0	53,1	53,2	53,7	54,1
tablette	12,7	12,6	12,5	12,3	11,8	44,2	43,6	43,0	42,2	41,5
smartphone ¹	48,8	49,6	50,3	50,6	50,9	84,7	85,6	86,5	87,0	87,5

¹ % des individus de 11 ans et plus.

Source : GfK - Référence des équipements connectés.

L'équipement en smartphone progresse légèrement, tandis que l'équipement en tablette recule

En 2024, 87,5 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone (+0,5 point sur un an) et 40,3 % possèdent un smartphone 5G (+11,4 points). En 2024, le volume des ventes de smartphones neufs baisse pour la neuvième année consécutive. Il demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (13,1 millions d'unités vendues en 2024, contre 13,6 millions en 2023 et 18,4 millions en 2019). En parallèle, le volume de ventes de smartphones reconditionnés progresse à 734 000 unités (+8,2 % par rapport à 2023, +91 % par rapport à 2019).

Les tablettes équipent 41,5 % des foyers français en 2024 (-0,7 point par rapport à 2023). Après trois années de baisse consécutives, les ventes de tablettes repartent à la hausse, à 1,7 million d'unités en 2024 (+9,7 % par rapport à 2023), potentiellement portées par les évolutions technologiques proposées par les nouveaux modèles.

Le taux d'équipement des foyers français en ordinateurs est stable, à 76,1 %, malgré un volume de ventes de nouveau en baisse à 2,8 millions d'unités (-6,4 %).

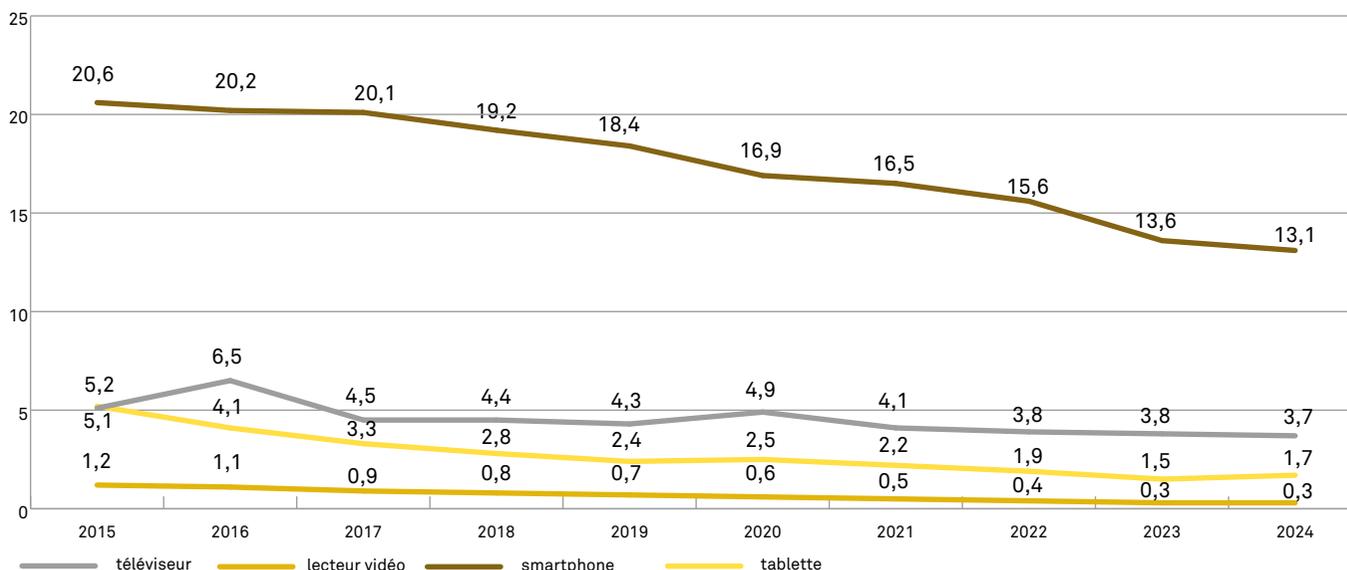
Le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) est stable, à 54,1 % (+0,4 point). Il s'élève à 51,2 % pour les consoles de salon (+0,5 point) et 11,6 % pour les consoles portables (-3,1 points). Après une année 2023 en forte hausse, portée par le succès de la PS5, le volume des ventes de consoles de jeux (tous types confondus) baisse en 2024, à 1,7 million d'unités vendues (-31,9 % par rapport à 2023), niveau le plus bas depuis 2019 et qui se rapproche de 2022 (-2,8 %).

Le recul des ventes sur plusieurs catégories d'équipements depuis 2015, en particulier les téléviseurs, est également à considérer au regard de la loi du 17 août 2015 en France sur la transition énergétique, qui fait de l'obsolescence programmée un délit. Par ailleurs, une loi de lutte contre le gaspillage et pour l'économie circulaire a rendu obligatoire pour un certain nombre de produits (dont les smartphones, ordinateurs portables et téléviseurs) l'affichage d'un indice

de réparabilité depuis le 1^{er} janvier 2021, indice évaluant la facilité de réparation d'un produit en cas d'un dysfonctionnement survenu en dehors de la période de garantie légale.

54,1 % des foyers disposent d'au moins une console de jeux en 2024.

Les ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)



Source : GfK.

1.2

Les usages audiovisuels des Français

En 2024 :

4h23

durée quotidienne d'écoute
de contenus vidéo

2h40

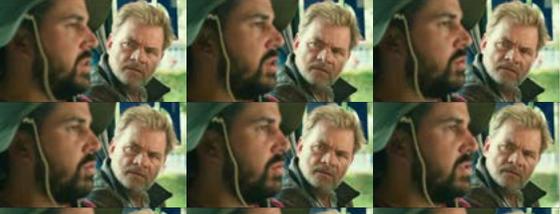
temps passé quotidiennement
sur internet
(+16 minutes par rapport à 2023)

80 %

du temps internet sur téléphone
mobile
(+1 point par rapport à 2023)

88 %

de la consommation vidéo
des 18-24 ans délinéarisée



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 1 200 Français âgés de 3 ans et plus chaque mois.

L'analyse d'audience des réseaux sociaux numériques s'appuie sur les données de l'outil Médiamétrie NetRatings, collectées auprès d'un panel de plus de 25 000 Français de 2 ans et plus dont tous les écrans du foyer sont équipés d'un logiciel de tracking, Netsight, pour la mesure des sites et des applications. Les réseaux sociaux du panel sont BeReal, Bluesky, Dailymotion, Deezer, Discord, Facebook, Instagram, LinkedIn, Messenger, Pinterest, Reddit, Skype, SnapChat, SoundCloud, Spotify, Telegram, TikTok, Tumblr, Twitch, WhatsApp, X (ex-Twitter) et YouTube.

Les données Ampere Analysis sont extraites d'une enquête menée deux fois par an (au premier trimestre et au troisième trimestre) sur 30 pays, auprès d'un panel de 2 000 personnes par pays, âgées de 18 à 64 ans, représentatif des foyers disposant d'internet.

La durée quotidienne moyenne passée sur internet progresse à nouveau

En 2024, le nombre d'internautes quotidiens en France poursuit sa progression : il s'élève à 48,5 millions selon Médiamétrie, en hausse de 2,3 % par rapport à 2023 (47,4 millions). La durée quotidienne moyenne passée sur internet par les 2 ans et plus, que cela soit sur ordinateur, tablette ou téléphone, augmente également, à 2h40 (+16 minutes par rapport à 2023). Après deux années de recul, elle repart à la hausse chez les 15-24 ans, pour s'établir à 4h21 (3h58 en 2023). La durée quotidienne moyenne passée sur internet par cette tranche d'âge est en hausse de 48 minutes par rapport à 2019 (+34 minutes pour les 2 ans et plus), et équivalente à 2020, année de crise sanitaire et de confinements (4h23). Les *Jeux Olympiques de Paris 2024* et les élections législatives ont contribué à des records d'audience (hors crise sanitaire) pour les sites et applications de médias sportifs et d'actualités. En 2024,

le site france.tv attire, en moyenne, près de 12,9 millions de visiteurs uniques chaque mois sur la période juin-août, contre 9,3 millions sur le reste de l'année. Le nombre de visiteurs uniques mensuels du site de L'Equipe passe à 14,2 millions sur l'été (10,3 millions sur le reste de l'année) et celui de Franceinfo atteint 26,0 millions (21,8 millions sur le reste de l'année).

Le téléphone mobile est depuis 2019 le principal support de consommation d'internet. En 2024, il représente 79,6 % du temps passé sur internet par l'ensemble du public, une part en légère augmentation par rapport à 2023 (78,6 %, +1 point).

Facebook, 1^{er} réseau social en termes de pénétration et TikTok, 1^{er} réseau social en temps passé

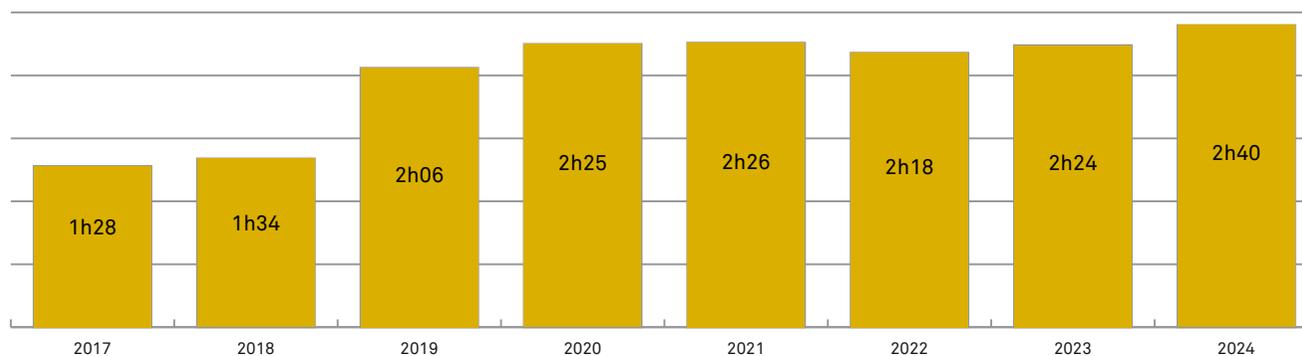
Selon Médiamétrie NetRatings, en 2024, 96,8 % des internautes consultent, chaque mois, des réseaux sociaux ou des sites de partage de vidéos (96,7 % en 2023). Les plateformes qui réunissent le plus d'internautes sont Facebook (88,3 % d'internautes mensuels en moyenne, +0,4 point par rapport à 2023), YouTube (87,7 %, -0,5 point), WhatsApp (80,0 %, +5,4 points), Instagram (72,0 %, +3,8 points), Messenger (61,7 %, +0,2 point), Snapchat (48,3 %, -1,5 point) et TikTok (45,9 %, +0,8 point). TikTok est le réseau social sur lequel les internautes passent, en moyenne, le plus de temps par jour

(59 minutes en 2024, +5 minutes par rapport à 2023). Il est suivi de Snapchat (48 minutes, +5 minutes) et de YouTube (38 minutes, -1 minute). YouTube, Instagram et Snapchat sont les premiers réseaux sociaux en termes de pénétration chez les 15-24 ans. YouTube attire, en moyenne chaque mois, 91,5 % de 15-24 ans, Instagram 90,5 % et Snapchat 89,3 %. Snapchat est le réseau social sur lequel les internautes de cette tranche d'âge passent le plus de temps (1h20 en moyenne par jour, +5 minutes par rapport à 2023), suivi de TikTok (1h16, +10 minutes). TikTok arrive en tête sur les autres tranches d'âge, avec notamment 1h28 par jour en moyenne pour les moins de 15 ans (+8 minutes).

Selon Vertigo, 46,8 % des Français utilisateurs de sites de partage de vidéos et de réseaux sociaux s'y rendent au moins une fois par jour. Cette fréquence est davantage marquée chez les jeunes de 15 à 24 ans : 67,1 % consultent ces plateformes quotidiennement, et près d'un sur deux (48,4 %) se connecte plusieurs fois par jour.

Le mobile représente 80% du temps passé sur internet en 2024.

Temps moyen passé quotidiennement sur internet



Base : Français de 2 ans et plus.
Source : Médiamétrie -Mediametrie//NetRatings-Audience Internet Global.

4h23 de contenus vidéo en moyenne par jour

En 2024, selon Médiamétrie, les Français regardent, en moyenne, 4h23 de contenus vidéo par jour. Cette durée englobe les programmes diffusés par les chaînes de télévision, qu'ils soient regardés en direct ou en BVoD (Broadcaster Video on Demand, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande des groupes audiovisuels), ainsi que les contenus disponibles en vidéo à la demande ou sur les réseaux sociaux. Le téléphone, l'ordinateur et la tablette représentent 25 % du temps d'écoute.

88 % de la consommation vidéo des 18-24 ans en délinéaire

Les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale des Français. Selon Ampere Analysis, 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, incluant la BVoD, représentent, au troisième trimestre 2024, 70 % de la durée d'écoute totale de vidéos des 18-64 ans (-4 points en un an), contre 16 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) (stable) et 14 % pour les autres vidéos sur internet (+3 points). Chez les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 53 % (stable), contre 22 % pour la VàDA (-3 points) et 24 % pour les autres vidéos sur internet (+2 points).

Au troisième trimestre 2024, la consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 60 % de la consommation vidéo des 18-64 ans (+7 points en un an) et 88 % de celle des 18-24 ans (+5 points). La consommation linéaire reste plus importante en France (40 % pour les 18-64 ans) que dans les autres pays européens et aux États-Unis. Elle représente 35 % de la consommation vidéo des 18-64 ans en Italie, 29 % en Allemagne, 24 % en Espagne, 20 % au Royaume-Uni et seulement 14 % aux États-Unis. Si elle est très minoritaire par rapport aux autres modes de consommation vidéo chez les 18-24 ans, la consommation linéaire est également plus importante en

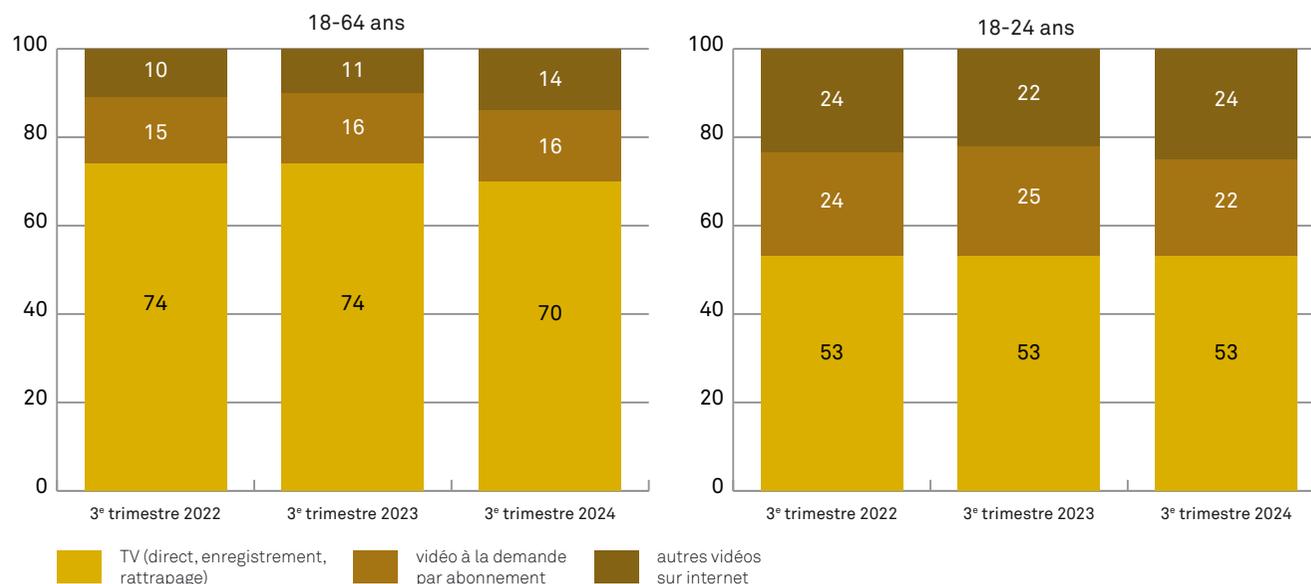
France que chez ses voisins européens et aux États-Unis sur cette tranche d'âge. Elle représente ainsi 12 % de la consommation vidéo des jeunes en France, contre 9 % en Espagne et en Allemagne, 6 % au Royaume-Uni et 5 % aux États-Unis. La consommation linéaire des 18-24 ans est toutefois supérieure en Italie, à 16 %.

En France, les sites d'AVoD (LG Channels, Plex, Pluto TV, Rlaxx, Samsung TV Plus) captent 4 % du temps d'écoute vidéo des 18-64 ans au troisième trimestre 2024, contre 2 % un an auparavant, un niveau comparable au Royaume-Uni (4 %), et très légèrement supérieur à l'Allemagne (3 %), l'Espagne (3 %) et l'Italie (2 %). Aux États-Unis, 8 % de la consommation de contenus vidéo des 18-64 ans se fait sur des sites d'AVoD.

Leur usage est, pour les pays européens, plus prononcé chez les 18-24 ans. En France, ils représentent 7 % du temps vidéo des jeunes. De manière plus générale, au troisième trimestre 2024, 24 % de la consommation vidéo des 18-24 ans se fait en France via des plateformes AVoD ou des sites de partage de vidéos (22 % en 2023).

24 % de la consommation vidéo des jeunes de 18 à 24 ans se fait sur les sites d'AVoD ou de partage de vidéos en 2024.

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



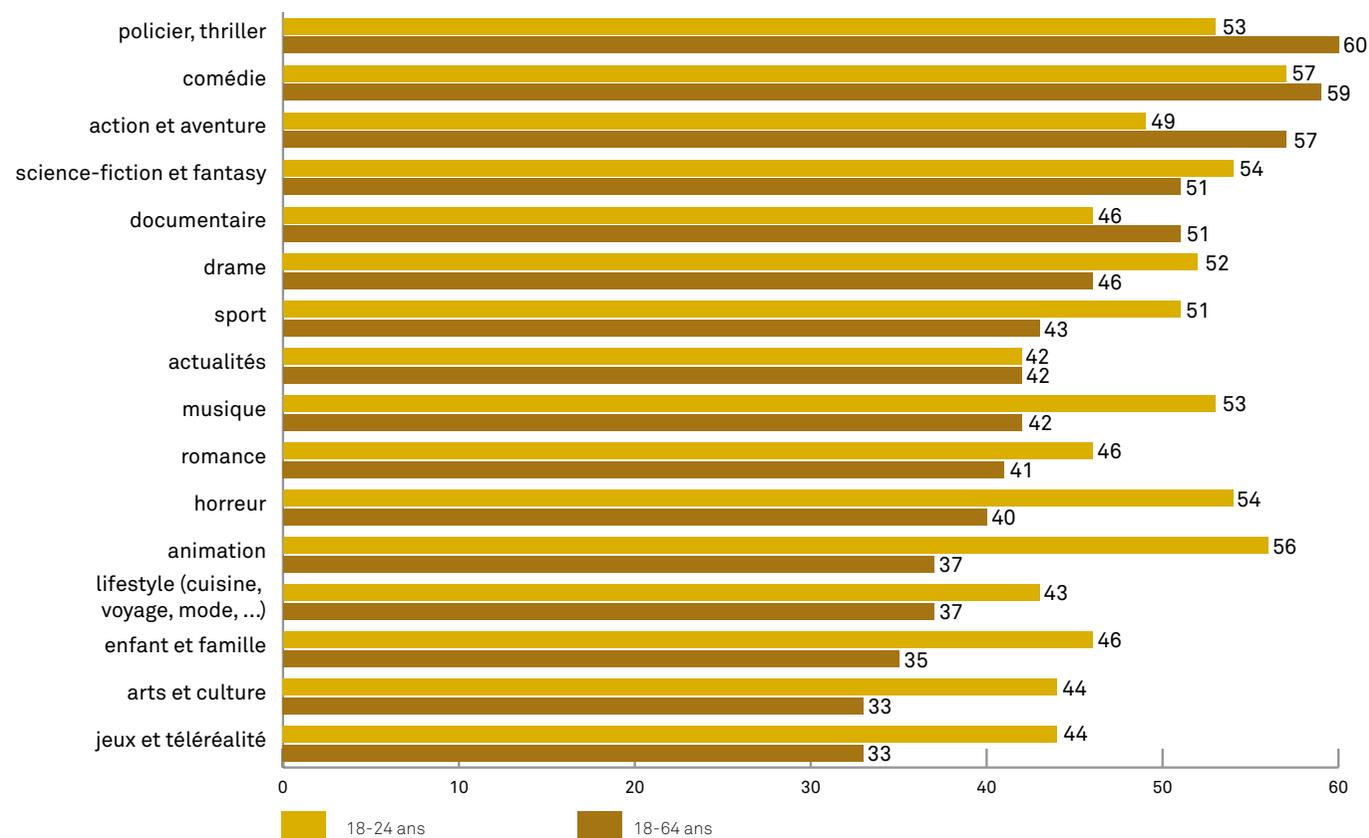
¹ En durée d'écoute, sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone).
Source : Ampere Analysis.

Une préférence pour le genre policier et la comédie

Selon Ampere Analysis, sur les films et séries, le policier est le genre le plus apprécié des 18-64 ans (60 %), suivi par la comédie (59 %), l'action et aventure (57 %), le documentaire (51 %) et la science-fiction et *fantasy* (51 %). La comédie, le policier et l'action et aventure sont également les genres les plus cités aux Etats-Unis et dans d'autres pays européens comme le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie ou l'Espagne.

Ces classements diffèrent chez les jeunes de 18 à 24 ans. En France, ils préfèrent, en premier lieu, la comédie (57 %), suivie par l'animation (56 %), la science-fiction et *fantasy* (54 %), l'horreur (54 % également), le policier (53 %) et les contenus musicaux (53 % également). Si la comédie et l'horreur sont également largement citées par les 18-24 ans aux Etats-Unis et dans d'autres pays européens, l'animation est davantage appréciée en France sur cette tranche d'âge (56 % des 15-24 ans, contre 45 % aux Etats-Unis ou 37 % au Royaume-Uni par exemple). La science-fiction et *fantasy* est souvent citée en France, comme en Espagne (59 %) ou en Italie (64 %), mais l'est moins aux Etats-Unis (44 %) ou au Royaume-Uni (39 %).

Types de contenus appréciés selon l'âge au troisième trimestre 2024 (%)



Source : Ampere Analysis.

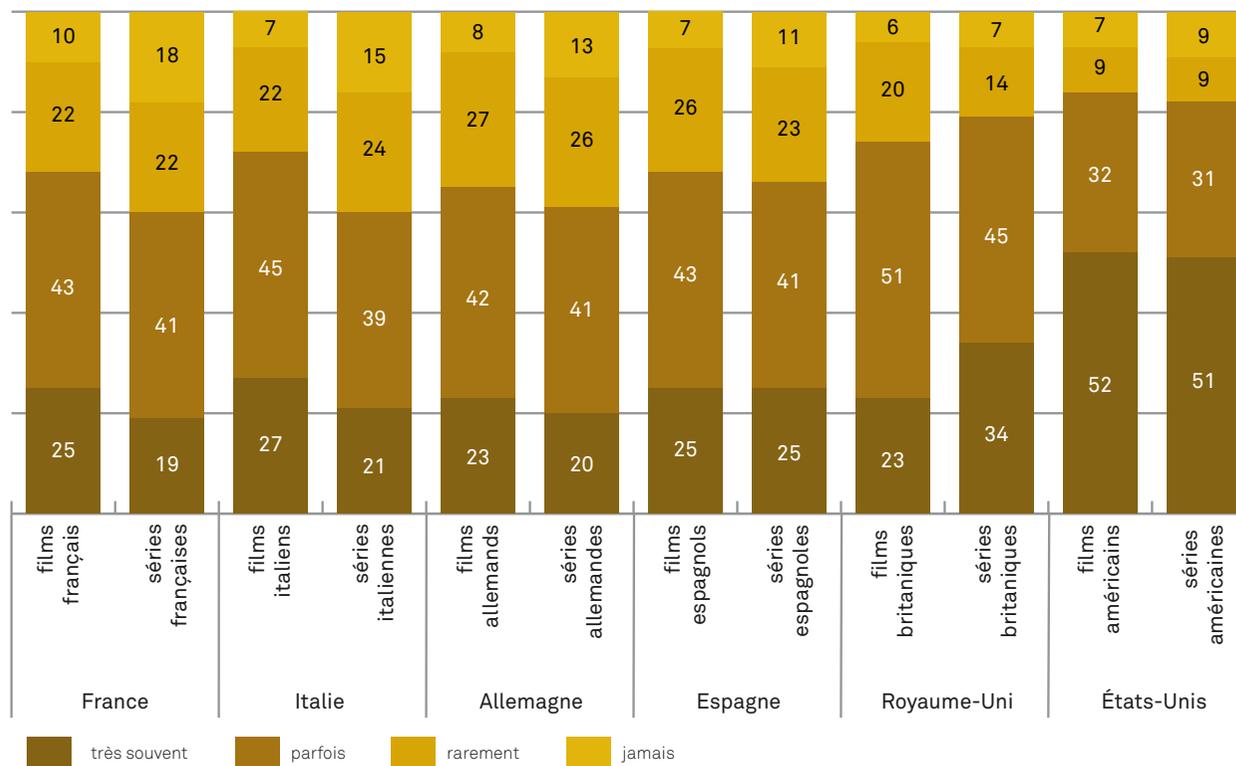
Plus de 60 % des 18-64 ans regardent régulièrement des séries ou des films français

Selon Ampere Analysis, au troisième trimestre 2024 en France, 68 % des 18-64 ans déclarent regarder de temps en temps ou souvent des films français et 60 % des séries françaises. Ces proportions sont plus faibles chez les 18-24 ans, à respectivement 53 % et 50 %. Cette tranche d'âge manifeste un intérêt plus prononcé que les autres pour les productions coréennes (44 %, contre 28 % chez les 18-64 ans) et espagnoles (40 %, contre 28 % chez les 18-64 ans), ainsi que pour les films étrangers sous-titrés (49 %, contre 38 % chez les 18-64 ans).

Parmi les 18-64 ans, les utilisateurs de services de BVOD sont davantage enclins à regarder régulièrement des productions françaises : 76 % pour les films et 70 % pour les séries. Une pratique nettement moins répandue chez les 18-64 ans qui ne regardent pas de contenus en linéaire, à respectivement 55 % et 50 %.

Pour l'ensemble des 18-64 ans, la fréquence de visionnage de productions nationales est comparable en France et chez ses voisins européens, comme l'Italie (71 % des 18-64 ans regardent parfois ou souvent des films locaux et 61 % des séries), l'Allemagne (respectivement 65 % et 61 %) ou l'Espagne (respectivement 67 % et 66 %).

Fréquence de visionnage des productions nationales par les 18-64 ans selon le pays au troisième trimestre 2024



Lecture : au troisième trimestre 2024, 25 % des Français interrogés ont déclaré regarder très souvent des films français.
Source : Ampere Analysis.

chapitre deux

CINÉMA



2.1

La fréquentation des films en salles

En 2024 :

181,5 millions d'entrées¹

(+0,6 % par rapport à 2023)

¹ entrées payantes : long métrage + court métrage + hors film
² calculé sur la fréquentation long métrage (entrées payantes)



79,5 millions d'entrées

pour les films français
(+12,5 % par rapport à 2023),
soit une part de marché de 44,8 %²

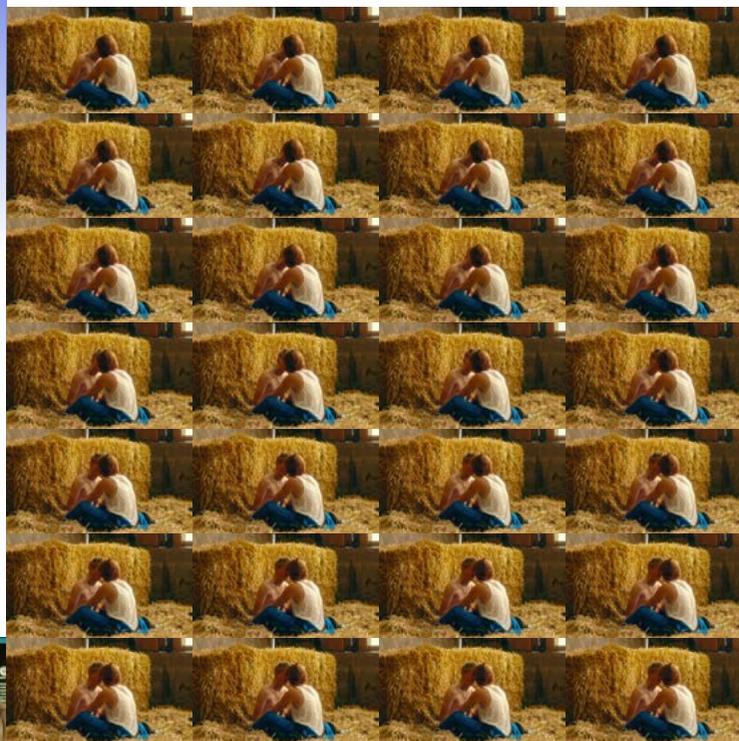


64,4 millions d'entrées

pour les films américains
(-13,1 % par rapport à 2023),
soit une part de marché de 36,3 %²

3,7 millions d'entrées

dans les DROM
(-3,7 % par rapport à 2023),
soit une fréquentation France entière
à 185,2 millions d'entrées (+0,5 %)¹



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 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. Les entrées gratuites font l'objet d'une analyse à part.

Les données présentées ici portent essentiellement sur la France métropolitaine. La fréquentation dans les DROM fait l'objet d'analyses spécifiques dans ce chapitre.

Une fréquentation qui progresse de 1,1 million d'entrées en France métropolitaine

Avec 181,5 millions de billets vendus en 2024 en France métropolitaine, les entrées en salles sont en très légère hausse par rapport à 2023 (+0,6 %), première année de sortie complète de la crise sanitaire. Elles restent néanmoins inférieures de 12,7 % par rapport à l'avant crise, c'est-à-dire la moyenne 2017-2019. Le nombre d'entrées enregistrées en 2024 retrouve un niveau proche de celui observé au début des années 2000 (182,2 millions en moyenne entre 2000 et 2008 - 2009 étant la première année à dépasser les 200 millions d'entrées depuis 1982 et la sortie en salles de *l'As des As* et *E.T. l'extra-terrestre* qui cumulaient chacun plus de 4,5 millions d'entrées).

En 2024, la fréquentation des salles de cinéma en France est toujours la plus élevée d'Europe et un des marchés européens qui rebondit le mieux au sortir de la crise (-12,7 %). En Allemagne, le nombre d'entrées reste inférieur de 21,9 % par rapport au niveau d'avant crise. La reprise est encore plus

difficile en Italie (-24,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019), au Royaume-Uni (-27,5 %) et en Espagne (-28,6 %).

En 2024, les 25 cinémas des départements et régions d'Outre-mer (DROM) cumulent 3,7 millions d'entrées (-3,7 % par rapport à 2023), à un niveau toutefois relativement proche de celui d'avant crise (-4,1 %, à 3,8 millions en moyenne par an sur la période 2017-2019).

Au global, sur l'ensemble du territoire français, 185,2 millions d'entrées ont été enregistrées aux guichets des salles de cinéma, en hausse de 0,5 % par rapport à 2023 et en retrait de 12,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

181,5 millions d'entrées en 2024 en France métropolitaine (+0,6 % par rapport à 2023).

Des recettes en légère hausse, au cinquième plus haut niveau historique

En 2024, la recette guichets des salles de cinéma augmente et atteint 1 347,8 M€ (+1,0 % par rapport à 2023), se rapprochant encore un peu plus de la moyenne 2017-2019 (1 388,7 M€ par an, soit -2,9 %). Le léger rebond observé en 2024 fait de cette année le 5^e plus haut niveau historique en termes de recettes.

Une recette moyenne par entrée relativement stable au global

Par rapport à 2023, la hausse des recettes (+1,0 %) est tout juste supérieure à celle des entrées (+0,6 %). Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes augmente très légèrement pour s'établir à 7,42 € TTC en 2024, soit +0,4 % (7,39 € en 2023). Elle progresse de 11,2 % par rapport à la période 2017-2019 (6,68 €). En euros constants, soit en éliminant les effets de l'inflation et comparé à 2019, la RME diminue de 4,9 % sur une période (2019-2024) de forte inflation, à 14,9 %.

En 2024, la hausse de la RME ne concerne pas tous les

films, et notamment pas toutes les nationalités. Les films européens non français et les films français enregistrent une progression de leur RME, de respectivement +5,8 % par rapport à 2023 à 7,77 € en 2024 et +3,2 % à 7,04 €, et pour la première fois au-dessus de 7 € pour les films français. La RME des films américains recule et repasse sous la barre des 8 €, à 7,83 € (-2,9 % par rapport à 2023) mais se maintient à un haut niveau, troisième plus haut historique derrière 2023 (8,06 €) et 2022 (7,99 €). Les films américains dégagent une RME toujours plus élevée que les films français, avec une différence à nouveau inférieure à 1 € (0,79 € exactement), comme avant 2021. Cet écart résulte, en partie, de la sortie en salles de films en 3D, majoritairement américains (9 films sur les 13 sortis en 2024), qui ont moins bien performé en 2024 (1,5 million d'entrées, contre 2,2 millions, soit -33,3 %). 2023 était porté par *les Gardiens de la galaxie 3* et *Wish : Asha et la bonne étoile* mais également par le très large succès début 2023 d'*Avatar : la voie de l'eau* sorti le 14 décembre 2022.

En ce qui concerne les établissements, la hausse est transverse, quelle que soit leur taille, à l'exception des 12 écrans et plus (8,67 € en 2024, soit -0,1 % par rapport à 2023). Au global, la RME au sein des multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) est relativement stable à 8,38 €, soit +0,3 % par rapport à 2023 (7,98 € et +1,2 % pour les cinémas de 8 à 11 écrans). La progression est inférieure à 2 % pour les cinémas de taille moyenne : +1,6 % pour les 4 et 5 écrans (6,56 € en 2024) et +1,9 % pour les 6 et 7 écrans (7,17 €). Elle est supérieure à 2 % pour les plus petits cinémas : +2,1 % pour les établissements de 2 et 3 écrans (5,86 €) et +2,9 % pour les mono-écrans (4,89 €).

La recette moyenne par entrée s'élève à 7,42 € TTC (+0,4 % par rapport à 2023).

À noter que sur 10 ans, les hausses sont nettement plus importantes pour les multiplexes (+20,8 %, dont +15,9 % pour les établissements de 8 à 11 écrans et +24,4 % pour ceux de 12 écrans et plus) que pour les autres établissements (de +1,8 % pour les mono-écrans à +9,5 % pour les cinémas de 6 et 7 écrans, +14,5 % tous cinémas confondus). Pour les films, la hausse sur 10 ans est plus ou moins forte selon leur nationalité : +11,6 % pour les films non européens et non américains, +14,6 % pour les films français, +16,0 % pour les films américains et +24,4 % pour les films européens non français.

Des performances par séance en légère érosion

En 2024, la programmation cinématographique est en légère progression par rapport à 2023 (+2,9 % en nombre de séances), de retour au niveau de 2019 à 8,6 millions de séances. La hausse des entrées, plus restreinte que celle des séances, entraîne un léger recul des performances par séance. Une séance enregistre, en moyenne, 21,2 entrées en 2024, contre 21,6 entrées en 2023 (-2,2 % et -14,5 % par rapport à la moyenne d'avant crise). Cette baisse est uniquement imputable au long métrage dont les performances par séance reculent à 21,0 entrées par séance en 2024 (-2,5 % par rapport à 2023). Celles-ci augmentent pour le court métrage (+11,3 % à 27,3 entrées par séance) et encore davantage pour le hors film (+85,7 % à 59,1 entrées par séance) qui répond à une stratégie événementielle en fédérant un public autour d'un rendez-vous unique.

Le hors film, un rebond de la fréquentation en 2024

Le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, événements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,1 % des séances, 0,4 % des entrées et 1,0 % des recettes totales en 2024. Ce segment progresse cependant fortement en 2024. Il totalise 0,7 million d'entrées (+13,7 % par rapport à 2023) et 12,9 M€ de recettes guichets (+26,8 %), repassant, pour la première fois depuis la crise sanitaire, la barre des 12 M€. Toutefois, le hors film est encore loin de son niveau

d'avant crise, les entrées restant inférieures de 21,6 % à la moyenne 2017-2019. Les recettes, elles, s'en rapprochent très nettement (-5,6 %). La recette moyenne TTC par entrée du hors film progresse ainsi en 2024, à 18,92 € (+11,5 % par rapport à 2023), à son plus haut niveau historique. En 2024, les trois meilleures performances sont réalisées par : *Mylène Farmer Nervermore le film* (captation du nouveau concert de la chanteuse - 202 400 entrées), *Jérémy Ferrari anesthésie générale en direct au cinéma* (captation de la dernière représentation du spectacle de l'humoriste - 85 700 entrées) et *Michel Sardou - le concert au cinéma* (captation de la tournée d'adieu du chanteur à la Défense Arena - 69 000 entrées). À noter que le premier programme hors film de 2023, *Taylor Swift The Eras Tour*, enregistrait 62 200 entrées.

En 2024, plus de la moitié des entrées du hors film est assurée par la retransmission de concerts, à 51,2 % (51,0 % en 2023 et 23,2 % en moyenne sur la période 2017-2019), soit le plus haut niveau des dix dernières

années. L'opéra, 2^e genre en termes d'entrées, en totalise 18,2 %, stable par rapport à 2023 (18,5 %), mais en recul sensible par rapport à l'avant crise (32,0 %).

Des recettes au plus haut pour le court métrage

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,4 % des séances en 2024, en recul par rapport à 2023 (1,7 %) et au plus bas depuis 2019 (1,0 %). Ils cumulent 3,3 millions d'entrées (-2,1 % par rapport à 2023) et 13,2 M€ de recettes (+8,9 %). Le genre avait montré une certaine résilience face à la crise sanitaire et sa fréquentation se maintient au-dessus des 3 millions, au deuxième plus haut niveau historique en termes de fréquentation et au plus haut niveau historique en termes de recettes. La recette moyenne TTC par entrée des programmes de courts métrages remonte sensiblement, à 3,99 € en 2024 (+11,3 % par rapport à 2023), au troisième plus haut niveau historique derrière 2021 (4,05 €) et 2018 (4,11 €).

Fréquentation des salles de cinéma¹

	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
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	672,6	663,8	7,04	7,08	5,0	5,0
2022	152,1	148,5	1 094,7	1 074,8	7,20	7,24	8,4	8,3
2023	180,4	176,4	1 334,0	1 311,7	7,39	7,43	8,3	8,2
2024	181,5	177,5	1 347,8	1 321,7	7,42	7,44	8,6	8,4

¹ Données provisoires pour 2024.

² Recettes toutes taxes comprises (TTC).

³ Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.

Source : CNC

Le long métrage, moins de 98 % de la fréquentation depuis 3 ans

8,4 millions de séances de long métrage ont été organisées en 2024 (8,2 millions en 2023, soit +3,2 %). Ces longs métrages génèrent 177,5 millions d'entrées (+0,6 % par rapport à 2023) et 1 321,7 M€ de recettes (+0,8 %). Pour la troisième année consécutive, ils réalisent moins de 98 % des entrées (97,8 %, comme en 2023, et 97,7 % en 2022). Ils totalisent 98,1 % des recettes totales (98,3 % en 2023). En 2024, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage est stable à 7,44 € (7,43 € en 2023, soit +0,1 %).

Une part de marché des films français au troisième plus haut niveau depuis 1985

Tandis que la fréquentation cinématographique pour le long métrage reste relativement stable au global (+0,6 % par rapport à 2023), les films français enregistrent une hausse importante de leurs entrées en salles : +12,5 %, à 79,5 millions d'entrées en 2024. Leur fréquentation dépasse même son niveau d'avant crise (+4,7 %), atteignant un plus haut niveau depuis 2014 (91,4 millions d'entrées, année de la sortie en salles de *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*, *la Famille Bélier* et *Supercondriaque*). La hausse est très nettement portée par les films 100 % français qui totalisent 65,7 millions d'entrées, soit +20,4 % par rapport à 2023 (+45,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019), liée notamment aux très belles performances en salles de 3 films : *Un p'tit truc en plus* (1^{er} au classement des films avec 10,72 millions d'entrées), *le Comte de Monte-Cristo* (2^e avec 9,39 millions) et *l'Amour ouf* (5^e avec 4,83 millions).

La part de marché des films français progresse ainsi de 4,7 points, à 44,8 % en 2024, au troisième plus haut niveau depuis 1985, derrière 2020 (45,0 %, liée à l'absence d'offre de films américains pendant cette année de crise sanitaire) et 2008 (45,5 %, année de la sortie en salles de *Bienvenue chez les Ch'tis*).

Une part de marché des films américains sous le seuil des 40 % pour la première fois depuis 1985

Les films américains enregistrent 64,4 millions d'entrées (-13,1 % par rapport à 2023), plus bas niveau enregistré depuis 1988 (57,0 millions d'entrées), hors années de crise sanitaire et 2022. Les films américains continuent de pâtir d'une offre plus limitée : 95 films américains en première exclusivité en 2024, contre 134 en moyenne chaque année sur la période 2015-2019, toutefois en hausse par rapport à 2023 (86).

La part de marché du cinéma américain s'établit ainsi à 36,3 % en 2024 (-5,7 points par rapport à 2023), au plus bas depuis 1983 (35,0 %) et pour la première fois sous la barre des 40 % depuis 1985 (39,2 %).

Une part de marché des films français à 44,8 %, plus haut niveau depuis 2008 (45,5 %), hors 2020, année de crise sanitaire.

Entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (millions)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films français	72,1	75,6	77,1	77,8	72,8	28,7	38,1	60,9	70,6	79,5
100 % français	45,3	48,7	54,3	63,3	52,0	19,9	28,7	45,1	54,5	65,7
majoritaires français	21,5	19,2	19,2	9,4	16,7	6,8	7,6	10,0	12,0	9,3
minoritaires français	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	1,8	5,9	4,2	4,5
films américains	103,5	111,0	99,4	88,0	113,2	26,5	40,3	61,1	74,1	64,4
films européens²	19,6	19,3	23,7	27,2	17,2	5,9	13,1	18,7	22,9	27,1
allemands	2,9	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	0,9	1,2	1,1	1,6
britanniques	14,5	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	10,0	14,6	17,1	21,6
espagnols	0,6	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	0,6	1,1	1,3	0,4
italiens	0,4	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1	0,3	0,2	3,2
films d'autres nationalités	7,0	3,9	5,6	4,2	6,2	2,7	2,3	7,8	8,8	6,6
total	202,2	209,7	205,9	197,2	209,4	63,8	93,7	148,5	176,4	177,5

¹ Données provisoires pour 2024.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

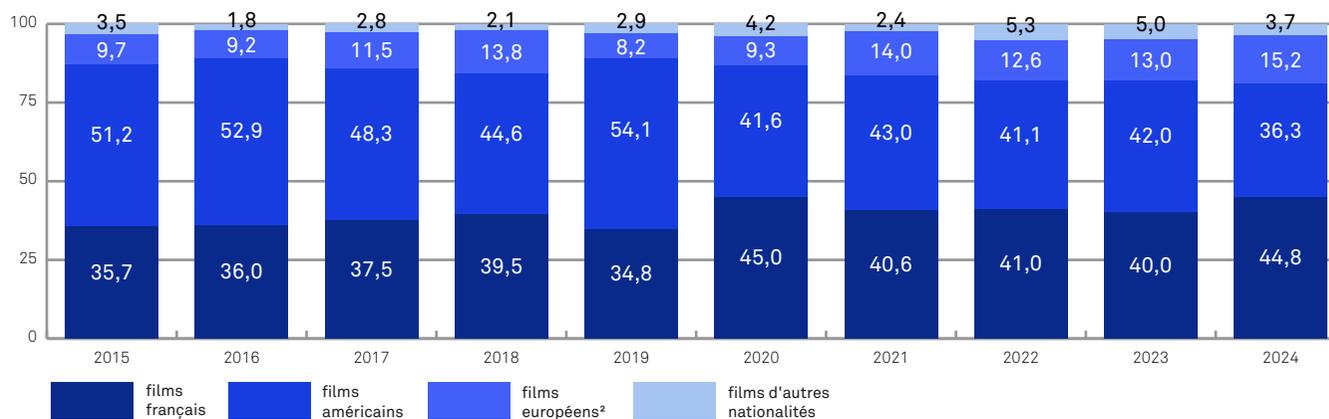
Les films européens non français, une fréquentation au deuxième plus haut niveau depuis 2010

Les entrées des films européens non français progressent de 18,3 % en 2024 par rapport à 2023, plus forte hausse toutes nationalités confondues, pour s'établir à 27,1 millions, au deuxième plus haut niveau depuis 2010 (30,4 millions d'entrées, année de sortie en salles de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1ère partie* et *Inception*), juste derrière 2018 (27,2 millions, année de sortie en salles de *Bohemian Rhapsody* et *Les Animaux Fantastiques : les crimes de Grindelwald*). Leur part de marché progresse de 2,3 points par rapport à 2023 à 15,2 %, plus haut niveau depuis 2005 (15,7 %, année de sortie en salles de *Harry Potter et la coupe de feu* et *Charlie et la chocolaterie*). Les belles performances enregistrées par *Deadpool & Wolverine* (3,63 millions d'entrées) et *Gladiator 2* (2,91 millions), deux films britanniques, expliquent cette dynamique, la hausse étant essentiellement portée par les films britanniques (+25,8 % à 21,6 millions). Les films italiens voient également leur fréquentation multipliée par 13 entre 2023 et 2024 à 3,2 millions d'entrées, grâce à un nombre de films en première exclusivité plus important (12 films en 2024, contre 5 en 2023) et au succès en salles de *Il reste encore demain* (54^e, 678 000 entrées).

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains s'élèvent à 6,6 millions d'entrées en 2024, en recul de 25,5 % par rapport à 2023, soit la plus forte baisse toutes nationalités confondues. Elles se maintiennent néanmoins à un niveau élevé au regard des années d'avant crise (5,4 millions en moyenne sur la période 2015-2019). La part de marché des films non européens et non américains atteint 3,7 % (5,0 % en 2023 et 2,6 % entre 2015 et 2019). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées en 2024 est le film d'aventures australien *Furiosa : une saga Mad Max* (38^e avec 955 000 entrées).

***Deadpool & Wolverine* (8^e), 1^{er} film européen en termes d'entrées en 2024.**

Répartition des entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2024.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

Des recettes plus élevées pour les films français que pour les films américains pour la première fois depuis 2008

En 2024, les films français réalisent 559,4 M€ de recettes guichets (+16,1 % par rapport à 2023), les films américains 504,4 M€ (-15,6 %), les films européens non français 210,3 M€ (+25,2 %) et les films d'autres nationalités 47,6 M€ (-25,8 %). C'est la première fois depuis 2008 que les recettes des films français dépassent celles des films américains (respectivement 514,3 M€ et 498,8 M€).

Toutes les nationalités de films enregistrent des recettes supérieures à l'avant crise mis à part les films américains (-2,8 %). Cette hausse s'établit à +15,5 % pour les films français, +40,6 % pour les films européens et +50,4 % pour les films d'autres nationalités.

Les films français captent 42,3 % des recettes pour 44,8 % des entrées des films de long métrage en 2024. La part de marché du cinéma américain s'établit à 38,2 % des recettes pour 36,3 % des entrées. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées résulte d'une recette moyenne par entrée plus élevée pour les films américains (7,83 € en 2024) que pour les films français (7,04 €).

Recettes selon la nationalité des films de long métrage (M€)¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films français	442,9	471,4	491,9	493,5	467,7	180,7	256,4	398,5	481,9	559,4
films américains	699,0	747,9	675,2	611,0	808,5	185,4	295,9	487,9	597,7	504,4
films européens ²	122,4	125,9	157,5	182,1	108,9	41,2	96,9	135,3	168,0	210,3
autres films	45,4	21,2	33,3	24,0	37,6	16,6	14,6	53,1	64,1	47,6
total	1 309,7	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 422,7	424,0	663,8	1 074,8	1 311,7	1 321,7

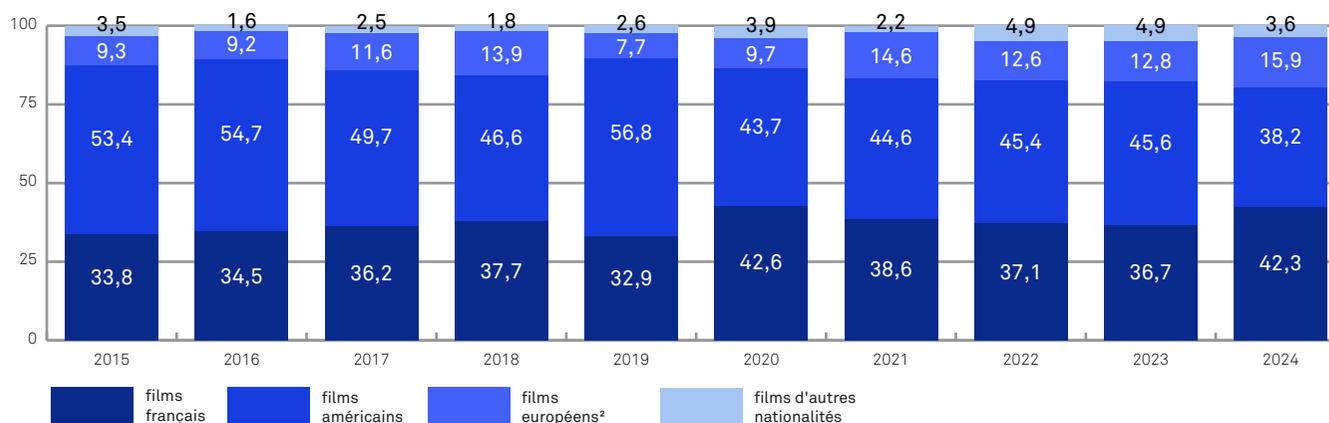
¹ Données provisoires pour 2024.

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 2024.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

Plus de 10 000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France est largement plus riche qu'avant la pandémie avec 10 179 films projetés en 2024 (9 309 en 2023), un nouveau record. 744 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2024 (716 en 2023), au deuxième plus haut niveau historique, derrière 2019 (746 films). Ces films en première exclusivité concentrent 87,8 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année, contre 88,3 % en 2023, au deuxième plus bas niveau depuis 1997 (86,8 %), devant 2020 (82,0 %), année particulièrement impactée par la crise sanitaire avec moins de nouveautés et la reprise de films de catalogue au moment de la réouverture des salles. La part des entrées réalisées par les films sortis l'année précédente, comme *Chasse gardée* ou *Aquaman et le royaume perdu* (tous deux sortis le 20 décembre 2023 et ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2024), atteint 6,7 % en 2024, un niveau légèrement supérieur à la moyenne de la décennie (6,0 % sur la période 2015-2024) et au plus haut depuis 2015 (7,0 %). La part des films plus anciens est, quant à elle, en hausse à 5,5 %, contre 5,1 % en 2023, au plus haut depuis 1997 (6,5 %).

Résultats des nouveaux films et des reprises¹ (% des entrées des films de long métrage)

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2015	89,9	7,0	3,1	100,0
2016	91,7	5,4	2,9	100,0
2017	92,2	4,7	3,2	100,0
2018	89,4	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	93,4	3,0	3,6	100,0
2022	88,7	5,9	5,3	100,0
2023	88,3	6,5	5,1	100,0
2024	87,8	6,7	5,5	100,0

¹ Données provisoires pour 2024.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Les entrées 3D, 5 % de la fréquentation des films concernés

En 2024, 13 films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (16 en 2023). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 5,2 % des entrées (1,76 million d'entrées) et 8,8 % des recettes (23,42 M€) des films concernés. Quatre films enregistrent plus de 200 000 entrées 3D : *Vice-versa 2*, *Mufasa : le roi Lion*, *Vaiana 2* et *Deadpool & Wolverine*. En 2023, trois films cumulaient plus d'1 million d'entrées 3D, *les Gardiens de la galaxie 3*, *En eaux très troubles* et *Ant-Man et la guêpe : quantumania*.

Une concentration des entrées sur le top 10 au plus haut depuis 1998

La concentration des entrées sur quelques titres s'accroît nettement en 2024. Les 10 films les plus performants totalisent 32,3 % des entrées annuelles, contre 25,8 % en 2023, au plus haut depuis 1998 (39,4 %, année de sortie en salles de *Titanic*). Le constat est toutefois moins marqué sur le top 20 : 43,1 % en 2024, au deuxième plus haut niveau depuis 2002 (46,9 %) derrière 2021 (45,0 %). Sur le top 100, la concentration est stable en 2024, à 75,0 %, contre 75,2 % en 2023, dans la moyenne de l'avant crise (74,8 %) et de la décennie (75,6 %).

En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants progresse en 2024 par rapport à 2023. Les 10 films français les plus performants génèrent 44,7 % des entrées totales des films français de long métrage en 2024, contre 31,8 % en 2023, au plus haut niveau depuis 2011 (44,8 %, année de sortie en salles de *Intouchables*). L'écart est moins important sur les 30 premiers films (60,8 % en 2024, contre 54,4 % en 2023 et au plus haut depuis 2015 – 63,0 % - hors années de crise sanitaire). La concentration reste à un niveau relativement faible sur les 100 premiers films (83,8 % en 2024, contre 81,1 % en 2023 et troisième plus bas niveau de la décennie devant 2023 et 2022 – 80,3 %).

Résultats des films les plus performants¹ (% des entrées des films de long métrage)

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2015	25,3	39,3	49,0	60,3	76,7
2016	19,2	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	29,2	45,4	56,1	68,1	83,5
2022	26,9	41,0	49,2	59,5	74,4
2023	25,8	37,7	46,4	58,4	75,2
2024	32,3	43,1	50,5	60,8	75,0

¹ Données provisoires pour 2024.
Base : long métrage.
Source : CNC.

36 films cumulent plus de 1 million d'entrées, en baisse par rapport à 2023

Si le nombre de films à 4 millions d'entrées ou plus dépasse son niveau d'avant crise (7 films en 2024, contre 5 par an en moyenne entre 2017 et 2019 et 6 en 2023), le nombre de films à plus de 2 millions d'entrées reste largement en retrait. 13 films atteignent ce seuil en 2024, contre 23 en moyenne annuelle sur la période 2017-2019 (16 en 2023). 36 dépassent le million d'entrées, en baisse sensible par rapport à 2023 (43) et encore davantage par rapport à la moyenne d'avant crise (50 films par an entre 2017 et 2019). L'écart se creuse encore davantage par rapport à l'avant crise sur les films à 500 000 entrées ou plus (-24 films, à 73 en 2024) et sur les films à 100 000 entrées ou plus (-25 films, à 227 en 2024).

11 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2024, contre 12 en 2023 (15 par an en moyenne sur la période 2017-2019). Quatre films français franchissent le seuil des deux millions d'entrées dont trois, les quatre millions d'entrées. Le premier film français en termes d'entrées est *Un p'tit truc en plus* (10,72 millions), 1^{er} au classement général.

En 2024, 17 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées (25 en 2023 et 30 par an en moyenne sur les trois années avant crise) dont 7 dépassent le seuil des deux millions (10 en 2023 et 16 avant crise) et quatre celui des quatre millions (3 en 2023 et avant crise).

Huit films européens non français franchissent le seuil du million d'entrées, contre quatre en 2023 et trois par an en moyenne entre 2017 et 2019. Le premier film européen non français du classement 2024 est britannique, *Deadpool & Wolverine* (3,63 millions d'entrées), à la 8^e place.

Aucun titre non européen et non américain ne réalise plus d'1 million d'entrées en 2024 (2 en 2023 et un en moyenne annuelle 2017-2019). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est 38^e, *Furiosa : une saga Mad Max* (film australien avec 955 000 entrées).

Légère hausse de la part de films en première exclusivité réalisant moins de 10 000 entrées

Chaque année, plus de 90 % des films réalisent moins de 10 000 entrées (93,1 % en 2024). Au sein de ces films, moins de 5 % sont des films en première exclusivité (3,3 % en 2024).

Sur les 744 films en première exclusivité en 2024, 312 réalisent moins de 10 000 entrées, soit 41,9 %, une part en hausse par rapport à 2023 (38,7 %) et à la moyenne d'avant crise (38,0 % sur la période 2017-2019). À noter que ces films représentent moins de 1,5 % des séances des films en première exclusivité. Les films français représentent la moitié des films à moins de 10 000 entrées (53,5 % en 2024, contre 55,2 % en 2023), et parmi eux, les films d'initiative française agréés par le CNC un septième (13,8 %) tandis que les films américains en représentent 6,4 %. Toutefois, au sein de ces nationalités de films, la part des films réalisant moins de 10 000 entrées varie sensiblement : 41,6 % pour les films français et 19,1 % pour les films d'initiative française agréés, contre 21,1 % pour les films américains. Par rapport à la moyenne 2017-2019, la part des films français à moins de 10 000 entrées est stable (41,3 %), en léger recul pour les films d'initiative française agréés (22,0 %) quand celle des films américains progresse (12,6 %).

Un p'tit truc en plus, 1^{er} film au classement général en termes d'entrées en 2024.

Films de long métrage selon le seuil d'entrées¹

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500 000	plus de 100 000
tous films					
2020	-	3	13	33	118
2021	1	7	25	43	136
2022	2	17	29	61	207
2023	6	16	43	82	225
2024	7	13	36	73	227
films français					
2020	-	-	4	14	63
2021	-	3	10	13	72
2022	-	4	8	27	119
2023	2	3	12	31	127
2024	3	4	11	27	123
films américains					
2020	-	2	8	17	36
2021	1	3	13	23	42
2022	2	10	17	23	48
2023	3	10	25	38	58
2024	4	7	17	30	61

¹ Données provisoires pour 2024.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Trois films français dans le top 10 en 2024

En 2024, la première place du box-office est occupée par la comédie française *Un p'tit truc en plus*, sortie le 1^{er} mai 2024, avec 10,72 millions d'entrées. C'est la première fois depuis 2014 (*Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*) qu'un film français est en tête du classement.

Le film d'aventures français, *le Comte de Monte-Cristo*, sorti le 28 juin, prend la deuxième place du classement, avec 9,39 millions d'entrées. C'est également la première fois depuis 2014 que deux films français sont en tête du classement des films (*Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?* et *Supercondriaque*), année où la troisième place était également occupée par un autre film français, *Lucy*.

Le film d'animation américain, *Vice-versa 2*, sorti le 19 juin, occupe la troisième place avec 8,29 millions d'entrées. Ces trois films cumulent 28,39 millions d'entrées, soit 16,0 % du total annuel réalisé par les films de long métrage.

Trois films français sont présents dans le top 10 en 2024 : deux sur les premières marches du podium et *l'Amour ouf* (5^e avec 4,83 millions d'entrées).

Parmi les 36 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2024, figurent 10 films exploités partiellement ou intégralement en 3D, dont le premier est *Vice-versa 2* (3^e), et quatre films recommandés Art et Essai avec, en tête, *Juré n°2* (thriller américain, 20^e avec 1,61 million d'entrées).

Vice-versa 2, 1^{er} film américain au classement des films et 3^e au classement général en 2024.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2024 (1/2)

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
1	<i>UN P'TIT TRUC EN PLUS</i>	FR	01/05/24	10,72
2	<i>COMTE DE MONTE-CRISTO (LE)</i>	FR	28/06/24	9,39
3	<i>VICE-VERSA 2</i>	US	19/06/24	8,29
4	<i>VAIANA 2</i>	US	27/11/24	6,68
5	<i>L'AMOUR OUF</i>	FR	16/10/24	4,83
6	<i>MOI, MOCHE ET MECHANT 4</i>	US	10/07/24	4,38
7	<i>DUNE : DEUXIEME PARTIE</i>	US	28/02/24	4,14
8	<i>DEADPOOL & WOLVERINE</i>	GB	24/07/24	3,63
9	<i>GLADIATOR 2</i>	GB	13/11/24	2,91
10	<i>MUFASA : LE ROI LION</i>	US	18/12/24	2,54
11	<i>LA PLANETE DES SINGES : LE NOUVEAU ROYAUME</i>	US	08/05/24	2,47
12	<i>KUNG FU PANDA 4</i>	US	27/03/24	2,36
13	<i>MONSIEUR AZNAVOUR</i>	FR	23/10/24	2,04
14	<i>COCORICO</i>	FR	07/02/24	1,98
15	<i>BOB MARLEY : ONE LOVE</i>	GB	14/02/24	1,90
16	<i>ROBOT SAUVAGE (LE)</i>	US	09/10/24	1,80
17	<i>BEETLEJUICE BEETLEJUICE</i>	GB	11/09/24	1,72
18	<i>WONKA</i>	GB	13/12/23	1,65
19	<i>UNE VIE</i>	GB	21/02/24	1,61
20	<i>JURÉ N°2</i>	US	30/10/24	1,61
21	<i>EN FANFARE</i>	FR	27/11/24	1,60
22	<i>MAISON DE RETRAITE 2</i>	FR	14/02/24	1,54
23	<i>VENOM THE LAST DANCE</i>	US	30/10/24	1,48
24	<i>JAMAIS PLUS - IT ENDS WITH US</i>	US	14/08/24	1,32
25	<i>BAD BOYS : RIDE OR DIE</i>	US	05/06/24	1,25
26	<i>CHASSE GARDEE</i>	FR	20/12/23	1,22
27	<i>SONIC 3 - LE FILM</i>	US	25/12/24	1,22
28	<i>GODZILLA X KONG : LE NOUVEL EMPIRE</i>	US	03/04/24	1,20
29	<i>BLUE & COMPAGNIE</i>	US	08/05/24	1,20
30	<i>CHIEN ET CHAT</i>	FR / CA	14/02/24	1,13
31	<i>ALIEN : ROMULUS</i>	US	14/08/24	1,12
32	<i>BACK TO BLACK</i>	GB	24/04/24	1,10
33	<i>EMILIA PEREZ</i>	FR	21/08/24	1,08

¹ CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.

² Arrêtées au 31 décembre 2024.

Source : CNC.

18 films à plus de trois millions d'entrées depuis janvier 2023

Depuis janvier 2023, 18 films ont réalisé plus de trois millions d'entrées, *Un p'tit truc en plus*, *le Comte de Monte-Cristo*, *Vice-versa 2*, *Super Mario Bros. le film*, *Vaiana 2*, *Avatar: la voie de l'eau* et *Barbie* dépassant le seuil des cinq millions d'entrées sur ces deux dernières années. Neuf films américains dépassent ce seuil ainsi que six films français et trois films britanniques. *Oppenheimer* est le seul film recommandé Art et Essai du classement.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2024 (2/2)

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
34	<i>JOKER: FOLIE A DEUX</i>	US	02/10/24	1,02
35	<i>AQUAMAN ET LE ROYAUME PERDU</i>	GB	20/12/23	1,01
36	<i>DERNIER JAGUAR (LE)</i>	FR / CA	07/02/24	1,00

¹ CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.

² Arrêtées au 31 décembre 2024.

Source: CNC.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2023 et décembre 2024

	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
1	<i>UN P'TIT TRUC EN PLUS</i>	FR	01/05/24	10,72
2	<i>COMTE DE MONTE-CRISTO (LE)</i>	FR	28/06/24	9,39
3	<i>VICE-VERSA 2</i>	US	19/06/24	8,29
4	<i>SUPER MARIO BROS. LE FILM</i>	US	05/04/23	7,27
5	<i>VAIANA 2</i>	US	27/11/24	6,68
6	<i>AVATAR: LA VOIE DE L'EAU</i>	US	14/12/22	6,00
7	<i>BARBIE</i>	GB	19/07/23	5,88
8	<i>L'AMOUR OUF</i>	FR	16/10/24	4,83
9	<i>ASTERIX ET OBELIX ET L'EMPIRE DU MILIEU</i>	FR	01/02/23	4,61
10	<i>OPPENHEIMER</i>	US	19/07/23	4,51
11	<i>MOI, MOCHE ET MECHANT 4</i>	US	10/07/24	4,38
12	<i>ALIBI.COM 2</i>	FR	08/02/23	4,28
13	<i>DUNE: DEUXIEME PARTIE</i>	US	28/02/24	4,14
14	<i>WONKA</i>	GB	13/12/23	3,81
15	<i>DEADPOOL & WOLVERINE</i>	GB	24/07/24	3,63
16	<i>LES GARDIENS DE LA GALAXIE: VOLUME 3</i>	US	03/05/23	3,45
17	<i>LES TROIS MOUSQUETAIRES - D'ARTAGNAN</i>	FR	05/04/23	3,44
18	<i>ELEMENTAIRE</i>	US	21/06/23	3,21

¹ FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.

² Arrêtées au 31 décembre 2024.

Source: CNC.

Les comédies, portées par le succès d'*Un p'tit truc en plus*

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.

Depuis 2018, et 2020 mise à part, les films d'aventures cumulaient le plus d'entrées. En 2024, ce sont les comédies qui totalisent le plus d'entrées. Les 97 comédies sorties dans l'année (13,0 % de l'offre de films en première exclusivité) réalisent 34,8 millions d'entrées (22,3 % des entrées des films en première exclusivité). Sept comédies dépassent le million d'entrées en 2024 : six françaises, dont la première au classement, *Un p'tit truc en plus*, et une américaine (*Blue & Compagnie*). Les films français représentent d'ailleurs une part importante des entrées des comédies, à plus de 80 % chaque année, sauf en 2023 (78,7 %) ; celle-ci dépasse les 90 % en 2024 (90,7 %) pour la troisième fois de la décennie (92,1 % en 2022 et 91,7 % en 2017). Par ailleurs, 45,5 % des entrées des films français relèvent de la comédie en 2024 (pour 17,0 % de l'offre), dans la moyenne de la décennie (46,7 % en moyenne sur la période 2015-2024).

Les films d'aventures cumulent 28,9 millions d'entrées pour 44 films en première exclusivité (18,5 % des entrées de l'ensemble des films inédits et 5,9 % de l'offre). 10 films d'aventures dépassent le million d'entrées en 2024, dont cinq américains, trois britanniques et deux français (*le Comte de Monte-Cristo* et *le Dernier Jaguar*).

La comédie, genre incontournable du cinéma français, avec 45,5 % des entrées des films français en 2024.

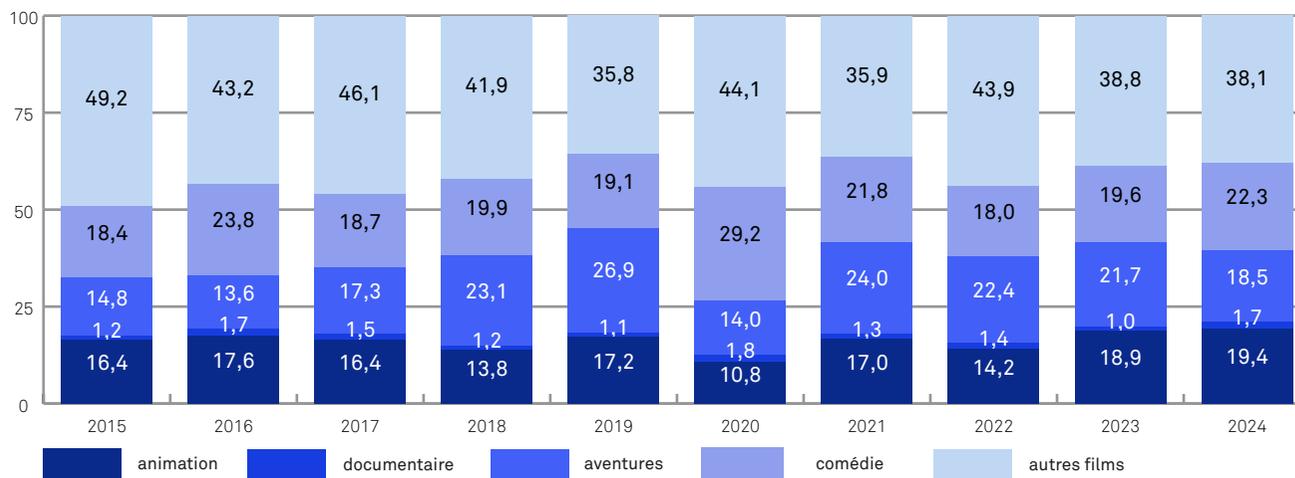
L'animation, retour au-dessus des 30 millions d'entrées

En 2024, l'offre de films d'animation atteint un nouveau record historique avec 60 titres inédits (59 en 2023). Ils représentent 8,1 % des films en première exclusivité et totalisent 19,4 % des entrées, au plus haut depuis 1996 (première année du suivi des statistiques par genre). À 30,2 millions d'entrées (en forte progression de 44,0 % par rapport à 2023), l'animation est l'un des genres, avec le documentaire (+9,4 % par rapport à l'avant crise à 15,5 millions d'entrées en 2024) et le policier (+3,1 % par rapport à l'avant crise à 7,6 millions), à dépasser son niveau d'avant crise (+2,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Cinq films d'animation réalisent plus d'un million d'entrées en 2024, tous américains. Le premier au classement des films d'animation est *Vice-versa 2* (3^e avec 8,29 millions d'entrées).

Forte hausse des entrées pour le documentaire, au-dessus de son niveau d'avant crise

L'offre de documentaires en première exclusivité progresse en 2024 à 137 films (115 en 2023 et 133 en moyenne par an sur la période 2017-2019). Ils représentent 18,4 % des films en première exclusivité, ce qui en fait le deuxième genre le plus représenté derrière le drame (29,8 % avec 222 films), et génèrent 1,7 % des entrées (2,6 millions, +70,4 % par rapport à 2023), avant-dernier genre en entrées, avant le film musical (1,2 %). Leur fréquentation dépasse cependant le niveau d'avant crise (+9,4 %). Le film français *Golo & Ritchie* est le documentaire qui réalise le plus d'entrées en 2024 (433 000, 86^e au classement général).

Répartition des entrées selon le genre du film¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2024.

Base : long métrage en première exclusivité, soit entre 82 % et 94 % de la fréquentation selon l'année.
Source : CNC.

Les films recommandés Art et Essai, une fréquentation en recul sur un an

En 2024, les entrées des films Art et Essai reculent de 9,2 % par rapport à 2023 à 44,5 millions, tandis que celles des films non recommandés progressent de 4,4 % à 133,0 millions d'entrées. Toutefois, la baisse de la fréquentation des films recommandés par rapport à l'avant crise est plus contenue : -7,9 %, contre -14,6 % pour les films non recommandés (-13,0 % tous films de long métrage confondus). La part de marché des films recommandés atteint 25,1 % en 2024 (27,8 % en 2023), en hausse par rapport à l'avant crise (23,7 % en moyenne sur 2017-2019). 5 357 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2024 (5 142 en 2023 et 4 635 par an en moyenne entre 2017 et 2019), dont 418 films inédits (421 en 2023 et 405 par an en moyenne sur la période 2017-2019).

Quatre films recommandés Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2024 (neuf en 2023) avec, en tête, *Juré n°2* à 1,61 million (1^{er} au classement des films Art et Essai et 20^e au classement général des films). En 2023, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *Oppenheimer* (4,46 millions d'entrées).

Sur le segment des films en première exclusivité, les films Art et Essai réalisent 35,0 millions d'entrées en 2024 (78,5 % des entrées totales des films Art et Essai et 22,4 % des entrées totales des films en première exclusivité), contre 40,4 millions en 2023 (respectivement 82,3 % et 25,9 %).

61,1 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français en 2024 (59,6 % en 2023 et 52,6 % en moyenne sur la période 2017-2019). Comme chaque année, la part de marché des films français est plus élevée sur le segment des films recommandés (61,1 % en 2024) que sur l'ensemble des films en première exclusivité (44,5 %). 251 films recommandés Art et Essai français sortent pour la première fois sur les écrans en 2024, contre 266 en 2023 (-5,6 %) et 229 par an en moyenne entre 2017 et 2019 (+9,6 %).

Ils cumulent 21,3 millions d'entrées, contre 24,1 millions en 2023 (-11,3 %) et 21,2 millions en moyenne annuelle 2017-2019 (+0,8 %). *En fanfare* est le film français Art et Essai en première exclusivité qui réalise le plus d'entrées (1,60 million, 2^e au classement des films Art et Essai et 21^e au classement général). En 2023, *Anatomie d'une chute* était le premier film français Art et Essai en première exclusivité en termes d'entrées avec 1,30 million (4^e au classement des films Art et Essai et 29^e au classement général).

32 films américains recommandés Art et Essai sont exploités en 2024, contre 26 en 2023 (+23,1 %), toujours à un niveau inférieur à l'avant crise (-11,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Ils cumulent 5,5 millions d'entrées, en recul de 41,5 % par rapport à 2023, et moitié moins que le niveau d'avant crise (-50,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les films américains sont à l'origine de 15,7 % des entrées des films recommandés en 2024 (23,2 % en 2023 et 27,5 % en moyenne sur la période 2017-2019), au plus bas niveau de la décennie derrière 2022 (8,4 %). Le premier film Art et Essai américain en première exclusivité au classement est *Juré n°2* (1,61 million d'entrées), 1^{er} au classement des films recommandés et 20^e au classement général. En 2023, le premier film américain Art et Essai

en première exclusivité était *Oppenheimer* (4,46 millions d'entrées, 1^{er} au classement des films Art et Essai et 5^e au classement général).

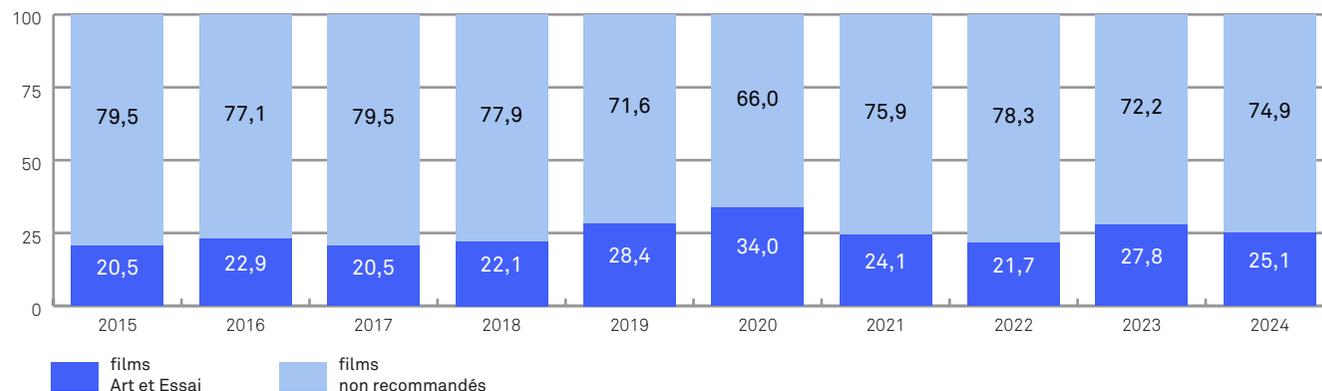
Entrées selon la recommandation du film¹ (millions)

	films Art et Essai	films non recommandés	total
2015	41,4	160,8	202,2
2016	48,1	161,7	209,7
2017	42,1	163,7	205,9
2018	43,5	153,7	197,2
2019	59,4	149,9	209,4
2020	21,7	42,1	63,8
2021	22,6	71,1	93,7
2022	32,3	116,3	148,5
2023	49,0	127,4	176,4
2024	44,5	133,0	177,5

¹Données provisoires pour 2024.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Juré n°2, 1^{er} film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2024 et 20^e au classement général.

Répartition des entrées selon la recommandation du film¹ (%)



¹Données provisoires pour 2024.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Dune : deuxième partie, 1^{er} en termes d'entrées en version originale

En 2024, 16,5 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (16,9 % en 2023), soit un niveau en ligne avec celui observé avant la crise sanitaire (16,3 % en moyenne chaque année entre 2017 et 2019). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère reculent légèrement (-1,9 % à 29,9 millions d'entrées) dans un contexte de relative stabilité de la fréquentation globale (+0,6 %). *Dune : deuxième partie* est le premier film en termes d'entrées en version originale avec 1,65 million (soit 39,8 % des entrées totales du film en 2024), devant *Emilia Perez* (894 000 entrées en VO, soit 82,5 % de ses entrées totales) et *la Zone d'intérêt* (743 000 entrées en VO, soit 92,5 % de ses entrées totales). En 2023, *Oppenheimer* prenait la première place de ce classement avec 1,87 million d'entrées (41,9 % des entrées totales du film en 2023).

3 % des entrées dans les salles premium, en repli sur un an

3,1 % des entrées sont réalisées dans les salles premium en 2024, qu'il s'agisse d'une projection premium ou non (3,9 % en 2023), à un niveau supérieur à celui observé avant la crise sanitaire (1,8 % en moyenne sur la période 2017-2019). En valeur absolue, les entrées des salles premium reculent par rapport à 2023 (-20,7 %) à 5,6 millions. Les recettes de ces salles diminuent également (-17,1 %) à 84,3 M€. 6,3 % des recettes globales sont ainsi le fait des salles premium (7,6 % en 2023 et 3,3 % en moyenne sur la période 2017-2019).

La RME des salles premium est plus de deux fois plus élevée que pour l'ensemble des salles et atteint 15,09 € en 2024 (+4,4 % par rapport à 2023 et +20,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019), contre 7,42 € pour l'ensemble du parc (respectivement +0,4 % et +11,2 %). À noter que tous les films projetés dans ces salles ne font pas l'objet d'une survalorisation.

Une fréquentation dynamisée par *Un p'tit truc en plus*, *le Comte de Monte-Cristo* et *la Fête du cinéma*

Le début d'année 2024 est en net retrait par rapport à 2023 tant en janvier (-7,5 %), qu'en février (-16,4 %) et mars (-3,6 %). Par rapport à la moyenne 2017-2019, la fréquentation du premier trimestre reste largement inférieure : -27,4 % au global et -22,7 % en janvier, -34,9 % en février et -22,8 % en mars. La fréquentation au premier trimestre atteint 44,0 millions d'entrées, plus bas niveau depuis 1999 (43,6 millions) hors années de crise sanitaire et 2022. Le Printemps du cinéma totalise 1,7 million d'entrées sur les 3 jours, un résultat très loin des résultats de 2023 (-29,1 %) et encore davantage des standards de l'opération (3,0 millions d'entrées en moyenne chaque année entre 2017 et 2019, soit -43,4 %). Huit films sortis sur cette période atteignent un million d'entrées, et notamment deux films américains, *Dune : deuxième partie* (7^e au classement avec 4,14 millions d'entrées) et *Kung fu panda 4* (12^e au classement avec 2,36 millions d'entrées). À noter que trois films de 2023 cumulent plus d'un million d'entrées sur ce début d'année : deux films britanniques, *Wonka* (18^e avec 1,65 million d'entrées) et *Aquaman le royaume perdu* (35^e avec 1,01 million), et un film français, *Chasse gardée* (26^e avec 1,22 million).

Comme en 2022 et en 2023, l'écart entre les résultats d'avant crise et l'année 2024 se réduit au deuxième trimestre et les mois de mai et de juin dépassent même sensiblement la moyenne 2017-2019. Le mois de mai enregistre 15,7 millions d'entrées, en hausse de 11,1 % par rapport à l'avant crise, grâce à la sortie en salles de *Un p'tit truc en plus* (1^{er} avec 10,72 millions d'entrées), et au plus haut depuis 2014 (19,7 millions, mois de la sortie en salles de *X-Men : days of the future*, 3,28 millions d'entrées, et de la continuation de *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*, sorti en avril et 1^{er} au classement de l'année avec 12,34 millions d'entrées). Le mois de juin totalise 14,1 millions d'entrées, en hausse de 24,2 % par rapport à l'avant crise, grâce à la sortie en salles de *le Comte de Monte-Cristo* (2^e avec 9,39 millions), et au plus haut depuis 2012 (14,5 millions,

mois de la sortie en salles de *l'Age de glace 4 : la dérive des continents*, 2^e au classement de l'année avec 6,64 millions d'entrées). Le mois d'avril, traditionnellement fort en termes de fréquentation en raison notamment des vacances scolaires, réalise seulement 11,9 millions d'entrées (-35,6 % par rapport à l'avant crise). Au total, 41,8 millions d'entrées ont été enregistrées au deuxième trimestre, soit 2,0 % de moins qu'en 2023 (trimestre de sortie en salles de *Super Mario Bros. le film*, 1^{er} au classement de l'année avec 7,25 millions d'entrées) et 5,1 % de moins que la moyenne 2017-2019, mais en ligne avec le niveau de 2018 (42,0 millions). Huit films sortis sur cette période réalisent plus d'1 million d'entrées en 2024 dont *Vice-versa 2* (3^e avec 8,29 millions) et *la Planète des singes : le nouveau royaume* (11^e avec 2,47 millions) en plus des deux titres déjà cités ci-dessus.

Le troisième trimestre recule légèrement en 2024 par rapport à 2023 (-1,4 %) et par rapport à l'avant crise (-3,2 %), à 42,1 millions d'entrées (supérieur néanmoins à 2018, 39,4 millions). Le mois de septembre a été particulièrement porteur, avec une fréquentation supérieure de 12,4 % par rapport à 2023 à 10,1 millions, mais toujours en retrait par rapport l'avant crise (-9,5 %). À l'inverse, le mois de juillet, bien qu'en léger recul comparé à 2023 (-2,2 %), qui avait bénéficié du phénomène *Barbenheimer* lié à la sortie concomitante de *Barbie* et *Oppenheimer* pendant la période estivale, dépasse le niveau d'avant crise à 17,9 millions d'entrées (+7,2 %). Les très bons résultats de la Fête du cinéma à 4,7 millions d'entrées, un bond de 50,5 % par rapport à 2023 et de 56,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019 de l'opération, en sont la raison essentielle. À l'inverse, le mois d'août atteint 14,1 millions d'entrées, un plus bas niveau depuis 2012 (14,1 millions), hors crise sanitaire et 2022 (-8,4 % par rapport à 2023 et -9,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Six titres sortis au troisième trimestre enregistrent plus d'un million d'entrées dont *Moi, moche et méchant 4* (6^e avec 4,38 millions d'entrées) et *Deadpool & Wolverine* (8^e avec 3,63 millions d'entrées).

La fréquentation cinématographique de fin d'année progresse sensiblement sur un an à 53,7 millions d'entrées (+15,4 %), réduisant l'écart avec le niveau d'avant crise (-10,3 %). La hausse est nette sur les mois de novembre (+17,4 % par rapport à 2023 à 15,3 millions) et de décembre (+18,3 % à 20,5 millions) et moindre en octobre (+9,5 % à 15,3 millions). 11 films sortis sur la période enregistrent plus d'un million d'entrées et cinq plus de 2 millions : un film d'animation américain, *Vaiana 2* (4^e avec 6,68 millions d'entrées), une comédie française, *l'Amour ouf* (5^e avec 4,83 millions), un film d'aventures britannique, *Gladiator 2* (9^e avec 2,91 millions), un film d'aventures américain, *Mufasa : le roi Lion* (10^e avec 2,54 millions), et une biographie française, *Monsieur Aznavour* (13^e avec 2,04 millions).

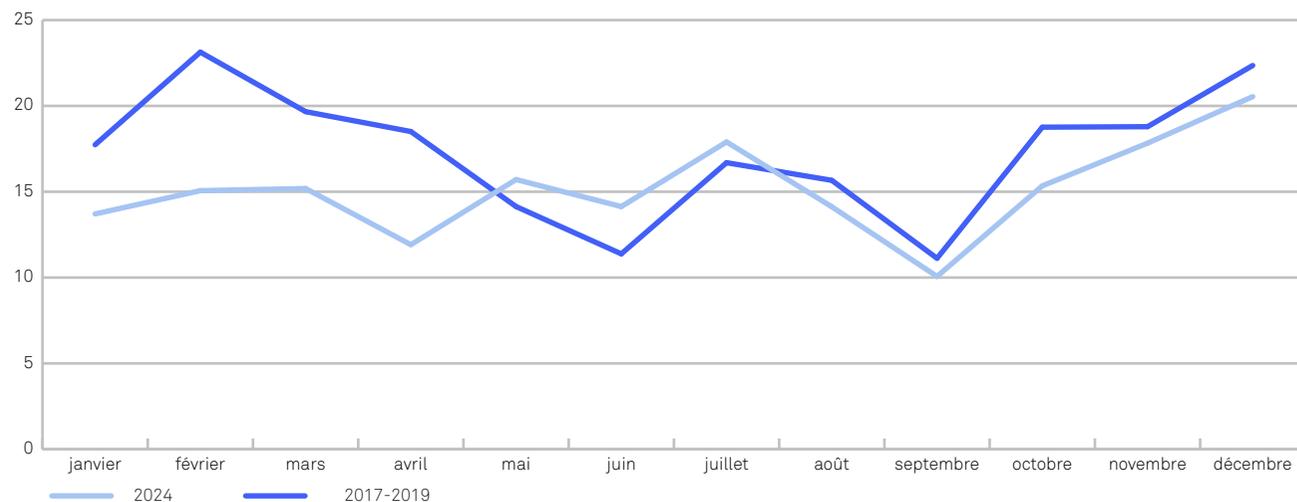
Un deuxième et un troisième trimestre qui flirtent avec les résultats d'avant crise (respectivement -5,1 % et -3,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

Entrées mensuelles¹ (millions)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
janvier	16,8	16,8	16,6	18,3	18,3	14,7	0,0	10,7	14,8	13,7
février	22,5	26,0	24,9	22,5	22,0	17,6	0,0	13,0	18,0	15,1
mars	17,5	19,7	19,4	20,9	18,8	5,9	0,0	13,3	15,8	15,2
avril	18,0	18,3	19,4	18,1	18,1	0,0	0,0	13,8	18,6	11,9
mai	14,3	14,2	13,0	13,9	15,5	0,0	3,5	11,2	13,8	15,7
juin	12,2	11,9	11,6	10,0	12,5	1,1	8,6	11,1	10,2	14,1
juillet	18,3	17,6	17,9	13,9	18,3	4,8	14,3	13,8	18,3	17,9
août	15,2	15,5	16,2	14,6	16,1	6,7	11,3	10,5	15,4	14,1
septembre	9,5	10,0	11,3	10,9	11,2	5,6	9,3	7,6	9,0	10,1
octobre	19,5	21,3	18,0	18,3	19,9	8,8	14,3	14,4	14,0	15,3
novembre	17,3	17,5	17,3	18,7	20,4	0,0	14,1	14,5	15,2	17,8
décembre	24,2	24,3	23,8	21,1	22,2	0,0	20,2	18,2	17,4	20,5
total	205,4	213,2	209,4	201,2	213,2	65,3	95,5	152,1	180,4	181,5

¹ Données provisoires pour 2024.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Saisonnalité de la fréquentation¹ (millions d'entrées)



¹ Données provisoires pour 2024.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Plus de la moitié des recettes le week-end, une part en ligne avec l'avant crise

Comme chaque année, les spectateurs privilégient la sortie cinéma le week-end. 53,6 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2024 (53,9 % en 2023 et 53,8 % entre 2017 et 2019). Le poids du mercredi s'établit à 12,7 % des entrées, plus bas niveau de la décennie avec 2023 et 2014, et devant 2018 (12,6 %).

La concentration des recettes sur le week-end est encore plus élevée que pour les entrées. En 2024, 55,7 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (56,0 % en 2023), une part qui retrouve son niveau d'avant crise (55,7 % sur la période 2017-2019). À l'inverse, le mercredi pèse légèrement moins dans les recettes (12,4 % en 2024) que dans les entrées (12,7 %). La RME est, d'ailleurs, moins élevée en semaine (entre 6,79 € le mardi et 7,27 € le mercredi) que le week-end à 7,72 € (de 7,32 € le vendredi à 8,04 € le samedi, premier jour à dépasser les 8 € de RME).

Répartition des entrées et des recettes par jour¹ (%)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
entrées										
lundi	10,0	10,0	9,9	10,1	9,8	9,4	10,7	10,8	10,7	11,0
mardi	12,7	12,2	12,2	12,2	12,2	12,3	12,8	12,0	11,5	11,7
mercredi	13,2	13,0	13,1	12,6	13,1	12,9	14,3	13,2	12,7	12,7
jeudi	10,8	11,0	10,8	11,2	11,2	12,1	11,8	11,7	11,2	11,0
vendredi	13,2	13,3	12,8	12,9	12,9	13,3	12,5	14,1	13,4	13,3
samedi	20,3	20,4	20,7	20,3	20,1	20,4	18,7	19,8	20,2	19,7
dimanche	19,8	20,2	20,5	20,7	20,8	19,6	19,2	18,5	20,3	20,7
total	100,0									
recettes										
lundi	9,4	9,4	9,5	9,6	9,2	8,9	10,4	10,1	10,2	10,4
mardi	12,0	11,4	11,4	11,5	11,3	11,4	12,3	11,0	10,6	10,7
mercredi	12,8	12,5	12,7	12,2	12,9	12,6	14,1	12,9	12,4	12,4
jeudi	10,7	10,8	10,5	11,0	11,1	11,7	11,4	11,5	10,8	10,8
vendredi	13,2	13,3	12,8	12,7	12,7	13,0	12,2	14,0	13,2	13,1
samedi	21,6	21,8	22,1	21,8	21,5	21,9	19,8	21,6	21,8	21,3
dimanche	20,2	20,7	21,0	21,2	21,2	20,5	19,8	18,9	21,0	21,3
total	100,0									

¹ Données provisoires pour 2024.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC.

Les petites unités urbaines et les zones rurales, seules zones à retrouver leur niveau d'avant crise

En 2024, les évolutions de la fréquentation ne sont pas homogènes selon les zones géographiques. Elle progresse dans les petites unités urbaines et les zones rurales hors Ile-de-France (+6,0 % par rapport à 2023 à 25,5 millions d'entrées) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants hors Ile-de-France (+2,6 % à 38,2 millions). La fréquentation recule en Ile-de-France (-2,0 % à 42,7 millions d'entrées), la baisse étant plus importante dans la petite couronne (-2,8 % à 11,9 millions) et dans la grande couronne (-2,2 % à 13,5 millions) qu'à Paris (-1,2 % à 17,4 millions). Elle est relativement stable dans les grandes unités urbaines en régions, à 75,1 millions d'entrées (-0,6 % par rapport à 2023).

Par rapport à la moyenne 2017-2019, seules les petites unités urbaines et les zones rurales hors Ile-de-France retrouvent leur niveau d'avant crise et le dépassent même (+4,6 %) atteignant, en 2024, le deuxième plus haut niveau de la décennie derrière 2019 (25,6 millions). La fréquentation est encore largement inférieure en Ile-de-France (-20,2 %) et surtout dans la petite couronne (-26,0 %), malgré une densification de son parc cinématographique (362 écrans actifs en 2024, soit +7,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019), et à Paris (-24,2 %), dans un contexte toutefois de contraction du parc d'écrans actifs (-2,5 % à 401 écrans actifs). La baisse de la fréquentation est moins sensible dans la grande couronne (-7,6 %) pour un parc d'écrans en hausse de 8,6 % à 439. Hors Ile-de-France, les unités urbaines de 100 000 habitants ou plus enregistrent une baisse plus marquée, à -14,3 %, que les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants, à -9,8 %, malgré le développement des parcs d'écrans pour ces deux zones (respectivement +7,0 % à 2 333 écrans actifs et +6,5 % à 1 423).

La part de marché des petites agglomérations et des zones rurales atteint ainsi un niveau record, à 14,1 % en 2024 (13,4 % en 2023 et 10,9 % en 2015). À l'inverse, Paris est à son plus bas niveau historique (9,6 %).

Entrées selon les zones géographiques¹ (millions)

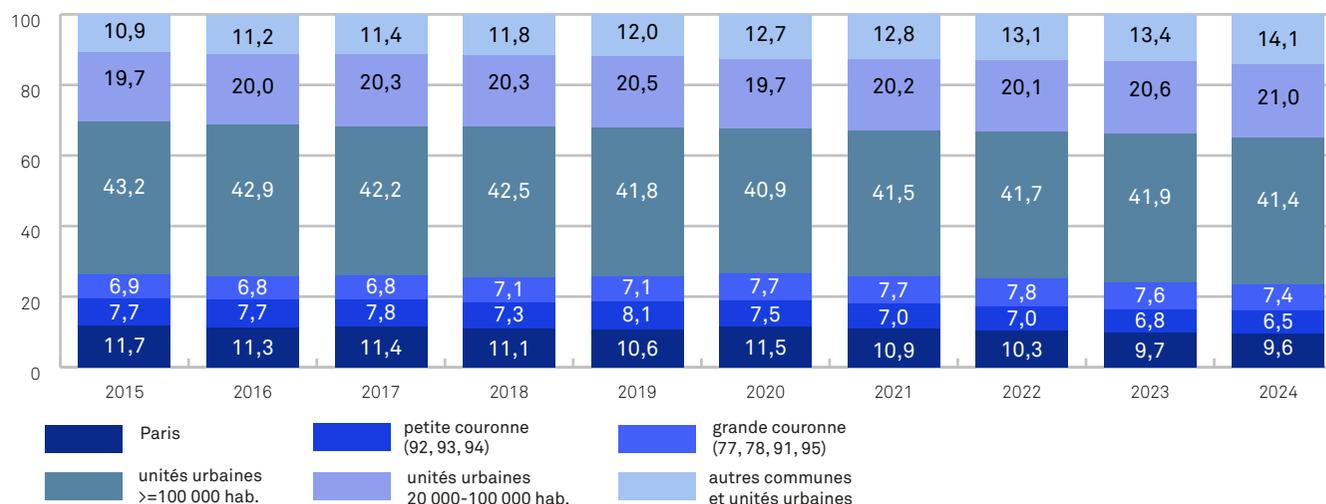
	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >=100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2015	53,9	24,0	15,7	14,2	151,5	88,6	40,5	22,4	205,4
2016	55,2	24,2	16,5	14,5	158,0	91,4	42,6	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	39,6	19,3	12,2	95,5
2022	38,2	15,7	10,6	11,8	113,9	63,4	30,6	19,9	152,1
2023	43,6	17,6	12,2	13,8	136,9	75,6	37,2	24,1	180,4
2024	42,7	17,4	11,9	13,5	138,8	75,1	38,2	25,5	181,5

¹ Données provisoires pour 2024.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

Répartition des entrées selon les zones géographiques¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2024.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

Une part de marché au plus haut en termes d'entrées pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales (14,1 % en 2024).

Plus de 2,7 entrées par habitant, stable par rapport à 2023

La fréquentation cinématographique moyenne atteint 2,73 entrées par habitant en France en 2024 (2,71 en 2023), un niveau très en retrait par rapport à l'avant crise, toujours supérieur à 3,0 entre 2015 et 2019. Il s'agit du plus bas niveau enregistré depuis 1999 (2,62 entrées par habitant), devant 2023 et hors années de crise sanitaire et 2022.

Cet indice reste nettement plus élevé dans la capitale (8,03) que dans le reste du territoire ; il affiche cependant à Paris la plus forte baisse sur un an (-0,10 entrée) et tombe à un plus bas niveau historique, hors années de crise sanitaire et 2022. Une hausse de l'indice de fréquentation est observée dans les petites unités urbaines et les zones rurales hors Ile-de-France (2,24, soit +0,13 entrée par rapport à 2023) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (4,37, soit +0,11).

En zone rurale, une fréquentation de retour au niveau d'avant crise

La grille communale de densité définie par l'INSEE (<https://www.insee.fr/fr/information/6439600>) permet de classer les communes en fonction du nombre d'habitants et de la répartition de ces habitants sur leur territoire. Plus la population est concentrée et nombreuse, plus la commune est considérée comme dense. L'appartenance à un niveau de la grille n'est pas simplement liée à la densité moyenne de population calculée sur l'ensemble de la commune (incluant les surfaces non habitées comme les forêts, la montagne et les champs), elle prend en compte la présence au sein de la commune de zones concentrant un grand nombre d'habitants sur une faible surface.

Selon le recensement 2020, 33,4 % de la population française vit dans des communes peu peuplées (grille de densité de 5 à 7). Ces zones abritent 665 établissements (32,4 % du parc), soit 791 écrans (12,4 % des écrans actifs), et totalisent 10,4 millions d'entrées en 2024 (5,7 % de la fréquentation totale). La fréquentation progresse de 6,1 % par rapport à 2023 (+0,6 % sur l'ensemble du terri-

Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

	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
2015	4,35	11,09	3,33	2,57	2,80	2,61	4,64	1,97	3,09
2016	4,46	11,18	3,50	2,64	2,92	2,69	4,89	2,10	3,21
2017	4,40	11,05	3,45	2,61	2,86	2,60	4,87	2,11	3,15
2018	4,14	10,29	3,12	2,59	2,77	2,51	4,68	2,08	3,03
2019	4,43	10,43	3,64	2,75	2,93	2,62	5,00	2,25	3,21
2020	1,40	3,46	1,04	0,91	0,89	0,79	1,47	0,73	0,98
2021	1,97	4,81	1,41	1,33	1,31	1,16	2,21	1,08	1,44
2022	3,08	7,28	2,25	2,15	2,11	1,87	3,50	1,75	2,29
2023	3,52	8,13	2,59	2,50	2,53	2,22	4,26	2,12	2,71
2024	3,45	8,03	2,52	2,45	2,57	2,21	4,37	2,24	2,73

¹ Données provisoires pour 2024.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

toire) et est stable par rapport à la moyenne 2017-2019 (-0,7 %, contre -12,7 % sur l'ensemble du territoire).

Les 896 écrans des cinémas situés dans les communes de densité intermédiaire (grille de densité de 3 à 4), situés dans 384 cinémas, enregistrent 23,3 millions d'entrées, soit +4,5 % par rapport à 2023 et +2,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Ces zones sont les seules à dégager une hausse par rapport à l'avant crise, en lien avec la hausse du parc actif avec 16 établissements et 113 écrans de plus.

Enfin, les communes densément peuplées (grille de densité 1 et 2) abritent 1 003 établissements et 4 667 écrans en 2024 pour un total d'entrées à 147,8 millions, stable par rapport à 2023 (-0,3 %) et en recul de 15,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Même si le nombre d'établissements est identique entre l'avant crise et 2024, le nombre d'écrans, lui, progresse dans ces zones avec 239 écrans supplémentaires.

Plus de 40 % des entrées supérieures à 7,00 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques mais la proportion la plus importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2024, 46,0 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 €, une part en hausse par rapport à 2023 (44,5 %) mais en recul par rapport à l'avant crise (47,4 % entre 2017 et 2019). Cette tranche de prix comprend aussi bien les entrées des cartes illimitées, les tarifs pleins de certains cinémas indépendants que certains tarifs réservés aux jeunes. 11,8 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 €, en baisse par rapport à 2023 (12,5 %) et encore davantage par rapport à la moyenne de la période 2017-2019 (18,2 %). En 2024, 42,2 % des entrées font référence à des billets vendus à 7 € ou plus, contre 42,9 % en 2023 et 34,3 % avant crise.

Un retour au niveau d'avant crise 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 2024, les entrées des cartes illimitées dans les cinémas propriétaires s'élèvent à 14,12 millions, en hausse de 7,1 % par rapport à 2023 (+0,6 % pour l'ensemble des entrées) et de retour au niveau d'avant crise (-0,5 % contre -12,7 % pour l'ensemble des entrées). Elles représentent 7,8 % de la fréquentation totale (7,3 % en 2023 et 6,8 % en moyenne sur la période 2017-2019).

Baisse de la part des entrées à 10,00 € ou plus, à 16,8 % en 2024 (18,2 % en 2023).

Les entrées à 10 € ou plus, en recul sur un an mais au-dessus du niveau d'avant crise

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 30,4 millions d'entrées en 2024, en recul de 7,5 % par rapport à 2023, dans un contexte de stabilité de la fréquentation au global (+0,6 %), un niveau toutefois au-dessus de celui d'avant crise (+24,9 %). Seule cette tranche de tarifs, avec celle de 8,00 € à 8,99 € (+30,7 %) et celle de 3,00 € à 3,99 € (+19,3 %), dépassent leur niveau d'avant crise. Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 16,8 % des entrées totales en 2024 (18,2 % en 2023 et 11,7 % en moyenne sur la période 2017-2019), soit le troisième plus haut niveau historique derrière 2023 et 2022 (17,6 %).

Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € recule de 6,5 % par rapport à 2023 pour atteindre 1,2 million d'entrées en 2024 (multiplié par 3,0 par rapport à la moyenne 2017-2019). Ces entrées concernent notamment le hors film, et plus précisément les captations d'opéras, mais également les billets pour la projection de films dans les salles premium.

Répartition des entrées selon le prix du billet vendu¹ (%)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
moins de 3,00 €	2,7	2,8	2,9	3,0	2,9	3,1	2,7	3,8	3,1	2,3
3,00 € à 3,99 €	3,3	2,0	2,0	2,0	1,9	2,4	1,9	2,2	2,1	2,7
4,00 € à 4,99 €	17,4	17,8	14,6	13,3	12,1	10,7	12,3	11,7	7,4	6,9
5,00 € à 5,99 €	24,7	25,5	28,5	29,5	28,7	32,6	26,2	24,8	26,5	26,8
6,00 € à 6,99 €	17,6	18,0	18,0	18,2	19,4	19,6	18,7	17,2	18,0	19,2
7,00 € à 7,99 €	11,5	11,8	11,5	10,7	10,6	9,9	9,7	10,6	11,4	11,0
8,00 € à 8,99 €	6,3	5,7	5,4	5,8	5,9	5,3	7,3	7,5	8,3	8,5
9,00 € à 9,99 €	6,2	6,3	6,6	6,0	5,4	4,8	5,1	4,6	5,0	6,0
10,00 € et plus	10,4	10,2	10,5	11,5	13,1	11,6	15,9	17,6	18,2	16,8
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 2024.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film), hors entrées gratuites.

Source : CNC

Plus de 4 millions d'entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites.

En 2024, 4,3 millions d'entrées gratuites sont enregistrées (4,6 millions en 2023 et 5,0 millions par an en moyenne entre 2017 et 2019), ce qui porte la fréquentation totale des salles en France métropolitaine à 185,8 millions (+0,4 % par rapport à 2023 et -12,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les entrées gratuites représentent 2,3 % de l'ensemble des entrées en 2024 (2,5 % en 2023 et 2,3 % avant crise). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 7,25 € (7,21 € en 2023).

1,2 million d'entrées entre 20 € et 30 € en 2024 (-6,5 % par rapport à 2023), qui incluent notamment les entrées pour la projection de films dans les salles premium.

41,6 % de la recette guichets conservée par l'exploitant

La recette 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 2024, le taux moyen de location s'établit à 45,3 % (46,0 % en 2023 et 46,6 % en moyenne sur la période 2017-2019).

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 guichets¹

	2020	2021	2022	2023	2024
(M€)					
recettes guichets	432,78	672,57	1 094,65	1 334,03	1 347,81
T.S.A.	46,39	72,10	117,35	143,01	144,48
T.V.A.	22,87	35,53	57,80	70,42	71,12
Sacem ²	5,51	8,55	13,93	16,97	17,15
recettes HT	358,00	556,39	905,58	1 103,63	1 115,06
rémunération distributeurs³	180,75	284,74	455,83	557,30	554,20
rémunération exploitants⁴	177,26	271,65	449,75	546,33	560,86
(%)					
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	5,28	5,28	5,28	5,28
Sacem ²	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs³	41,8	42,3	41,6	41,8	41,1
rémunération exploitants⁴	41,0	40,4	41,1	41,0	41,6
taux de location⁵	46,0%	46,6%	45,8%	46,0%	45,3%

¹ Données provisoires pour 2024.

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.

⁵ Taux de location = (encaissement distributeur HT + part Sacem distributeur)/base film.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film)

Source : CNC.

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998	US	22,32
2	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	2008	FR	20,45
3	<i>Intouchables</i>	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,53
4	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966	FR/GB	17,34
5	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950	US	16,73
6	<i>Avatar</i>	J. Cameron	2009	US	15,34
7	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969	IT	14,89
8	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002	FR	14,83
9	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968	US	14,81
10	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961	US	14,70
11	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	<i>Avatar, la voie de l'eau</i>	J. Cameron	2022	US	13,91
13	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960	US	13,86
14	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993	FR	13,68
15	<i>Le Pont de la rivière Kwai</i>	D. Lean	1957	GB	13,48
16	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950	US	13,27
17	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duviol	1952	IT/FR	12,79
18	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971	US	12,75
19	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	P. De Chauveron	2014	FR	12,36
20	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962	US	11,93
21	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965	FR/IT	11,75
22	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955	US	11,26
23	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,76
24	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948	US	10,72
25	<i>Un p'tit truc en plus</i>	Artus	2024	FR	10,72
26	<i>Star Wars : Episode 7, le reveil de la force</i>	J. J. Abrams	2015	US	10,35
27	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
28	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985	FR	10,25
29	<i>Les Bronzés 3 - amis pour la vie</i>	P. Leconte	2006	FR	10,23
30	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
31	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962	FR	10,06
32	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982	US	10,03
33	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
34	<i>Le Roi Lion</i>	J. Favreau	2019	US	9,85

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
35	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966	US	9,82
36	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955	US	9,63
37	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001	US	9,60
38	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953	US	9,49
39	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,45
40	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	M. Delaporte, A. de la Patellière	2024	FR	9,39
41	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998	FR	9,25
42	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988	FR	9,21
43	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
44	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
45	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002	US	8,89
46	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
47	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,79
48	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
49	<i>La Grande Evasion</i>	R. Walsh	1963	US	8,76
50	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947	FR	8,65
51	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,57
52	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004	FR/CH	8,53
53	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945	US	8,44
54	<i>Vice-versa 2</i>	K. Mann	2024	US	8,29
55	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947	US	8,27
56	<i>Rien à déclarer</i>	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
57	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
58	<i>Les Couloirs du temps - les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
59	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994	FR	7,89
60	<i>Le Boulanger de Valorgue</i>	H. Verneuil	1953	FR	7,89
61	<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999	US	7,89
62	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946	US	7,86
63	<i>L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures</i>	C. Saldanha	2009	US	7,84
64	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
65	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
66	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
67	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
68	<i>Ratatouille</i>	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,74
69	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	M. Newell	2005	GB	7,74
70	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997	FR	7,72

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
71	<i>La famille Bélier</i>	É. Lartigau	2014	FR	7,71
72	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972	GB	7,64
73	<i>La Reine des neiges 2</i>	C. Buck, J. Lee	2019	US	7,53
74	<i>Le Seigneur des anneaux - le retour du roi</i>	P. Jackson	2003	NZ	7,49
75	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949	FR	7,48
76	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971	FR	7,46
77	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43
78	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001	FR	7,41
79	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993	US	7,36
80	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953	US	7,35
81	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	J. Watts	2021	US	7,34
82	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
83	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991	US	7,28
84	<i>Super Mario Bros. le film</i>	A. Horvath, M. Jelenic	2023	US	7,27
85	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977	US	7,25
86	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986	FR	7,23
87	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	2005	US	7,21
88	<i>Le Seigneur des anneaux - les deux tours</i>	P. Jackson	2002	NZ	7,20
89	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004	GB	7,18
90	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
91	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951	US	7,12
92	<i>Star Wars les derniers Jedi</i>	R. Johnson	2017	US	7,10
93	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949	US	7,09
94	<i>Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau</i>	P. Jackson	2001	NZ	7,09
95	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
96	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947	FR	7,06
97	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961	US	7,04
98	<i>Skyfall</i>	S. Mendes	2012	GB	7,01
99	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954	FR	6,99
100	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
101	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
102	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
103	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
104	<i>Avengers : Endgame</i>	A. Russo, J. Russo	2019	US	6,83
105	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
106	<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ ES/IT	6,81
107	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946	FR	6,78
108	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993	US	6,77
109	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974	US	6,75
110	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
111	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	P. de Chauveron	2019	FR/BE	6,72
112	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981	US	6,72
113	<i>Top Gun: Maverick</i>	J. Kosinski	2022	US	6,72
114	<i>Vaiana 2</i>	D.G. Derrick Jr., J. Hand, D. Ledoux Miller	2024	US	6,68
115	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965	GB	6,68
116	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
117	<i>Les Minions</i>	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,67
118	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950	FR	6,66
119	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986	FR	6,65
120	<i>L'Âge de glace 4 : la dérive des continents</i>	M.Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
121	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956	AT	6,64
122	<i>L'Age de glace 2</i>	C. Saldanha	2006	US	6,63
123	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 2e partie</i>	D. Yates	2011	GB	6,62
124	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989	US	6,60
125	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959	US	6,60
126	<i>Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit</i>	G. Verbinski	2006	US	6,52
127	<i>Robin des bois</i>	W. Reitherman	1974	US	6,49
128	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998	FR	6,49
129	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989	US	6,48
130	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977	US	6,47
131	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957	AT	6,43
132	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976	US	6,41
133	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981	US	6,41
134	<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	2002	US	6,41
135	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954	US	6,40
136	<i>Arthur et les Minimoys</i>	L. Besson	2006	FR	6,40
137	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
138	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946	FR	6,37
139	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952	US	6,36

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
140	<i>Le Bon, la brute et le truand</i>	S. Leone	1968	IT	6,36
141	<i>Spider-Man 3</i>	S. Raimi	2007	US	6,34
142	<i>Quo Vadis</i>	M. Le Roy	1953	US	6,31
143	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990	FR	6,30
144	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979	FR	6,28
145	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989	US	6,26
146	<i>Harry Potter et l'ordre du Phénix</i>	D. Yates	2007	GB	6,24
147	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984	FR	6,17
148	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	D. Yates	2009	GB	6,17
149	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
150	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964	US	6,16
151	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
152	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993	FR/BE	6,15
153	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946	FR	6,14
154	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952	US	6,14
155	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 1re partie</i>	D. Yates	2010	GB	6,13
156	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967	FR	6,12
157	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
158	<i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	J.J. Abrams	2019	US	6,07
159	<i>Terminator 2 - le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991	US	6,01
160	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978	GB	5,98
161	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983	ZA	5,95
162	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
163	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988	US	5,91
164	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Faiman	1987	AU	5,89
165	<i>Guerre et Paix</i>	K. Vidor	1956	US	5,89
166	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984	FR	5,88
167	<i>Barbie</i>	G. Gerwig	2023	GB	5,88
168	<i>L'Odyssée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946	US	5,87
169	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953	FR	5,86
170	<i>Rambo 2 - la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
171	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
172	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976	FR	5,84
173	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958	AT	5,79
174	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,78
175	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994	GB	5,78

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
176	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978	US	5,77
177	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
178	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952	US	5,76
179	<i>Moi, moche et méchant 3</i>	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
180	<i>Les Indestructibles 2</i>	B. Brad	2018	US	5,75
181	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972	FR	5,74
182	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949	GB	5,74
183	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965	GB	5,74
184	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
185	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
186	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974	FR	5,73
187	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946	FR	5,73
188	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963	GB	5,72
189	<i>A nous les petites Anglaises</i>	M. Lang	1976	FR	5,70
190	<i>La Vérité</i>	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
191	<i>Notre-Dame de Paris</i>	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
192	<i>Indiana Jones et le temple maudit</i>	S. Spielberg	1984	US	5,69
193	<i>Les Tuche 3</i>	O. Baroux	2018	FR	5,69
194	<i>Matrix Reloaded</i>	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,67
195	<i>Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde</i>	G. Verbinski	2007	US	5,64
196	<i>Pocahontas, une légende indienne</i>	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,64
197	<i>La Ch'tite Famille</i>	D. Boon	2018	FR	5,63
198	<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	2002	US	5,63
199	<i>Bons baisers de Russie</i>	T. Young	1964	GB	5,63
200	<i>Joker</i>	T. Phillips	2019	US	5,62

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 31 décembre 2024.

Source : CNC.

2.2

La distribution

En 2024 :

744 films inédits

sur 10 179 films projetés au total



132

autres nationalités



116

films européens



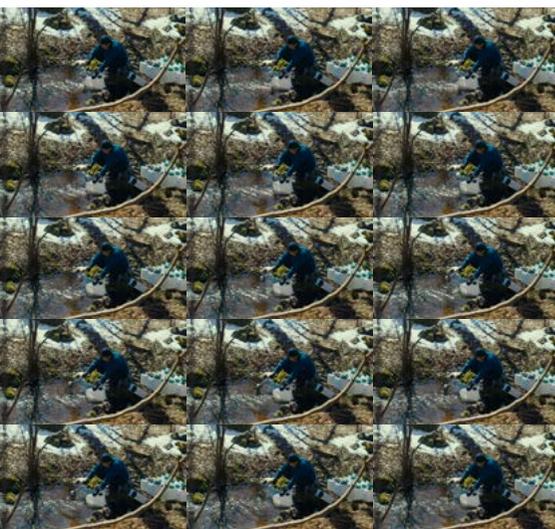
95

films américains



401

films français



Remarques méthodologiques

Sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages inédits en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale. Les genres qui figurent dans ce chapitre sont issus des bases de données du CNC.

Typologie des films inédits

Les films en première exclusivité : 7,3 % des films projetés en salles

En 2024, 744 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France (+3,9 % par rapport à 2023), deuxième plus haut niveau historique derrière 2019 (746). Au total, 10 179 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2024 (9 309 en 2023). Les films en première exclusivité représentent ainsi 7,3 % de l'offre de films en salles (7,7 % en 2023).

744 films inédits dont 53,9 % de films français et 12,8 % de films américains.

Plus de 400 films français en première exclusivité pour la 3^e année consécutive

Le nombre de films français sortis pour la première fois en salles en 2024 est relativement stable, à 401 titres (-5 titres par rapport à 2023) et se positionne à son troisième plus haut niveau historique derrière 2023 et 2022 (405 films). Les œuvres 100 % françaises représentent les deux tiers des films français : 263 films en 2024 (258 en 2023), au troisième plus haut niveau historique derrière 2022 (279 films) et 2019 (270 films). L'offre de coproductions majoritaires s'élève à 75 films (78 en 2023), se maintenant toutefois à un niveau largement supérieur à la moyenne de la décennie (58 films par an), et celle de coproductions minoritaires atteint 63 films (70

en 2023), se rapprochant, quant à elle, de la moyenne des 10 dernières années (59 films par an).

La part des films agréés dans l'offre de films français s'établit à 66,3 % en 2024, plus faible part historique, soit 266 films (-49 films par rapport à 2023). 135 films français non agréés sortent également en salles en 2024 (+44 films par rapport à 2023, au plus haut niveau historique). Par rapport à la moyenne 2017-2019, le nombre de films agréés est stable (266 films), alors que le nombre de films non agréés augmente de 31,1 % (+32 films).

La part des films français parmi les films en première exclusivité en 2024 diminue par rapport à 2023 : -2,8 points à 53,9 %, néanmoins le quatrième plus haut niveau historique depuis 1975 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). Les trois autres plus hauts niveaux ont tous été enregistrés depuis la crise sanitaire : 59,9 % en 2022, 56,7 % en 2023 et 54,0 % en 2021. Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité a augmenté progressivement, passant de 35,8 % en moyenne entre 1975 et 1999, à 42,6 % entre 2000 et 2009 et 50,3 % entre 2010 et 2019. Depuis 2020, cette part est en moyenne de 55,6 %.

Un nombre de films américains en première exclusivité en hausse, sans retrouver les niveaux d'avant crise

En 2024, les films américains représentent 12,8 % du total des films sortis en première exclusivité, troisième plus bas niveau historique derrière 2023 (12,0 %) et 2022 (10,5 %). Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans en France augmente à 95 films (+9 films, soit +10,5 % par rapport à 2023), restant néanmoins inférieur de 25,4 % comparativement à la période 2017-2019 (127 films par an en moyenne), dans un contexte de ralentissement de la production ces dernières années dû à la crise sanitaire et aux grèves qui ont touché Hollywood.

Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 139 titres chaque année (25,5 % de l'offre globale). Elle n'est inférieure à 100 titres que depuis la crise sanitaire.

Une offre de films européens inédits dans la moyenne d'avant crise

L'offre inédite de films européens non français augmente en 2024 à 116 films (+18 titres par rapport à 2023, qui était au plus bas niveau depuis 2009 – 98 titres), au même niveau que la moyenne 2017-2019 (116 films). 39 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2024 (33,6 % des films européens), également stable par rapport à la moyenne 2017-2019, tout comme l'offre de films espagnols (9 films). Les nombres de films allemands et italiens augmentent, quant à eux, à respectivement 17 et 12 titres en 2024 (+3 et +2 films par rapport à la moyenne 2017-2019).

Une offre de films d'autres nationalités à un plus haut niveau historique

En 2024, 132 films d'autres nationalités sortent en première exclusivité, surpassant de 6 titres le précédent record de 2023 (126 films) et à un niveau supérieur à celui des films européens pour la deuxième année consécutive. Entre 2015 et 2024, le nombre de films d'autres nationalités atteignait, en moyenne, 89 films chaque année. 46 films indiens sortent en 2024 (32 titres en 2023), 30 films japonais (29 en 2023), 15 films sud-coréens (6 en 2023) et 14 films canadiens (13 en 2023), atteignant tous leur plus haut niveau historique.

Les films indiens représentent en 2024 un tiers de l'offre des films d'autres nationalités et l'Inde est le troisième pays le plus représenté dans l'offre globale de films inédits (derrière la France et les États-Unis).

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films français	321	364	361	355	391	194	245	405	406	401
100 % français ¹	206	208	252	234	270	131	175	279	258	263
majoritairement français ¹	54	81	60	53	56	31	41	51	78	75
minoritairement français ¹	61	75	49	68	65	32	29	75	70	63
films américains	139	150	124	127	131	55	77	71	86	95
films européens²	125	118	122	124	103	58	79	115	98	116
allemands	16	12	12	13	16	8	13	16	12	17
britanniques	40	38	38	41	38	12	20	31	25	39
espagnols	8	11	9	10	8	4	7	11	12	9
italiens	13	8	7	15	8	4	7	10	5	12
films d'autres nationalités	65	84	86	77	121	57	53	85	126	132
canadiens	7	12	9	5	12	4	4	5	13	14
sud-coréens	4	5	6	9	3	6	-	6	6	15
indiens	6	17	12	14	42	12	4	8	32	46
japonais	10	5	12	12	19	7	13	25	29	30
total	650	716	693	683	746	364	454	676	716	744

¹ Films intégralement, majoritairement ou minoritairement financés par la France.

² Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

137 documentaires, un deuxième plus haut niveau historique

En 2024, la part des documentaires en première exclusivité augmente à 18,4 %, contre 16,1 % en 2023. 137 films documentaires sortent ainsi pour la première fois dans les salles françaises en 2024 (115 en 2023), soit le deuxième plus haut niveau historique derrière 2019 (153 titres). Les ¾ des documentaires sont français (76,6 % en 2024, contre 77,4 % en 2023 et 72,6 % en moyenne sur la décennie), soit 105 films, 19 sont européens non français, six sont américains et sept sont d'autres nationalités. 34 des 89 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 59,0 % de l'offre de documentaires français et 42,6 % de l'offre globale de documentaires.

Un nombre de films d'animation à un nouveau plus haut historique

En 2024, 60 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français, soit un de plus qu'en 2023 (59 films) et un nouveau record historique. 13 films d'animation français sont distribués (14 en 2023), dont *Angelo dans la forêt mystérieuse*, *La Plus Précieuse des Marchandises* ou encore *Silex and the City, le film*. 10 films d'animation américains sortent en 2024 (12 en 2023), dont notamment : *Moi, moche et méchant 4*, *Kung Fu Panda 4* et *Vice-Versa 2*. 12 films d'animation sont européens (13 en 2023), dont notamment *Croquette, le chat merveilleux* (film britannique) et *Niko le petit renne, mission Père Noël* (film finlandais). 18 sont japonais (13 en 2023), dont *Sylvanian Families*, *le Cadeau de Freya* ou *Nicky Larson Angel Dust*. Les premiers distributeurs de films d'animation sont Sony Pictures et KMBO avec 8 films chacun.

Un niveau record pour l'offre de films d'animation en première exclusivité.

Sept comédies en première exclusivité sur 10 sont françaises

222 drames, dont 125 français et 18 américains, sont distribués pour la première fois sur les écrans français (233 en 2023, soit 11 titres de moins). Ils représentent 29,8 % de l'offre en 2024 (32,5 % en 2023 et 30,2 % avant crise). Le drame est le genre le plus courant quelle que soit la nationalité du film, excepté pour les films américains pour lesquels le genre dominant reste les films fantastiques (le drame est 2^e). L'animation est, quant à elle, présente dans le top 3 du classement selon le genre pour les films européens (3^e) et les films d'autres nationalités (2^e).

Le nombre de films d'aventures baisse à 44 films (-10 films par rapport à 2023), mais reste en ligne avec la moyenne 2017-2019 (45 films) ; ils représentent 5,9 % des films en première exclusivité (7,5 % en 2023 et 6,4 % en moyenne sur 2017-2019).

En 2024, le nombre de comédies progresse à 97 films (+11 films par rapport à 2023), et leur part s'élève à 13,0 % des films sortis (12,0 % en 2023 et 12,8 % avant crise). À noter que sur les 97 comédies, 68 sont françaises.

Le drame reste le premier genre avec 222 films inédits.

Genre des films en première exclusivité

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
animation	34	35	36	36	52	25	38	52	59	60
aventures	19	31	39	53	44	13	15	20	54	44
comédie	70	111	89	84	99	63	48	90	86	97
comédie dramatique	71	65	74	55	68	14	32	56	61	54
documentaire	104	118	119	127	153	74	89	135	115	137
drame	227	235	215	212	222	120	161	229	233	222
fantastique	47	45	34	36	38	16	20	36	35	47
musical	2	3	7	2	4	3	5	5	1	5
policier	56	51	43	44	38	22	31	33	44	41
autres genres	20	22	37	34	28	14	15	20	28	37
total	650	716	693	683	746	364	454	676	716	744

Source : CNC.

Les films Art et Essai au troisième plus haut niveau historique

En 2024, 56,3 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit une baisse de 3,6 points par rapport à 2023 (59,9 %). A 419, le nombre de films recommandés Art et Essai est à son troisième plus haut niveau historique derrière 2019 (430 films) et 2023 (429). C'est la sixième fois depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité) que le nombre de films recommandés passe la barre des 400 films, toutes sur la dernière décennie. Le nombre de films américains recommandés progresse, avec 32 films en 2024, et se rapproche de son niveau d'avant crise, à 36 films par an sur la période 2017-2019.

La part de films recommandés est, chaque année, bien plus importante au sein de l'offre de films français que de films américains. En 2024, 62,6 % des nouveaux films français (251 films) sont recommandés Art et Essai, contre 33,7 % des nouveaux films américains (soit 32 films). Par ailleurs, l'offre de films recommandés est majoritaire au sein des films européens non français (68,1 %, soit 79 films) et, pour la première fois depuis 1999 (première année de suivi des films recommandés en première exclusivité), devient minoritaire pour les films d'autres nationalités (43,2 %, soit 57 films).

La part des films recommandés au sein des films français baisse de 3,7 points sur un an (66,3 % en 2023) mais est semblable à l'avant crise (+0,5 point par rapport à 2017-2019). À l'inverse, celle des films américains progresse tant sur un an (+2,3 points par rapport à 2023) que par rapport à l'avant crise (+5,2 points comparé à 2017-2019), de même que pour les films européens non français (respectivement +0,8 point et +2,5 points).

Sur les 419 films recommandés Art et Essai, 25,1 % (105 films) disposent d'un label, en légère baisse par rapport à 2023 (26,1 %) et par rapport à la moyenne de la décennie (28,8 %). 79 films disposent d'un label Recherche et Découverte (83 en 2023 et 91 en moyenne par an sur

la décennie), 13 d'un label Jeune Public (14 en 2023 et 11 en moyenne par an sur la décennie) et 9 d'un label Patrimoine et Répertoire (15 en 2023 et 6 en moyenne par an sur la décennie). Pour la première fois depuis 2013, des films font l'objet d'un double label. Les deux volets de *Napoléon vu par Abel Gance* et *Saravah* bénéficient ainsi du label Recherche et Découverte et du label Patrimoine et Répertoire. *Flow* bénéficie, lui, des labels Recherche et Découverte et Jeune Public.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films français	222	227	211	230	246	117	162	259	269	251
films américains	38	34	36	32	41	24	23	18	27	32
films européens ¹	95	73	75	82	72	44	52	80	66	79
autres films	54	59	59	59	71	32	44	51	67	57
total	409	393	381	403	430	217	281	408	429	419

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

419 films recommandés Art et Essai dont 251 films français.

Plus de 17 % des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction

En 2024, 675 films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics (90,7 %), dont 382 films français (95,3 % de l'offre de films français) et 69 films américains (72,6 % de l'offre de films américains).

60 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont 17 films français et 22 films américains) et 8 films sont interdits aux moins de 16 ans en 2024 (3 films américains, 2 films français, 2 films indiens et 1 film argentin), dont *Smile 2* et *La Malédiction : l'origine* (films d'horreur américains). Pour la première fois depuis 2018, un film est interdit aux moins de 18 ans : *Terrifier 3*.

En 2024, la part des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction est de 17,6 %.

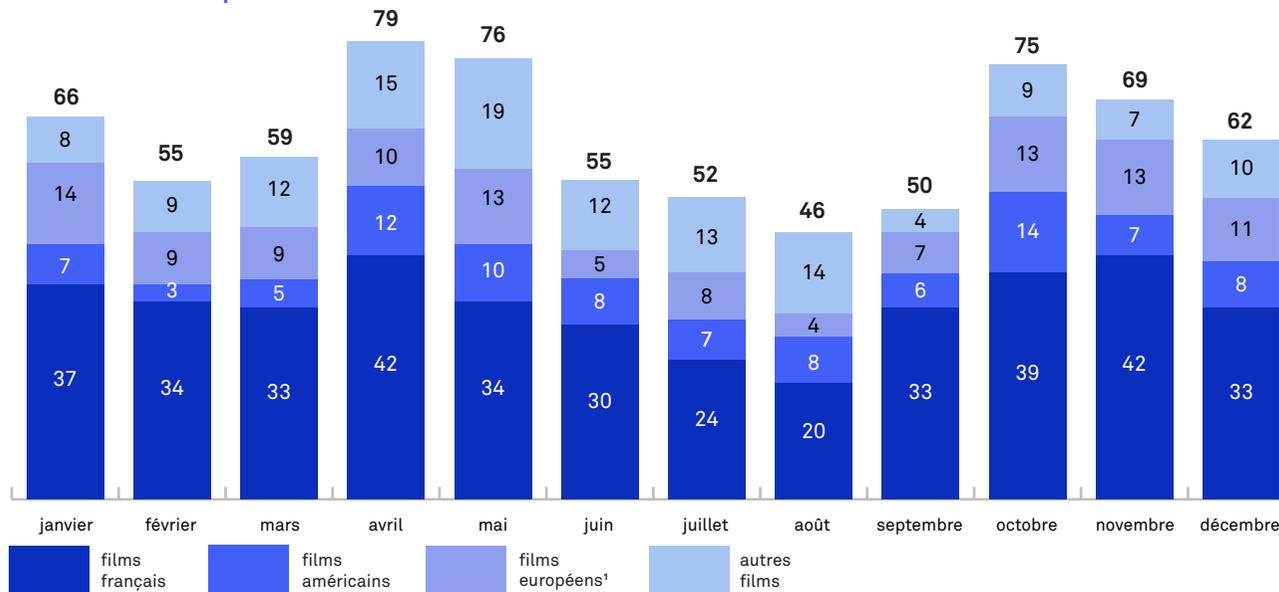
Pour 80 films, le visa d'exploitation est assorti d'un avertissement, soit 10,8 % des films en première exclusivité en 2024 (8,9 % en 2023), et pour 18 films, l'avertissement accompagne une interdiction (2,4 % de l'offre de films en 2024, 1,4 % en 2023).

14 nouveaux films chaque semaine

En 2024, 62 films en moyenne sortent chaque mois en salles, soit 14 films par semaine, des chiffres similaires à ceux de 2023 (60 films par mois et 14 par semaine) et dans la moyenne de la période 2017-2019 (59 films et 14 par semaine). Les deux mois les plus chargés en termes de sortie sont les mois d'avril (79 films) et d'octobre (75 films) en 2024 (mars et novembre en 2023).

En moyenne, tout comme en 2023, 8 films français sortent chaque semaine en 2024 contre 2 films américains (comme en 2023), deux films européens (comme en 2023) et trois films d'autres nationalités (+1 par rapport à 2023). Les films français représentent entre 43,5 % (août) et 66,0 % (septembre) des sorties mensuelles, contre entre 5,5 % (février) et 18,7 % (octobre) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2024



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

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

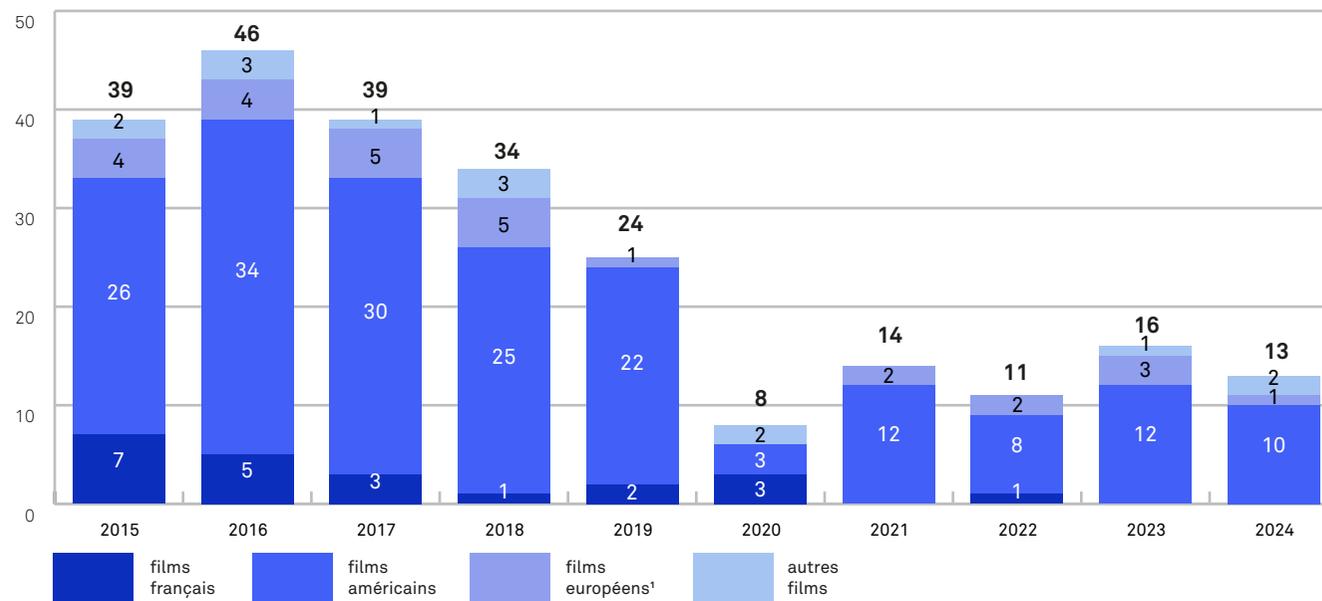
Nouvelle baisse du nombre de films disponibles en 3D

En 2024, 13 films inédits sont disponibles en numérique 3D, contre 16 en 2023 et 32 en moyenne par an sur la période 2017-2019. Neuf de ces 13 films sont américains, un britannique (*Deadpool & Wolverine*), un chinois (*Le Royaume des abysses*) et un indien (*Kanguva*).

11 des 13 films en 3D sont diffusés dans 500 établissements ou plus dès la première semaine d'exploitation en salles, et notamment *Moi, moche et méchant 4* et *Mufasa : le Roi Lion* avec plus de 800 établissements en première semaine. Un film en 3D est présent dans 50 à 99 établissements (*Kanguva* – 55 établissements) lors de sa première semaine et un autre dans 200 à 499 établissements (*Le Royaume des abysses* - 359).

Parmi les 13 films projetés en 3D en 2024, sept sont des films d'animation, quatre des films d'aventures, un est un film fantastique (*Kanguva*) et un autre, un film musical (*Wicked*).

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



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

Exposition des films inédits

Une part de films sortis dans 500 établissements ou plus en baisse sur un an, mais de retour à son niveau d'avant crise

En 2024, 64 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (76 films en 2023 et 56 films en moyenne par an sur la période 2017-2019). 31 sont des films français (-6 par rapport à 2023 et +8 par rapport à la moyenne 2017-2019), 23 des films américains (-6 par rapport à 2023 et -5 par rapport à la moyenne 2017-2019), neuf des films européens (comme en 2023 et +4 par rapport à la moyenne 2017-2019) et un film d'autres nationalités (comme en 2023 et égal à la moyenne 2017-2019), *Furiosa : une saga Mad Max* (711 établissements), film australien. La part des films sortis dans 500 établissements ou plus en première semaine atteint 8,6 %, en baisse sur un an (10,6 % en 2023), mais qui revient à son niveau d'avant crise (8,0 % en moyenne sur 2017-2019). Parmi ces titres, trois ont été distribués dans plus de 800 établissements (-2 par rapport à 2023), tous américains : *Moi, moche et méchant 4* (890), *Mufasa : le Roi Lion* (860) et *Dune : deuxième partie* (816).

La part des films distribués dans 250 établissements ou plus en première semaine est constante sur un an, à 22,7 % (23,0 % en 2023, 21,1 % en moyenne sur la période 2017-2019).

En 2024, 242 films (32,5 % de l'offre de films en première exclusivité) disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 25 établissements), contre 219 en 2023 (30,6 % de l'offre), s'approchant ainsi de son niveau d'avant crise (256 en moyenne entre 2017 et 2019, soit 36,2 % de l'offre). 144 films français et 15 films américains sont programmés dans moins de 25 établissements en première semaine.

46,7 % des documentaires sortent dans moins de 10 établissements en première semaine

En 2024, 46,7 % des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine, à savoir 64 titres, contre 51 titres en 2023 (44,3 %). Ces 64 films documentaires composent 41,8 % des films projetés dans moins de 10 établissements contre 44,7 % en 2023.

43,3 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2024 sont projetés dans 250 établissements ou plus, soit 26 titres sur 60 (42,4 % en 2023). Ils représentent 15,4 % de l'ensemble des films projetés dans 250 cinémas ou plus en première semaine (+0,2 point par rapport à 2023).

Une part de films Art et Essai sortis dans 250 établissements ou plus en première semaine à son plus haut niveau historique

52 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2024 (12,4 % des films recommandés). Ces 52 films représentent 34,0 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. 52 films Art et Essai sortent dans 250 établissements ou plus en première semaine, soit 12,4 % des films Art et Essai, une part au plus haut niveau historique. Cette année, 5 films Art et Essai sont programmés dans 500 établissements ou plus en première semaine (-7 par rapport à 2023 et identique à la moyenne 2017-2019) : *Joker : folie à deux* (741), *En fanfare* (691), *Les Barbares* (582), *Boléro* (545) et *Mégalopolis* (524).

Films en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
moins de 5	75	89	98	80	118	46	46	68	67	100
5 à 9	64	68	45	56	61	29	28	33	47	53
10 à 24	99	107	112	90	110	46	51	82	105	89
25 à 79	128	158	142	159	162	77	98	173	142	138
80 à 124	62	56	54	59	39	27	44	57	72	72
125 à 174	48	36	41	41	49	18	25	43	49	57
175 à 249	52	60	55	49	54	28	42	48	69	66
250 à 499	80	84	90	95	94	54	72	99	89	105
500 à 799	34	52	50	48	54	39	42	66	71	61
800 et plus	8	6	6	6	5		6	7	5	3
total	650	716	693	683	746	364	454	676	716	744

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

Des plans de sortie en baisse mais toujours plus larges qu'avant crise

Après avoir fortement augmenté à la faveur de la crise sanitaire et d'une offre moins porteuse, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine diminue à nouveau en 2024 à 155 établissements (-11 établissements par rapport à 2023 et -24 par rapport à 2021, année au niveau record). Toutefois, celui-ci reste toujours plus élevé que le niveau d'avant crise (144 établissements en première semaine en moyenne par film entre 2017 et 2019).

En moyenne, un film français est distribué dans 148 établissements (15 de moins qu'en 2023, mais 16 de plus par rapport à la moyenne 2017-2019), un film agréé dans 208 établissements (7 de plus qu'en 2023) et un film non agréé dans 30 établissements (1 de plus qu'en 2023). En 2024, 132 films français sortent dans moins de 20 établissements en première semaine (32,9 % de l'offre de films français, 28,3 % en 2023), dont 37 films agréés (13,9 % de l'offre de films agréés, contre 16,6 % en 2023) et 95 films non agréés (70,4 % des films non agréés, 68,1 % en 2023).

Un film américain sort, en moyenne, dans 301 cinémas (40 de moins par rapport à 2023) et revient ainsi à son niveau d'avant crise, après avoir atteint un plus haut niveau historique en 2023 (341). En 2024, 57 films américains sortent dans 200 établissements ou plus en première semaine (60,0 % de l'offre), contre 54 en 2023 (62,8 %).

Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français baisse légèrement, à 151, malgré tout 3^e plus haut niveau historique derrière 2021 (154 établissements) et 2023 (153 établissements). 30 films européens non français sont programmés dans 200 établissements ou plus en première semaine en 2024, contre 24 en 2023.

Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 74 établissements en 2024 (69 en 2023) et reste ainsi à un niveau élevé par rapport à l'avant crise (38 établisse-

ments en moyenne). En fonction de l'offre, ce chiffre peut fortement varier d'une année sur l'autre.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2024 est un film d'animation américain : *Moi, moche et méchant 4* avec 890 établissements (*Astérix et Obélix : l'Empire du Milieu* avec 935 établissements en 2023). Dans le classement des 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine, huit sont américains (3 en 2023), un est français (*Maison de retraite 2*, contre 7 en 2023) et un britannique (aucun en 2023).

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ensemble	137	140	145	148	140	163	179	170	166	155
nationalité										
films français	118	116	136	134	128	175	171	168	163	148
films américains	267	298	291	280	303	259	316	316	341	301
films européens ²	88	90	100	118	103	111	154	129	153	151
autres films	50	36	37	43	36	81	53	109	69	74
Art et Essai										
films recommandés	61	69	70	76	82	107	100	96	103	108
films non recommandés	268	228	237	253	221	247	307	283	264	216
genre										
animation	341	349	343	339	322	351	361	323	310	282
aventures	422	326	318	309	303	324	528	402	320	278
comédie	260	232	262	273	239	285	408	317	271	252
comédie dramatique	117	125	118	138	160	222	166	186	189	145
documentaire	23	21	28	23	22	30	31	31	28	37
drame	68	67	73	73	80	85	93	102	103	95
fantastique	289	286	355	277	239	283	298	249	226	240
musical	95	140	198	173	106	108	276	171	13	432
policier	153	155	141	159	120	228	204	256	146	162

¹ Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.

² Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

En moyenne, un film sort dans 155 établissements en première semaine, un nombre en recul depuis 2021 mais supérieur au niveau d'avant crise.

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

En 2015, les films Art et Essai présentaient une combinaison de sortie en moyenne quatre fois moins importante que les films non recommandés. En 2024, cet écart est au plus bas : les films Art et Essai présentent une combinaison de sortie 2 fois inférieure à celle des films non recommandés. Un film Art et Essai est ainsi projeté dans 108 établissements en 2024, le plus haut niveau historique (+5 établissements par rapport à 2023), contre 216 établissements pour un film non recommandé, plus bas niveau historique (-48 par rapport à 2023).

Les films français recommandés sont, en moyenne, distribués dans 113 établissements en première semaine, contre 151 établissements pour les films américains recommandés.

La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le film musical américain *Joker : folie à deux* (10^e avec 741 établissements en première semaine). En 2023, le premier film Art et Essai était le film historique français *Jeanne du Barry* (10^e avec 780 établissements en première semaine).

Une très forte exposition pour les films musicaux

En 2024, forts de larges sorties, les films musicaux disposent pour la première fois de la plus large exposition en première semaine, à 432 établissements en moyenne pour cinq films seulement. Ce sont notamment deux films américains qui tirent vers le haut cette moyenne : *Joker : folie à deux* (741 établissements, plus haut niveau historique pour un film musical) et *Wicked* (608 établissements, troisième plus haut niveau). Les films d'animation suivent, avec 282 établissements en moyenne (310 en 2023), soit le plus faible niveau depuis 2004 (272 établissements). Les films d'aventures disposent de 278 établissements en moyenne en 2024 (320 en 2023), atteignant, eux, leur plus bas niveau depuis 2001 (première année du suivi statistique des établissements en première semaine).

À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés,

en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité à, respectivement, 37 et 95 établissements (28 et 103 en 2023), à un plus haut niveau historique pour les premiers, et un troisième plus haut niveau pour les seconds.

Au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine, sont présents en 2024, quatre films d'animation, trois films d'aventures, un film de science-fiction (*Dune : deuxième partie*), une comédie (*Maison de retraite 2*) et un film musical (*Joker : folie à deux*).

Les 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine en 2024

titre	nationalité ¹	distributeur	sortie	étab. ²	copies ³
<i>Moi, moche et méchant 4</i>	US	Universal Pictures International	10/07/24	890	801
<i>Mufasa : le Roi Lion</i>	US	The Walt Disney Company	18/12/24	860	683
<i>Dune : deuxième partie</i>	US	Warner Bros.	28/02/24	816	994
<i>Kung fu panda 4</i>	US	Universal Pictures International	27/03/24	771	696
<i>Deadpool & Wolverine</i>	GB	The Walt Disney Company	24/07/24	757	641
<i>Vice-versa 2</i>	US	The Walt Disney Company	19/06/24	754	650
<i>Maison de retraite 2</i>	FR	Apollo Films Distribution	14/02/24	749	635
<i>Sonic 3 - le film</i>	US	Paramount Pictures	25/12/24	748	687
<i>Vaiana 2</i>	US	The Walt Disney Company	27/11/24	748	647
<i>Joker : folie à deux</i>	US	Warner Bros.	02/10/24	741	930

¹ FR = France / GB = Grande-Bretagne / US = Etats-Unis.

² Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.

³ Source distributeurs.

Source : CNC.

Classement des distributeurs

Remarque méthodologique

Définition des groupes de distributeurs :

- **Les majors américaines** : Paramount Pictures, Sony Pictures Entertainment, Universal Pictures International, The Walt Disney Company, Warner Bros.

- **Les distributeurs intégrés/TV** (intégrés à un groupe d'exploitation ou appartenant à un groupe audiovisuel) : Apollo Films Distribution, Gaumont, Les films Saint André des Arts, MK2 films, Pathé films, Pathé Live, SND, StudioCanal, UGC Distribution

- **Les distributeurs très actifs** : sociétés indépendantes distribuant au moins 10 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période

- **Les distributeurs moyennement actifs** : sociétés indépendantes distribuant entre 5 et 9 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période

- **Les distributeurs peu actifs** : sociétés indépendantes distribuant entre 1 et 4 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période

- **Les autres distributeurs** : sociétés actives seulement une année sur la période

À noter que la catégorisation des distributeurs est revue chaque année, notamment les groupes basés sur l'activité annuelle des distributeurs. Ces groupes peuvent varier sensiblement selon le panel d'années sur lesquelles la catégorisation est appuyée.

En 2024, cette catégorisation repose sur les années 2017 à 2019, 2022, 2023 et 2024.

46,1 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2024 (36,0 % en 2023), à un plus haut niveau historique.

167 distributeurs actifs en 2024

En 2024, 167 distributeurs (+28 par rapport à 2023) participent à la sortie des 744 nouveaux films. Il s'agit d'un plus haut niveau historique, dépassant ainsi le niveau moyen d'avant crise (148 distributeurs entre 2017 et 2019). 23 distributeurs distribuent 10 films ou plus chacun (25 en 2023) et totalisent 44,5 % de l'offre totale de films inédits (48,4 % en 2023) et trois distributeurs (Friday Entertainment, distributeur actif quasi-uniquement sur les films indiens, Sony Pictures et Metropolitan FilmExport) distribuent 20 films ou plus chacun, soit 9,5 % de l'offre totale (3 distributeurs en 2023 également, soit 9,1 %, composés de Friday Entertainment, Universal Pictures et Le Pacte). En moyenne, 20 distributeurs assuraient plus de 10 sorties chacun entre 2017 et 2019 totalisant 46,3 % de l'offre totale de films inédits, et 5 distributeurs plus de 20 sorties, représentant 17,1 % des films inédits.

Parmi les distributeurs, 77 ne distribuent qu'un seul film dans l'année soit 46,1 % des distributeurs actifs en 2024 (36,0 % en 2023), plus haut niveau historique, tant en nombre qu'en part.

The Walt Disney Company : 1^{er} au classement des distributeurs

En 2024, The Walt Disney Company reste en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films d'animations à succès tels que *Vice-versa 2* (3^e en termes d'encaissement) ou *Vaiana 2* (4^e), ainsi que la sortie de franchises comme *Deadpool & Wolverine* (7^e) ou *Mufasa : le Roi Lion* (11^e) lui permet de réaliser une part de marché de 16,7 % (16,1 % en 2023). En deuxième place, Warner Bros. totalise 11,5 % des encaissements distributeurs en 2024 (12,0 % en 2023), notamment grâce à *Dune : deuxième partie* (5^e en termes d'encaissements) ainsi que *Beetlejuice Beetlejuice* (16^e). Pathé films, premier distributeur français, occupe la 4^e place (comme en 2023) avec 7,5 % de part de marché (7,4 % en 2023). La société distribue notamment *Le Comte de Monte-Cristo* (2^e en termes d'encaissements). À noter

l'entrée dans le top 10 de Pan Distribution à la 7^e place, quasi intégralement grâce au succès d'*Un p'tit truc en plus* (1^{er} tant en termes d'entrées que d'encaissements) qui représente 93,6 % des encaissements du distributeur.

En 2024, les dix premiers distributeurs réalisent 74,0 % de l'ensemble des encaissements (77,6 % en 2023 et 76,5 % sur la période 2017-2019). Les cinq premiers en captent 49,3 % en 2024, contre 56,0 % en 2023 et 53,7 % sur la période 2017-2019.

Légère baisse de l'encaissement moyen par entrée

En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 3,04 € en 2024, soit une baisse de 1,6 % par rapport à 2023 (3,09 €), dans un contexte de stabilité de la recette moyenne par entrée à 7,44 € (+0,1 % par rapport à 2023). Pour un film français, il s'élève à 2,78 € (-0,9 % par rapport à 2023), contre 3,37 € pour un film américain (-2,3 %), 3,14 € pour un film européen non français (+9,8 %, plus haut niveau historique) et 2,55 € pour un film d'autres nationalités (-15,7 %).

Près de la moitié des encaissements réalisés par les majors américaines, loin des niveaux d'avant crise

En 2024, 49,3 % des encaissements sont perçus par les majors américaines (-6,5 points par rapport à la moyenne 2017-2019), quand celles-ci distribuent 76 films, soit 10,2 % des films en première exclusivité (-2,5 points par rapport à l'avant crise). Les distributeurs intégrés/TV représentent, eux, 24,4 % des encaissements (-3,7 points comparé à l'avant crise) pour 10,5 % des films (-7,0 points). À l'inverse, les distributeurs indépendants progressent par rapport à l'avant crise tant en encaissements qu'en nombre de films. Les distributeurs très actifs réalisent ainsi 13,7 % des encaissements (+3,9 points par rapport à 2017-2019) pour 25,5 % des films (+4,3 points) et les distributeurs moyennement actifs perçoivent 10,3 % des encaissements (+5,1 points) pour 28,1 % des films (+4,4 points). Les résultats sont plus stables pour les distributeurs peu actifs avec 1,8 % des encaissements (+0,7 point) pour 19,2 % des films (-1,5 point).

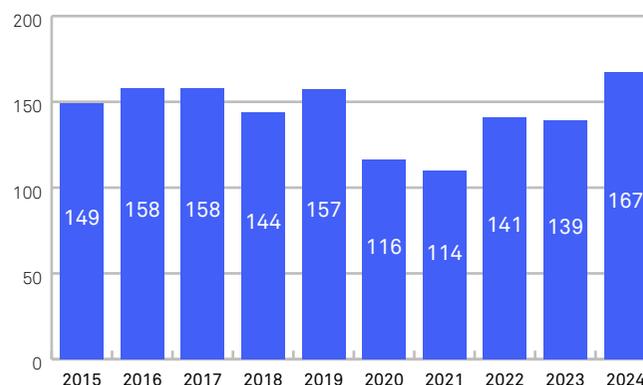
167 distributeurs actifs en 2024, plus haut niveau historique.

Les 10 premiers distributeurs en 2024

	part de marché ¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
1 The Walt Disney Company	16,7	234	10
2 Warner Bros.	11,5	413	18
3 Universal Pictures International	7,5	254	18
4 Pathé films	7,5	252	10
5 Paramount Pictures	6,1	53	8
6 Sony Pictures Entertainment	5,8	76	22
7 Pan Distribution	5,7	16	7
8 StudioCanal	5,3	93	12
9 SND	5,1	127	13
10 Apollo Films Distribution	2,9	44	10

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

Evolution du nombre de distributeurs actifs¹



¹ Distributeurs de films inédits / Données mises à jour.
Source : CNC.

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.

365,6 M€ d'investissements publicitaires bruts pour les films de 2024, à un plus bas niveau depuis 2012 (336,3 M€).

60,9 % des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion, plus bas niveau historique

Au total, 453 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2024 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média, hors internet. En 2024, la part des films promus dans le total des films inédits atteint son plus bas niveau historique à 60,9 % (67,0 % pour les films de 2023, 71,4 % en moyenne en 2017-2019). Sur les 401 films français sortis pour la première fois en salles en 2024, 64,8 % font l'objet d'une promotion sur au moins un média, à un plus bas niveau depuis 1999 (première année du suivi statistique de la promotion des films). 78,9 % des films américains en première exclusivité en 2024 en bénéficient également, au deuxième plus bas niveau, derrière 2020 (72,7 % des films américains promus).

Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2024 s'élèvent à 365,6 M€, en baisse de 15,4 % par rapport à 2023, loin derrière les niveaux d'avant crise (504,4 M€ pour 504 films en moyenne chaque année entre 2017 et 2019) et au plus bas depuis 2012 (336,3 M€ pour 462 films).

Une baisse de l'investissement moyen par film, quelle que soit la nationalité

Les films français captent 43,9 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2024 pour 57,4 % des films, contre respectivement 37,1 % et 16,6 % pour les films américains. Au global, l'investissement promotionnel moyen pour un film est de 807,0 K€ en 2024, contre 899,8 K€ en 2023 et 1 000,6 K€ entre 2017 et 2019. Un film français bénéficie, en moyenne, de 617,7 K€ d'investissements publicitaires (-14,5 % par rapport aux films français de 2023 et -21,0 % par rapport à ceux sortis entre 2017 et 2019). L'investissement publicitaire moyen pour un film américain s'élève à 1,8 M€, en baisse de 9,1 % par rapport à 2023 et de 7,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. L'investissement moyen pour un film français est 2,9 fois moins élevé que pour un film américain (2,7 fois en 2023 et 2,5 fois sur la période 2017-2019).

Gladiator II, 1^{er} au classement des films

Gladiator II (film d'aventures britannique) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2024, suivi de *Blue & Compagnie* (comédie américaine) et *La Planète des singes : le nouveau royaume* (film de science-fiction américain). 11 films américains, cinq films français, trois films britanniques et un film australien (*Furiosa : une saga Mad Max*) figurent parmi les 20 premiers du classement. Ce top 20 compte par ailleurs huit films d'aventures, quatre films fantastiques, trois comédies, trois films d'animation et deux films biographiques (*Monsieur Aznavour* et *Bob Marley : One Love*). Le premier documentaire, *Ernest Cole, photographe* (film français), est 179^e.

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

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films français	133,3	163,7	204,6	195,7	212,8	110,2	126,1	215,0	211,8	160,6
films américains	212,0	287,1	219,8	215,5	251,6	52,2	119,7	113,0	151,0	135,5
films européens ¹	44,6	49,2	66,1	73,6	39,9	18,0	40,5	54,4	52,2	59,2
autres films	11,9	10,1	11,0	8,1	14,1	6,6	4,1	15,7	17,0	10,3
total	401,8	510,1	501,5	492,8	518,5	187,0	290,4	398,1	431,9	365,6

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

Le cinéma reste le premier support de promotion des films en 2024

Les investissements publicitaires bruts dans le cinéma baissent de 11,4 % par rapport à 2023 (-27,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et atteignent 175,4 M€ pour les films en première exclusivité de 2024. La part du cinéma dans les investissements totaux s'élève à 48,0 % pour ces films (45,8 % en 2023 et 47,6 % en moyenne pour les films sortis entre 2017 et 2019), deuxième plus haut niveau derrière 2019 (51,7 %).

Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l'affichage baissent également, à 77,9 M€ en 2024 (-19,1 % par rapport à 2023 et -40,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019). L'affichage capte 21,3 % des dépenses publicitaires totales des films de 2024 (22,3 % pour les films de 2023 et 26,1 % pour les films sortis entre 2017 et 2019).

Plus de la moitié des films bénéficiant d'une promotion ont une campagne publicitaire en salles de cinéma

En moyenne, la promotion d'un film sorti pour la première fois en salles en 2024 coûte 807,0 K€ (-10,3 % par rapport à 2023). L'investissement moyen est très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 135,5 K€ pour une publicité dans la presse et 724,9 K€ pour une campagne publicitaire en salles de cinéma.

La presse est le média le plus largement utilisé. 316 films font l'objet d'un encart dans la presse (69,8 % des films faisant l'objet d'une promotion, à un plus bas niveau historique, contre 74,4 % en 2023), notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables, à 135,5 K€ pour un film de 2024 en moyenne (-12,7 % par rapport à 2023), au plus bas niveau depuis 2005 (131,6 K€). À noter que les distributeurs concluent régulièrement des partenariats à des tarifs négociés avec certains titres de presse.

242 films font l'objet d'une promotion au cinéma en 2024, soit 53,4 % des films promus, plus haut niveau historique, et seul media à progresser par rapport à 2023. L'investissement moyen par film y est, en moyenne, de

724,9 K€, en baisse de 11,8 % sur un an et au plus bas niveau depuis 2012 (686,1 K€).

La publicité classique en faveur du cinéma était interdite à la télévision jusqu'en août 2020. Depuis, un décret l'a autorisée à titre expérimental jusqu'en avril 2024, date à laquelle elle a été pérennisée. En 2024, 115 films ont bénéficié d'une campagne publicitaire sur les chaînes de télévision dont 59 films français, 31 films américains, 20 films européens et cinq films d'autres nationalités. 25,4 % des films sortis en salles en 2024 bénéficient ainsi d'une promotion télévisuelle (30,0 % pour les films de 2023 et 20,1 % pour les films de 2019). En 2024, l'investissement moyen par film réalisé sur ce média est de 447,1 K€, en hausse de 14,3 % par rapport à 2023 et multiplié par 2,5 par rapport à 2019 (+150,0 %), période où la publicité à la télévision en faveur du cinéma était autorisée sur les chaînes payantes ou sous la forme de parrainage.

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

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
affichage	76,5	150,5	146,0	126,6	122,4	47,9	67,0	87,8	96,3	77,9
cinéma	173,3	208,8	217,5	235,4	268,0	71,9	118,9	185,5	198,0	175,4
presse	101,5	100,6	92,7	78,1	75,5	36,4	38,6	53,3	55,4	42,8
radio	41,6	40,8	37,5	35,5	34,8	13,7	19,4	22,5	25,9	18,0
télévision	8,8	9,4	7,8	17,2	17,9	17,1	46,6	49,0	56,3	51,4
total	401,8	510,1	501,5	492,8	518,5	187,0	290,4	398,1	431,9	365,6

Source : Kantar Media – CNC.

Les frais d'édition des films d'initiative française sortis en salles en 2023

Remarques méthodologiques

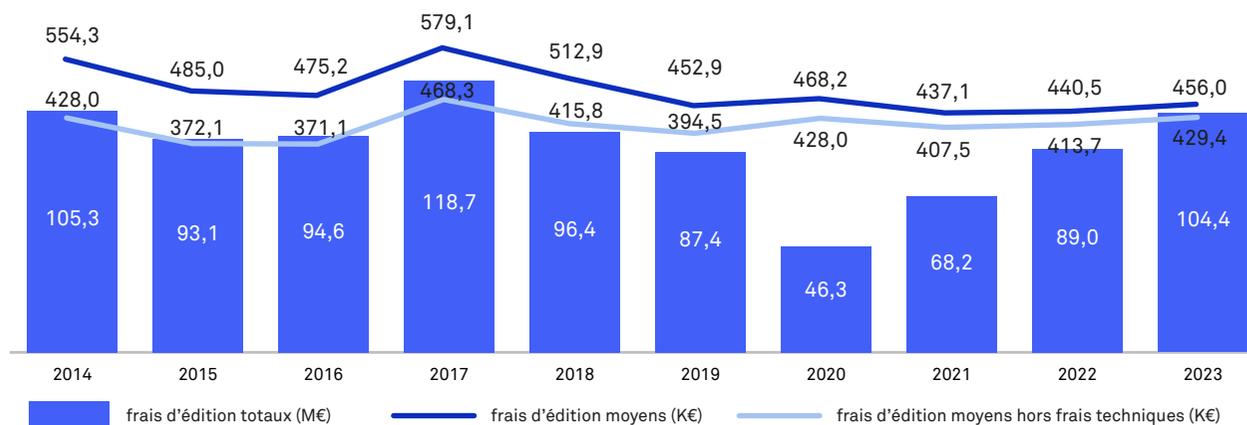
Plusieurs sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées des frais d'édition des films d'initiative française : le soutien automatique à la distribution, la contribution Canal+ à la distribution, la contribution OCS à la distribution, la contribution CNC à la distribution et les données déclarées par les éditeurs de films via un questionnaire pour les films qui ne sont pas couverts par au moins un de ces quatre dispositifs.

Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pas pu être recensées.

Les frais d'édition 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)). Les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques (VPF – Virtual Print Fee) qui ont pris fin le 31 décembre 2021 ;
- [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, 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.

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



Source : CNC.

Des frais moyens de retour à leur niveau d'avant crise, à 456,0 K€ en 2023

L'échantillon compte 229 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2023 (89,8 % des films d'initiative française sortis), soit le plus haut niveau depuis 2004 (première année des statistiques sur les frais d'édition). Par rapport à 2022, l'offre de films progresse, ce qui entraîne une hausse des frais d'édition totaux : 104,4 M€, contre 89,0 M€ en 2022.

En moyenne, le montant alloué à la distribution d'un film s'établit en 2023 à 456,0 K€ (+3,5 % par rapport à 2022) : il connaît un léger rebond en 2023 et retrouve ainsi son niveau de 2019 (452,9 K€, +0,7 %), notamment grâce au retour de films événements avec de larges sorties tels que *Astérix et Obélix : l'Empire du Milieu* (935 établissements en première semaine) ou *Les Trois Mousquetaires – D'Artagnan* (885 établissements). La baisse sur longue période des frais d'édition (642,0 K€ par film en moyenne en 2004, soit -29,0 %) touche tous les types de films, quels que soient leur genre, leur recommandation ou leur combinaison de sortie. Cette baisse est largement imputable à la chute des frais techniques (26,6 K€ par film

en 2023, contre 208,4 K€ en 2004). La généralisation de la projection numérique a permis aux éditeurs de faire une économie d'échelle grâce à des coûts de copie bien moins importants. En 2010, des VPF (Virtual Print Fee - contribution des éditeurs à destination des exploitants afin de les accompagner dans le financement de leur matériel de projection numérique) ont été mis en place. Ceux-ci ont été réduits au gré des amortissements des différents exploitants et ont été totalement supprimés fin 2021. Hors frais techniques, les frais moyens d'édition par film atteignent 429,4 K€ en 2023, en hausse par rapport à 2022 (+3,8 %) et au deuxième plus haut niveau des 10 dernières années. Ils sont stables par rapport à 2004 (-0,9 %).

Des frais d'édition moyens à leur niveau d'avant crise grâce au retour de films événements avec des plans de sortie importants.

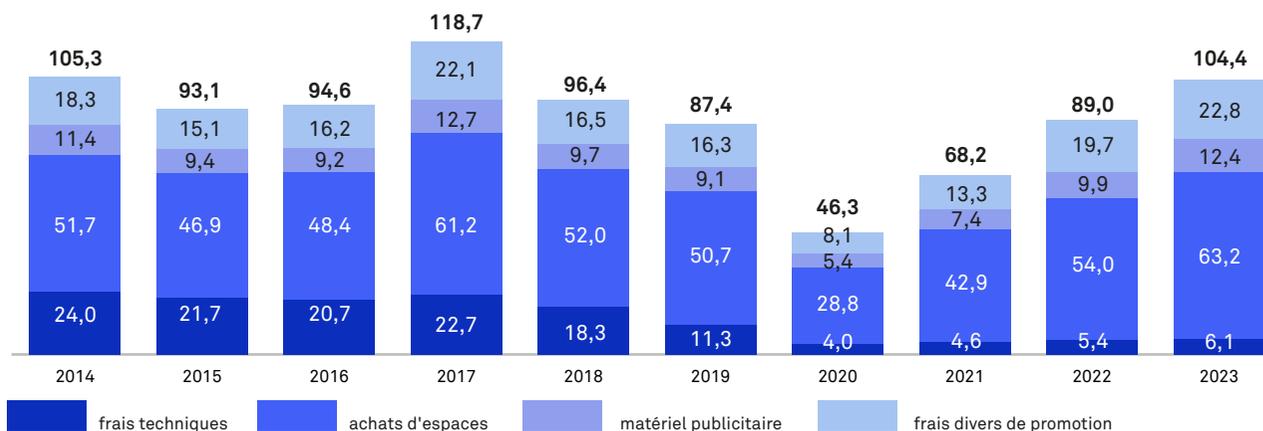
Une hausse des frais divers de promotion, liée à l'évènementialisation des sorties

La répartition des frais d'édition des films a subi d'importants changements depuis 2004. Jusqu'en 2014, les achats d'espaces publicitaires représentaient entre 44 % et 50 % des frais d'édition ; entre 2015 et 2019, cette part dépassait 50 %. Depuis 2020, c'est plus de 60 % des coûts de distribution qui sont alloués chaque année à l'achat d'espaces publicitaires (60,5 % en 2023 contre 60,7 % en 2022). Quant à la part des frais divers de promotion, elle dépasse 20 % pour la deuxième fois sur la période après 2022 (22,2 %) pour atteindre 21,8 % en 2023. De son côté, la part du matériel publicitaire s'établit à 11,9 % en 2023, en légère augmentation sur la période (11,1 % en 2022 et 7,7 % en 2004). À l'inverse, la part des frais techniques continue à se réduire, en lien avec l'arrêt des VPF en 2021, et tombe à 5,8 % en 2023, niveau le plus bas jamais atteint (6,1 % en 2022).

En moyenne, 99,4 K€ par film ont été investis en frais divers de promotion en 2023, soit une hausse de 1,8 % par rapport à 2022 et de 17,9 % par rapport à 2019. Les frais promotionnels divers sont majoritairement captés par les dépenses liées à la communication événementielle autour des films : 22,1 % pour les frais de tournée et de déplacement, 19,5 % pour les animations et réceptions, 15,9 % pour les honoraires d'attaché de presse et 10,8 % pour les autres honoraires (community manager, web manager) en 2023. Au total, les frais de tournée, de déplacements, d'animations et de réceptions représentent 9,5 M€ en 2023, plus haut niveau depuis 2010 (première année où le détail des dépenses sur ces postes est disponible). Cette évolution illustre le besoin croissant des distributeurs de créer l'évènement autour de la sortie en salles de leurs films : en moyenne, 61,7 K€ par film sont ainsi consacrés à l'évènementiel en 2023, contre 55,6 K€ en 2019 et 44,4 K€ en 2010. Les dépenses en frais divers de promotion tiennent une place plus importante dans les frais d'édition des films avec une petite combi-

naison de sortie (39,1 % pour les films sortis dans moins de 25 établissements en première semaine en 2023) au détriment de l'achat d'espaces (29,4 %). Ces films font en effet davantage l'objet d'un travail de proximité avec les salles et le public, les achats d'espaces leur étant moins accessibles.

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



Source : CNC.

La part des frais d'édition consacrée aux frais divers de promotion dépasse 20 % pour la deuxième année consécutive.

Le cinéma, premier média dans les achats d'espaces publicitaires pour la première fois depuis 2004

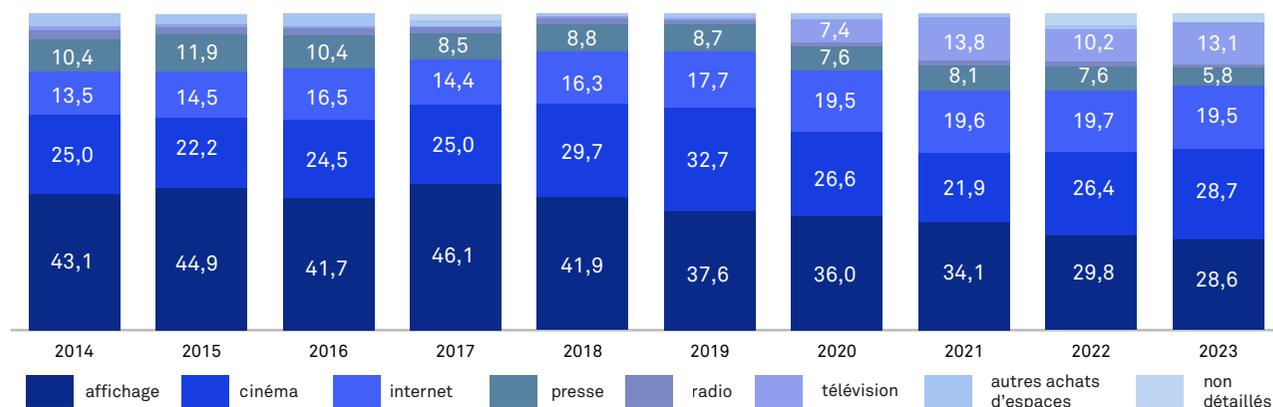
Depuis 2015, les achats d'espaces cumulent chaque année plus de la moitié des frais d'édition (60,5 % en 2023). En moyenne, les éditeurs consacrent 276,0 K€ par film à l'achat d'espaces publicitaires en 2023 (-5,6 % par rapport à 2007, première année où le détail des dépenses par poste est disponible), une baisse plus modérée sur la période que pour les frais techniques (-86,8 %) et comparable à celle observée sur le matériel publicitaire (-6,2%). Les frais divers de promotion enregistrent, de leur côté, une hausse de 7,4 % par rapport à 2007 à 99,4 K€ en moyenne en 2023.

La part du cinéma dans les achats d'espaces publicitaires est en nette hausse sur la période, passant de 13,5 % en 2007 à 28,7 % en 2023. Le cinéma devient ainsi le premier média en 2023, dépassant pour la première fois, et de peu, les dépenses en affichage. L'affichage représente 28,6 % des dépenses en 2023, bien loin des standards d'avant crise (37,6 % en 2019) et du début de la décennie (43,1 % en 2014).

Depuis 2007, Internet est venu bousculer les grands équilibres, les éditeurs lui consacrant une part croissante de leurs investissements sur la période. L'achat d'espaces Internet avoisine les 20 % depuis 2020 (17,7 % en 2019 contre 5,3 % en 2007) et s'établit à 19,5 % en 2023. Par ailleurs, la part considérée ici doit être appréhendée comme un niveau plancher, de nombreux éditeurs assurant en interne la promotion de leurs films sur leurs réseaux sociaux (non valorisée ici).

Autre facteur qui a impacté la répartition des investissements sur les différents médias, l'ouverture de la publicité à la télévision pour la promotion des sorties en salles. Le média totalise 13,1 % des achats d'espaces en 2023, contre 0,9 % en 2019, année précédant cette ouverture. À noter que cela ne concerne pas tous les films (80 films promus à la télévision en 2023, soit 37,3 %, et 60 en 2022, soit 34,9 %), et principalement des films qui visent un public large et familial tels que *Miraculous le film* ou *la Vie pour de vrai*.

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



Source: CNC.

8 % des coûts définitifs alloués aux frais d'édition

En moyenne, le coût définitif (coût de production + frais d'édition) d'un film d'initiative française sorti en salles entre 2004 et 2023 s'établit à 5,58 M€. En 2023, il atteint 5,24 M€ (4,45 M€ en 2022, soit +17,8 %), dépassant la barre des 5 M€ pour la première fois depuis 2018 (5,42 M€). Sur longue période, ce coût définitif est dans une tendance baissière. Par rapport à 2004, il recule de 9,2 %. Sur la même période, les frais d'édition des films concernés reculent de 29,0 % et les coûts de production sont stables (+0,6 %).

Sur la période 2004-2023, les frais d'édition d'un film d'initiative française représentent, en moyenne, 10,2 % de son coût définitif. En 2023, cette part s'élève à 8,2 %, soit le niveau le plus faible enregistré sur la période. À noter qu'entre 2008 et 2022, cette part était toujours comprise entre 9,0 % et 10,5 % (9,8 % en moyenne) et qu'entre 2004 et 2007, elle était toujours supérieure à 10 % (12,2 % en moyenne).

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude *Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2023*

- l'*Observatoire de la distribution cinématographique 2023*

- les séries statistiques sur les frais d'éditions des films

2.3

Le public du cinéma

En 2024 :

41,8 millions de spectateurs

64,9 % des Français vont au cinéma



3-14 ans

17,3 %

des spectateurs de cinéma
14,3 % de la population
française



15-24 ans

15,9 %

des spectateurs de cinéma
12,4 % de la population
française



25-49 ans

32,8 %

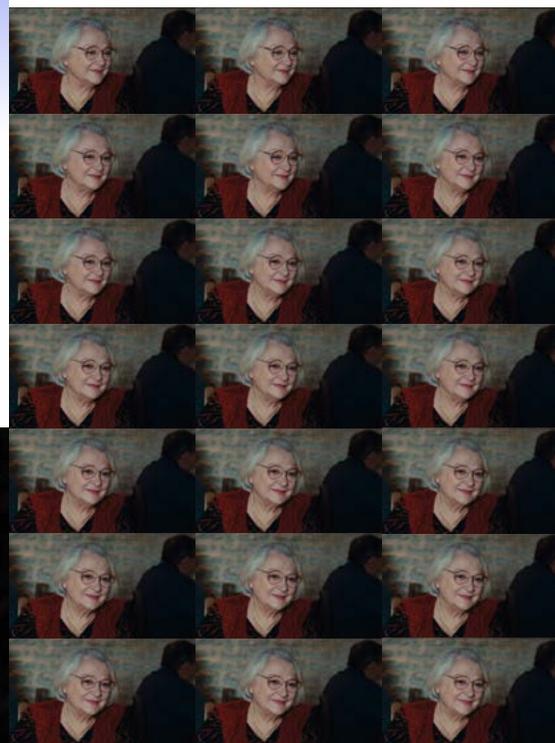
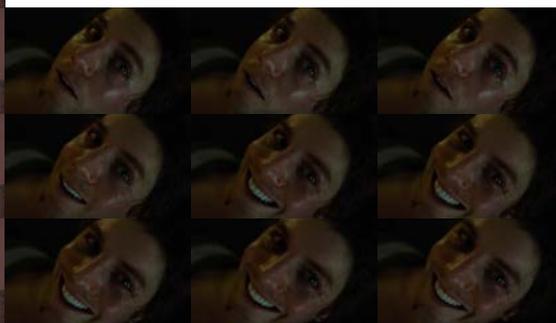
des spectateurs de cinéma
31,0 % de la population
française



50 ans et plus

33,9 %

des spectateurs de cinéma
42,3 % de la population
française



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. Cette étude de cadrage, indépendante, est réalisée par téléphone (CATI) auprès de 5 000 individus âgés de 3 ans et plus chaque année, pendant les mois de janvier et février et porte sur la fréquentation de l'année précédente.

Le public des films porte sur les films sortis en salles en 2024 et exploités dans au moins 50 établissements en première semaine.

Le public des salles de cinéma en 2024

Définitions

La population cinématographique comprend l'ensemble des individus âgés de 3 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.

Près de 42 millions de spectateurs en 2024

L'année 2024 recense un nombre de spectateurs qui se rapproche encore un peu plus de son niveau d'avant crise à 41,8 millions d'individus âgés de 3 ans ou plus (40,9 millions en 2023 et 43,0 millions en 2019). La population cinématographique compte ainsi 0,9 million d'individus de plus qu'en 2023 (+2,3 %) et 1,1 million de moins qu'en 2019 (-2,6 %). Elle est néanmoins supérieure au niveau observé en 2018 (41,0 millions). La population cinématographique représente 64,9 % de la population totale des 3 ans et plus en 2024, contre 63,7 % en 2023 et 68,3 % en 2019 (65,3 % en 2018). Ce taux de pénétration est en constante hausse depuis la fin de la crise sanitaire, illustrant un retour progressif vers le niveau d'avant crise. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 4,3 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2024, un nombre légèrement inférieur à 2023 (4,4 entrées en moyenne) et toujours bien en-deçà de celui observé au cours des années précédant la crise sanitaire (5,0 entrées en moyenne en 2019).

Sur la population des 6 ans et plus, pour laquelle un historique existe depuis 1993 (début des enquêtes sur le public), 2024 compte 40,5 millions de spectateurs de cinéma (+2,2 % par rapport à 2023, -2,2 % par rapport à 2019 et +38,4 % par rapport à 1993). La pénétration du cinéma sur la population 6 ans et plus s'établit à 64,9 % en 2024, soit +1,1 point par rapport à 2023, mais toujours -3,4 points par rapport à 2019 (+9,5 points par rapport à 1993).

64,9 % des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2024, soit 41,8 millions.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	nombre moyen d'entrées
2015	61,5	42,4	68,9	4,8
2016	62,7	42,5	67,8	5,0
2017	62,9	42,6	67,7	4,9
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,0	68,3	5,0
2020	63,2	27,6	43,6	2,4
2021	63,6	32,7	51,4	2,9
2022	63,9	39,9	62,5	3,8
2023	64,2	40,9	63,7	4,4
2024	64,5	41,8	64,9	4,3

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

Les femmes génèrent plus de 100 millions d'entrées en salles pour la deuxième année consécutive

En 2024, les femmes constituent 51,6 % de la population française âgée de 3 ans et plus ; elles représentent 53,3 % des spectateurs. Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes et d'hommes progresse de manière similaire sur un an : respectivement +2,2 %, soit +0,4 million de spectatrices et +2,4 %, soit +0,5 million de spectateurs. Les femmes sont toutefois plus nombreuses à s'être rendues en salles : 67,0 % d'entre elles y sont allées au moins une fois au cours de l'année (65,7 % en 2023), contre 62,6 % des hommes (61,5 % en 2023). Ces taux de pénétration restent inférieurs au niveau d'avant crise quel que soit le genre (69,3 % pour les femmes et 67,3 % pour les hommes en 2019), bien que l'écart soit plus marqué pour les hommes (-4,8 points, contre -2,3 points pour les femmes).

En 2024, les femmes génèrent plus d'entrées en salles (55,5 %) que les hommes (44,5 %). À l'exception de 2019 (48,9 % des entrées générées par les femmes), les spectatrices totalisent toujours plus d'entrées que leurs homologues masculins. Par ailleurs, en 2024, elles représentent plus de 60 % des entrées de films qui ont rencontré un large succès en salles : *Back to black* (1,10 million d'entrées en 2024), *Jamais plus – It ends with us* (1,32 million), *L'amour ouf* (4,83 millions) ou *Vice-versa 2* (8,29 millions). D'autres films à succès présentent, de leur côté, un public plus masculin avec plus de 60 % des entrées réalisées par des hommes : *Godzilla x Kong : le nouvel empire* (1,20 million d'entrées), *Sonic 3 – le film* (1,22 million) ou *Gladiator 2* (2,90 millions). Les femmes génèrent plus de 100 millions d'entrées pour la deuxième année consécutive, un nombre relativement stable sur un an (-0,1 % à 100,8 millions d'entrées en 2024) et encore en-dessous du niveau de 2019 (-3,2 % à 104,2 millions). À l'inverse, les hommes enregistrent une légère hausse de leur nombre d'entrées en 2024 (+1,5 % à 80,7 millions), mais sont encore très loin du niveau de 2019 (-26,0 % à 109,0 millions d'entrées). En 2024, les spectatrices sont allées, en moyenne, 4,5 fois au cinéma dans l'année, contre 4,1 fois pour les spectateurs.

Fréquentation selon le genre en 2024

	poinds dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
femmes	51,6	67,0	53,3	55,5	4,5
hommes	48,4	62,6	46,7	44,5	4,1
ensemble	100,0	64,9	100,0	100,0	4,3

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

Les 15-24 ans réalisent 32,2 millions d'entrées en 2024 (+13,5 % par rapport à 2023).

Une appétence pour le cinéma plus importante chez les jeunes...

En termes de pénétration, le cinéma touche toujours davantage les jeunes : 80,8 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2024, contre 68,7 % des 25-49 ans et 52,0 % des 50 ans ou plus. Le taux de pénétration est encore plus important chez les 15-19 ans (84,8 %), les 11-14 ans (84,5 %) et les 20-24 ans (82,4 %), que chez les 3-10 ans (75,1 %). Il est le plus bas pour les individus les plus âgés : à 47,5 % pour les 60 ans et plus et 61,6 % pour les 50-59 ans. Sur cette dernière tranche, il est cependant en hausse de 7,4 points par rapport à 2023, hausse la plus importante toutes tranches d'âge confondues. Au total, 13,9 millions de Français de moins de 25 ans se sont rendus dans les salles de cinéma en 2024, un nombre relativement stable : +1,4 % par rapport à 2023 (13,7 millions) et -1,8 % par rapport à 2019 (14,2 millions). La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma s'établit à 33,3 %, un résultat proche de celui de 2023 (33,6 %) et de 2019 (33,0 %).

Les moins de 25 ans sont à l'origine de 32,4 % des entrées (32,2 % en 2023 et 30,5 % en 2019). Ils réalisent 58,8 millions d'entrées en 2024, soit +1,1 % par rapport à 2023 (58,1 millions) mais encore en recul de 9,7 % par rapport à 2019 (65,1 millions). Au sein du public jeune, les 11-14 ans et les 20-24 ans enregistrent, en 2024, un nombre d'entrées supérieur à celui de 2019 : à 11,6 millions d'entrées

pour les 11-14 ans (+250 000 entrées) et à 14,9 millions pour les 20-24 ans (+567 000 entrées). La fréquentation des 11-14 ans est notamment portée par *Sonic 3 – le film* (1,22 million dont 14,7 % réalisées par les 11-14 ans) et *Ducobu passe au vert* (0,99 million dont 13,5 %), et celle des 20-24 ans par *Tout sauf toi* (0,62 million dont 26,2 %) et *Jamais plus – it ends with us* (1,32 million dont 25,8 %).

À l'inverse, la fréquentation cinématographique des 3-10 ans (15,0 millions d'entrées, soit 5,2 millions de moins qu'en 2019) et celle des 15-19 ans (17,4 millions, soit 1,9 million de moins) restent bien en-dessous du niveau de 2019.

À noter que les 3-14 ans sont particulièrement attirés par les films d'animation et représentent ainsi plus de 40 % des entrées de *Moi, moche et méchant 4* (4,38 millions d'entrées) ou de *le Robot sauvage* (1,80 million). De leur côté, les 15-24 ans sont attirés par les films d'horreur : ils représentent ainsi plus de 40 % des entrées de *Smile 2* (0,76 million d'entrées) et *Terrifier 3* (0,48 million).

...et notamment les 15-24 ans

Au global, 6,7 millions de 15-24 ans sont allés au cinéma, un nombre stable par rapport à 2023 (6,7 millions) et en hausse par rapport à 2019 (6,3 millions). 83,6 % des 15-24 ans sont ainsi allés au moins une fois au cinéma en 2024 (84,8 % en 2023 et 83,1 % en 2019). Leur part dans le public du cinéma est relativement stable à 15,9 % en 2024, contre 16,5 % en 2023 et 14,7 % en 2019. La proportion des entrées qu'ils réalisent est cependant en hausse et s'établit à 17,8 % (15,7 % en 2023), dépassant ainsi son niveau d'avant crise (15,8 % des entrées en 2019). Ils réalisent 32,2 millions d'entrées, en forte progression par rapport à 2023 (28,4 millions, soit +13,5 %), mais encore en léger recul de 4,1 % par rapport à 2019 (33,6 millions d'entrées). Les 15-24 ans se sont rendus 4,8 fois dans les salles en 2024 (4,2 fois en 2023 et 5,3 fois en 2019). Plus précisément, les 15-19 ans enregistrent le nombre moyen d'entrées le plus élevé derrière les 60 ans et plus (6,3 entrées) en 2024, avec 5,0 entrées en moyenne par spectateur (3,9 entrées en 2023 et 5,6 en 2019).

La hausse de la fréquentation des seniors portée par les 50-59 ans

Les seniors (50 ans ou plus) représentent 33,9 % de la population cinématographique en 2024 (33,2 % en 2023). Cette part est légèrement supérieure à celle observée avant crise : +1,7 point par rapport à 2019 (32,2 %). Ils sont ainsi 14,2 millions à s'être rendus au cinéma en 2024, en hausse de 4,6 % par rapport à 2023 (13,6 millions) et de 2,7 % par rapport à 2019 (13,8 millions).

En 2024, ils génèrent 44,3 % des entrées (41,4 % en 2023 et 37,4 % en 2019), soit la part la plus élevée enregistrée depuis 2016 (début de l'enquête *CinExpert* de Vertigo). Au total, les seniors réalisent 80,5 millions d'entrées en 2024, en hausse de 7,8 % par rapport à 2023 (74,7 millions), dépassant leur niveau d'avant crise de 1,0 % (79,7 millions en 2019). La hausse des entrées est portée par les 50-59 ans qui enregistrent 4,5 millions d'entrées de plus entre 2023 et 2024 (25,2 millions d'entrées), et +1,2 million par rapport à 2019. La fréquentation des 60 ans et plus progresse également sur un an (+1,3 million à 55,3 millions d'entrées en 2024) mais reste inférieure au niveau de 2019 (55,7 millions). Toutefois, les 60 ans et plus sont les spectateurs les plus assidus, à 6,3 entrées en moyenne par spectateur (4,7 en moyenne pour les 50-59 ans et 4,3 tous spectateurs confondus), soit le nombre moyen le plus élevé toutes tranches d'âge confondues et le seul à dépasser les 6 entrées par spectateur depuis 2019, hors années de crise sanitaire. Les 60 ans et plus génèrent, à eux seuls, 30,4 % des entrées en salles en 2024 (+0,6 point par rapport à 2023 et +4,3 points par rapport à 2019).

En 2024, les seniors composent plus de 60 % des entrées de *Vingt Dieux* (0,48 million d'entrées), de *Emilia Perez* (1,08 million) ou de *En Fanfare* (2,58 millions), tous des films Art et Essai.

Un difficile retour des 25 à 49 ans au cinéma

En 2024, 68,7 % des 25-49 ans sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année, une proportion stable par rapport à 2023 (68,4 %) et encore en retrait sensible par

rapport à 2019 (-6,2 points). L'entrée dans la vie active, l'installation du foyer, voire l'arrivée des enfants, mais également la concurrence des services de VàDA et, de manière exacerbée, un frein lié au prix, semblent avoir un impact notable sur cette génération et plus prononcé que celui observé avant crise. Au total, ils sont 13,7 millions à s'être rendus au cinéma en 2024 (13,6 millions en 2023), en recul de 8,2 % par rapport à 2019 (14,9 millions). La part des 25-49 ans au sein du public s'élève à 32,8 %, en baisse sur un an (33,2 % en 2023) et par rapport à l'avant crise (34,8 % en 2019).

En outre, ils génèrent 23,3 % des entrées en 2024, soit une part également en baisse par rapport à 2023 (26,4 %) et à 2019 (32,1 %) et au plus bas depuis 2016 après 2020 (22,6 %). Au total, ils enregistrent 42,3 millions d'entrées en 2024, en recul de 11,3 % par rapport à 2023 (47,6 millions), un niveau encore très loin de celui de 2019 (68,4 millions, soit -38,2 %). Les 25-34 ans enregistrent plus de 25 % des entrées de *Terrifier 3* (0,48 million d'entrées) ou de *Joker : folie à deux* (1,02 million). De leur côté, les 35-49 ans se retrouvent dans le public des suites de films américains : ils représentent ainsi plus de 25 % des entrées de *Alien Romulus* (1,12 million d'entrées) ou *Beetlejuice Beetlejuice* (1,72 million).

La fréquentation individuelle des 25-49 ans est faible, à 3,1 entrées en moyenne par spectateur (3,5 en 2023), à son niveau le plus bas depuis 2016, hors années de crise sanitaire. La baisse du nombre moyen d'entrées par spectateur est le fait le plus précisément des 35-49 ans, tranche d'âge pour laquelle il atteint 2,7, contre 4,2 en 2023 (3,7 en 2024, contre 2,5 en 2023 pour les 25-34 ans).

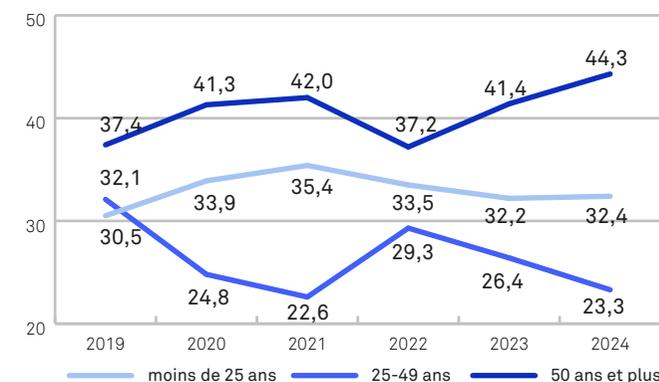
80,8 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2024, contre 68,7 % des 25-49 ans et 52,0 % des 50 ans et plus.

Fréquentation selon l'âge en 2024

	poils dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,2	75,1	10,6	8,2	3,4
11-14 ans	5,1	84,5	6,7	6,4	4,1
15-19 ans	6,4	84,8	8,4	9,6	5,0
20-24 ans	6,0	82,4	7,6	8,2	4,7
25-34 ans	11,8	67,2	12,2	10,5	3,7
35-49 ans	19,2	69,7	20,6	12,8	2,7
50-59 ans	13,5	61,6	12,8	13,9	4,7
60 ans et plus	28,8	47,5	21,1	30,4	6,3
ensemble	100,0	64,9	100,0	100,0	4,3

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

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



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

Un nombre moyen d'entrées par spectateur presque au niveau d'avant crise pour les inactifs

Bien qu'encore en-deçà des niveaux d'avant crise, la pratique cinématographique reste plus répandue au sein des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) : 75,7 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2024 (-4,6 points par rapport à 2019), contre 61,9 % pour les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-, -3,3 points) et 61,3 % pour les inactifs (-3,3 points). Les CSP- représentent 22,4 % de la population cinématographique (21,0 % en 2023 et 22,2 % en 2019), une part proche de celle qu'ils occupent au sein de la population française (21,5 % en 2024). Il s'agit de la catégorie socio-professionnelle la moins représentée tant en termes de public que d'entrées, comme cela était déjà le cas avant la crise sanitaire. Les CSP+ représentent 27,8 % du public en 2024 (27,2 % en 2023 et 27,1 % en 2019), contre 23,8 % de la population française, et les inactifs, 49,8 % (51,7 % en 2023 et 50,7 % en 2019), contre 52,7 % de la population française.

Concernant les entrées, les CSP- sont la seule catégorie à enregistrer une baisse entre 2023 et 2024, et une baisse sensible de 19,5 %, à 28,0 millions. Ils représentent ainsi 15,4 % des entrées, en recul par rapport à 2023 (19,3 %) et 2019 (16,9 %). Les inactifs enregistrent, de leur côté, plus de la moitié des entrées avec 109,0 millions d'entrées en 2024 (60,0 % de la fréquentation totale), une part en hausse par rapport à 2023 (56,5 %, soit 101,9 millions) et 2019 (54,3 %, soit 115,9 millions) et la plus élevée depuis 2016 (début de l'étude *CinExpert*). Au global, la fréquentation des inactifs progresse de 7,0 % par rapport à 2023 et reste inférieure de 6,0 % au niveau de 2019. Les inactifs affichent, par ailleurs, la seule progression du nombre moyen d'entrées annuelles à 5,2 entrées en moyenne par spectateur, contre 4,8 en 2023, un nombre très proche de celui d'avant crise (5,3 entrées en 2019). Après avoir dépassé leur nombre moyen d'entrées d'avant crise en 2023 (4,0 entrées), les CSP- repassent en-dessous de ce niveau en 2024 avec 3,0 entrées en moyenne par

spectateur (3,8 entrées en 2019). De leur côté, les CSP+ enregistrent une légère baisse en 2024 avec 3,8 entrées par spectateur en moyenne, contre 3,9 en 2023 et sont encore loin de retrouver leur niveau de fréquentation d'avant crise (5,3 entrées en 2019). Au total, 44,6 millions d'entrées ont été réalisées par les CSP+, soit un léger rebond de 1,7 % par rapport à 2023 mais un recul toujours marqué de 27,2 % par rapport à 2019.

En 2024, les CSP+ représentent notamment plus de 40 % des entrées de plusieurs films recommandés Art et Essai, tels que *Pauvres créatures* (0,59 million d'entrées) ou *le Deuxième Acte* (0,49 million). Les CSP-, eux, sont particulièrement attirés par les films de genre et représentent plus de 40 % des entrées de films tels que *Terrifier 3* (0,48 million d'entrées), *The Substance* (film Art et Essai, 0,54 million) ou encore *Smile 2* (0,76 million).

Plus de 7 entrées en moyenne par spectateur pour les retraités

Parmi les inactifs, les élèves et étudiants sont les plus nombreux à aller au cinéma : ils sont 80,5 % à fréquenter les salles de cinéma en 2024, le taux le plus élevé de toutes les catégories socioprofessionnelles (80,1 % en 2023 et 85,4 % en 2019). Les élèves et étudiants représentent 28,0 % du public du cinéma en 2024, une part en ligne avec celle de 2023 (27,3 %) et celle d'avant crise (27,1 %). À l'inverse, le taux de pénétration du cinéma chez les retraités baisse à 45,2 % en 2024 (48,1 % en 2023 et 48,0 % en 2019). Pour autant, leur part dans les entrées gagne 1,7 point par rapport à 2023, à 26,9 %. Les retraités qui vont au cinéma y vont donc de manière très assidue : 7,4 entrées en moyenne par an en 2024, contre 6,0 entrées en 2023 et 7,2 en 2019. Il s'agit de la catégorie socioprofessionnelle qui se rend le plus souvent en salles en 2024, comme en 2023 et en 2019. Ils enregistrent ainsi une hausse de 7,6 % de leurs entrées sur un an à 48,9 millions (-5,7 % par rapport à 2019 à 51,8 millions).

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2024

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	23,8	75,7	27,8	24,6	3,8
chefs d'entreprises, cadres...	9,2	77,0	11,0	10,7	4,2
professions intermédiaires	12,1	77,4	14,5	11,8	3,5
artisans, commerçants	2,4	62,5	2,3	2,1	3,9
CSP -	23,5	61,9	22,4	15,4	3,0
employés	13,0	67,3	13,5	10,8	3,5
ouvriers	9,5	56,8	8,3	4,3	2,2
agriculteurs	1,0	41,0	0,6	0,3	2,4
inactifs	52,7	61,3	49,8	60,0	5,2
retraités	22,8	45,2	15,8	26,9	7,4
élèves, étudiants	22,5	80,5	28,0	25,7	4,0
autres inactifs (chômeurs,...)	7,4	52,2	6,0	7,4	5,4
ensemble	100,0	64,9	100,0	100,0	4,3

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

Les retraités sont les plus gros consommateurs de cinéma avec 7,4 entrées en moyenne par spectateur en 2024.

Baisse de la fréquentation dans les agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants

La pénétration du cinéma parmi les habitants des zones rurales (communes rurales de moins de 2 000 habitants) enregistre la hausse la plus importante sur un an (+3,7 points entre 2023 et 2024) et s'élève à 61,7 %. Elle franchit ainsi le seuil des 60 % pour la première fois depuis 2019 (67,6 %). Bien que les taux de pénétration dépassent 60 % dans toutes les zones d'habitation, aucune ne retrouve son niveau de 2019, les agglomérations de moins de 20 000 habitants étant les plus en retrait (60,2 % en 2024 contre 68,5 % en 2019, soit -8,3 points). À noter que pour les agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants et pour celles de 100 000 habitants et plus hors Paris, le taux de pénétration est quasi identique à celui de 2019 : respectivement 62,2 % et 66,7 % en 2024, contre 62,4 % et 66,8 % en 2019.

Les agglomérations de 100 000 habitants, y compris l'agglomération parisienne, concentrent près de la moitié du public (49,5 % en 2024, 49,7 % en 2023 et 47,7 % en 2019), devant les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (37,1 % du public, contre 36,9 % en 2023 et 39,8 % en 2019) et les agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants (13,3 %, contre 13,4 % en 2023 et 12,6 % en 2019). En termes de fréquentation, les plus grandes agglomérations totalisent près de 60 % des entrées, à 58,2 % en 2024, en hausse par rapport à 2023 (53,0 %) et au-dessus du niveau de 2019 (57,2 %). Au total, les habitants de ces agglomérations génèrent 105,6 millions d'entrées, soit une hausse de 10,4 % par rapport à 2023 et un recul de 13,4 % par rapport à 2019. La part des unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants dans le total des entrées est en net retrait sur un an, à 10,8 % en 2024, contre 17,0 % en 2023 (11,2 % en 2019) pour une fréquentation globale à 19,7 millions d'entrées, en recul de 35,9 % sur un an et de 17,7 % par rapport à 2019. Avec une part de marché de 31,0 % en 2024, les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales occupent une place similaire aux années précé-

dentes (30,0 % en 2023 et 31,6 % en 2019). 56,3 millions d'entrées sont ainsi réalisées par les habitants de ces zones, en progression de 4,1 % par rapport à 2023 et en baisse de 16,4 % par rapport à 2019. À noter que les habitants de l'agglomération parisienne représentent plus de 30 % des entrées de certains films Art et Essai comme *le Roman de Jim* (0,40 million), *Emilia Perez* (1,08 million), *la Zone d'intérêt* (0,80 million) ou encore *Pauvres créatures* (0,59 million), tandis que les habitants des agglomérations de moins de 100 000 habitants représentent plus de 50 % du public de certaines comédies françaises telles qu'*Un p'tit truc en plus* (10,72 millions d'entrées) ou *Maison de retraite 2* (1,54 million d'entrées).

Le nombre moyen d'entrées annuelles le plus important est enregistré par les habitants des agglomérations de 100 000 habitants et plus, y compris l'agglomération parisienne, à 5,1 entrées par spectateur en 2024, en hausse par rapport à 2023 (4,7 entrées) mais encore en recul par rapport à l'avant crise (6,0 entrées en 2019). À l'inverse, la fréquentation des habitants des unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants recule à 3,5 entrées en moyenne par spectateur, contre 5,6 en 2023 (4,4 en 2019). Celle des unités urbaines les plus petites et des zones rurales est stable entre 2023 et 2024 à 3,6 entrées en moyenne par spectateur (3,9 en 2019).

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2024

	pois dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales ¹	21,3	61,7	20,2	15,3	3,3
UU < 20 000 hab.	18,2	60,2	16,9	15,7	4,0
UU de 20 000 à 50 000 hab.	6,2	63,2	6,0	5,1	3,7
UU de 50 000 à 100 000 hab.	7,6	62,2	7,3	5,7	3,4
UU >= 100 000 hab.	30,2	66,7	31,1	35,8	5,0
UU de Paris	16,5	72,6	18,4	22,3	5,3
ensemble	100,0	64,9	100,0	100,0	4,3

¹ Communes rurales de moins de 2 000 habitants.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Davantage de spectateurs réguliers dans la structure des entrées

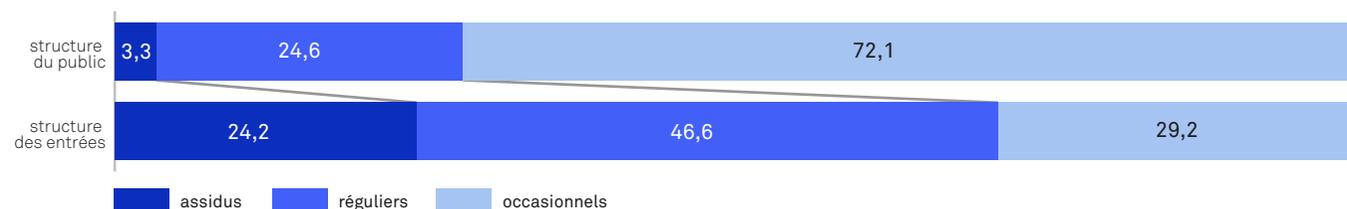
En 2024, les spectateurs occasionnels représentent 72,1 % du public, une part en léger recul par rapport à 2023 (74,1 %) mais toujours supérieure à l'avant crise (69,2 % en 2019). Au total, 30,2 millions des spectateurs sont des occasionnels (30,3 millions en 2023 et 29,7 millions en 2019). Le nombre de spectateurs réguliers progresse fortement en 2024, à 10,3 millions, contre 9,1 millions en 2023 (+12,9 %) mais reste toujours inférieur au niveau d'avant crise (11,6 millions en 2019, soit -11,5 %). Ces spectateurs représentent ainsi 24,6 % du public (22,3 % en 2023 et 27,0 % en 2019). 3,3 % du public est assidu, une part relativement stable par rapport à 2023 (3,7 %) et 2019 (3,8 %), mais qui représente 1,4 million de spectateurs en 2024, au plus bas depuis 10 ans après 2021 (1,0 million).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la fréquentation. Ils génèrent 70,8 % des entrées totales de l'année, en forte hausse sur un an (+8,8 points par rapport à 2023 et -2,7 points par rapport à 2019), soit 128,6 millions d'entrées (+14,8 % par rapport à 2023 et -18,0 % par rapport à 2019). Cette hausse est essentiellement liée au fait que certains réguliers, qui étaient devenus plus occasionnels depuis la crise sanitaire, ont renoué avec leurs habitudes cinéma en 2024. Ils enregistrent ainsi 84,6 millions d'entrées en 2024, soit une hausse de 23,1 % sur un an (68,8 millions en 2023). Ils assurent 46,6 % de la fréquentation totale, contre 38,1 % en 2023, au deuxième plus haut niveau depuis 2016 (première année de suivi du public 3 ans et plus) derrière 2019 (49,8 %). En moyenne, les spectateurs réguliers se rendent 8,2 fois au cinéma en 2024, contre 7,6 fois en 2023 et 9,1 fois en 2019. Du côté des spectateurs assidus, leur part dans la fréquentation est stable. Ils représentent ainsi 24,2 % des entrées en 2024, contre 24,0 % en 2023 et 23,8 % en 2019. S'ils sont moins nombreux, ils vont cependant plus souvent au cinéma : le nombre moyen d'entrées par spectateur atteint 31,6 entrées, son deuxième plus haut niveau depuis 2016 derrière 2018 (35,2). Les spectateurs occasionnels, en

revanche, vont moins au cinéma qu'avant : 1,8 fois en 2024 en moyenne, contre 2,3 fois en 2023 et 1,9 fois en 2019. Ils génèrent 29,2 % de la fréquentation des salles en 2024 avec 52,9 millions d'entrées (-22,6 % par rapport à 2023 et -6,0 % par rapport à 2019). Leur part dans les entrées est ainsi en baisse de 8,8 points sur un an (37,9 % en 2023). Les occasionnels représentent notamment plus de 45 % des entrées des films d'animation tels que *Croquette*, *le chat merveilleux* (0,62 million d'entrées), *Vaiana 2* (6,68 millions), *Vice-versa 2* (8,29 millions), *le Robot sauvage* (1,80 million). *Un p'tit truc en plus* (10,72 millions), plus gros succès de l'année 2024 en salles, cumule également une part d'occasionnels supérieure à 45 %.

Les habitués représentent 27,9 % du public et 70,8 % des entrées en 2024, des niveaux proches de ceux d'avant crise.

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2024 (%)



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

Habitudes du public du cinéma

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
structure du public (%)						
habitués	30,8	47,0	26,6	28,2	25,9	27,9
assidus	3,8	6,7	3,0	3,9	3,7	3,3
réguliers	27,0	40,3	23,6	24,2	22,3	24,6
occasionnels	69,2	53,0	73,4	71,8	74,1	72,1
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)						
habitués	73,6	68,6	66,8	58,1	62,1	70,8
assidus	23,8	23,0	20,8	20,9	24,0	24,2
réguliers	49,8	45,6	46,0	37,2	38,1	46,6
occasionnels	26,4	31,4	33,2	41,9	37,9	29,2
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont en partie corrélées aux critères sociodémographiques. En 2024, 41,7 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (30,9 % pour les occasionnels), 56,2 % sont des inactifs (47,3 % pour les occasionnels) et 56,0 % habitent une unité urbaine de 100 000 habitants ou plus (y compris l'unité urbaine de Paris, 47,0 % pour les occasionnels), en lien notamment avec l'accès à un parc cinématographique plus dense.

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2024 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
femmes	54,6	52,8	53,3
hommes	45,4	47,2	46,7
âge			
3-14 ans	12,1	19,3	17,3
15-24 ans	21,0	14,0	15,9
25-49 ans	25,2	35,7	32,8
50 ans et plus	41,7	30,9	33,9
activité professionnelle			
CSP+	24,3	25,9	27,8
CSP-	19,5	26,8	22,4
inactifs	56,2	47,3	49,8
agglomération de résidence			
zones rurales ¹	15,7	22,0	20,2
UU <20 000 hab.	15,7	17,4	16,9
UU de 20 000 à 50 000 hab.	5,9	6,1	6,0
UU de 50 000 à 100 000 hab.	6,7	7,5	7,3
UU >=100 000 hab.	32,5	30,5	31,1
UU de Paris	23,4	16,5	18,4

¹ Communes rurales de moins de 2 000 habitants.

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 2023*

Le public des films en 2024

Un public traditionnellement plus âgé pour les films français

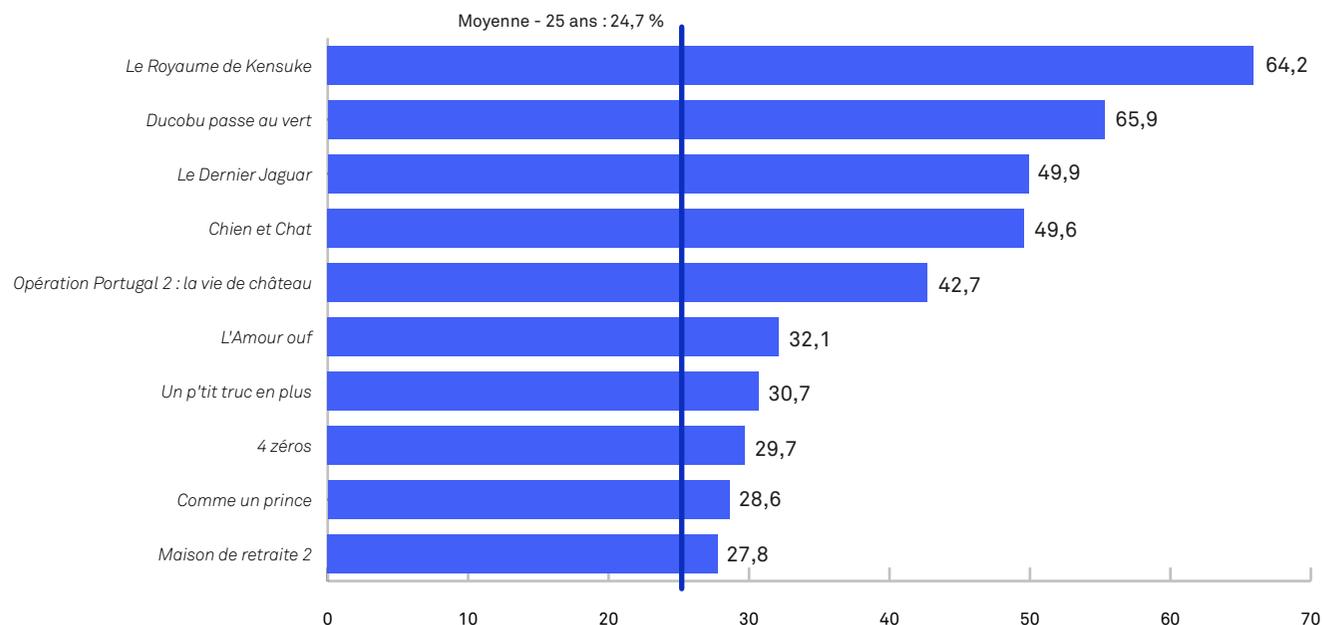
Les films français sont toujours davantage appréciés par les seniors (50 ans et plus). En 2024, les seniors assurent 47,4 % des entrées des films français, comme en 2023. La répartition par âge observée en 2024 est d'ailleurs quasi identique à celle de 2023. Toutefois, comparée à 2019, cette répartition évolue quelque peu avec une part des 50 ans et plus en recul de 3,2 points (50,6 % en 2019), seule année où les seniors représentaient plus de la moitié du public des films nationaux. Cette baisse se fait tant au

profit des 3-14 ans (+2,0 points à 9,6 % en 2024) que des 15-24 ans (+2,1 points à 15,1 %).

Certains films français sont ainsi appréciés des plus jeunes, et notamment *le Royaume de Kensuke* (65,9 % de moins de 25 ans, coproduction d'animation tripartite, Grande-Bretagne, Luxembourg, France), *Ducobu passe au vert* (55,3 %, comédie) ou encore *le Dernier Jaguar* (49,9 %, aventure).

Le Royaume de Kensuke et Ducobu passe au vert, les deux films français avec plus de 50 % des entrées réalisées par les moins de 25 ans en 2024.

Les 10 premiers films français selon la part de moins de 25 ans dans leurs entrées en 2024 (%)



Base : films français sortis en salles en 2024 dans 50 établissements ou plus en première semaine et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées. Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Par rapport au public de l'ensemble des films, la part des moins de 25 ans dans les entrées des films français est inférieure de 13,3 points à 24,7 % (-9,3 points pour les 3-14 ans et -4,0 points pour les 15-24 ans). À l'inverse, la part des seniors dans les entrées des films nationaux est 18,8 points plus élevée. Les drames, qui occupent une place non négligeable dans l'offre de films français chaque année et qui attirent un public plus âgé (53,3 % des entrées réalisées par les seniors, contre 19,0 % pour les moins de 25 ans en 2024), peuvent notamment expliquer ce profil plus âgé pour les films français. À noter toutefois, un drame français qui fait exception à cette tendance en 2024 : *l'Histoire de Souleymane* (0,52 million d'entrées dont 27,5 % assurées par les moins de 25 ans), porté par ses nombreux prix au Festival de Cannes et aux Césars.

Autres critères différenciants, les films français réalisent une part légèrement plus importante de leurs entrées auprès des CSP+ (28,9 %, contre 26,5 % tous films) et des assidus du cinéma (23,6 %, contre 20,3 %).

La moitié des entrées des films américains réalisée par les moins de 25 ans

Le public des films américains demeure le public le plus jeune parmi toutes les nationalités. 50,0 % des entrées du cinéma américain sont réalisées par des moins de 25 ans, contre 38,0 % pour l'ensemble des films. Ce sont avant tout les films d'animation américains, ou plus largement les films mêlant prises de vues réelles et animation, qui attirent le jeune public en 2024 : *Blue & Compagnie* (61,2 % des entrées réalisées par les moins de 25 ans), *Garfield – héros malgré lui* (58,4 %) ou encore *Sonic 3 – le film* (55,5 %). Les films d'horreur d'Outre-Atlantique sont également prisés des jeunes, notamment *Immaculée* (50,5 % de 15-24 ans) ou *Smile 2* (48,7 %).

Les seniors (14,4 %) sont moins représentés dans les entrées du cinéma américain, en raison des principaux genres de films produits (animation, 10,5 % de l'offre de films américains en 2024, aventures, 12,6 %, et horreur, 17,9 %) qui attirent moins ces spectateurs (respecti-

vement 8,7 %, 24,9 % et 18,7 %, contre 28,6 % tous films confondus).

Si les films qualifiés par Vertigo 'd'indépendants' présentent un public majoritairement senior (45,3 % des entrées réalisées), il est intéressant de noter que pour certains films indépendants américains, la part des 15-24 ans est sur-représentée. En 2024, cette tranche d'âge représente 16,3 % des entrées de ces films au global, mais au moins 30 % des entrées des films *Trap* (34,4 % des entrées générées par des 15-24 ans), *The Substance* (34,3 %) ou encore *Joker : folie à deux* (30,0 %).

Public des films selon la nationalité en 2024 (%)

	films français	films américains	films européens ¹	autres films	tous films
genre					
femmes	49,7	50,6	44,6	36,2	49,2
hommes	50,3	49,4	55,4	63,8	50,8
âge					
3-14 ans	9,6	28,1	10,1	13,8	18,9
15-24 ans	15,1	21,9	19,7	20,1	19,2
25-49 ans	27,9	35,6	39,3	36,8	33,4
50 ans et plus	47,4	14,4	30,9	29,3	28,6
activité professionnelle					
CSP+	28,9	23,1	31,5	31,6	26,5
CSP-	25,1	26,9	29,2	27,1	26,6
inactifs	46,0	49,9	39,3	41,3	46,9
habitat					
région parisienne	21,6	19,7	22,7	28,9	21,1
autres régions	78,4	80,3	77,3	71,1	78,9
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	23,6	16,4	22,0	31,4	20,3
réguliers	47,0	46,8	48,9	48,0	47,2
occasionnels	29,4	36,8	29,1	20,7	32,4

¹ Europe au sens continental, hors France.
 Base : échantillon de 391 films en 2024 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
 Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Les films européens présentent quelques caractéristiques différenciantes, avec un public plus masculin (55,4 % des entrées, contre 50,8 % tous films confondus), notamment porté par *Gladiator 2* (66,3 % des entrées réalisées par des hommes) et *Deadpool & Wolverine* (62,3 %), davantage CSP+ (31,5 %, contre 26,5 % tous films confondus), portés par *Pauvres créatures* (40,2 % de CSP+) et *Conclave* (36,7 %), et habitués du cinéma (70,9 %, contre 67,6 %), portés par *la Zone d'intérêt* (83,6 % d'habitueés) et *Pauvres créatures* (82,3 %), tous des films britanniques.

Le public des films non européens et non américains est, quant à lui, nettement plus masculin (63,8 %, contre 50,8 % en moyenne) et CSP+ (31,6 %, contre 26,5 %), porté par le film australien *Furiosa : une saga Mad Max* (72,4 % des entrées sont réalisées par des hommes et 38,8 % par des CSP+). Le public de ces films réside par ailleurs davantage en région parisienne (28,9 %, contre 21,1 %) et est plus assidu du cinéma (31,4 %, contre 20,3 %).

Les films américains ont un public plus jeune, grâce aux films d'animation et films de genre.

L'animation, un public plus jeune et plus occasionnel

Parmi les principaux genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les enfants (3-14 ans) totalisent 39,6 % des entrées de ces films, contre 18,9 % de celui de l'ensemble des films. Les 3-14 ans représentent jusqu'à 62,5 % des entrées du film français *Leo, la fabuleuse histoire de Léonard de Vinci*. Au sein du public des films d'animation, 43,0 % sont des occasionnels, contre 32,4 % de ceux de l'ensemble des films. Les assidus y sont donc nettement moins présents (12,8 %, contre 20,3 % tous genres confondus).

Quelques films d'animation, destinés à un public plus adulte que familial, présentent un public différent avec notamment davantage de seniors. C'est notamment le cas de *le Royaume de Kensuke* (13,8 % des entrées générées par des seniors, contre 8,7 % en moyenne pour les films d'animation), *Moi, moche et méchant 4* (11,8 %), une part importante pour ces deux films qui s'explique sans doute davantage par une sortie avec les petits-enfants, ou encore *le Robot sauvage* (11,6 %).

Les moins de 25 ans sont particulièrement attirés par les films d'animation et les films de genre, à respectivement 59,2 % et 44,0 % du public.

Le documentaire, un public senior et assidu

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée, 37 établissements en première semaine en moyenne pour les documentaires sortis en 2024. Au global, 137 documentaires sont sortis en salles dans l'année et seuls 29 dépassent le seuil des 50 établissements en première semaine.

L'analyse du public des documentaires fait apparaître une part importante de seniors (43,6 % des entrées, contre 28,6 % tous films confondus) et d'assidus (32,7 %, contre 20,3 % tous films). La part des spectateurs assidus dans le public des documentaires est ainsi largement supérieure à celle tous films confondus en 2024, comme chaque année.

Les films de genre, un public plus masculin et plus jeune

D'autres genres de films se distinguent par la composition de leur public. Les drames, et dans une moindre mesure, les comédies, ont ainsi un public plus âgé (respectivement 53,3 % et 39,1 % des entrées réalisées par des seniors en 2024, contre 28,6 % tous films confondus), les films d'aventures et les films de science-fiction un public plus masculin (respectivement 57,8 % et 64,1 %, contre 50,8 %), les films d'horreur une part importante de 15-49 ans (79,0 %, contre 52,6 %).

Les 3-14 ans sont particulièrement attirés par les films d'animation (39,6 % des entrées de ces films).

Public des films selon le genre en 2024 (%)

	animation	docu-mentaire	fiction	dont comédie	tous films
genre					
femmes	54,6	44,6	47,0	52,0	49,2
hommes	45,4	55,4	53,0	48,0	50,8
âge					
3-14 ans	39,6	12,9	10,5	13,0	18,9
15-24 ans	19,6	14,9	19,0	16,9	19,2
25-49 ans	32,1	28,7	34,0	30,9	33,4
50 ans et plus	8,7	43,6	36,5	39,1	28,6
activité professionnelle					
CSP+	19,2	31,5	29,4	26,7	26,5
CSP-	23,0	23,5	28,1	27,7	26,6
inactifs	57,8	45,0	42,5	45,6	46,9
habitat					
région parisienne	17,9	24,7	21,9	18,1	21,1
autres régions	82,1	75,3	78,1	81,9	78,9
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	12,8	32,7	22,3	20,1	20,3
réguliers	44,2	48,3	48,1	45,9	47,2
occasionnels	43,0	19,0	29,7	34,0	32,4

Base : échantillon de 391 films en 2024 dont la combinaison de sortie excède ou égale 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 ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie peut être plus limitée : 108 établissements en première semaine en moyenne pour les films recommandés Art et Essai sortis en salles en 2024. Au global, sur les 419 films Art et Essai sortis en salles dans l'année, 239 dépassent le seuil des 50 établissements en première semaine, soit 57,0 % de l'offre.

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. En 2024, il se compose à 52,2 % de seniors (28,6 % tous films confondus, et au plus haut depuis 2016 - première année de suivi du public 3 ans et plus), à 31,0 % de CSP+ (26,5 %), à 29,7 % d'habitants de Paris et sa région (21,1 %) et à 35,0 % d'assidus (20,3 %). À l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et avec un poids plus important des régions. À noter que ces différences se vérifient chaque année avec des écarts plus ou moins importants.

Quelques films recommandés Art et Essai présentent une part importante de 15-24 ans, notamment *Pauvres créatures* (28,5 % des entrées réalisées par des 15-24 ans, contre 13,1 % tous films Art et Essai confondus), *l'Histoire de Souleymane* (20,7 %) ou *la Zone d'intérêt* (19,4 %).

Par ailleurs, les assidus ont plébiscité certains films recommandés Art et Essai tels que *le Roman de Jim* (41,6 % des entrées réalisés par des assidus), *la Zone d'intérêt* (39,8 %) ou *Pauvres créatures* (38,1 %). Parmi les 230 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2024, 76 présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne tous films Art et Essai (18,4 % d'occasionnels en moyenne). *Le Royaume de Kensuke*, film d'animation, *Juré n°2*, thriller, et *Niko le petit renne*, *mission Père-Noël*, film d'animation, sont les trois films

qui présentent la part d'occasionnels la plus importante, à respectivement 41,3 %, 32,6 % et 31,7 %.

Pauvres créatures, l'Histoire de Souleymane et la Zone d'intérêt, films Art et Essai avec le plus fort taux de 15-24 ans en 2024.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2024 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
femmes	46,1	49,8	49,2
hommes	53,9	50,2	50,8
âge			
3-14 ans	7,8	21,0	18,9
15-24 ans	13,1	20,3	19,2
25-49 ans	26,9	34,7	33,4
50 ans et plus	52,2	24,0	28,6
activité professionnelle			
CSP+	31,0	25,6	26,5
CSP-	22,1	27,5	26,6
inactifs	46,8	47,0	46,9
habitat			
région parisienne	29,7	19,1	21,1
autres régions	70,3	80,9	78,9
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	35,0	17,0	20,3
réguliers	46,6	47,4	47,2
occasionnels	18,4	35,6	32,4

Base : échantillon de 391 films en 2024 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le succès populaire 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 ses performances en salles. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante : 39,0 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2024, contre 20,3 % tous films confondus. À 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 : 40,8 % pour les films à deux millions d'entrées ou plus en 2024, contre 32,4 % tous films confondus.

Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille et séduire par les films d'animation américains et autres films à fort potentiel commercial. Trois films ayant réalisé plus de 5 millions d'entrées en salles regroupent plus de 45 % d'occasionnels, dont deux films d'animation américain et une comédie française : *Vaiana 2* (47,7 % d'occasionnels, contre 32,4 % en moyenne tous films), *Vice-versa 2* (47,1 %) et *Un p'tit truc en plus* (46,4 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (27,3 % des entrées réalisées par des moins de 25 ans pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2024, contre 45,3 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus) et réside en régions (70,4 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, contre 81,7 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus). Trois films cumulant 1 million d'entrées ou plus, tous américains, réalisent plus de 60 % de leurs entrées sur la cible jeune : *Blue & Compagnie* (61,2 %), *Vice-versa 2* (61,0 %) et *Kung fu panda 4* (60,5 %).

Plus de 45 % d'occasionnels pour *Vaiana 2*, *Vice-versa 2* et *Un p'tit truc en plus* en 2024.

Public des films selon le nombre d'entrées en 2024 (%)

	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						
femmes	41,9	45,8	48,6	47,4	51,7	49,2
hommes	58,1	54,2	51,4	52,6	48,3	50,8
âge						
3-14 ans	11,3	9,4	12,1	17,1	24,3	18,9
15-24 ans	15,9	15,9	18,1	18,1	21,0	19,2
25-49 ans	32,7	29,6	31,8	35,1	34,3	33,4
50 ans et plus	40,0	45,1	38,1	29,7	20,4	28,6
activité professionnelle						
CSP+	30,0	29,2	28,3	26,6	24,9	26,5
CSP-	26,8	25,3	26,4	27,1	26,8	26,6
inactifs	43,2	45,5	45,3	46,3	48,3	46,9
habitat						
région parisienne	29,6	25,8	23,4	20,0	18,3	21,1
autres régions	70,4	74,2	76,6	80,0	81,7	78,9
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	39,0	32,6	25,3	19,4	13,0	20,3
réguliers	44,8	47,7	50,0	48,9	46,1	47,2
occasionnels	16,1	19,7	24,7	31,7	40,8	32,4

Base : échantillon de 391 films en 2024 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus. Données provisoires.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- les séries statistiques sur le public des films
- le baromètre du public des salles de cinéma - *Cinexpert*

2.4

L'exploitation

En 2024 :

2 052 établissements actifs

(-6 par rapport à 2023)

dont :



1 112

établissements mono-écran
(54,2 % des établissements)

689

établissements de 2 à 7 salles
(33,6 % des établissements)



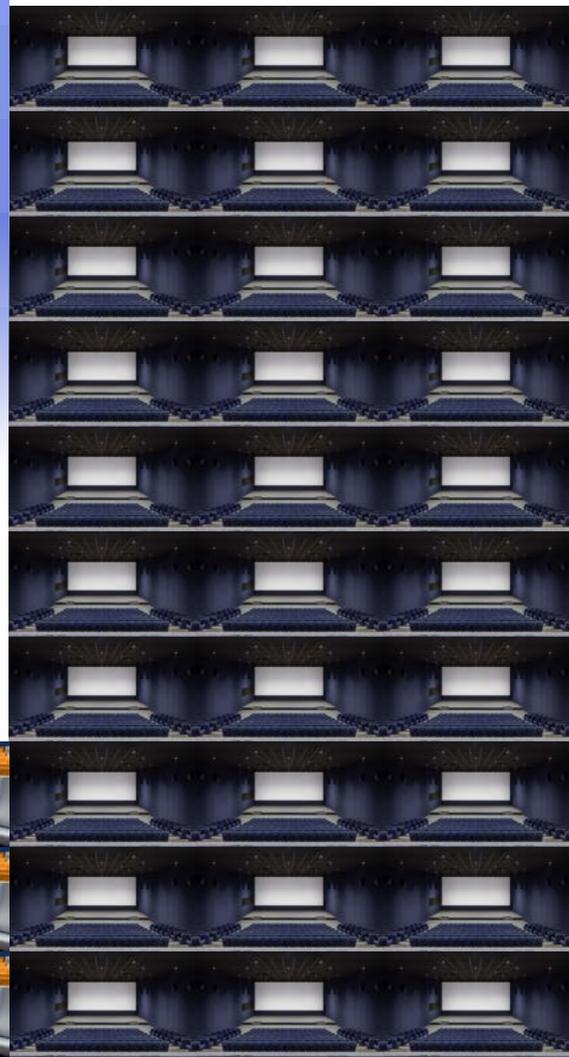
251

multiplexes
(12,2 % des établissements)



6 354

écrans actifs
(+27 par rapport à 2023)



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.

Nombre de fauteuils des circuits itinérants

Le nombre de fauteuils des circuits itinérants pouvant fortement varier d'une projection à une autre, il est neutralisé dans les chiffres publiés par le CNC. Le nombre total de fauteuils mais également le nombre de fauteuils par établissement concerne uniquement les cinémas fixes.

Le parc cinématographique en France métropolitaine

Un nombre d'établissements actifs relativement stable

En 2024, le nombre d'établissements actifs en France métropolitaine s'élève à 2 052, soit 6 de moins qu'en 2023, mais au troisième plus haut niveau depuis 2009 (2 073 établissements). 27 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 33 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement, dont 19 mono-écrans. 48,2 % des établissements ouverts en 2024 comptent un écran (13 établissements). Deux comptent huit écrans ou plus, un niveau inférieur à la moyenne décennale (cinq établissements par an). Ouvrent également, en 2024, deux cinémas de deux écrans, trois de trois écrans, un de quatre, un de cinq, trois de six et deux de sept écrans.

2 052 établissements actifs en 2024, 3^e plus haut niveau depuis 2009 (2 073), derrière 2022 (2 061) et 2023 (2 058).

Parc cinématographique français¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	nombre moyen de fauteuils par établissement	nombre moyen de fauteuils par écran
2015	2 033	5 741	1 081 588	561	192
2016	2 044	5 842	1 098 281	566	191
2017	2 046	5 913	1 106 167	570	190
2018	2 040	5 983	1 113 563	575	189
2019	2 045	6 114	1 128 422	583	188
2020	2 041	6 127	1 121 514	580	186
2021	2 030	6 192	1 123 669	585	185
2022	2 061	6 298	1 136 960	584	184
2023	2 058	6 327	1 136 752	584	183
2024	2 052	6 354	1 128 496	583	181

¹ Données provisoires pour 2024.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France métropolitaine.

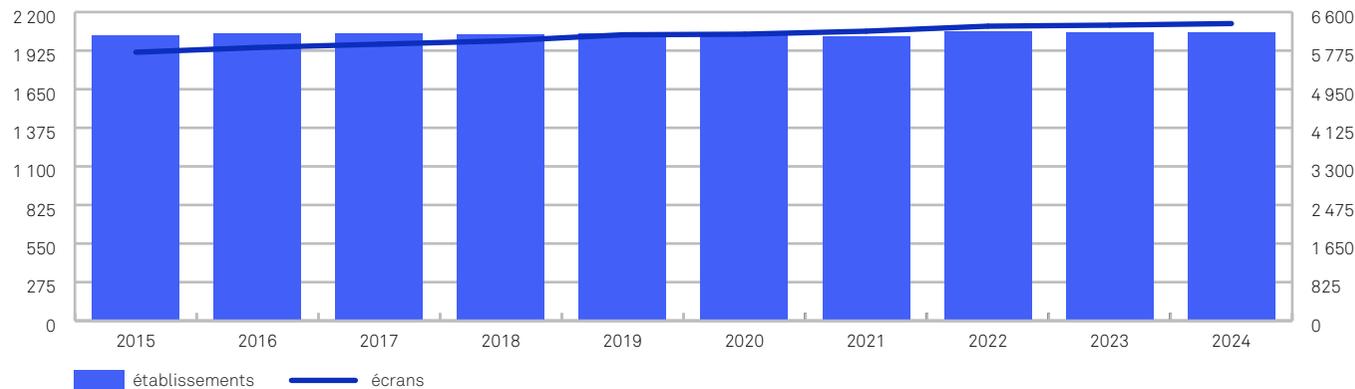
Près de 6 400 salles actives

6 354 salles sont actives en France métropolitaine en 2024, soit 27 de plus qu'en 2023 (+0,4 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 95 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de 68 écrans, soit un niveau en-deçà de la moyenne de la décennie pour les ouvertures (137 en moyenne par an), mais dans la moyenne pour les fermetures (66 par an).

En 2024, 45,3 % des nouveaux écrans se situent dans des établissements comprenant 4 à 7 écrans (47,8 % en 2023, 30,9 % sur la décennie), 30,5 % font partie d'établissements comprenant 1 à 3 écrans (34,8 % en 2023, 25,2 % sur la décennie) et 24,2 % se situent dans des établissements de 8 écrans et plus (17,4 % en 2023, 43,9 % sur la décennie). Parmi les 95 écrans ouverts en 2024, 6 résultent de l'extension de cinémas préexistants, soit 6,3 % (15,9 % en 2023 et 16,7 % entre 2015 et 2024), plus bas niveau depuis 1996 (première année de suivi des statistiques sur les ouvertures et fermetures d'écrans). Un écran relève de l'extension d'un multiplexe (1,1 % en 2024, contre 2,9 % en 2023 et 8,0 % entre 2015 et 2024). 2024 poursuit donc la tendance de ralentissement des ouvertures ou extensions de multiplexes déjà observée en 2023.

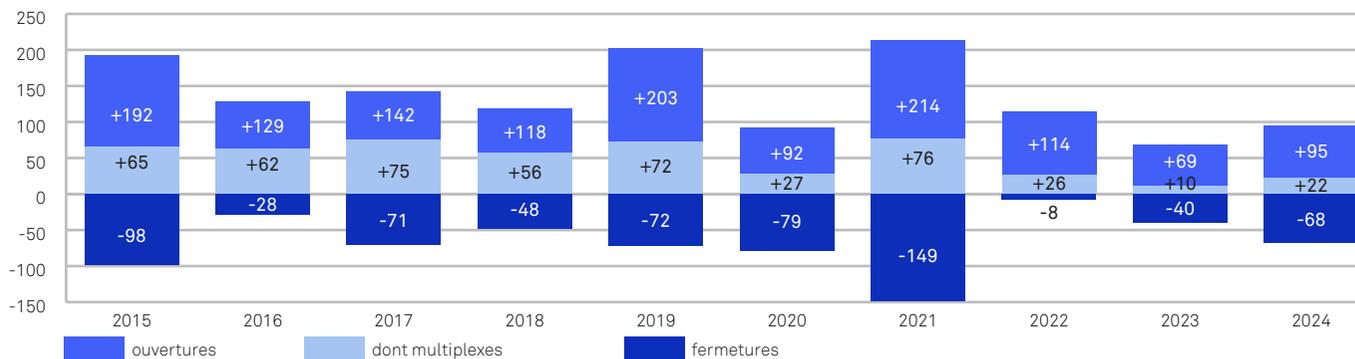
Parmi les 6 354 écrans actifs en 2024 figurent 116 circuits itinérants (111 en 2023), le plus haut niveau depuis 2013 (117 circuits).

Nombre d'établissements et d'écrans actifs¹



¹Données provisoires pour 2024.
Source : CNC – France métropolitaine.

Ouvertures et fermetures d'écrans¹



¹Données provisoires pour 2024.
Source : CNC – France métropolitaine.

78 établissements à Paris

En 2024, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 401, comme en 2023 (403 en moyenne chaque année entre 2015 et 2024). Trois cinémas ouvrent ou réouvrent en 2024 : le Pathé Palace (7 écrans) dans le IX^e arrondissement, le Pathé Géode (mono-écran) dans le XIX^e arrondissement et Le Jeu de Paume (mono-écran) dans le I^{er} arrondissement. À l'inverse, trois cinémas ferment définitivement.

Le parc parisien compte 78 établissements dont 14 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, dont la réouverture est prévue pour 2025. Le VI^e et le XIX^e arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 46 écrans regroupés dans 13 établissements et 43 écrans regroupés dans cinq établissements.

La capitale dispose de 65 378 fauteuils cinématographiques en 2024. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 838 fauteuils en 2024 (853 en 2015, soit -1,8 %) et une salle en contient 163 (186 en 2015, soit -12,6 %). Depuis 2015, le parc parisien a perdu 7 établissements, gagné 1 écran et perdu 7 150 fauteuils.

Parc cinématographique parisien¹

	établissements	écrans	fauteuils
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
2022	77	400	68 663
2023	78	401	68 400
2024	78	401	65 378

¹ Données provisoires pour 2024.
Source : CNC.

Près de 90 000 entrées en moyenne par établissement

En 2024, le nombre moyen d'entrées par établissement est relativement stable et atteint 88 462 entrées, soit +0,9 % par rapport à 2023. Le nombre moyen d'entrées par écran est également stable, à 28 569 entrées (+0,2 % par rapport à 2023). Les performances par établissement (-13,1 %) et par écran (-17,5 %) restent très en-deçà de celles observées sur la période 2017-2019.

En moyenne, un multiplexe enregistre 410 798 entrées en 2024 (422 521 en 2023, soit -2,8 %), à un niveau qui reste nettement inférieur à celui d'avant crise (-25,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Un mono-écran, lui, réalise 14 755 entrées en moyenne en 2024 (13 931 en 2023, soit +5,9 %), un recul par rapport au niveau d'avant crise bien moins important (-6,0 %). Les cinémas de 2 à 3 écrans sont ceux qui se rapprochent le plus du niveau d'avant crise : 52 908 entrées par cinéma en 2024 (50 373 en 2023), contre 54 405 en moyenne en 2017-2019, soit -2,8 %.

Nombre moyen d'entrées¹

	par établissement	par écran
2015	101 013	35 771
2016	104 308	36 495
2017	102 352	35 416
2018	98 634	33 631
2019	104 266	34 875
2020	31 976	10 652
2021	47 046	15 424
2022	73 785	24 146
2023	87 673	28 518
2024	88 462	28 569

¹ Données provisoires pour 2024.
Source : CNC – France Métropolitaine.

Net recul post-crise sanitaire des cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus tant en nombre d'établissements qu'en entrées

73,8 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 80 000 entrées en 2024 ; ils totalisent 33,6 % des écrans actifs, 34,0 % des fauteuils et 18,7 % des entrées. De leur côté, les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 3,7 % des établissements, 16,0 % des écrans, 18,8 % des fauteuils et 28,1 % de la fréquentation globale.

La part des établissements à moins de 80 000 entrées annuelles dans le parc actif baisse par rapport à 2023 (-0,6 point), et est désormais légèrement en-dessous du niveau d'avant crise (74,4 % en 2019). Dans le même temps, la part des cinémas réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées par an augmente de 1,1 point par rapport à 2023 à 22,5 % (19,3 % en 2019), plus haut niveau de la décennie, tandis que celle des cinémas à 450 000 entrées annuelles et plus baisse de 0,6 point sur un an à 3,7 % (6,3 % en 2019). En termes d'entrées, la part assumée par les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus baisse de 4,4 points à 28,1 %, toujours largement inférieure au niveau d'avant crise (45,6 % en 2019). Cette part de marché augmente pour les établissements enregistrant entre 80 000 et 450 000 entrées (+3,8 points à 53,2 %, et 38,1 % en 2019) et, dans une moindre proportion, pour les cinémas à moins de 80 000 entrées annuelles (+0,7 point à 18,7 %, 16,3 % en 2019).

À périmètre constant, 88,6 % des cinémas actifs en 2019 (1 811 cinémas sur 2 045) sont toujours dans la même tranche d'entrées en 2024. 5,8 % (118 établissements) sont aujourd'hui inactifs, 4,6 % (94 établissements) sont passés dans la tranche inférieure d'entrées et 1,1 % (22 établissements) sont passés dans la tranche supérieure. Dans le détail, sur les 129 cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus en 2019, 57 sont aujourd'hui dans la tranche de 80 000 à 450 000 entrées en 2024 (44,2 %) et un est inactif. Sur les 1 522 établissements réalisant moins de 80 000 entrées en 2019,

20 sont depuis passés dans la tranche supérieure (1,3 %) et 97 sont inactifs (6,4 %). Sur les 394 établissements réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées en 2019, 37 passent dans la tranche inférieure (9,4 %) et deux dans la tranche supérieure (0,5 %).

La part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées est légèrement en-dessous du niveau d'avant crise, à 73,8 % des cinémas actifs.

Établissements selon le nombre d'entrées¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 80 000 entrées					
2022	1 589	2 356	420 390	31,22	19 651
2023	1 531	2 159	389 509	32,56	21 265
2024	1 515	2 138	383 198	33,94	22 400
de 80 000 à 450 000 entrées					
2022	415	3 120	539 553	82,43	198 623
2023	440	2 981	498 394	89,17	202 669
2024	462	3 197	533 503	96,58	209 055
450 000 entrées et plus					
2022	57	822	177 017	38,42	673 994
2023	87	1 187	248 849	58,70	674 713
2024	75	1 019	211 795	51,01	680 068

¹ Données provisoires pour 2024.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France métropolitaine..

Un nombre d'entrées en léger recul sur un an dans les multiplexes

En 2024, 251 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France (249 en 2023), dont deux ont ouvert dans l'année, le Mégarama Boulogne-sur-Mer (62) de 14 écrans et le Cineplanet Antibes (06) de 8 écrans. Le nombre d'ouvertures est inférieur à la moyenne des 10 dernières années (cinq ouvertures en moyenne chaque année). Aucun multiplexe ne ferme en 2024 (quatre fermetures au total sur les dix dernières années).

12,2 % des établissements français sont des multiplexes en 2024. Ces derniers regroupent 44,8 % des écrans et 47,3 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 56,8 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2024 (58,3 % en 2023, 60,2 % en 2019). Au total, leur fréquentation atteint 103,1 millions d'entrées en 2024, en baisse de 2,0 % par rapport à 2023 (-15,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019), contre +0,6 % pour l'ensemble des cinémas (181,5 millions en 2024, -12,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

En moyenne, en 2024, un multiplexe compte 11 écrans (constant sur la décennie) et 2 126 fauteuils (2 160 en 2023 et 2 292 en 2015).

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 112 mono-écrans en 2024 (17,5 % des écrans et 54,2 % des établissements). Ces salles totalisent 19,4 % des fauteuils et réalisent 16,4 millions d'entrées, soit +5,2 % par rapport à 2023 (-8,8 % comparé à la moyenne 2017-2019). La part des entrées réalisées par les mono-écrans est en ligne avec la moyenne de la décennie (9,0 % en 2024, 8,7 % en moyenne sur la période 2015-2024). Les 689 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,7 % des écrans et 33,3 % des fauteuils en 2024. Ils réalisent 62,0 millions d'entrées, en hausse de 4,0 % sur un an et en recul de seulement 4,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Ils génèrent ainsi 34,2 % des entrées de l'année, plus haut niveau de la décennie (32,1 % en moyenne sur la période).

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2024

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
Cineplanet Antibes	Cineplanet	Antibes	Nice	31-janv-24	8	768
Mégarama Boulogne-sur-Mer	Mégarama	Boulogne-sur-Mer	Boulogne-sur-Mer	24-juil-24	14	1 988

Source : CNC – France métropolitaine.

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

	établissements	écrans	fauteuils ²	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
2019	232	2 666	519 431	128,43	553 558
2020	233	2 677	518 905	37,41	160 553
2021	240	2 746	528 484	56,57	235 712
2022	247	2 812	537 620	88,93	360 061
2023	249	2 830	537 931	105,21	422 521
2024	251	2 849	533 541	103,11	410 798

¹ Données provisoires pour 2024.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France métropolitaine.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2024¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 112	1 112	218 818	9,0%	14 755
2 à 3 écrans	433	1 040	167 964	12,6%	52 908
4 à 5 écrans	152	675	101 328	10,3%	122 995
6 à 7 écrans	104	678	106 845	11,2%	196 180
8 à 11 écrans	140	1 295	225 648	23,7%	306 661
12 écrans et plus	111	1 554	307 893	33,2%	542 141
total	2 052	6 354	1 128 496	100,0%	88 462

¹ Données provisoires.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France métropolitaine.

Près des 2/3 des établissements classés Art et Essai

En 2024, 1 300 cinémas sont classés Art et Essai (63,4 % des établissements cinématographiques actifs), soit 2 920 écrans (46,0 % des écrans) et plus de 478 000 fauteuils (42,4 % du nombre total de fauteuils). Depuis 2010, l'Art et Essai représente plus de 50 % des cinémas actifs (plus de 60 % depuis 2020) et plus de 40 % des écrans. En termes d'établissements, d'écrans et de fauteuils, tant en nombre qu'en part du parc total, les cinémas Art et Essai sont en très légère progression sur un an et atteignent des niveaux historiques en 2024. En 2024, 15 cinémas classé Art et Essai ferment et 60 autres perdent leur classement, quand 2 ouvrent et 80 autres déjà en activité obtiennent le classement. Par rapport à 2015, le parc Art et Essai compte 142 cinémas, 593 écrans et 60 193 fauteuils supplémentaires.

Le parc cinématographique Art et Essai est composé de 710 mono-écrans en 2024, représentant 54,6 % des établissements classés (54,2 % dans l'ensemble du parc) et 24,3 % des salles (17,5 % au global). Les cinémas de 2 à 7 écrans composent, eux, 41,7 % des établissements du parc Art et Essai (59,9 % des salles) quand cette part est de 33,6 % (37,7 % des salles) au global, soit une large sur-représentation de ces cinémas dans le parc Art et Essai. À l'inverse, les multiplexes sont sous-représentés, à 3,7 % des établissements Art et Essai (15,8 % des salles), contre 12,2 % des cinémas au global (44,8 % des salles).

En moyenne, un cinéma Art et Essai réalise 55 812 entrées en 2024, soit 36,9 % de moins que le nombre d'entrées moyen tous établissements confondus (88 462). Par rapport à 2023, ce nombre progresse davantage pour les cinémas classés (+3,5 %) que tous cinémas confondus (+0,9 %). Par ailleurs, les performances des cinémas Art et Essai se rapprochent de la moyenne 2017-2019 (-2,6 %), quand tous cinémas confondus, celle-ci en reste très éloignée (-13,1 %).

63,4 % des établissements actifs sont classés Art et Essai

Parc cinématographique Art et Essai

	établissements		écrans		fauteuils ²	
	nombre	% du parc total	nombre	% du parc total	nombre	% du parc total
2015	1 158	57,0	2 427	42,3	417 954	38,6
2016	1 163	56,9	2 440	41,8	418 033	38,1
2017	1 204	58,8	2 558	43,3	435 356	39,4
2018	1 179	57,8	2 526	42,2	428 039	38,4
2019	1 217	59,5	2 606	42,6	440 021	39,0
2020	1 237	60,6	2 709	44,2	456 166	40,7
2021	1 282	63,2	2 825	45,6	471 450	42,0
2022	1 264	61,3	2 802	44,5	465 694	41,0
2023	1 293	62,8	2 912	46,0	478 011	42,1
2024	1 300	63,4	2 920	46,0	478 147	42,4

¹ Données provisoires pour 2024.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France métropolitaine.

56,3 % des établissements équipés pour la projection numérique 3D

À fin décembre 2024, 1 141 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 55,6 % du parc total d'établissements cinématographiques (56,3 % à fin 2023). En 2024, 23 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection (19,8 % du parc itinérant), contre 24 en 2023 (21,6 % du parc).

18,7 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2024 sont des multiplexes (18,5 % en 2023) et 44,5 % sont des mono-écrans (44,3 % en 2023). Si 84,9 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2024, ce taux d'équipement baisse à 60,2 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 61,4 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 45,7 % pour les mono-écrans.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	pois dans le total (%)
2019	1 167	57,1
2020	1 160	56,8
2021	1 163	57,3
2022	1 166	56,6
2023	1 159	56,3
2024	1 141	55,6

Source : CNC – Cinégo – France métropolitaine.

5,8 % des cinémas actifs en France disposent d'une salle premium.

120 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 2024, huit technologies dites premium étaient utilisées en France :

- 4DX (créée en 2009 en Corée, association du mouvement des sièges et d'effets sensoriels),
- 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 conduit le spectateur à oublier les limites de l'écran, créée aux Etats-Unis en 1973),
- Dolby Cinema (utilise les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos, sentiment d'être au cœur de l'action avec des sons enveloppants),
- Screen X (système de projection « augmentée », l'image s'étend sur les murs latéraux pour entourer le spectateur à 270 degrés),
- LED (transposition de la qualité d'image de la technologie LED grâce à la technologie HDR),
- Sphera (utilise les technologies Dolby Atmos, EclairColor et

Établissements équipés de salles premium

	4DX	Dolby	ICE	IMAX	Led	ScreenX	Sphera	Aurore	total	pois dans le total
2020	42	10	34	16	1	5	1	-	87	4,3%
2021	43	10	40	17	2	6	1	1	96	4,7%
2022	44	11	43	19	3	8	1	1	102	4,9%
2023	50	11	44	23	3	10	1	1	111	5,4%
2024	51	13	45	26	4	14	1	1	120	5,8%

Source : CNC.

l'ajout de bandes LED sur les murs qui retranscrivent en live les couleurs du film sur les murs),

- 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 contraste saisissants et de 84 haut-parleurs pour un rendu sonore plus immersif).

En 2024, 120 établissements disposent d'au moins une salle *premium*, soit 5,8 % des cinémas actifs en France (111 en 2023, soit 5,4 %). Ils regroupent 1 422 écrans au total, dont 159 sont des salles *premium* (2,5 % du parc d'écrans actifs en 2024 et 2,2 % en 2023). Seuls 7 établissements avaient une salle premium en 2017, première année d'ouverture d'une salle de ce type en France qui se sont ensuite fortement développées. En 2018, ce sont 66 établissements (78 salles) qui en étaient équipés. Entre 2018 et 2024, le nombre d'établissements avec au moins une salle *premium* fait plus que doubler (+103,8 %) et le nombre de salles premium progresse de 81,8 %.

Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 51 et 45 établissements équipés (50 et 44 en 2023). Parmi les 120 cinémas équipés d'au moins une salle premium, 113 sont des multiplexes.

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2024 exploitent 2 760 écrans (2 702 en 2023), soit 43,4 % de l'ensemble des écrans actifs (42,7 % en 2023). Elles concentrent 54,9 % des entrées en 2024, soit 0,7 point de moins qu'en 2023.

Les Cinémas Pathé exploitent 857 salles de cinéma (13,5 % du parc national). Avec 11,2 % du parc (710 écrans), CGR est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 526 salles (8,3 % des écrans français).

Les Cinémas Pathé, premier exploitant de salles de cinéma en France métropolitaine avec 857 salles.

Principaux exploitants de salles¹

	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
nombre d'écrans										
Cinémas Pathé	895	899	870	847	857	14,6%	14,5%	13,8%	13,4%	13,5%
CGR	684	705	705	710	710	11,2%	11,4%	11,2%	11,2%	11,2%
UGC	501	507	524	528	526	8,2%	8,2%	8,3%	8,3%	8,3%
Megarama	161	191	179	218	240	2,6%	3,1%	2,8%	3,4%	3,8%
Kinépolis	141	156	156	199	198	2,3%	2,5%	2,5%	3,1%	3,1%
Cinéville	116	122	124	129	158	1,9%	2,0%	2,0%	2,0%	2,5%
MK2	70	71	71	71	71	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
<i>sous-total</i>	2 568	2 651	2 629	2 702	2 760	41,9%	42,8%	41,7%	42,7%	43,4%
total	6 127	6 192	6 298	6 327	6 354	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
nombre d'établissements										
Cinémas Pathé	86	85	81	76	77	4,2%	4,2%	3,9%	3,7%	3,8%
CGR	72	74	74	74	74	3,5%	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%
UGC	50	49	51	51	51	2,4%	2,4%	2,5%	2,5%	2,5%
Megarama	22	23	20	26	28	1,1%	1,1%	1,0%	1,3%	1,4%
Kinépolis	12	14	14	18	18	0,6%	0,7%	0,7%	0,9%	0,9%
Cinéville	15	16	16	17	20	0,7%	0,8%	0,8%	0,8%	1,0%
MK2	13	12	12	12	12	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
<i>sous-total</i>	270	273	268	274	280	13,2%	13,4%	13,0%	13,3%	13,6%
total	2 041	2 030	2 061	2 058	2 052	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
entrées										
Cinémas Pathé	14,6	21,7	33,2	37,7	35,7	22,4%	22,7%	21,8%	20,9%	19,7%
CGR	6,8	10,8	17,6	21,0	21,1	10,5%	11,3%	11,6%	11,6%	11,6%
UGC	8,2	10,9	17,3	20,0	20,2	12,5%	11,4%	11,4%	11,1%	11,1%
Megarama	1,7	2,9	4,4	5,9	6,2	2,6%	3,0%	2,9%	3,3%	3,4%
Kinépolis	2,1	3,3	5,3	7,2	6,7	3,2%	3,4%	3,5%	4,0%	3,7%
Cinéville	1,6	2,3	3,8	5,0	6,3	2,5%	2,5%	2,5%	2,8%	3,5%
MK2	1,6	2,1	3,1	3,5	3,6	2,4%	2,2%	2,0%	2,0%	2,0%
<i>sous-total</i>	36,6	53,9	84,7	100,3	99,6	56,1%	56,4%	55,7%	55,6%	54,9%
total	65,3	95,5	152,1	180,4	181,5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Exploitants cumulant plus de 1,0 % des recettes guichets en 2024. Données provisoires pour 2024.
Source : CNC – France métropolitaine.

Le parc cinématographique dans les DROM

25 établissements actifs en 2024

En 2024, 25 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer (24 en 2023), dont cinq multiplexes. Ils regroupent 86 écrans (81 en 2023). Un établissement ouvre en 2024, il s'agit de *Les Toiles du Sud*, cinéma de 5 écrans situé en Martinique.

La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec 11 cinémas, dont trois multiplexes, et 43 écrans, devant la Guadeloupe (cinq établissements dont un multiplexe, et 15 écrans), la Martinique (quatre cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant, et 17 écrans), la Guyane (trois cinémas et neuf écrans) et Mayotte (deux mono-écrans).

Au global, la France compte 2 077 cinémas et 6 440 écrans actifs en 2024. Le parc cinématographique des DROM représente ainsi 1,2 % des établissements et 1,3 % des écrans.

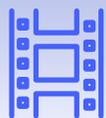
2.5

La production cinématographique

En 2024 :

1 443,8 M€ d'investissements dans la production cinématographique

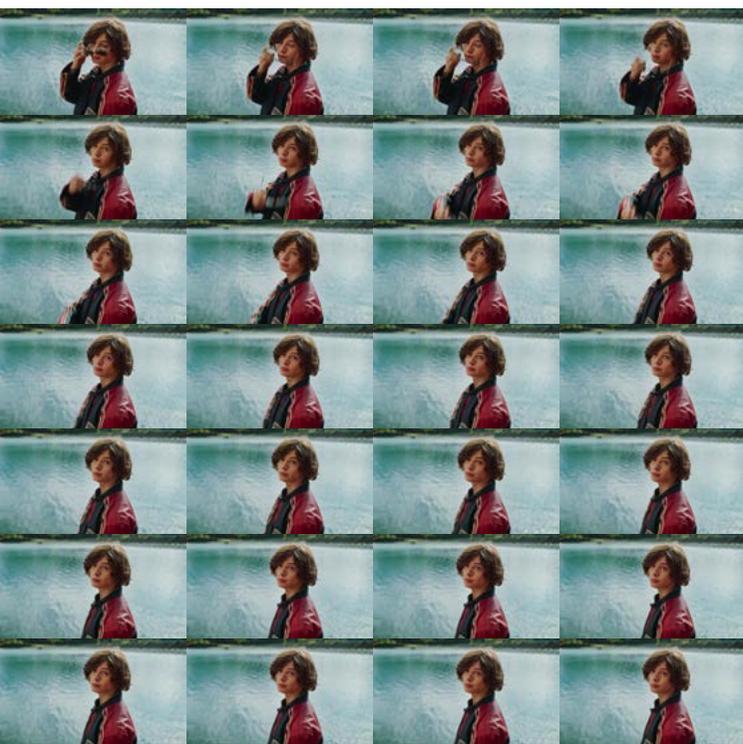
(+7,5 % par rapport à 2023)



309

films agréés

(+11 films par rapport à 2023)



179

films intégralement français

(+1 film par rapport à 2023)



130

films en coproduction internationale

avec 39 pays différents

(+10 films par rapport à 2023)



Le financement de la production

Remarques méthodologiques

Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2024 (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.

Vitalité de la production française, avec un nombre de films agréés au plus haut

Avec 309 films agréés en 2024, la production de films français est en hausse par rapport aux 298 films produits en 2023 (+3,7 %) et dépasse le niveau d'avant crise (300 films agréés en moyenne sur la période 2017-2019, soit +2,9 %). La production agréée atteint ainsi son deuxième plus haut niveau historique après 2021 (340 films), année qui avait bénéficié d'un fort effet de rattrapage après une année 2020 marquée par la crise sanitaire, entraînant l'arrêt des tournages pendant 2 mois et demi et le report de nombreux projets.

Le nombre de films d'initiative française recule néanmoins très légèrement par rapport à 2023 (-5 films, -2,1 %), retrouvant un niveau proche de celui d'avant crise (-2 films, -0,9 %). Les 231 films d'initiative française agréés en 2024 se décomposent en 179 films 100 % français (volume

stable par rapport à 2023 et par rapport à 2017-2019) et 52 coproductions majoritairement françaises (-6 films par rapport à 2023 et comme entre 2017 et 2019). Au total, 130 coproductions ont été agréées en 2024, un volume en hausse porté par les films à majorité étrangère (78 en 2024, contre 62 en 2023 et 67 en moyenne sur la période 2017-2019).

La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est stable, à 93,5 % en 2024, contre 94,9 % en 2023 et 94,0 % en moyenne entre 2017 et 2019. 15 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère, contre 12 en 2023.

Nombre de films agréés

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films d'initiative française	234	221	222	237	240	188	265	208	236	231
dont films intégralement français	158	159	177	182	185	151	197	143	178	179
et films de coproduction	76	62	45	55	55	37	68	65	58	52
films à majorité étrangère	66	62	78	63	61	49	75	79	62	78
total films agréés	300	283	300	300	301	237	340	287	298	309

Source : CNC.

309 films agréés en 2024, niveau le plus haut après 2021 (340 films), année de rattrapage post-crise sanitaire.

Croissance des investissements dans les films d'initiative française

Les investissements dans la production de films d'initiative française atteignent 1 176,6 M€, en hausse de 4,2 % par rapport à 2023, pour un nombre de films en léger recul de 2,1 %. Comparé à l'avant crise, les investissements sont à un niveau très élevé (+19,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019) pour un nombre de films équivalent (-0,9 %). En 2024, le niveau d'investissement est le troisième plus haut enregistré, derrière 2008 (1 259,2 M€) et 2016 (1 208,8 M€). Cette hausse est d'abord portée par les apports français dans les films d'initiative française qui atteignent 1 120,5 M€ (+6,0 % par rapport à 2023 et +22,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019). En revanche, les apports étrangers reculent, à 56,1 M€, une diminution de 21,4 % sur un an, et à 17,2 % en-dessous du niveau pré-pandémique (67,8 M€ en moyenne chaque année entre 2017 et 2019).

1 176,6 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2024.

Investissements dans les films agréés (M€)

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films d'initiative française	investissements français	923,7	1 123,8	1 034,3	890,5	820,9	604,9	1 070,1	848,2	1 057,2	1 120,5
	investissements étrangers	100,1	85,0	54,6	66,4	82,5	36,4	52,1	66,4	71,6	56,1
	total	1 023,8	1 208,8	1 088,9	956,9	903,4	641,3	1 122,2	914,6	1 128,8	1 176,6
films à majorité étrangère	investissements français	46,5	40,8	53,2	36,1	39,1	24,9	42,7	50,3	48,8	48,3
	investissements étrangers	153,9	138,9	185,8	132,5	174,1	115,4	190,8	217,3	165,9	218,9
	total	200,4	179,7	239,0	168,6	213,2	140,3	233,4	267,6	214,7	267,2
total films agréés	investissements français	970,2	1 164,6	1 087,5	926,7	860,0	629,8	1 112,8	898,5	1 106,0	1 168,8
	investissements étrangers	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	283,7	237,5	275,0
	total	1 224,2	1 388,5	1 327,9	1 125,5	1 116,6	781,5	1 355,6	1 182,2	1 343,5	1 443,8

Source : CNC.

Des coproductions internationales plus nombreuses en 2024

Le nombre de coproductions internationales augmente en 2024 par rapport au niveau de 2023 (120 films), à 130 films, dépassant le niveau moyen 2017-2019 (119 films). Les films de coproduction internationale composent 42,1 % de l'ensemble des films agréés, contre 40,3 % en 2023 et 39,6 % entre 2017 et 2019. Ces films ont été coproduits avec 39 pays partenaires, contre 38 en 2023 et 42 en moyenne sur la période 2017-2019.

Les coproductions internationales à majorité française restent nombreuses : 52 en 2024, soit une baisse de 10,3 % par rapport à 2023 (58), mais un nombre en ligne avec la moyenne 2017-2019 (52). Le nombre de coproductions à majorité étrangère atteint 78 films, soit 16 de plus qu'en 2023, et le deuxième plus haut niveau historique derrière 2022 (79 films).

En 2024, le devis moyen des coproductions internationales baisse, à 3,66 M€, soit -9,3 % par rapport à 2023 et -2,2 % par rapport à 2017-2019. Ce recul s'observe principalement sur le devis moyen des coproductions à majorité française qui s'élève en 2024 à 4,01 M€ (-13,7 % par rapport à 2023 et -13,1 % par rapport à 2017-2019), tandis que celui des coproductions à majorité étrangère est relativement stable sur un an, à 3,43 M€ (-1,1 % par rapport à 2023 mais +11,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

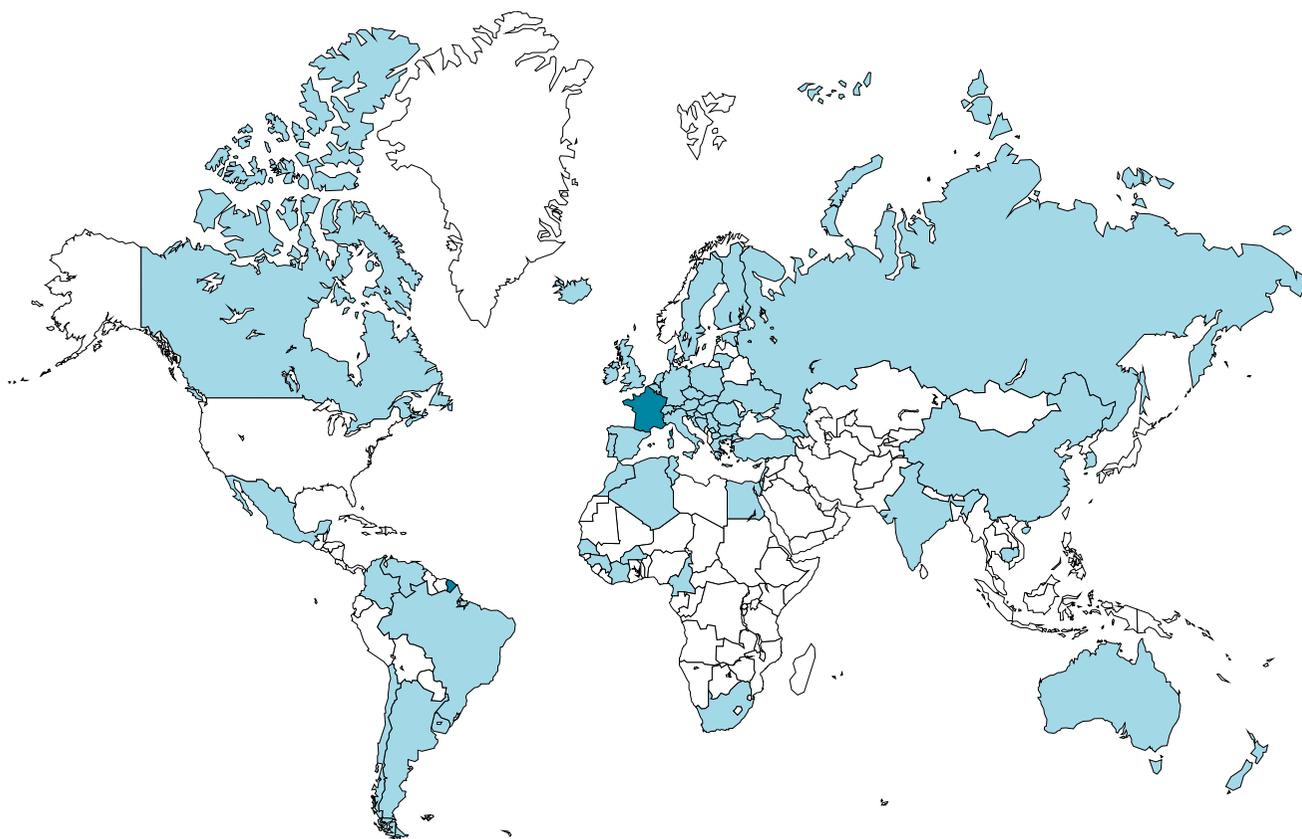
Coproductions internationales en 2024

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	52	78	130
investissements français (M€)	152,3	48,3	200,5
investissements étrangers (M€)	56,1	218,9	275,0
investissements totaux (M€)	208,4	267,2	475,5

Source : CNC.

130 films sont coproduits avec 39 partenaires étrangers en 2024.

Carte des 61 accords de coproduction en 2024



Source : CNC.

Nombre de films coproduits en 2024

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

Europe

Allemagne	22
Autriche	1
Bulgarie	4
Belgique	47
Croatie	1
Danemark	3
Espagne	13
Estonie	1
Finlande	2
Grande-Bretagne	4
Grèce	6
Hongrie	3
Italie	17
Lettonie	1
Lituanie	3
Luxembourg	6
Norvège	2
Pays-Bas	6
Pologne	3
Portugal	3
République Tchèque	1
Roumanie	3
Suède	2
Suisse	12

Hors Europe

Algérie	3
Bésil	2
Cameroun	1
Canada	5
Chili	2
Chine	1
Colombie	2
Egypte	1
Equateur	1
Inde	1
Israël	5
Malaisie	1
Maroc	2
Palestine	2
Tunisie	5

Source : CNC

Source : CNC.

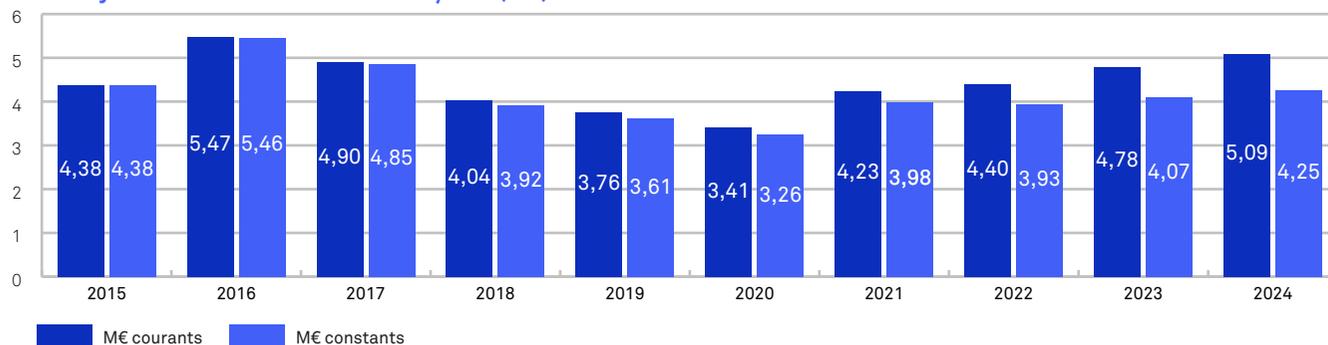
Un devis moyen qui repasse la barre des 5 M€

Pour la quatrième année consécutive, le devis moyen des films d'initiative française progresse et atteint 5,09 M€, soit une hausse de 6,5 % par rapport à 2023 et le plus haut niveau depuis 2016 (5,47 M€). Cette tendance se confirme également en excluant les films à budget exceptionnel qui pourraient tirer la moyenne vers le haut. Deux films agréés en 2024 présentent un devis supérieur à 40 M€ (*Projet D – Love story* de Luc Besson et *Chien 51* de Cédric Jimenez). Sans eux, le devis moyen s'établit à 4,76 M€. En 2023, en excluant le film agréé avec un devis supérieur à 40 M€ (*Le Comte de Monte-Cristo* d'Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte), le devis moyen s'établissait à 4,62 M€.

L'augmentation du devis moyen des films d'initiative français se vérifie également en euros constants, prenant en compte l'inflation importante de ces dernières années, puisqu'il atteint 4,25 M€ en 2024, contre 4,07 M€ en 2023, soit une progression de 3,5 % et, là encore, le plus haut niveau depuis 2017 (4,85 M€).

Les films 100 % français présentent un devis moyen de 5,41 M€, en hausse de 12,0 % par rapport à 2023 (4,83 M€) et de 31,7 % par rapport à 2017-2019 (4,11 M€). En euros constants (base 100 : 2015), le devis moyen des films 100 % français s'établit à 4,51 M€, contre 4,11 M€ en 2023, soit une hausse légèrement moindre sur un an (+9,8 %) et au plus haut niveau depuis 2017 (5,00 M€).

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



Source : CNC.

Une production d'animation toujours dynamique, fort rebond des documentaires

La majeure partie des films agréés sont des films de fiction (79,0 % en 2024). Le nombre de documentaires repart à la hausse en 2024 à 52 films, contre 40 titres en 2023. Le nombre de films d'animation est plus restreint et fluctuant, mais dans une dynamique positive depuis 2018 ; en 2024, il se maintient à un niveau élevé, à 13 films et retrouve son niveau de 2022 après avoir enregistré un record en 2023 (18 films).

Nombre de films agréés selon le genre

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
fiction	226	173	280	220	240	244
dont FIF ¹	179	133	214	159	191	180
documentaires	65	52	50	54	40	52
dont FIF ¹	56	48	44	43	33	42
animation	10	12	10	13	18	13
dont FIF ¹	5	7	7	6	12	9
total	301	237	340	287	298	309
dont FIF ¹	240	188	265	208	236	231

¹ Films d'initiative française.

Source : CNC.

Une production de films à devis élevé (7 M€ ou plus) au plus haut depuis 2015

En 2024, 15 films d'initiative française ont un devis supérieur ou égal à 15 M€, soit le nombre le plus élevé depuis 2012 (18 films), ex-aequo avec 2016. Ils représentent 6,5 % des agréments (4,0 % en moyenne entre 2017 et 2019), pour 31,5 % des investissements (20,3 % entre 2017 et 2019). Parmi eux, huit films d'initiative française ont un devis supérieur à 20 M€ en 2024, deux fois plus que la moyenne 2017-2019 (4 films par an). Plus largement, le nombre de films à gros budget, soit un devis de 7 M€ ou plus, progresse, avec 50 films en 2024, soit 13 de plus qu'en 2023. Il s'agit du plus haut niveau enregistré depuis 2015 (51 films).

Avec 56 films en 2024, le nombre de films à moins de 1 M€ remonte après une année à son plus bas niveau (44 films en 2023) depuis 2010 (40 films). Ces films représentent 24,2 % des agréments (18,6 % en 2023 et 27,3 % en moyenne sur la période 2017-2019) et seulement 2,3 % des investissements en 2024 (respectivement 1,8 % et 2,7 %).

86 films d'initiative française ont un budget compris entre 1 M€ et 4 M€ en 2024, contre 99 en 2023 et 81 en moyenne sur la période 2017-2019. Ces films représentent 37,2 % des agréments (41,9 % en 2023, 34,6 % en moyenne entre 2017 et 2019) pour 18,4 % des investissements (22,8 % en 2023 et 19,9 % entre 2017 et 2019).

Enfin, 39 films d'initiative française disposent d'un devis entre 4 M€ et 7 M€ en 2024, en net recul comparé à 2023 (56 films). Ces films représentent 16,9 % des agréments en 2024, une part en baisse par rapport à 2023 (23,7 %) et par rapport à la période 2017-2019 (21,2 %). Ils représentent 18,6 % des investissements en 2024, contre 26,6 % en 2023 et 27,9 % entre 2017 et 2019.

Films d'initiative française selon le devis

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
10 M€ ou plus	27	24	22	15	23	13	19	19	21	27
7 M€ à 10 M€	24	16	27	18	13	13	19	20	16	23
5 M€ à 7 M€	26	37	35	33	34	18	30	20	31	27
4 M€ à 5 M€	7	6	14	23	9	19	29	13	25	12
2 M€ à 4 M€	50	43	52	50	52	41	71	58	76	56
1 M€ à 2 M€	36	28	24	29	35	16	30	25	23	30
moins de 1 M€	64	67	48	69	74	68	67	53	44	56
total	234	221	222	237	240	188	265	208	236	231

Source : CNC.

Le devis moyen des premiers films au plus haut niveau depuis 2010

118 premiers et deuxièmes films ont été agréés, en 2024, soit 51,1 % de la production d'initiative française (112 films, soit 47,5 % en 2023), une part équivalente à la moyenne des vingt dernières années (51,4 % depuis 2004). 70 films, soit 30,3 % des films d'initiative française agréés en 2024, sont des premiers films, en léger recul par rapport à 2023 (75 films, soit 31,8 %) mais dans une proportion stable par rapport à la moyenne des vingt dernières années (70 films, 33,1 %). Les 48 deuxièmes films constituent 20,8 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés, contre 15,7 % en 2023 (37 deuxièmes films), à un niveau supérieur à la période pré-crise (18,7 % et 44 deuxièmes films par an en moyenne sur la période 2017-2019).

En 2024, le devis d'un premier film atteint, en moyenne, 3,62 M€, en hausse de 18,9 % par rapport à l'année précédente (+56,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et le plus haut niveau enregistré depuis 2010 (3,65 M€ en moyenne pour un premier film). Le devis moyen des deuxièmes films atteint 3,70 M€, en baisse de 12,4 % par rapport à 2023 (+2,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019). L'écart entre le devis moyen des premiers films et celui des deuxièmes films est le plus faible des 20 dernières années (-2,1 %). À noter que le devis moyen des premiers films est toujours inférieur à celui des

deuxièmes films, excepté en 2014, année qui compte trois premiers films à plus de 10 M€ : *la Tortue rouge* de Michaël Dudok de Wit, *Papa ou maman* de Martin Bourboulon et *les Nouvelles Aventures d'Aladin* d'Arthur Benzaquen.

Par ailleurs, 27 films d'initiative française agréés en 2024 sont des troisièmes films (21 en 2023), représentant ainsi 11,7 % de l'ensemble des productions d'initiative française (8,9 % en 2023). En 2024, le devis moyen des troisièmes films s'établit à 5,91 M€, en baisse de 31,9 % par rapport à 2023 (8,68 M€), année portée par la présence de trois troisièmes films à budget important : *De Gaulle Partie 2*, *l'Amour Ouf* et *Monsieur Aznavour*. En 2022, le devis moyen des troisièmes films s'établissait à 5,12 M€.

70 premiers films en 2024, soit 30,3 % des films d'initiative française agréés.

Premiers et deuxièmes films d'initiative française

	premiers films		deuxièmes films	
	nombre	% des FIF ¹	nombre	% des FIF ¹
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
2022	64	30,8	39	18,8
2023	75	31,8	37	15,7
2024	70	30,3	48	20,8

¹ Films d'initiative française.
Source : CNC.

Remarques méthodologiques

Dans la partie qui suit, les « apports des producteurs français » correspondent à la part de financement que les sociétés de production doivent assumer pour couvrir le devis des films. Ils correspondent au reste à financer et peuvent être, en partie ou dans leur totalité, couverts soit par l'obtention de financements complémentaires non identifiés au moment de l'agrément des investissements, soit par un coût de production du film inférieur au devis. Au-delà du pré-financement, les « apports des producteurs français » correspondent à la prise de risque financière assumée par les producteurs sur les futures remontées de recettes issues des différents modes d'exploitation des films. Ils peuvent donc recouvrir aussi bien des dispositifs comme le crédit d'impôt cinéma, que des salaires et frais généraux en participation ou des apports en numéraire.

Les apports des diffuseurs à leur plus haut niveau historique

En 2024, les producteurs français demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française au stade de l'agrément des investissements, devant les diffuseurs. Les apports des producteurs affichent en 2024 une progression de 7,3 % par rapport à 2023, pour atteindre 469,4 M€ et s'établir ainsi à 30,6 % au-dessus de la moyenne 2017-2019 (respectivement +6,0 % et +22,4 % au global des devis). Leurs apports représentent 39,9 % des devis, en hausse de 1,2 point par rapport à 2023, à un niveau qui reste élevé depuis la bonification du crédit d'impôt en 2016.

Les investissements des diffuseurs dans le financement des films d'initiative française (préachats et apports en coproduction) atteignent, en 2024, 411,6 M€, le plus haut niveau historique, en hausse de 7,2 % par rapport à 2023 (+39,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les diffuseurs financent ainsi les films d'initiative française à hauteur de 35,0 % du devis en moyenne, part la plus élevée depuis 2015 (35,5 %).

En 2024, les minima garantis (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française s'établissent à 123,1 M€, en hausse de 11,3 % par rapport à 2023 (110,6 M€) mais toujours inférieurs de 13,7 % à la moyenne 2017-2019 (142,7 M€). L'ensemble des MG, y compris les MG pour la vente des films sur les marchés étrangers hors pays coproducteurs, finance 10,5 % des devis des films d'initiative française en 2024, en légère hausse par rapport à 2023 (9,7 %), qui avait atteint un point bas après plusieurs années de recul.

La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française baisse à 2,4 % en 2024 (3,1 % en 2023). En valeur, les apports des SOFICA baissent, à 28,4 M€ en 2024, soit -17,7 % par rapport à 2023 (34,5 M€), et -21,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (36,2 M€).

Les apports étrangers, à 56,1 M€, sont en fort repli de 21,4 % par rapport à 2023 et de 17,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Ces apports assurent 4,8 % du financement des films d'initiative française, en recul par rapport à 2023 (-1,5 point).

Les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) s'établissent en 2024 à 89,2 M€, un montant inférieur de 4,5 % à 2023, mais à un niveau légèrement supérieur à celui d'avant crise (86,9 M€ en 2017-2019, soit +2,7 %). Cette baisse sur un an des financements publics intervient dans un contexte de hausse des investissements dans la création cinématographique d'initiative française (+4,2 %), d'où un taux de couverture des aides publiques en léger repli : 7,6 % des devis des films d'initiative française en 2024 sont couverts par ces aides, contre 8,3 % en 2023 et 8,8 % entre 2017 et 2019.

En 2024, les financements publics atteignent 89,2 M€, en baisse de 4,5 % par rapport à 2023.

Les diffuseurs, premiers financeurs des films dits 'du milieu'

La structure de financement des films d'initiative française est étroitement corrélée au montant total du devis. Les aides publiques (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) représentent 13,4 % du financement des films à moins de 4 M€ en 2024, contre 5,9 % des films au devis supérieur ou égal à 7 M€. À l'inverse, la part des MG est plus élevée pour les films à devis élevé (12,0 % des financements en 2024 pour les films de 7 M€ et plus) que pour les films dont le devis est inférieur à 4 M€ (5,6 % des financements).

En 2024, la part de financement assurée par les producteurs français atteint 59,5 % pour les films à moins de 1 M€ et 41,1 % pour les films avec un devis de 7 M€ ou plus, contre 39,2 % pour les films de 1 M€ à 4 M€ et 34,1 % pour ceux entre 4 M€ et 7 M€. La part des diffuseurs est faible dans le financement des films à moins de 1 M€ (6,2 %), tandis qu'elle représente 28,4 % pour les films entre 1 M€ et 4 M€, et jusqu'à 39,7 % pour les films de 4 M€ à 7 M€, ce qui en fait la première source de financement pour ces films dits 'du milieu'.

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
investissements français	90,2	93,0	95,0	93,1	90,9	94,3	95,4	92,7	97,3	95,2
apport des producteurs français ¹	30,5	38,1	34,9	37,8	37,1	38,2	37,1	39,5	38,8	39,9
apports des SOFICA	3,4	2,4	3,8	3,6	3,6	4,5	3,2	3,1	3,1	2,4
soutien automatique du CNC ²	2,5	2,2	3,8	3,9	3,5	2,1	3,6	2,1	2,1	2,6
aides sélectives du CNC et aides régionales ³	4,8	4,2	4,6	5,4	5,5	5,9	6,4	5,8	6,1	5,0
diffuseurs ⁴	35,5	25,4	31,9	28,6	29,1	31,4	30,1	29,7	34,0	35,0
minima garantis ⁵	13,6	20,7	16,0	13,8	12,0	12,3	15,0	12,5	9,5	10,4
investissements étrangers	9,8	7,0	5,0	6,9	9,1	5,7	4,6	7,3	6,3	4,8
<i>minima garantis sur mandats étrangers (part étrangère)</i>	<i>0,6</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>	<i>0,9</i>	<i>0,1</i>	<i>0,3</i>	<i>0,3</i>	<i>0,2</i>	<i>0,1</i>
total	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.

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 diffuseurs.

Les diffuseurs financent 171 films d'initiative française, soit 74,0 % des films d'initiative française agréés.

Un nombre de films financés par les diffuseurs au-dessus de la moyenne pré-crise

En 2024, les diffuseurs (payants et gratuits) ont financé 192 films, soit 62,1 % des films agréés (-4,5 % par rapport à 2023, mais un niveau qui reste supérieur de 6,7% à la moyenne de la décennie). En particulier, 171 films d'initiative française ont bénéficié d'apports de diffuseurs : 74,0 % des films d'initiative française agréés, soit 5,8 points de plus que la moyenne observée entre 2017 et 2019 (68,2 %).

La chaîne Canal+ reste de loin le premier diffuseur tant en termes de nombre de films d'initiative française pré-financés (111 en 2024) qu'en termes d'apports (147,1 M€), représentant 48,1 % du total des investissements des diffuseurs. Parmi les chaînes gratuites, TF1 est le premier financeur (20 films d'initiative française financés à hauteur de 49,0 M€) et France 3 la première chaîne en nombre de films d'initiative française financés (29 films pour un total de 24,4 M€). 2024 voit également la montée en puissance des services de VàDA dans le financement de la création cinématographique française : ces derniers investissent dans 45 films en 2024 (40 en 2023, soit +12,5 %) pour 76,4 M€ d'apports (48,2 M€ en 2023, soit +58,4 %).

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
nombre de films	135	105	128	116	108	90	126	91	136	125
dont FIF ²	123	98	117	107	99	85	115	84	123	113
coproductions (M€)	57,5	43,9	52,4	45,8	44,9	35,8	54,9	39,3	57,8	49,7
préachats (M€)	100,5	80,7	99,4	75,4	76,7	56,6	89,1	72,0	98,3	109,7
total des apports (M€)	157,9	124,7	151,8	121,2	121,6	92,4	144,0	111,2	156,1	159,5
apport moyen par film (M€)	1,2	1,2	1,2	1,0	1,1	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3
devis moyen des films concernés (M€)	6,5	9,2	7,4	6,8	6,8	6,2	7,0	7,2	7,2	7,9
% du devis des films concernés	18,1	13,0	16,1	15,4	16,6	16,6	16,2	16,9	16,1	16,1

¹ Chaînes en clair dont les investissements sont recensés : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, France 4, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, France Ô.

² Films d'initiative française.

Source : CNC.

Les chaînes en clair financent 125 films au total, soit 40,5 % des films agréés.

Progression de l'apport moyen par film des chaînes en clair

En 2024, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des diffuseurs (gratuits et payants) diminue, à 38,7 % (39,3 % en 2023), soit un niveau 6,0 points sous la moyenne 2017-2019 (44,7 %). Les chaînes en clair investissent à hauteur de 159,5 M€ en 2024, en hausse de 2,2 % par rapport à 2023 (156,1 M€) et 21,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (131,5 M€). Ces investissements sont constitués à 68,8 % de préachats de droits de diffusion (63,0 % en 2023) et à 31,2 % d'apports en coproduction (37,0 % en 2023).

En 2024, les chaînes en clair (TF1, France 2, France 3, M6, Arte, C8, TMC et W9) financent 125 films au total, dont 113 d'initiative française, soit 40,5 % des films agréés et 48,9 % des films d'initiative française, un niveau légèrement supérieur aux années d'avant crise : entre 2017 et 2019, elles préachetaient 39,1 % des films agréés et 46,2 % des films d'initiative française.

En moyenne, ces chaînes apportent 1,28 M€ aux films qu'elles financent en 2024 (1,15 M€ en 2023, soit +11,3 %, et 1,12 M€ en moyenne entre 2017 et 2019, soit +14,3 %). Plus précisément, elles apportent en moyenne 1,37 M€ pour les films d'initiative française (1,18 M€ en moyenne entre 2017 et 2019, soit +16,1 %) et 342,5 K€ pour les coproductions minoritaires (496,6 K€ en moyenne entre 2017 et 2019, soit -31,0 %).

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2024 : détail par chaîne¹

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT ²	total ³
nombre de films	20	27	29	15	17	42	125
total des apports (M€)	49,0	33,6	24,4	33,5	5,5	9,9	159,5
préachats (M€)	35,7	19,7	14,0	25,0	1,7	9,9	106,0
coproductions (M€)	13,3	13,9	10,3	8,5	3,7	-	49,7
apport moyen par film (M€)	2,4	1,2	0,8	2,2	0,3	0,2	1,3
devis moyen des films concernés (M€)	12,8	8,2	6,0	12,0	4,9	10,8	7,9
% du devis des films concernés	19,0	15,2	14,0	18,5	6,5	2,2	16,1

¹ 35 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair en 2024.

² Trois chaînes de la TNT gratuite investissent en 2024 : C8, W9 et TMC.

³ Incluent les apports du groupe France TV (sans précision de la chaîne).

Source : CNC.

Les investissements des chaînes en clair s'établissent à 159,5 M€, soit 38,7 % de l'ensemble du financement des diffuseurs.

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. Depuis 2021, les apports des services de vidéo à la demande sont inclus dans le total des diffuseurs payants.

Niveau historique des investissements des diffuseurs payants, porté par les services de VàDA

En 2024, les investissements des diffuseurs payants (Canal+, Ciné+, OCS, TV5 Monde, Disney+, Netflix, Prime Video, Max) s'établissent à 261,3 M€, soit une hausse de 8,3 % par rapport à 2023 et de 49,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Cette forte augmentation est liée aux investissements croissants des services de VàDA post-crise sanitaire suite à la mise en application du décret SMAD en juillet 2021 (bond des investissements entre 2021 et 2024, de 0,9 M€ à 76,4 M€). Les diffuseurs payants représentent 62,1 % des apports des diffuseurs, en hausse de 1,4 point par rapport à 2023, part nettement plus élevée que la moyenne 2017-2019 (57,0 %). Les services de VàDA représentent 18,2 % des investissements de l'ensemble des diffuseurs dans la production agréée en 2024 (12,1 % en 2023).

Le nombre de films préachetés par les diffuseurs payants diminue de 6,3 % par rapport à 2023 et de 7,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019, pour s'établir à 180 films au total (58,3 % des films agréés), dont 165 d'initiative française (71,4 % des films d'initiative française agréés). Le devis moyen des films d'initiative française préachetés atteint 6,43 M€ en 2024, en hausse de 8,7 % par rapport à 2023. Les diffuseurs payants apportent, en moyenne, 1,55 M€ aux films d'initiative française qu'ils financent (1,31 M€ en 2023) et couvrent 24,2 % de leur devis (22,2 % en 2023).

Les services de VàDA (Disney+, Netflix, Prime Video et Max) financent 45 films, tous d'initiative française, contre 40 en

2023 et 17 en 2022. Cela correspond à 19,5 % des films d'initiative française agréés dans l'année. Le montant total des investissements de ces services s'élève, en 2024, à 76,4 M€, contre 48,2 M€ en 2023, couvrant en moyenne 17,8 % du devis des films concernés (13,4 % en 2023). Pour 20 de ces 45 films, les services sont le seul diffuseur payant (dont 19 financés par Netflix) et pour 6 d'entre eux, financés par Netflix, le seul diffuseur au global.

Les diffuseurs payants préachètent 180 films au total, soit 58,3 % des films agréés, et investissent 261,3 M€.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films	168	150	177	164	160	120	209	152	192	180
dont FIF ²	152	141	154	154	147	109	190	135	178	165
préachats (M€)	220,0	190,4	211,5	160,5	151,6	113,0	205,5	169,5	241,4	261,3
apport moyen par film (M€)	1,3	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	1,0	1,1	1,3	1,4
devis moyen des films concernés (M€)	6,2	8,1	6,2	5,8	5,8	5,4	5,5	5,6	6,0	6,4
% du devis des films concernés	21,1	15,7	19,3	17,0	16,4	17,3	17,9	20,0	21,0	22,5

¹ Diffuseurs payants dont les investissements sont recensés : 13^{ème} Rue, CMA CGM, Canal+, Ciné+, OCS, TV5 Monde, UniversCiné et les services de VàDA Disney+, Netflix, Prime Video et Max.

² Films d'initiative française.
Source : CNC.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés en 2024 : détail par diffuseur¹

	Canal+	Ciné+	OCS	services de VàDA	total ²
films	123	122	17	45	180
dont FIF ³	111	108	17	45	165
préachats (M€)	147,1	20,6	15,4	76,4	261,3
préachat moyen par film (M€)	1,3	0,2	0,9	1,7	1,4
devis moyen des films concernés (M€)	6,7	5,6	6,6	9,5	6,4
% du devis des films	17,6	3,1	13,6	17,8	22,5

¹ 116 films sont financés simultanément par deux diffuseurs payants en 2024, 10 films par trois diffuseurs payants et un film par quatre diffuseurs payants.

² Inclut TV5 Monde et UniversCiné.

³ Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les services de VàDA financent 45 films en 2024 à hauteur de 76,4 M€ (+58,4 % par rapport à 2023).

Un quart des films d'initiative française sans apport diffuseur

En 2024, 60 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement de diffuseurs, soit 26,0 % des films d'initiative française agréés, contre 22,0 % en 2023 et 31,8 % entre 2017 et 2019. Il s'agit du deuxième plus bas niveau enregistré sur la décennie, derrière 2023. La grande majorité des films d'initiative française sans financement de diffuseur présente des devis inférieurs à 1 M€ (70,0 %). Leur devis moyen s'établit à 1,68 M€ (0,84 M€ en 2023), contre 5,09 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française. 26 de ces films sont des documentaires, soit 61,8 % de l'ensemble des documentaires d'initiative française de l'année (65,1 % sur la décennie). En 2024, deux films d'animation avec un devis de plus de 15 M€ n'ont pas d'apport diffuseur dans leur plan de financement prévisionnel, *Urban Jungle* et *High in the Clouds*.

Léger recul de la durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française de fiction

Le nombre de jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 5 738 en 2024, en baisse de 10,0 % par rapport à 2023, pour 11 films de moins (-5,8 %). Le nombre de jours de tournage est également en baisse (-9,0 %) par rapport à la moyenne 2017-2019 (6 307 jours par an en moyenne entre 2017 et 2019), pour un nombre de films équivalent (180 films en 2024 et 181 par an en moyenne sur la période 2017-2019). La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française se réduit ainsi progressivement à 32 jours en 2024, soit un jour de moins qu'en 2023 et trois jours de moins qu'entre 2017 et 2019. Le nombre de jours de tournage à l'étranger revient à son niveau d'avant crise, avec 1 449 jours, soit +9,6 % par rapport à 2023 et +0,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Au contraire, le nombre de jours de tournage sur le territoire français descend à 4 289 en 2024, contre 5 055 en 2023 (-15,2 %) et 4 871 en moyenne par an entre 2017 et 2019 (-11,9 %). Cette baisse concerne essentiellement les tournages en décors naturels (760 jours

de moins qu'en 2023), tandis que le nombre de jours de tournage en studio est relativement stable sur un an (-6 jours) et progresse légèrement par rapport à l'avant crise (+17 jours). 74,7 % des jours de tournage sont ainsi effectués en France, en baisse par rapport à 2023 (79,3 %) et au plus bas niveau depuis 2016 (74,1 %).

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

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
jours de tournage en France	4 731	4 514	5 064	4 722	4 827	3 590	5 949	4 136	5 055	4 289
dont:										
extérieur en France	4 550	4 232	4 755	4 456	4 536	3 388	5 730	3 918	4 733	3 973
studios en France	181	282	309	266	291	202	219	218	322	316
jours de tournage à l'étranger	2 116	1 566	1 496	1 524	1 288	651	997	1 216	1 322	1 449
total	6 847	6 080	6 560	6 246	6 115	4 241	6 946	5 352	6 377	5 738

Source : CNC.

74,7 % des jours de tournage sont réalisés en France, au plus bas niveau depuis 2016 (74,1 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *La production cinématographique en 2024*

- 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. En 2024, 44,6 % des films d'initiative française agréés ont bénéficié d'une exploitation commerciale en salles la même année, 48,5 % sont sortis en salles en 2023, six films en 2022 et dix n'ont pas encore été exploités.

233 films agréés en production, au plus haut niveau

En 2024, 233 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production, soit 12 de plus qu'en 2023 et sept de plus qu'en 2022, précédent record lié à un effet rattrapage post-crise sanitaire (les salles ayant fermé pendant 162 jours en 2020 et 138 jours en 2021). Le nombre de films agréés dépasse le niveau pré-pandémique de 10,4 % (211 films en moyenne par an entre 2017 et 2019).

Le total des dépenses effectuées par les films agréés est en hausse par rapport à 2023 et au niveau d'avant crise : 1 158,0 M€ de dépenses en 2024, soit +27,2 % par rapport à 2023 et +16,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

Des dépenses à l'étranger plus que doublées

En 2024, 242,9 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, soit un montant multiplié par plus de 2 par rapport à 2023 (116,3 M€, +108,9 %) et au plus haut niveau depuis 2003 (première année du suivi statistique des coûts définitifs). Cette hausse est portée principalement par le film d'animation *Miraculous le film* qui réalise la majorité de ses dépenses à l'étranger.

Le nombre de films ayant eu des dépenses à l'étranger progresse de 11,0 % par rapport à 2023 à 171 films, également au plus haut niveau historique. 73,4 % des films d'initiative française agréés effectuent ainsi des dépenses à l'étranger en 2024 (69,7 % en 2023), une part record.

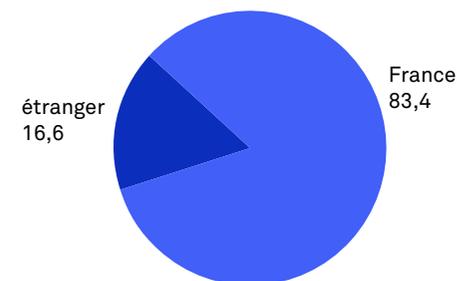
Parmi les 192 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2024, 141 films (73,4 %) font l'objet de dépenses à l'étranger, contre 131 en 2023 (68,9 %), en hausse par rapport à la moyenne des 10 dernières années (115 films, 70,6 %). Le montant total des dépenses hors de France des films de fiction s'établit à 167,9 M€, en forte croissance par rapport à 2023 (+62,6 %) et par rapport à la moyenne de la décennie (138,4 M€, +21,3 %). La part des dépenses effectuées à l'étranger est en hausse, à 16,6 % des dépenses totales, contre 12,1 % en 2023 mais inférieure au niveau de 2019 (21,1 %). En 2024, 22 films de fiction effectuent plus de 2 M€ de dépenses hors territoire national, contre 12 en 2023 et 20 en 2019.

23 des 34 documentaires d'initiative française agréés en 2024 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit 67,6 % des documentaires agréés, plus haut niveau depuis 2007 (80,0 %), derrière 2018 (69,7 %). Les dépenses extranationales des films documentaires représentent 10,6 % des coûts totaux du genre en 2024, une part en très nette baisse par rapport à 2023 (28,4 %) et en-dessous de la moyenne de la décennie (-14,4 %). Cette baisse s'explique par la part élevée des dépenses à l'étranger de deux documentaires en 2023 : *Poulet frites* (51,9 % du coût total) et *Corridors of Power* (69,5 % du coût total).

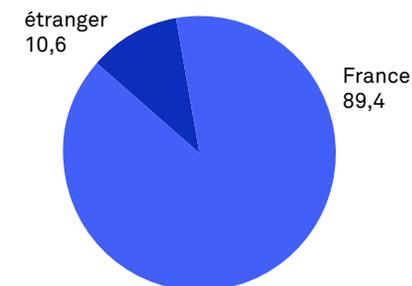
La part de dépenses effectuées à l'étranger pour les films d'animation varie fortement d'une année à l'autre, en fonction de la typologie des films agréés. Celles-ci s'élèvent à 73,0 M€ en 2024 (57,6 % des coûts totaux), au plus haut niveau historique, lié à la présence dans le panel de *Miraculous le film* (8,3 M€ en 2023, soit 21,4 % des coûts totaux, et 11,8 M€ en moyenne chaque année sur la période 2015-2024, soit 33,6 %). Depuis 2018, l'intégralité des films d'animation réalise des dépenses à l'étranger.

Dépenses de production en 2024 (%)

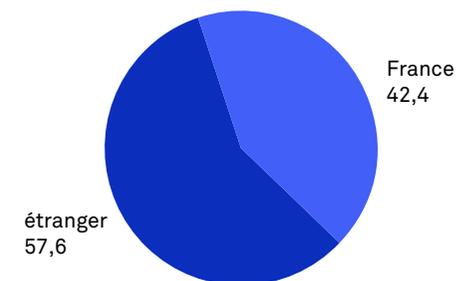
fiction



documentaire



animation



Source : CNC.

Un écart faible entre les coûts définitifs et les devis des films d'initiative française

Les coûts totaux des films agréés en 2024 sont inférieurs de 3,9 % aux devis¹, contre -4,0 % en 2023, soit un écart qui demeure faible : sur la période 2015-2024, l'écart moyen entre les coûts définitifs et les devis s'établit à -5,6 %.

En 2024, 67 films présentent un coût définitif strictement supérieur au devis prévisionnel, soit 28,8 % des films agréés en 2024, un niveau supérieur à la moyenne observée sur la décennie (26,1 %). En particulier, pour 14,2 % d'entre eux, le coût est supérieur d'au moins 5 % au devis en 2024 (13,2 % sur la décennie). À l'inverse, pour 27,0 % des films agréés en 2024, le coût est inférieur de plus de 10 % au devis, une part qui s'établit à 32,4 % en moyenne sur la décennie. Pour 36,1 % des films de 2024 (34,3 % sur 10 ans), le coût définitif est proche du devis prévisionnel avec un écart de +/-5 %.

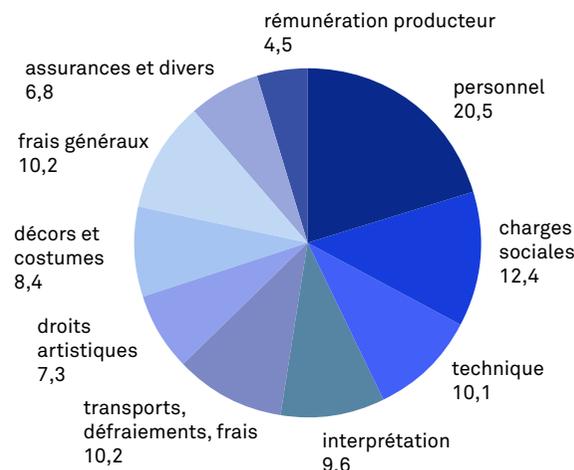
¹ Ecart calculé hors cas singulier d'un film à gros budget ayant très largement dépassé son devis pour des raisons exceptionnelles.

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2024 : 5,28 M€

En 2024, le coût moyen de production des films de fiction augmente de 17,2 % par rapport à 2023 et atteint 5,28 M€. Les dépenses relatives aux rémunérations (hors participations) composent 56,8 % du coût total d'un film de fiction, les dépenses de tournage, 32,5 %, et les dépenses techniques, 10,6 %.

Sur longue période, la structure des coûts de production des films de fiction est principalement impactée par la réduction des dépenses techniques (-4,4 points entre 2005 et 2024). 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 compense cette diminution.

Répartition des coûts de production des films de fiction en 2024 (%)



Base : films d'initiative française de fiction.
Source : CNC.

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2024 : 532,6 K€

Le coût moyen des films documentaires recule en 2024 à 532,6 K€, soit -19,8 % par rapport à 2023 et -1,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019. La part consacrée aux dépenses de rémunérations de ces films s'élève à 58,7 % de l'ensemble des coûts de production en 2024, contre 55,5 % en 2023 et 57,0 % en moyenne par an entre 2017 et 2019. La part des dépenses techniques continue à diminuer légèrement pour atteindre 18,5 % en 2024 (19,7 % en 2023), dans la fourchette basse de la décennie (19,3 % en moyenne) et des 20 dernières années (22,5 %). Elle reste largement supérieure à celle observée sur les autres genres. Les dépenses liées au tournage baissent à 22,8 % en 2024 (24,8 % en 2023), une part qui reste proche néanmoins de celle observée en 2019 (23,3 %).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2024 : 18,12 M€

Le coût moyen des films d'animation s'élève à 18,12 M€ en 2024, soit près du triple du coût moyen observé en 2023 (6,45 M€, soit +181,0 %). Il s'agit du quatrième plus haut niveau depuis le début du suivi statistique de l'agrément de production, derrière 2007 (19,02 M€), 2015 (20,65 M€) et 2016 (20,21 M€). La structure des dépenses de production des films d'animation pour l'année 2024 est en ligne avec celle observée depuis la fin de la crise sanitaire, avec des dépenses de rémunération qui constituent quasiment les trois quarts (74,1 %) des coûts de production. Les dépenses techniques augmentent pour atteindre 14,0 % du total des dépenses des films d'animation en 2024 (11,2 % en 2023). Les dépenses de tournage diminuent à 11,9 %, confirmant la tendance à la baisse de ces dernières années (15,1 % en 2023 et 12,4 % en 2019).

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 des investissements (avant le premier jour de tournage).

Les diffuseurs, premiers financeurs des films d'initiative française

Les diffuseurs sont les premiers financeurs des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction). En 2024, leurs apports sont en nette hausse par rapport à 2023 à 374,3 M€ (+32,5 %) et par rapport à 2017-2019 (+21,8 %), une croissance nourrie par l'intégration des SMAD dans l'écosystème français. Avec 32,3 % du total, la part du financement couverte par les diffuseurs est en légère hausse par rapport à 2023 (31,0 %, +1,3 point) et par rapport à l'avant crise (30,8 % entre 2017 et 2019, +1,5 point). Hors SMAD, elle recule en 2024, à 29,5 % (30,7 % en 2023). 186 films ont bénéficié des investissements des diffuseurs en 2024, soit 79,8 % des films d'initiative française agréés, un niveau stable par rapport à 2023 (+0,6 point) et en hausse de 6,2 points par rapport à la période 2017-2019. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie.

En 2024, les producteurs français (hors crédit d'impôt et hors soutien automatique) sont les troisièmes financeurs des films d'initiative française derrière les diffuseurs et les minima garantis (MG associés à la distribution des films en salles, en vidéo, à la télévision ou à l'étranger). Les apports des producteurs français progressent de moitié par rapport à 2023 à 148,2 M€ (+52,6 %), mais restent inférieurs de 13,7 % à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Leurs apports représentent 12,8 % des coûts,

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
apports producteurs français	13,4	14,3	12,5	23,5	15,4	13,4	14,7	11,3	10,7	12,8
crédit d'impôt	7,1	7,7	9,9	12,0	12,5	14,4	13,0	15,6	14,8	12,8
SOFICA	3,4	3,5	3,7	3,1	3,5	3,8	4,0	4,6	3,9	2,8
aides publiques ¹	12,6	11,5	10,8	10,7	12,0	15,5	12,2	13,4	14,4	11,9
apports diffuseurs	33,5	31,9	35,2	28,5	28,6	31,0	29,5	32,4	31,0	32,3
minima garantis France ²	21,0	16,5	13,2	15,1	16,7	12,2	11,9	12,2	14,0	15,1
autres financements français	1,0	3,5	1,5	0,8	0,7	1,3	1,3	1,1	1,1	1,6
financements étrangers ³	8,0	11,3	13,3	6,1	10,5	8,4	11,7	7,3	7,7	10,8
total	100,0									

¹ Aides automatiques, sélectives et régionales.

² Incluent les minima garantis étrangers portés par les coproducteurs français.

³ Incluent les apports des coproducteurs étrangers, les aides publiques étrangères, les minima garantis et les apports des diffuseurs étrangers.

Source : CNC.

en hausse de 2,1 points par rapport à 2023 mais dans la fourchette basse de la décennie (14,3 % en moyenne entre 2015 et 2024).

107,4 M€ d'aides automatiques et sélectives, deuxième plus haut niveau de la décennie

L'apport des financements publics (soutien automatique + soutiens sélectifs du CNC + aides régionales + crédit d'impôt) est stable par rapport à 2023 (-0,7 %), à 286,01 M€ en 2024, soit le deuxième plus haut niveau après 2023 (288,02 M€). Leur part dans le financement définitif des films atteint 24,7 %, contre 22,6 % en moyenne entre 2017 et 2019 (31,6 % en 2023).

Plus particulièrement, les aides publiques du CNC (soutien automatique + aides sélectives, hors aides régionales) représentent 107,4 M€ en 2024, un montant en recul de 14,9 % par rapport à 2023 mais qui reste supérieur de 19,4 % par rapport à la moyenne observée avant crise.

Le montant du soutien automatique mobilisé sur les films agréés en 2024 atteint 67,1 M€, en baisse de 14,9 % sur un an, mais au deuxième plus haut niveau de la décennie après 2023 (78,9 M€). Le soutien automatique représente 61,0 % du total des aides publiques (62,8 % en moyenne sur 10 ans). 153 films agréés en 2024 ont mobilisé du

soutien automatique, soit 65,7 % des films d'initiative française agréés dans l'année, le plus haut niveau jamais constaté. La part des films ayant bénéficié du soutien automatique est en hausse de 5,5 points par rapport à 2023, et de 10,5 points par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Ces films ont mobilisé, en moyenne, 438,6 K€ de soutien automatique, un montant en fort recul par rapport à 2023 (-26,6 %) et, dans une moindre mesure, à la moyenne observée entre 2017 et 2019 (-6,9 %).

73 films bénéficiaires de l'avance sur recettes en 2024

156 films ont bénéficié d'aides sélectives du CNC en 2024, un volume en hausse par rapport à 2023 (141 films) et par rapport à l'avant crise (138 films en moyenne entre 2017 et 2019). Celles-ci représentent, en moyenne, un montant de 238,1 K€, en recul de 24,6 % par rapport au montant élevé de 2023 (davantage de films bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation) mais stable par rapport à 2017-2019 (+0,6 %).

En 2024, 46 films d'initiative française sont produits avec l'avance sur recettes avant réalisation, soit 17 films de moins qu'en 2023 et sept de moins que la moyenne observée sur la période 2017-2019. Ils représentent 19,7 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés

(28,5 % en 2023, plus haut niveau de la décennie, et 25,1 % entre 2017 et 2019).

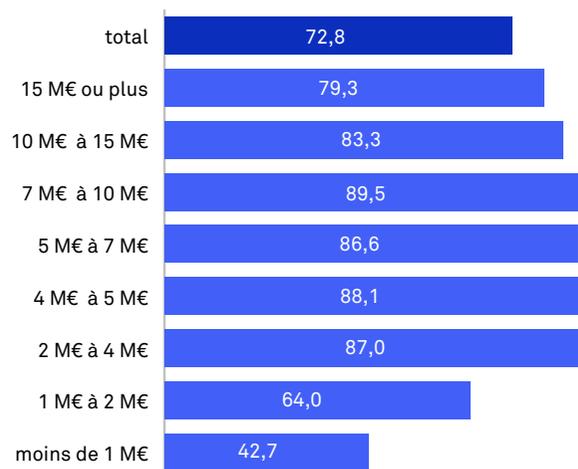
27 films d'initiative française agréés en 2024 ont bénéficié de l'avance sur recettes après réalisation, soit sept films de plus qu'en 2023 et deux de plus que la moyenne 2017-2019. Le montant moyen de l'aide s'élève à 113,9 K€, en hausse de 20,1 % sur un an et le plus haut niveau observé sur la décennie.

72,8 % des films agréés depuis 2016 bénéficiaires de la 3^e réforme du crédit d'impôt

Les films bénéficiant du crédit d'impôt cinéma (CIC), depuis sa création en 2004, représentent 65,3 % de l'ensemble des films d'initiative française avec agrément de production et bénéficiant d'un agrément des investissements préalable. Depuis l'entrée en vigueur de la dernière réforme en 2016, 1 030 films ont bénéficié du crédit d'impôt, soit 72,8 % de l'ensemble des films de cette cohorte, une part en nette hausse par rapport aux versions précédentes du crédit d'impôt (61,7 % pour la première version et 57,4 % pour les films bénéficiant de la réforme de 2013).

La part des films bénéficiaires du CIC dans l'ensemble de la population des films d'initiative française agréés entre 2016 et 2022 dépasse 70 % dans toutes les tranches de coût, à l'exception des films à petit budget (42,7 % pour les films dont le coût est inférieur à 1 M€ et 64,0 % pour les films dont le coût est compris entre 1 M€ et 2 M€). Elle atteint même 89,5 % pour les films dont le coût est compris entre 7 M€ et 10 M€.

Part des films bénéficiaires du crédit d'impôt cinéma (CIC) dans le total des films d'initiative française selon le coût (%)



Base : films d'initiative française agréés aux investissements sur la période 2016-2022.
Source : CNC.

90,0% des dépenses des films bénéficiaires du crédit d'impôt depuis la réforme de 2016 sont réalisées en France.

Depuis la mise en place du dispositif en 2004, le montant total de crédit d'impôt cinéma atteint près de 1,5 Md€, soit 23,3 % des dépenses éligibles et 11,9 % du coût total des films bénéficiaires. Le poids du crédit d'impôt augmente avec les différentes réformes : il représente ainsi 17,7 % des dépenses éligibles des films ayant obtenu un agrément des investissements entre 2004 et 2012 et 28,5 % (+10,8 points) pour ceux bénéficiant de la réforme de 2016, qui voit notamment l'application du taux de 30 % du crédit d'impôt à tous les films en langue française. Pour les films bénéficiant des derniers aménagements du CIC (ayant obtenu un agrément des investissements à partir de 2016), les dépenses éligibles (qui ne peuvent représenter plus de 80 % du budget de production et, en cas de coproduction internationale, plus de 80 % de la part française) représentent 57,6 % du coût total des films concernés sur la période.

L'impact du crédit d'impôt cinéma sur la relocalisation des dépenses est particulièrement marqué : sur l'ensemble de la période, 90,0 % des dépenses des films bénéficiaires de la dernière réforme sont effectuées en France, contre 49,9 % pour les films non bénéficiaires.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
 - l'étude *Le financement et les coûts définitifs des films d'initiative française en 2024*
 - les séries statistiques sur le financement et les coûts définitifs des films d'initiative française

Les courts métrages aidés en production

Remarques méthodologiques

Cette partie analyse les courts métrages dont la production a été financièrement soutenue par le CNC à travers cinq mécanismes d'aides : l'aide avant réalisation, l'aide au programme de production, l'aide après réalisation, l'aide audiovisuelle (qui était automatique jusqu'en 2021 et est sélective depuis 2022) et l'investissement du fonds de soutien automatique. C'est sur ce périmètre et à partir des éléments transmis par les producteurs que sont basées les analyses de cette partie.

À noter que, pour l'aide avant réalisation et l'aide au programme, l'analyse porte sur les films soldés en 2023, c'est-à-dire les films ayant rendu leurs comptes en 2023 (sans tenir compte de l'année d'attribution de l'aide) tandis que pour l'aide sélective audiovisuelle et l'aide après réalisation, l'analyse porte sur les films ayant reçu une attribution d'aide en 2023. Quant au soutien automatique, il s'agit de l'année de mobilisation du soutien par le producteur.

L'analyse n'inclut pas les aides du CNC non spécifiques mais ouvertes au court métrage comme les aides à l'écriture et au développement documentaire (fonds d'aide à l'innovation documentaire), le Fonds Images de la diversité, l'aide CVS, etc.

287 courts métrages ont bénéficié d'une aide spécifique en 2023

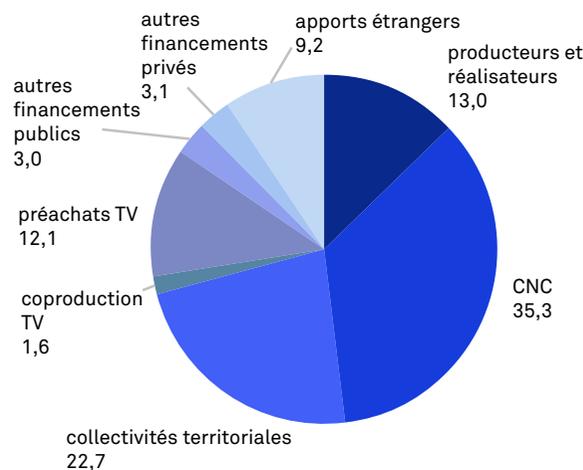
En 2023, le CNC a versé 9,8 M€ d'aides spécifiques à 287 courts métrages au titre de l'aide avant réalisation, l'aide au programme de production, l'aide après réalisation, l'aide audiovisuelle et l'investissement du fonds de soutien automatique.

Le devis prévisionnel d'un court métrage soutenu par le CNC atteint 115,1 K€. Il varie fortement entre les différents mécanismes d'aide et est plus élevé pour les films bénéfici-

ciaires de l'aide avant réalisation (152,1 K€) et nettement plus faible pour ceux bénéficiaires de l'aide après réalisation (49,1 K€). Ce coût définitif varie également selon le genre du film. Les films d'animation aidés par le CNC ont un devis moyen de 183,6 K€ en 2023, contre 104,7 K€ pour les fictions et 78,5 K€ pour les documentaires de création / films expérimentaux.

Les aides du CNC (hors aide sélective audiovisuelle et soutien automatique) constituent la première source de financement des courts métrages soutenus par le CNC en 2023 et représentent ainsi 35,3 % du financement. Les collectivités territoriales, en deuxième position, financent 22,7 % des coûts de production. Au total, les aides publiques représentent 61,0 % du financement des courts métrages en 2023. 13,0 % des financements sont couverts par les apports des producteurs et réalisateurs (13,0 %) et 3,7 % par les apports des diffuseurs (12,1 % de préachat et 1,6 % de coproduction). 9,2 % du financement est assumé par des apports étrangers.

Répartition du financement des courts métrages aidés par le CNC en 2023 (%)



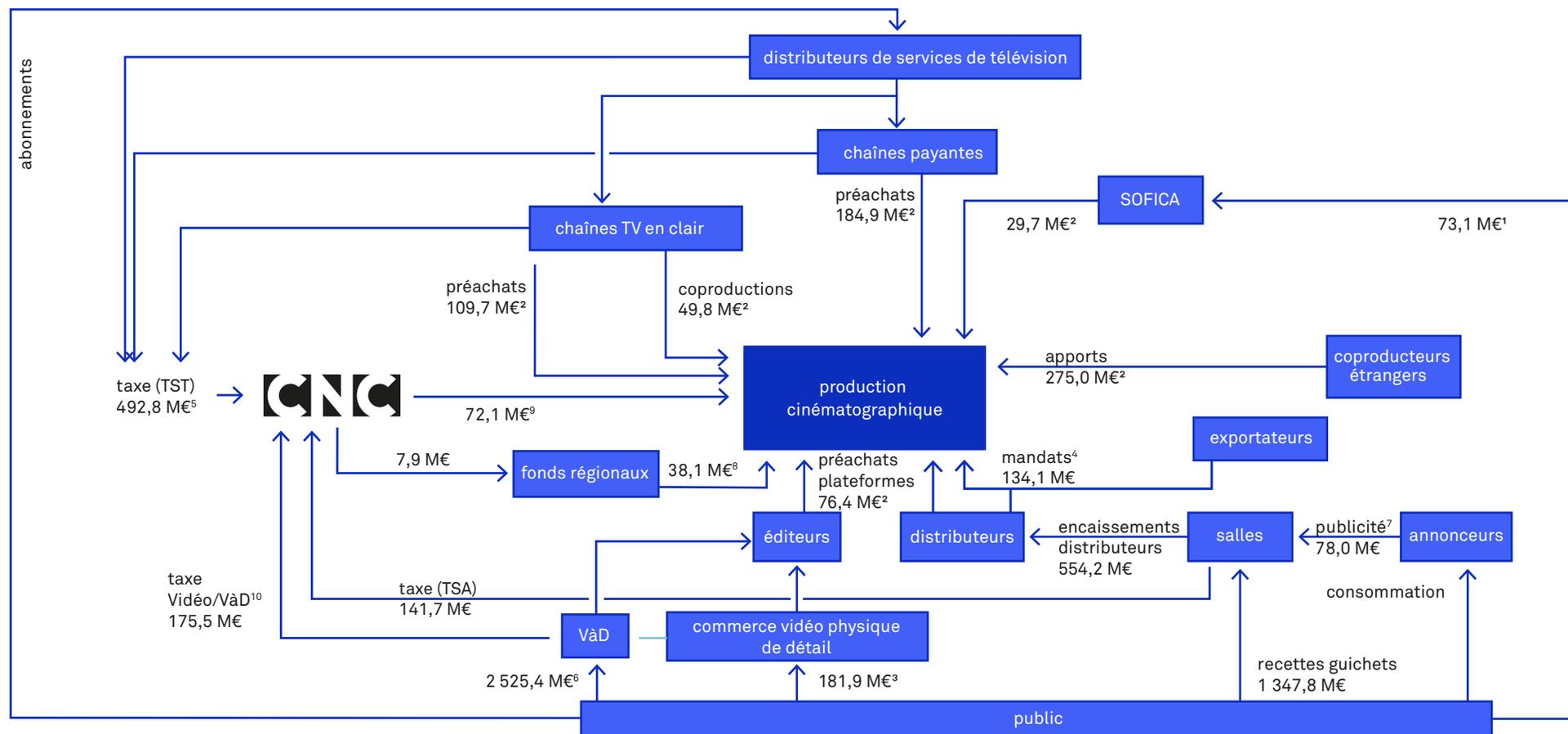
Base : ne sont concernés que les courts métrages ayant bénéficié de l'aide après réalisation, de l'aide au programme ou de l'aide avant réalisation, soit 180 courts métrages.
Source : CNC.

En 2023, 451 courts métrages ont été aidés par au moins une région, pour un montant total de 9,2 M€ (+10,9 % par rapport à 2022). 75,4 % de ces aides régionales sont des aides à la production. Avec 1 393,0 K€ pour 89 films, la Nouvelle-Aquitaine est la première région en termes d'aides attribuées. S'ensuivent le Grand Est (1 057,2 K€ pour 49 films) et l'Île-de-France (725,0 K€ pour 46 films). L'aide moyenne par court métrage s'élève à 20,3 K€ (-18,0 % par rapport à 2022). L'Auvergne-Rhône-Alpes est la région avec le montant moyen d'aide régionale attribuée par film le plus élevé (32,1 K€), soit un montant dix fois plus important qu'en Guadeloupe (3,0 K€).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2023*
- les séries statistiques sur le court métrage

Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2024 (M€)



¹ Collecte 2023 correspondant à des investissements réalisés en 2024 et jusqu'à mars 2025 (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 2024.

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 plateformes 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 2024.

⁹ Ensemble des aides sélectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2024.

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 Baromètre unifié du marché publicitaire – IREP, France Pub, Kantar Media ; Recettes du CNC exécutées 2024 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK-AQOA-Médiamétrie.

chapitre trois

AUDIOVISUEL



3.1

L'audience de la télévision

En 2024 :
3h12 de durée d'écoute TV en France



19,8 %
pour la fiction



19,7 %
pour les magazines



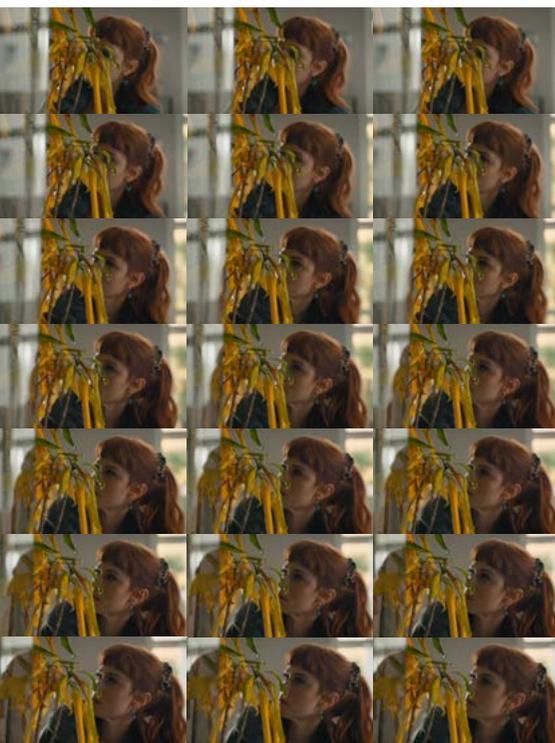
9,2 %
pour les
documentaires



5,5 %
pour le cinéma



1,6 %
pour les
programmes
jeunesse



Remarques méthodologiques

La **durée d'écoute** est un indicateur d'audience mesuré par Médiamétrie auprès des foyers équipés TV et prend en compte tous les écrans à domicile (téléviseur, ordinateur, tablette et téléphone), et quel que soit le mode de consommation (direct, différé enregistré et rattrapage). Elle correspond à la moyenne du temps passé par un individu à regarder la télévision et est exprimée en minutes. Les résultats d'audience du périmètre du Médiamat intègrent les audiences réalisées sur les chaînes marquées. Depuis 2024, l'indicateur de référence est devenu **la durée d'écoute vidéo**, comportant la consommation de la TV en live et la consommation vidéo sur plateforme (AVoD, BVoD, VàDA et plateformes sociales). Cette durée est mesurée à partir de deux sources : le Médiamat TV auprès des individus âgés de 4 ans et plus, tous écrans à domicile et hors domicile et Global Video de Médiamétrie auprès des individus interrogés lors des vagues 33 et 34.

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 depuis le 29 septembre 2014. Elle intègre la consommation en différé via un enregistrement personnel et en rattrapage sur le téléviseur, quelle que soit la date de diffusion initiale des programmes, depuis le 4 janvier 2016. La consommation en direct et en différé sur les autres écrans que le téléviseur (ordinateur, tablette, téléphone) a été intégrée en 2018. Les résultats d'audience du périmètre du Médiamat intègrent les audiences réalisées à domicile sur l'écran de télévision ainsi que hors domicile sur les écrans de télévision et les écrans digitaux à partir de la journée d'audience du 30 mars 2020. A partir de 2024, la mesure d'audience intègre les foyers non-équipés TV et les écrans internet à domicile. Depuis septembre 2024, Médiamétrie met également à disposition la mesure d'audience en preview qui permet d'analyser l'audience d'un programme de télévision accessible sur une plateforme avant sa diffusion live.

Répartition des chaînes nationales par groupe :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 5, franceinfo, exclusion de France 4 depuis 2022 du périmètre de mesure d'audience quotidienne de Médiamétrie.

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 CMA CGM : BFMTV, RMC Story, RMC Découverte.

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.

Une durée d'écoute de la télévision portée par les élections législatives et les Jeux Olympiques

La durée d'écoute totale de la télévision en France s'établit à 3h12, en moyenne, par individu et par jour en 2024. Pour information, la durée d'écoute en 2023 s'établissait à 3h19 ; cette donnée n'est cependant pas comparable à 2024 car la mesure d'audience et son périmètre ont changé en 2024 (ajout des écrans digitaux à domicile). À noter qu'au global cette année, les Français regardent, en moyenne, 4h23 de vidéos par jour selon Médiamétrie : la télévision live représente 64 % de ce temps passé et la vidéo à la demande 36 %.

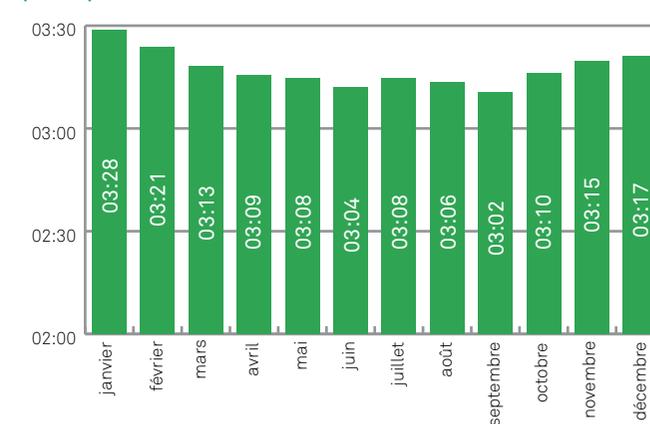
La période estivale, habituellement marquée par une baisse de la durée d'écoute de la télévision par rapport au reste de l'année, affiche, en 2024, une audience toutefois supérieure à celle enregistrée en juin et en septembre mais encore inférieure aux autres mois, malgré les Jeux Olympiques. En moyenne, les Français ont regardé la télévision 3h08 par jour en juillet et 3h06 en août (3h04 en juin et 3h02 en septembre). A titre indicatif, en 2023 cette durée d'écoute était de 3h07 en juillet et de 3h04 en

août, ces données n'étant pas tout à fait comparables à 2024 suite à l'évolution de la mesure d'audience et de son périmètre.

Plus généralement, l'année télévisuelle 2024 a été marquée par une actualité sportive particulièrement riche avec en tête *les Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024* ainsi que *l'Euro de Football 2024*. La cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques a réuni 24,4 millions de téléspectateurs sur France 2, soit la meilleure audience télévisuelle de 2024. Cela fait également de cet événement la meilleure audience de l'histoire de la télévision française, record précédemment détenu par la finale de *la Coupe du monde de Football 2022* opposant la France à l'Argentine (24,1 millions de téléspectateurs, TF1).

Les Français regardent 4h23 de vidéos par jour en moyenne, 64 % de ce temps est consacré à la télévision live.

Durée d'écoute mensuelle de la télévision en 2024 (h:mn)¹



¹ Voir les remarques méthodologiques en début de chapitre concernant le périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie. Source : Médiamétrie - Médiamat - base : individus de 4 ans et plus équipés tv - Tous écrans, tous lieux - Chaînes marquées.

L'âge moyen du public de la télévision atteint 58 ans en 2024, contre 54 ans en 2019. L'évolution des usages télévisuels des Français montre cependant que l'âge moyen des téléspectateurs en délinéaire est plus jeune. Il s'établit ainsi à 56 ans en preview (entre septembre et décembre 2024) et à 51 ans en différé J+28 en 2024, illustrant l'attrait de ces modes de consommation chez les plus jeunes. Selon Médiamétrie, les Français passent par ailleurs davantage de temps sur internet en 2024, en moyenne 2h40 par jour (+19 % par rapport à 2019). Ce temps est plus élevé pour les individus de moins de 50 ans : 3h14 chez les 25-49 ans (+11 %) et 4h21 chez les 15-24 ans (+23 %). À noter cependant, l'évolution du temps passé sur internet est plus marquée chez les 50 ans et plus : 2h53 chez les 50-64 ans (+40 %) et 1h53 chez les 65 ans et plus (+82 %). Par ailleurs, le temps passé sur les réseaux sociaux et messageries représente 39 % de la consommation internet quotidienne (stable par rapport à 2023) chez l'ensemble des individus, une part qui atteint 60 % chez les 15-24 ans.

Face à la concurrence des services de streaming et afin de s'adapter aux nouveaux usages vidéo des Français (32 minutes en moyenne par jour et par individu sur les services de VàDA en 2024 selon Global Vidéo de Médiamétrie), les chaînes ont développé leurs plateformes, notamment en transformant leurs services de replay en véritables services de streaming (BVoD – Broadcast Video on Demand) avec des programmes disponibles en avant-première, soit avant leur diffusion en linéaire, mais également des programmes en exclusivité. Ces plateformes de BVoD (TF1+, M6+, france.tv, arte.tv, myCANAL, etc.) sont aujourd'hui bien ancrées dans les usages vidéo des Français : 79 % d'entre eux se sont rendus au moins une fois par mois sur ces plateformes en 2024, contre 74 % en 2023 (périmètres légèrement différents avec la prise en compte des écrans internet et des foyers non équipés TV en 2024) selon Médiamétrie.

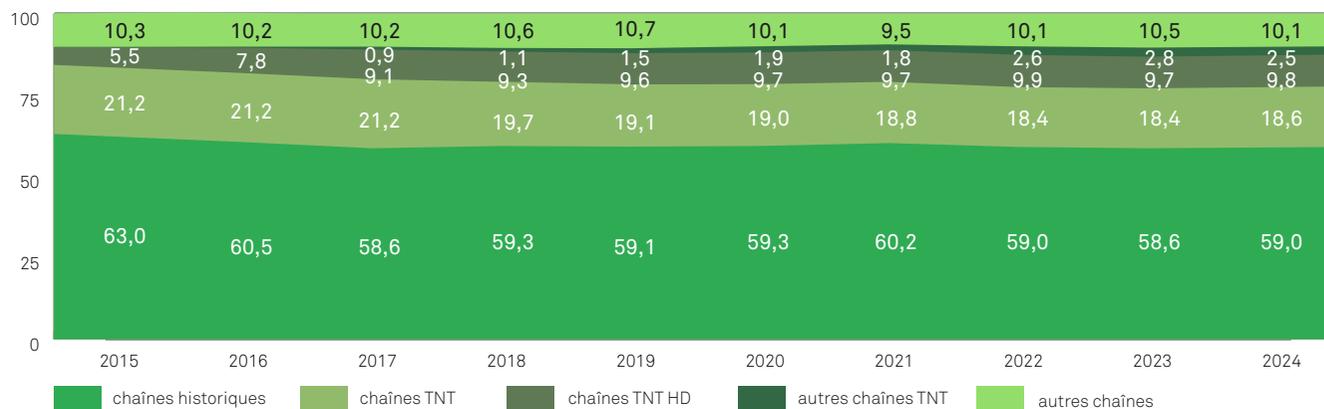
Hausse de la part d'audience des chaînes nationales historiques grâce aux Jeux de Paris 2024 diffusés sur France 2

La part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) est en légère hausse en 2024, portée par France 2 et la diffusion des Jeux de Paris 2024. Elle augmente de 0,4 point par rapport à 2023 à 59,0 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD/autres TNT est totalement stable à 30,9 % dont 18,6 % (+0,2 point) pour les chaînes TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, BFMTV, CNEWS, CSTAR, Gulli), 9,8 % (+0,1 point) pour les chaînes TNT HD (TF1 Séries Films, La chaîne L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) et 2,5 % (-0,3 point) pour les autres chaînes TNT (LCI, franceinfo). En 2024, la part d'audience des chaînes thématiques s'établit quant à elle à 9,0 % (-0,1 point).

En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 4,0 points alors que la part d'audience des chaînes nationales gratuites lancées entre 2005 et 2016 progresse de 4,2 points.

La part d'audience des chaînes nationales historiques s'érode sur la décennie (59,0 %, soit -4,0 points par rapport à 2015).

Part d'audience nationale par type de chaînes (%)



Définition des types de chaînes :

Chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.

Chaînes TNT : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4 jusqu'en 2021, BFMTV, CNEWS, CSTAR, Gulli, France Ô jusqu'en 2017.

Chaînes TNT HD : TF1 Séries Films, La chaîne L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.

Autres chaînes TNT : LCI, franceinfo.

Autres chaînes : chaînes thématiques et chaînes non-sous-scriptrices à la mesure d'audience.

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

En 2024, 11 chaînes nationales affichent une hausse de leur part d'audience par rapport à 2023. CNEWS (2,9 %) enregistre la plus forte progression (+0,6 point), suivie par France 2 (15,8 %, +0,5 point). De son côté, TFX (1,7 %) enregistre une hausse de 0,2 point, et TF1 (18,7 %), Canal+ (1,3 %), Arte (3,0 %), Gulli (1,1 %), TF1 Séries et Films (1,8 %), 6ter (1,7 %), RMC Découverte (1,8 %) et Chérie 25 (1,3 %) progressent de 0,1 point.

Les parts d'audience de France 5 (3,5 %) et franceinfo (0,8 %) sont stables.

11 chaînes affichent une part d'audience en baisse. M6 (7,8 %) et LCI (1,7 %) enregistrent chacune une baisse de 0,3 point, la plus importante cette année. TMC (2,9 %) et La chaîne L'Equipe (1,4 %) perdent également un peu de terrain, avec une baisse de 0,2 point. De leur côté, France 3 (8,9 %), C8 (3,0 %), W9 (2,2 %), NRJ12 (0,9 %), BFM TV (2,9 %), CSTAR (1,0 %) et RMC Story (1,8 %) enregistrent une baisse de 0,1 point.

France Télévisions (29,0 %) demeure en 2024 le premier groupe en part d'audience devant le groupe TF1 (26,8 %).

En 2024, TF1 reste la première chaîne nationale, devant France 2, France 3, M6 et France 5, un top 5 inchangé depuis 2018. En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, France Télévisions (29,0 % de part d'audience, soit +0,4 point par rapport à 2023) renforce son statut de premier groupe audiovisuel français en 2024, comme chaque année depuis 2013. Il se place devant le groupe TF1 (26,8 %, -0,1 point). Le groupe M6, troisième au classement, est loin derrière avec 12,8 % de part d'audience (-0,2 point par rapport à 2023).

Les chaînes nationales privées représentent 57,9 % de l'audience de la télévision (-0,1 point), contre 32,0 % pour les chaînes nationales publiques (+0,5 point). Les chaînes gratuites totalisent 88,6 % de l'audience de la télévision (+0,3 point), contre 11,4 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus, -0,3 point).

Part d'audience nationale des chaînes (%)

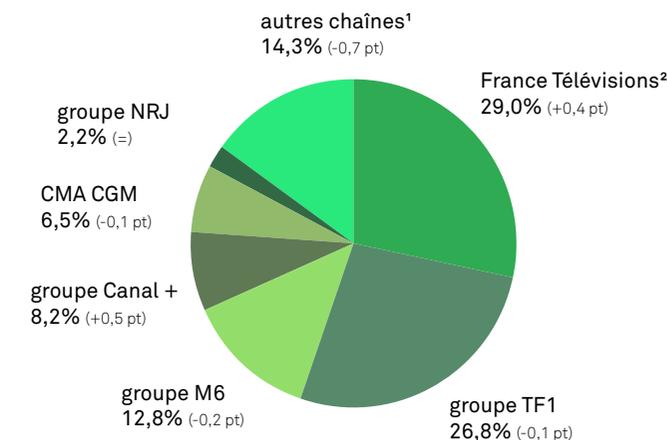
	2020	2021	2022	2023	2024
chaînes nationales¹	90,4	90,9	90,9	90,8	91,0
TF1	19,2	19,7	18,7	18,6	18,7
France 2	14,1	14,7	14,8	15,3	15,8
France 3	9,4	9,4	9,4	9,0	8,9
Canal+	1,2	1,1	1,2	1,2	1,3
France 5	3,5	3,3	3,6	3,5	3,5
M6	9,0	9,1	8,4	8,1	7,8
Arte	2,9	2,9	2,9	2,9	3,0
C8	2,6	2,6	2,8	3,1	3,0
W9	2,6	2,5	2,3	2,3	2,2
TMC	3,0	3,0	3,0	3,1	2,9
TFX	1,6	1,5	1,5	1,5	1,7
NRJ12	1,3	1,2	1,1	1,0	0,9
France 4	1,2	0,8	nd	nd	nd
BFMTV	2,9	2,9	3,3	3,0	2,9
CNEWS	1,4	2,0	2,1	2,3	2,9
CSTAR	1,1	1,1	1,1	1,1	1,0
Gulli	1,3	1,2	1,2	1,0	1,1
TF1 Séries Films	1,8	1,9	1,7	1,7	1,8
La chaîne L'Equipe	1,3	1,5	1,5	1,6	1,4
6ter	1,7	1,5	1,6	1,6	1,7
RMC Story	1,5	1,6	1,9	1,9	1,8
RMC Découverte	2,3	2,0	1,9	1,7	1,8
Chérie 25	1,1	1,2	1,3	1,2	1,3
LCI	1,2	1,1	1,7	2,0	1,7
franceinfo	0,7	0,7	0,9	0,8	0,8
autres chaînes²	9,6	9,1	9,1	9,2	9,0
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.

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2024 (évolution par rapport à 2023)



¹ Autres chaînes : Arte, La Chaîne L'Equipe, les chaînes thématiques et locales et les chaînes non-souscriptrices à la mesure d'audience.

² Hors France 4.

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

Le cinéma et la fiction sont surconsommés à la télévision

En 2024, les magazines constituent le premier genre de programmes proposé sur les chaînes nationales (21,5 % de l'offre en volume horaire), pour la troisième fois de la décennie avec 2021 et 2023, suivi par les fictions (19,3 %) également à la deuxième position en 2023. Les documentaires occupent toujours la troisième position (17,7 %). En termes de consommation, la fiction (19,8 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus), les magazines (19,7 %) et les journaux télévisés (11,6 %) se placent en tête, un classement inchangé depuis 2018. Les documentaires (10,2 %) arrivent en cinquième position, derrière la publicité (10,6 % de la consommation pour 10,8 % de l'offre). Cinq genres sont surconsommés à la télévision : les

journaux télévisés, les jeux, le sport, le cinéma et la fiction. La surconsommation des journaux télévisés (11,6 % de la consommation pour 2,2 % de l'offre) est à mettre en lien avec une certaine culture du rendez-vous quotidien, en particulier au moment des repas. Les jeux et le sport sont également surconsommés (respectivement 10,2 % et 6,8 % de la consommation pour 4,0 % et 1,6 % de l'offre), tout comme le cinéma (5,5 % de la consommation pour 3,8 % de l'offre) et, dans une moindre mesure, la fiction (19,8 % de la consommation pour 19,3 % de l'offre). Par ailleurs, les programmes de fiction représentent la grande majorité des contenus visionnés en preview (72 %). Au contraire, les programmes jeunesse (animation et autres programmes), destinés à un public spécifique et donc plus restreint, apparaissent proportionnellement moins consommés

par l'ensemble des spectateurs par rapport à leur poids dans l'offre (1,6 % de la consommation auprès des 4 ans et plus pour 6,3 % de l'offre). Sur la cible des 4-14 ans en revanche, ces programmes jeunesse se révèlent bel et bien surconsommés puisqu'ils représentent 15,9 % de leur consommation de programmes télévisuels, constituant ainsi le genre le plus regardé devant la fiction (13,4 %). Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 47,0 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 36,0 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2024.

Meilleure audience par chaîne en 2024

chaîne	programme	genre	date	téléspectateurs (millions)
TF1	Football : Espagne-France	sport	09/07/2024	16,1
France 2	Cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024	sport	26/07/2024	24,4
France 3	Alex Hugo la vallée des vautours	fiction	12/03/2024	6,2
Canal+	Un p'tit truc en plus	cinéma	15/11/2024	2,7
France 5	JO 2024 : escrime	sport	29/07/2024	3,5
M6	Football : Portugal-France	sport	05/07/2024	12,7
Arte	Je ne me laisserai plus faire	fiction	29/11/2024	2,0
C8	Touche pas à mon poste	magazine	11/11/2024	2,6
W9	Football : OM-Shakhtar Donetsk	sport	22/02/2024	1,6
TMC	Quotidien	magazine	09/12/2024	2,8
TFX	Jurassic world	cinéma	12/12/2024	1,1
NRJ12	Jack Reacher never go back	cinéma	11/09/2024	0,9
CSTAR	La Planète des singes : suprématie	cinéma	15/05/2024	0,8
Gulli	Shrek 4 : il était une fin	cinéma	24/10/2024	0,7
TF1 Séries Films	L'Arme fatale III	cinéma	27/03/2024	1,1
6ter	La Belle et la Bête	cinéma	28/02/2024	0,9
RMC Story	Faites entrer l'accusé	magazine	17/03/2024	0,6
RMC Découverte	Top Gear France	divertissement	15/03/2024	0,8
Chérie 25	Wind River	cinéma	05/12/2024	1,0

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

Les programmes de stock constituent 36,0 % de la consommation TV pour 47,0 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales.

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2024 (%)¹

	offre (part du volume horaire)	consommation (part du temps d'écoute)
fictions télévisuelles	19,3	19,8
films	3,8	5,5
documentaires	17,7	9,2
magazines	21,5	19,7
journaux télévisés	2,2	11,6
sport	1,6	6,8
variétés	7,4	2,1
jeux	4,0	10,2
émissions jeunesse	6,3	1,6
publicité	10,8	10,6
autres	5,4	2,9
total	100,0	100,0

¹ Sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, CSTAR, Gulli, TF1 Séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25).

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

Meilleure audience par genre de programmes en 2024

genre	programme	chaîne	date	télespectateurs (millions)
fictions télévisuelles	<i>HPI haut potentiel intellectuel</i>	TF1	16/05/2024	9,7
films	<i>Maison de retraite</i>	TF1	10/02/2024	7,0
documentaires	<i>Rendez-vous en terre inconnue</i>	France 2	26/11/2024	3,9
magazines	<i>Euro 2024 l'avant match</i>	TF1	09/07/2024	9,6
journaux télévisés	<i>20 heures le journal</i>	France 2	27/07/2024	8,0
sport	<i>Cérémonie d'ouverture des Jeux Olympiques de Paris 2024</i>	France 2	26/07/2024	24,4
variétés	<i>Enfoirés : on a 35 ans</i>	TF1	01/03/2024	8,7
jeux	<i>Les Aventuriers de Koh-Lanta</i>	TF1	20/02/2024	5,0
émissions jeunesse	<i>TFOU</i>	TF1	29/12/2024	0,3

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

Les programmes télévisuels qui ont eu les plus gros succès d'audience en 2024 sont liés aux Jeux de Paris 2024 ainsi qu'à l'*Euro de Football 2024*. Les deux cérémonies d'ouverture des Jeux Olympiques et Paralympiques ainsi que la cérémonie de clôture des Jeux Olympiques font partie des meilleures audiences télévisuelles de l'année, réunissant entre 10,5 millions et 24,4 millions de téléspectateurs sur France 2. Trois épreuves olympiques de natation avec Léon Marchand et quatre des sept matchs disputés par les Bleus lors de l'Euro 2024 ont rassemblé entre 10,6 millions et 16,1 millions de téléspectateurs sur France 2, TF1 ou M6. Ces événements sportifs ont également permis au magazine *Euro 2024 l'avant match* diffusé sur TF1 d'enregistrer la meilleure audience du genre (9,6 millions de téléspectateurs), ainsi qu'au *20 heures le journal* de France 2, diffusé lors du premier jour des Jeux Olympiques, d'enregistrer la meilleure audience des journaux télévisés de l'année (8,0 millions de téléspectateurs).

La meilleure audience de fiction est réalisée par le 1^{er} épisode de la saison 4 de *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1 (9,7 millions de téléspectateurs). L'ensemble de la saison, composée de 8 épisodes, a rassemblé 8,3 millions de téléspectateurs en moyenne. Une audience qui s'effrite légèrement de saison en saison: 11,8 millions en moyenne

par épisode pour la première saison diffusée en 2021, 10,0 millions en moyenne pour la deuxième en 2022 et 9,1 millions en moyenne pour la troisième en 2023. La série continue cependant d'attirer une audience largement supérieure à celle des fictions sur TF1 en première partie de soirée (3,9 millions de téléspectateurs en moyenne en 2024). En 2024, la meilleure audience des films est réalisée par la comédie française *Maison de retraite* sur TF1 (7,0 millions de téléspectateurs).

75% de la population regarde une chaîne thématique chaque mois

En février 2025, 47,1 millions de Français regardent au moins une chaîne thématique chaque mois, soit 75,1 % des Français selon Médiamétrie. 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 90,8 % (+2,2 points sur un an), contre 8,7 % pour les chaînes thématiques (-2,0 points).

Les chaînes dédiées au cinéma représentent au total 12,7 % de l'audience des chaînes thématiques.

Parmi les 85 chaînes thématiques étudiées par le MediamatThématik, Paris Première et RTL9 sont les deux premières en part d'audience sur la période septembre 2024-février 2025 (respectivement 7,3 % et 6,9 %, sur l'ensemble des chaînes thématiques), devant TV Breizh (6,6 %).

En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les cinq chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 4,5 % sur l'ensemble des chaînes thématiques, contre 3,7 % cumulé pour Canal+ Cinéma(s), Canal+ Grand Ecran et Canal+ Box-Office, 2,2 % cumulé pour Paramount Network et Paramount Network décalé, 1,7 % pour OCS, et 0,6 % 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 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
janv. - juin 2022	88,4	11,1	0,5	100,0
sept. 2022 - févr. 2023	88,3	11,0	0,7	100,0
janv. - juin 2023	88,5	11,3	0,2	100,0
sept. 2023 - févr. 2024	88,6	10,7	0,7	100,0
janv. - juin 2024	90,6	8,8	0,6	100,0
sept. 2024 - févr. 2025	90,8	8,7	0,5	100,0

Source : Médiamétrie - MédiamatThématik, individus de 4 ans et plus, ensemble univers.

3.2

Les films à la télévision

En 2024: **2 050** œuvres cinématographiques
différentes diffusées à la télévision
(-15 films par rapport à 2023)



1 027 films français



683 films américains



304 films européens
non français



36 films d'autres
nationalités



L'offre de cinéma à la télévision

Remarques méthodologiques

Les résultats présentés dans cette étude sont issus, jusqu'en 2023, d'une base de données commune à l'Arcom et au 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 gratuits (groupes TF1, M6, NRJ, CMA CGM 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 déclinaisons comme Canal+ Grand Écran, Canal+ Box Office, Canal+ Cinéma(s), Canal+ Sport 360, Canal+ Foot, Canal+ Sport, Canal+ Kids, Canal+ Séries et Canal+ Docs).

Depuis 2024, ces données sont issues de Médiamétrie pour la majorité des chaînes, excepté pour France 4, LCP et La Chaîne l'Equipe qui ne sont pas suivies par Médiamétrie et dont les données viennent directement des chaînes concernées, sans information sur les audiences.

À noter que la diffusion de la chaîne France Ô a pris fin le 23 août 2020.

De façon à avoir des historiques cohérents pour les différents groupes audiovisuels, les tableaux et graphiques qui suivent 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 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 multidiffusion, un film diffusé à plusieurs reprises sur une période de trois mois porte le même rang pour chacune de ces diffusions. Pour Canal+, la période est passée de trois à six mois au 1^{er} 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.

À 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 réalisé 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 un maximum de 15 films. Sur les services autres que de cinéma, les films ne peuvent être diffusés le samedi après 20h30, sauf films coproduits ou préfinancés par la chaîne et films Art et Essai.

Dans ce chapitre, les cases cinéma sont celles qui comptent au moins 26 diffusions de films dans l'année.

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.

Maintien de l'offre cinématographique au-dessus des 2 000 titres en 2024

En 2024, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) se réduit à 2 050 œuvres cinématographiques différentes (-15 titres et -0,7 % par rapport à 2023) soit le plus bas niveau depuis 2007 (2 030 films). Cette baisse est principalement imputable au groupe Canal, et notamment à C8, dont le non-renouvellement de la fréquence TNT a été annoncé en juillet 2024 par l'Arcom et qui diffuse 26 titres en moins comparé à 2023, à 105 titres en 2024, et à Arte avec 23 titres de moins par rapport à 2023, à 361 titres, au plus bas niveau depuis 2009 (330 films). À l'inverse, le nombre de films diffusés progresse sensiblement sur France 4 (+29 titres, à 51 films en 2024), La Chaîne L'Équipe (+14 titres, à 40, un plus haut niveau historique) et TF1 Séries films (+13 titres, à 135, deuxième plus haut niveau derrière 2013, 141 titres).

Au global, les chaînes nationales publiques diffusent 641 films différents en 2024 (7 titres de moins qu'en 2023, -1,1 %), plus bas niveau depuis 2002 (624), et les chaînes nationales privées gratuites, 1 083 films (-5 titres par rapport à 2023, -0,5 %), plus bas niveau depuis 2019 (1 077).

285 films différents sont diffusés sur les chaînes du groupe France Télévisions, en progression de 24 titres sur un an, mais deuxième plus bas niveau depuis 1974 (ex-aequo avec 2022). À noter que le groupe a, ces dernières années, développé son offre numérique et notamment son offre cinéma sur le service france.tv. Le partage du canal entre Okoo et Culturebox participe largement à la baisse du nombre de films diffusés sur les antennes du groupe. Si, sur un an, France 4 fait plus que doubler son offre cinéma (51 en 2024, contre 22 en 2023), la chaîne diffuse 99 films en moins comparé à 2015 (150 titres), et 64 de moins comparé à 2019 (115 titres). De même, France 2 passe pour la première fois de son histoire sous la barre des 90 films diffusés (84 titres en 2024, 91 en 2023).

Au sein du groupe TF1, le nombre de films reste stable sur la chaîne mère TF1 (130 films). Sur les chaînes filles,

l'offre cinéma progresse sur TF1 Séries films (+13 titres, à 135 films) mais recule sur TMC et TFX (-7 titres chacune, à respectivement 139 et 128 films). Au total, les chaînes du groupe diffusent 425 films, soit 5 de plus qu'en 2023, et dans la moyenne des 10 dernières années (421 films). Concernant les chaînes du groupe M6, si le nombre de films diffusés progresse sur W9 (+9 titres par rapport à 2023, à 139 films, deuxième plus haut niveau historique) et sur Gulli (+7 titres, à 111 films, plus haut niveau historique), il baisse sur M6 (-10 titres, à 92 films) et 6ter (-6 titres, à 134 films). Au global, le groupe M6 diffuse 386 titres en 2024, à un troisième plus haut niveau historique (403 en 2014 et 400 en 2015).

En 2024, l'offre du groupe Canal+ diminue à 510 films (545 films en 2023), plus bas niveau depuis 2004 (436 films). Sur la chaîne mère Canal+, l'offre baisse de 6 titres à 357 films, et atteint un troisième plus bas niveau historique après 2022 (348 titres) et 1985 (354). Le nombre de films diffusés sur C8 est également en baisse (-26 titres, à 105 films, plus bas niveau depuis 2006 - 95 films), tandis que sur CSTAR, le nombre de films diffusés est stable sur un an (61 films). Récemment, le groupe Canal+ a lancé deux chaînes thématiques payantes (Canal+ Grand Ecran en janvier 2022 et Canal+ Box Office en septembre 2023) consacrées à la diffusion de films et a recentré la grille de Canal+ Cinéma(s) sur la diffusion de films de grands réalisateurs français et étrangers primés ou récompensés lors de festivals internationaux, mouvements qui peuvent avoir une incidence sur la programmation des films sur le canal *premium*, seul canal suivi ici.

Le groupe CMA CGM n'a diffusé aucun film cinématographique depuis 2020 (deux films diffusés sur RMC Story).

Un nombre de diffusions stable

Les 2 050 films programmés (-0,7 % par rapport à 2023) donnent lieu à 5 521 diffusions (+0,3 %, soit +19). Des niveaux stables sur un an certes, mais sur 10 ans, le nombre de titres baisse de 20,1 % quand le nombre de diffusions ne baisse que de 6,1 % : un film est ainsi diffusé, en moyenne, 2,7 fois en 2024, contre 2,3 en 2015. Canal+

est la chaîne qui a le plus recours à la multidiffusion, ce qui s'inscrit historiquement dans sa stratégie de programmation. Chaque film est programmé 5,9 fois en moyenne sur la chaîne en 2024 (4,9 fois en 2015). Gulli (2,3 fois), Arte et NRJ12 (2,0 fois pour ces deux chaînes) sont également des chaînes qui ont davantage recours à la multidiffusion, toutefois relativement stable par rapport à 2015 à respectivement 1,9, 2,1 et 1,7 fois.

À l'échelle des groupes, le groupe Canal+ reste, de loin, celui qui a le plus recours à cette pratique (4,7 diffusions par film en moyenne en 2024), devant le groupe M6 (2,3) et le groupe TF1 (2,2). Si pour le groupe Canal+, la multidiffusion est essentiellement portée par la chaîne mère, pour les deux autres groupes, cela montre une stratégie de multidiffusion intra-groupe, au travers des différentes antennes. En 2024, 103 films sont ainsi diffusés sur au moins deux chaînes du groupe TF1 au cours de l'année (sur les 425 diffusés au total sur les chaînes du groupe) et 86 films sur au moins deux chaînes du groupe M6 (386 au total). Sur France Télévisions, les films sont diffusés, en moyenne, 1,1 fois sur les chaînes du groupe, France 4 étant celle qui a le plus recours à la multidiffusion (1,3 fois, contre 1,1 en 2023 et 1,6 fois en 2015).

Les films diffusés à la télévision

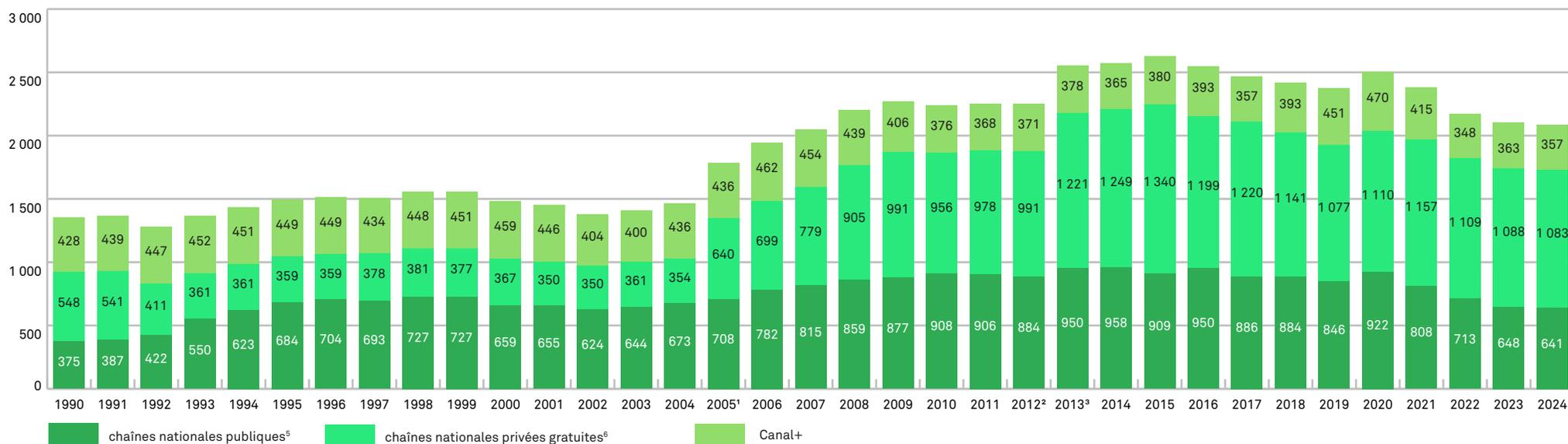
	nombre de titres ¹					nombre de diffusions				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
France Télévisions²	466	346	285	261	285	599	381	306	294	315
France 2	176	127	92	91	84	198	135	98	116	91
France 3	153	150	132	112	120	158	156	138	115	121
France 4	91	24	28	22	51	144	38	35	25	65
France 5	66	51	35	38	37	66	52	35	38	38
Groupe TF1²	432	409	431	420	425	782	921	922	890	930
TF1	162	123	115	130	130	236	211	186	192	229
TMC	122	142	146	146	139	205	254	251	243	232
TFX	103	112	136	135	128	166	214	242	230	230
TF1 Séries Films	105	124	130	122	135	175	242	243	225	239
Groupe M6²	370	377	372	382	386	805	866	826	867	875
M6	107	107	97	102	92	148	145	124	159	148
W9	131	123	127	130	139	222	236	243	242	239
6ter	129	140	126	140	134	238	241	236	244	237
Gulli	85	84	109	104	111	197	244	223	222	251
Groupe Canal+²	636	611	526	545	510	2 215	2 218	2 391	2 501	2 384
Canal+	470	415	348	363	357	1 911	1 860	2 065	2 179	2 089
C8	121	151	148	131	105	194	244	234	201	180
CSTAR	55	57	43	61	61	110	114	92	121	115
NRJ Group²	166	173	128	118	113	324	348	254	235	232
NRJ12	69	71	57	53	51	124	143	111	102	100
Chérie 25	107	107	74	69	68	200	205	143	133	132
CMA CGM²	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	2	-	-	-	-	2	-	-	-	-
autres chaînes										
Arte	452	448	425	384	361	785	752	709	677	710
LCP-AN	7	15	5	3	1	18	31	12	4	1
La Chaîne L'Equipe	17	36	35	26	40	46	54	47	34	74
total²	2 433	2 335	2 131	2 065	2 050	5 576	5 571	5 467	5 502	5 521

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.

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Nombre de films diffusés à la télévision selon le type de chaînes



¹ Début de la diffusion sur les chaînes gratuites de la TNT le 31 mars 2005. En 2005, France 5 obtient également son propre canal.

² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.

³ Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} 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 + CMA CGM + 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 elles appartiennent au même type de chaînes (privées gratuites, publiques ou payantes), si elles n'appartiennent pas au même type de chaînes, elles sont comptabilisées 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, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Une proportion de films inédits qui repart à la hausse

Sur les chaînes nationales gratuites et Canal+, 27,1 % des films diffusés à la télévision sont inédits (24,4 % en 2023), c'est-à-dire programmés pour la première fois, une part en hausse pour la première fois depuis 2018. Cela représente 555 films inédits diffusés en 2024. La part de films français dans le total des films inédits s'élève à 61,3 %, soit 340 films (55,3 % en 2023, 278 films) et celle des films américains à 17,8 %, soit 99 films (23,7 % en 2023, 119 films).

Cette hausse est portée par les chaînes historiques en clair (TF1, France 2, France 3, France 5, Arte, M6), pour lesquelles le taux d'inédits s'élève à 29,9 % (243 films), contre 22,3 % en 2023. Avec 66 titres de plus, à 209 films,

la part de films inédits remonte sur les chaînes nationales publiques après une année 2023 historiquement basse (143 films inédits), pour atteindre 32,6 % (+10,5 points par rapport à 2023, à 22,1 %) : ce taux oscille entre 10,8 % sur France 5 et 53,6 % sur France 2. 9,0 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (97 films en 2024), niveau le plus bas de la décennie. Cette part dépasse 20 % sur les chaînes TF1 (23,1 %) et M6 (23,9 %). Cette faible part comparée 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 (95,4 % de films déjà diffusés sur les chaînes de la TNT privée gratuites).

Canal+ programme 249 films inédits en 2024 (-6 titres), ce qui représente 69,7 % de son offre (70,2 % en 2023). Cette part importante d'inédits est au cœur de la ligne éditoriale de Canal+ qui bénéficie de la première fenêtre d'exploitation en télévision dans la chronologie des médias, liée à ses importantes obligations d'investissement dans la production de films cinématographiques.

Plus d'un quart des films diffusés à la télévision en 2024 sont inédits (27,1 %).

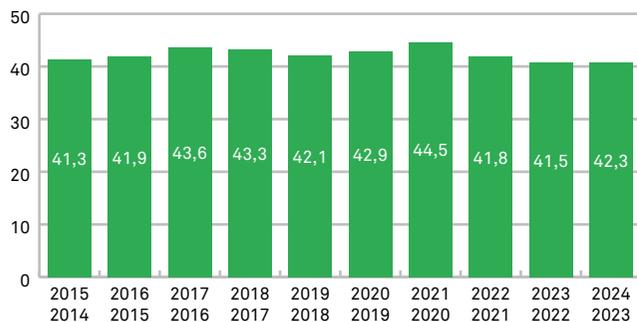
Stabilité de la part des rediffusions

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 13,6 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2024, restant ainsi au plus haut niveau historique déjà atteint en 2023.

Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. 42,3 % des films programmés à la télévision en 2024 avaient déjà été diffusés en 2023. Depuis le lancement des nouvelles chaînes TNT (diffusion commencée en décembre 2012), cette part oscille entre 41,3 % et 44,5 %, alors qu'elle était de 34,1 % entre 2011 et 2012. La stratégie éditoriale de ces chaînes a eu un réel impact sur le volume de rediffusions d'une année sur l'autre, reprenant régulièrement la programmation de films déjà diffusés sur la chaîne mère ou sur d'autres chaînes filles mais également sur leur propre antenne la ou les années précédentes.

En 2024, cette pratique de rediffusion deux années de suite est plus répandue sur Gulli (50,5 % des films programmés en 2024 avaient déjà été diffusés par la chaîne en 2023), W9 (48,2 %), C8 (33,3 %), TMC (33,1 %) et TFX (32,8 %).

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Un taux de rediffusion des films peu sujet aux variations.

La moitié des films diffusés à la télévision sont français, pour la première fois depuis 1991

En 2024, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), 1 027 films français sont diffusés, soit 83 films de plus qu'en 2023 (sans double compte). Les films français représentent ainsi plus de la moitié de l'offre cinématographique à la télévision (50,1 % en 2024, contre 45,7 % en 2023) pour la première fois depuis 1991 (53,7 %). Cette part est portée par les chaînes du groupe France Télévisions (67,7 % de films français), du groupe Canal+ (61,7 %) et du groupe NRJ (51,3 %).

Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe TF1 (44,0 %) et celles du groupe M6 (44,0 %). Au total, les films d'outre-Atlantique représentent 33,3 % de l'offre cinématographique en 2024, au deuxième plus bas niveau de la décennie après 2021 (33,1 %), soit 683 films (-39 titres par rapport à 2023).

Nombre de films diffusés à la télévision selon la nationalité¹ (hors double compte)

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
2015	1 076	41,9	975	38,0	427	16,6	87	3,4	2 565
2016	1 038	41,8	914	36,8	442	17,8	87	3,5	2 481
2017	1 074	44,2	836	34,4	441	18,2	77	3,2	2 428
2018	1 045	44,1	817	34,5	452	19,1	53	2,2	2 367
2019	1 033	44,5	802	34,5	425	18,3	63	2,7	2 323
2020	1 159	47,6	816	33,5	409	16,8	49	2,0	2 433
2021	1 053	45,1	774	33,1	440	18,8	68	2,9	2 335
2022	969	45,5	719	33,7	393	18,4	50	2,3	2 131
2023	944	45,7	722	35,0	348	16,9	50	2,4	2 064
2024	1 027	50,1	683	33,3	304	14,8	36	1,8	2 050

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe.

² 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, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Nombre de films diffusés à la télévision en 2024 selon la nationalité¹

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
France Télévisions²	193	67,7	62	21,8	22	7,7	8	2,8	285
France 2	66	78,6	15	17,9	2	2,4	1	1,2	84
France 3	76	63,3	30	25,0	14	11,7		0,0	120
France 4	34	66,7	7	13,7	4	7,8	6	11,8	51
France 5	24	64,9	10	27,0	2	5,4	1	2,7	37
Groupe TF1²	177	41,6	187	44,0	55	12,9	6	1,4	425
TF1	53	40,8	68	52,3	9	6,9		0,0	130
TMC	58	41,7	53	38,1	24	17,3	4	2,9	139
TFX	56	43,8	53	41,4	14	10,9	5	3,9	128
TF1 Séries Films	55	40,7	58	43,0	20	14,8	2	1,5	135
Groupe M6²	163	42,2	170	44,0	52	13,5	1	0,3	386
M6	46	50,0	37	40,2	9	9,8		0,0	92
W9	66	47,5	60	43,2	13	9,4		0,0	139
6ter	52	38,8	66	49,3	15	11,2	1	0,7	134
Gulli	45	40,5	42	37,8	24	21,6		0,0	111
Groupe Canal+²	314	61,7	118	23,2	69	13,3	10	2,0	441
Canal+	231	64,7	67	18,8	51	14,3	8	2,2	357
C8	63	60,0	35	33,3	6	5,7	1	1,0	105
CSTAR	28	45,9	20	32,8	12	19,7	1	1,6	61
NRJ Group²	58	51,3	45	39,8	7	6,2	3	2,7	113
NRJ12	26	51,0	21	41,2	3	5,9	1	2,0	51
Chérie 25	37	54,4	25	36,8	4	5,9	2	2,9	68
CMA CGM²	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	-	-	-	-	-	-	-	-	-
autres chaînes									
Arte	140	38,8	107	29,6	106	29,4	8	2,2	361
LCP-AN	-	-	-	-	-	-	-	-	-
La Chaîne L'Equipe	13	32,5	24	60,0	2	5,0	1	2,5	40
total²	1 027	50,1	683	33,3	304	14,8	36	1,8	2 050

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe.

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, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Une offre cinématographique en première partie de soirée en légère baisse, toujours sous la barre des 2 000 diffusions

Depuis le 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. Cette levée n'a pas eu d'impact sur le nombre de diffusions en première partie de soirée mais a pu entraîner une hausse des diffusions en journée, notamment le samedi et le dimanche...

L'offre cinématographique en première partie de soirée reste sous la barre des 2 000 diffusions pour la quatrième année consécutive : 1 900 diffusions en première partie de soirée en 2024, soit 20 diffusions de moins par rapport à 2023 (-1,0 %), à un deuxième plus bas niveau depuis l'arrivée des nouvelles chaînes de la TNT en 2012, après 2022 (1 889 diffusions). Cette légère baisse est presque intégralement portée par le groupe Canal+, dont le nombre de diffusions en première partie de soirée s'établit à 351, en baisse de 17,2 % par rapport à 2023 (424 diffusions) et à un plus bas niveau depuis 2006 (306 diffusions), première année complète de diffusion de C8 (anciennement Direct 8).

À contrario, l'offre cinématographique en première partie de soirée progresse sur les chaînes du groupe M6 avec 494 diffusions en 2024 (473 en 2023), plus haut niveau historique, principalement porté par Gulli (126 diffusions, +11,5 % par rapport à 2023) et M6 (65 diffusions, +10,2 %). France Télévisions diffuse également plus de films en première partie de soirée en 2024 (189 contre 173 en 2023), grâce à un rebond du nombre de diffusions sur cette tranche horaire sur France 4 (51 diffusions, contre 21 en 2023). La Chaîne L'Équipe diffuse, elle aussi, un nombre record de films en première partie de soirée, à 56 diffusions (35 en 2023).

Au global, le nombre de films diffusés en première partie est en légère hausse pour les chaînes nationales privées (1 331 diffusions, contre 1 316 en 2023) ainsi que pour les chaînes publiques (369 diffusions, contre 352). Sur

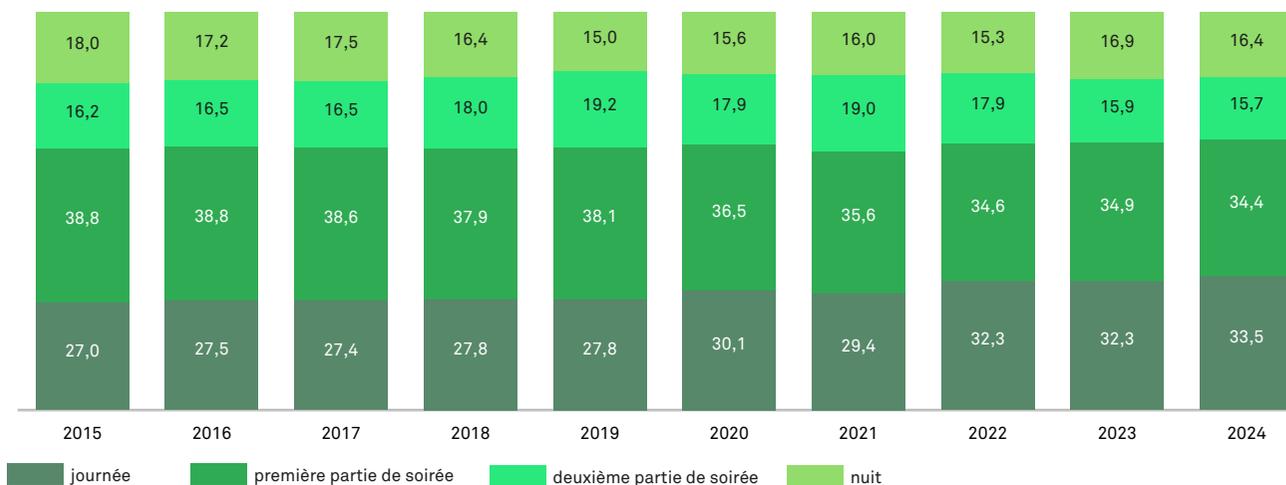
les chaînes historiques (hors Canal+), l'offre cinéma en première partie de soirée recule légèrement (455 diffusions, contre 466) mais celle-ci progresse sur les chaînes de la TNT gratuite (1 245 diffusions, contre 1 202).

200 diffusions de films en première partie de soirée sont proposées sur Canal+ en 2024, au plus bas depuis 1997 (162 diffusions), mais cette dernière reste malgré tout la chaîne qui propose la plus importante offre cinématographique sur ce créneau horaire, devant Arte (179 diffusions) et 6ter (152 diffusions).

L'offre cinématographique en journée continue d'augmenter en 2024, dépassant pour la première fois les 1 800 diffusions (1 847, contre 1 778 en 2023), au plus haut niveau historique. Comparé à 2019, lorsque certains jours et horaires étaient encore interdits pour la diffusion de films, le nombre de diffusions progresse de 26,1 % (1 465 diffusons en 2019). Le samedi et le dimanche, qui étaient sujets à l'interdiction, sont les jours pour lesquels le nombre de diffusion en journée augmente le plus, respectivement +124,3 % (157 diffusions en 2024, 70 en 2019) et +68,9 % (223 en 2024, 132 en 2019).

Le nombre de diffusions en deuxième partie de soirée diminue légèrement, passant de 873 en 2023 à 866 en 2024 (-7 diffusions, -0,8 %), notamment les chaînes du groupe Canal+ (-24 diffusions, à 195 en 2024). De même, l'offre cinéma la nuit baisse légèrement à 908 diffusions (23 diffusions en moins, soit -2,5 %), une baisse essentiellement imputable à Arte (-23 diffusions, à 127).

Répartition des diffusions selon l'horaire (%)



Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

TF1, 1^{er} groupe en termes d'offre cinématographique en première partie de soirée

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** progresse en 2024 à 189 films (173 films en 2023), mais reste en-dessous de la moyenne décennale (259 films), dû en partie à la fin de diffusion de la chaîne France Ô en 2020 qui diffusait, en moyenne, 61 films par an sur cette tranche horaire. Les diffusions en première partie de soirée composent 60,0 % de l'offre cinématographique de France Télévisions en 2024, contre 58,8 % en 2023. 73,0 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe France Télévisions est française et 14,8 % est américaine. Les chaînes du groupe proposent quatre cases régulières de cinéma en première partie de soirée : une sur France 2 le dimanche, une sur France 3 le lundi, une sur France 5 le vendredi et une sur France 4 le samedi.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** baisse légèrement en 2024 à 513 diffusions après deux années record (523 en 2022 et 519 en 2023). Le groupe est le premier en termes d'offre cinéma en première partie de soirée devant le groupe M6 (494 diffusions) et le groupe Canal+ (351 diffusions). Les films diffusés en première partie de soirée composent 55,2 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2024, en baisse par rapport à 2023 (58,3 %) et au deuxième plus bas niveau de la décennie après 2021 (51,4 %). 46,2 % de l'offre du groupe en première partie de soirée est française et 38,0 % est américaine. Sept cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2024 (neuf en 2023) : deux sur TMC (le lundi et jeudi), TFX (le mardi et dimanche) et TF1 Séries films (le lundi et dimanche) et une sur TF1 (le dimanche).

L'offre cinématographique des chaînes du **groupe M6** en première partie de soirée atteint 494 diffusions, soit 56,5 % de l'ensemble des diffusions cinéma du groupe (473 diffusions et 54,6 % en 2023), plus haut niveau

historique en nombre de diffusions. 46,6 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 40,9 % est américaine. Les chaînes du groupe M6 proposent neuf cases cinéma (huit en 2023) : trois sur 6ter (mardi, mercredi et dimanche), trois sur W9 (lundi, mardi et dimanche), deux sur Gulli (mardi et vendredi) et une sur M6 (vendredi).

En 2024, l'offre cinématographique du **groupe Canal+** en première partie de soirée observe une forte baisse de 73 diffusions, à 351. Cette baisse est en grande partie due à la chaîne Canal+ avec 52 diffusions en moins en 2024 (200 diffusions), au plus bas niveau depuis 1997 (162 diffusions). À noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne Canal+ est plus large que sur les autres chaînes ; elle s'étale de 18h00 à 23h00. Les diffusions en première partie de soirée représentent 14,7 % de l'ensemble des diffusions de films sur les chaînes du groupe en 2024, contre 17,0 % en 2023. Ces chaînes programment 54,4 % de films français et 29,9 % de films américains sur cette tranche horaire en 2024. Le groupe Canal+ propose quatre cases cinéma (sept en 2023) : trois sur Canal+ (lundi, vendredi et samedi) et une sur C8 (mardi). La case du mercredi sur Canal+ n'a pas été maintenue et celle du dimanche sur C8 (24 films) et du jeudi sur CSTAR (25 films) se situe juste en-dessous du seuil.

En 2023, 117 diffusions de films sont programmées en première partie de soirée sur les chaînes de **NRJ Group** (118 diffusions en 2023), au plus bas niveau depuis 2007 (74 diffusions), année de début d'une diffusion massive de films en première partie de soirée sur la chaîne NRJ12. Le cinéma français représente 52,1 % de l'offre en première partie de soirée, contre 39,3 % pour le cinéma américain. NRJ12 consacre sa case du mardi soir au cinéma et Chérie 25 celles du jeudi et du vendredi soir en 2024 (seulement le jeudi soir pour Chérie 25 en 2023).

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée (comme en 2023) : le lundi, le mercredi et le dimanche. Le cinéma totalise 179 diffusions à cet horaire en 2024 (178 en 2023). Les films français représentent 41,9 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 40,2 % et les films européens non français 16,2 %.

Nombre de diffusions des films à la télévision en première partie de soirée¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
France Télévisions²	329	329	333	330	316	272	169	154	173	189
France 2	49	47	47	50	52	62	60	55	59	51
France 3	65	56	59	45	64	51	59	47	56	52
France 4	143	132	139	146	122	96	18	18	21	51
France 5	2	25	23	28	30	35	32	34	37	35
France Ô ³	70	69	65	61	48	28	-	-	-	-
Groupe TF1²	422	470	467	473	448	453	473	523	519	513
TF1	55	62	73	72	68	106	75	71	77	73
TMC	126	144	144	130	115	129	146	161	157	151
TFX	132	131	120	135	135	108	126	149	146	143
TF1 Séries Films	109	133	130	136	130	110	126	142	139	146
Groupe M6²	413	405	394	386	398	430	451	436	473	494
M6	35	35	35	38	35	55	49	42	59	65
W9	139	138	133	134	141	134	140	143	147	151
6ter	143	144	134	135	130	138	147	142	154	152
Gulli	96	88	92	79	92	103	115	109	113	126
Groupe Canal+²	473	451	442	432	421	487	475	416	424	351
Canal+	277	256	246	246	245	311	273	225	252	200
C8	144	143	143	134	116	121	146	146	116	101
CSTAR	52	52	53	52	60	55	56	45	56	50
NRJ Group²	254	260	251	203	189	173	173	126	118	117
NRJ12	115	116	107	92	85	70	70	55	51	50
Chérie 25	139	144	144	111	104	103	103	71	67	67
CMA CGM²	164	67	54	54	40	1	-	-	-	-
RMC Découverte	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	164	67	54	54	40	1	-	-	-	-
autres chaînes										
Arte	197	193	193	190	191	189	189	184	178	179
LCP-AN	18	14	14	12		4	10	7	1	1
La Chaîne L'Equipe	10	7	3		5	24	42	43	34	56
total²	2 280	2 196	2 151	2 080	2 008	2 033	1 982	1 889	1 920	1 900

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+.

² Total hors double compte.

³ Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

Le film le plus diffusé sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957 est *Delphine 1, Yvan 0* avec 75 diffusions, dont 68 sur TF1, soit 2,9 diffusions par an (année de première diffusion : 1998). Il est suivi par *Les Douze Travaux d'Astérix* (année de première diffusion : 1987) avec 63 diffusions, dont 28 sur W9, 14 sur M6 et 12 sur 6ter, soit 1,7 diffusion par an, et *Astérix et Cléopâtre* (année de première diffusion : 1983) avec 62 diffusions, dont 26 sur W9, 15 sur M6 et 10 sur 6ter, soit 1,5 diffusion par an. En 2023, ce trio de tête était composé de *Delphine 1, Yvan 0*, *Kirikou et les bêtes sauvages* et *Les Douze Travaux d'Astérix*. Seul un film rentre dans le top 20 cette année par rapport à 2023 : *Les Sous-Doués en vacances*, prenant la place de *Le Cerveau*. 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* et de *Bouge !* qui sont davantage diffusés la nuit (respectivement 92,0 % et 77,8 % de leurs diffusions). 11 films d'animation apparaissent dans le classement dont 7 films de la franchise *Astérix et Obélix*, 2 films *Kirikou* et 2 films *Tintin*.

***Delphine 1, Yvan 0*, le film le plus diffusé à la télévision depuis 1957.**

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957¹

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	1 ^{re} partie de soirée	2 ^e partie de soirée			nuit
<i>Delphine 1, Yvan 0</i>	1996	FR	2024	75	0	5	1	69	2,9	65
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	FR	2024	63	13	48	0	0	1,7	36
<i>Astérix et Cléopâtre</i>	1968	FR	2024	62	10	47	1	0	1,5	33
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	FR	2021	61	11	23	14	13	4,4	45
<i>Astérix le Gaulois</i>	1967	FR	2024	60	14	43	0	0	1,4	32
<i>Deux Heures moins le quart avant J.C.</i>	1982	FR	2024	60	2	35	16	4	1,6	28
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	FR	2024	59	5	54	0	0	2,3	40
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	FR	2024	58	6	52	0	0	2,2	39
<i>Tintin et le lac aux requins</i>	1972	BE / FR	2024	57	11	24	5	17	2,0	41
<i>Scout toujours</i>	1985	FR	2024	57	4	38	9	4	1,5	33
<i>Tintin et le temple du soleil</i>	1969	BE / FR	2024	56	14	20	5	17	2,0	40
<i>Le Grand restaurant</i>	1966	FR	2024	54	7	30	6	4	1,0	24
<i>Bouge !</i>	1997	FR	2024	54	1	10	1	42	2,3	37
<i>Astérix et le coup du menhir</i>	1988	FR	2024	54	6	48	0	0	2,1	36
<i>La Vie est un long fleuve tranquille</i>	1987	FR	2024	53	5	35	10	3	1,6	31
<i>Kirikou et la sorcière</i>	1995	FR / BE	2021	53	13	27	7	6	2,7	37
<i>Les Sous-Doués</i>	1979	FR	2024	52	2	34	12	0	1,3	27
<i>Astérix et les Indiens</i>	1994	DE	2024	51	5	45	1	0	2,0	30
<i>Les Sous-Doués en vacances</i>	1981	FR	2024	50	4	34	8	1	1,3	27
<i>Flic ou voyou</i>	1979	FR	2024	50	0	33	14	0	1,3	30

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

² BE : Belgique / DE : Allemagne / FR : France.

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 toutes les diffusions et notamment celles avant le 1^{er} janvier 1990.

Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe.

L'audience des films à la télévision

La comédie française, meilleure audience du cinéma à la télévision chaque année

Depuis 2013, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française. C'est à nouveau le cas en 2024, avec un film français diffusé pour la première fois en clair sur TF1 : *Maison de retraite* avec 7,0 millions de téléspectateurs. En 2023, le cinéma français, toujours porté par les comédies, représente 67 des 100 meilleures audiences des films diffusés à la télévision (57 sur 100 en 2023), un plus haut niveau historique, contre 33 pour le cinéma étranger (27 titres américains et 6 titres britanniques). Les meilleures audiences du cinéma sont cependant enregistrées par des films américains sur la majorité des chaînes. 10 chaînes réalisent leur meilleure audience cinéma annuelle avec un film américain, six chaînes avec un film français et une avec un film britannique. Par ailleurs, après avoir connu un énorme succès en salles, *Un p'tit truc en plus* a attiré 2,7 millions de téléspectateurs sur Canal+, réalisant ainsi la meilleure audience historique pour un film sur cette chaîne. À noter que *Top Gun Maverick* enregistre la meilleure audience cinéma sur M6 mais également sur W9.

Les Français ont consommé 58 heures de films sur les chaînes nationales gratuites en 2024 (64 heures en 2023) (source : Médiamétrie).

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2020	<i>Les Visiteurs</i>	TF1	FR	13	8,1	28,0
2021	<i>Le Sens de la fête</i>	TF1	FR	1	7,5	31,2
2022	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	TF1	FR	1	7,8	34,0
2023	<i>Pourris Gâtés</i>	TF1	FR	1	5,8	26,3
2024	<i>Maison de retraite</i>	TF1	FR	1	7,0	33,6

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

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2024

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité ¹	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>Maison de retraite</i>	10-mars	FR	1	7,0	33,6
France 2	<i>Je vous trouve très beau</i>	4-oct.	FR	9	5,4	28,7
M6	<i>Top Gun Maverick</i>	21-mai	US	1	4,0	19,7
France 3	<i>Le Jour le plus long</i>	3-juin	US	19	2,9	15,3
Canal+	<i>Un p'tit truc en plus</i>	15-nov.	FR	1	2,7	13,0
Arte	<i>Les Pleins Pouvoirs</i>	21-avr.	US	12	1,8	9,3
TMC	<i>Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?</i>	18-sept.	FR	2	1,4	7,5
W9	<i>Top Gun Maverick</i>	30-sept.	US	2	1,3	6,5
France 5	<i>Monsieur Klein</i>	23-août	FR	17	1,2	7,2
TFX	<i>Jurassic World</i>	12-déc.	US	7	1,1	6,2
C8	<i>Une hirondelle a fait le printemps</i>	14-août	FR	14	1,1	6,9
TF1 Séries films	<i>L'Arme fatale 3</i>	27-mars	US	22	1,1	5,6
Chérie25	<i>Wind River</i>	5-déc.	US	3	1,0	5,4
6ter	<i>La Belle et la Bête (2017)</i>	28-févr.	GB	5	0,9	5,0
NRJ12	<i>Jack Reacher Never Go Back</i>	11-sept.	US	4	0,9	5,1
CSTAR	<i>La Planète des singes suprématie</i>	15-mai	US	4	0,8	4,2
Gulli	<i>Shrek 4 il était une fin</i>	24-oct.	US	9	0,7	3,7

¹ FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.
Source : CNC, Médiamat-Médiamétrie (4 ans et plus).

Canal+ réalise sa meilleure audience historique pour la diffusion d'un film avec *Un p'tit truc en plus*.

3.3

Les fictions à la télévision

En 2024 : **725** soirées dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques

(-36 soirées par rapport à 2023)

dont :



62,5 %

de soirées
de fiction française



18,8 %

de soirées de fiction
européenne (hors France)



13,4 %

de soirées
de fiction américaine



Remarques méthodologiques

Les programmes en première partie de soirée correspondent aux émissions débutant entre 20h55 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.

L'audience preview correspond au mode de consommation d'un programme de télévision accessible sur un service avant sa diffusion en live ou diffusion sur une chaîne de télévision, selon Médiamétrie. L'audience consolidée J+7, correspond à l'audience d'un programme faite sur 7 jours à partir de sa diffusion live, cumulant les audiences en direct et en différé, sur un service de BVOD (Broadcaster Video on Demand ou replay) ou par suite d'un enregistrement personnel, selon Médiamétrie. Cet indicateur est par ailleurs l'audience de référence des programmes TV. Voir les remarques méthodologiques au début du chapitre 3.1 concernant le périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie.

Répartition des chaînes nationales diffusant de la fiction et mesurées par Médiamétrie en 2024 :

Chaînes nationales gratuites : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25
Chaîne payante : Canal+

La fiction, premier genre regardé à la télévision

En 2024, les chaînes nationales gratuites diffusent 31 293 heures de fiction (téléfilms, épisodes de séries ou de feuilletons) sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie (-2,5 % par rapport à 2023). Cette offre est en forte hausse sur TMC (+216 heures de fiction entre 2023 et 2024), 6ter (+214 heures), Gulli (+136 heures) et RMC Story (+108 heures). À l'inverse, elle diminue sensiblement sur les deux chaînes dont les fréquences TNT n'ont pas été renouvelées par l'Arcom en juillet 2024, NRJ12 (-604 heures) et C8 (-181 heures), ainsi que sur TF1 Séries Films (-105 heures).

La fiction représente 19,3 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (-1,0 point par rapport à 2023) et 19,8 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (-1,0 point) sur l'ensemble de la journée. La fiction est ainsi le premier genre de programmes en termes de consommation de programmes télévisuels (cf. remarques méthodologiques du chapitre 3.1). En 2024, les individus âgés de 4 ans et plus regardent, en moyenne, 163 heures de fiction par an sur les chaînes nationales gratuites, soit 27 minutes par jour. Le volume horaire de fiction disponible augmente de 0,9 % sur les chaînes nationales historiques mais diminue de 3,3 % sur les chaînes TNT. Plus précisément, ce volume diminue de 4,2 % en première partie de soirée et de 5,2 % sur le reste de la journée sur ces mêmes chaînes.

En 2024, France 3 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée, avec près de 200 soirées consacrées au genre.

En 2024, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) consacrent 725 soirées à la fiction (-36 soirées par rapport à 2023), soit 33,0 % de l'ensemble de leurs soirées (34,7 % en 2023). Il s'agit du plus faible niveau historique, s'expliquant notamment par la diffusion des *Jeux de Paris 2024* sur France 2 et France 3 entre les mois de juillet et septembre (69 soirées consacrées à la fiction durant ces trois mois en 2024 sur ces chaînes contre 93 soirées sur la même période en 2023, soit -24 soirées). Par rapport à 2023, l'offre de fiction diminue de 14 soirées sur France 2, de 13 soirées sur Canal+, de 10 soirées sur France 3 et de 9 soirées sur M6. Elle augmente de 6 soirées sur TF1 et de 4 soirées sur Arte. Cette offre de fiction atteint son plus bas niveau historique sur M6 et Canal+.

Du côté de M6, la chaîne diminue, de manière continue depuis 2016, son offre de fiction en première partie de soirée, qu'elle remplace en 2024 par des programmes de

divertissement (*Qui veut être mon associé ?*, *les Traîtres*), du sport (matchs de *l'Euro de football 2024*) et des films, notamment le vendredi. Du côté de Canal+, la chaîne consacre davantage de soirées à des programmes de divertissement et spectacles d'humoristes (*Le monde magique de Jérôme Commandeur*, *Boys boys boys* de Florence Foresti, *Zèbre* de Paul Mirabel), à ses créations documentaires (*Victor Wembanyama Un1que*, *Les Reclus : une famille sous emprise*) ainsi qu'au sport (matchs de la *Ligue des champions de football*, courses des *Grand Prix de Formule 1*).

France 3 (197 soirées) demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée devant TF1 (142), qui repasse devant France 2 (138) en 2024. Il s'agit du plus bas niveau historique enregistré par France 2.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2020	2021	2022	2023	2024
TF1	148	157	132	136	142
France 2	142	143	147	152	138
France 3	176	173	185	207	197
Canal+	97	93	96	102	89
M6	136	111	84	71	62
Arte	88	90	89	93	97
total	787	767	733	761	725

Source : CNC, Médiamétrie.

La fiction française occupe plus de 60 % des soirées dédiées à la fiction

En 2024, la baisse du nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques n'impacte que la fiction étrangère. Le nombre de soirées de fiction française progresse ainsi de 10,2 % par rapport à 2023 (453 soirées), tandis que l'offre de fiction étrangère baisse de 22,3 % (272 soirées). Ce recul est principalement porté par celui de la fiction américaine qui enregistre son plus bas niveau historique : 97 soirées, soit -34,0 %. L'offre de fiction européenne non française recule, de son côté, de 14,0 % (147 soirées), tandis que l'offre de fiction non européenne et non américaine diminue de 12,5 % (28 soirées).

La fiction française constitue, pour la première fois, plus de 60 % de l'offre de fiction en première partie de soirée. En 2024, elle occupe 62,5 % des soirées dédiées à la fiction, soit son plus haut niveau enregistré sur la période, contre 37,5 % pour la fiction étrangère, dont 20,3 % pour la fiction européenne non française, 13,4 % pour la fiction américaine et 3,9 % pour la fiction d'autres nationalités.

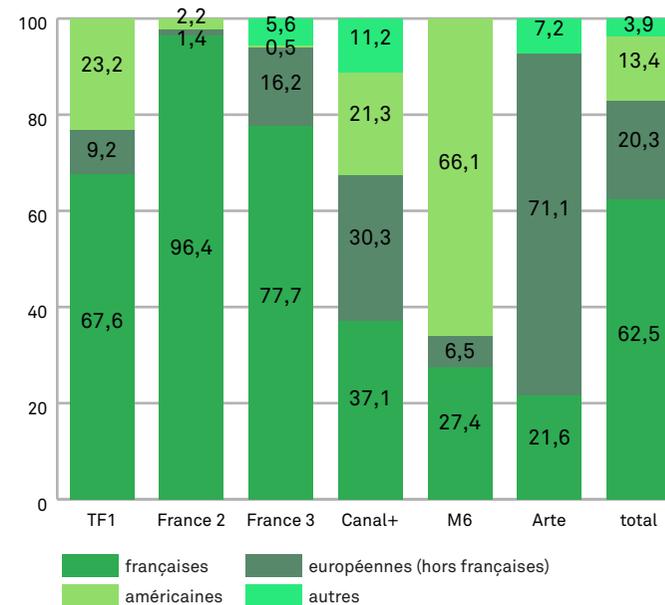
L'évolution de l'offre de fiction selon la nationalité est liée aux stratégies éditoriales des chaînes historiques. L'offre de fiction américaine en soirée sur l'ensemble des chaînes historiques se réduit de 122 soirées entre 2020 et 2024, baisse la plus importante. M6 reste la chaîne qui consacre le plus grand nombre de ses soirées à la fiction américaine (41 soirées en 2024). Depuis quelques années, la chaîne a cependant fait le choix de réduire le nombre de soirées consacrées à la fiction. Depuis 2020, l'offre de fiction sur la chaîne est en baisse continue, atteignant 62 soirées en 2024 contre 136 soirées en 2020 (-74 soirées). Cette réduction impacte, en premier lieu, la fiction américaine (-69 soirées entre 2020 et 2024), contre une hausse pour la fiction française sur la même période (+8 soirées). Malgré la hausse du nombre de soirées consacrées à la fiction sur TF1, la chaîne enregistre une baisse du nombre de soirées consacrées à la fiction américaine (-23 soirées). La hausse est ainsi portée par la fiction française (+20 soirées sur un an, à 96 en 2024), suivie par la fiction européenne

(+9 soirées à 13 soirées en 2024). France 2 et France 3 apparaissent comme les deux chaînes proposant le plus grand nombre de soirées dédiées à la fiction française. Malgré une baisse du nombre de soirées consacrées à la fiction sur ces deux chaînes, en lien avec la diffusion des Jeux de Paris 2024, le nombre de soirées de fictions françaises se maintient : 133 soirées sur France 2 (-1 soirée par rapport à 2023) et 153 soirées sur France 3 (+2 soirées). Arte (97 soirées) et Canal+ (89 soirées) sont, de leur côté, les deux chaînes proposant la plus grande proportion de fiction européenne non française. Arte diffuse principalement des fictions allemandes (31 soirées), britanniques (21 soirées) et suédoises (11 soirées), tandis que Canal+ mise davantage sur la fiction britannique (23 soirées).

Par rapport à 2015, le nombre de soirées consacrées à la fiction française sur les chaînes nationales historiques progresse de 32,5 % (+111 soirées). La hausse la plus importante est cependant enregistrée par la fiction européenne : +34,9 % en dix ans mais pour une offre bien plus limitée (147 soirées, soit +38 soirées par rapport à 2015, contre 453 soirées pour la fiction française). La fiction américaine enregistre la plus forte baisse : -72,0 % sur la période (-250 soirées) à 97 soirées, tandis que la fiction étrangère non européenne et non américaine diminue de 17,6 % (-6 soirées) à 28 soirées.

Sur dix ans, l'offre de fiction américaine en première partie de soirée baisse de 72,0 % à 97 soirées.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2024 (%)



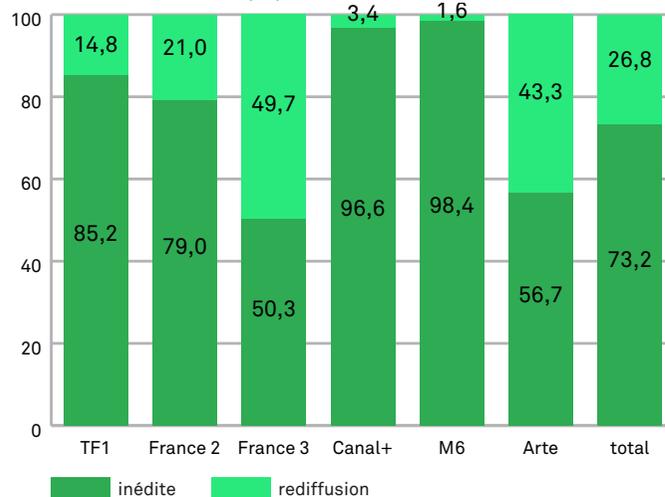
Source : CNC, Médiamétrie.

Le nombre de soirées consacrées à des fictions françaises inédites à son plus haut niveau depuis dix ans

Le nombre de premières parties de soirées consacrées à la fiction inédite sur les chaînes nationales historiques diminue de 9,2 % par rapport à 2023, à 531 soirées en 2024, masquant des réalités différentes selon la nationalité : +16,3 % pour la fiction française à 307 soirées, plus haut niveau sur dix ans, et -30,2 % pour la fiction étrangère à 224 soirées. Les programmes de fiction inédits constituent ainsi 73,2 % de l'offre totale de fiction des chaînes nationales historiques en première partie de soirée en 2024 (-3,7 points par rapport à 2023). La part de soirées inédites augmente pour la fiction française à 67,8 % (+3,6 points) et diminue pour la fiction étrangère à 82,4 % (-9,3 points).

Le nombre de fictions en rediffusion augmente de 10,2 % à 194 soirées en 2024, avec des évolutions selon la nationalité différentes de celles observées sur le segment de l'inédit : +60,0 % par rapport à 2023 pour la fiction étrangère à 48 soirées, tandis que le nombre de fictions françaises rediffusées est stable à 146 soirées.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon leur ancienneté en 2024 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

La répartition entre les programmes inédits et rediffusés dépend des stratégies des chaînes. TF1 ne propose en rediffusion que des fictions françaises en 2024 et principalement pendant la période estivale et en fin d'année. À l'inverse, Arte propose majoritairement des fictions européennes en rediffusion, tout au long de l'année. À l'exception de deux séries britanniques (*It's a sin* et *Pour Marnie*), France 2 ne diffuse que des fictions françaises en rediffusion, principalement en période estivale. Enfin, France 3, chaîne proposant le plus grand nombre de soirées dédiées à la fiction, consacre près de la moitié de son offre à des programmes en rediffusion, composée majoritairement de fictions françaises et de quelques fictions européennes. Canal+ et M6 ne consacrent de leur côté qu'un nombre très limité de soirées à des rediffusions, soit une soirée sur M6 consacrée à de la fiction française (*L'homme de nos vies*), et 3 soirées pour Canal+, consacrées à de la fiction européenne (*Le cheval pâle* et *Pourquoi pas Evans ?*).

Les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont françaises

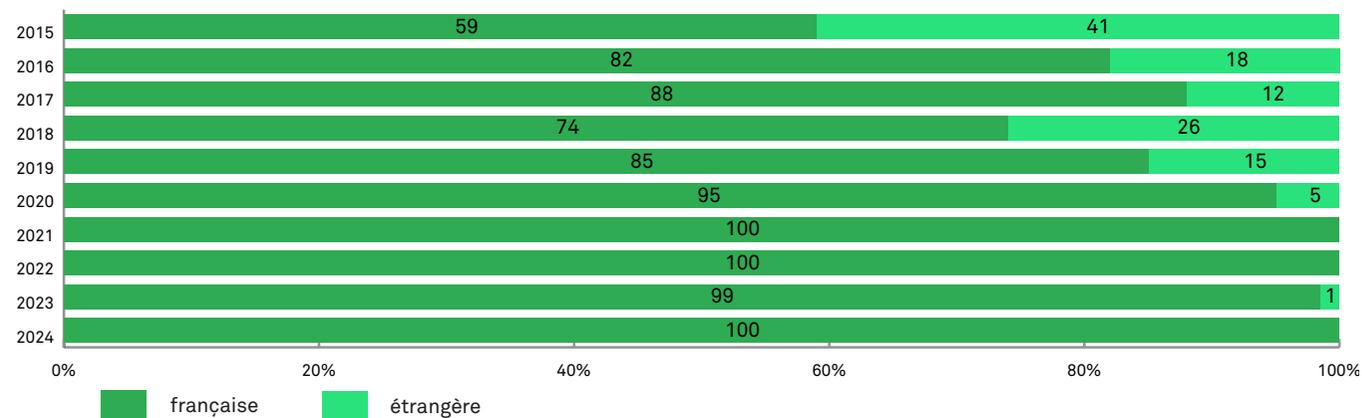
En 2024, les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont toutes enregistrées par des fictions françaises. Le premier programme étranger est le téléfilm américain *The Tomorrow War* (TF1) à la 134^e position. La fiction française occupe pour la 11^e année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction et les trois premières places du classement depuis 2016.

Le premier épisode de la nouvelle saison de la série française *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1, enregistre la meilleure audience pour une fiction télévisuelle en 2024 avec 9,7 millions de téléspectateurs et se place ainsi en première position du palmarès des meilleures audiences de fiction à la télévision chez les 4 ans et plus. Pour mémoire, le lancement de la série avait réuni 11,5 millions de téléspectateurs lors de la diffusion du premier épisode en 2021, 10,9 millions pour le premier épisode de la deuxième saison en 2022 et 10,4 millions pour le premier épisode de la troisième saison en 2023.

Le haut du classement est occupé par trois séries françaises dont les premiers rôles sont tous féminins. Il se compose de deux créations originales françaises, *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1) et *Astrid et Raphaëlle* (France 2), et d'une adaptation d'un manga japonais, *Cat's eyes* (TF1). Au total, 12 chaînes (sur les 17 étudiées qui diffusent de la fiction), dont l'ensemble des chaînes historiques, réalisent leur meilleure audience de fiction avec une fiction française. Seules les six chaînes historiques enregistrent leur meilleure audience avec une fiction française inédite.

En 2024, la série française *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1) enregistre la meilleure audience pour une fiction télévisuelle avec 9,7 millions de téléspectateurs pour le premier épisode de la saison 4.

Répartition des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée selon la nationalité (%)



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

Palmarès des 10 meilleures audiences de fiction en première partie de soirée sur les chaînes historiques en 2024

titre	date de diffusion	nationalité	chaîne	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
<i>HPI haut potentiel intellectuel</i> ¹	16/05/2024	France	TF1	9,7	43,4
<i>Cat's eyes</i> ¹	11/11/2024	France	TF1	6,7	26,5
<i>Astrid et Raphaëlle</i> ¹	06/12/2024	France	France 2	6,7	32,4
<i>Rivière-perdue</i> ¹	11/01/2024	France	TF1	6,2	28,3
<i>Le Nounou</i> ¹	26/02/2024	France	TF1	6,2	27,1
<i>Alex Hugo la vallée des vautours</i> ²	12/03/2024	France	France 3	6,2	27,2
<i>Astrid et Raphaëlle et Alexandra Ehle</i>	01/11/2024	France	France 2	6,1	29,8
<i>Mademoiselle Holmes</i> ¹	11/04/2024	France	TF1	6,1	28,1
<i>Capitaine Marleau</i> ¹	11/10/2024	France	France 2	5,9	30,2
<i>Alex Hugo les engagés</i> ²	12/11/2024	France	France 3	5,9	26,9

¹ Seule la meilleure audience a été retenue pour les séries.

² Le programme *Alex Hugo* est une collection d'unitaires et non une série, plusieurs titres ont ainsi été retenus dans ce classement.

Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2024, la part d'audience moyenne de la fiction en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 15,8 % pour la fiction française, contre 6,7 % pour la fiction étrangère. À l'exception d'Arte, la part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les autres chaînes nationales historiques. Elle s'établit à 20,1 % sur TF1 (13,6 % pour la fiction étrangère), 17,6 % sur France 2 (11,2 %), 16,9 % sur France 3 (11,6 %), 8,9 % sur M6 (6,9 %), 2,0 % sur Canal+ (0,6 %) et 3,6 % sur Arte (3,7 %).

L'audience de la fiction en preview, un public plus jeune

En 2024, l'âge moyen de la fiction en première partie de soirée s'établit à 64 ans. L'audience en preview, suivi mis en place en septembre 2024 par Médiamétrie, montre que les programmes de fiction disponibles en avant-première sur les services des chaînes de télévision ont une audience légèrement plus jeune avec un âge moyen de 61 ans. Ces différences d'âge sont particulièrement marquées sur certains programmes, tels que l'unitaire *Je ne me laisserai*

plus faire, diffusé sur Arte, dont l'âge moyen en live était de 69 ans contre 54 ans en preview, ou encore *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1, dont l'âge moyen en live est de 56 ans contre 39 ans en preview.

Les meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée par chaîne en 2024

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	inédit	télespectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>HPI haut potentiel intellectuel</i>	16/05/2024	France	inédit	9,7	43,4
France 2	<i>Astrid et Raphaëlle</i>	06/12/2024	France	inédit	6,7	32,4
France 3	<i>Alex Hugo la vallée des vautours</i>	12/03/2024	France	inédit	6,2	27,2
Canal+	<i>Terminal</i>	22/04/2024	France	inédit	0,8	3,5
France 5	<i>Alex Hugo la mort et la belle vie</i>	29/07/2024	France	rediffusion	2,3	11,0
M6	<i>Scènes de ménages</i>	19/08/2024	France	inédit	3,3	18,7
Arte	<i>Je ne me laisserai plus faire</i>	29/11/2024	France	inédit	2,0	10,5
C8	<i>Les Enquêtes de Murdoch</i>	24/06/2024	Canada	rediffusion	0,3	4,2
W9	<i>FBI</i>	23/07/2024	Etats-Unis	rediffusion	0,9	4,8
TMC	<i>Nos chers voisins</i>	20/01/2024	France	rediffusion	0,2	2,1
TFX	<i>Plus belle la vie, encore plus belle</i>	10/01/2024	France	rediffusion	0,5	2,1
NRJ12	<i>Le Transporteur la série</i>	07/08/2024	France	rediffusion	0,5	2,9
CSTAR	<i>The Doorman</i>	12/06/2024	Etats-Unis	rediffusion	0,4	2,1
Gulli	<i>Alf</i>	02/07/2024	Etats-Unis	rediffusion	0,5	2,5
TF1 Séries Films	<i>Le Comte de Monte-Cristo (Josée Dayan)</i>	28/06/2024	France	rediffusion	0,3	20,1
6ter	<i>Hawaii 5-0</i>	26/01/2024	Etats-Unis	rediffusion	0,6	3,1
RMC Story	<i>P.J.</i>	18/02/2024	France	rediffusion	0,1	8,2
Chérie 25	<i>The Closer L.A. enquêtes prioritaires</i>	11/01/2024	Etats-Unis	rediffusion	0,1	11,9

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

3.4

La production audiovisuelle aidée

En 2024¹: **3 978** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC
(+4,5 % par rapport à 2023)

1,9 Md€ de devis (+9,1 %)

¹ Données arrêtées au 31 mars 2025 et hors magazines d'intérêt culturel.



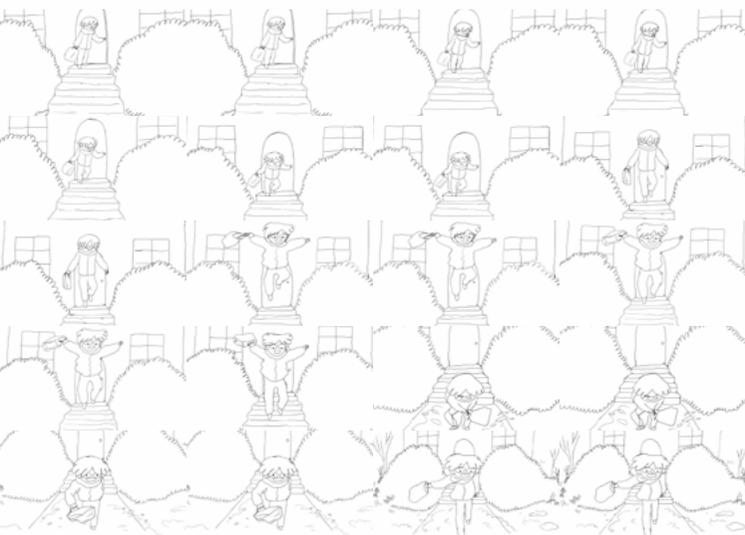
214,1 M€
d'apports du CNC
(+0,4 %)



180,8 M€
d'apports étrangers
(+70,8 %)



966,0 M€
d'apports des diffuseurs
(+3,8 %)



Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2024 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2024, au stade de l'autorisation préalable. À noter que les compléments d'aides n'ont pas, à ce jour, été totalement remontés. Les aides du CNC présentés dans ce chapitre ne les incluent donc pas. Ils le seront dans le prochain bilan de la production audiovisuelle qui sortira dans le courant du deuxième trimestre.

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 et qui peut, par ailleurs, inclure des œuvres en production exécutive non éligibles au fonds de soutien audiovisuel du 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 premier versement des investissements du diffuseur pour l'Arcom.

Les données sont arrêtées au 31 mars 2025, celles-ci pourront être amenées à évoluer dans le bilan de la production audiovisuelle aidée.

Le CNC soutient la production de 3 978 heures de programmes audiovisuels français (hors magazines d'intérêt culturel).

Un volume de programmes audiovisuels aidés en hausse à 3 978 heures

En 2024, les diffuseurs ont initié la production de 3 978 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC (hors magazines d'intérêt culturel), un volume horaire en hausse par rapport à 2023 (+4,5 %). Leurs investissements progressent à 966,0 M€ (+3,8 % par rapport à 2023), leur plus haut niveau historique. L'apport horaire des diffuseurs est stable à 242,8 K€ (-0,7 % par rapport à 2023), et dépasse ainsi les 200 K€ pour la sixième année consécutive. En 2024, les diffuseurs assument 49,7 % des devis de l'ensemble des programmes aidés, tous genres confondus (hors magazines d'intérêt culturel), contre 52,3 % en 2023, une part en légère érosion du fait de la plus forte croissance des devis (+9,1 % en 2024).

Les **groupes et chaînes publiques** (France Télévisions, Arte France, LCP-AN et Public Sénat) jouent un rôle prépondérant dans la production des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC. En 2024, ils initient 51,7 % du volume horaire total des programmes audiovisuels aidés par le CNC (tous genres confondus, hors magazines d'intérêt culturel), pour 46,0 % des apports totaux des diffuseurs, une part à son plus bas niveau depuis 2007 (première année du suivi statistique selon le type de diffuseurs). Cette évolution peut en partie s'expliquer par l'arrivée des services étrangers de vidéo à la demande par abonnement qui entraîne, mécaniquement, une diminution de la part des autres diffuseurs dans le total des apports. Les programmes commandés par les groupes et chaînes publiques perçoivent 114,7 M€ d'aides à la production du CNC (hors compléments) en 2024 (+0,1 % par rapport à 2023), soit 53,6 % du total des aides à la production (53,7 % en 2023).

Les **groupes privés** sont à l'initiative de 36,7 % des heures aidées (36,1 % en 2023), et représentent 41,3 % des apports globaux des diffuseurs, en recul par rapport à 2023 (45,0 %) mais malgré tout au troisième plus haut niveau de la décennie derrière 2023 et 2019 (45,3 %). 77,3 M€ d'aides à la production sont versées aux programmes audiovisuels commandés par ces chaînes (-5,7 % par rapport à 2023), soit 36,1 % du total (38,4 % en 2023).

Production audiovisuelle aidée¹

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
durée (heures)	4 590	4 492	4 523	4 363	3 988	3 490	4 283	3 750	3 806	3 978
devis (M€)	1 354,0	1 557,4	1 508,1	1 519,5	1 578,8	1 489,9	1 890,2	1 487,3	1 779,8	1 942,6
diffuseurs (M€)	761,5	844,3	793,3	814,7	833,4	750,3	930,7	767,9	930,5	966,0
aides du CNC² (M€)	211,7	239,5	235,4	225,2	212,5	193,0	241,3	185,9	213,3	214,1
apports étrangers (M€)	90,7	146,9	120,2	102,3	129,7	157,8	189,6	105,1	105,8	180,8

¹ Hors magazines d'intérêt culturel.

² Hors compléments d'aides et hors aides à la préparation.

Source : CNC.

Les **services en ligne indépendants**, dont la diffusion est assurée via internet et n'appartenant pas aux groupes précédemment analysés, commandent 159 heures en 2024, un volume stable par rapport à 2023 (162 heures). À l'inverse, leurs investissements progressent nettement, passant de 69,3 M€ en 2023 à 108,3 M€ en 2024, soit +56,3 %. Ces services représentent 4,0 % du volume horaire et 11,2 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée en 2024 (respectivement 4,3 % et 7,4 % en 2023). 10,4 M€ d'aides à la production ont été versées par le CNC aux programmes commandés par les services en ligne, soit 4,9 % du total (7,3 M€, soit 3,4 % en 2023). L'intégration des services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement au fonds de soutien audiovisuel, d'abord sous la forme d'un fonds de soutien spécifique plateformes (en 2021 et 2022) puis, depuis le 1^{er} janvier 2023, au même titre que les autres diffuseurs, a quelque peu modifié les grands équilibres.

En 2024, les **trois services américains**, Netflix, Prime Video et Disney+ (comptabilisé dans les groupes privés), commandent 65 heures de programmes audiovisuels aidés pour un investissement total de 116,9 M€, soit 12,1 % des apports diffuseurs (50 heures pour 101,3 M€ en 2023). Sur certains programmes, les services mondiaux de vidéo à la demande interviennent également en préachats de droits après un premier diffuseur linéaire. C'est notamment le cas, en 2024, de Disney+ sur les saisons 6 et 7 de la série d'animation *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (52x23' – Zagtoon et Method Animation pour TF1) ou encore Prime Video sur le documentaire *Martin Scorsese et la musique* (1x53' – Wichita Films pour OCS).

La part des **chaînes privées indépendantes** atteint 1,8 % en volume horaire en 2024 (1,4 % en 2023) et 0,8 % en investissements (0,3 % en 2023). 2,3 % des aides à la production versées par le CNC financent les programmes commandés par ces chaînes en 2024, à 4,9 M€ (2,4 M€ en 2023).

229 heures de programmes audiovisuels aidés ont été initiées par les **chaînes locales** en 2024 (-3,4 % par rapport à 2023), soit 5,8 % du total (6,2 % en 2023). Leurs investissements totaux s'élèvent à 7,0 M€, en nette hausse de 16,3 % sur un an. Leurs apports représentent 0,7 % du total des diffuseurs, une part stable par rapport à 2023. Les programmes commandés par ces chaînes totalisent 6,8 M€ d'aides à la production, en baisse de 4,4 % par rapport à 2023. Ils concentrent 3,2 % des aides totales en 2024, un chiffre stable par rapport à 2023 (3,3 %).

La fiction

Niveau record des investissements dans la fiction aidée

En 2024, le volume de fiction aidée atteint 1 105 heures, un niveau en hausse par rapport à 2023 (1 067 heures, soit +3,6 %). Il s'agit du deuxième plus haut niveau historique, après le record atteint en 2021 à 1 314 heures, année qui avait bénéficié d'un effet rattrapage post-crise sanitaire. À l'exception de 2020, le cap des 1 000 heures de fiction aidée est franchi chaque année depuis 2019. Cette hausse du volume de fiction aidée est portée en 2024 par le dynamisme du format feuilleton, lié au lancement de la série *Plus belle la vie, encore plus belle* sur TF1 (reprise de la série *Plus belle la vie*, arrêtée en 2023 sur France 3), et l'intégration croissante d'œuvres destinées à des services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement au fonds de soutien audiovisuel du CNC.

Les devis de fiction battent un nouveau record à 1 157,7 M€ en 2024, en hausse de 5,0 % par rapport à l'année 2023. Le coût horaire moyen de la fiction aidée poursuit sa hausse et s'établit à 1 047,6 K€ (+1,3 % par rapport au niveau déjà record de 2023). Ce coût horaire moyen est largement impacté, à la baisse, par les feuilletons dont l'économie est plus modeste et, à la hausse, par les projets portés par les services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement. Hors feuilletons et hors projets SMAD, le coût horaire des œuvres de fiction marque également un nouveau record à 1 346,0 K€, soit une hausse sur un an plus marquée (+7,4 % par rapport à 2023).

Après avoir atteint un record en 2023, les financements français pour la fiction restent stables en 2024, à 1 076,7 M€. Les diffuseurs investissent 678,3 M€ dans la production d'œuvres de fiction, un montant stable par rapport au record de 2023 (-0,6 %). La part des devis assumée par ces derniers recule de 3,3 points, à 58,6 %. France Télévisions reste le premier financeur de la fiction aidée en 2024 avec un investissement total de 244,7 M€ (-4,3 % par rapport à 2023), soit 36,1 % des apports totaux des diffuseurs. Il est

suivi par le groupe TF1 (207,6 M€, soit -1,3 % par rapport à 2023, et 30,6 % du total des diffuseurs). À partir de 2024, les investissements du groupe Canal+, 3^e financeur de la fiction, incluent les apports d'OCS. Le montant total des investissements du groupe s'élève ainsi à 61,1 M€ en 2024 (9,0% du total des diffuseurs). À périmètre constant, donc incluant les investissements d'OCS à ceux du groupe Canal+ en 2023, les apports du groupe reculent de 6,0 % sur un an.

Au global, les trois services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement, Netflix, Prime Video et Disney +, représentent 16,5 % du total des apports des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée de fiction en 2024, contre 14,4 % en 2023 (+2,1 points). Ils apportent 112,2 M€, soit une hausse de 14,1 % par rapport à 2023.

Les apports du CNC (hors compléments) baissent de 15,0 % à 75,6 M€ en 2024, un niveau inférieur à la moyenne observée sur la décennie (80,4 M€). La part de ces apports dans le financement de la fiction s'élève à 6,5 % en 2024, contre 8,1 % en 2023. L'apport horaire moyen du CNC (hors compléments) recule, quant à lui, de 17,9 % par rapport à 2023, à 68,4 K€. Il retrouve un niveau comparable à 2022 (69,3 K€) mais reste inférieur à la moyenne enregistrée sur la période 2015-2024 (80,0 K€).

Les chiffres clés de la fiction

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
volume horaire (heures)	743	897	871	995	1 040	930	1 314	1 083	1 067	1 105
devis (M€)	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3	1 103,0	1 157,7
coût horaire (K€/heure)	859,3	868,6	826,5	800,8	855,9	886,1	842,6	803,4	1 033,7	1 047,6

Source : CNC.

Les financements étrangers triplent et passent de 26,3 M€ en 2023 à 81,0 M€ en 2024 (43,8 M€ en moyenne sur la décennie), soit le plus haut niveau enregistré. Cette croissance est portée à la fois par les coproductions étrangères (55,0 M€ contre 20,2 M€ en 2023) et par les préventes à l'étranger (25,9 M€ contre 6,1 M€ en 2023). Cinq programmes cumulent plus de 5 M€ d'investissements étrangers en 2024 (un en 2023), et trois dépassent les 10 M€ d'apports étrangers (aucun en 2023). La part de la Belgique dans les apports étrangers diminue à 25,1 % en 2024, contre 58,3 % en 2023. De manière générale, la provenance des apports étrangers se diversifie en 2024, les cinq premiers pays (Belgique, Suisse, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni) concentrant 82,8 % des montants, contre 96,1 % pour les cinq premiers pays en 2023 (Belgique, Italie, Pays-Bas, Suisse et Maroc).

Les services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement représentent 16,5 % des apports diffuseurs en fiction.

Le volume de feuilletons repart à la hausse

En 2024, les séries composent 87,8 % du volume de fiction aidée par le CNC (+1,8 point par rapport à 2023), contre 12,2 % pour l'ensemble de la production unitaire, y compris les collections.

En 2024, le volume d'unitaires et collections diminue pour la troisième année consécutive à 135 heures, en recul de 10,2 % par rapport à 2023, dont 79 heures d'unitaires (-13,9 % par rapport à 2023) et 56 heures de collections (-4,5 % par rapport à 2023). France Télévisions reste le principal commanditaire de ces formats (97 heures, contre 102 en 2023).

La production de séries progresse de 5,8 % à 970 heures en 2024 et atteint son deuxième plus haut niveau historique derrière 2021 (1 142 heures). Elle se décompose en : 496 heures de feuilletons (+27,0 % par rapport à 2023), 269 heures de séries de 52 minutes (-17,7 %), 122 heures de séries de format court (-5,9 %) et 81 heures de séries de 26 minutes (+19,8 %). La hausse est essentiellement portée par le groupe TF1 avec le lancement du feuilleton *Plus belle la vie, encore plus belle*. Au global, le groupe commande 479 heures de séries en 2024 (394 heures en 2023), dont 390 heures de feuilletons (281 heures en 2023). À noter que le volume horaire de feuilletons atteint le 3^e plus haut niveau historique (derrière 2021 et 2022, à plus de 500 heures). Ils représentent ainsi 44,9 % du volume horaire de la fiction aidée en 2024 (36,6 % en 2023, et 48,7 % en 2022, plus haut niveau enregistré).

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
financements français	619,2	727,7	691,1	767,8	852,5	765,2	1 034,7	837,4	1 076,7	1 076,7
producteurs français	62,7	83,6	89,9	112,6	141,2	150,1	217,4	182,6	241,6	260,4
préventes en France	10,2	10,1	7,7	10,2	17,5	8,2	23,7	14,1	29,8	31,8
diffuseurs	462,5	536,0	491,5	534,4	583,7	511,9	655,3	538,6	682,6	678,3
SOFICA	1,1	2,3	1,5	3,2	2,3	1,7	2,3	5,3	6,8	4,2
CNC ¹	65,4	80,6	76,9	83,6	83,3	74,7	99,7	75,1	88,9	75,6
autres financements français ²	17,4	15,0	23,6	23,7	24,5	18,5	36,3	21,7	26,9	26,3
financements étrangers	19,6	51,2	28,8	29,2	37,6	58,9	72,4	33,0	26,3	81,0
coproductions étrangères	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9	26,9	13,4	20,2	55,0
préventes à l'étranger ³	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0	45,5	19,6	6,1	25,9
total des financements	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3	1 103,0	1 157,7

¹ Hors compléments d'aides.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.

³ Y compris minimums garantis.

Source : CNC.

L'animation

Le coût horaire de l'animation à un plus haut niveau historique

En 2022, le volume de production d'animation avait atteint son niveau le plus faible depuis 2003 et connu un cycle bas plus prononcé qu'attendu, et ce, en raison d'une conjonction de facteurs : une année 2021 particulièrement dynamique, le décalage de projets pour TF1 à début 2023 dans l'attente de la signature d'un accord avec les producteurs et auteurs, davantage de formats courts et moins d'épisodes par saison commandés. Le rebond constaté en 2023 (+25,1 % par rapport à 2022) se confirme en 2024, à un rythme toutefois plus modéré. Le volume de production d'animation progresse de 8,7 % et repasse le seuil des 300 heures, à 302 heures (278 heures en 2023). Il retrouve le niveau moyen annuel enregistré sur la période 2015-2024 (306 heures).

En 2024, le montant des devis des programmes d'animation augmente de façon plus marquée que le volume de production (+18,2 % par rapport à 2023), à 281,0 M€. Le coût horaire de l'animation enregistre ainsi une hausse de 8,7 %, à 931,0 K€, son plus haut niveau historique.

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation s'élèvent, en 2024, à 207,6 M€, en croissance de 14,2 % sur un an. Ils représentent 73,9 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (76,5 % en 2023). Depuis 2008, la part des financements français est toujours supérieure à 70 %.

Dans le détail, les apports des producteurs français augmentent fortement (+18,8 % par rapport à 2023), à 77,5 M€. Ils représentent 27,6 % du montant total des devis, dans la moyenne de la décennie (27,5 %). La contribution des diffuseurs progresse de 14,4 %, et s'élève à 60,4 M€ (52,9 M€ en 2023 et 53,8 M€ en moyenne annuelle sur la décennie). Ces derniers financent mieux les programmes qu'ils commandent, en 2024, apportant, en moyenne,

200,3 K€ par heure d'animation, au plus haut niveau depuis le début du suivi statistique de la production audiovisuelle. Cette hausse ne suit cependant pas totalement celle des devis ; la part des apports des diffuseurs dans le total est ainsi en légère baisse, à 21,5 % en 2024 (-0,7 point par rapport à 2023).

Avec un recul sur un an de 23,3 % de ses investissements, à 22,7 M€, le groupe France Télévisions apporte 37,5 % du total diffuseurs en 2024, contre 55,9 % en 2023. Les apports du groupe TF1 progressent de 13,3 %, à 9,0 M€ en 2024. Les services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement contribuent en 2024 à la production de 22 heures d'animation, alors qu'ils n'avaient pas financé de productions aidées en 2023. Ils interviennent principalement en préachat après un premier diffuseur et apportent, en 2024, 3,6 % du total diffuseurs.

L'apport total du CNC (hors compléments) dans le financement des programmes d'animation s'élève à 37,0 M€, en hausse de 7,2 % par rapport à 2023 (34,5 M€). Les aides du CNC couvrent 13,2 % des devis en 2024 (14,5 % en 2023) et l'apport horaire moyen du CNC s'établit à 122,6 K€ (124,3 K€ en 2023).

Les chiffres clés de l'animation

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
volume horaire (heures)	285	388	353	289	295	295	357	221	278	302
devis (M€)	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	237,6	281,0
coût horaire (K€/heure)	633,7	660,1	761,9	726,7	805,2	829,7	879,9	824,9	856,2	931,0

Source : CNC.

En 2024, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'élève à 26,1 %. La part des financements étrangers dans le total des devis des programmes d'animation aidés est fluctuante : depuis 2015, elle oscille entre 20 % et 29 %. L'animation est toutefois le genre pour lequel la part des apports étrangers est la plus élevée, notamment en raison de coûts de production importants qui nécessitent l'intervention de partenaires plus nombreux. Le haut niveau des apports étrangers en animation (73,3 M€ en 2024, +31,4 % par rapport à 2023) s'explique également par le fait que l'animation est un genre qui s'exporte facilement et que le savoir-faire français sur le genre est reconnu à l'international.

Le volume de production d'animation repasse le seuil des 300 heures en 2024 (302).

11 nouvelles séries de 11 à 15 minutes recensées

En 2024, les séries de 11 à 15 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (54,8 % du volume horaire), devant les séries de 23 à 26 minutes (24,3 %) et celles de moins de 8 minutes (19,7 %). Comme en 2023, 11 nouvelles séries de 11 à 15 minutes sont recensées, dont *Karters* (52x12' – Method Animation et Thematics Prod), *Froggie* (52x11' – Monello Productions et Zodiak Kids Studio France) et *Submarine Jim* (52x11' – Xilam Animation). Cinq nouvelles séries de 23 à 26 minutes sont également initiées en 2024 (quatre en 2023), dont *Grand Galop* (26x22' – Frogbox) et *20, allée de la Danse* (26x22' – Cottonwood Media).

La part des séries de 23 à 26 minutes en volume horaire progresse pour la deuxième année consécutive (+6,9 points par rapport à 2023). Ce format enregistre en effet une forte croissance en volume, passant de 48 heures en 2023 à 73 heures en 2024, son plus haut niveau depuis 2013 (91 heures), notamment portée par le retour de la série *Miraculous les aventures de Ladybug et Chat noir* (52x23' – Zagtoon et Method Animation).

Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
financements français	137,2	198,3	208,3	166,8	175,1	176,0	223,3	138,2	181,8	207,6
producteurs français	47,2	62,5	74,5	66,1	73,8	66,0	78,8	51,4	65,2	77,5
préventes en France	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3	6,4	8,9	11,7	12,3
diffuseurs	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7	67,6	39,8	52,9	60,4
SOFICA	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1	5,7	4,6	3,8	7,9
CNC ¹	28,2	49,2	45,8	30,5	34,1	33,0	46,6	22,6	34,5	37,0
autres financements français ²	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8	18,2	10,8	13,8	12,6
financements étrangers	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1	91,2	44,2	55,8	73,3
coproductions étrangères	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	44,1	23,6	36,3	33,6
préventes à l'étranger	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	47,0	20,6	19,5	39,8
total des financements	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	237,6	281,0

¹ Hors compléments d'aides.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

Le documentaire

Le documentaire, un genre largement financé par les chaînes publiques

Avec un total de 1 738 heures aidées en 2024, le volume de documentaires de création augmente par rapport à 2023 (+3,1 %). Jusqu'en 2021, année qui a bénéficié d'un effet de rattrapage des tournages interrompus ou reportés en 2020 en raison de la crise sanitaire, le volume d'œuvres était dans une tendance baissière continue depuis 2014, liée à différentes réformes et notamment au recentrage des aides sur le documentaire de création. En 2022, une baisse du volume était observée mais celui-ci repart à la hausse depuis.

En 2024, les devis des documentaires enregistrent leur plus forte croissance depuis 20 ans, à 395,1 M€ (+15,7 % par rapport à 2023) et leur plus haut niveau depuis 2017 (397,6 M€), et leur plus forte croissance depuis 20 ans, à 396,6 M€ (+16,1 % par rapport à 2023). La hausse plus conséquente des devis par rapport au volume de production entraîne une hausse sensible du coût horaire moyen, à 227,4 K€ (+12,2 % par rapport à 2023), à un plus haut niveau historique.

Les financements français destinés à la production de programmes documentaires sont également en augmentation, à 371,5 M€, soit 15,8 % de plus qu'en 2023 (320,9 M€). Ils couvrent 94,0 % des devis des programmes documentaires aidés par le CNC en 2024, un taux totalement stable par rapport à 2023.

Les engagements des diffuseurs sur la production documentaire aidée progressent, à 181,5 M€ en 2024, contre 154,1 M€ en 2023 (+17,8 %), et à leur niveau le plus haut depuis 2018 (189,2 M€). Les apports des diffuseurs couvrent, en 2024, 46,0 % des devis totaux du genre, contre 45,1 % en 2023 ; après une tendance à la baisse depuis 2015, ce taux est en hausse pour la deuxième année consécutive. L'apport horaire moyen des diffuseurs

s'élève à 104,5 K€, en hausse de 14,3 % par rapport à 2023, et à son plus haut niveau historique. En 2024, les investissements des chaînes publiques (France Télévisions, le groupe Arte, LCP-AN et Public Sénat) représentent 73,8 % des investissements de l'ensemble des diffuseurs dans le documentaire soutenu par le CNC (70,5 % en 2023). À noter que France Télévisions apporte plus de la moitié des apports totaux des diffuseurs, à 54,3 %, en hausse par rapport à 2023 (49,0 %) et au plus haut niveau depuis 2007 (première année de suivi statistique par chaîne). Deux documentaires ont été financés par les services étrangers de V&A en 2024, soit 4 heures (7 heures en 2023) dont *le Monstre et la conspiration* (4x45' – Fédération Studio France et Incognita Télévision) pour Netflix.

Les chiffres clés du documentaire

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
volume horaire (heures)	2 480	2 253	2 266	2 141	1 960	1 750	1 869	1 670	1 686	1 738
devis (M€)	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3	341,5	395,1
coût horaire (K€/heure)	165,0	179,9	175,4	181,9	185,0	200,2	197,0	204,4	202,5	227,4

Source : CNC.

Les chaînes publiques représentent 73,8 % de l'ensemble des apports des diffuseurs dans le documentaire en 2024.

Les subventions versées par le CNC (hors compléments) aux producteurs français de documentaires s'élèvent à 71,7 M€, en progression de 12,9 % par rapport à 2023 (63,5 M€). L'apport horaire du CNC augmente de 9,6 %, à 41,3 K€, à un plus haut niveau historique.

Les financements étrangers (6,0 % des devis totaux en 2024, comme en 2023) sont également en hausse, à 23,6 M€ en 2024, soit +14,3 % par rapport à 2023 (20,6 M€). 8,9 M€ sont investis au titre des préventes en 2024 (+39,9 % par rapport à 2023) et 14,8 M€ sous forme d'apports en coproduction (+3,0 %).

La série documentaire, un format minoritaire mais en progression

En 2024, 86,8 % des projets de documentaires soutenus par le CNC sont des programmes unitaires (89,9 % en 2023). En volume horaire, la série représentent 29,2 % de la production documentaire en 2024 (24,7% en 2023), soit 508 heures, en hausse de 22,2 % par rapport à 2023 qui constituait un plus bas niveau depuis 2007 (première année de suivi statistique des formats de documentaire). Que ce soit en unitaire ou en série, les programmes dont la durée est comprise entre 45 et 59 minutes sont les plus représentés : 55,2 % du volume horaire aidé en 2024 au global, soit 60,2 % des heures d’unitaires et 43,0 % des heures de séries. Traditionnellement, le format dominant en termes de volume horaire reste le 52 minutes. Avec 722 heures de programmes tous formats confondus, en hausse de 11,5 % par rapport à 2023, il représente 41,6 % du volume horaire total de documentaires aidés en 2024 (+3,1 points par rapport à 2023). À noter la hausse sensible des heures de séries dont la durée par épisode est comprise entre 24 et 44 minutes, à 175 heures en 2024 (+52,9 % par rapport à 2023), au plus haut niveau depuis 2015 (206 heures). Le format représente ainsi 34,4 % du volume aidé de séries, contre 27,5 % en 2023 (34,5 % en 2015).

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
financements français	389,6	374,6	375,3	367,5	337,2	323,0	344,5	315,7	320,9	371,5
producteurs français	61,6	61,4	65,6	61,0	60,2	55,9	63,4	60,3	64,1	77,8
préventes en France	5,6	4,9	4,7	5,4	6,5	6,2	6,0	6,2	7,5	7,6
diffuseurs	209,7	204,6	195,3	189,2	168,2	157,9	167,0	152,7	154,1	181,5
SOFICA	1,3	0,9	0,7	0,8	0,4	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5
CNC ¹	81,9	75,8	77,6	76,7	71,0	66,6	68,2	62,4	63,5	71,7
autres financements français ²	29,5	27,0	31,4	34,5	30,9	35,8	39,4	33,7	30,9	32,4
financements étrangers	19,4	30,6	22,3	21,9	25,4	27,5	23,8	25,6	20,6	23,6
coproductions étrangères	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6	15,0	15,6	14,3	14,8
préventes à l'étranger	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8	8,8	9,9	6,3	8,9
total des financements	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3	341,5	395,1

¹ Hors compléments d'aides.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.

Source : CNC.

L'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

Un taux de couverture des devis par les diffuseurs à son plus haut niveau historique

En 2024, le nombre d'heures aidées d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant augmente de 7,4 % par rapport à 2023, à 833 heures. Les deux réformes successives (2016 et 2019) du soutien au spectacle vivant rendent difficile la comparaison avec l'avant crise et le reste de la décennie. Le cumul des devis des œuvres aidées par le CNC progressent de 11,5 %, atteignant 109,0 M€ en 2024, contre 97,7 M€ en 2023. Le coût horaire moyen enregistre une hausse de 3,8 % sur un an, à 130,8 K€ (125,9 K€ en 2023).

En 2024, la participation des diffuseurs à la production d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant augmente de 11,9 %, à 45,7 M€ (40,8 M€ en 2023), son niveau le plus haut depuis 2015 (46,0 M€). Leur apport horaire est en hausse de 4,2 %, pour atteindre 54,8 K€ en 2024, niveau le plus élevé depuis 2001 (55,0 K€), hors période de crise sanitaire. Pendant la crise sanitaire, l'apport horaire des diffuseurs au sein du financement des programmes de spectacle vivant avait fortement augmenté, notamment en raison de la volonté des diffuseurs de maintenir certaines œuvres dans un contexte de fermeture des salles de spectacle. En 2024, le taux de couverture des devis par les diffuseurs s'élève à 41,9 %, au plus haut niveau historique. La participation des producteurs français, à 28,9 M€, est également en augmentation par rapport à 2023 (+11,6 %). Leur part dans les devis de production s'établit à 26,5 % en 2024, comme en 2023.

Les subventions versées par le CNC (hors compléments) progressent de 12,9 %, à 29,8 M€ (26,4 M€ en 2023). Son apport horaire s'élève à 35,8 K€, contre 34,1 K€ en 2023 (+5,1 %). La contribution du CNC au financement d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant s'établit à 27,4 % des devis en 2024 (27,1 % en 2023).

L'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant repasse la barre des 800 heures en 2024 (833 heures).

Les chiffres clés de l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
volume horaire (heures)	1 082	954	1 033	939	693	514	742	776	776	833
devis (M€)	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3	97,7	109,0
coût horaire (K€/heure)	115,8	122,7	117,8	131,4	127,9	136,8	135,2	120,3	125,9	130,8

Source : CNC.

Financement prévisionnel de l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
financements français	117,2	109,9	113,2	115,2	84,2	67,9	98,1	90,9	94,6	106,0
producteurs français	32,1	31,0	31,8	34,6	25,5	18,5	26,4	26,9	25,9	28,9
préventes en France	1,6	1,2	1,3	1,3	0,8	0,3	0,5	0,3	0,4	0,2
diffuseurs	46,0	42,3	42,8	43,0	32,5	28,7	40,9	36,8	40,8	45,7
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC ¹	36,2	33,9	35,0	34,4	24,1	18,7	26,8	25,8	26,4	29,8
autres financements français ²	1,3	1,6	2,2	1,8	1,3	1,7	3,5	1,2	1,0	1,4
financements étrangers	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4	2,4	2,2	2,4	3,1	2,9
coproductions étrangères	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2	2,1	1,8	2,4	2,4
préventes à l'étranger	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2	0,1	0,5	0,7	0,5
total des financements	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3	97,7	109,0

¹ Hors compléments d'aides.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.

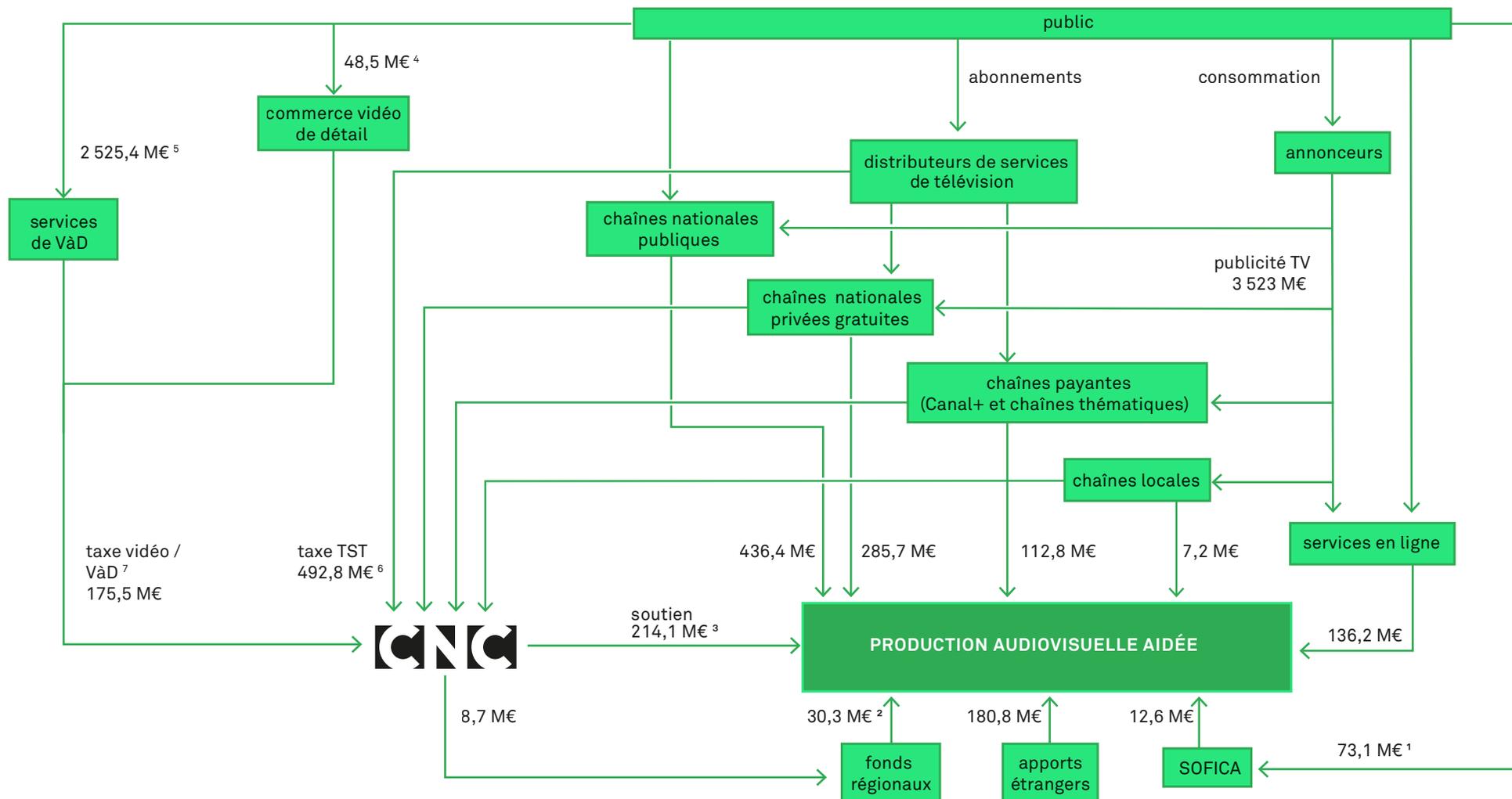
Source : CNC.

En 2024, les apports étrangers reculent légèrement après deux années de hausse, pour s'établir à 2,9 M€ (3,1 M€ en 2023, soit -6,0 %). Leur part dans le total des devis s'élève à 2,7 % des financements totaux des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant (3,2 % en 2023). Les apports en coproduction, à 2,4 M€, sont stables par rapport à 2023 (+0,5 %), tandis que les préventes à l'étranger reculent de 28,6 %, à 0,5 M€.

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 2024 (M€)



¹ Collecte 2023 correspondant à des investissements réalisés en 2024 et jusqu'à mars 2025 (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 (hors compléments d'aide et hors aides à la préparation). ⁴ Ventes au détail de programmes hors film (TTC).

⁵ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en V&D. 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 V&D, toutes œuvres confondues.

Sources : Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant). Le Baromètre unifié du marché publicitaire - IREP, France Pub, Kantar Media. Recettes du CNC exécutées en 2024. Baromètre vidéo CNC-GfK-AQOA-Médiamétrie.

3.5

Les industries techniques

En 2023 : **654** entreprises dans le secteur
des industries techniques

1 327 M€

de chiffre d'affaires pour les industries techniques
(-0,5 % par rapport à 2022)



190,1 M€

d'exportations
(-0,8 % par rapport à 2022)



Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1^{er} 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 130 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 17^e édition a été publiée en septembre 2024.

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, postpro-

duction 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

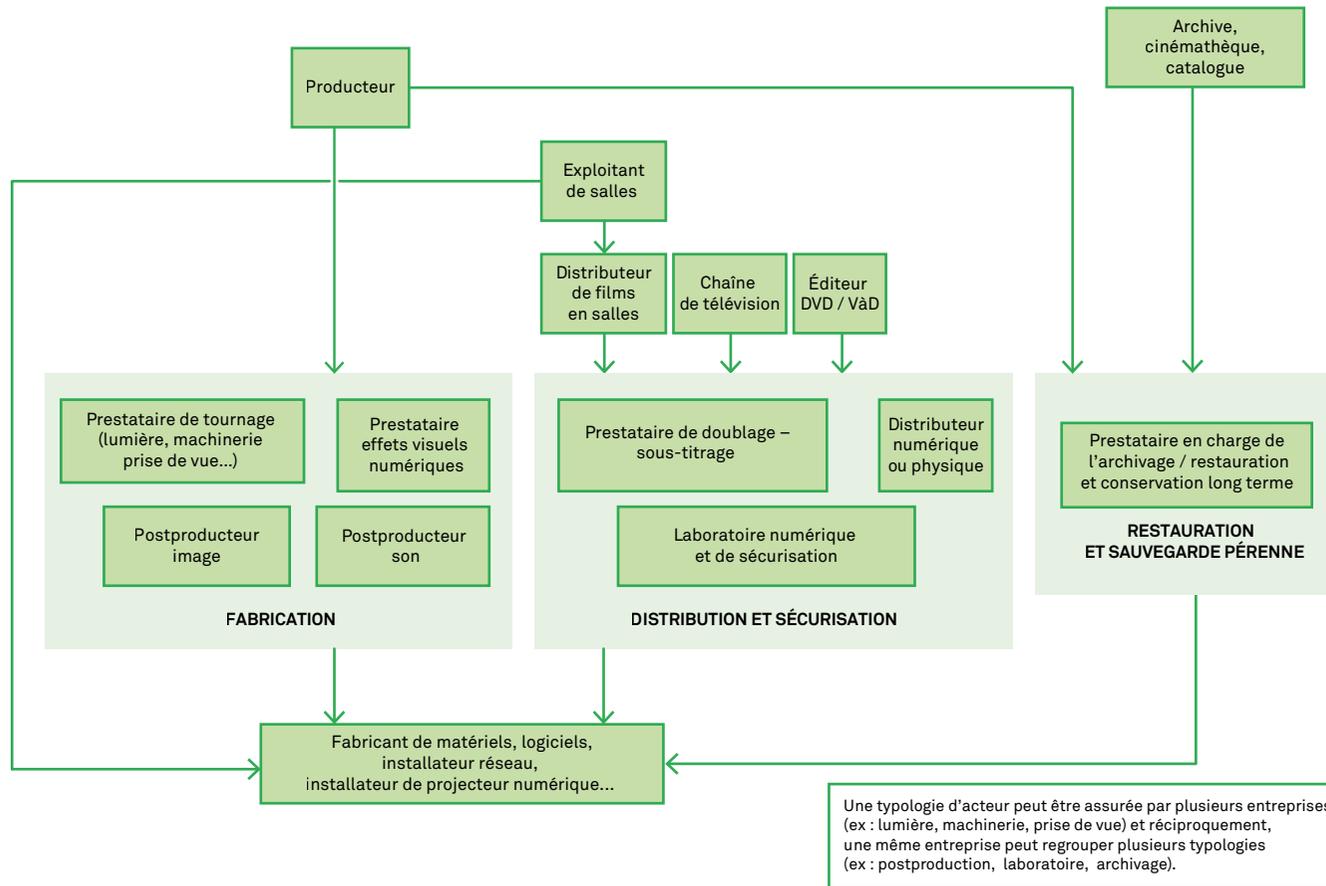
malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage) ;

- 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.

Près de 900 entreprises dans le secteur des industries techniques en France

Le segment des industries techniques compte 897 entreprises actives en France (déclaration d'activité à Audiens au moins une fois entre 2018 et 2023). Parmi elles, 654 entreprises ont déclaré une activité en 2023, un nombre en hausse par rapport à 2022 (619 entreprises, 397 en 2018).. Le secteur est structuré autour de quelques entreprises locomotives, entourées de nombreuses petites entreprises. Chaque année, 20 % des entreprises réalisent ainsi 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. Plus précisément, ces 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de la moitié des permanents déclarés sur l'année 2023 (42,7 %, contre 45,0 % en 2022), et près des deux tiers des intermittents déclarés (62,7 %, contre 60,5 % en 2022).

897 entreprises d'industries techniques en France, dont plus de 650 ont une activité en 2023.

Des entreprises de taille supérieure à la moyenne nationale

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 42,4 % des entreprises emploient entre un et neuf salariés permanents en 2023 (45,2 % en 2022) et 42,4 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (40,5 % en 2022), preuve d'un secteur qui continue de se structurer. 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 1^{er} janvier 2015, hors entreprises agricoles et financières).

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1 à 9 salariés	56	49	49	50	53	54	49	52	48	45
10 à 49 salariés	36	43	43	44	39	39	45	42	43	45
50 à 99 salariés	7	7	6	6	7	5	4	5	8	9
100 salariés et plus	7	7	8	6	7	8	8	7	7	7
total	106									

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2013 à 2023.
Source : Ficam.

Un tiers des effectifs sur des emplois permanents

En 2023, 20 132 individus sont salariés par les entreprises du secteur des industries techniques, un niveau relativement stable sur un an (+0,6 % par rapport à 2022) mais au plus haut depuis 2018 (première année de suivi des statistiques sur l'emploi appuyées sur les déclarations sociales nominatives – DSN). Après la pandémie de Covid-19, dont les conséquences en 2020 se faisaient principalement ressentir sur les emplois intermittents, les années 2021 et 2022 étaient reparties à la hausse. En 2023, le nombre de salariés intermittents s'élève à 13 321, en très léger retrait par rapport à 2022 (-0,3 %), mais demeure supérieur à la moyenne annuelle pré-pandémique (13 083 salariés intermittents en moyenne en 2018 et 2019).

6 811 salariés occupent des emplois permanents (CDI et CDD) en 2023, en hausse de 2,7 % sur un an et à son plus haut niveau depuis 2018. En 2023, preuve de la structuration du secteur, 33,8 % des effectifs occupent des postes de permanents, une part également à son plus haut niveau sur ces six dernières années.

Effectifs permanents et intermittents par genre

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
femmes permanentes	1 845	1 826	1 768	1 935	2 191	2 264
femmes intermittentes	3 827	3 650	3 291	3 697	3 991	4 156
total femmes¹	5 672	5 476	5 059	5 632	6 182	6 420
hommes permanents	3 799	3 857	3 683	3 954	4 441	4 547
hommes intermittents	9 533	9 157	7 860	8 799	9 375	9 165
total hommes¹	13 332	13 014	11 543	12 753	13 816	13 712
total permanents	5 644	5 683	5 451	5 889	6 632	6 811
total intermittents	13 360	12 807	11 151	12 496	13 366	13 321
total¹	19 004	18 490	16 602	18 385	19 998	20 132

¹ Les effectifs totaux sont doublonnés : un même individu exerçant la même année sur un poste permanent et un poste intermittent est compté deux fois.
Source : Audiens.

Une part de femmes en hausse sur les emplois intermittents

Le secteur des industries techniques est un secteur très masculin. Près de sept salariés sur dix sont des hommes en 2023 (68,1 %), une proportion qui se vérifie sur les emplois intermittents (68,8 %) comme sur les emplois permanents (66,7 %). Toutefois, le nombre de femmes salariées dans l'industrie progresse au global sur la période (+13,2 % entre 2018 et 2023 à 6 420) dans un contexte de hausse, moins importante, tous genres confondus (+5,9 %). Le constat est encore plus marquant sur les emplois intermittents dont le nombre est en léger retrait au global entre 2018 et 2023 (-0,3 %) et progresse de 8,6 % pour les femmes intermittentes, à 4 156. Une féminisation des métiers intermittents est ainsi perceptible : 28,6 % des salariés intermittents étaient des femmes en 2018, elles représentent désormais 31,2 % de ces effectifs. Sur les permanents, la part des emplois occupés par des femmes est relativement stable à 33,2 % en 2023, contre 32,6 % en 2018 pour des effectifs en hausse toutefois de 22,7 %, à 2 264 (+20,6 % tous genres confondus).

1 327 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, soit 106 entreprises sur les 654 actives en 2023. Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 327 M€ en 2023, en retrait de 0,5 % par rapport à 2022.

Parmi les 106 entreprises constitutives de l'échantillon d'étude, celles qui réalisent au moins 10 M€ de chiffre d'affaires en 2023 captent 67,5 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 70,5 % en 2022 et 65,1 % en 2021.

En 2023, le chiffre d'affaires moyen des entreprises interrogées par la Ficam est de 7,5 M€, un montant relativement stable sur un an (7,6 M€ en 2022) et qui se maintient au deuxième plus haut niveau sur la décennie. Après une reprise rapide des activités post crise sanitaire entraînant deux années de forte croissance, l'année 2023 marque le pas, impactée par un rétrécissement des investissements des services de vidéo à la demande par abonnement et par les premiers effets d'événements conjoncturels notables tels que les mouvements sociaux aux Etats-Unis (grève des scénaristes et des acteurs-actrices) et en France (grève des techniciens de l'audiovisuel en fin d'année 2023) avec des répercussions à court et moyen termes sur les entreprises.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
prestataires techniques¹	1 069	1 101	1 156	1 127	1 087	1 059	906	1 165	1 334	1 327
évolution (%)	-4,8	+3,0	+5,0	-3,0	-3,5	-2,5	-14,4	+28,5	+14,5	-0,5
entreprises répondantes²	671	648	685	674	638	594	484	676	816	802
évolution (%)²	+2,1	-3,4	+5,0	-2,0	-5,3	-6,8	-18,5	+39,6	+20,7	-1,7
CA moyen³	6,3	6,1	6,5	6,4	6,0	5,6	4,5	6,3	7,6	7,5

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.

³ Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam.

Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 327 M€ en 2023, en léger retrait de 0,5 % par rapport à 2022.

18,9 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de 10 M€ ou plus

81,1 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 et 5 M€ (33,0 % du panel). De nombreux postproducteurs image et son figurent dans cette tranche.

20 entreprises ont réalisé 10 M€ ou plus de chiffre d'affaires en 2023, soit une de moins qu'en 2022. Seules cinq entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 20 M€, un nombre en baisse sur la décennie (7 en 2014), mais stable depuis 2020.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
inférieur à 1 M€	33	31	32	30	30	34	42	32	24	28
1 M€ à 5 M€	40	44	42	47	46	42	40	42	42	35
5 M€ à 10 M€	19	17	18	15	17	17	15	18	19	23
10 M€ à 20 M€	7	7	7	8	7	7	4	9	16	15
20 M€ et plus	7	7	7	6	6	6	5	5	5	5
total	106									

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam.

Source : Ficam.

Les métiers du tournage et les travaux de laboratoires, 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 augmente de 4,4 % entre 2022 et 2023 pour atteindre son plus haut niveau historique à 336,1 M€. La majoration du crédit d'impôt international en juin 2020 avec un taux porté à 40 % pour l'ensemble des dépenses (y compris de tournage) pour les films à forts effets visuels a eu un réel impact sur le chiffre d'affaires des prestataires de tournage. En 2023, la production nationale s'est particulièrement démarquée, avec une forte activité sur le territoire. Le tournage en vidéo mobile (-4,0 %) est néanmoins en recul pour la deuxième année consécutive après une année 2021 exceptionnelle portée notamment par le rattrapage de deux grandes compétitions sportives initialement prévues en 2020 : *l'Euro de football* et *les Jeux Olympiques de Tokyo*. Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des industries techniques à hauteur de 41,9 % en 2023, contre 40,4 % en 2022 et 43,7 % entre 2017 et 2019. En 2023, les studios représentent 25,6 % du chiffre d'affaires généré par les activités de tournage (24,8 % en 2022, entre 17 % et 21 % sur la période 2017-2019).

Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) atteint 274,1 M€ en 2023, en légère hausse par rapport à 2022 (+1,1 %) et à son plus haut niveau historique. La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint 34,1 % en 2023 (33,2 % en 2022), au plus haut niveau de la décennie.

La postproduction image génère 18,3 % du chiffre d'affaires total des industries techniques en 2023, contre 21,4 % en 2022. Le secteur enregistre une baisse de 16,3 % à 146,5 M€, après avoir atteint son plus haut niveau

historique en 2022 (175,0 M€). Il se maintient malgré tout au troisième plus haut niveau de la décennie derrière 2022 et 2017 (155,6 M€).

Les activités de postproduction son génèrent 27,0 M€ de chiffre d'affaires en 2023, un montant stable mais qui demeure à un niveau inférieur à celui du reste de la décennie (28,3 M€ en moyenne chaque année entre 2014 et 2023).

Le segment de l'archivage, du stockage et de la restauration occupe une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique à 11,2 M€, en baisse de 13,8 % par rapport à 2022 et toujours inférieur à la moyenne de la décennie (15,3 M€). Son poids dans le chiffre d'affaires du secteur passe de 3,0 % en 2017 à 1,4 % en 2023.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le métier (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
tournage (studio, loueurs...)	292,6	309,9	326,2	293,2	287,9	251,6	190,1	316,4	321,9	336,1
travaux de laboratoires ¹	195,9	166,3	168,3	171,0	161,0	178,2	164,9	184,5	271,1	274,1
postproduction image	121,7	124,9	137,3	155,6	139,1	115,5	98,5	135,0	175,0	146,5
postproduction son	32,6	32,3	32,2	33,0	29,8	29,0	17,6	22,3	27,0	27,0
archivage, stockage, restauration	25,3	14,0	20,6	20,2	14,7	12,7	9,2	12,1	13,0	11,2
fabrication matériel (tournage, postproduction...)	2,9	0,6	0,4	1,0	5,5	7,0	3,7	5,7	8,0	7,1
total	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0

¹ Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication, applications numériques, sous-génériques, films annonce.
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2014 à 2023.
Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires des programmes audiovisuels de stock dépasse, pour la deuxième année consécutive, celui du flux

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés : le long métrage cinématographique, le programme audiovisuel (télévision et SMAD) de stock, le programme audiovisuel 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 l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représentent à eux seuls 75,5 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2023. Le marché de l'audiovisuel (stock et flux) en génère 57,7 %, avec un chiffre d'affaires en hausse de 4,0 % par rapport à 2022 à 463,0 M€. Depuis 2005, l'audiovisuel constitue la première source de revenus. En 2023, les seules activités de production de programmes audiovisuels de stock (fictions, documentaires) représentent 252,8 M€, soit 54,6 % du chiffre d'affaires généré par l'audiovisuel, enregistrant pour la deuxième année consécutive une part de marché supérieure à celle du flux. Les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) sont évaluées à 210,2 M€ en 2023.

Le chiffre d'affaires en provenance de la filière cinéma est relativement stable (+0,3 %), atteignant son niveau le plus élevé depuis 2016 (176,0 M€) à 143,2 M€ en 2023. Malgré tout, il reste loin du niveau observé entre 2013 et 2016 (162,9 M€), témoignant d'une érosion des investissements techniques dans la production cinématographique dont le poids passe de 25,3 % du chiffre d'affaires total en 2013 à 17,8 % en 2023.

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité, dont la part de marché se stabilise à 10,3 % en 2023 (10,1 % en 2022). Le chiffre d'affaires est stable, à 82,5 M€. Celui-ci reste donc inférieur au niveau d'avant crise (89,0 M€ par an en moyenne sur la période 2017-2019).

Après quatre années de croissance, le marché de l'animation est en fort recul (-35,0 %). Il tombe à 61,3 M€ de chiffre d'affaires, lié à un certain désengagement des investissements des services de vidéo à la demande par abonnement ainsi que des productions internationales. À noter toutefois que ce chiffre d'affaires reste très supérieur au niveau du début de la décennie (27,4 M€ en 2014).

Le marché de l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques : 57,7 % en 2023.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le marché (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
télévision (stock + flux)	369,2	353,6	370,5	364,0	381,1	349,3	268,8	397,2	447,2	463,0
cinéma	153,7	155,9	176,0	134,3	107,1	113,3	99,0	113,4	142,7	143,2
publicité et institutionnel	90,5	85,3	89,5	87,5	92,1	87,4	67,5	80,6	82,6	82,5
animation	27,4	23,1	30,5	63,4	41,1	16,4	22,2	56,0	94,5	61,3
multimédia	13,5	9,9	10,5	16,6	10,3	22,2	12,5	12,1	14,4	11,0
autres ¹	16,7	20,2	8,0	8,2	6,3	5,4	14,0	16,7	34,6	41,0
total	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0

¹Vidéo, spectacle vivant, formation, etc.

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2013 à 2023.

Source : Ficam.

Une chaîne de fabrication entièrement numérique

La numérisation de la chaîne de fabrication, du tournage à la postproduction, est achevée. La quasi totalité des tournages cinéma se font désormais en numérique et la postproduction argentique est devenue marginale depuis 2011. En télévision, la HD et les caméras numériques grand capteur représentent la totalité des semaines de tournage. En 2023, 11,9 % des tournages de fictions cinématographiques sont réalisés en 4K et au-delà (5,2 % en 2022). En parallèle de la multiplication par 20 de la résolution des images en dix ans (de la SD à la 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 leur usage s'est depuis développé. Par ailleurs, les industries techniques se diversifient en investissant 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 démocratiser et modifient en profondeur les méthodes de travail. Les technologies se développent également autour de l'intelligence artificielle, infusant l'ensemble de la chaîne de fabrication.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques¹ (%)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
caméra cinéma numérique 2K /4K	41,4	60,3	80,9	94,3	95,7	95,6	96,7	94,0	95,8	98,8
35 mm	4,4	4,4	3,6	2,2	3,0	2,7	1,3	5,0	4,2	1,2
16 mm	0,9	0,6	-	2,5	1,3	1,7	2,0	1,0	-	-
caméra vidéo HD	53,3	34,4	15,5	1,0	-	-	-	-	-	-
non renseigné	-	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-
total	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 audiovisuelles¹ (%)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
caméra numérique 2K/4K/8K	17,8	27,2	32,4	61,7	59,0	59,0	78,2	84,0	86,5	91,0
HD	79,0	72,5	61,6	31,4	35,5	35,6	18,9	16,0	13,5	9,0
16 mm	2,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-
35 mm	-	-	-	-	1,5	1,4	-	-	-	-
non renseigné	0,9	0,4	6,0	6,9	4,0	4,0	2,9	-	-	-
total	100,0									

¹ Fictions audiovisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Baisse des investissements

Les investissements des prestataires techniques (achats de nouveaux équipements uniquement) baissent de 6,8 % entre 2022 et 2023. Chaque entreprise investit, en moyenne, 734,4 K€ en 2023, contre 787,7 K€ en 2022, plus haut niveau de la décennie (526,8 K€ sur la période 2014-2023).

Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 20 M€ sont, depuis 2011, celles qui investissent le plus. Les sociétés avec un chiffre d'affaires de 10 M€ ou plus concentrent plus de la moitié des investissements en 2023 (57,0 %, contre 67,0 % en 2022). Cette polarisation s'explique notamment par la nécessité pour les plus grosses sociétés qui se positionnent sur des projets étrangers audiovisuels et cinématographiques ambitieux, de continuellement s'adapter aux nouvelles technologies pour rester compétitives.

Le chiffre d'affaires à l'exportation en léger retrait

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 dont la facturation est effectuée dans un autre pays.

En 2023, le chiffre d'affaires lié à l'exportation s'élève à 190,1 M€ (-0,8 % par rapport à 2022). Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel s'élève à 23,7 % (23,5 % en 2022), à un plus haut niveau historique.

En 2023, les industries techniques réalisent un chiffre d'affaires à l'export de 190,1 M€, en léger retrait par rapport à 2022 (-0,8 %).

Investissements des industries techniques¹ (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
investissements	35,4	34,0	61,3	60,3	45,9	44,9	51,4	62,2	83,5	77,8
chiffre d'affaires	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	5,3	5,2	8,9	8,9	7,2	7,5	10,6	9,2	10,2	9,7

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 : 106 de 2014 à 2023.
Source : Ficam.

Exportations des industries techniques (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
exportations	65,1	68,7	80,2	78,4	111,0	120,5	97,7	130,6	191,7	190,1
chiffre d'affaires	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	9,7	10,6	11,7	11,6	17,4	20,2	20,2	19,3	23,5	23,7

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2014 à 2023.
Source : Ficam.

L'audiovisuel conforte sa position de leader dans le chiffre d'affaires des exportations puisque sa part de marché est de 70 % en 2023, contre 66 % en 2022 (62 % en 2019 et 56 % en 2014). La montée en puissance des services internationaux de vidéo à la demande par abonnement (Netflix, Prime Video, Disney+, Paramount+, Max, etc.) renforce encore le poids des programmes télévisuels de stock à l'export. Le cinéma est loin derrière et représente 12 % du total.

L'activité doublage / sous-titrage capte plus des deux tiers des revenus générés par l'export (67,4 %). Son chiffre d'affaires export est en hausse de 3,8 % pour atteindre son plus haut niveau historique à 128,3 M€. La part d'export de l'activité tournage (studio, loueur et vidéo mobile) s'établit à 12,3 % en 2023 (23,5 M€), contre 15,0 % en 2022.

chapitre quatre

VIDÉO



4.1

Le marché de la vidéo

En 2024 :

2,7 Md€ de ventes en vidéo

(+10,3 % par rapport à 2023)



2 525,4 M€

de ventes en vidéo à la demande

(+11,9 %)



181,9 M€

de ventes en vidéo physique

(-8,1 %)



Précisions 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, les dépenses sont évaluées par AQOA pour la V&D 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 V&D), et par le CNC pour la V&D par abonnement notamment sur la base des données publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

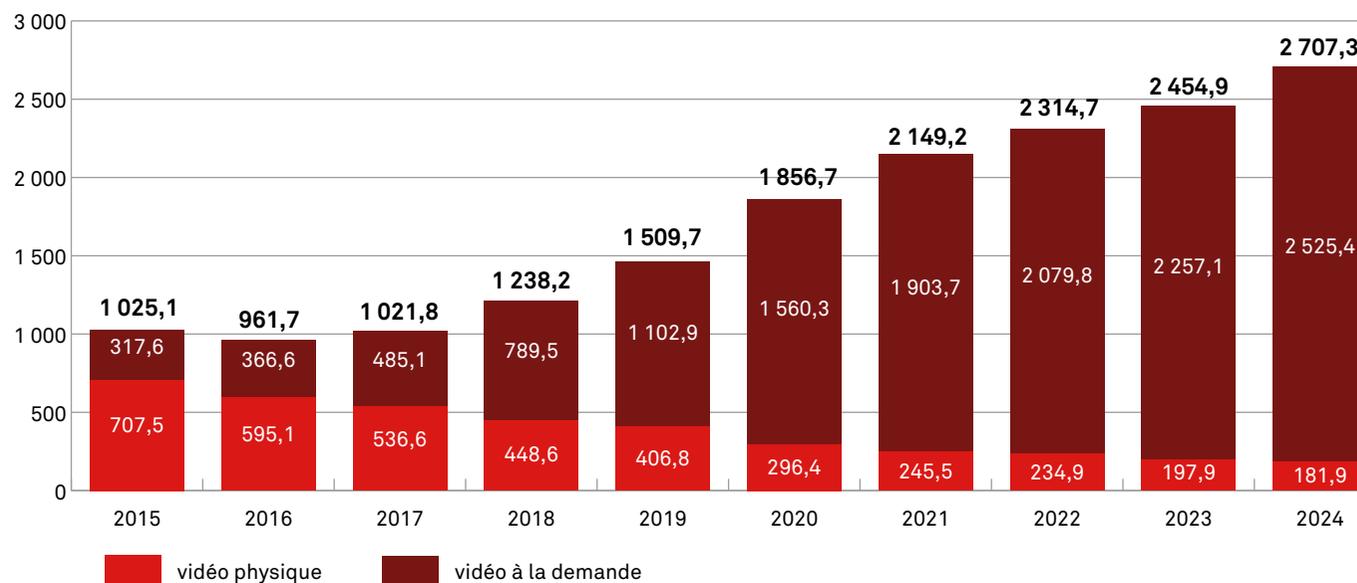
Le marché de la vidéo se rapproche des 3 Md€

En 2024, 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 10,3 % par rapport à 2023 à 2 707,3 M€. Elles sont en hausse pour la huitième année consécutive.

En 10 ans, le marché de la vidéo à la demande a été multiplié par près de 8.

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 (69,0 % du marché en 2015) à un marché dominé par la vidéo dématérialisée (93,3 % du marché en 2024).

Marché de la vidéo par segment¹ (M€)



¹ Valeur toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC, AQOA, GfK.

4.2

La vidéo physique

En 2024 :

181,9 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-8,1 % par rapport à 2023)

132,0 M€
de ventes pour le
segment du film (-5,8 %)

48,5 M€
de ventes pour le segment
du hors film (-12,5 %)

1,4 M€
de ventes pour le segment
des OPNI* (-40,8 %)

*opérations promotionnelles sans
distinction de titres.

24,1 millions
d'unités vendues (-16,0 %)



Précisions 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).

L'analyse des supports vidéo par genre distingue trois univers : les films cinématographiques, le hors film et les 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 audiovisuels, 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.

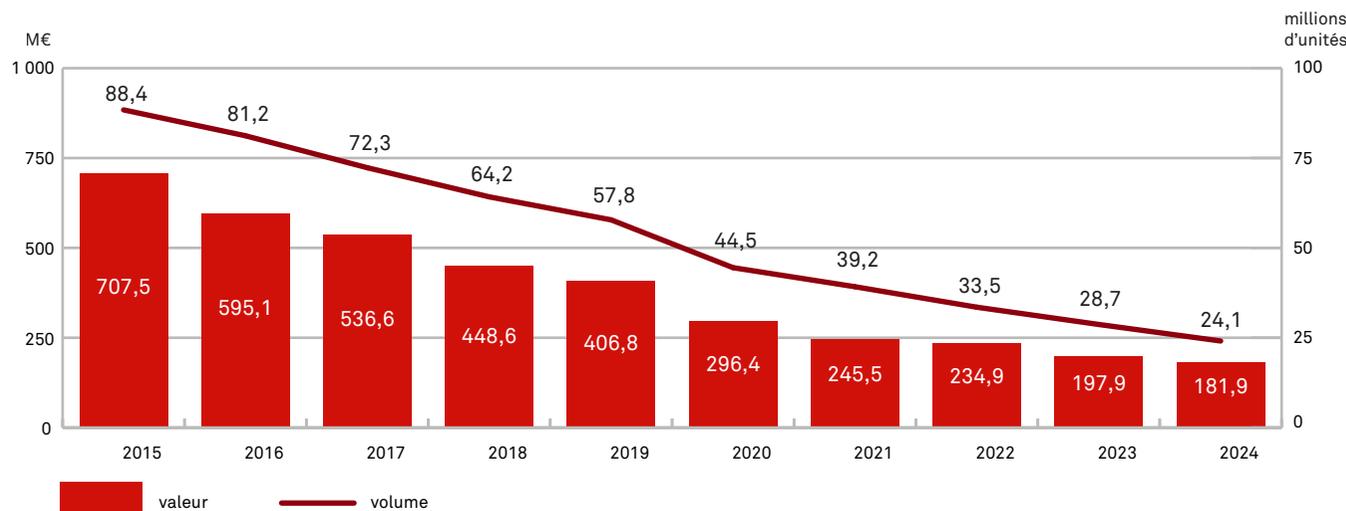
Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse car aucun magasin faisant partie du panel vidéo n'en vend.

Un marché de la vidéo physique qui poursuit sa décroissance

En 2024, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray reculent de 8,1 % par rapport à 2023 et s'établissent à 181,9 M€. Le marché de la vidéo physique s'inscrit pour la deuxième année consécutive sous la barre des 200 M€. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont été divisées par près de 4 (-74,3 %). Elles représentent 6,7 % du marché global de la vidéo (physique et VàD) en 2024 (69,0 % en 2015). Entre 2023 et 2024, le nombre de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminue de 16,0 % à 24,1 millions.

Depuis plusieurs années, la vidéo physique fait face à la concurrence croissante de la télévision de rattrapage et de la vidéo à la demande, notamment par abonnement. La crise sanitaire a amplifié cela, les Français s'étant largement tournés vers ces services pendant les différents confinements. En 2024, 61,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà regardé des programmes en VàD. Par ailleurs, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) explose depuis la crise sanitaire, à 2,3 Md€, multiplié par 2,6 par rapport à 2019.

Ventes¹ de vidéo physique de détail



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

À 181,9 M€ en 2024, les ventes de DVD et de Blu-ray ont été divisées par près de 4 par rapport à 2015.

Un chiffre d'affaires en recul pour le DVD et légèrement en hausse pour le Blu-Ray

Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique, le DVD continue d'être le format privilégié mais sa part de marché recule, de manière continue, depuis l'apparition du Blu-ray et, sans doute, le succès en salles de films à fort effets visuels pour lesquels ce format s'avère particulièrement adapté.

Le DVD représente 55,3 % du marché physique, en valeur, en 2024, contre 59,4 % en 2023 et 75,9 % en 2015. À 100,6 M€, les ventes de DVD baissent de 14,4 % par rapport à 2023 et sont divisées par 5 en 10 ans. En volume, 17,6 millions de DVD sont vendus en 2024, soit 19,5 % de moins qu'en 2023 (un nombre divisé par 4 par rapport à 2015).

Le DVD capte 55,3 % du marché en valeur en 2024, en recul continu depuis l'arrivée du Blu-ray sur le marché.

Le taux d'équipement en appareils avec fonction lecteur Blu-ray est stable sur un an, à 21,4 % (21,5 % des foyers équipés en 2023) mais il continue de s'effriter sur du plus long terme (25,5 % en 2020 et 28,2 % en 2015). Les recettes du Blu-ray progressent légèrement pour atteindre 81,2 M€ en 2024 (+1,1 % par rapport à 2023). Les volumes vendus baissent, quant à eux : 6,4 millions de disques vendus, soit -4,6 % par rapport à 2023. En 2024, le Blu-Ray représente 44,7 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique, une part en constante progression depuis l'apparition du support sur le marché.

Ventes¹ de vidéo physique selon le support

	volume (millions d'unités)		
	DVD	Blu-ray	total
2015	75,0	13,4	88,4
2016	68,3	12,9	81,2
2017	60,1	12,2	72,3
2018	53,2	11,0	64,2
2019	46,9	10,9	57,8
2020	36,2	8,3	44,5
2021	31,3	7,9	39,2
2022	26,0	7,5	33,5
2023	21,9	6,8	28,7
2024	17,6	6,4	24,1

¹ Ventes toutes taxes comprises.
Source : CNC – GfK.

	valeur (M€)		
	DVD	Blu-ray	total
	536,8	170,7	707,5
	446,8	148,3	595,1
	393,9	142,8	536,6
	323,3	125,3	448,6
	284,2	122,6	406,8
	206,3	90,1	296,4
	164,5	81,0	245,5
	144,9	90,0	234,9
	117,5	80,3	197,9
	100,6	81,2	181,9

Le cinéma domine le marché avec près des ¾ des recettes de la vidéo physique

En valeur, le cinéma continue d'être le genre dominant du marché de la vidéo physique, à 132,0 M€ en 2024, soit 72,6 % du total. Malgré le net rebond observé en 2022 (+10,8 % par rapport à 2021, année où l'offre de nouveautés avait été impactée par la fermeture des salles de cinéma), le segment du film poursuit sa baisse (-5,8 % par rapport à 2023). En volume, 12,6 millions des supports vendus contiennent au moins une œuvre cinématographique en 2024, soit une baisse de 9,2 % par rapport à 2023.

Les ventes de films cinématographiques poursuivent leur baisse en 2024 à 132,0 M€ (-5,8 % par rapport à 2023).

Le chiffre d'affaires du hors film en vidéo physique recule également en 2024 à 48,5 M€ (-12,5 % par rapport à 2023). Le segment représente 26,6 % du marché total en valeur (28,2 % en 2023), contre 46,4 % en volume. Le nombre d'unités de hors film vendues diminue de 22,0 % en 2024 à 11,2 millions de DVD et Blu-ray. Pour la première fois en dix ans, le volume du hors film est inférieur à celui du film.

Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu

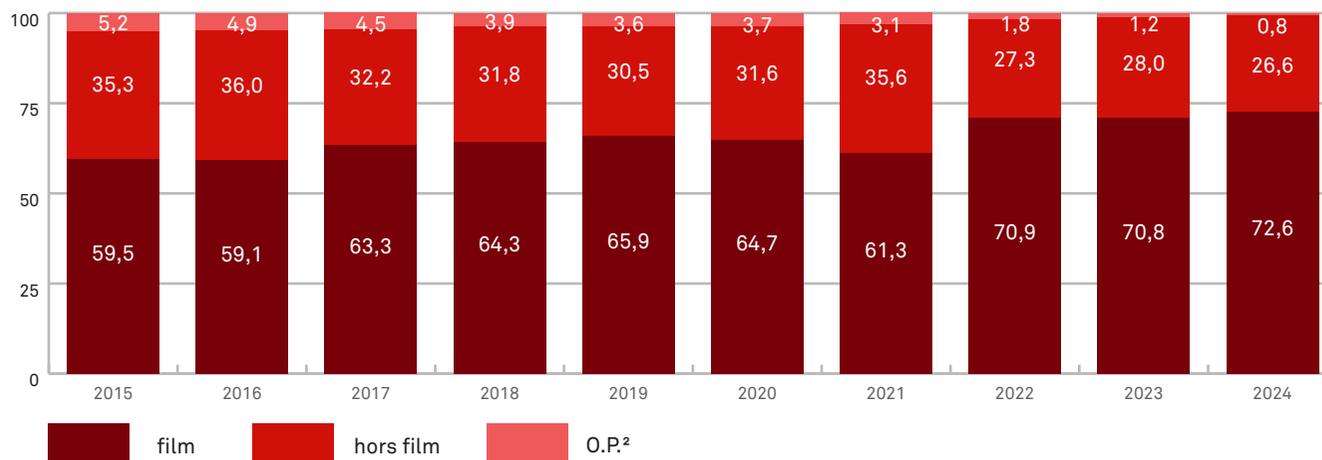
	volume (millions d'unités)			
	film	hors film	O.P. ²	total
2015	39,6	42,5	6,2	88,4
2016	35,7	41,0	4,5	81,2
2017	32,3	36,1	3,9	72,3
2018	28,5	32,7	3,1	64,2
2019	26,0	29,5	2,3	57,8
2020	20,3	22,6	1,7	44,5
2021	16,9	21,1	1,3	39,2
2022	16,3	16,6	0,7	33,5
2023	13,9	14,3	0,4	28,7
2024	12,6	11,2	0,3	24,1

	valeur ¹ (M€)			
	film	hors film	O.P. ²	total
2015	420,8	250,0	36,7	707,5
2016	351,8	214,3	29,0	595,1
2017	339,7	173,0	23,9	536,6
2018	288,3	142,6	17,7	448,6
2019	268,2	124,0	14,7	406,8
2020	191,8	93,7	10,9	296,4
2021	150,4	87,4	7,7	245,5
2022	166,7	64,0	4,2	234,9
2023	140,0	55,4	2,4	197,9
2024	132,0	48,5	1,4	181,9

¹ Ventes toutes taxes comprises.

² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ de vidéo physique 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.

Le segment des films cinématographiques est moins concentré en 2024 qu'en 2023, retrouvant un niveau de concentration sur les 10 premiers titres similaire à celui de 2020. Les 10 premiers films totalisent 8,0 % des ventes en volume, les 20 premiers 12,3 % soit les plus bas niveaux de la décennie hors crise sanitaire. Les 30 premiers films totalisent quant à eux 16,0 % des ventes en volume, un niveau dans la fourchette basse de la décennie.

Dune : deuxième partie se hisse à la tête du classement des meilleures ventes en vidéo physique en 2024, suivi du film français *Le Comte de Monte-Cristo* qui a rencontré un franc succès en salles au cours de la même année. Trois autres titres français sont présents dans le top 10 : la captation du concert *Nevermore* de Mylène Farmer (3^e), le spectacle des 35 ans des *Enfoirés* (4^e) et le film *Un p'tit truc en plus* (6^e).

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
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	8,1	12,2	15,1
2021	6,2	9,3	11,6
2022	10,2	15,2	18,7
2023	8,7	12,7	15,6
2024	8,0	12,3	16,0

Source : CNC - GfK.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2024

rang	titre	catégorie	genre	nationalité ¹
1	<i>Dune : deuxième partie</i>	film	fiction	US
2	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	film	fiction	FR
3	<i>Mylène Farmer - Nevermore - le film</i>	hors film	musique	FR
4	<i>Les Enfoirés - 2024 - On a 35 ans</i>	hors film	musique	FR
5	<i>Game of Thrones - saison 8</i>	hors film	fiction	US
6	<i>Un p'tit truc en plus</i>	film	fiction	FR
7	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2</i>	film	fiction	GB
8	<i>Indiana Jones et le cadran de la destinée</i>	film	fiction	US
9	<i>Deadpool & Wolverine</i>	film	fiction	GB
10	<i>Oppenheimer</i>	film	fiction	US

¹ FR = France / GB = Grande-Bretagne / US = Etats-Unis.
Source : CNC - GfK.

Quatre titres français sont présents dans le classement des dix meilleures ventes de vidéo physique en valeur, dont deux films.

Les films français représentent plus du quart des ventes de films en vidéo physique

À l’instar de la tendance observée dans les salles en 2024, les films français ont rencontré un véritable succès en vidéo physique. La part de marché des films français en vidéo physique progresse fortement par rapport à 2023 (+4,1 points) et s’élève à 26,2 %, au plus haut niveau depuis 2004 (première année du suivi statistique des ventes en vidéo selon la nationalité des films). Cette croissance est notamment portée par les films français ayant fait de nombreuses entrées en salles en 2024 : *le Comte de Monte-Cristo* (2^e du classement tous genres confondus et 1^{er} du classement cinéma) et *Un p’tit truc en plus* (6^e du classement tous genres confondus et 3^e du classement cinéma).

En 2024, le cinéma français génère 34,6 M€ de recettes en vidéo physique, un niveau en hausse par rapport à 2023 (31,0 M€ soit +11,5 %), mais qui reste inférieur à celui de 2022 (34,8 M€) et d’avant crise (au-dessus des 50 M€).

Une part de marché au plus haut niveau pour les films français, à 26,2 %.

Une part de marché en baisse pour les films américains

En 2024, les ventes de films américains en vidéo physique passent pour la première fois sous la barre des 80 M€ et atteignent 70,5 M€ (-13,5 % par rapport à 2023). Leur part de marché recule également et s’établit à 53,4 % (-4,8 points par rapport à 2023), un niveau inférieur à celui observé avant la crise sanitaire (63,8 % en moyenne entre 2015 et 2019) et au plus bas niveau depuis 2004.

Les films américains réalisent trois des dix meilleures performances, tous genres confondus, en 2024 (sept en 2023). *Dune : deuxième partie* se classe premier du classement général, devant *Indiana Jones et le cadran de la destinée* (8^e) et *Oppenheimer* (10^e).

Les ventes des films européens non français reculent en 2024 de 10,9 % par rapport à 2023, à 18,2 M€. Leur part de marché est relativement stable (-0,8 point) et s’établit à

13,8 %. Deux films britanniques, *Harry Potter et les reliques de la mort – Partie 2* (7^e) et *Deadpool & Wolverine* (9^e) intègrent le classement général.

En 2024, la part de marché des films non européens et non américains est également relativement stable à 6,6 %

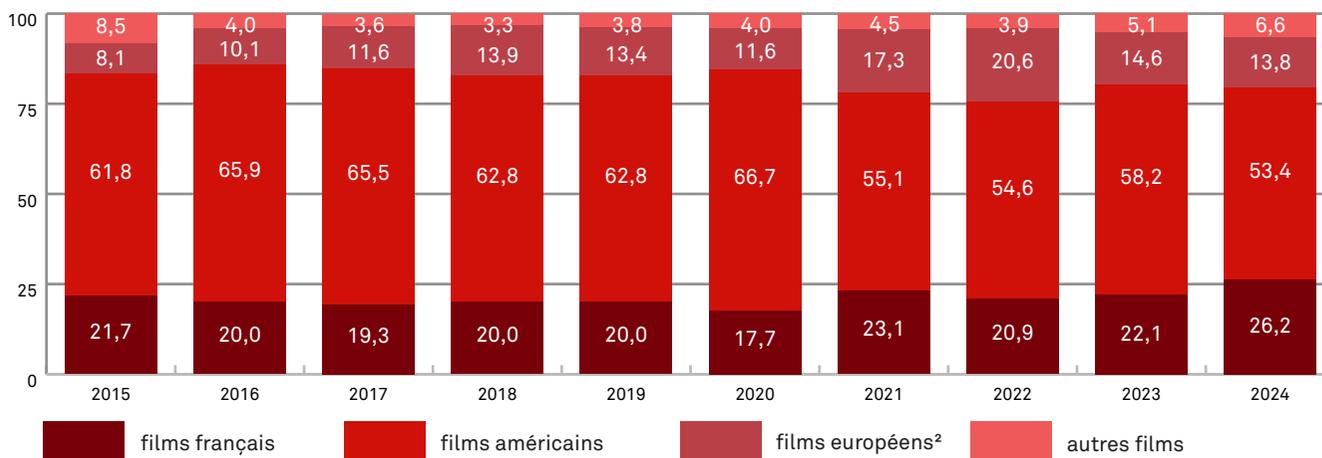
(+1,5 point). Les recettes progressent par rapport à 2023 (+22,0 %), à 8,8 M€. *Furiosa : une saga Mad Max*, film australien, soit le 1^{er} film non européen et non américain, se hisse à la 9^e place du classement cinéma et à la 12^e place du classement général.

Ventes¹ de films en vidéo physique selon la nationalité (M€)

	films français	films américains	films européens ²	autres films	total
2015	91,1	259,9	34,1	35,6	420,8
2016	70,5	231,7	35,4	14,2	351,8
2017	65,6	222,4	39,4	12,4	339,7
2018	57,7	181,2	40,0	9,4	288,3
2019	53,7	168,5	35,9	10,2	268,2
2020	34,0	128,0	22,2	7,6	191,8
2021	34,0	80,9	25,4	6,6	146,9
2022	34,8	90,9	34,4	6,5	166,7
2023	31,0	81,5	20,4	7,2	140,0
2024	34,6	70,5	18,2	8,8	132,0

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² Europe continentale, hors France.
 Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ de films en vidéo physique selon la nationalité (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² Europe continentale, hors France.
 Source : CNC – GfK.

Hors film, la part de la fiction française en légère hausse

En 2024, la majorité des segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes à l'exception de la musique : 6,3 M€, soit +15,7 % par rapport à 2023. Une croissance portée par les deux premiers titres du classement hors film : *Mylène Farmer - Nevermore - le film* (3^e au classement général) et *les Enfoirés - 2024 - On a 35 ans* (4^e au classement général). À noter que *Prey* (6^e au classement du hors film et 44^e au classement général) est le seul *direct-to-video* du top 10 2024, soit le seul film n'ayant pas connu de sortie en salles (aucun en 2023).

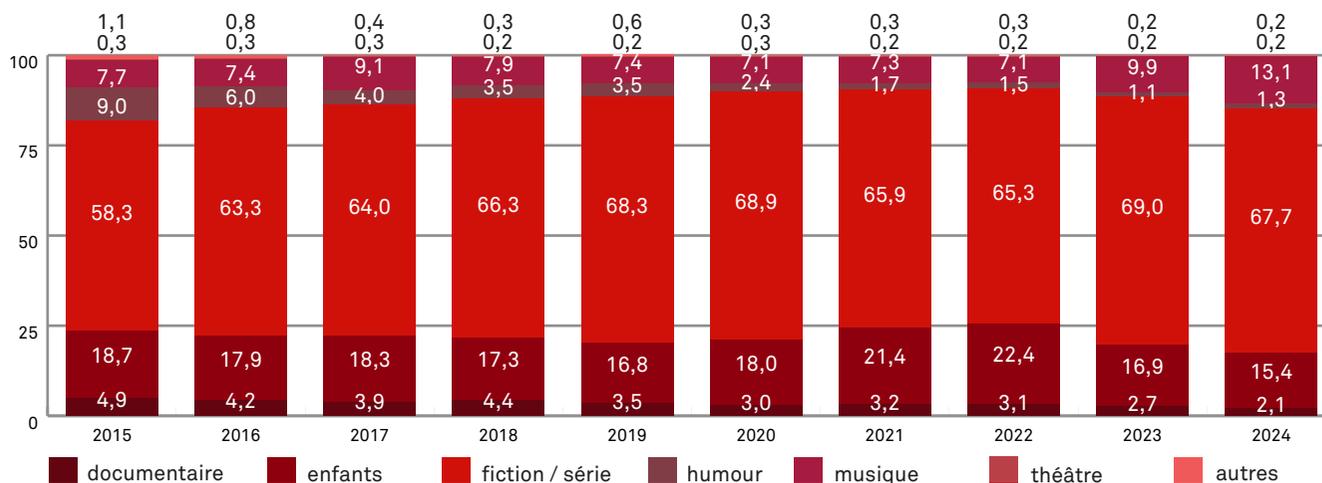
Bien que les recettes de la fiction baissent de 14,1 % par rapport à 2023 (32,8 M€ en 2024), celle-ci reste le genre le plus vendu de ce segment (67,7 % des recettes du hors film), loin devant les programmes pour enfants (15,4 %). Après son plus haut niveau de la décennie atteint l'année dernière, cette part recule de 1,3 point sur un an. Elle dépasse néanmoins les 60 % depuis 2016 et les 65 % depuis 2018. Au sein de la fiction, les recettes de programmes français reculent de 8,8 % pour s'établir à 6,0 M€ en 2024. Elles représentent 18,2 % des recettes totales de la fiction (17,2 % en 2023). Comme l'année dernière, la sixième saison de *Kaamelott* est la première fiction française de 2024 et se positionne à la 3^e place du classement des meilleures ventes en valeur du hors film (28^e au classement général). Les ventes en vidéo physique de fictions étrangères reculent quant à elles de 15,2 %, à 26,8 M€ en 2024, soit 81,8 % des recettes de la fiction en vidéo. Les fictions américaines dominent le classement des meilleures ventes hors film en 2024 (8 titres dans le top 10), avec en tête la huitième saison de *Game of Thrones* (5^e au classement général).

Ventes¹ du hors film en vidéo physique selon le genre (M€)

	documentaire	enfants	fiction / série	humour	musique	théâtre	autres	total
2015	12,3	46,8	145,6	22,5	19,2	0,8	2,8	250,0
2016	9,1	38,3	135,7	12,8	15,9	0,7	1,8	214,3
2017	6,8	31,7	110,7	7,0	15,8	0,5	0,6	173,0
2018	6,3	24,7	94,6	4,9	11,3	0,3	0,5	142,6
2019	4,4	20,8	84,6	4,3	9,2	0,3	0,4	124,0
2020	2,8	16,8	64,6	2,3	6,7	0,2	0,3	93,7
2021	2,9	19,5	60,0	1,5	6,6	0,2	0,3	91,0
2022	2,0	14,4	41,8	0,9	4,6	0,2	0,2	64,0
2023	1,5	9,4	38,2	0,6	5,5	0,1	0,1	55,4
2024	1,0	7,5	32,8	0,6	6,3	0,1	0,1	48,5

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source: CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ du hors film en vidéo physique selon le genre (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source: CNC – GfK.

4.3

La vidéo à la demande (VàD payante)

En 2024 :

2 525,4 M€

de dépenses des ménages en vidéo à la demande

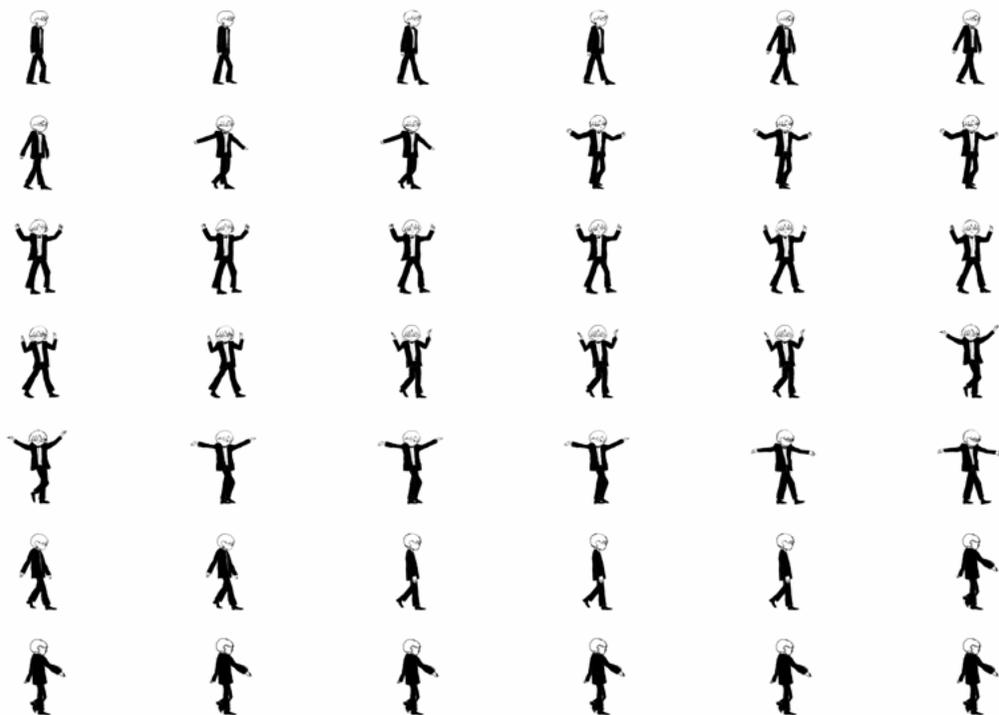
(+11,9 % par rapport à 2023)



2 268,3 M€

en abonnement

(+13,1 %)



257,1 M€

en paiement à l'acte

(+1,9 %)



Le marché de la VàD

Remarques méthodologiques

Vidéo à la demande transactionnelle

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).

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. Dans le cadre d'une série, une référence correspond à un épisode.

La catégorie 'autres programmes' regroupe les programmes documentaires audiovisuels, la captation de spectacles, de pièces de théâtre, de concerts ou de spectacles d'humour.

Vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par la société Médiamétrie. L'analyse de l'offre couvre 17 services : ADN, AppleTV+, Benshi, Canal+ Séries, Disney+, Filmo, GulliMax, Max, myCANAL, Netflix, OCS, Paramount+, Pass Warner, Prime Video, Shadowz, TFOUMAX et UniversCiné.

L'analyse de la consommation couvre 13 services : Apple TV+, Canal+ Séries, Disney+, Filmo, GulliMax, Max, myCANAL, Netflix, OCS, Paramount+, Pass Warner, Prime Video et TFOUMAX.

Usages de la VàD payante

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 chaque mois auprès de 1 200 individus âgés de 3 ans et plus.

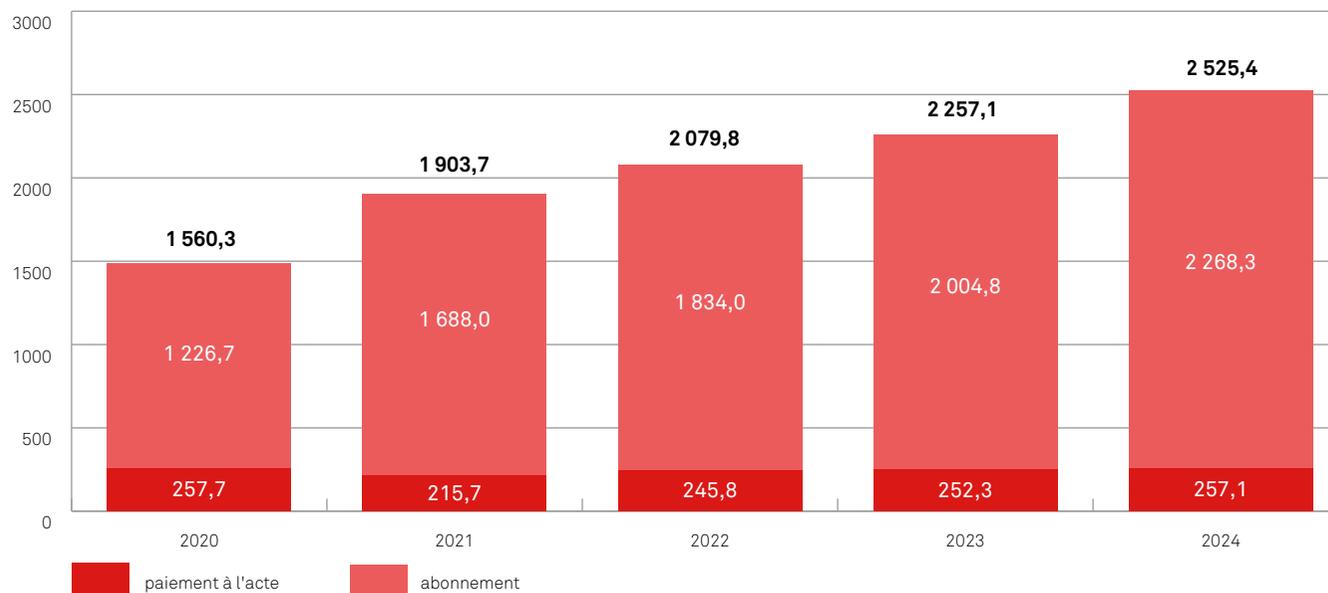
En février 2023, le questionnaire administré par Vertigo a été modifié afin de mieux appréhender le public de la VàD. Les données annuelles ne permettent donc pas de comparaison avec l'historique.

En 2024, le marché de la VàD payante en France s'établit à 2 525,4 M€ (+11,9 % sur un an).

La vidéo à la demande par abonnement poursuit sa croissance

En 2024, le marché de la VàD payante en France est estimé à 2 525,4 M€, en progression de 11,9 % par rapport à 2023. Avec 2 268,3 M€ de chiffre d'affaires, la VàDA capte 89,8 % du marché de la VàD payante (88,8 % en 2023). L'écart avec la VàD en paiement à l'acte continue de se creuser, puisque celle-ci représente 10,2 % du marché (11,2 % en 2023 et 64,2 % en 2016), soit 257,1 M€ de chiffre d'affaires. Dans le détail, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 6,7 % (7,2 % en 2023) et la part de marché de la vente à l'acte à 3,5 % (4,0 % en 2023).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction¹ (M€)



¹ Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC - AQOA.

La VàD en paiement à l'acte

Une hausse du marché de la VàD transactionnelle portée par la location

Avec 257,1 M€ de chiffre d'affaires en 2024, le marché de la VàD en paiement à l'acte (location et vente) progresse, selon AQOA, de 1,9 % par rapport à 2023. De fait, il avoisine le plus haut niveau des dix dernières années, établi en 2020 à 257,7 M€ (-0,2 %).

La location à l'acte affiche une progression de 3,9 % en un an à 168,3 M€ tandis que la vente à l'acte (EST) recule légèrement à 88,8 M€ (-1,7 %). La location représente 65,5 % du marché de la VàD en paiement à l'acte (64,2 % en 2023), contre 34,5 % pour la vente (35,8 %).

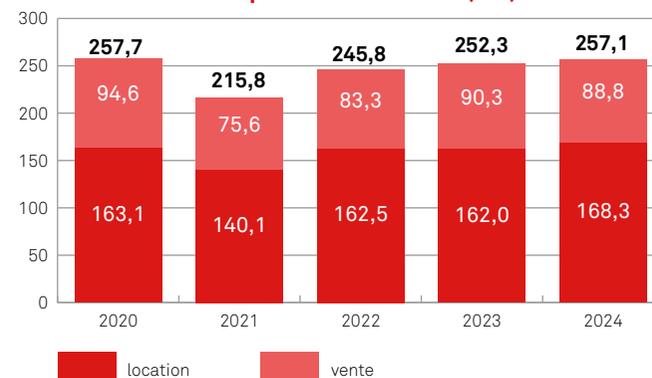
En 2024, le prix moyen d'une transaction en VàD s'établit à 4,00 € pour la location et à 9,73 € pour la vente, contre respectivement 4,09 € et 9,89 € en 2023. Le prix moyen d'une location reste supérieur à 2019 (+0,76 €) tandis qu'il recule légèrement pour la vente (-0,22 €).

L'équipement des foyers français en télévision connectée se développe depuis plusieurs années pour atteindre 64,0 % en 2024 (+5,5 points par rapport à 2023). Ce fort taux d'équipement facilite l'accès à ces services de VàD via internet directement depuis l'écran de télévision. Avec l'OTT (c'est-à-dire directement par internet) qui domine désormais l'IPTV (c'est-à-dire via les box des fournisseurs d'accès à internet), le modèle de consommation de la VàD s'est inversé par rapport à 2019. En 2024, 61,7 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte est réalisé en OTT (44,9 % en 2019) et 38,3 % en IPTV (55,1 % en 2019).

Pour la troisième année consécutive, l'OTT génère la majorité des revenus de la location et de la vente, représentant 60,2 % du chiffre d'affaires de la location et 64,0 % de celui de la vente.

Le marché de la VàD en paiement à l'acte s'établit à 257,1 M€ en 2024 (+1,9 % par rapport à 2023).

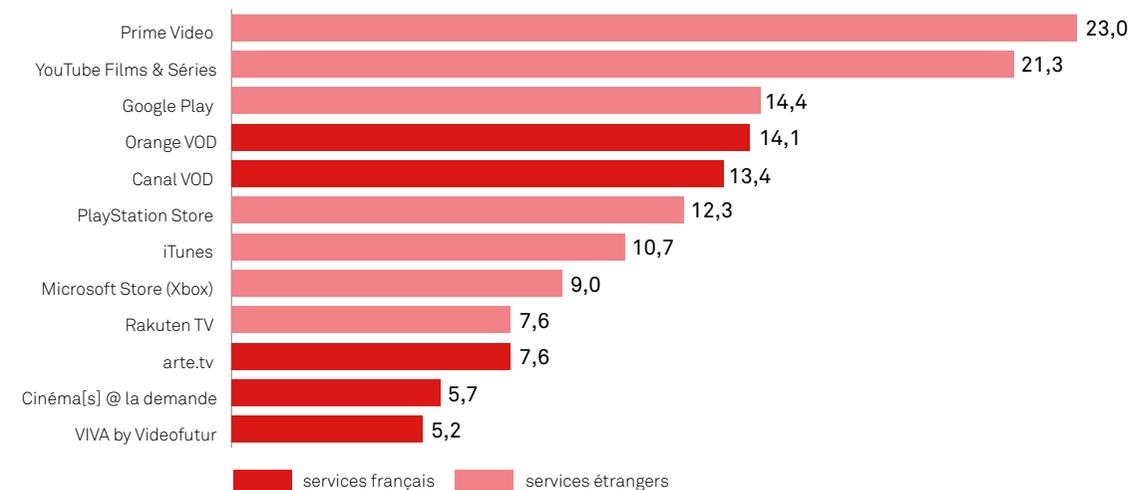
Marché de la VàD en paiement à l'acte¹ (M€)



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

Orange VOD est la première plateforme française de VàD transactionnelle en France.

Classement des services de VàD transactionnelle en 2024 (% des utilisateurs TVoD)



Base : internautes de 3 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD transactionnelle sur la période étudiée.
Périmètre : services avec au moins 5 % d'utilisateurs.
Lecture : en 2024, 23,0 % des utilisateurs de services de VàD transactionnelle (location + achat) déclarent avoir regardé au moins un programme sur Prime Video.
Source : CNC - Vertigo.

Les services américains de VàD transactionnelle en tête

D'après l'enquête CNC/Vertigo, 22,8 % des Français déclarent avoir utilisé un service de vidéo à la demande transactionnelle (location ou achat) au cours de l'année 2024. Prime Video est le premier service de VàD transactionnelle en France avec 23,0 % des consommateurs de VàD transactionnelle qui ont déclaré avoir regardé des programmes en location ou à l'achat sur ce service de VàD en 2024. YouTube Films & Séries arrive en deuxième position avec 21,3 %. À noter que ces deux services américains bénéficient d'une possible surdéclaration liée pour Prime Video à la confusion avec son offre de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et pour YouTube à la popularité du service gratuit (50,0 millions de visiteurs uniques en décembre 2024).

Le premier acteur français, Orange VOD, se hisse à la quatrième place avec 14,1 % d'utilisateurs TVoD en 2024, juste devant un autre service français, Canal VOD (13,4 %).

Le cinéma représente 85,8 % du marché de la VàD à l'acte

Avec 220,0 M€ de chiffre d'affaires (+3,0 % par rapport à 2023), le cinéma domine le marché de la vidéo à la demande en paiement à l'acte (location et vente). En effet, il représente 85,8 % du chiffre d'affaires (+1,1 point en un an) et les films cinématographiques monopolisent les 10 premières places du classement des meilleures ventes.

Les programmes audiovisuels totalisent 13,7 M€ de chiffre d'affaires (-6,7 % par rapport à 2023) et représentent 5,3 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte (-0,5 point). À noter que la part de marché des programmes TV est bien supérieure sur le segment de la vente (13,2 %) que sur celui de la location (1,2 %). Cet écart s'explique par une plus forte consommation des autres programmes, et notamment des programmes pour adultes, en location.

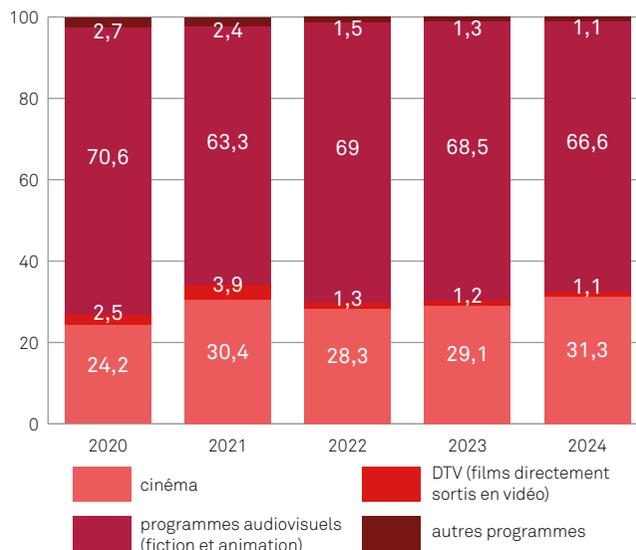
91 000 références actives en VàD à l'acte en 2024 (+2,5 % par rapport à 2023).

En 2024, 91 001 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes pour adultes), contre 88 797 en 2023 (+2,5 %). Cette hausse du nombre de références actives est principalement portée par le cinéma (+10,4 % à 28 474 références actives) et, dans une moindre mesure, par la fiction audiovisuelle (+2,2 % à 54 899 références actives). À l'inverse, le nombre de programmes TV d'animation est en fort recul en un an (-20,0 %) à 5 705 références actives, ainsi que les programmes d'autres genres (-14,0 % à 956 références actives). Les programmes TV d'animation, majoritairement adressés à des enfants, moins sensibles à la nouveauté et qui aiment regarder plusieurs fois le même programme, se prêtent mieux à une consommation par abonnement qu'à l'acte. De plus, depuis quelques années, une partie des ayants-droits ont limité leur offre audiovisuelle en transactionnel au profit de leurs propres services de VàDA, expliquant ainsi la baisse des références actives.

Les programmes audiovisuels (fiction et animation) représentent 66,6 % de l'offre active en VàD à l'acte, contre 31,3 % pour le cinéma, 1,1 % pour les DTV et 1,1 % également pour les programmes d'autres genres. Seule la part des films est en hausse par rapport à 2023 (+2,2 points).

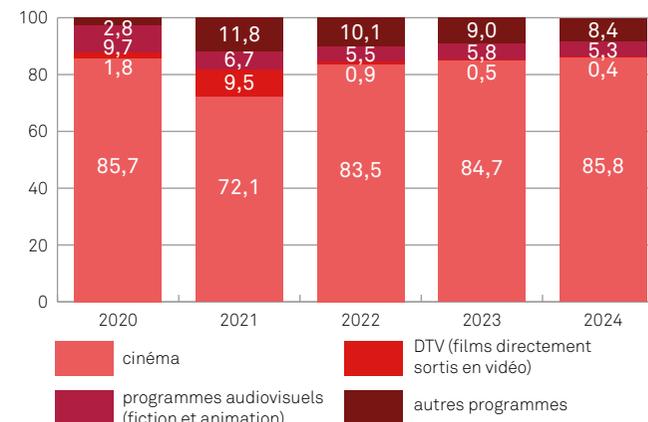
Tous genres confondus, 43,6 % des références sont actives sur un seul service en 2024 (-5,9 pts par rapport à 2023), 24,4 % sur deux services (+2,1 pts), 12,1 % sur trois services (+0,7 pt), 9,0 % sur quatre services (+1,1 pt) et 10,8 % sur cinq services ou plus (+2,0 pts). Les films cinématographiques sont le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur un seul service s'établit à 22,1 % pour le cinéma, 28,5 % pour le DTV, 61,5 % pour les programmes audiovisuels (fiction et animation) et 52,6 % pour les autres genres de programmes.

Structure de l'offre¹ de la VàD à l'acte selon le genre de programmes² (%)



¹ Location et vente, en références actives.
² Les programmes sont comptabilisés en nombre d'épisodes.
 Source : AQOA.

Structure de la consommation¹ en VàD à l'acte selon le genre de programmes (%)



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

La saison 4 de HPI haut potentiel intellectuel, 1^{ère} fiction TV en VàD à l'acte

En 2024, la fiction télévisuelle représente 4,9 % du marché de la VàD à l'acte, contre 5,4 % en 2023. La fiction américaine continue de dominer ce segment (83,1 % du chiffre d'affaires de la fiction soit +4,9 points en un an) tandis que la part de la fiction française, à 13,2 %, accuse une baisse importante (-6,9 points).

Néanmoins, la 4e saison de la série française *HPI haut potentiel intellectuel* occupe les premières et secondes places du classement des programmes audiovisuels (fiction et animation) les plus consommés, suivie par la 1^{ère} puis la 2^{ème} saison de *House of the Dragons* (US). La hausse de la part de marché des programmes américains est portée par la sortie de cette nouvelle saison qui a également redynamisé la consommation de la première saison ainsi que de l'intégralité des saisons de *Game of Thrones* sur la période.

Sur le segment de l'animation télévisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 92,4 % en 2024 (88,3 % en 2023), contre 6,4 % pour les programmes français (8,6 % en 2023).

Cinq films français dans le top 10 pour la deuxième année consécutive

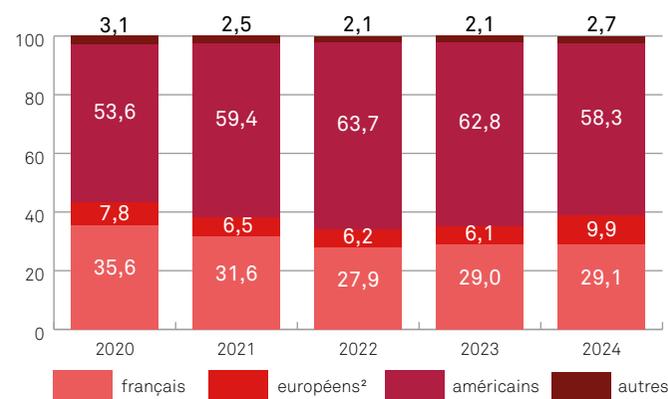
En 2024, les films américains composent 57,5 % du chiffre d'affaires du film en VàD à l'acte. Cinq films du top 10 des programmes les plus consommés sur ce segment sont américains, avec notamment *Dune* en deuxième position. La part de marché de ces films baisse (- 9,9 points par rapport à 2023). Cette baisse se fait notamment au profit du cinéma français puisque 34,6 % du chiffre d'affaires des films en VàD transactionnelle est généré par les films français (+4,9 points par rapport à 2023). Une progression à mettre en parallèle avec la part de marché élevée des films français en salles en 2024 (44,8 %). Il s'agit par ailleurs de la deuxième année consécutive où cinq films français apparaissent dans le top 10, avec en tête *Un p'tit truc en plus*, le titre le plus consommé en VàD à l'acte en 2024. La part de marché des films européens non français, également en hausse à 7,2 % (+5,3 points), est portée par des films tels que *Barbie* et *Wonka*, respectivement 16° et 18° titres les plus consommés en VàD à l'acte.

En 2024, la part de marché en valeur des 10 premiers films s'établit à 8,8 % (9,8 % en 2023). Elle atteint 13,3 % pour les 20 films les plus performants (15,3 % en 2023) et 16,4 % pour les 30 premiers films du palmarès (18,8 % en 2023). Le marché est ainsi moins concentré en 2024 qu'en 2023 mais autant qu'en 2018.

L'offre de films cinématographiques en VàD à l'acte est composée de 28 474 références actives en 2024, contre 25 802 en 2023 (+10,4 %). Les films américains constituent 58,3 % des films actifs (- 4,5 points par rapport à 2023), contre 29,1 % pour les films français (+0,1 point) et 9,9 % pour les films européens non français (+3,8 points).

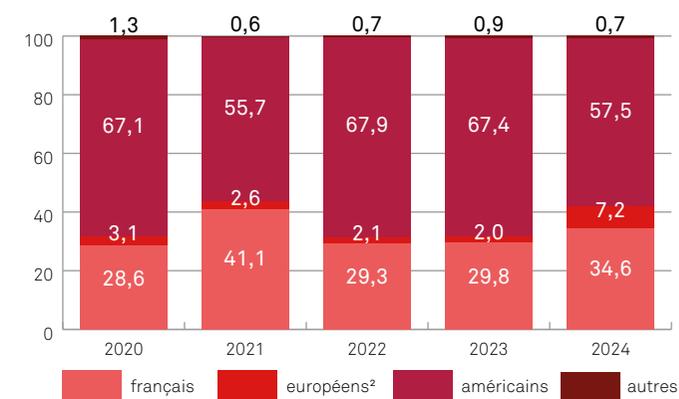
Un tiers du chiffre d'affaires des films en VàD transactionnelle est généré par les films français (34,6 %, +4,9 pts par rapport à 2023).

Répartition de l'offre¹ du cinéma en VàD à l'acte par nationalité (%)



¹ Offre : références actives. / ² Europe au sens continental. Source : AQQA.

Répartition de la consommation¹ du cinéma en VàD à l'acte par nationalité (%)



¹ Consommation : location et vente, en chiffre d'affaires. / ² Europe au sens continental. Source : AQQA.

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2024 (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	<i>Un p'tit truc en plus</i>	cinéma	2024	France
2	<i>Dune</i>	cinéma	2021	Etats-Unis
3	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	cinéma	2024	France
4	<i>Equalizer 3</i>	cinéma	2023	Etats-Unis
5	<i>Dune : deuxième partie</i>	cinéma	2024	Etats-Unis
6	<i>Chasse gardée</i>	cinéma	2023	France
7	<i>Oppenheimer</i>	cinéma	2023	Etats-Unis
8	<i>Anatomie d'une chute</i>	cinéma	2023	France
9	<i>Cocorico</i>	cinéma	2024	France
10	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	cinéma	2001	Etats-Unis

Source : AQQA.

Part de marché des films cinématographiques les plus performants en VàD à l'acte¹ (%)

	2020	2021	2022	2023	2024
top 10	7,9	11,3	11,1	9,8	8,8
top 20	12,5	16,5	17,7	15,3	13,3
top 30	16,2	20,0	22,2	18,8	16,4
autres	83,8	80,0	78,3	81,2	83,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Location et vente, en chiffre d'affaires. Source : AQQA.

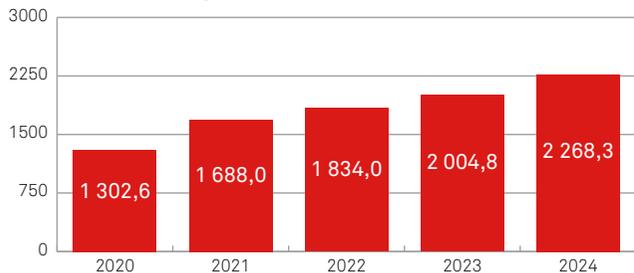
La VàD par abonnement (VàDA)

Un marché de la VàDA toujours en croissance

En 2024, le marché de la VàDA est estimé par le CNC à 2 268,3 M€. Il progresse de 13,1 % par rapport à 2023, une croissance plus dynamique que celle observée en 2023 (+9,3 % par rapport à 2022). Après des signes de saturation du marché à la sortie de la crise sanitaire, les différentes stratégies des services américains pour améliorer leur rentabilité semblent porter leurs fruits. L'année 2024 est notamment marquée par la généralisation des offres avec publicité qui a redynamisé le marché. Netflix qui a initié ce nouveau modèle en novembre 2022, a été suivi par Disney+ en novembre 2023 puis Prime Video en avril 2024. Max, nouvel acteur qui remplace le Pass Warner sur Prime Video, a également proposé une formule avec publicité dès son lancement en juin 2024. Cela fait écho à la segmentation plus fine des offres permettant des niveaux d'abonnement différenciés et une hausse des tarifs des formules premium. En 2024, myCANAL a revu son offre avec le lancement en juillet de Ciné+OCS (qui fait suite au rachat d'OCS en janvier), la mise à disposition de Paramount+ et de Max en août et la fin du contrat avec Disney+ au 31 décembre.

Le nombre de foyers abonnés à Netflix, Prime Video et Disney+ progresse à nouveau au second semestre 2024 (respectivement +8,3 %, +9,9 % et +11,9 % par rapport au second semestre 2023).

Marché de la VàD par abonnement¹ (M€)



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

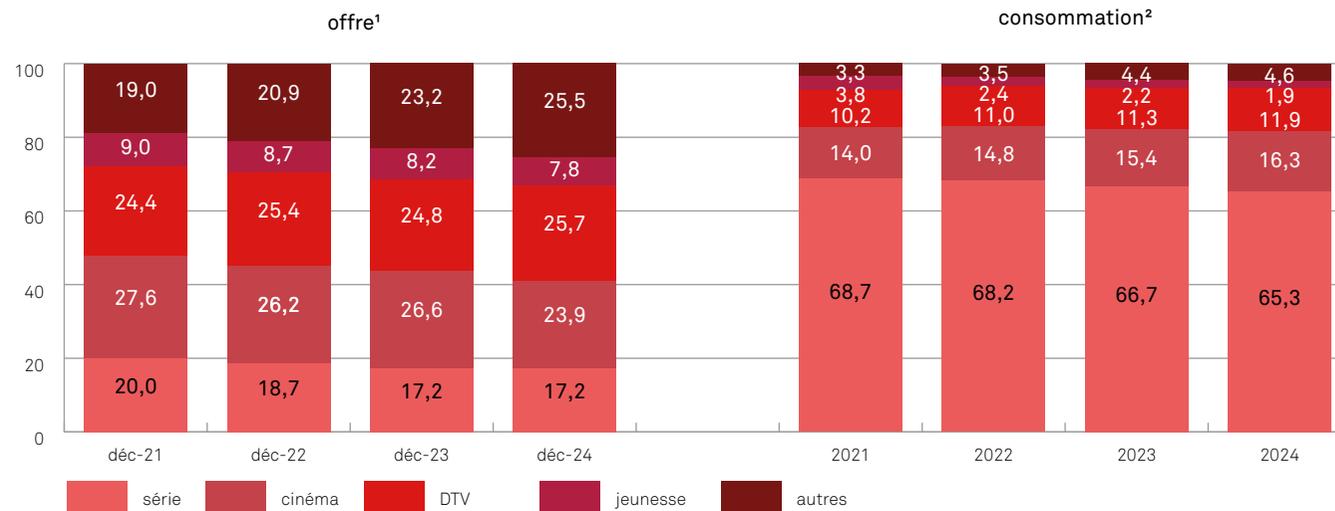
Le marché de la VàDA s'établit à 2 268,3 M€ en 2024 (+13,1 % par rapport à 2023).

Une part de marché des films cinéma concurrencée par les films DTV

En décembre 2024, le film cinématographique représente 23,9 % de l'offre de programmes en VàDA, contre 17,2 % pour la série. À noter que cet indicateur étant calculé en nombre de titres par Médiamétrie, c'est-à-dire qu'une série est égale à un titre, le poids de la série dans l'offre est largement minimisé ; en considérant le nombre d'épisodes, la série a un poids bien plus significatif (41,3 % contre 3,1 % pour le cinéma).

La part de la série dans l'offre est stable sur un an mais en recul par rapport à décembre 2021 (- 2,8 points), au profit des programmes de flux (25,5 %, soit +6,5 points) et des films DTV (25,7 % soit +1,3 point) qui, en 2024, ont une part plus élevée que le cinéma.

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 En temps passé.

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

Malgré cette diversification de l'offre, la série concentre toujours la majeure partie de la consommation des services de VàDA, à 65,3 % sur l'année 2024, contre 16,3 % pour le cinéma, 11,9 % pour le DTV, 1,9 % pour les programmes jeunesse et 4,6 % pour les autres programmes.

La part du cinéma et celle des films DTV dans la consommation progressent par rapport à 2023 (respectivement +0,9 point et +0,6 point) et atteignent leur plus haut niveau depuis 2020. À l'inverse, la part des séries s'effrite (-1,4 point) pour atteindre son plus bas niveau sur la période.

En 2024, la série constitue près des 2/3 de la consommation en VàDA.

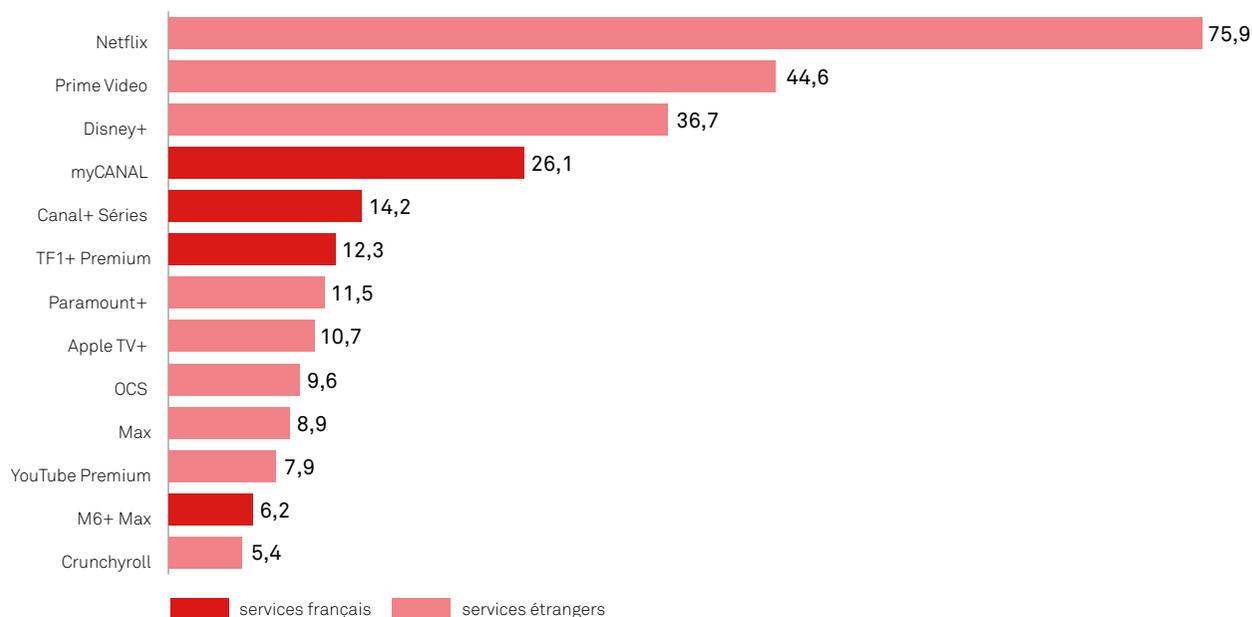
Plus des ¾ des consommateurs de VàDA utilisent Netflix

En 2024, 54,2 % des Français ont déclaré avoir utilisé un service de vidéo à la demande par abonnement selon Vertigo. Netflix reste de très loin le premier service de VàDA en France avec, en 2024, 75,9 % des consommateurs de VàDA qui déclarent avoir regardé des programmes sur ce service. Prime Video s'impose à la deuxième place avec 44,6 % des consommateurs, devant Disney+ (36,7 %), un classement inchangé par rapport à 2023.

41,0 % des consommateurs de VàDA ont visionné au moins un programme sur un service français en 2024. Le premier service français, myCANAL, est quatrième du classement (26,1 %). Le service Max, lancé en juin 2024, réalise une percée pour ses six premiers mois en France et se hisse à la neuvième place avec 8,9 %.

Netflix reste de loin le 1^{er} service de VàDA en France devant Prime Video et Disney+.

Classement des services de VàDA en 2024 (% des utilisateurs VàDA)



Base : internautes de 3 ans et plus déclarant avoir regardé des programmes en VàD par abonnement.
 Périmètre : services supérieurs à 5 % d'utilisateurs.
 Lecture : en 2024, 75,9 % des utilisateurs des services de VàDA déclarent avoir regardé au moins un programme sur Netflix.
 Source : CNC - Vertigo.

Les séries américaines et espagnoles dominent le palmarès des meilleures audiences en VàDA

En 2024, l'intégralité des dix meilleures audiences en VàDA sont réalisées par des séries, dont neuf diffusées sur Netflix. Sept des dix premières places du classement sont occupées par des séries américaines tandis que les trois autres le sont par des séries espagnoles. *La Chronique des Bridgerton* se classe en première position devant *Dr House*, deux séries américaines, et la série espagnole *Entrevías* est troisième.

Parmi les dix meilleures audiences des films cinématographiques en 2024, neuf films sont disponibles sur myCANAL. Comme pour le classement tous genres confondus, les titres américains dominent le classement des films. *Anatomie d'une chute* et *Un p'tit truc en plus* constituent les exceptions françaises de ce classement en se hissant respectivement à la deuxième et huitième places.

Classement des programmes les plus consommés¹ en VàDA en 2024 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	<i>La Chronique des Bridgerton</i>	série	Etats-Unis	Netflix
2	<i>Dr House</i>	série	Etats-Unis	Netflix, Prime Video
3	<i>Entrevías</i>	série	Espagne	Netflix
4	<i>Prison Break</i>	série	Etats-Unis	Netflix, Disney+
5	<i>Elite</i>	série	Espagne	Netflix
6	<i>The Boys</i>	série	Etats-Unis	Prime Video
7	<i>The Gentlemen</i>	série	Etats-Unis	Netflix
8	<i>Berlin</i>	série	Espagne	Netflix
9	<i>La Défense Lincoln</i>	série	Etats-Unis	Netflix
10	<i>Outer Banks</i>	série	Etats-Unis	Netflix

¹ En temps passé.

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

Classement des films cinématographiques les plus consommés¹ en VàDA en 2024²

rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	<i>Oppenheimer</i>	2023	Etats-Unis	myCANAL
2	<i>Anatomie d'une chute</i>	2023	France	myCANAL
3	<i>Fast & Furious X</i>	2023	Etats-Unis	Netflix, myCANAL
4	<i>Indiana Jones et le Cadran de la destinée</i>	2023	Etats-Unis	myCANAL
5	<i>Black Panther : Wakanda Forever</i>	2022	Etats-Unis	Disney+, myCANAL
6	<i>Super Mario Bros. le film</i>	2023	Etats-Unis	Netflix, myCANAL
7	<i>Killers of the Flower Moon</i>	2023	Etats-Unis	myCANAL
8	<i>Un p'tit truc en plus</i>	2024	France	myCANAL
9	<i>Mission: Impossible - Dead Reckoning</i>	2023	Etats-Unis	myCANAL
10	<i>Titanic</i>	1997	Etats-Unis	Netflix, Disney+

¹ En temps passé.

² Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.

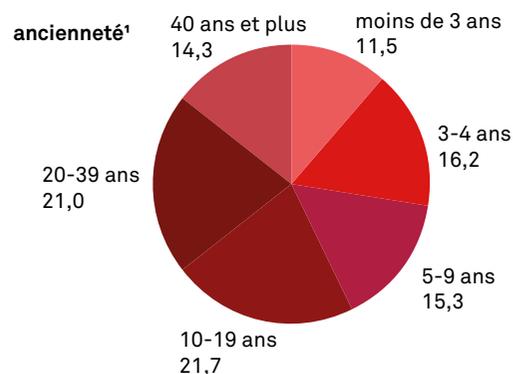
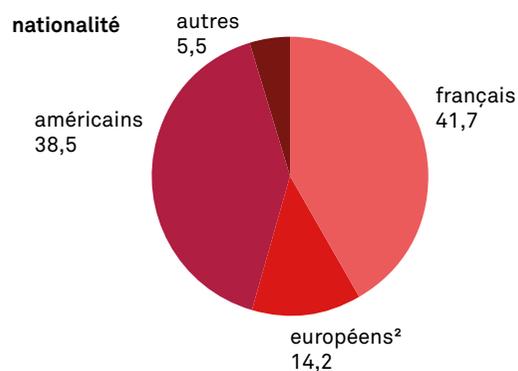
Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

Plus de 7 500 œuvres cinématographiques disponibles en VàDA en 2024

En 2024, 7 569 œuvres cinématographiques uniques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services de VàDA couverts par l'étude de l'offre réalisée par Médiamétrie (7 523 en 2023). 41,7 % sont des films français (+0,8 point par rapport à 2023) qui captent 18,5 % de la consommation. *Anatomie d'une chute*, premier film français du classement, est 2^e au classement général des films cinématographiques les plus vus en 2024. Les films américains représentent 38,5 % de l'offre (- 0,4 point), pour 61,8 % de la consommation, avec *Oppenheimer* comme premier film au classement des œuvres cinéma les plus consommées toutes nationalités confondues. 14,2 % des films disponibles sont européens non français (-0,4 point). *Charlie et la chocolaterie*, film britannique, est le premier film européen non français à apparaître au classement des titres les plus consommés (88^e). Et enfin, 5,5 % des films disponibles sont quant à eux non européens et non américains (stable sur un an). *La Famille indienne*, film indien, est le premier titre non européen et non américain à apparaître au classement (174^e).

Les films de patrimoine représentent plus du tiers de l'offre d'œuvres cinématographiques. 35,2 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a au moins 20 ans (+1,1 point par rapport à 2023), 21,7 % ont entre 10 et 19 ans (-0,3 point), 15,3 % entre 5 et 9 ans (-0,1 point), 16,2 % entre 3 et 4 ans (-1,3 point) et 11,5 % moins de 3 ans (+0,5 point). Cette répartition, et notamment la part de moins de 3 ans, est en cohérence avec la chronologie des médias qui encadre les délais de mise à disposition des films sur ces services. En 2024, la majorité des films sont exploités sur un seul service (55,5 %), cependant cette exclusivité baisse sur un an (-5,7 points par rapport à 2023) pour atteindre un niveau similaire à 2020 (56,0 %). 31,3 % des titres sont disponibles sur deux services (+2,1 points), 7,5 % sur trois services (+1,8 point) et 5,8 % sur quatre services ou plus (+1,8 point). Quatre films du top 10 sont disponibles sur plusieurs plateformes, contre trois en 2023.

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté en 2024 (%)



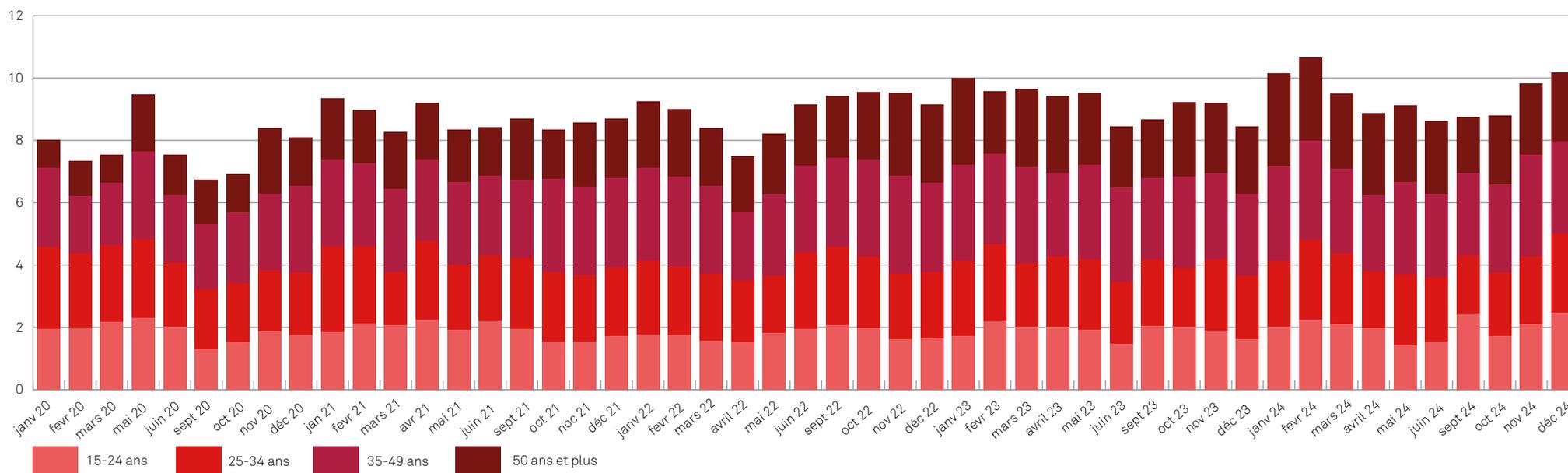
¹ Par rapport à leur première date de sortie en salles.
² Europe au sens continental.
 Source : CNC - Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie.

Plus de 9 millions de consommateurs de VàDA en moyenne par jour en 2024

En 2024, le nombre d'utilisateurs moyens quotidiens continue de croître, à 9,44 millions de Français (+2,5 % par rapport à 2023 et +21,4 % par rapport à 2020). Cette progression est portée par les SVODistes de 50 ans et plus dont le nombre bondit, entre 2020 et 2024, de 74,2 % pour atteindre 2,40 millions par jour en moyenne sur 2024. De fait, la part des 50 ans et plus dans le public de la VàDA augmente de 7,7 points par rapport à 2020, pour atteindre 25,4 % en 2024, au détriment notamment des 25-34 ans dont la part recule de 5,3 points à 23,0 % malgré un nombre de SVoDistes relativement stable (2,17 millions en 2024, contre 2,21 millions en 2020).

En 2024, les utilisateurs de VàDA ont passé 3h01, en moyenne, par jour sur les services de VàDA, une durée de visionnage relativement stable par rapport à 2023 (3h05). Celle-ci est décroissante avec l'âge, de 3h15 en moyenne par jour pour les 15-24 ans, à 3h06 pour les 25-34 ans, 2h54 pour les 35-49 ans et les 50 ans et plus.

Nombre moyen de consommateurs quotidiens de VàDA selon l'âge (millions)



Source : Global Vidéo - Médiamétrie.

Les usages de la VàD payante en France

Le questionnaire administré par Vertigo a été modifié en février 2023 (afin de mieux appréhender le public de la VàD), excluant ainsi le mois de janvier du nouvel historique. De fait, les données annuelles de 2024 ne peuvent pas être comparées à celles de 2023.

Plus de 60% des internautes regardent des programmes en VàD payante

En 2024, 61,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en VàD payante et plus des trois quarts des moins de 35 ans (72,6 % chez les 3-14 ans, 78,7 % pour les 15-24 ans et 80,5 % pour les 25-34 ans). Le taux de pénétration décroît ensuite avec l'âge : 67,1 % pour les 35-49 ans et 44,5 % pour les 50 ans et plus. De fait, les moins de 35 ans constituent près de la moitié du public de la VàD payante (49,0 %).

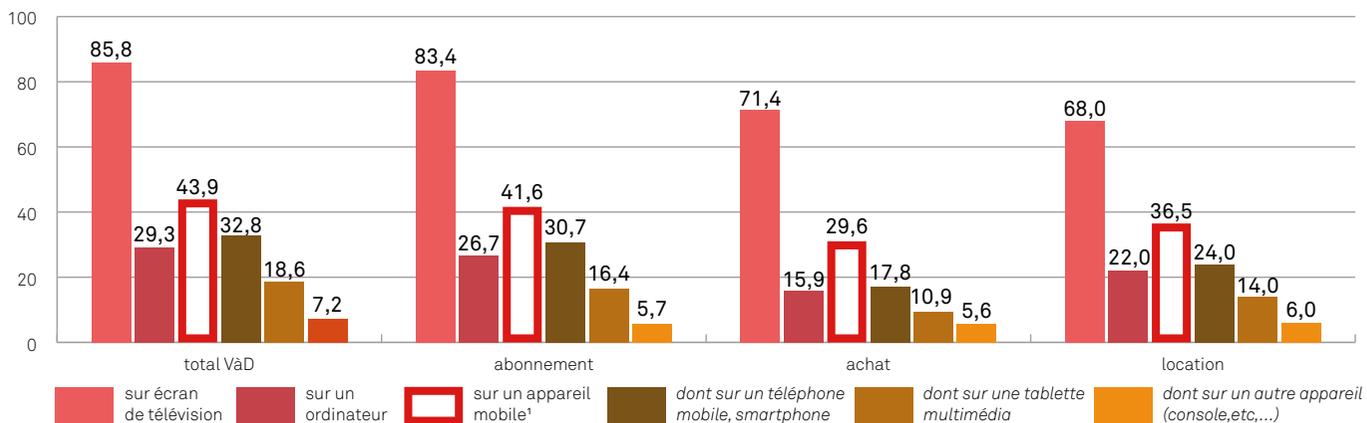
Le téléviseur est le principal support de consommation de la VàD payante

Le téléviseur continue d'être l'écran privilégié de consommation. En 2024, 85,8 % des consommateurs de VàD payante déclarent avoir visionné un programme sur un téléviseur. Cette part atteint 83,4 % pour les programmes en VàDA, 71,4 % pour un programme acheté en EST et 68,0 % pour un programme loué.

Les 15-24 ans consomment davantage la VàD sur un appareil mobile que les plus âgés. En 2024, 69,6 % d'entre eux ont consommé des contenus en VàD payante sur un appareil mobile, contre 43,9 % pour l'ensemble des internautes. Cette part sur appareil mobile s'élève à 67,2 % pour la VàDA chez les 15-24 ans, contre 41,6 % pour l'ensemble des internautes.

Les appareils mobiles sont le support privilégié pour le visionnage de programmes en VàD payante chez les 15-24 ans (69,6 %).

Part des consommateurs qui regardent des programmes en VàD payante selon le support de consommation en 2024¹ (%)



¹ Regroupement de téléphone mobile, tablette et autre appareil
Source : CNC - Vertigo (Base consommateurs de VàD payante - 3 ans et plus).

Près d'un utilisateur sur trois est un utilisateur intensif

En 2024, 29,2 % des utilisateurs sont des utilisateurs intensifs (qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour). Cette part atteint 37,2 % chez les 25-34 ans, 35,3 % chez les 15-24 ans, 31,2 % chez les 35-49 ans, 23,6 % chez les 3-14 ans et 23,5 % chez les 50 ans et plus. 20,3 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs très occasionnels (au moins une fois par an et moins d'une fois par mois). Cette part est croissante avec l'âge et atteint 24,0 % chez les 50 ans et plus, 20,2 % chez les 35-49 ans, 19,3 % chez les 25-34 ans, 16,9 % chez les 15-24 ans et 18,1 % chez les 3-14 ans.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande
- l'Observatoire de la vidéo à la demande

4.4

La vidéo gratuite

Au quatrième trimestre 2024
les Français sont :

66 %

à avoir utilisé des services de BVoD
(au moins mensuellement)



22 %

à avoir utilisé des services d'AVoD
ou des chaînes FAST (au moins mensuellement)



Remarques méthodologiques

Les données sur la vidéo gratuite sont issues du baromètre OTT du quatrième trimestre 2024 réalisé par NPA Conseil et Harris Interactive. Ces données sont le résultat d'une enquête administrée auprès de 4 206 individus de 15 ans et plus entre le 9 et le 16 janvier 2025.

L'analyse de la consommation BVoD (Broadcaster Video on Demand, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande lancés par les groupes de télévision) est circonscrite à l'analyse des cinq services suivants : TF1+, M6+, france.tv, arte.tv et RMCBFMPlay.

L'analyse de la consommation AVoD (Advertising Video on Demand, c'est-à-dire la vidéo à la demande gratuite financée par la publicité) s'intéresse à sept services : LG Channels, Molotov Channels, Pluto TV, Rakuten TV, Samsung TV Plus et TCL Channels.

Plus de la moitié des moins de 35 ans regardent des programmes de BVoD sur des écrans autres que le téléviseur (54,8 %).

La BVoD

Un usage généralisé de la BVoD

Apparue en France avec les premiers services de télévision de rattrapage (*replay*), également qualifiés de services BVoD (*Broadcaster Video on Demand*, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande lancés par les groupes de télévision), la vidéo à la demande gratuite s'est depuis diversifiée. De nouveaux acteurs se sont imposés dans cet écosystème, notamment les services *pureplayers* AVoD (*Advertising Video on Demand*, c'est-à-dire la vidéo à la demande gratuite financée par la publicité) ainsi que les chaînes FAST (*Free Ad-supported Streaming Television*, chaînes de télévision en streaming financées par la publicité).

Au quatrième trimestre 2024, la BVoD domine le marché de la vidéo gratuite. 80,9 % des Français de 15 ans et

plus déclarent avoir utilisé un service de BVoD au moins occasionnellement (78,0 % en 2023). La forte présence de ces services peut s'expliquer par l'attachement des Français au linéaire, qui représente, selon Ampère Analysis, encore 40 % de la consommation vidéo au troisième trimestre 2024, contre moins de 35 % chez nos voisins européens. Cette proportion est également le résultat de la refonte de certaines offres ainsi que de diverses stratégies d'agrégation de contenus mises en place au cours de l'année 2024 : remplacement de MyTF1 par TF1+, de 6play par M6+ ou encore mise à disposition des programmes d'arte.tv sur france.tv et TF1+.

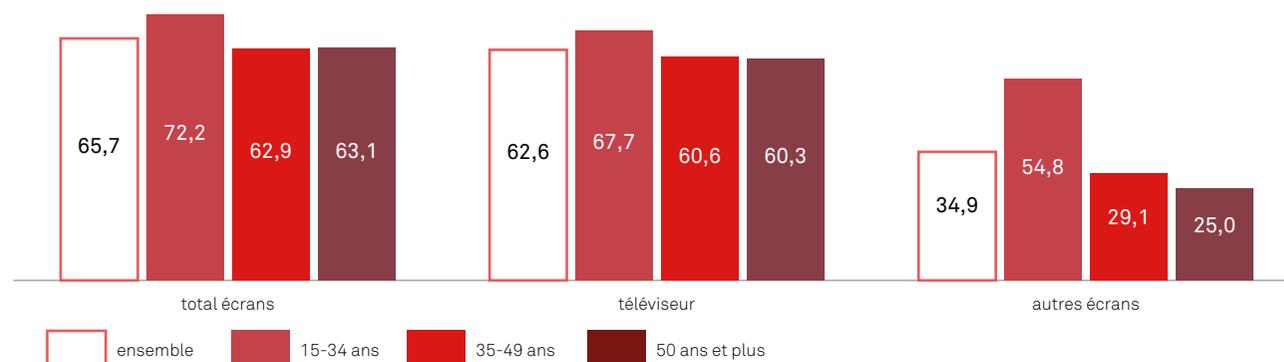
Ce renouveau des services de BVoD contribue à ancrer davantage l'usage du *preview* (programmes regardés en amont de leur diffusion en live) dans les habitudes des Français. Selon Médiamétrie, au quatrième trimestre de 2024, 24,3 millions de téléspectateurs uniques ont regardé un programme en *preview*. Sur cette période, 28 programmes différents ont comptabilisé plus de 500 000 téléspectateurs en *preview*, avec en tête l'épisode du 13 décembre d'*Astrid et Raphaëlle* (France 2) qui a compté 1,3 millions de téléspectateurs en *preview*. Le visionnage de programmes audiovisuels en *preview* est

avant tout porté par la fiction (70 % des programmes consommés).

65,7 % des Français consomment au moins une fois par mois de la BVoD, en progression de 4,7 points par rapport à 2023 (61,0 %). Le téléviseur s'impose comme le support privilégié avec 62,6 % des Français qui ont regardé au moins un programme en BVoD sur leur télévision au cours du quatrième trimestre 2024 (59,0 % sur la même période en 2023). Les autres écrans (tablettes, mobiles et ordinateurs) sont moins largement utilisés pour la BVoD (34,9 %, mis à part chez les moins de 35 ans (54,8 %).

L'usage de la BVoD progresse fortement chez les 15-34 ans qui sont 72,2 % à en consommer au moins une fois par mois, contre 60,8 % en 2023. Les moins de 35 ans se démarquent également par leur consommation sur d'autres écrans avec un taux de pénétration de 54,8 %, contre moins de 30 % pour les 35 ans et plus. La part des 50 ans et plus est également en hausse par rapport à 2023 avec 63,1 % à utiliser des services de BVoD au moins une fois par mois (61,0 % en 2023).

Pénétration de la BVoD selon l'âge et l'écran au quatrième trimestre 2024 (%)



Base : individus de 15 ans et plus – consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT – NPA Conseil et Harris Interactive.

MYTF1, service de BVoD le plus utilisé par les Français devant france.tv

Au quatrième trimestre 2024, TF1+ est le service de BVoD le plus utilisé, au moins une fois par mois, par les Français (49,6 %), devant france.tv (46,5 %) et M6+ (42,1 %). Les deux services privés gagnent légèrement du terrain par rapport à 2023 grâce à leurs refontes, avec une progression de +1,3 point pour TF1+ et +1,9 point pour M6+, tandis que france.tv et arte.tv sont relativement stables (respectivement +0,8 point à 46,5 % et +0,4 point à 33,8 %).

TF1+ tire sa première place grâce aux 15-34 ans (63,5 %), qui, par ailleurs notent bien le service (7,9/10 de satisfaction, contre 7,3 pour l'ensemble de la population). À l'inverse, france.tv se hisse à la deuxième place en étant le premier service auprès des 50 ans et plus (48,7 %). arte.tv se démarque comme étant le service recueillant la plus haute note de satisfaction (7,5), reflet d'une notation homogène des différentes tranches d'âge.

Selon Médiamétrie NetRatings, en 2024, en moyenne chaque mois, 10,2 millions d'internautes (hors connexion via un téléviseur) visitent le service france.tv, contre 8,4 millions en 2023. Le service gagne 1,8 million de visiteurs uniques entre 2023 et 2024 grâce aux mois d'été marqués par les *Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris*. Il s'agit du deuxième service le plus visité derrière TF1+ (13,0 millions en 2024, contre 12,1 millions en 2023). En moyenne par mois, TF1+ et M6+ gagnent près d'un million de visiteurs uniques, respectivement 943 000 et 997 000. De fait, M6+ atteint les 4,1 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois en 2024. arte.tv gagne 267 000 visiteurs uniques, à une moyenne mensuelle de 3,4 millions. Loin derrière ces quatre services, RMC BFM Play gagne plus de 100 000 visiteurs uniques sur la période à 880 000 en moyenne par mois.

Dans son rapport financier de l'année 2024, TF1 informe que son service TF1+ a réalisé un chiffre d'affaires publicitaire de 146,0 M€, en progression de 39,2 % par rapport à 2023 (104,5 M€). Le service proposant un catalogue de 30 000 heures

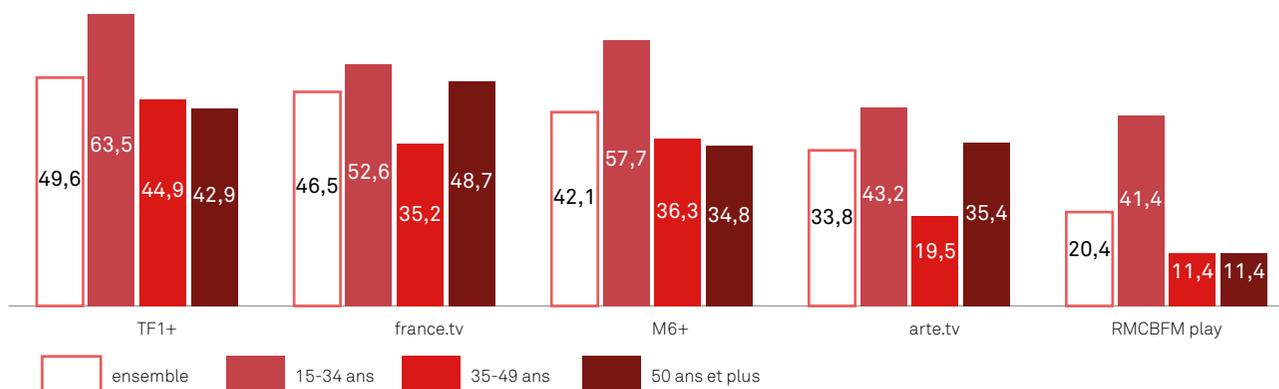
de contenus a rassemblé, en 2024, 33 millions d'utilisateurs en moyenne chaque mois et enregistré 1,2 milliard d'heures vues. Selon le rapport financier du groupe M6, le lancement de M6+ en mai 2024 contribue à la forte hausse du chiffre d'affaires streaming du groupe (comprenant 6playMax, M6+Max et GulliMax) qui atteint 99,5 M€ (+34,2 % par rapport à 2023). Cela représente 9,6 % du chiffre d'affaires total du pôle vidéo au 31 décembre 2024 (7,1 % en 2023). L'activité vidéo non linéaire du groupe représente 575 millions d'heures consommées (+35 % en un an) pour en moyenne 21,5 millions d'utilisateurs mensuels en 2024 (+30 % en un an).

En 2024, Bruno Patino, président d'Arte France, se félicite de l'engouement pour l'offre numérique d'Arte puisque le service arte.tv et ses réseaux sociaux ont engendré 2,7 milliards de vidéos vues, en hausse de 20 % par rapport à 2023. Un niveau record permis grâce à des succès tels que *Samuel* ou *DJ Mehdi : Made in France*.

France.tv déclare en 2024 plus de 35 millions de visiteurs uniques par mois sur les 4 écrans (dont le poste de télévision), un niveau record, ce qui en ferait le 1er service de BVoD en France.

TF1+ et france.tv s'imposent comme des acteurs majeurs du marché de la vidéo gratuite en 2024.

Pénétration des différents services de BVoD selon l'âge au quatrième trimestre 2024 (%)



Base : individus de 15 ans et plus.
Source : Baromètre OTT – NPA Conseil et Harris Interactive.

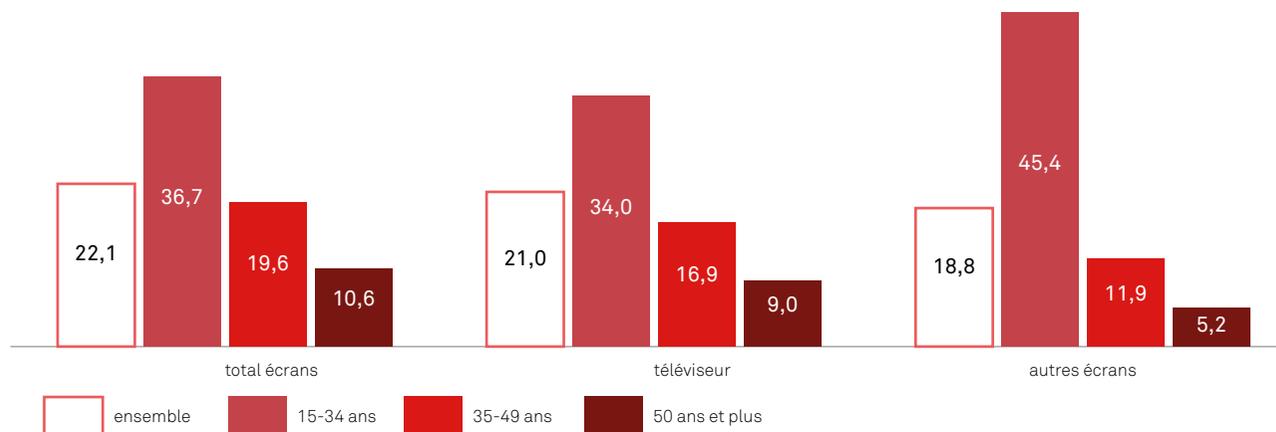
L'AVoD et les chaînes FAST

Les services d'AVoD et les chaînes FAST sont plus confidentiels puisque seulement 22,1 % des Français de 15 ans et plus déclarent en avoir utilisé un au moins une fois par mois durant le quatrième trimestre 2024 (19,0 % en 2023). Les 15-34 ans restent moteur dans l'usage des services d'AVoD avec 36,7 % d'usage au moins mensuel, une part nettement supérieure à celle des 50 ans et plus (10,6 %). Le téléviseur est également le support privilégié pour visionner des contenus en AVoD (21,0 %), à l'exception des moins de 35 ans qui privilégient un autre écran (45,4 %). Sur l'ensemble de la population, l'écart avec les autres écrans (18,8 %) est moins marqué qu'en BVoD.

Pluto TV, premier service d'AVoD/FAST en 2024

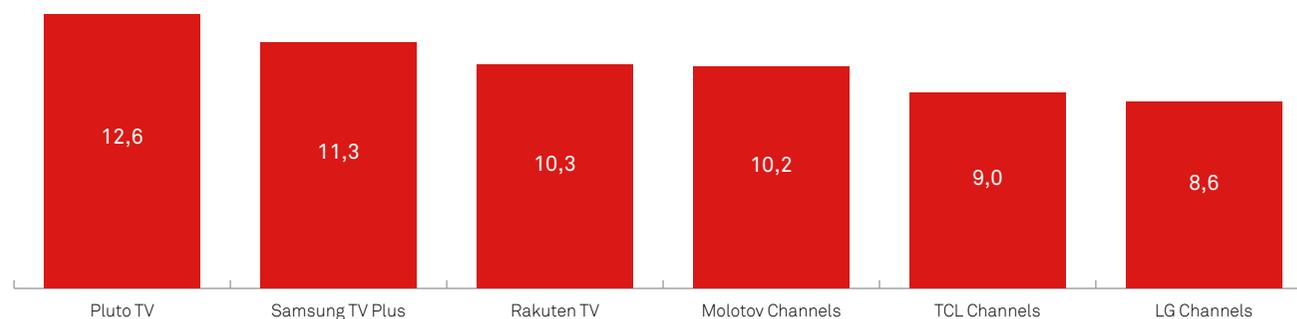
Au quatrième trimestre 2024, Pluto TV est le service d'AVoD/chaînes FAST le plus utilisé par les Français. 12,6 % d'entre eux déclarent un usage au moins mensuel de Pluto TV. Samsung TV Plus arrive en deuxième position (11,3 %), suivi par Rakuten TV (10,3 %).

Pénétration de l'AVoD et des chaînes FAST au quatrième trimestre 2024 (%)



Base : individus de 15 ans et plus - consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT - NPA Conseil et Harris Interactive.

Pénétration des services d'AVoD et chaînes FAST au quatrième trimestre (%)



Base : individus de 15 ans et plus - consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT - NPA Conseil et Harris Interactive.

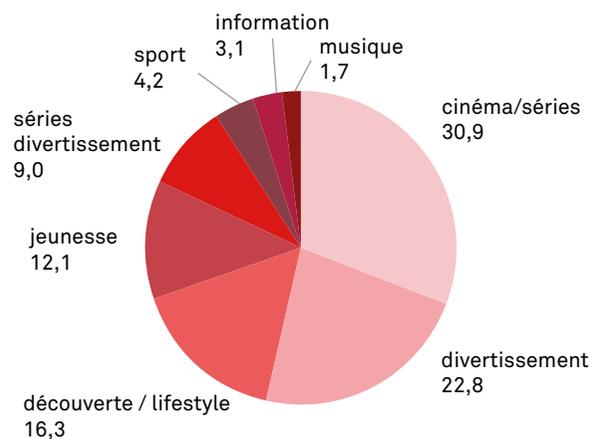
356 chaînes FAST en français en décembre 2024

À fin décembre 2024, 617 chaînes FAST sont disponibles sur les neuf principaux services opérant sur le marché français (france.tv, LG Channels, M6+, Molotov Channels, Plex, Pluto TV, Rakuten TV, Samsung TV Plus et TF1+) dont 356 en langue française (493 dont 292 en français en juin 2023). La proportion de chaînes diffusées en langue française atteint ainsi 57,7 %. M6+ se démarque des autres services par l'important développement de son catalogue FAST permis par son alliance avec Pluto TV en septembre 2024. Le service propose 12 chaînes de la filiale de Paramount et 7 chaînes éditées par M6 reprenant des programmes emblématiques (Turbo 24/24, Zone Interdite 24/24...). Samsung TV Plus a franchi le cap des 150 chaînes distribuées en France et représente la première offre en nombre de chaînes en français (90,0 %) grâce notamment à l'arrivée des chaînes TNT et de 8 signaux de CMA Medias (BFM Grands Reportages, RMC Alerte Secours, RMC Mystère...).

Sur les 356 chaînes FAST disponibles en français en décembre 2024, 110 chaînes sont dédiées au cinéma et aux séries, soit 30,9 % de l'offre totale. Les chaînes FAST dédiées au divertissement arrivent en deuxième position avec 81 chaînes (22,8 % du total) grâce à la reprise de formats TV historiques tels que *Danse avec les stars* ou bien encore *Les Reines du shopping*.

110 chaînes FAST sont dédiées au cinéma et aux séries (30,9 % de l'offre).

Répartition de l'offre de chaînes FAST opérant en français selon la thématique en décembre 2024 (%)



Source : NPA Conseil – Etat des lieux du marché des chaînes FAST 2024.

Les usages de la vidéo gratuite

Les données sur l'usage de la vidéo gratuite sont issues d'une enquête sur internet administrée, à la demande du CNC, par la société Vertigo auprès de 1 200 individus âgés de 3 ans et plus chaque mois.

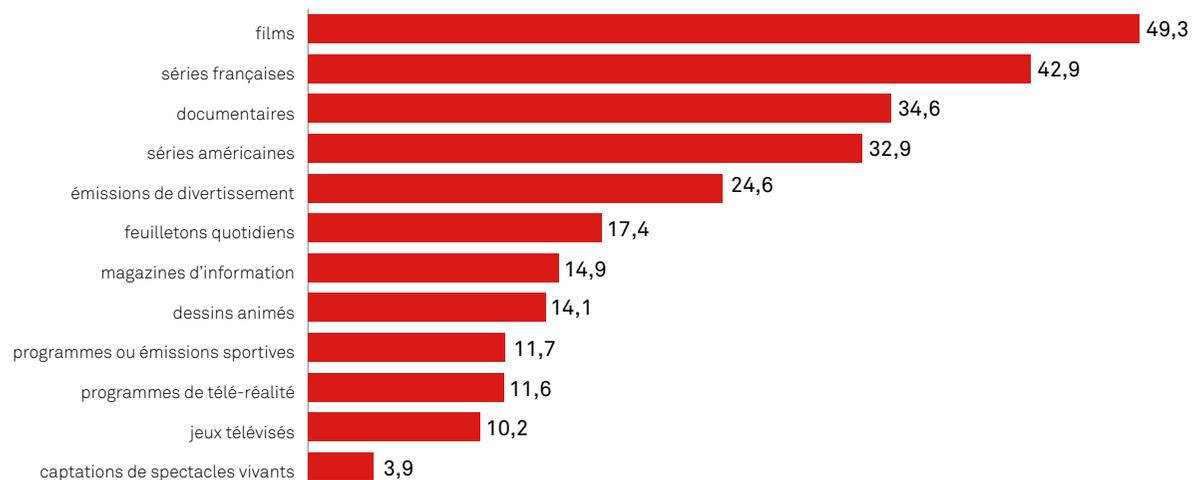
En février 2023, le questionnaire administré par Vertigo a été modifié afin de mieux appréhender le public de la V&D. Les données annuelles ne permettent donc pas de comparaison avec l'historique.

Un usage hebdomadaire des services gratuits de télévision de rattrapage

En 2024, 46,7 % des consommateurs de télévision de rattrapage regardent des contenus en différé sur un service gratuit de télévision au moins une fois par semaine. 16,5 % sont des utilisateurs intensifs (une consommation au moins une fois par jour).

Les services de rattrapage ou de vidéo à la demande gratuits sont en premier lieu utilisés pour regarder des films (49,3 %). 42,9 % des consommateurs expriment une préférence quant au visionnage de séries françaises sur ce type de service, devant les documentaires (34,6 %) et les séries américaines (32,9 %).

Genres de programmes préférés sur les services de rattrapage ou de vidéo à la demande gratuits en 2024 (%)



Source : CNC - Vertigo (Base consommateurs de V&D gratuite - 3 ans et plus).

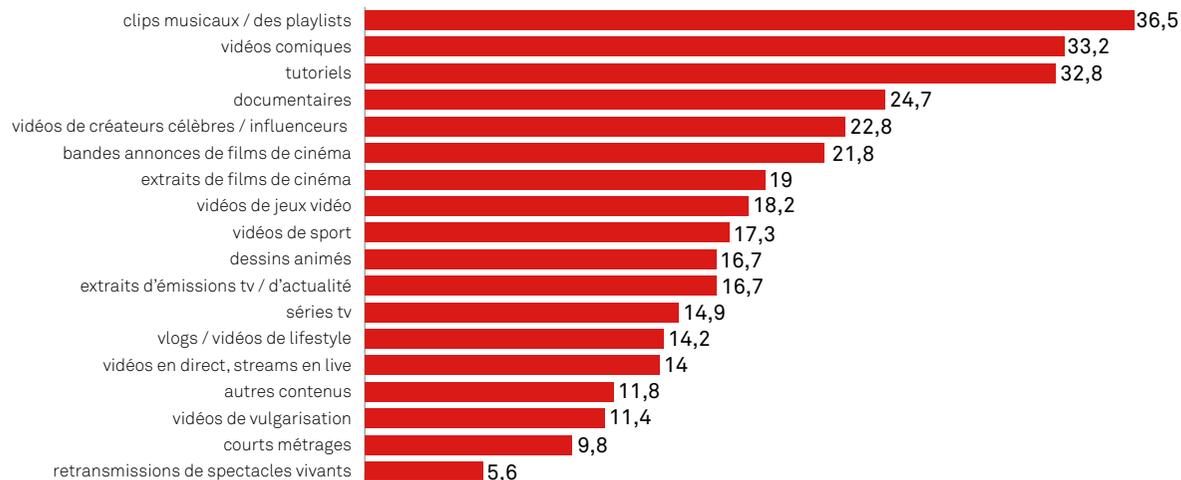
Un usage quotidien des sites de partage de vidéos sur internet

En 2024, 46,8 % des utilisateurs de sites de partage de vidéos sur internet, tels que YouTube ou Dailymotion, ont un usage quotidien de ces plateformes et 33,9 % un usage hebdomadaire. Après des moins de 25 ans, 67,2 % déclarent se rendre au moins une fois par jour sur ces sites.

Selon Médiamétrie NetRatings, en 2024, en moyenne chaque mois, 49,2 millions d'internautes se rendent sur YouTube (hors téléviseurs connectés), contre 48,6 millions en 2023. Loin derrière son concurrent, Dailymotion gagne 175 000 visiteurs uniques pour atteindre en moyenne 19,0 millions d'internautes mensuels en 2024. Twitch comptabilise 5,5 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois, contre 5,8 millions en 2023. Les 15-24 ans représentent 36,0 % des visiteurs uniques de Twitch.

36,5 % des utilisateurs de sites de partage de vidéo s'y rendent afin de regarder des clips musicaux ou des playlists. Outre la musique, les vidéos comiques (33,2 %) et les tutoriels (32,8 %) constituent les types de vidéos les plus fréquemment visionnés par les utilisateurs en 2024. Les moins de 25 ans plébiscitent en premier les vidéos de créateurs de contenus célèbres et d'influenceurs (46,1 %) et les vidéos comiques (42,1 %).

Types de vidéos visionnées en premier sur un site de partage de vidéos sur internet en 2024 (%)



Source : CNC - Vertigo (Base consommateurs de V&D gratuite - 3 ans et plus).

chapitre cinq

JEU VIDÉO



5.1

Le marché du jeu vidéo

En 2024: **5 676,9 M€**

(-5,8 % par rapport à 2023) dont:



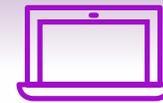
2 554,4 M€

pour les consoles (-18,9 %)



1 604,0 M€

pour les jeux mobiles (+8,2 %)



1 518,5 M€

pour les PC (+9,1 %)



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 : IDC, GSD, GameTrack et Sensor Tower. IDC couvre les données sur le matériel PC dont les écrans PC Gaming. GSD couvre les marchés physiques, à partir d'un panel de distributeurs et d'éditeurs, 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. Sensor Tower fournit des informations et des données sur les applications mobiles afin de produire des estimations en matière de dépenses utilisateurs et de revenus. À noter que les données 2023 de l'écosystème PC ont été révisées par IDC.

Sauf mention contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises.

L'analyse des données fournies par le SELL a été réalisée par le CNC.

Avec 5,7 Md€ en 2024, le marché du jeu vidéo atteint son deuxième plus haut niveau historique, derrière 2023

Selon les données du SELL, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) génère 5 676,9 M€ de chiffre d'affaires en 2024. Malgré une baisse de 5,8 % par rapport à 2023, qui pour rappel était le plus haut niveau historique, le marché réalise sa deuxième meilleure performance en 2024. Depuis la crise sanitaire, le marché fait preuve d'une relative stabilité en franchissant la barre des 5,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires pour la cinquième année consécutive.

Ce recul sur un an est le fait de l'écosystème console (matériels + jeux), principale composante du marché du jeu vidéo (45,0 %, -6,9 points par rapport à 2023), dont les revenus diminuent de 18,9 % à 2 554,4 M€. Cette forte baisse fait suite à une année 2023 atypique marquée par un rattrapage des ventes de consoles, principalement PS5, suite à de longues pénuries d'approvisionnement. De fait, il s'agit donc moins d'un véritable repli que d'un retour à la normale. Avec 1 518,5 M€, l'écosystème PC renoue avec la croissance (+9,1 % par rapport à 2023), grâce aux ventes notamment de matériel, et représente 26,7 % du marché du jeu vidéo en 2024 (+3,1 points). Pour la deuxième année consécutive, l'écosystème mobile devance l'écosystème PC avec 28,3 % de part de marché (+3,8 points).

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon l'écosystème (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
console	2 688,3	2 714,4	2 537,0	3 149,0	2 554,4
PC	1 448,5	1 497,3	1 565,0	1 391,8	1 518,5
mobile ¹	1 425,7	1 411,0	1 415,0	1 483,0	1 604,0
total	5 562,5	5 622,8	5 517,0	6 023,8	5 676,9

¹Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs Sensor Tower converties en euros, taxes françaises ajoutées.

Source: SELL – IDC, GSD, GameTrack, Sensor Tower.

Un chiffre d'affaires au plus haut niveau pour les jeux mobiles et qui devance celui des jeux consoles

Le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux vidéo recule de 2,8 % en 2024 pour s'établir à 3 625,5 M€. Une baisse principalement imputable aux jeux physiques (-26,5 % par rapport à 2023) qui représentent 12,5 % du chiffre d'affaires total des jeux (-4,0 points). À l'inverse, la vente de jeux dématérialisés continue de croître, grâce à l'écosystème mobile (+1,8 % par rapport à 2023) et compte pour 87,5 % du total (+4,0 points).

À 1 533,7 M€, la vente de jeux pour consoles est en baisse sur un an (-12,3 % par rapport à 2023), soit un niveau relativement bas au regard des cinq dernières années au cours desquelles le chiffre d'affaires était toujours supérieur à 1,6 Md€ (-12,8 % par rapport à 2020, plus haut niveau sur la période). Le poids des jeux consoles dans le chiffre d'affaires des jeux (software) recule donc à 42,3 % (-4,5 points par rapport à 2023). Le chiffre d'affaires des jeux PC baisse également sur un an (-2,6 %) et atteint 487,8 M€ en 2024, un niveau proche de celui de 2020 à 491,5 M€ (-0,7 %). Leur part de marché est stable à 13,5 %. À l'inverse, la part des ventes de jeux mobiles (smartphones, tablettes, télévision en ligne) progresse, à 44,2 % (+4,5 points par rapport à 2023) ; les jeux mobiles deviennent la composante principale du marché software. En effet, avec un chiffre d'affaires de 1 604,0 M€, les jeux mobiles progressent de 8,2 % par rapport à 2023 et dépassent pour la première fois les ventes de jeux console, atteignant leur plus haut niveau historique.

Le chiffre d'affaires généré par les abonnements est en recul à 155 M€ (161 M€ en 2023, soit -3,7 %) dont 103 M€ d'abonnements console. Son poids dans le chiffre d'affaires des jeux (software) est stable à 4 %.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo (software) selon le type de jeu (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
jeux PC ¹	491,5	338,4	473,0	500,8	487,8
jeux console ¹	1 759,3	1 657,4	1 633,0	1 748,0	1 533,7
mobile ²	1 425,7	1 411,0	1 415,0	1 483,0	1 604,0
total	3 676,5	3 406,8	3 521,0	3 731,8	3 625,5

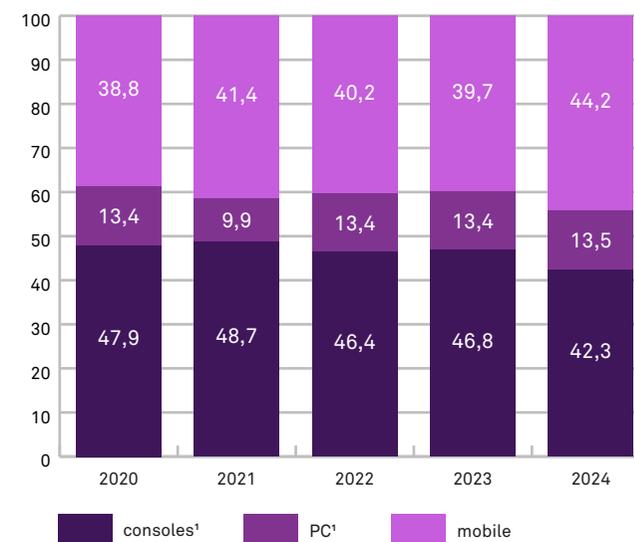
¹ jeux physiques et dématérialisés.

² Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs Sensor Tower converties en euros, taxes françaises ajoutées.

Source: SELL – GSD, GameTrack, Sensor Tower.

La vente de jeux vidéo mobile représente 44,2 % du marché des jeux vidéo (software) en 2024, une part de marché supérieure, pour la première fois, à celle des jeux pour consoles.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux (software) selon le support (%)



¹Jeux physiques et dématérialisés.

Source: SELL – GSD, GameTrack, Sensor Tower.

L'écosystème consoles

Un retour à la normale en 2024 après une année 2023 portée par les ventes de nouvelles consoles de jeux

En 2024, l'ensemble de l'écosystème du marché du jeu vidéo pour consoles (matériels, accessoires et jeux) baisse de 18,9 % et atteint 2 554,4 M€. Après une année 2023 marquée par l'effet de rattrapage des ventes de PS5 et Xbox Series, qui avaient souffert d'une pénurie d'approvisionnement en fin d'année 2022, les ventes de consoles de jeux sont en repli de 34,6 % (après un bond de 72,2 % en 2023) et retrouvent un niveau plus conforme à la période 2020-2022 (677,7 M€ en moyenne par an). À 692,4 M€, les consoles de jeux représentent ainsi 27,1 % du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (33,6 % en 2023). Avec 328,3 M€, les accessoires pour consoles affichent une baisse plus limitée (-4,0 % par rapport à 2023) et représentent désormais 12,9 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème console (10,9 % en 2023).

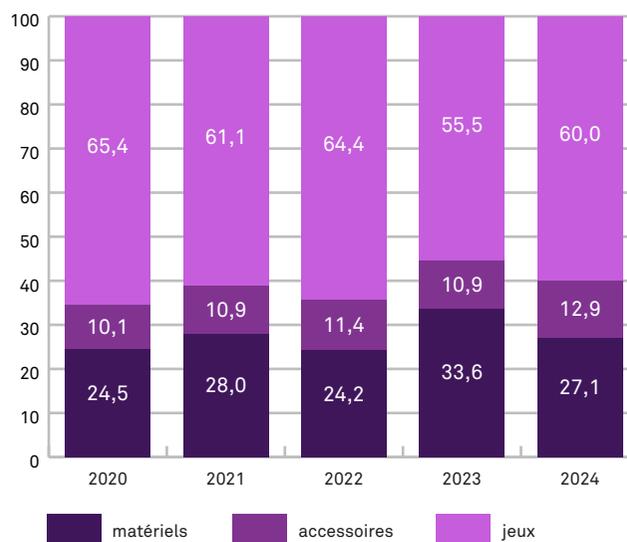
Chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
matériels	658,0	760,0	615,0	1 059,0	692,4
accessoires	271,0	297,0	289,0	342,0	328,3
jeux	1 759,3	1 657,4	1 633,0	1 748,0	1 533,7
dont					
jeux physiques	668,0	600,0	622,0	614,0	450,7
jeux dématérialisés	1 091,3	1 057,4	1 011,0	1 134,0	1 083,0
total	2 688,3	2 714,4	2 537,0	3 149,0	2 554,4

Source: SELL – GSD, GameTrack.

70,6 % du chiffre d'affaires des jeux pour consoles est réalisé par les jeux dématérialisés en 2024.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (%)



Source: SELL – GSD, GameTrack.

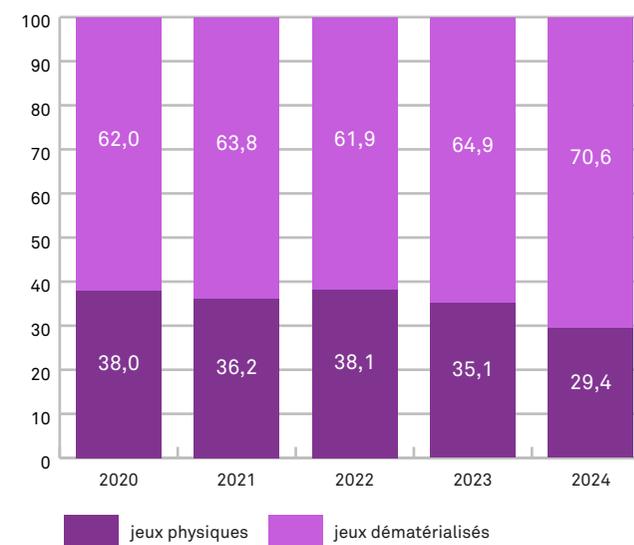
Des ventes de jeux physiques en perte de vitesse

En 2024, les jeux pour consoles représentent 60,0 % du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (+4,5 points par rapport à 2023) et atteignent 1 533,7 M€ de chiffre d'affaires (-12,3 %). Cette baisse s'explique par un catalogue de sorties beaucoup moins étoffé qu'en 2023, obligeant, de fait, le marché à s'appuyer sur la vente de licences phares (*Call of Duty*, *EA Sports FC*, *Super Mario Party*) ainsi que sur son fond de catalogue (*Grand Theft Auto V*, *Mario Kart 8 Deluxe*). Cette année 2024 relativement calme en termes de nouveautés a notamment contribué au recul important des ventes de jeux physiques (-26,6 % par rapport à 2023). Avec 450,7 M€, les jeux physiques ont, pour la première fois depuis 2017, un chiffre d'affaires inférieur à 600 M€. La part de ces jeux dans le total des ventes de jeux pour consoles baisse donc à 29,4 % en 2024 (-5,7 points par rapport à 2023). Selon le SELL, les jeux dématérialisés souffrent également de cette année dite de transition (2025 est une année très attendue pour certaines sorties comme *GTA 6*),

bien que dans une moindre mesure que les jeux physiques. En recul de 4,5 % à 1 083,0 M€, les jeux dématérialisés représentant ainsi 70,6 % des jeux pour consoles en 2024, contre 64,9 % en 2023.

En 2024, 19,2 millions de jeux pour consoles ont été vendus, en baisse sur un an (21,7 millions en 2023) et en deçà du niveau observé ces cinq dernières années, toutes supérieures à 21 millions d'unités vendues. À noter par ailleurs que le marché est également marqué par une baisse du prix moyen d'un jeu vidéo pour console, qui passe de 42,22 € en 2023 à 39,77 € en 2024.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux (software) pour consoles (%)



Source: SELL – GSD, GameTrack.

Les jeux d'action continuent d'être le premier genre de jeu vidéo pour consoles en volume

En 2024, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, les jeux d'aventures et les jeux de sport, représentent plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo pour consoles (57,7 % des ventes en volume, contre 60,8 % en 2023 pour ces trois mêmes genres). Presque l'intégralité des genres affichent des volumes de ventes stable ou en recul, allant jusqu'à -41,6 % pour les jeux casual. Deux exceptions, les jeux de tirs (+10,8 % à 2,9 millions d'unités vendues) portés par *Call of Duty : Black Ops 6* et les jeux familiaux (+10,7 % à 819 000 d'unités vendues) portés par les licences Nintendo telles que *Super Mario Party Jamboree* et *Mario Kart 8 Deluxe*.

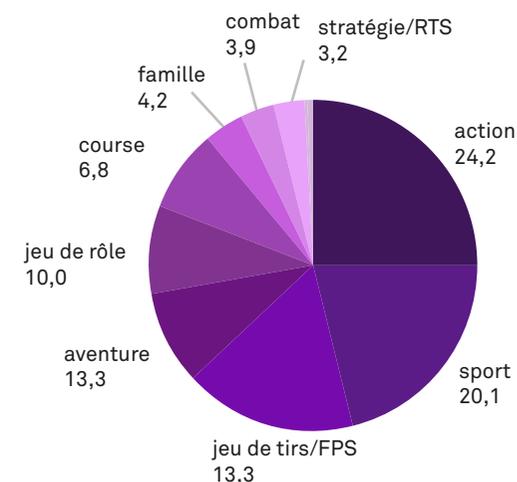
En valeur, les trois principaux genres de jeux vidéo (action, sport et tir) représentent 57,7 % des ventes de jeux vidéo pour consoles en 2024 (contre 63,2 % en 2023 avec en tête les jeux vidéo d'aventure, de sport et d'action). Les jeux d'action représentent 24,2 % du chiffre d'affaires, les jeux de sport 20,1 % et les jeux de tir 13,3 %. A l'instar des volumes, seuls les jeux de tir et les jeux familiaux progressent en valeur par rapport à 2023 (respectivement +20,6 % et +21,6 %). Les jeux d'aventure, à 101,6 M€, sont ceux qui connaissent la plus forte baisse en valeur (-56,3 % par rapport à 2023). Une baisse qui est le contre coup de l'excellente performance de ces jeux en 2023 portée par le succès des jeux *Hogwarts Legacy* et *The Legend of Zelda: tears of the kingdom* (les deux jeux les plus vendus sur console en 2023 derrière EA Sports FC 24).

Chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo (software) pour consoles selon le genre (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
action	236,2	190,2	180,5	191,4	184,6
sport	154,9	162,6	182,8	156,5	153,5
jeu de tirs/FPS	104,8	107,7	106,2	84,4	101,8
aventure	103,2	77,1	61,0	232,4	101,6
jeu de rôle	105,4	102,4	159,1	80,6	76,6
course	72,7	71,4	84,5	72,1	51,9
famille	47,2	50,3	33,4	26,5	32,3
combat	32,8	27,1	21,4	31,1	29,9
stratégie/RTS	79,9	48,7	38,3	36,5	24,6
jeu casual	8,2	7,2	5,8	3,0	1,9
simulation aérienne	3,2	1,2	1,3	0,9	1,6
enfant	0,0	0,0	0,3	0,7	0,7
arcade	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1
autres	2,8	2,4	2,3	1,8	1,7
total	951,4	848,4	877,0	918,0	763,0

¹ Les données de chiffre d'affaires par genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo console ; toutes les ventes de jeux dématérialisées ne sont pas comptabilisées. Source: SELL – GSD.

Répartition du chiffre d'affaires¹ par genre de jeu vidéo (software) pour consoles (%)



¹ Les données de chiffre d'affaires par genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo console ; toutes les ventes de jeux dématérialisées ne sont pas comptabilisées. Source: SELL – GSD.

Les jeux d'action, de sport et de tir représentent 57,7 % des volumes de jeux vendus.

EA Sports FC 25, le jeu pour consoles le plus vendu en 2024

Les trois jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2024 sont *EA Sports FC 25* (1,4 million d'unités vendues et 94,8 M€), *Call of Duty : Black Ops 6* (900 000 unités vendues et 67,0 M€) et *EA Sports FC 24* (500 000 unités vendues et 27,2 M€). *EA Sports FC 25* réalise des performances légèrement inférieures à son prédécesseur *EA Sports FC 24* qui avait été vendu à 1,5 million d'unités pour un chiffre d'affaires total de 99,2 M€. Les 20 jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2024 sont tous issus de licences (vidéoludiques ou cinématographiques) et représentent 30,4 % des ventes totales en volume. Une part en baisse par rapport à 2023 (40,6 %), témoignant d'une moindre concentration des ventes. Cinq jeux de l'éditeur japonais Nintendo apparaissent dans le classement des 20 meilleures ventes en volume et quatre jeux de l'éditeur américain Take 2. Seul un jeu d'un éditeur français, Ubisoft, apparaît dans le top 20 à savoir *The Crew Motorfest* (13^e). Mojang est le seul éditeur européen non français (suédois) à apparaître dans le top grâce au jeu *Minecraft : Nintendo Switch Edition* (11^e).

En 2024, le classement des 20 meilleures ventes en volume s'appuie davantage sur le catalogue de fond et notamment sur les titres sortis en 2023, une année particulièrement riche en nouveautés. Sur les 20 jeux présents en 2024, seuls 8 sont sortis dans l'année en question, tandis que 12 sont plus anciens, dont 4 sortis en 2023. À l'inverse, en 2023, la moitié des jeux du classement étaient des nouveautés de l'année, et notamment les trois premiers, et seuls deux titres étaient issus du catalogue avec une sortie l'année précédente. Cette plus forte présence du catalogue en 2024 est comparable à celle observée en 2020 et 2021 (9 jeux sortis dans l'année et respectivement 5 et 6 de l'année précédente). Toutefois, ces deux années s'inscrivaient dans un contexte de crise sanitaire marqué par de nombreux retards de lancement.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour consoles en volume en 2024

	titre	éditeur	unités vendues	année de sortie
1	EA Sports FC 25	Electronic Arts	1 417 535	2024
2	Call of Duty : Black Ops 6	Activision Blizzard	906 312	2024
3	EA Sports FC 24	Electronic Arts	504 687	2023
4	Hogwarts Legacy	Warner Bros. Interactive	379 735	2023
5	Grand Theft Auto V	Take 2	372 369	2013
6	Dragon Ball: Sparking! Zero	Bandai Namco Entertainment	329 171	2024
7	Super Mario Party Jamboree	Nintendo	309 015	2024
8	Mario Kart 8 Deluxe	Nintendo	271 918	2017
9	The Legend Of Zelda: Echoes Of Wisdom	Nintendo	236 789	2024
10	Super Mario Bros. Wonder	Nintendo	217 518	2023
11	Minecraft: Nintendo Switch Edition	Mojang	204 845	2018
12	Call Of Duty: Modern Warfare III	Activision Blizzard	194 582	2011
13	The Crew Motorfest	Ubisoft	179 648	2023
14	Grand Theft Auto Online	Take 2	176 125	2013
15	Red Dead Redemption 2	Take 2	163 840	2018
16	The Last Of Us Part II Remastered	Sony Interactive Entertainment	161 013	2020
17	NBA 2K25	Take 2	156 852	2024
18	Princess Peach: Showtime!	Nintendo	148 825	2024
19	Astro Bot	Sony Interactive Entertainment	142 677	2024
20	Gran Turismo 7	Sony Interactive Entertainment	141 759	2022

Source: SELL – GSD.

L'écosystème PC

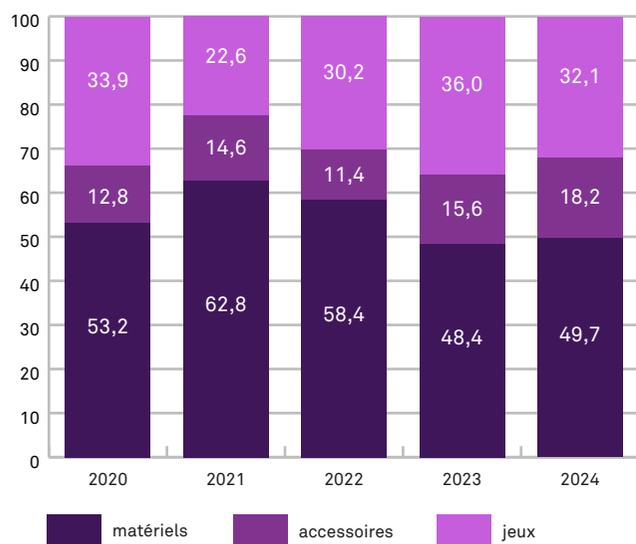
Le marché de l'écosystème PC progresse de nouveau grâce à l'hardware et aux accessoires

En 2024, l'ensemble du marché du jeu vidéo pour PC (matériels, accessoires et jeux) progresse de 9,1 % et atteint 1 518,5 M€. Depuis 2017, il s'agit du deuxième meilleur niveau, derrière 2022 (1 565,0 M€). Les ventes de matériels pour PC représentent 49,7 % (48,4 % en 2023). Elles atteignent 755,0 M€ en 2024, en hausse de 12,0 % par rapport à 2023.

Les accessoires pour PC progressent de 27,1 % à 275,7 M€ et représentent désormais 18,2 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème PC. Les écrans de PC gaming constituent la majeure partie du chiffre d'affaires réalisé sur les accessoires (72,9 %).

Près de 50 % du chiffre d'affaires est réalisé par les ventes de matériel (49,7 %).

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (%)



Source: SELL – IDC, GSD, GameTrack.

Recul en 2024 des ventes de jeux pour PC

Les jeux pour PC représentent 32,1 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (36,0 % en 2023) et atteignent 487,8 M€ en 2024 (-2,6 % par rapport à 2023). Le marché du jeu PC souffre d'un manque de nouveautés en 2023, faisant ainsi reculer les ventes en valeur. Les jeux dématérialisés, qui représentent 99,6 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC, sont à l'origine de cette baisse. En 2024, ils ont généré 486,0 M€ de chiffre d'affaires, soit une baisse de 2,6 % par rapport à 2023. Le marché des jeux physiques, mis à mal par des services comme Steam ou Epic Games Store, ne génère quant à lui plus que 1,8 M€ de chiffre d'affaires (stable sur un an).

En 2024, 4,9 millions de jeux pour PC ont été vendus (4,3 millions en 2023), soit une hausse de 14,6 %. Après des hausses successives depuis la crise sanitaire, le prix moyen d'un jeu vidéo pour PC chute brusquement en 2024, passant de 28,18 € en 2023 à 20,47 €.

Chiffre d'affaires de l'écosystème PC (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
matériels	771,0	941,0	914,0	674,0	755,0
accessoires	186,0	218,0	178,0	217,0	275,7
dont:					
écrans PC gaming	127,0	145,0	118,0	160,0	201,0
autres accessoires	59,0	73,0	60,0	57,0	74,7
jeux	491,5	338,4	473,0	500,8	487,8
dont:					
jeux physiques	8,2	5,4	3,0	1,8	1,8
jeux dématérialisés	483,2	333,0	470,0	499,0	486,0
total	1 448,5	1 497,3	1 565,0	1 391,8	1 518,5

Source: SELL – IDC, GSD, GameTrack.

La quasi-intégralité du chiffre d'affaires des jeux PC relève de la vente de jeux dématérialisés (99,6 %).

Les jeux de tirs/FPS, premier genre de jeu vidéo pour PC en chiffre d'affaires

En 2024, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, de tirs/FPS et de rôle, représentent 63,7 % des ventes totales de jeux vidéo sur PC (64,5 % en 2023). Les volumes de ventes de ces trois genres progressent exceptés les jeux de rôle qui baissent (-9,4 % à 818 000 unités vendues). En 2023, le nombre de jeux de rôle vendus avait doublé par rapport à 2022 avec notamment la sortie de *Diablo IV* et *Hogwarts Legacy* ; en 2024, aucun jeu de rôle n'a permis de maintenir ce volume de ventes. À l'inverse, le nombre des jeux de tirs/FPS vendus a progressé de 24,4 % par rapport à 2023 (1,0 million d'unités), grâce notamment à la sortie de *Call of Duty : Black Ops 6* et de *Helldivers 2*, deux jeux sur le podium en volume en 2024.

En valeur, les trois principaux genres, les jeux de tirs/FPS, les jeux d'action et les jeux de rôle, captent 69,1 % des ventes totales de jeux vidéo PC en 2024 (65,2 % en 2023). Les genres de jeux connaissant les plus fortes baisses en 2024 sont les mêmes que ceux ayant connu les plus fortes progressions en 2023 : les jeux de rôle (-52,8 %, à 17,8 M€) et les jeux d'aventure (-62,4 % à 6,6 M€).

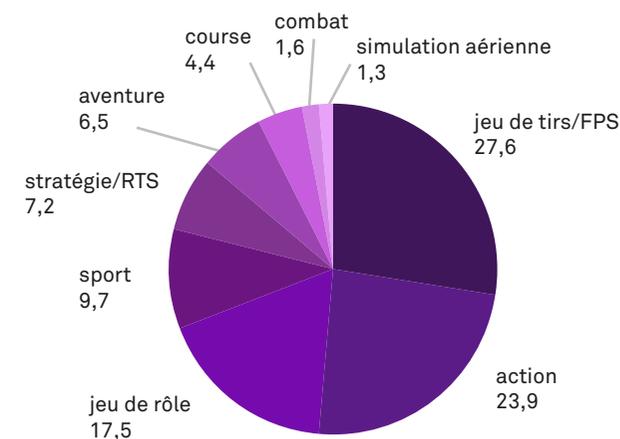
Les jeux de tirs/FPS, d'action et de rôle représentent 69,1 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC.

Chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo (software) pour PC selon le genre (M€)

	2020	2021	2022	2023	2024
jeu de tirs/FPS	25,3	28,3	25,8	22,5	28,0
action	22,8	15,0	17,3	19,2	24,3
jeu de rôle	12,3	15,1	16,6	37,6	17,8
sport	6,7	8,4	10,0	8,1	9,9
stratégie/RTS	20,6	15,0	12,0	7,2	7,3
aventure	4,6	4,8	5,0	17,5	6,6
course	3,0	6,0	5,5	5,9	4,5
combat	1,0	1,3	1,1	1,8	1,6
simulation aérienne	4,0	1,6	1,1	1,4	1,3
jeu casual	0,4	0,5	0,2	0,2	0,1
famille	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
arcade	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
enfant	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
autres	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
total	101,0	96,2	94,8	121,8	101,3

¹ Les données de chiffre d'affaires par genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo console; toutes les ventes de jeux dématérialisées ne sont pas comptabilisées. Source : SELL - GSD.

Répartition du chiffre d'affaires¹ par genre de jeu vidéo (software) pour PC en 2024 (%)



¹ Les données de chiffre d'affaires par genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo console; toutes les ventes de jeux dématérialisées ne sont pas comptabilisées. Source : SELL- GSD.

Call of Duty : Black Ops 6, jeu pour PC le plus vendu en 2024

Les trois jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2024 sont *Call Of Duty : Black Ops 6* (163 172 unités vendues), *Helldivers 2* (124 557) et *Grand Theft Auto V* (107 041). Les 20 jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2024 représentent 24,5 % des ventes totales en volume (32,2 % en 2023). Contrairement aux jeux sur console, les ventes de jeux sur PC se concentrent moins sur des licences fortes puisque trois titres sont issus d'univers indépendants (*Sea of Thieves* 5^e, *It Takes Two* 12^e et *Elden Ring* 14^e).

Cinq jeux de l'éditeur Electronic Arts apparaissent dans le top 20 en 2024, représentant 5,5 % de l'ensemble des volumes vendus. Trois jeux de l'éditeur Take 2 se hissent dans le top 20, tous sortis avant 2019 : *Grand Theft Auto V* (3^e), *Red Dead Redemption 2* (7^e) et *Sid Meier's Civilization VI* (11^e). Ces jeux représentent 4,2 % de l'ensemble des volumes vendus. Deux jeux de l'éditeur Activision Blizzard sont dans ce top, dont la première position et représentent à eux seuls 4,4 % de l'ensemble des volumes vendus : *Call of Duty : Black Ops 6* (1^{er}) et *Call of Duty : Modern Warfare III* (8^e). L'éditeur français Ubisoft apparaît également dans le top 20 des jeux PC avec *Tom Clancy's Rainbow Six Siege* (19^e).

En 2024, le classement des 20 meilleures ventes en volume s'appuie davantage sur le catalogue de fond que sur les sorties de l'année. Cinq jeux du classement, dont les deux premiers, sont sortis en 2024 (7 en 2023 sortis dans l'année). De fait, 15 jeux ont eu une date de sortie antérieure à 2024 (13 en 2023) dont 10 avant la crise sanitaire (9 en 2023), le plus ancien étant *Command & Conquer : Generals* (9^e) sorti en 2003 par Electronic Arts.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour PC en volume en 2024

	titre	éditeur	unités vendues	année de sortie
1	Call Of Duty: Black Ops 6	Activision Blizzard	163 172	2024
2	Helldivers 2	Sony Interactive Entertainment	124 557	2024
3	Grand Theft Auto V	Take 2	107 041	2013
4	EA Sports FC 25	Electronic Arts	90 286	2024
5	Sea Of Thieves	Microsoft	73 032	2018
6	EA Sports FC 24	Electronic Arts	60 477	2023
7	Red Dead Redemption 2	Take 2	60 016	2018
8	Call Of Duty: Modern Warfare III	Activision Blizzard	57 132	2011
9	Command & Conquer: Generals	Electronic Arts	48 276	2003
10	Hogwarts Legacy	Warner Bros. Interactive	47 231	2023
11	Sid Meier's Civilization VI	Take 2	41 534	2016
12	It Takes Two	Electronic Arts	41 291	2021
13	The Crew 2	Ubisoft	40 530	2018
14	Elden Ring	Bandai Namco Entertainment	39 953	2022
15	Fallout 4	Bethesda Softworks	39 123	2015
16	Kingdom Come: Deliverance	Plaion	36 976	2018
17	Warhammer 40,000: Space Marine II	Focus Entertainment	36 547	2024
18	Age Of Mythology: Retold	Microsoft	36 058	2024
19	Tom Clancy's Rainbow Six Siege	Ubisoft	35 049	2015
20	Star Wars Jedi: Fallen Order	Electronic Arts	34 630	2019

Source: SELL – GSD.

L'écosystème mobile

Plus haut niveau historique pour le marché du jeu vidéo mobile

En 2024, le chiffre d'affaires de l'écosystème mobile s'établit à 1 604,0 M€. Le mobile affiche une hausse de 8,2 % par rapport à 2023 et surpasse le niveau de 2020 (+12,5 %), année où la crise sanitaire avait fortement contribué à la progression du marché. Le mobile représente 28,3 % du marché total du jeu vidéo en 2024 (+3,8 points par rapport à 2023), au plus haut niveau des cinq dernières années. Une part qui, pour rappel, devance celle de l'écosystème PC (26,7 %). Néanmoins, elle est deux fois plus faible qu'au niveau mondial : selon Newzoo, le mobile représente 49 % du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2024.

Un marché porté, presque exclusivement, par les applications gratuites

En 2024, 99 % du chiffre d'affaires du jeu vidéo mobile est généré via des transactions réalisées par les joueurs sur les applications mobiles gratuites, soit 1 580 M€ (+8 % par rapport à 2023). Les applications payantes représentent quant à elles moins de 1 % du chiffre d'affaires, soit 11 M€ (-15 % par rapport à 2023). Enfin, les jeux sur les réseaux sociaux et les navigateurs ne représentent que 13 M€ en 2024 (+71 % par rapport à 2023, évolutions très fluctuantes chaque année qui doivent être prises avec précaution).

Classements des applications de jeux vidéo pour mobiles en 2024

En 2024, *Brawl Stars* est le jeu mobile gratuit le plus téléchargé (5,6 millions de téléchargements) juste devant *Pokémon TCG Pocket* (5,0 millions, 3 mois seulement après sa sortie). Le jeu mobile américain *Roblox* ferme la marche du podium avec 4,1 millions de téléchargements. Les trois jeux payants les plus téléchargés en 2024 sont édités par des studios européens : *Minecraft Pocket*

Edition (Mojang, Suède), loin devant avec 170 000 téléchargements, suivi de *Geometry Dash* (RobTop Games, Suède) avec 49 000 téléchargements et *Monopoly : The Board Game* (Marmalade Game Studio, Royaume-Uni) avec 27 000 téléchargements. *Balatro*, élu meilleur jeu indépendant et meilleur jeu mobile aux Game Awards 2024 se classe en sixième position.

Classement en nombre de téléchargements

applications gratuites	
	titre
1	Brawl Stars
2	Pokémon TCG Pocket
3	Roblox
4	Bock Blast !
5	Jeux sans wifi – sans connexion
6	Last War : Survival
7	Royal Match
8	Pizza Ready
9	MONOPOLY GO !
10	Subway Surfers

Sources : Sensor Tower fin 2024. Données estimées, combinées iOS et Google Play.

Classement en valeur (dépenses consommateurs)

applications gratuites	
	titre
1	MONOPOLY GO !
2	Coin Master
3	Brawl Stars
4	Royal Match
5	Candy Crush Saga
6	Last War : Survival
7	Pokémon TCG Pocket
8	Roblox
9	Whiteout Survival
10	Clash of Clans

Sources : Sensor Tower fin 2024. Données estimées, combinées iOS et Google Play.

En valeur, *MONOPOLY GO !* est le jeu mobile gratuit ayant généré le plus de transactions en 2024 avec 104,3 M€. Lancé en avril 2023, il s'agit du jeu le plus rentable au monde en un an. Il est suivi par *Coin Master* (103,2 M€) et par *Brawl Stars* (64,3 M€). Concernant les jeux mobiles payants, seul *Minecraft* dépasse le million de dépenses consommateurs (1,5 M€), premier devant *Balatro* (369 000 €) et *Real Flight Simulator* (172 000 €).

applications payantes	
	titre
	Minecraft
	Geometry Dash
	Monopoly : The Board Game
	Steet Kart #1 Go Kart Game
	Stardew Valley
	Balatro
	Real Flight Simulator
	The Past Whitin
	Bloom Sort
	Grand Theft Auto : San Andreas

applications payantes	
	titre
	Minecraft
	Balatro
	Real Flight Simulator
	Animal Crossing Pocket Camp
	Monopoly by Marmalade
	Farming Simulator 23
	Evertale
	Kingdom Rush 5 : Alliance TD
	Slay the Spire
	Bloons TD 6

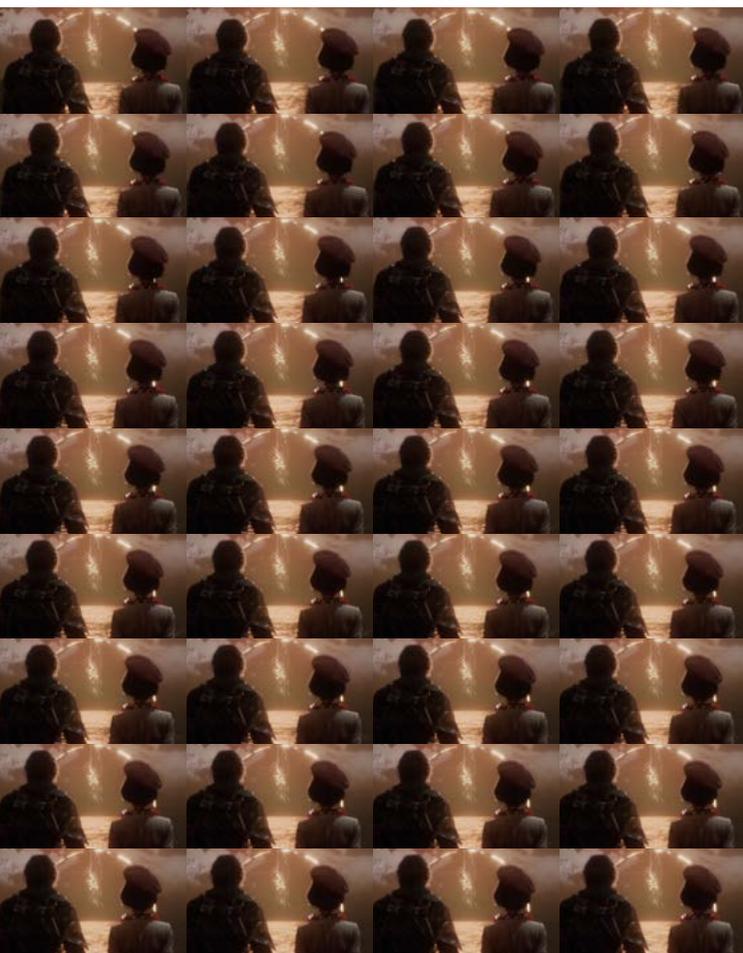
5.2

Le public du jeu vidéo

En 2024 :

70 %

des internautes de 10 ans et plus ont joué
aux jeux vidéo (-2 points par rapport à 2023)



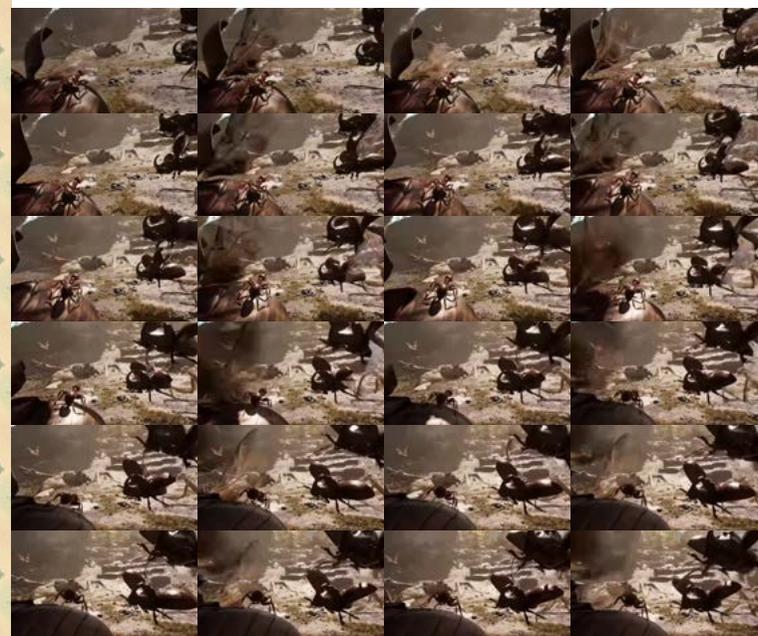
66 %

des femmes jouent aux jeux vidéo
(-1 point)



50 %

des joueurs jouent tous les jours
(-1 point)



Remarques méthodologiques :

Les données sur le profil des joueurs sont issues de l'étude du SELL *Les Français et le jeu vidéo*. Les données sont recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du SELL dans le but de mesurer et de comprendre les usages et profils des joueuses et joueurs de jeux vidéo en France. L'étude a été réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024 auprès d'un échantillon de 4 005 individus âgés de 10 à 80 ans, représentatif de la population française.

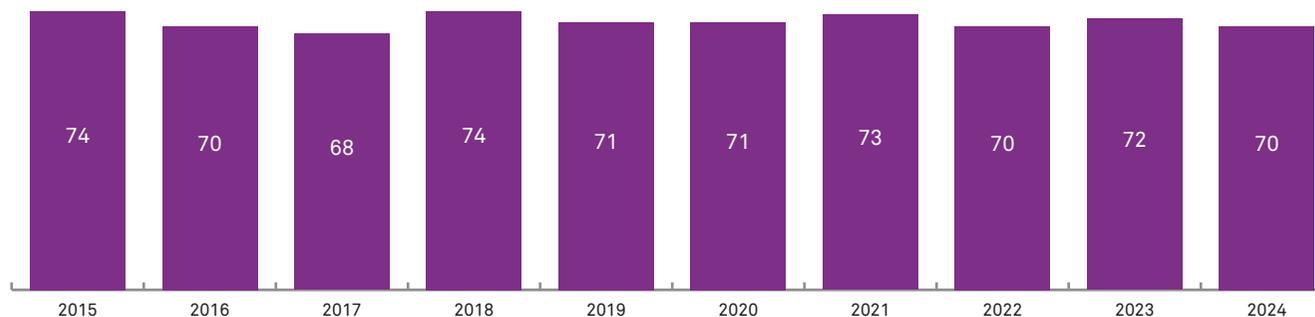
7 Français sur 10 jouent au moins occasionnellement aux jeux vidéo

En 2024, 38,3 millions de Français ont joué à un jeu vidéo, contre 39,1 millions en 2023. Les joueurs représentent 70 % des internautes de 10 ans et plus, une part relativement stable sur les cinq dernières années. Les joueurs de jeux vidéo sont âgés, en moyenne, de 39 ans (40 ans en 2023). 51 % des joueurs de jeux vidéo sont des femmes (52 % en 2023). Les joueurs réguliers, c'est-à-dire qui ont une pratique au moins hebdomadaire, sont légèrement plus jeunes (37 ans) et présentent une part d'hommes plus importante (54 %).

94 % des 10-17 ans jouent aux jeux vidéo

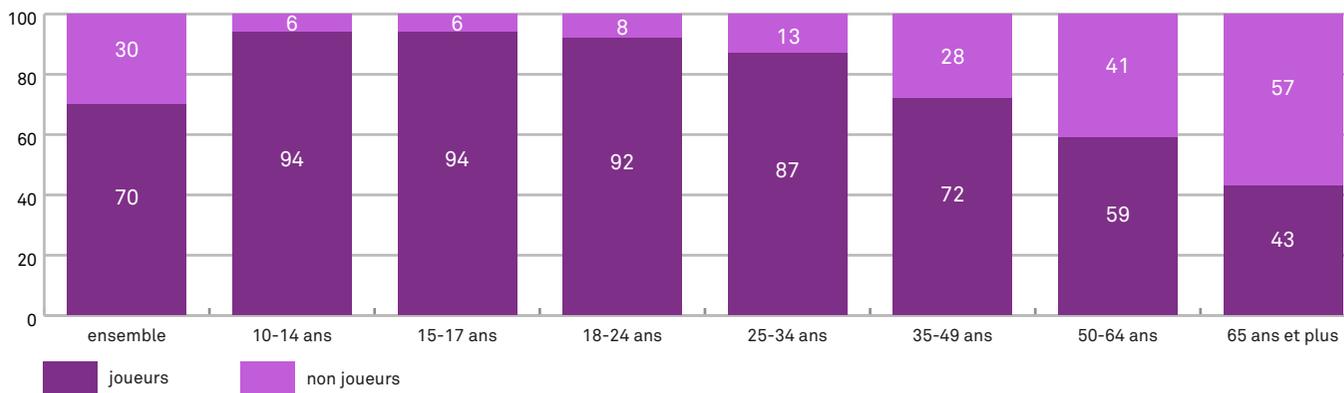
La part des joueurs de jeu vidéo est décroissante avec l'âge. Elle est la plus importante chez les enfants (10-17 ans) en 2024 à 94 % (+1 point en un an), contre 43 % pour les 65 ans et plus (-4 points). A 92 %, la pratique du jeu vidéo chez les 18-24 ans est celle qui progresse le plus par rapport à 2023 (+5 points), tandis que celle des 35-49 ans est celle qui accuse la plus forte baisse (-5 points, à 72 %). Bien qu'également en baisse, la pratique reste très répandue jusqu'à 64 ans, avec 59 % de joueurs parmi les 50-64 ans (-2 points).

Part de joueurs de jeux vidéo (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le jeu vidéo* réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

Part de joueurs de jeux vidéo selon la tranche d'âge en 2024 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le jeu vidéo* réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

74 % des joueurs jouent au moins une fois par semaine

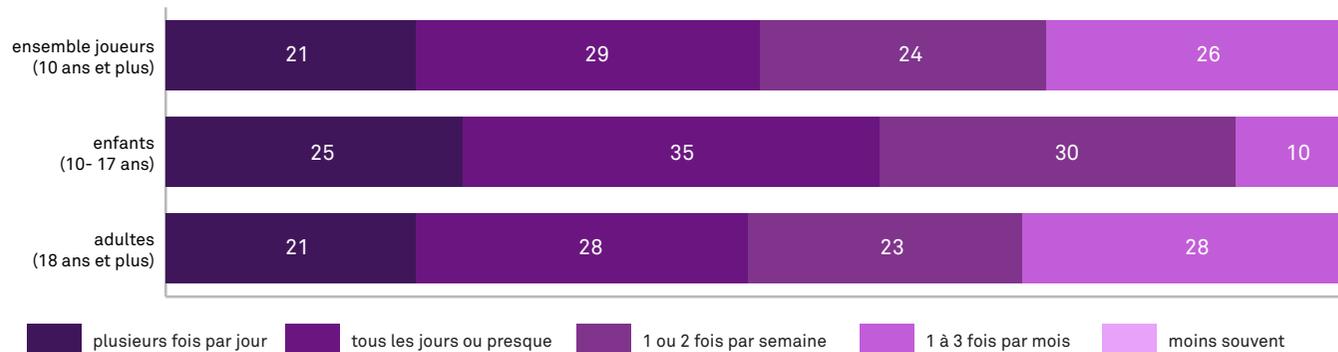
Près des ¾ des joueurs déclarent jouer au moins une fois par semaine aux jeux vidéo (74 %). Une fréquence plus régulière qu'avant la crise sanitaire (70 % en 2019), mais en légère baisse sur un an (76 % en 2023). Dans le détail, 50 % des joueurs de jeu vidéo jouent tous les jours (51 % en 2023 et 49 % en 2019) dont 21 % plusieurs fois par jour (20 % en 2023, comme en 2019). Parmi les joueurs, les enfants jouent plus régulièrement que les adultes puisque 90 % déclarent jouer au moins une fois par semaine, contre 72 % des adultes. 25 % des joueurs de moins de 18 ans jouent plusieurs fois par jour et 35 % déclarent jouer tous les jours ou presque (respectivement 23 % et 28 % pour les adultes).

Plus de la moitié des joueurs jouent sur smartphone

En moyenne, les joueurs utilisent 2,2 supports pour jouer, un chiffre stable par rapport à 2023 et 2019. Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo (56 %, +3 points par rapport à 2023). Le deuxième support le plus utilisé est la console de salon avec 45 % (-3 points), suivi de l'ordinateur avec 38 % (-2 points). La console de jeu portable arrive en quatrième position avec 23 % (-1 point), suivie par la tablette à 22 % (-2 points). La croissance de l'utilisation du smartphone peut résulter du succès de jeux mobiles tel que *Pokémon TCG Pocket* sorti en octobre 2024 et se positionnant comme le deuxième jeu gratuit le plus téléchargé de l'année. À l'inverse, la baisse de l'utilisation de la console de salon peut s'expliquer par l'absence de sortie de nouvelles consoles en 2024 et une année plus calme en termes de sorties de nouveaux jeux.

Le smartphone demeure le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo.

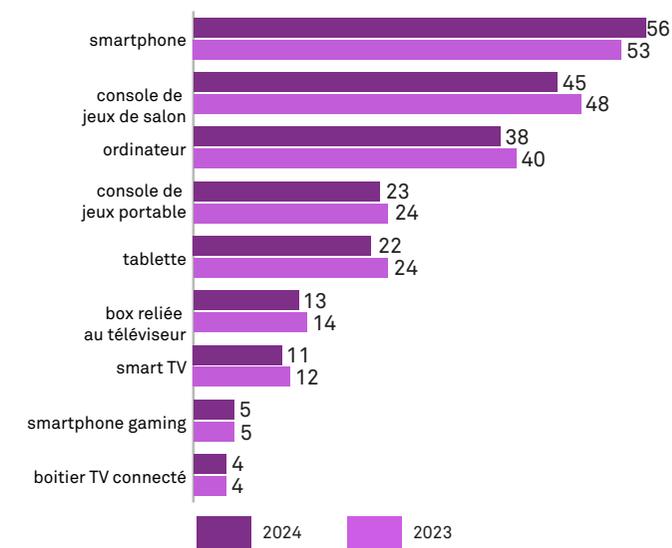
Fréquence de jeu des joueurs de jeux vidéo en 2024 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le jeu vidéo* réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

L'âge moyen des joueurs sur smartphone est de 40 ans ; la console portable est davantage utilisée par les plus jeunes avec un âge moyen de 31 ans. À l'inverse, la tablette est le support pour lequel les joueurs sont, en moyenne, plus âgés (41 ans). Parmi les joueurs, 13 % utilisent les trois différents supports : console TV ou portable, ordinateur et smartphone classique ou gaming. Le smartphone apparaît comme le support le plus complémentaire puisque 28 % des joueurs l'utilisent en complément d'une console et 22 % en plus de l'ordinateur. Cela s'explique notamment par la nature même de cet appareil : mobile et toujours à portée de main, il accompagne les joueurs dans tous leurs déplacements et se prête facilement à un usage parallèle. La combinaison ordinateur et console est la moins fréquente avec 19 % des joueurs concernés.

Supports utilisés pour jouer aux jeux vidéo (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le jeu vidéo* réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

Les jeux casual et mobiles sont les genres les plus populaires

En 2024, 35 % des joueurs jouent à des jeux mobiles et/ou des jeux casual (34 % en 2023), genre le plus apprécié du public. Cette part monte à 45 % pour les joueurs sur smartphone et 38 % sur tablette. Le public de ce genre de jeux est plus féminin que la moyenne avec 41 % de femmes qui jouent à des jeux mobiles/casual (35 % pour l'ensemble des joueurs). La course automobile est le second genre le plus joué avec 26 % des joueurs qui déclarent y avoir joué en 2024 (stable par rapport à 2023). Une part qui est plus importante chez les joueurs sur console de salon (36 %). Avec 25 % des joueurs, les jeux de plateformes (jeux dans lesquels les joueurs contrôlent un avatar qui doit sauter sur des plateformes et éviter des obstacles) ainsi que les jeux d'action occupent tous les deux la dernière marche du podium. Les jeux de plateformes sont particulièrement appréciés sur console de jeux portable (36 % des joueurs) tandis que les jeux d'action sont davantage joués sur des consoles de salon (33 %).

Des joueurs très attachés au format physique

En 2024, 40 % des Français ont acheté un jeu vidéo au cours des 12 derniers mois (-2 points par rapport à 2023). Ce taux monte à 55 % chez les joueurs de jeux vidéo (stable en un an) et à 74 % chez les joueurs de 25-34 ans. Deux éléments apparaissent comme des facteurs importants d'achat, l'attrait pour l'univers et le style de jeu (41 %, +1 point) et si le jeu est en promotion ou soldé (38 %, -1 point). L'attrait pour la série / la licence du jeu arrive en troisième position à 29 % (stable).

67 % des joueurs déclarent une préférence pour l'achat de jeux vidéo en format physique, contre 33 % en dématérialisé. Cette part est cependant en baisse sur un an (-5 points, 72 % en 2023) et par rapport à l'avant crise (-9 points, 76 % en 2019). L'attachement au format physique est d'autant plus important chez les joueurs qui privilégient la pratique du jeu vidéo en local (80 %) et chez les parents (72 %). Parmi ces joueurs, 48 % expliquent cette préférence

par le plaisir de détenir l'objet (+1 point par rapport à 2023). Les deux autres raisons principales évoquées témoignent d'une dimension transactionnelle du jeu physique puisque 43 % l'apprécient pour pouvoir le revendre ensuite (-1 point) et 40 % pour pouvoir l'échanger ou le prêter à des amis (-4 points).

Enfin, 53 % des acheteurs de jeux vidéo disent préférer faire leurs achats en magasin, une part stable par rapport à 2023 mais en baisse par rapport à 2019 (58 %, soit -5 points). Le lieu de l'achat de jeux vidéo est fortement influencé par la façon de jouer puisque ceux jouant uniquement en local sont 61 % à privilégier l'achat en magasin, tandis que l'achat sur internet monte à 50 % auprès des joueurs de jeux vidéo en ligne. La préférence pour un achat en magasin s'exprime, en premier lieu, à travers la possibilité de bénéficier de promotions propres à l'enseigne de vente (41 %). La facilité du choix (39 %) et la rapidité d'achat (34 %) sont les deux autres principales raisons évoquées.

Le jeu vidéo, une pratique collective et un vecteur de sociabilité chez les jeunes joueurs

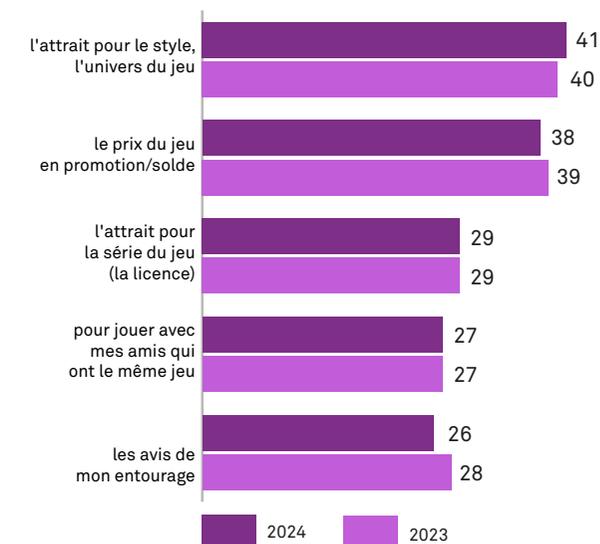
En 2024, 98 % des joueurs font l'expérience du jeu seul (+1 point par rapport à 2023) mais 59 % jouent également à plusieurs en ligne ou en local (-2 points). Cette dimension collective est encore plus importante chez les jeunes joueurs âgés de 10 à 17 ans (86 %, +5 points).

Sur l'ensemble des joueurs, 49 % jouent à des jeux vidéo en ligne à plusieurs. Cette pratique sociale du jeu vidéo montre une dimension communautaire puisque 31 % des joueurs de jeux vidéo ont le sentiment d'appartenir à une communauté (stable). Ce sentiment d'appartenance est d'autant plus fort chez les jeunes joueurs : 53 % chez les 10-14 ans et 45 % chez les 15-24 ans. Au global, ces joueurs ayant un sentiment d'appartenance ont un regard bienveillant et accueillant sur la communauté (91 %, soit +2 points) et 82 % indiquent qu'elle leur a permis de se faire des amis qu'ils n'auraient pas connus autrement (+2 points).

59 % des joueurs trouvent que le jeu vidéo permet de créer du lien social, notamment auprès des plus jeunes

joueurs puisque 48 % des joueurs enfants (10-17 ans) disent se faire des amis grâce aux jeux vidéo. Un lien social qui dépasse les frontières du virtuel puisque 55 % de ces joueurs ont déjà rencontré des membres de leur communauté dans la vie réelle (stable).

Top 5 des critères qui incitent à l'achat (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie Les Français et le jeu vidéo réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

Focus sur la génération Z, les femmes et les seniors

Le SELL propose trois focus sur : la génération Z (15-24 ans), les femmes et les seniors (65 ans et plus). Selon le SELL, 93 % des 15-24 ans jouent aux jeux vidéo, soit 7,2 millions de joueurs. 55 % d'entre eux jouent tous les jours ou presque. Cette génération privilégie le jeu sur smartphone (59 %) et sur console de salon (56 %). Par rapport à l'ensemble des joueurs, ils jouent davantage à des jeux multijoueurs en ligne (34 % au cours des douze derniers mois, contre 20 % pour l'ensemble).

66 % des femmes jouent aux jeux vidéo en 2024, soit 18,7 millions de joueuses. 48 % d'entre elles jouent quotidiennement ou presque (stable par rapport à 2023). Elles

privilégient le jeu sur smartphone à 61 %, loin devant la console de jeu de salon (41 %). Elles apprécient particulièrement les jeux mobiles (41 %, contre 35 % pour l'ensemble des joueurs) et le social gaming (24 %, contre 18 %).

Chez les seniors, 43 % jouent aux jeux vidéo, soit 4,7 millions de joueurs. La moitié d'entre eux jouent tous les jours ou presque (50 %). Ils privilégient également le jeu sur smartphone (55 %), devant le jeu sur ordinateur (45 %).

Le jeu vidéo en famille, une pratique qui se développe

En 2024, 71 % des parents déclarent jouer à des jeux vidéo avec leurs enfants au moins occasionnellement (+2 points par rapport à 2023 et +6 points par rapport à 2019), dont 1/3 au moins régulièrement (35 %, stable sur un an et +10 points par rapport à 2019). Plus de la moitié des parents jouent avec leurs enfants dans l'optique de partager des activités avec eux (57 %, -7 points par rapport à 2023) ou parce qu'ils trouvent la pratique amusante (53 %, stable). Jouer car les enfants le demandent constitue la troisième motivation pour cette pratique en famille (46 %, -1 point). La population de parents d'enfants joueurs se divise en deux catégories. D'un côté, les parents qui laissent leurs enfants libres de leurs choix dans leur pratique du jeu vidéo (41 %). Une part minoritaire, mais en forte hausse par rapport à 2023 (+9 points), laissant supposer une plus forte autonomie des enfants dans leur pratique.

62% des parents prêtent attention à la classification PEGI, en baisse de 10 points sur un an.

À l'inverse, 59 % des parents disent être attentifs à la pratique du jeu vidéo de leurs enfants (-9 points). Une part majoritaire qui se découpe de la sorte : 29 % déconseillent certains jeux, 19 % choisissent les jeux et 11 % sont toujours à côté lorsque leurs enfants jouent. L'accompagnement parental lors de la pratique des

enfants progresse par rapport à 2023 (+4 points) tandis que le choix des jeux par les parents diminue (-8 points), tout comme le fait de déconseiller certains titres (-6 points).

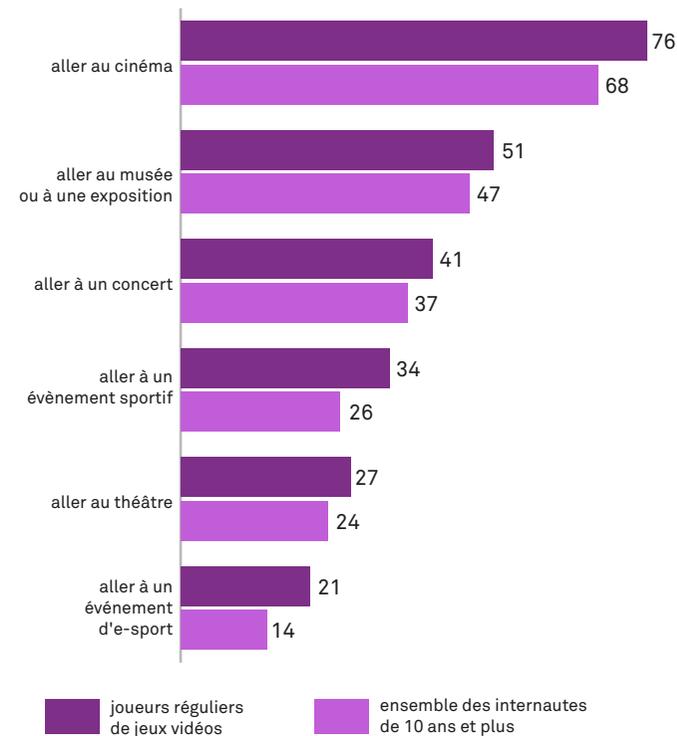
Cette moindre attention de la part des parents se reflète également dans l'utilisation de systèmes de contrôle parental. En 2024, 93 % déclarent connaître leur existence (-1 point par rapport à 2023) mais 52 % ne l'utilisent pas, une part en hausse de 3 points sur un an. Par ailleurs, 68 % des parents acheteurs de jeux vidéo ont connaissance du système PEGI de classification par âge des jeux vidéo (+1 point). Cependant, seulement 62 % disent être attentifs à cette classification lors de l'achat de jeux pour leurs enfants, contre 72 % en 2023 (-10 points). À l'inverse, les enfants qui déclarent y porter une attention est en hausse (58 %, contre 50% en 2023).

Des pratiques culturelles plus riches que l'ensemble des Français

Le jeu vidéo ne semble pas être un loisir qui cannibalise les autres activités puisque les joueurs réguliers déclarent de nombreuses pratiques culturelles et sportives, à des niveaux plus hauts que la moyenne des Français. En 2024, 76 % des joueurs réguliers sont allés au cinéma au cours des 6 derniers mois, contre 68 % pour l'ensemble des internautes de 10 ans et plus. La pratique d'autres activités est également plus importante parmi les joueurs réguliers, qu'il s'agisse d'une sortie au musée (51 %, contre 47 % pour l'ensemble des internautes de 10 ans et plus) ou de la fréquentation d'un événement sportif (34 %, contre 26 %). À noter par ailleurs que le terrain de l'enquête a été réalisé juste avant les *Jeux Olympiques de Paris 2024*, ne reflétant ainsi pas le chiffre historique de la fréquentation des événements sportifs constatée en France pour l'année (41 millions de spectateurs soit 60 % des Français selon Two Circles). Assister à un événement d'e-sport est également plus fréquent chez les joueurs réguliers que l'ensemble des Français (21 %, contre 14 %). Les joueurs réguliers sont aussi plus nombreux à déclarer lire (71 %,

contre 66 % pour l'ensemble) et pratiquer du sport au moins une fois par mois (76 %, contre 70 %).

Pratique d'une activité au cours des 6 derniers mois (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le jeu vidéo* réalisée sur Internet du 27 juin au 24 juillet 2024, auprès d'un échantillon de 4 005 internautes de 10 ans et plus.

Les joueurs réguliers sont également plus enclins à avoir des pratiques de consommation média plus importantes que la moyenne des Français. En 2024, 85 % des joueurs de jeu vidéo ont regardé, au moins une fois par mois, des vidéos en streaming, en vidéo à la demande transactionnelle ou par abonnement (75 % pour l'ensemble des internautes). Les joueurs de jeu vidéo écoutent également plus de musique (77 %) que l'ensemble des internautes (69 %) et se rendent davantage sur les réseaux sociaux (91 %, contre 86 %).

chapitre six

INTERNATIONAL



6.1

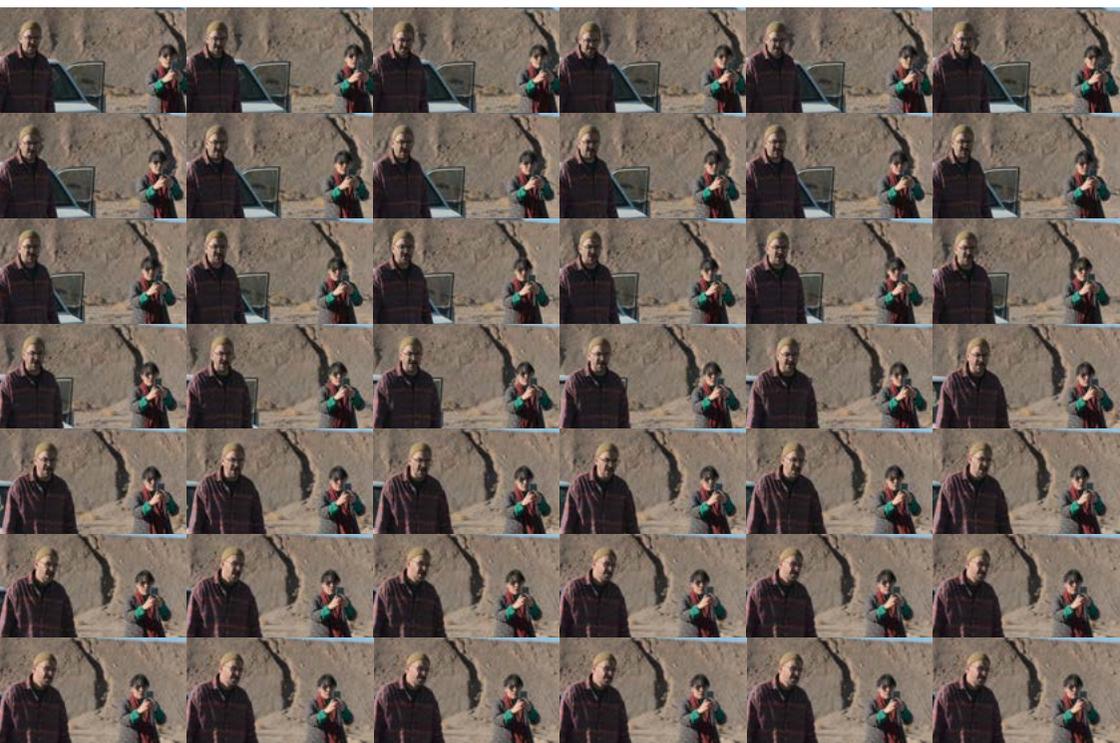
Les flux financiers en provenance de l'étranger

En 2023 :

1,5 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger
(+2,4 % par rapport à 2022)



969,7 M€
pour l'audiovisuel



527,0 M€
pour le cinéma



1,5 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger

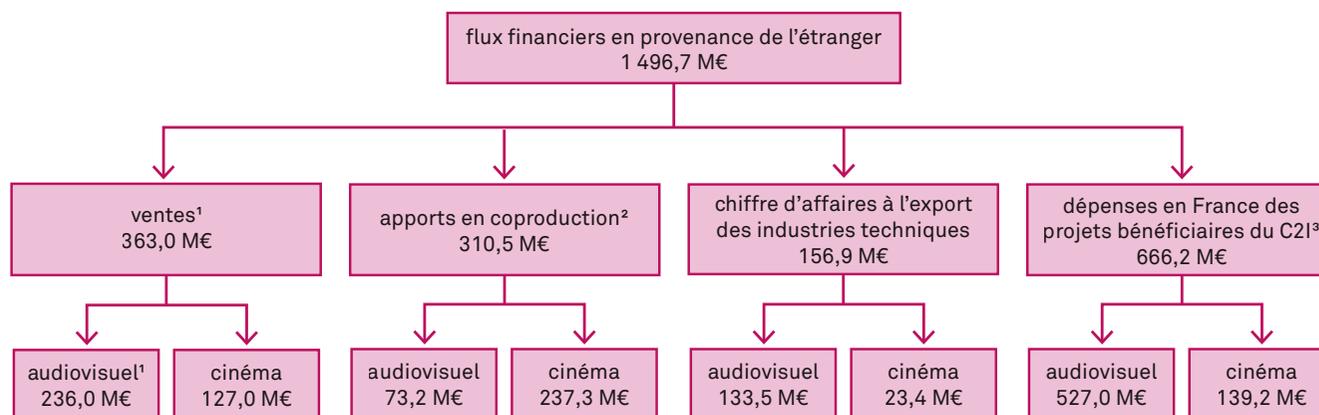
Les flux financiers en provenance de l'international peuvent être appréhendés de quatre manières différentes :

- 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 d'impôt international (C2I).

En 2023, le chiffre d'affaires à l'export des industries techniques atteint un nouveau record historique, à 156,9 M€ : +6,6 % par rapport à 2022 et +232,4 % par rapport à 2014. Le cinéma bénéficie d'une hausse légèrement plus importante sur un an (+7,8 %) que l'audiovisuel (+6,4 %). Sur 10 ans cependant, les recettes à l'export des industries techniques sur les programmes audiovisuels (+262,8 %) augmentent plus rapidement que pour le cinéma (+125,0 %). La part des programmes audiovisuels dans les recettes à l'export des industries techniques s'inscrit dans une tendance à la hausse ces dix dernières années, dépassant les 80 % depuis 2018, pour atteindre 85,1 % en 2023 (78,0 % en 2014).

Les dépenses en France des projets bénéficiaires du crédit d'impôt international (C2I) affichent elles aussi une forte croissance (+12,8 % sur un an, multipliées par 10,6 en dix ans). La croissance est portée par l'audiovisuel en 2023 (+19,2 %), dont les dépenses des projets ont été multipliées par 33,9 depuis 2014, notamment grâce aux conditions attractives du C2I depuis les réformes de 2016 et 2020. Dans le même temps, les dépenses sur les projets cinéma diminuent de 6,3 % entre 2022 et 2023 ; elles sont cependant près de trois fois supérieures au niveau de 2014 (multipliées par 2,9). La part des programmes audiovisuels parmi les projets bénéficiaires du C2I est en augmentation régulière ces dernières années, dépassant les 50 % depuis 2018 pour s'établir à 79,1 % en 2023 (24,7 % en 2014), un record historique.

Flux financiers en provenance de l'étranger en 2023



¹ Ventes et préventes.

² Investissements étrangers dans les coproductions majoritaires et minoritaires françaises.

³ C2I : Crédit d'impôt international

Sources : CNC, Unifrance, FICAM.

Les apports en coproduction affichent un léger recul sur un an (-8,2 %) : la hausse observée sur l'audiovisuel (+34,5 % par rapport à 2022) ne compense pas la baisse constatée sur le cinéma (-16,4 %). Au global, les apports sont en croissance sur dix ans (+22,7 %) tant pour le cinéma (+20,6 %) que pour l'audiovisuel (+30,0 %).

Les ventes et préventes de programmes audiovisuels baissent en 2023 (-11,1 %), alors qu'elles augmentent pour le cinéma (+6,0 %). Au global, sous genres confondus, ventes et préventes sont en repli de 5,8 % sur un an. Par rapport à 2014, celles-ci reculent de 10,2 %, masquant à nouveau des évolutions contraires selon le secteur : +12,2 % pour l'audiovisuel et -34,5 % pour le cinéma.

Au total, les flux financiers en provenance de l'étranger sont en hausse de 2,4 % et atteignent un plus haut niveau historique, à 1,5 Md€ : 969,7 M€ pour l'audiovisuel (64,8 % du total et +9,3 % par rapport à 2022) et 527,0 M€ pour le cinéma (35,2 % et -8,2 %). La part portée par l'audiovisuel s'inscrit dans une tendance à la hausse depuis 2018 et représente plus de la moitié des flux financiers en provenance de l'étranger depuis (41,6 % en 2014).

Flux financiers en provenance de l'étranger (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
ventes	404,3	416,8	429,6	481,4	389,5	364,0	362,7	424,4	385,2	363,0
<i>dont audiovisuel¹</i>	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	274,6	287,5	265,4	236,0
<i>dont cinéma</i>	194,0	215,8	169,3	212,8	167,8	116,4	88,1	136,9	119,8	127,0
apports en coproduction²	253,0	308,1	300,0	297,2	252,9	334,3	231,9	331,2	338,1	310,5
<i>dont audiovisuel</i>	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	88,4	54,4	73,2
<i>dont cinéma</i>	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	283,7	237,3
CA à l'export des industries techniques	47,2	54,3	64,9	59,4	87,0	92,5	72,0	100,3	147,2	156,9
<i>dont audiovisuel</i>	36,8	42,0	47,7	42,9	73,6	75,0	58,5	88,0	125,5	133,5
<i>dont cinéma</i>	10,4	12,3	17,2	16,5	13,4	17,5	13,5	12,3	21,7	23,4
dépenses en France des projets bénéficiaires du C2I³	63,0	55,3	144,4	223,0	173,6	244,9	245,0	397,9	590,8	666,2
<i>dont audiovisuel</i>	15,5	21,3	51,4	97,7	98,6	131,1	133,0	302,7	442,1	527,0
<i>dont cinéma</i>	47,4	33,9	93,0	125,3	75,1	113,8	112,0	95,2	148,7	139,2
total	767,4	834,5	938,9	1 061,0	903,0	1 035,7	911,6	1 253,8	1 461,3	1 496,7
<i>dont audiovisuel</i>	318,9	318,4	435,4	466,1	447,9	531,5	546,3	766,6	887,4	969,7
<i>dont cinéma</i>	448,5	516,1	503,5	594,9	455,2	504,2	365,3	487,2	573,9	527,0

¹ Ventes et préventes.

² Investissements étrangers dans les coproductions majoritaires et minoritaires françaises.

³ C2I : Crédit d'impôt international

Sources : CNC, Unifrance, FICAM.

Un CA à l'export à +2,4 % par rapport à 2022, porté par les projets C2I (+12,8 %) et les industries techniques (+6,6 %).

6.2

L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

En 2023 :

203,4 M€

de ventes de programmes
audiovisuels français
(-5,3 % par rapport à 2022)



32,6 M€

de préventes de programmes
audiovisuels français
(-35,6 % par rapport à 2022)



127,1 M€

de recettes d'exportation
pour les films français
(+6,0 % par rapport à 2022)



911,3 K€

de recettes d'exportation
pour les courts métrages
français
(+8,3 % par rapport à 2022)



Remarques méthodologiques

L'exportation des programmes audiovisuels

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.

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite auprès des exportateurs de films français par le CNC. Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse sont celles encaissées au cours de l'année analysée et intègrent, par conséquent, des recettes générées par des ventes contractées les années précédentes.

Les ventes de courts métrages français à l'étranger

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 V&D/V&DA.

L'analyse sur les courts métrages en réalité virtuelle porte uniquement sur les résultats des ventes déclarées par chacune des sociétés de production et de distribution ayant transmis leurs chiffres. Les ventes auprès des acheteurs résidant en France mais opérant à l'international sont également intégrées aux résultats.

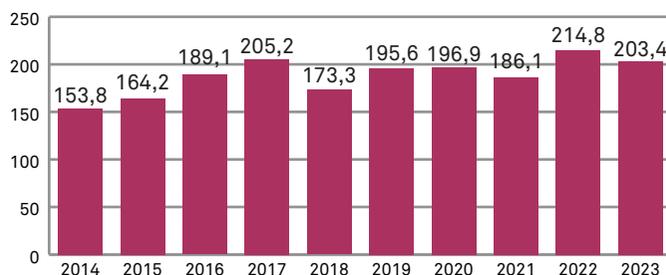
En 2023, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 203,4 M€, troisième plus haut niveau historique.

L'exportation des programmes audiovisuels

Des ventes de programmes audiovisuels français qui se maintiennent au-dessus des 200 M€

En 2023, après une année 2022 en net rebond à la suite de la crise sanitaire et qui a établi un nouveau record, les ventes internationales de programmes audiovisuels sont en léger recul de 5,3 %, à 203,4 M€, soit le troisième plus haut niveau enregistré depuis le début du suivi statistique du secteur (1999). Ces bons résultats reflètent l'attractivité des œuvres audiovisuelles françaises malgré un contexte économique dégradé au niveau mondial : les exportateurs de programmes audiovisuels ont dû faire face à plusieurs défis, notamment la grève aux États-Unis, l'inflation persistante et une réduction des budgets d'acquisition. Les acheteurs, particulièrement en Amérique du Nord, ont limité leurs prises de risques, privilégiant des programmes établis et des propriétés intellectuelles fortes. Les diffuseurs publics ont souffert de coupes budgétaires et de réorganisations, impactant leur stratégie d'investissement dans les contenus. De leur côté, les chaînes payantes et les services de vidéo à la demande par abonnement ont fait face à des difficultés financières, avec une tendance accrue vers des acquisitions ciblées et locales plutôt que mondiales.

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-Unifrance.

Nouvelle baisse pour l'exportation de programmes d'animation français

Après avoir atteint des niveaux très élevés entre 2016 et 2020, les ventes d'animation française baissent pour la quatrième année consécutive et s'établissent à 51,2 M€ (-11,2 % par rapport à 2022). Pour la deuxième fois depuis 1999 (première année du suivi statistique par genre), l'animation n'est pas le premier genre à l'export et se classe en deuxième position. Elle représente 25,2 % des ventes totales en 2023 (-1,7 point par rapport à 2022), de nouveau derrière la fiction (36,6 %). Si les programmes d'animation français continuent de circuler dans le monde et bénéficient d'un haut niveau de reconnaissance, en particulier les séries préscolaires, ils souffrent de la contraction du marché américain sur le genre, avec des ventes de seulement 4,3 M€ vers cette zone (-69,7 % sur un an), soit le niveau le plus bas depuis 2011 (3,8 M€). Parallèlement, les ventes de droits monde restent à un niveau faible à 12,9 M€ (20,2 M€ en moyenne sur les 5 dernières années), en recul de 6,6 % par rapport à 2022, année où une forte baisse avait déjà été enregistrée (-35,8 %).

Dans cette conjoncture peu favorable, les diffuseurs européens restent des acheteurs privilégiés de programmes français d'animation avec une part de marché pour l'Europe de l'Ouest de 43,4 %, en progression de 16,5 points en un an. La forte baisse des achats sur le marché américain fait de la zone Asie / Océanie le nouveau deuxième marché en termes d'exportation du genre, à 12,8 % de part de marché.

Ce sont les propriétés intellectuelles fortes, comme *Zig & Sharko*, *Molang* ou encore *Gigantosaurus*, qui ont permis à la production française de circuler dans de nombreux territoires en 2023. Plus spécifiquement, l'offre de programmes d'animation française dans le genre préscolaire, avec un aspect éducatif marqué et ciblant les familles, est particulièrement alignée avec la demande des diffuseurs linéaires, notamment publics et européens.

Des ventes de fiction à leur deuxième plus haut niveau historique

Après avoir atteint un record en 2022, les ventes de fiction s'établissent à 74,5 M€ en 2023 (-7,7 % par rapport à 2022), soit le deuxième plus haut niveau historique. Alors que les résultats de la fiction en 2022 étaient d'abord portés par quelques ventes à des montants très significatifs, les bons résultats de 2023 illustrent l'attractivité croissante de la production française au global, qui réussit à séduire des publics et des acheteurs différents, malgré une conjoncture difficile pour les grands acheteurs internationaux.

La fiction française affiche de belles performances et notamment les séries procédurales, appréciées pour leur ton léger et divertissant et sans nécessairement s'inscrire dans la continuité (séries bouclées plutôt que feuilletonnantes). La série *Tropiques criminels* s'est encore vendue sur les principaux marchés d'Europe de l'Ouest, comme l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie. De nombreux autres exemples illustrent cette tendance : *Candice Renoir*, *HPI Haut potentiel intellectuel*, *Tandem*, *Astrid et Raphaëlle*, qui constituent pour les distributeurs internationaux des piliers, avec des contrats renouvelés tous les deux à trois ans. Les drames basés sur des faits ou des événements réels, ainsi que les drames historiques, comme *le Bazar de la charité* et *Marie-Antoinette*, reconfirment également leur succès.

Les exportations de documentaires se maintiennent à un niveau élevé

Après le niveau record atteint en 2022 grâce en partie à la reprise post-crise sanitaire, les ventes de documentaires s'établissent à 47,2 M€, deuxième plus haut niveau historique (-3,0 % par rapport à 2022). Le genre capte 23,2 % des recettes (+0,6 point par rapport à 2022), derrière la fiction et l'animation.

La diversité et la qualité des productions françaises dans le genre documentaire sont reconnues à l'international, dans une grande variété de genres et de thématiques, qu'il s'agisse de l'histoire, de la science, de la nature et de l'exploration, ou encore dans le domaine de l'investigation

et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique). Cette richesse est notamment liée à l'existence de nombreuses cases chez les diffuseurs français.

L'année 2023 confirme néanmoins certaines difficultés observées depuis la crise sanitaire. Dans plusieurs pays européens, les diffuseurs audiovisuels publics sont confrontés à des financements en baisse ou incertains, et à des réorientations éditoriales, ce qui impacte considérablement la programmation de documentaires. La concurrence s'intensifie face à des cases de plus en plus sélectives, obligeant les distributeurs à proposer des sujets adaptés à l'audience locale.

L'Europe de l'Ouest reste de loin la première zone d'exportation pour les documentaires français et couvre près de la moitié du marché (48,2 %), suivie par les droits mondiaux (18,2 %).

Baisse des ventes de formats

Les ventes de formats français (flux, jeux et variétés) à l'étranger reculent de nouveau à 14,9 M€ en 2023 (-12,2 %). Le format représente 7,3 % du total des ventes (-0,6 point par rapport à 2022).

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	évol. 23/22 (%)
fiction	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1	57,3	80,7	74,5	-7,7
animation	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7	60,8	57,6	51,2	-11,2
documentaire, magazine	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0	36,8	48,6	47,2	-3,0
format (flux, jeux, variétés)	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	21,3	19,3	16,9	14,9	-12,2
divers (information, extraits...)	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	6,5	9,1	9,8	14,2	+45,2
musique, spectacle vivant	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	1,3	2,6	1,1	1,4	+34,8
total	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	214,8	203,4	-5,3

Source : CNC-Unifrance.

Rebond des ventes en Europe de l'Ouest

Les acquisitions en Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, augmentent de 8,9 % en 2023, à 95,1 M€ (88,9 M€ en moyenne sur la dernière décennie). Conséquence du recul des ventes de droits monde et de celles à destination d'Amérique du Nord, la part de marché de la zone dans le total des ventes remonte de 6,1 points par rapport à 2022 à 46,8 %, alors qu'elle était en recul constant depuis 2017 (49,8 %).

En 2023, les quatre premiers territoires pour l'exportation des programmes audiovisuels français sont des pays d'Europe de l'Ouest (trois sur les cinq premiers en 2022). La Belgique est le premier pays acheteur de programmes français, avec 17,2 M€, soit +24,7 % par rapport à 2022, année durant laquelle le pays occupait le quatrième rang mondial. La hausse est essentiellement portée par la fiction, en croissance de 56,9 % à 6,6 M€, soit le plus haut niveau pour le genre depuis 2017 (6,7 M€). Elle devance la zone Royaume-Uni + Irlande, deuxième du classement, qui enregistre une diminution de ses achats de 8,5 % à 12,9 M€ (11,9 M€ en moyenne sur les dix dernières années).

La zone germanophone (Allemagne / Autriche), recule et occupe la troisième place mondiale pour l'exportation de programmes audiovisuels français. Les ventes baissent pour la sixième année consécutive et s'établissent à 12,4 M€, plus faible niveau enregistré depuis 2012 (12,0 M€).

Suivent l'Italie et l'Espagne, avec respectivement 11,1 M€ (-12,1 %) et 9,2 M€ (+1,3 %) de ventes en 2023.

Forte croissance des ventes en Europe centrale et orientale

Après avoir connu une baisse de 14,1 % entre 2021 et 2022, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale repartent à la hausse et atteignent 13,1 M€ (+28,9 % par rapport à 2022), leur plus haut niveau depuis 2017 (15,3 M€). La zone représente 6,5 % du total des ventes à l'étranger en 2023 (+1,7 point).

La Pologne augmente ses acquisitions de programmes français de 47,3 % par rapport à 2022 et reste le premier acheteur de la zone (3,5 M€). Après une année 2022 en fort repli (-58,1 % par rapport à 2021), les ventes vers la Russie progressent à nouveau. À noter que le territoire russe est isolé pour la première fois en 2023. Les ventes vers la Russie augmentent de 90,6 % par rapport aux résultats enregistrés sur la zone Russie et pays de l'ex-CEI en 2022 (incluant notamment l'Ukraine).

Recul du marché nord-américain après une année 2022 très élevée

En Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada), les ventes de programmes français reculent de 23,4 % par rapport au niveau très élevé atteint en 2022 (29,1 M€). Elles s'établissent à 22,3 M€, contre 24,3 M€ en moyenne sur la décennie.

Les ventes vers le Canada sont en léger repli de 4,1 % à 7,8 M€, à un niveau proche de la moyenne de la décennie (7,5 M€). Aux Etats-Unis, les ventes de programmes français chutent de 50,5 % à 9,5 M€, un niveau nettement inférieur à la moyenne observée sur la dernière décennie (14,8 M€), et le résultat le plus faible depuis 2013 (8,1 M€). Ce recul est en partie compensé par les ventes à destination de la zone Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada) qui sont multipliées par 2,8 en 2023 et atteignent leur plus haut niveau historique à 5,0 M€ : cette nette hausse révèle une tendance à des ventes combinées pour l'ensemble de la zone plutôt que pour un pays en particulier.

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	évol. 23/22 (%)
Europe de l'Ouest	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	80,6	87,3	95,1	+8,9
Amérique du Nord	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	23,3	29,1	22,3	-23,4
Asie / Océanie	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	14,7	16,5	14,0	-14,6
Europe centrale et orientale	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	11,8	10,2	13,1	+28,9
Afrique	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	6,5	6,0	6,0	5,6	-7,8
Amérique latine	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	4,8	4,2	4,0	3,7	-7,5
Moyen-Orient	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	3,8	4,3	3,8	3,4	-12,3
droits monde ¹	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	41,2	41,1	57,9	46,3	-20,1
total	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	214,8	203,4	-5,3

¹Contrats de cession pour plusieurs territoires de zones différentes.
Source : CNC-Unifrance.

Baisse des ventes en Asie et Océanie, notamment sur le marché chinois

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie diminuent de 14,6 % en 2023 pour s'établir à 14,0 M€. La zone totalise 6,9 % des ventes mondiales (-0,8 point par rapport à 2022).

Après avoir bénéficié de l'assouplissement des restrictions en 2022, l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » diminue ses achats de 11,9 % en 2023 à 5,5 M€. Avec 39,4 % de part de marché, la zone reste cependant le premier marché de la région Asie / Océanie. Après une année 2022 en berne, les exportations de programmes français vers le Japon repartent à la hausse à 2,8 M€ (+36,6 %) et atteignent leur plus haut niveau depuis 2012 (3,1 M€).

En 2022, les ventes en Asie du Sud-Est chutent de 47,9%, pour un total de 0,9 M€, loin de la moyenne des ventes de ces dix dernières années (2,1 M€).

Les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont en net repli de 31,7% par rapport à leur niveau record de 2022 (3,6 M€). Elles s'établissent à 2,5 M€, toutefois au-dessus de la moyenne de la décennie (2,1 M€). Le territoire, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne, est plus difficile à pénétrer.

Baisse générale des ventes en Afrique, en Amérique latine et au Moyen-Orient

Les ventes à destination du continent africain baissent en 2023 (-7,8 % par rapport à 2022), à 5,6 M€, et sont à un niveau proche de la moyenne de la décennie (6,2 M€). L'Afrique représente 2,7 % des ventes de programmes français en 2023 (2,8 % en 2022).

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine sont de nouveau en baisse en 2023 à 3,7 M€ (-7,5 % par rapport à 2022), contre une moyenne de 4,1 M€ sur les dix dernières années. Enfin, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient baissent pour la deuxième année consécutive à 3,4 M€ (-12,3 % par rapport à 2022).

Repli des ventes de droits monde après une année 2022 exceptionnelle

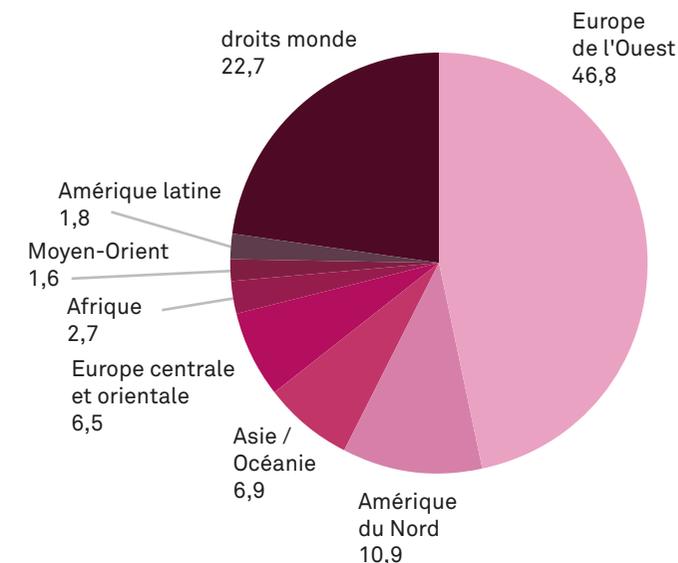
Après avoir atteint un niveau historiquement élevé en 2022 (57,9 M€), les ventes de droits monde reculent de 20,1 % pour s'établir à 46,3 M€ en 2023, se rapprochant ainsi du niveau observé les années précédentes (41,5 M€ en moyenne entre 2019 et 2021).

La part de marché des droits monde baisse de 4,2 points à 22,7 %, proche du niveau observé entre 2019 et 2021 (21,6 % en moyenne). En 2023, 68,7 % de ces droits mondiaux sont des droits acquis par les services de vidéo à la demande (VàD), de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et de vidéo à la demande gratuite (AVoD).

Les droits monde en VàDA spécifiquement reculent de 43,1 % à 15,6 M€ au total. Ils représentent 33,7 % du total des ventes de droits monde, une part en recul de 13,7 points par rapport à 2022. Ils se répartissent de la manière suivante : 64,9 % couvrent effectivement le monde entier, le reste (35,1 %) couvre des territoires de plusieurs zones dans le monde. La part de ces contrats multi-territoires dans le total des droits monde VàDA était de 24,5 % en 2022 ; cette hausse reflète la nouvelle stratégie d'achat de ces services vers des acquisitions plus ciblées géographiquement.

Les ventes de droits monde (46,3 M€ en 2023) se rapprochent de la moyenne 2019-2021 (41,5 M€).

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2023 (%)



Source : CNC-Unifrance.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
 - l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2023*
 - les séries statistiques sur l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Une reprise de l'activité qui se confirme pour les films français en 2023

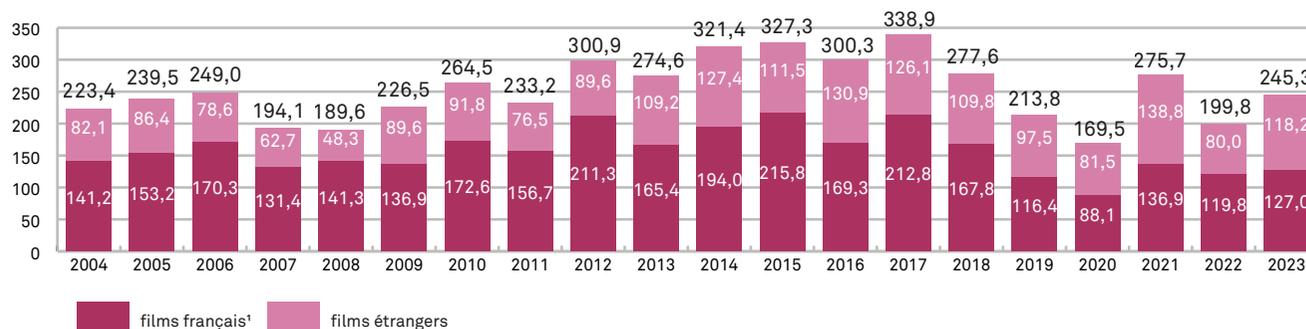
En 2023, les recettes générées par la vente de films français représentent 127,0 M€, un montant en hausse de 6,0 % sur un an (119,8 M€ en 2022) et de 9,2 % par rapport au niveau pré-pandémique (116,4 M€ en 2019), malgré l'absence d'EuropaCorp dans le périmètre étudié en 2023. Jusqu'en 2021, les tendances étaient, en grande partie, liées aux performances à l'international des films EuropaCorp, qui ne communique plus ses résultats depuis 2022. Hors EuropaCorp, le chiffre d'affaires des films français à l'export est, en 2023, plus élevé que la moyenne des dix dernières années (+11,6 %, et -17,9 % avec EuropaCorp).

Le chiffre d'affaires des sociétés d'exportation lié à la vente de films étrangers atteint 118,2 M€, en forte hausse par rapport à 2022 (+47,8 %), qui était à un niveau particulièrement faible (80,0 M€, plus bas niveau depuis 2011). Ces recettes progressent de 21,3 % par rapport à 2019 et se situent 5,4 % au-dessus de la moyenne décennale (112,2 M€).

Les recettes issues de la vente de films français représentent ainsi 51,8 % du chiffre d'affaires total des sociétés françaises d'exportation de films en 2023, une part 5,6 points sous la moyenne 2014-2023 (57,4 %).

77,4 % des recettes résultent de la vente de films récents en 2023.

Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



¹ Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.
Source : CNC.

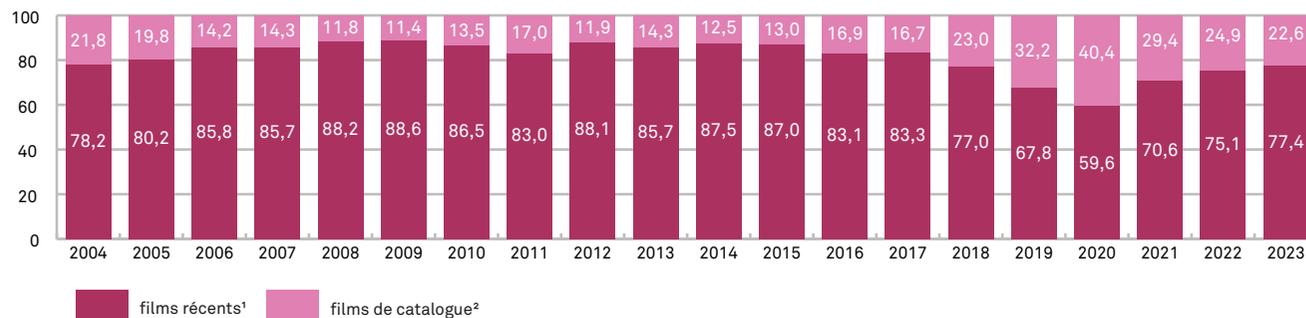
Rebond des ventes de films récents, en lien avec la reprise de la fréquentation cinéma dans le monde

En 2023, les ventes à l'exportation des films français récents (produits il y a moins de 3 ans) représentent 98,3 M€, soit une hausse de 9,3 % sur un an (90,0 M€ en 2022), mais un niveau qui reste de 23,4 % inférieur à la moyenne 2017-2019 (128,5 M€), et de 19,5 % inférieur à la moyenne décennale (122,1 M€). Les recettes de ventes à l'étranger des films français de catalogue (produits il y a 3 ans ou plus)

baissent pour la deuxième année consécutive, à 28,8 M€ en 2023 (-3,6 % sur un an, -22,6 % par rapport à 2017-2019 et -12,0 % par rapport à la moyenne 2014-2023).

Signe d'un retour à la normale qui se confirme en 2023, le poids des films de catalogue dans les recettes totales diminue pour la troisième année consécutive, à 22,6 % (77,4 % pour les films récents), contre 24,9 % en 2022 et revient à un niveau comparable à 2018 (23,0 %).

Structure des recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



¹ Films récents : films produits il y a moins de trois ans.
² Films de catalogue : films produits il y a plus de trois ans.
Source : CNC.

Géographiquement, une concentration des ventes qui se rapproche du niveau d'avant crise

En 2023, la concentration des recettes repart à la hausse de 2,8 points par rapport à 2022 : les 15 premiers pays génèrent 75,3 % des encaissements, un niveau en ligne avec la moyenne des 5 dernières années (76,5 %) et de celle d'avant crise (75,9 % sur la période 2017-2019). Les services de V&D / V&DA monde constituent un important relai pour les films français. Toutefois, les recettes issues de la vente de droits monde auprès de ces services sont en recul en 2023 pour la deuxième année consécutive (4,5 M€, soit -5,9 % sur un an), mais demeurent supérieures à 2019 (3,0 M€).

Plusieurs exportateurs pointent un repli croissant des ventes auprès de ces acteurs qui rationalisent leurs investissements, privilégient leurs propres contenus ou des acquisitions segmentées en fonction des demandes locales. Ce repositionnement stratégique des services de V&DA se retrouve dans un moindre volume de films récents achetés (51 en 2023, contre 71 en 2022, 120 en 2021 mais 38 en 2019), malgré un prix moyen d'acquisition élevé, et en légère hausse sur un an (66,2 K€, contre 62,4 K€, soit +6,1 %).

Les quinze premiers pays en termes de recettes des films français à l'exportation en 2023

	recettes 2023 (M€)	évol. 23/22 (%)	part de marché 2023 (%)	classement 2022
1 Allemagne et/ou zones germanophones	19,1	+90,9	15,0	2
2 États-Unis et/ou Canada anglophone	12,1	-41,1	9,5	1
3 Italie	7,9	-11,1	6,2	3
4 Espagne	7,0	+3,0	5,5	4
5 Contrats Europe de l'Est	5,5	+683,0	4,4	16
6 Benelux	5,0	+18,1	3,9	8
7 Royaume Uni et/ou Irlande	4,9	+123,2	3,8	17
8 CEI	4,8	+30,5	3,7	10
9 Belgique	4,7	-4,8	3,7	5
10 Suisse (hors région germanophone)	4,6	-1,3	3,7	7
11 VOD / SVOD monde	4,5	-5,9	3,6	6
12 Contrats Amérique Latine	4,3	+65,0	3,4	13
13 Japon	3,9	+8,8	3,1	11
14 Pologne	3,9	+2,8	3,0	9
15 Scandinavie	3,4	+4,6	2,7	12
quinze premiers pays	95,7	+13,0	75,3	
total	127,1	+6,1	100,0	

Source : CNC.

L'Europe de l'Ouest, première zone d'exportation du cinéma français

L'Europe de l'Ouest renforce sa position de première zone d'accueil du cinéma français avec 60,6 M€ de recettes en 2023, un montant en hausse de 19,8 % par rapport à 2022 (50,6 M€) et de 43,7 % par rapport à 2019 (42,2 M€). La zone représente 47,7 % du total des recettes enregistrées en 2023, à +5,5 points sur un an (42,2 % en 2022), une part record depuis 2005 (50,6 %).

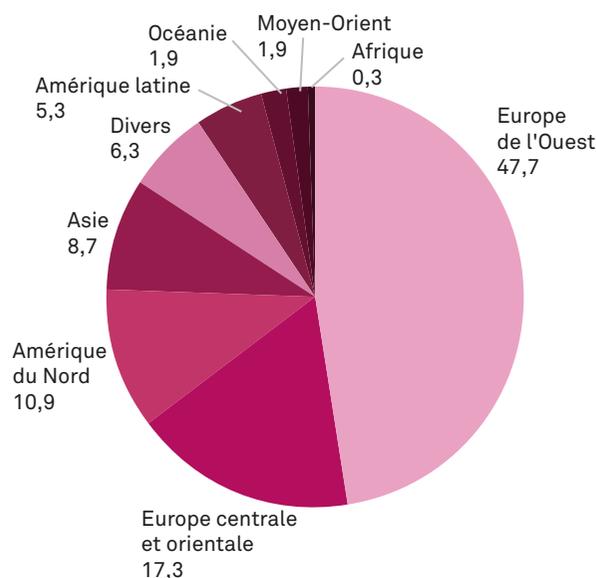
L'Europe centrale et orientale enregistre, en 2023, 21,9 M€ de recettes, à +57,1 % sur un an (14,0 M€ en 2022) et +75,7 % par rapport à 2019 (14,4 M€). L'Europe centrale et orientale devient ainsi la deuxième zone mondiale en termes de recettes d'exportation des films français, passant devant l'Amérique du Nord, avec 17,3 % de part de marché en 2023, son plus haut niveau des 20 dernières années. Cette belle performance s'explique par le dynamisme de l'ensemble des territoires (Pologne, Hongrie, pays de la CEI) et par une 'bulle russe' d'acquisitions, le marché russe se tournant vers les films non-américains à la suite de l'embargo des Etats-Unis sur leurs productions.

En revanche, l'Amérique du Nord est en nette perte de vitesse, avec 13,9 M€ de recettes, soit -44,5 % par rapport à 2022 (25,0 M€), une contraction du marché constatée par l'ensemble des sociétés d'exportation interrogées, notamment due à la fermeture de salles de cinéma et au moindre investissement des services de V&DA mondiaux.

Les recettes provenant d'Asie rebondissent en 2023, notamment du fait d'une réouverture du marché chinois qui a relancé les contrats nationaux et régionaux et de l'émergence de nouveaux territoires d'exportation (Vietnam, Philippines, Indonésie). L'Asie reste cependant une zone encore fragile qui tend à privilégier ses productions locales et la production de remakes. Elles s'établissent ainsi à 11,1 M€ en 2023, soit +14,5 % sur un an (9,7 M€ en 2022), mais restent à -24,8 % par rapport à 2019 (14,7 M€) et à -38,6 % par rapport à la moyenne 2014-2023 (18,1 M€), moyenne largement tirée vers le haut par une bulle d'acquisitions en Chine à la fin des années 2010.

En 2023, l'Europe de l'Ouest concentre près de la moitié (47,7 %) des recettes totales du cinéma français à l'export.

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2023 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclut le territoire « Etats-Unis + divers monde ». La zone « divers » inclut les ventes V&D/V&DA monde.
Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : un niveau de concentration moins élevé

En 2023, les trois premières sociétés en termes de chiffre d'affaires captent un peu moins de la moitié des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger (44,5 %), signe d'un moindre niveau de concentration de l'activité qui s'était renforcé pendant la crise (51,9 % en 2021 et 46,6 % en 2022). Le secteur reste cependant plus concentré qu'avant la pandémie (41,3 % des recettes générées par les trois premières sociétés en 2019). La diminution du niveau de concentration est largement liée aux fluctuations des activités de production et de vente d'EuropaCorp sur la période récente.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exportation des films français en 2023*

- les séries statistiques sur l'exportation des films

Les ventes de courts métrages français à l'étranger

Nouveau record de ventes de courts métrages à l'étranger en 2023

Avec 911,3 K€, le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français progresse en 2023 (+8,3 % par rapport à 2022), soit un niveau record au regard de la décennie et bien supérieur à celui observé avant crise (+63,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019). 1 372 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction en 2023 (1 400 en 2022 et 758 en moyenne sur la période 2017-2019) pour un volume total de transactions à 3 386 (+0,3 % par rapport à 2022 et +91,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

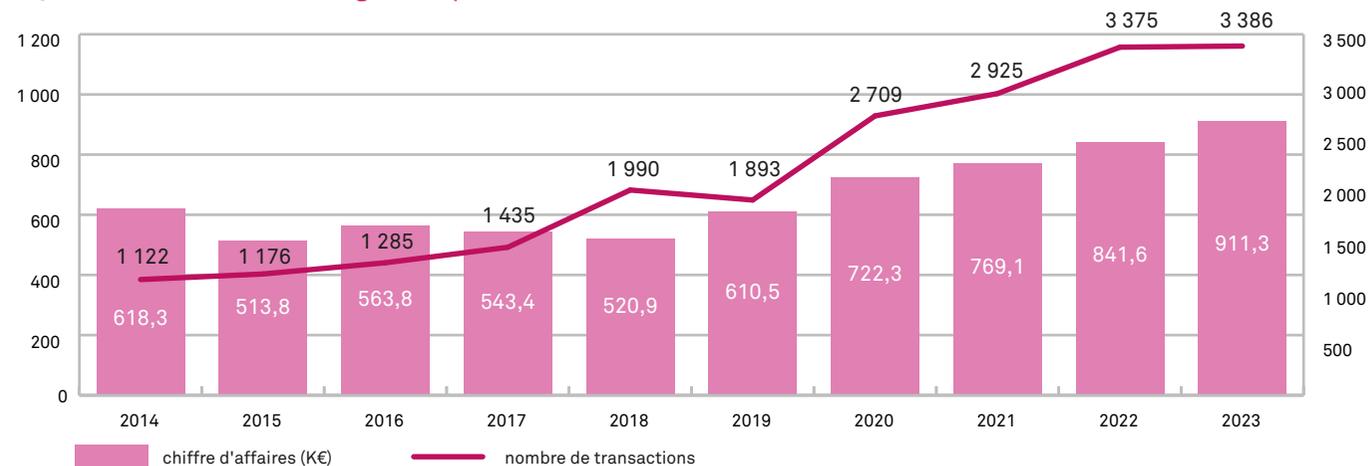
Le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages atteint un nouveau record en 2023 : 911,3 K€ de recettes, +8,3 % par rapport à 2022.

La fiction redevient le premier genre auprès des acheteurs étrangers de courts métrages

Avec une part de marché à 55,9 %, la fiction se hisse de nouveau à la première place en termes de recettes (46,2 % en 2022, derrière l'animation, et 49,8 % en moyenne entre 2017 et 2019). L'animation représente 40,9 % des recettes en 2023, soit un niveau inférieur à celui observé en 2022 (47,8 %) et à celui de la période 2017-2019 (43,1 %). Néanmoins, elle demeure le premier genre en nombre de transactions (58,8 % en 2023), loin devant la fiction (35,6 %). La part de marché du documentaire de création et film expérimental s'élève en recettes à 3,2 % et en transactions à 5,6 %.

En 2023, les cinq premières places du palmarès, en termes de chiffre d'affaires, sont occupées par des œuvres récentes, produites entre 2017 et 2023, avec en tête le film de fiction *Keep* de Lewis Rose. En transactions, le court métrage d'animation *Entre deux sœurs* d'Anne-Sophie Gousset et Clément Céard se hisse en haut du podium, et s'entoure d'œuvres toutes produites après 2020.

Exportation des courts métrages français



Source: Unifrance.

Les services de vidéo à la demande, premiers acheteurs de courts métrages français à l'international

Les droits d'exploitation en vidéo à la demande constituent, en 2023, la première source de revenus de l'exportation des courts métrages français à l'étranger (42,5 % du chiffre d'affaires). Ils devancent, en valeur, les droits de diffusion télévisuelle et les droits d'exploitation en salles, et sont deuxièmes en nombre de transactions (33,3 %). Les chaînes de télévision atteignent 17,0 % du chiffre d'affaires pour 3,2 % des transactions. Enfin, les droits d'exploitation en salles et locations de copies représentent 26,6 % du chiffre d'affaires bien que constituant le premier débouché en nombre de transactions (60,0 %).

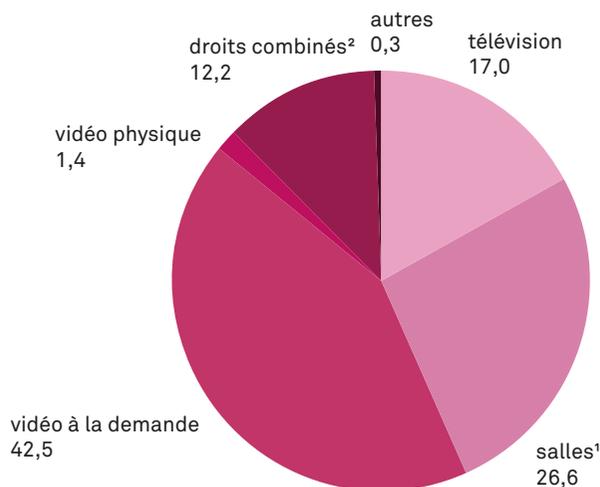
L'Europe occidentale, première zone d'exportation des courts métrages français

En 2023, l'Europe occidentale assume toujours la plus importante part des transactions (51,1 %) et du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages (33,2 %). Au sein de l'Europe occidentale, l'Espagne est le premier pays importateur avec 189 transactions pour 64,4 K€ de chiffre d'affaires.

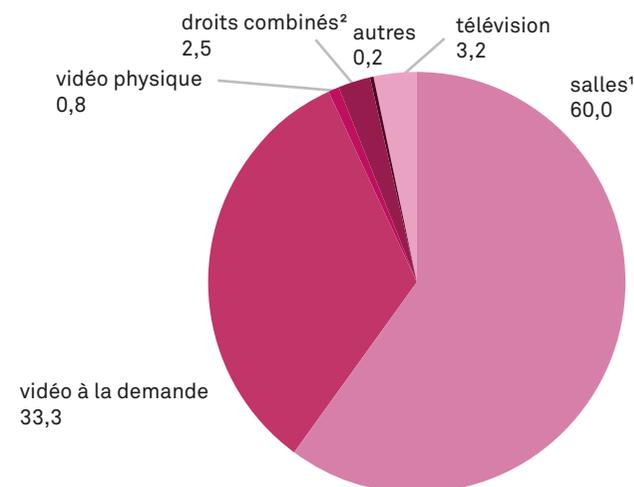
L'Amérique du Nord se maintient en deuxième place du classement, devant l'Europe centrale et orientale, grâce à la forte progression de sa part de marché en chiffre d'affaires (29,5 % en 2023, soit +10,2 points par rapport à 2022). En nombre de transactions cependant, sa part de marché, à 15,8 %, recule sur un an (-5,8 points), le reflet d'un prix d'achat beaucoup plus élevé que pour les autres zones.

Répartition de l'exportation des courts métrages français selon le type de droits en 2023 (%)

En chiffre d'affaires



En nombre de transactions



¹Location de copies et droits d'exploitation en salles.

²Droits combinés = « droits TV + autres (hors salles) » ; « droits salles + autres (hors TV) » ; plusieurs typologies de « droits V&D ».

Source : Unifrance.

75 courts métrages français en réalité virtuelle vendus à l'international

En 2023, 75 courts métrages français en réalité virtuelle ont fait l'objet de 229 transactions pour 1,3 M€ de chiffre d'affaires. Tous les indicateurs s'inscrivent dans une tendance à la hausse par rapport à l'avant crise (33 titres en 2019, 174 transactions et 479,3 K€ de chiffre d'affaires). 53,4 % des recettes sont enregistrées par des documentaires et films expérimentaux et 45,1 % par des films d'animation. Avec 42,5 % du chiffre d'affaires, l'Asie reste, en 2023, la première zone de vente du court métrage français en réalité virtuelle.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2023*

- les séries statistiques sur le court métrage

6.3

Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger

En 2024 :

33,4 millions

d'entrées pour les films français à l'étranger (estimation)

(-10,7 % par rapport à 2023)

3,3 millions

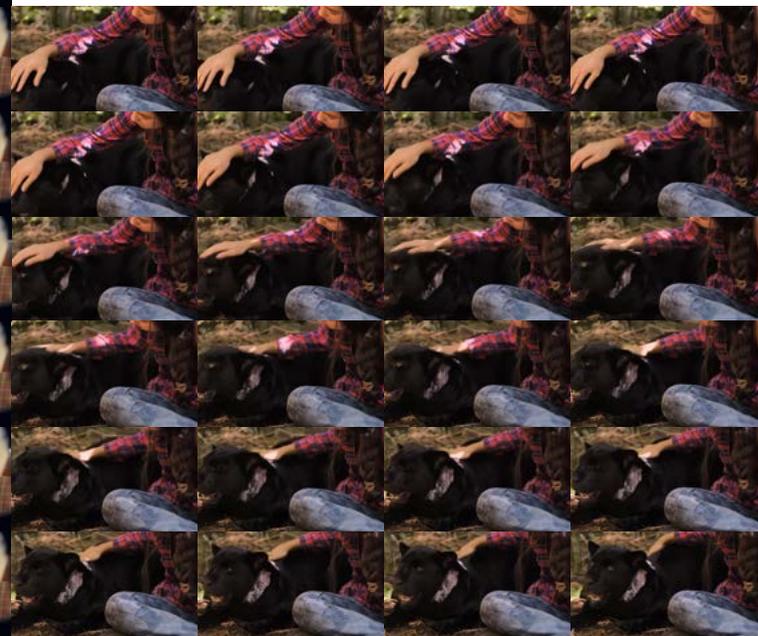
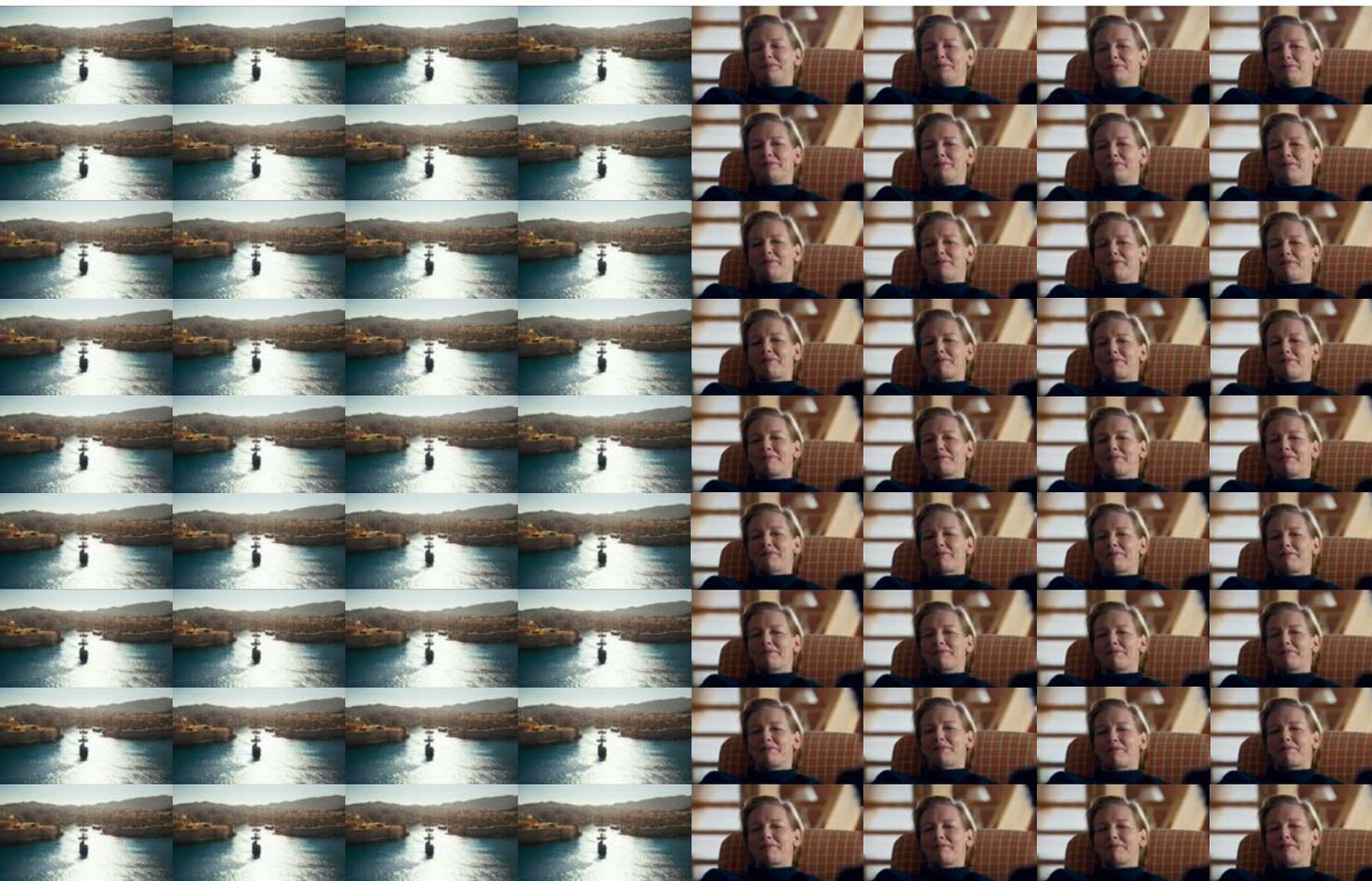
pour *Le Comte de Monte-Cristo*

3,2 millions

pour *Anatomie d'une chute*

2,4 millions

pour *Le Dernier Jaguar*



Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance. Ils prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC. Les films se classent en deux catégories : les films 100 % français ou majoritairement financés par les partenaires 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 2024 présentées ici sont arrêtées à mi-décembre 2024 et couvrent plus de 70 territoires. Ces données sont provisoires et non exhaustives (résultats consolidés disponibles à l'automne).

Les données relatives à l'offre de films et de programmes audiovisuels français sur les services de VàDA en janvier 2025 sont issues de l'outil Analytics d'Ampere Analysis, qui couvre 120 plateformes différentes monitorées dans 53 pays (France exclue). Le périmètre s'étend sur l'ensemble des œuvres des services de VàDA suivies par Ampere Analysis, hors pays de production d'origine. La qualification de la nationalité des programmes est déterminée par Ampere Analysis.

Les données concernant la diffusion des films et des programmes français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 300 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède). La qualification de la nationalité des programmes est déterminée par MediaLogiq.

Une année difficile pour les films français à l'international en lien avec la tendance globale du marché

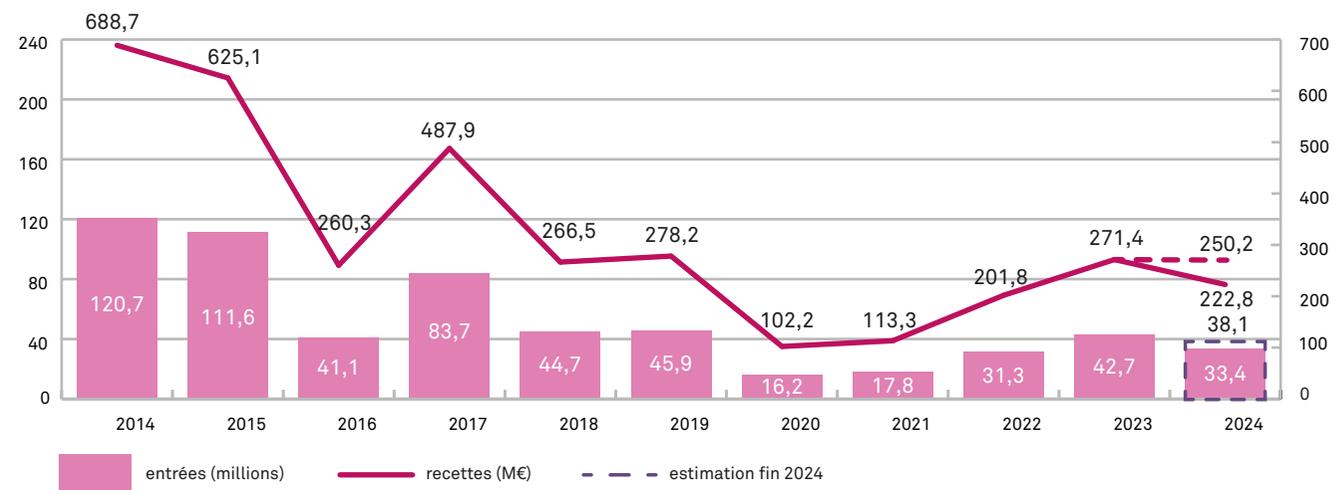
La fréquentation des films français à l'étranger s'établit, à date, à 33,4 millions d'entrées sur les 50 premières semaines de 2024 (-10,7 % par rapport à la même prévision de 2023, établie en janvier 2024). Une première projection de la fréquentation annuelle totale a été publiée par Unifrance, celle-ci atteindrait 38 millions d'entrées pour l'année 2024 complète, en retrait de 11 % par rapport à 2023. Cette baisse est cohérente avec la tendance générale du marché mondial (-9 % selon la première estimation de Gower Street), à laquelle s'ajoute l'absence d'un succès spectaculaire comme *Miraculous le film* (7,5 millions d'entrées à l'international en 2023) et un moindre renouvellement de l'offre

en 2024. Les recettes générées à l'international atteignent, à date, 22,8 M€, en recul de 17,9 % par rapport à 2023.

1 019 films français différents font l'objet d'une exploitation en salles à l'étranger en 2024, dont 254 inédits. Neuf films sont à l'affiche dans plus de 30 pays.

Cinq productions majoritairement françaises dépassent le million d'entrées en 2024 (six en 2023) : le film d'aventures *le Comte de Monte-Cristo* (3,3 millions d'entrées), le film d'aventures *le Dernier Jaguar* (2,4 millions d'entrées), le drame *Anatomie d'une chute* (3,2 millions d'entrées), le film d'aventures *le Dernier Jaguar* (2,4 millions d'entrées), le drame *la Passion de Dodin Bouffant* (1,4 million d'entrées) et le film d'animation *les As de la jungle 2 – opération tour du monde* (1,0 million d'entrées).

Entrées et recettes guichets des films français à l'étranger¹



¹Données 2024 non exhaustives et provisoires.

Source : Unifrance.

Nouvelles offres, nouvelles pratiques

2024, deuxième année d'activité ininterrompue et sans restriction pour les salles de cinéma post-Covid-19, a débuté dans la continuité de la fin 2023. La baisse de l'offre de films américains, à la suite des grèves à Hollywood qui ont mis à l'arrêt l'industrie, a toutefois permis à d'autres cinématographies de bénéficier d'une meilleure exposition en salles. Les œuvres françaises circulent à l'international, sur des marchés qui fonctionnent très différemment et qui sont globalement moins dynamiques que le marché français.

Les œuvres françaises conservent leur place dans les salles obscures étrangères en 2024 et participent d'ailleurs à la reprise de la fréquentation. En revanche, les bouleversements post-crise sanitaire imposent d'analyser le marché selon de nouveaux paramètres :

- l'offre de films français a changé avec plus de films d'animation et une quasi-absence de thrillers en langue anglaise ;
- les spectateurs ont pris de nouvelles habitudes de consommation avec notamment un développement de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) ;
- les expérimentations par certains d'un lancement simultané en salles et sur les services de vidéo à la demande payants qui impliquent moins d'entrées en salles ;
- les différences marquées de comportement entre les zones géographiques et les territoires a créé de nouveaux équilibres avec une place plus importante occupée par l'Europe de l'Est et l'Amérique latine. Des pays dans lesquels la France avait déjà une place deviennent de vrais relais comme la Pologne, le Pérou, la Colombie ou encore le Vietnam.

Le Comte de Monte-Cristo, succès en salles à l'étranger, porte les films d'action/aventures

Le drame redevient le premier genre en 2024, avec 8,7 millions d'entrées (-14,5 % par rapport aux entrées définitives de 2023, 10,2 millions d'entrées au total) et à l'origine de près d'un tiers des billets vendus hors des frontières françaises. Le lauréat de la Palme d'Or 2023 *Anatomie d'une chute* est le plus gros succès français hors

Europe en 2024 (670 000 entrées en Chine, 258 000 au Brésil ou encore 245 000 au Mexique) et enregistre, toutes zones confondues, 3,2 millions d'entrées en 2024 (4,9 millions au total). Autre succès en salles, les deux drames historiques *la Passion de Dodin Bouffant* et *la Nouvelle Femme* totalisent respectivement 1,4 million et 0,5 million d'entrées dans les salles internationales.

Pour la deuxième année consécutive, la fréquentation des comédies diminue, à 7,3 millions d'entrées en 2024 (-37,0 % par rapport aux entrées définitives de 2023). Les deux comédies populaires *Un p'tit truc en plus* et *Cocorico* cumulent respectivement 883 000 et 836 000 entrées. La comédie *Chien et chat*, déjà projetée en 2023, réalise 637 000 entrées en 2024, soit 2,8 millions d'entrées au total. Les entrées des films d'action / aventures ont plus que doublé en 2024, à 7,1 millions (+119,5 % par rapport aux entrées définitives de 2023). Deux films de ce genre se trouvent dans le top 3 à l'international : *le Comte de Monte-*

Cristo (3,3 millions d'entrées, alors même que sa carrière à l'étranger n'a débuté qu'en septembre, est le film français le plus vu sur grand écran à l'international en 2024) et *le Dernier Jaguar* (2,4 millions, 3° du classement général).

Après une hausse exceptionnelle en 2023, liée au succès international de *Miraculous le film*, l'animation revient au niveau de la moyenne de la décennie, à 5,9 millions d'entrées. Néanmoins, quatre films d'animation se hissent au classement des 10 premiers films à l'international en 2024 : *Mon ami robot* (1,7 million d'entrées), *Petit Panda en Afrique* (1,0 million), *les As de la jungle 2 - Opération tour du monde* (1,0 million) et *les Inséparables* (715 982). Tous ces films, à l'exception de *Petit Panda en Afrique*, étaient déjà exploités en 2023. Par ailleurs, trois d'entre eux, *les As de la jungle 2 - Opération tour du monde* mis à part, sont des coproductions minoritaires.

Les 10 premiers films français en termes d'entrées à l'étranger en 2024

titre	genre	nationalité	nombre de territoires	entrées à l'international
1 <i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	aventure	France	54	3 335 001
2 <i>Anatomie d'une chute</i>	drame	France	52	3 214 363
3 <i>Le Dernier Jaguar</i>	aventure	France / Canada	28	2 392 022
4 <i>Mon ami robot</i>	animation	Espagne / France	44	1 717 481
5 <i>La Passion de Dodin Bouffant</i>	drame	France	41	1 366 647
6 <i>Petit Panda en Afrique</i>	animation	Pays Bas / Allemagne / France / Danemark	29	1 069 802
7 <i>Les As de la jungle 2 - Opération tour du monde</i>	animation	France	48	1 010 695
8 <i>Un p'tit truc en plus</i>	comédie	France	11	882 900
9 <i>Cocorico</i>	comédie	France	15	836 146
10 <i>Les Inséparables</i>	animation	Belgique / France / Espagne	38	715 982

Source : CNC-Unifrance.

Plus des 2/3 des entrées en 2024 sont enregistrées en Europe

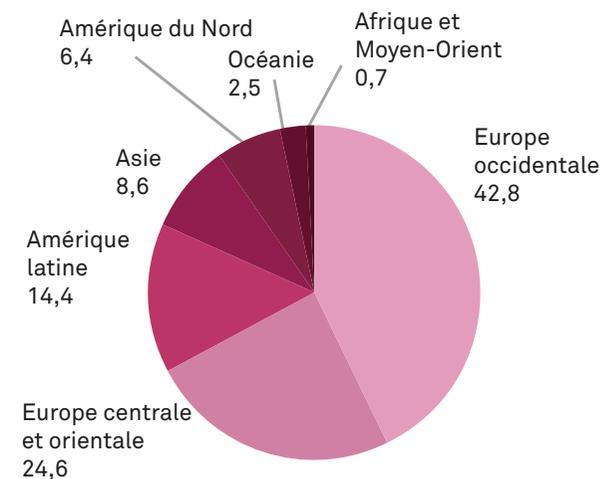
Pour la neuvième année consécutive, l'Europe occidentale maintient sa place de première zone d'exportation des films français. Néanmoins, le niveau d'entrées diminue de 25,9 %, à 14,3 millions en 2024 (19,3 millions en 2023, chiffres définitifs) : la région représente 42,8 % des entrées à l'international des films français. L'Allemagne reste en tête avec 4,1 millions d'entrées, et cinq autres territoires d'Europe de l'Ouest figurent dans le top 10 de l'année, tous cumulant plus d'1 million d'entrées.

Après la hausse enregistrée dans les deux dernières années en Europe centrale et orientale, la fréquentation recule en 2024 avec 8,2 millions d'entrées (-40,4 % par rapport aux entrées définitives de 2023). La Russie reste dans les premières positions du classement, occupant la deuxième place avec 3,7 millions d'entrées, soit 11,0 % de part de marché. La Pologne, 2^e pays de la zone et 5^e au classement général, totalise 2,0 millions d'entrées et représente 6,0 % des entrées totales des films français à l'international. À noter qu'en Bulgarie et en Ukraine, *le Comte de Monte-Cristo* est le plus gros succès français des 5 dernières années.

L'Europe dans son ensemble concentre 67,5 % des entrées des films français (78,9 % en 2023). Par conséquent, seules 1/3 des entrées des films français sont extra-européennes. La sortie des succès nationaux de 2023 et 2024 (*Mon ami robot*, *Anatomie d'une chute*, *le Comte de Monte-Cristo*, *Acide* ou encore *Vermine*) a permis aux films français de doubler leur niveau d'entrées en Amérique latine (4,8 millions, +105 % par rapport aux entrées définitives de 2023), 3^e marché international en 2024 (l'Asie était 3^e en 2023). Le Mexique confirme sa position de leader régional, avec 2,6 millions d'entrées, soit le 3^e pays au classement mondial pour les films français. Sur la zone, six films cumulent plus de 200 000 entrées. *Mon ami robot* arrive 1^{er} du classement avec 948 000 entrées, suivi de *Anatomie d'une chute* (800 000 entrées), *le Comte de Monte-Cristo* (356 000 entrées), *Acide* (311 000 entrées), *les Inséparables* (214 000 entrées) ou encore *Vermine* (202 000 entrées).

L'Allemagne reste le 1^{er} marché pour le cinéma français en 2024, à 4,1 millions d'entrées.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2024 (%)

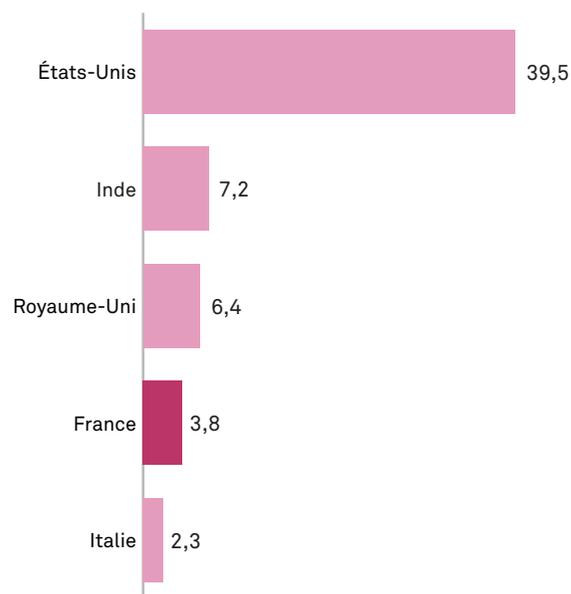


Source : Unifrance.

La production française de films et d'unitaires, quatrième production la plus représentée en VàDA

En janvier 2025, la France s'impose comme la 4^e nationalité étrangère de films et unitaires la plus représentée sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde hors pays d'origine et la 2^e nationalité européenne avec 3,8 % de productions majoritaires françaises parmi les productions étrangères disponibles. La production française se positionne ainsi derrière les Etats-Unis (39,5 %), l'Inde (7,2 %) et le Royaume-Uni (6,4 %).

Part de marché par pays de production dans l'offre de films et d'unitaires sur les services de VàDA internationaux en janvier 2025 (hors pays d'origine, en nombre de références)



Source : Ampere Analysis / CNC-Unifrance.

La production de films et d'unitaires français atteint ses parts de marché les plus importantes dans les pays européens avec, au premier rang, l'Espagne (6,7 % de l'offre disponible en VàDA), la Lituanie (6,4 %) et l'Estonie (5,3 %). Au total, la production française représente 5,0 % de l'offre en Europe. Parmi les pays extra-européens, Taïwan arrive en première position avec 4,0 % de part de marché pour la production française.

Prime Video est le service de VàDA qui propose le plus de films et unitaires français en janvier 2025 avec 1 778 titres distincts, devant le service espagnol Filmln (1 132 titres) et Netflix (823). D'autres services locaux se distinguent également, comme U-Next au Japon avec 723 titres, HamiVideo à Taïwan avec 582 titres ou The Criterion Channel en Amérique du Nord avec 472 titres. À noter qu'à Taïwan et en Amérique du Nord, la part de films et unitaires français atteint respectivement 4,0 % et 5,2 % de l'offre disponibles en VàDA.

En parts de marché, le classement est dominé par les services spécialisés dans le cinéma d'auteur : The Criterion Channel, en tête, avec 16,0 % d'œuvres françaises, Mubi (15,9 %) et le service italien Mediaset Infinity (12,4 %). Netflix propose 5,7 % de films et unitaires français et devance Prime Video (3,5 %).

Les films les plus largement disponibles en VàDA à l'international en 2024 sont *Astérix et le secret de la potion magique*, présent sur 24 services différents, suivi de *Portrait de la jeune fille en feu* et *Benedetta*, présents sur 22 services.

En janvier 2025, les films et unitaires français représentent plus de 6 % des catalogues des plateformes de VàDA en Espagne et en Lituanie.

La France est la 2^e cinématographie la plus diffusée en télévision à l'étranger

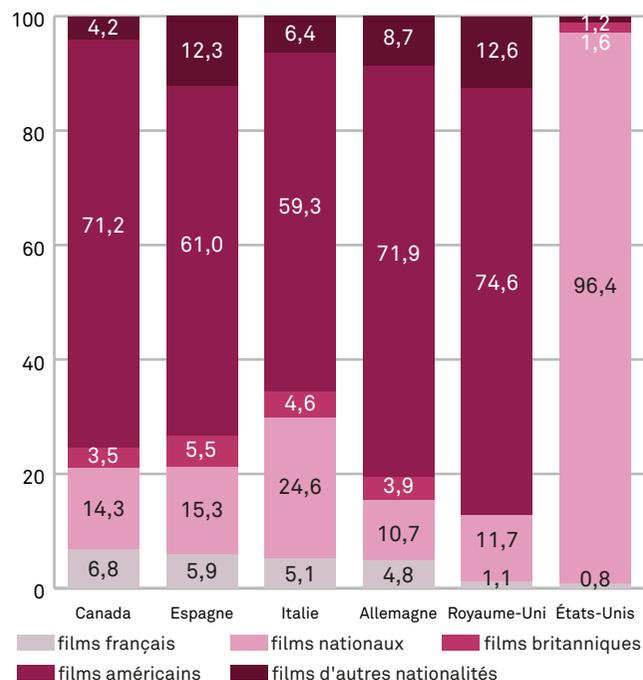
Les films français occupent également une place de choix dans la programmation des chaînes de télévision à l'international. Au total, 1 645 longs métrages cinématographiques français ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des 14 territoires couverts par l'institut Medialogiq au cours de l'année 2024, un niveau stable par rapport à 2023 (1 625 films, +1,2 %).

Sur les 14 marchés étudiés, la France se classe comme la 2^e nationalité de longs métrages cinématographiques étrangers diffusés (3,8 % de part de marché, hors films du pays d'origine), derrière les Etats-Unis (67,1 %) et devant le Royaume-Uni (3,6 %).

Le Canada est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de films français différents avec 609 titres proposés sur au moins une chaîne en 2024. Suivent l'Espagne (596 films), l'Italie (495 films) et l'Allemagne (381 films).

C'est également au Canada que les films français sont les mieux représentés dans la programmation cinéma des chaînes. Ils représentent 6,8 % du temps d'antenne consacré au cinéma, devant les films britanniques (3,5 %). Dans tous les pays suivis, les films américains dominent nettement avec entre 59 % et 75 % de la programmation des chaînes, allant jusqu'à 96,4 % du temps d'antenne consacré au cinéma sur le sol américain. La programmation de films français dépasse la programmation de films britanniques sur plusieurs marchés, dont le Canada, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie. Dans ces deux derniers pays, les films français représentent plus de 5 % du temps d'antenne cinéma. Cette part est plus faible dans les autres pays anglo-saxons, à 1,1 % au Royaume-Uni et 0,8 % aux Etats-Unis.

Part de marché dans l'offre cinéma des chaînes de télévision selon le pays de production et de diffusion en 2024 (% du volume horaire diffusé)

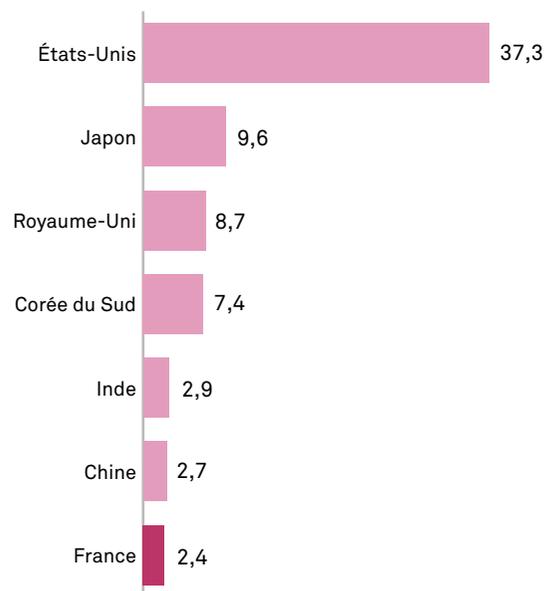


Source : ITVR (MediaLogiq) / CNC.

Les séries françaises, au 7^e rang mondial des séries étrangères disponibles sur les services de VàDA

En matière de séries audiovisuelles (fiction, animation et documentaire), les productions françaises représentent 2,4 % du catalogue des services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde en janvier 2025, France exclue. La France est la 2^e production européenne en VàDA derrière le Royaume-Uni (8,7 %). Elle est néanmoins distancée par les productions de plusieurs pays asiatiques, dont le Japon (9,6 %) et la Corée du Sud (7,2 %). Le marché est, par ailleurs, clairement dominé par les séries américaines (37,3 % de l'offre disponible).

Part de marché par pays de production dans l'offre de séries¹ sur les services de VàDA internationaux en janvier 2025 (hors pays d'origine, en nombre de références)



C'est dans les pays d'Europe de l'Ouest que les séries françaises sont les mieux exposées en janvier 2025 : elles représentent 4,3 % de l'ensemble des séries disponibles sur les services de VàDA en Suisse, 3,9 % en Belgique et 2,8 % en Allemagne. Au total, la production française représente 2,3 % de l'offre en Europe. Plusieurs pays non européens proposent plus de 2,5 % de séries françaises sur l'ensemble des catalogues de VàDA, notamment l'Australie, la Turquie, l'Afrique du Sud et la Nouvelle-Zélande.

Prime Video est, de loin, le service qui propose le plus de séries françaises à l'étranger avec 286 œuvres uniques, devant Netflix (103 titres). Suivent le service espagnol Moviestar+ (85 titres) et allemand Magenta TV (77 titres). Parmi les séries les mieux exposées, toutes disponibles sur 12 services différents, se retrouvent trois séries d'animation, *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir*, *Nawak* et *Grizzly & les Lemmings*, et une série de fiction, *Léna, Rêve d'étoile*.

En part de marché, c'est la plateforme australienne spécialisée dans le documentaire, DocPlay, qui propose la plus large part de séries françaises au sein de son catalogue (10,8 %), devant le service espagnol Movistar+ (7,6 %) et TOD au Moyen-Orient (6,9 %). Deux autres services proposent plus de 5 % de séries françaises au sein de leur catalogue de séries étrangères : MagentaTV en Allemagne (5,2 %) et un service spécialisé dans le documentaire CuriosityStream aux Etats-Unis (6,2 %). Du côté des services mondiaux, Prime Video consacre 3,3 % de son catalogue aux séries françaises, devant Netflix avec 2,2 %.

La fiction, premier genre des séries audiovisuelles disponibles en VàDA dans le monde

Les séries audiovisuelles de fiction représentent 40,4 % de l'offre de séries françaises disponibles sur les services de VàDA à l'international, presque la moitié de l'offre totale étant ainsi composée de séries d'animation et de séries documentaires. En fiction, ce sont les séries thriller et aventures qui dominent, avec 16,6 % de l'offre, devant la comédie (5,8 %).

L'animation française s'exporte traditionnellement bien et circule largement dans le monde, y compris sur les services de VàDA. En janvier 2025, 26,7 % des séries audiovisuelles françaises disponibles en VàDA à l'international sont des séries d'animation. Le genre devance le documentaire, qui représente 19,5 % du total.

Par ailleurs, les séries audiovisuelles françaises (fiction, animation et documentaire) qui voyagent sont des séries relativement récentes : 50,6 % ont été produites au cours des cinq dernières années, contre 18,3 % datant d'il y a plus de 10 ans.

En janvier 2025, plus d'un quart des séries françaises disponibles sur les plateformes de VàDA à l'étranger sont des séries d'animation (26,7 %).

¹ Fiction, animation et documentaire.
Source : Ampere Analysis / CNC-Unifrance.

Les œuvres audiovisuelles françaises, deuxième production européenne la plus diffusée à la télévision à l'international

En matière de programmes dits de stock, donc excluant la TV réalité et les divertissements, la France est la deuxième nationalité européenne la mieux représentée dans la programmation des chaînes de télévision étrangères (hors programmes nationaux) en 2024 dans les 14 pays du périmètre, derrière le Royaume-Uni. C'est en Espagne et en Italie que la part de marché est la plus élevée, à respectivement 7,0 % et 6,4 % de l'offre. Elle s'établit à 2,3 % sur les chaînes britanniques, qui consacrent une part importante de leur antenne aux programmes nationaux (38,5 %, contre 27,9 % en Italie par exemple).

Dans la plupart des pays, les programmes américains occupent la plus grande part, entre 34 % et 47 %, et jusqu'à 89,8 % aux Etats-Unis.

L'animation française, deuxième production la mieux représentée à l'antenne à l'étranger

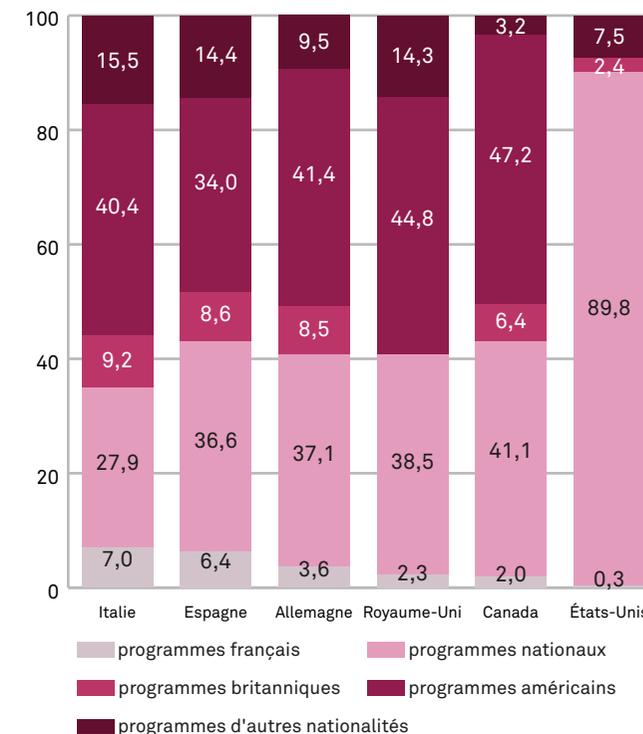
La télévision étrangère accorde une large place aux programmes d'animation français. Au total, ce sont 196 séries d'animation françaises qui ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts durant l'année 2024. Dans les principaux pays européens suivis, à l'exception du Royaume-Uni, les séries d'animation françaises sont les mieux représentées dans la programmation des chaînes, derrière l'animation américaine mais devant les productions nationales. L'animation française devance ainsi l'animation britannique et japonaise avec une part de marché de 21,8 % en Italie, 16,9 % en Espagne et 13,0 % en Allemagne. Aux Etats-Unis, la production française est la première production étrangère non anglophone programmée à la télévision avec 1,1 % du temps d'antenne de l'animation.

Les fictions françaises bénéficient d'une plus faible représentation sur les chaînes de télévision étrangères. Au total, 204 séries de fiction française ont fait l'objet d'au moins une diffusion télévisée sur un des territoires en 2024. L'Espagne est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de séries françaises différentes avec 84 titres. C'est également dans ce pays que la fiction française atteint sa part de marché la plus élevée avec 6,2 % du temps d'antenne consacré aux séries de fiction, devant l'Italie (2,6 %), la Pologne (2,3%) et le Canada (1,1 %).

En 2024, les séries d'animation françaises représentent plus de 16 % de l'offre d'animation sur les chaînes italiennes et espagnoles.

Les documentaires français sont confrontés à une forte concurrence des documentaires anglo-saxons à l'international. Au total, 1 757 documentaires audiovisuels français ont fait l'objet d'au moins une diffusion TV sur un des territoires couverts en 2024. Parmi ces territoires, l'Allemagne est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de documentaires français différents avec 682 titres. Les pays européens sont ainsi les premiers pays en part de marché du documentaire français : en Italie, elle atteint 8,4 % du total de l'offre de documentaire audiovisuel, 4,5 % en Espagne, 4,1 % en Pologne et 3,3 % en Allemagne. Dans tous les pays cependant, la production française reste moins exposée que les productions britannique et américaine.

Part de marché dans l'offre de programmes de stock des chaînes de télévision selon le pays de production et de diffusion en 2024 (% du volume horaire diffusé)



Source : ITVR (MediaLogiq) / CNC.

6.4

Le cinéma dans le monde

En 2024 :

766,5 millions d'entrées en Europe

(-2,3 %)

dont :

181,5

millions
en France

126,5

millions
au Royaume-Uni

90,1

millions
en Allemagne

72,3

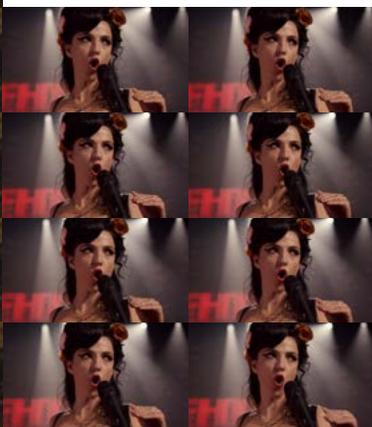
millions
en Espagne

8,8 Md\$

en Amérique du Nord

5,9 Md\$

en Chine



Un box-office mondial en baisse de 12 % par rapport à 2023, à 30,0 Md\$

D'après Gower Street Analytics, le box-office mondial recule de 11,5 % par rapport à 2023 à 30,0 Md\$ (27,7 Md€), et de 28,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Le marché nord-américain génère 29,3 % des recettes mondiales du cinéma, en hausse de 2,5 points par rapport à 2023 (26,8 %) et à un niveau également supérieur à 2019 (27,0 %). L'international, hors Amérique du Nord, représente ainsi 70,7 % des recettes mondiales du cinéma en 2024, contre 73,2 % en 2023 et 73,0 % en 2019. La zone Asie-Pacifique dans son ensemble reste le premier marché mondial avec 35 % du box-office (39 % en 2023 et 42 % en 2019). La zone Europe, Moyen-Orient et Afrique génère 28 % du box-office mondial (27 % en 2023 et 24 % en 2019), suivie de l'Amérique latine à 7 % (8 % en 2023 et 7 % en 2019).

L'Amérique du Nord reste le premier marché mondial au box-office en 2024 avec 8,8 Md\$ (8,1 Md€, -3 %). La Chine, qui était passée en tête du box-office mondial en 2020 et 2021, se maintient en deuxième place malgré une baisse de 23 % de ses recettes à 5,9 Md\$ (5,5 Md€).

Selon IMDb, le premier film au box-office mondial en 2024 est le film d'animation *Vice-versa 2* avec 1,7 Md\$ de recettes (1,6 Md€), devant le film *Marvel Deadpool & Wolverine* (1,3 Md\$, 1,2 Md€) et le film d'animation *Vaiana 2* (1,1 Md\$, 1,0 Md€). Selon les données de Comscore recueillies par *Deadline*, Disney reprend la première place du classement des distributeurs au niveau mondial en 2024, après une année 2023 exceptionnelle où le groupe avait été dépassé par Universal. Avec un total de 5,5 Md\$ (5,1 Md€) de recettes au niveau mondial, Disney est le premier studio à dépasser la barre des 5 Md\$ de revenus annuels depuis 2019. Les performances du groupe sont notamment portées par les résultats de *Vice-versa 2*, *Deadpool & Wolverine* et *Vaiana 2*. Universal occupe cette année la deuxième place des distributeurs en termes de revenus mondiaux avec 3,8 Md\$ (3,5 Md€), notamment grâce aux succès de deux films d'animation, *Moi, moche et méchant 4* (970 M\$, 895 M€) et *Kung fu panda 4* (548 M\$, 506 M€), ainsi qu'à celui de *Wicked* (753 M\$, 695 M€).

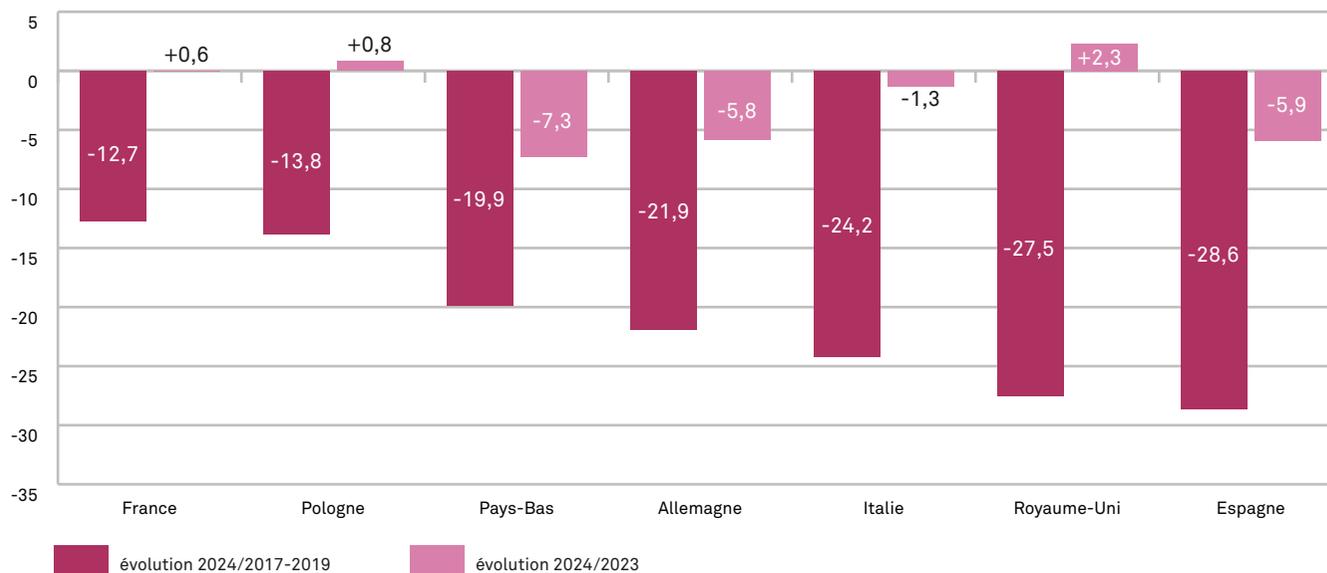
Le trio de tête du classement des distributeurs au box-office mondial est complété par Warner Bros. avec un chiffre d'affaires mondial de 3,3 Md\$ (3,0 Md€). Les films du studio ayant réalisé le plus de recettes sont *Dune : deuxième partie* (715 M\$, 660 M€) et *Godzilla x Kong : le nouvel empire* (572 M\$, 528 M€).

La France, toujours premier marché de l'Union européenne en 2024

En 2024, selon les chiffres provisoires de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni sont en léger recul de 2,3 % sur un an pour atteindre 766,5 millions d'entrées, à un niveau qui reste inférieur de 22,1 % à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Pour rappel, la fréquentation des salles

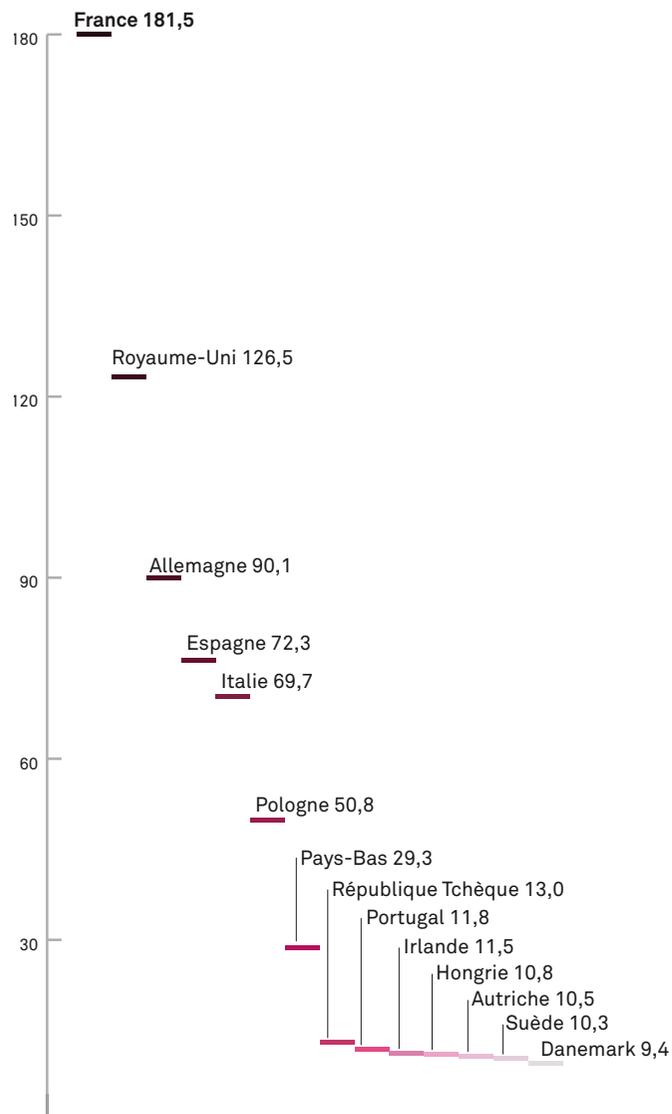
européennes avait dépassé le milliard d'entrées en 2019. La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 181,5 millions d'entrées (+0,6 % par rapport à 2023). Dans les principaux marchés européens, à l'exception de la France et du Royaume-Uni, la fréquentation baisse sur un an. Le nombre d'entrées recule de 1,3 % en Italie, de 5,9 % en Espagne et de 5,8 % en Allemagne. A contrario, au Royaume-Uni, la fréquentation est en légère hausse de 2,3 %. La fréquentation y reste néanmoins largement inférieure à la moyenne 2017-2019 (-27,5 %). Parmi les principaux marchés européens, c'est en France que le repli par rapport aux années d'avant crise est le moins prononcé : la fréquentation y est en recul de 12,7 %, contre -21,9 % en Allemagne, -24,2 % en Italie et -28,6 % en Espagne.

Evolution de la fréquentation par rapport à 2024 et par rapport à la période 2017-2019 dans les principaux de pays européens (%)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni en 2024 (million d'entrées)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Europe

La France, premier pays de l'Union Européenne en part de marché du cinéma national

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 diminue légèrement en 2024 à 766,5 millions d'entrées (-2,3 %) et reste en recul de 22,1 % par rapport à la moyenne prépandémique. Selon l'Observatoire, en 2024, les salles européennes ont subi les conséquences négatives des grèves qui ont touché Hollywood en 2023 et retardé les sorties de nombreux blockbusters. Cependant, dans certains pays, les productions nationales connaissent un succès notable, ce qui permet de compenser le manque de titres hollywoodiens.

Avec une fréquentation en légère hausse sur un an, la France demeure le premier marché de l'Union européenne (181,5 millions d'entrées), devant le Royaume-Uni (126,5 millions), l'Allemagne (90,1 millions) et l'Italie (69,7 millions). Les pays dont la fréquentation augmente le plus par rapport à 2023 sont la Slovaquie (+8,0 %), la Lituanie (+5,8 %) et la Turquie (+5,8 %), soit les trois seuls pays européens qui enregistrent une croissance de leur fréquentation cinématographique supérieure à 5 %. Dans la grande majorité des pays de la zone, la fréquentation baisse par rapport à 2023. Le nombre d'entrées augmente dans seulement 10 pays de la zone UE 28. En plus des trois cités précédemment, se trouvent le Monténégro, la Bulgarie, la Lettonie, la Grèce, la Pologne, la France et le Royaume-Uni. Dans ces deux derniers, la croissance de la fréquentation s'établit à respectivement +0,6 % et +2,3 %. Parmi les marchés en baisse, l'Allemagne affiche un recul de ses entrées de 5,8 % et l'Espagne de 5,9 %, tandis que la baisse en Italie est plus modérée, à -1,3 %.

Tous les pays de la zone UE 28 enregistrent une fréquentation inférieure à l'avant-crise, avec des reculs compris entre -10,9 % et -35,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. C'est la Bulgarie qui enregistre l'écart le plus faible (-10,9 %),

suivie de la Roumanie (-12,6 %) et de la France (-12,7 %). Au contraire, les pays enregistrant les écarts les plus importants sont Chypre (-35,9 %), la Suède (-35,2 %) et la Hongrie (-31,2 %). Parmi les principaux marchés européens, c'est en France que le repli par rapport aux années prépandémiques est le moins prononcé : la fréquentation y est en recul de 12,7 %, contre -21,9 % en Allemagne, -24,2 % en Italie, -27,5 % au Royaume-Uni et -28,6 % en Espagne.

En 2024, la Turquie et la France enregistrent les parts de marché du cinéma national les plus élevées en Europe avec respectivement 57 % et 45 %. Au-delà de ces deux marchés, sept autres pays présentent une part de marché nationale supérieure à 25 %. L'Albanie arrive en troisième position avec une part de marché des films nationaux de 32 %, suivie de la République Tchèque (31 %) et de la Finlande (31 %). Au total, neuf pays ont une part de marché nationale de plus de 25 % en 2024, soit 4 pays de plus qu'en 2023. Parmi les autres principaux marchés européens, la part de marché nationale oscille entre 18,7 % en Espagne et 25,7 % en Italie. Elle s'établit à 20,6 % en Allemagne. Au Royaume-Uni, la part de marché des films britanniques indépendants est plus faible à 9,1 %.

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2024

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits	231	nd	171	nd	nd
entrées (millions)	181,5	126,5	90,1	69,7	72,3
évolution vs. 2023 (%)	+0,6	+2,3	-5,8	-1,3	-5,9
évolution vs. 2017-2019 (%)	-12,7	-27,5	-21,9	-24,2	-28,6
prix moyen de la place (€)	7,42	9,14	9,64	7,09	6,65
indice de fréquentation ¹	2,7	1,8	1,1	1,2	1,5
part du film national (%)	44,8	9,1 ²	20,6	25,7	18,7
nombre d'écrans	6 354	4 587	4 842	nd	3 565
nombre d'écrans pour 100 000 hab.	9,3	7,0	5,8	nd	7,3

¹ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population.
² En termes de recettes. Films britanniques indépendants uniquement.
 Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIO, ICAA, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Europe de l'Ouest

Allemagne : 90,1 millions d'entrées en 2024, en baisse de 5,8 %

Selon les chiffres présentés par l'Office fédéral allemand du cinéma (Filmförderungsanstalt, FFA), la fréquentation des salles allemandes diminue de 5,8 % sur un an et s'élève à 90,1 millions d'entrées en 2024, soit un recul de 21,9 % par rapport à la période 2017-2019. Parallèlement, les recettes sont en retrait de 6,5 % sur un an à 868,4 M€ et restent ainsi inférieures de 12,6 % par rapport à la période préparatoire. Le prix moyen de la place est en légère baisse de 0,8 % en 2024 à 9,64 € mais en hausse de 11,7 % par rapport à 2019. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) est stable à 1,1 (1,4 entrée par an et par habitant en 2019). Toutes nationalités confondues, 622 nouveaux films sortent sur les écrans allemands en 2024, contre 598 en 2023 et 606 en 2019. Parmi ceux-ci, 213 films allemands (y compris les coproductions minoritaires) ont été distribués en première exclusivité en 2024, contre 223 en 2023 (-4,5 %). Au total, la part de marché des films allemands en nombre d'entrées passe de 24,3 % en 2023 à 20,6 % en 2024, au plus bas niveau de la décennie.

Deux films allemands figurent dans le top 10 en 2024 (+1 film par rapport à 2023). Il s'agit de *L'Ecole des animaux magiques 3* qui arrive en 6^e place avec 2,9 millions d'entrées et de *Chantal im Märchenland* qui se classe en 7^e position avec 2,7 millions d'entrées. Les trois premiers films au box-office 2024 sont trois films d'animation américains : *Vice-versa 2* (5,8 millions d'entrées), *Moi, moche et méchant 4* (4,3 millions) et *Vaiana 2* (3,6 millions).

Le parc de salles allemand recule pour la troisième année consécutive et compte 4 842 écrans actifs en 2024 (-59 écrans par rapport à 2023) dans 1 722 établissements (-22 par rapport à 2023).

Le cinéma en Allemagne

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	181	199	199	198	237	126	147	161	183	171
écrans	4 692	4 739	4 803	4 849	4 961	4 926	4 931	4 911	4 901	4 842
entrées (millions)	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6	38,1	42,1	78,0	95,7	90,1
indice de fréquentation ²	1,7	1,5	1,5	1,3	1,4	0,5	0,5	0,9	1,1	1,1
recettes (M€)	1 167,1	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0	318,0	373,2	722,0	929,1	868,4
part du film national (%) ³	27,5	22,7	23,9	23,5	21,5	35,1	21,7	27,0	24,3	20,6
part du film américain (%) ³	54,5	64,5	63,6	61,8	56,5	45,7	54,7	64,1	64,3	61,7
part du film européen (%) ³	15,7	11,5	11,2	13,0	17,6	11,3	3,8	4,6	7,3	9,4
part du film français (%) ³	3,4	2,9	4,2	3,0	3,6	3,0	2,0	3,9	4,9	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), Spitzorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), Unifrance.

Espagne : baisse de la fréquentation de 5,9 % à 72,3 millions

Selon l'Institut espagnol du cinéma (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, ICAA), le nombre d'entrées dans les salles espagnoles recule de 5,9 % sur un an pour atteindre 72,3 millions en 2024. Par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, la fréquentation reste nettement en retrait de 28,6 %. Les recettes baissent de 2,6 % sur un an à 480,7 M€. La part de marché nationale en termes d'entrées augmente en revanche de 1,2 point à 18,7 %, à un niveau légèrement supérieur à la moyenne de la décennie (18,1 %).

En 2024, un seul film local fait partie des 10 films les plus vus au cinéma (comme en 2023). Il s'agit du quatrième volet de la série *Padre no hay más que uno*, qui se classe en 7^e position avec 2,1 millions d'entrées. Le classement est dominé par *Vice-versa 2* avec 6,7 millions d'entrées, suivi de *Deadpool & Wolverine* (3,3 millions d'entrées) et *Moi, moche et méchant 4* (3,1 millions d'entrées).

En 2024, le pays compte 3 565 écrans dans 733 établissements (3 609 écrans dans 745 établissements en 2023).

Le cinéma en Espagne

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	234	241	257	249	243	222	273	271	368	nd
écrans	3 588	3 554	3 618	3 589	3 695	3 701	3 631	3 650	3 609	3 565
entrées (millions)	96,1	101,8	99,8	98,9	104,9	27,0	41,4	61,1	76,7	72,3
indice de fréquentation ²	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	0,5	0,9	1,2	1,6	1,5
recettes (M€)	575,2	602,0	591,3	585,7	614,7	161,0	250,2	379,7	493,5	480,7
part du film national (%) ³	19,3	18,5	17,4	17,6	15,1	24,5	16,0	21,1	17,5	18,7
part du film américain (%) ³	62,0	68,1	67,4	64,1	73,5	40,3	60,5	56,6	59,9	nd
part du film européen (%) ³	15,9	12,1	13,5	15,0	9,9	15,6	4,3	25,7	16,6	nd
part du film français (%) ³	3,8	2,2	4,3	3,0	3,4	5,7	2,8	2,2	2,6	nd

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires. 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 Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Italie : une fréquentation de 69,7 millions d'entrées, stable sur un an

Selon les estimations de l'ANICA, le box-office italien a rapporté en 2024 un total de 494,0 M€, un montant stable par rapport à 2023 (-0,4 %). Le nombre d'entrées enregistrées dans le pays s'élève à 69,7 millions, stable également sur un an (-1,3 %), mais en baisse de 24,2 % par rapport à la moyenne de la période 2017-2019. L'indice de fréquentation est stable par rapport à 2023 à 1,2 entrée par personne. Selon Cinetel, en 2024, 943 films inédits sont distribués, soit 166 de plus qu'en 2023. 431 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 67 de plus qu'en 2023.

Au total, la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est stable par rapport à 2023 à 25,7 % des entrées en 2024 (25,9 % en 2023), soit un niveau nettement supérieur à la moyenne 2017-2019 (20,6 %). Les films italiens enregistrent 17,9 millions d'entrées en 2024, contre 18,2 millions en 2023 (-2,2 %). La part de marché américaine, elle, s'établit à 52,3 % des entrées en 2024, contre 53,6 % en 2023 et 61,8 % en moyenne entre 2017 et 2019.

En 2024, un film italien figure parmi les 10 premiers films ayant réalisé le plus d'entrées (comme en 2023). En 2023, *Il reste encore demain* était le premier film en termes de fréquentation, toutes nationalités confondues, avec 4,8 millions d'entrées. En 2024, *Il ragazzo dai pantaloni rosa* est le premier film italien avec 1,4 million d'entrées et se classe en 10^e position du classement général. Toutes nationalités confondues, le film d'animation *Vice-versa 2* est premier du classement (6,4 millions), suivi de *Vaiana 2* (2,6 millions) et de *Deadpool & Wolverine* (2,3 millions). En 2024, le premier distributeur en Italie est Walt Disney, avec 24,9 % des recettes, suivi du distributeur italien Eagle Pictures (15,0 %) et de Warner Bros. (12,8 %).

Le cinéma en Italie

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	135	155	166	176	234	194	266	294	262	nd
écrans	5 053	5 104	5 315	5 205	5 272	5 229	4 901	5 239	4 961	nd
entrées (millions)	106,7	113,8	99,6	91,7	104,4	30,3	26,8	47,9	70,6	69,7
indice de fréquentation ²	1,7	1,9	1,6	1,5	1,7	0,5	0,4	0,8	1,2	1,2
recettes (M€)	664,3	695,1	619,4	579,5	667,9	189,5	176,9	306,7	495,7	494,0
part du film national (%) ³	21,4	28,7	18,3	23,2	21,6	55,6	22,5	21,2	25,9	25,7
part du film américain (%) ³	60,0	55,2	65,2	55,2	64,3	29,0	56,8	56,1	53,6	52,3
part du film européen (%) ³	15,5	12,8	13,8	20,1	11,8	12,0	18,1	27,5	30,9	30,5
part du film français (%) ³	4,6	2,1	4,6	3,5	3,8	2,4	1,9	3,3	3,0	3,9

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires ayant bénéficié d'un soutien public.

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 ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Pays-Bas : une fréquentation en baisse de 7,3 %, en-dessous des 30 millions d'entrées

Selon le Nederlands Filmfonds, la fréquentation des salles de cinéma néerlandaises baisse de 7,3 % à 29,3 millions d'entrées en 2024. La fréquentation reste en recul de 19,9 % par rapport au niveau moyen enregistré entre 2017 et 2019. Les recettes diminuent de 7,9 % sur un an à 311,8 M€. La part de marché des films nationaux progresse à nouveau et atteint 17,0 %, contre 14,0 % en 2023 et 11,6 % en moyenne entre 2017 et 2019.

Les dix premiers films au box-office des Pays-Bas sont tous des productions américaines ou britanniques. Le premier film local du classement est *Loverboy: Emoties Uit* qui se classe 15^e avec 377 000 entrées. Le top trois est dominé par *Vice-versa 2* (1,4 million d'entrées), suivi de *Moi, moche et méchant 4* (1,0 million) et de *Deadpool & Wolverine* (832 000 entrées).

Portugal : une fréquentation en recul de 3,8 %

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal diminue de 3,8 % sur un an et s'élève à 11,8 millions d'entrées en 2024. Par rapport à la moyenne prépandémique enregistrée entre 2017 et 2019,

la fréquentation demeure en recul de 21,5 %. Les recettes enregistrées sont stables par rapport à l'année précédente, à 73,2 M€ (+0,5 %).

En 2024, 391 films inédits sont programmés en salles, soit 35 de plus qu'en 2023, dont 112 de nationalité américaine et 202 d'origine européenne, incluant 62 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux augmente de 1,8 point à 4,5 % en 2024, contre 2,7 % en 2023 et 3,2 % en moyenne entre 2017 et 2019. L'augmentation de la part des films nationaux dans la fréquentation est notamment liée à deux films qui enregistrent plus de 100 000 entrées, contre un seul en 2023. En 2024, *Balas & Bolinhos: Só Mais uma Coisa* réalise 249 000 entrées en salles (11^e film en termes d'entrées, toutes nationalités confondues) et *Podia Ter Esperado por Agosto* 103 000 entrées (32^e). Les films américains représentent quant à eux 72,8 % des entrées, contre 68,2 % en 2023.

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions américaines ou britanniques. Les trois premières places sont occupées par *Vice-versa 2* (1,3 million d'entrées), *Deadpool & Wolverine* (612 000) et *Moi, moche et méchant 4* (529 000).

Royaume-Uni : légère hausse de la fréquentation (+2,3 %) à 126,5 millions d'entrées

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques progresse légèrement à 126,5 millions d'entrées en 2024 (+2,3 % par rapport à 2023). Elle accuse toujours un retrait prononcé par rapport à la moyenne 2017-2019 (-27,5 %). Le box-office est stable à 979,0 M€ (1,2 Md€, -0,1 % sur un an) et en baisse de 23,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. La recette moyenne par entrée s'élève à 7,74 £ (9,1 €) en 2024, contre 7,92 £ (9,4 €) en 2023. Selon le BFI, cette baisse s'explique en partie par la popularité des sorties de films destinés aux familles en 2024, les billets pour enfants ou familles étant généralement vendus à un tarif inférieur à celui des entrées standards. Au total, les films britanniques indépendants représentent 9,1 % du box-office britannique, contre 3,8 % en 2023 et 11,5 % en moyenne entre 2017 et 2019. Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce aux investissements de studios américains et pour lesquelles les principales décisions de production ne sont pas nationales. Parmi ces films financés par des studios américains, figurent notamment *Wicked* et *Deadpool & Wolverine*, respectivement 1^{er} et 3^e au box-office britannique. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 38,6 % (40,8 % en 2023 et 29,6 % entre 2017 et 2019).

Back to Black, premier film britannique indépendant au classement 2024 arrive en 10^e position du box-office général britannique avec 12,3 M€. En 2024, cinq films indépendants britanniques dépassent les 5 M€ au box-office, contre un seulement en 2023. À *Back to Black* viennent ainsi s'ajouter *Une vie* (10,0 M€), *Scandaleusement vôtre* (9,6 M€), *Conclave* (9,6 M€) et *Sans jamais nous connaître* (5,3 M€). En 2024, *Wicked* est le premier film au box-office britannique avec 59,6 M€, suivi de *Vice-versa 2* (59,5 M€) et de *Deadpool & Wolverine* (57,8 M€).

Selon la UK Cinema Association, le Royaume-Uni compte 4 587 écrans en 2024 dans 825 établissements, contre 4 539 en 2023 (823 établissements) et 4 564 en 2019 (840 établissements).

Le cinéma au Royaume-Uni

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	286	269	293	274	277	229	257	188	99	nd
écrans	4 115	4 194	4 512	4 309	4 564	4 591	4 620	4 637	4 539	4 587
entrées (millions)	171,9	168,3	170,6	177,0	176,1	44,0	74,0	117,3	123,6	126,5
indice de fréquentation ²	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	0,7	1,1	1,7	1,8	1,8
recettes (M€)	1 242,1	1 228,1	1 279,4	1 282,6	1 254,5	307,1	541,9	905,1	980,2	979,0
part du film national (%) ^{3,4}	10,5	7,4	9,6	13,2	12,9	14,2	5,0	7,9	3,8	9,1
part du film américain (%) ³	51,1	58,9	57,7	51,3	50,0	42,1	55,6	65,6	51,5	84,0
part du film européen (%) ³	2,4	3,2	1,5	1,1	1,1	2,7	1,1	0,6	1,6	1,4
part du film français (%) ⁵	2,0	0,7	1,1	0,4	0,3	0,7	0,3	0,5	0,8	0,9

¹ Films 100 % britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2023 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 : -2,2 % d'entrées en salles en 2024, un recul porté par la Suisse alémanique

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 léger recul sur un an (-2,2 %) à 10,6 millions d'entrées en 2024. Par rapport à la moyenne 2017-2019, la fréquentation reste en retrait de 17,7 %. La Suisse alémanique, qui représente 63,9 % des entrées du pays (65,3 % en 2023), enregistre une diminution de 4,1 % par rapport à 2023, à 6,8 millions d'entrées. En Suisse romande, les entrées sont en légère hausse (+1,5 %) à 3,5 millions d'entrées. Parallèlement, sur l'ensemble du territoire, les recettes s'établissent à 170,9 millions de francs suisses (179,4 M€), soit une diminution de 3,2 % par rapport à 2023. Le prix moyen de la place atteint 16,05 francs suisses (17,5 €), en léger recul de 1,0 % sur un an.

Les films suisses génèrent 1,0 million d'entrées pour une part de marché de 9,0 %, en hausse de 2,5 points par rapport à 2023. Les films français rassemblent 13,1 % des entrées en Suisse (10,9 % en 2023), derrière les films américains avec une part de marché de 60,5 % (67,3 % en

2023). Le top 10 en entrées de l'année 2024 est dominé par les productions américaines (8 films américains, contre 10 en 2023). Le film d'animation *Vice-versa 2* s'impose à la première place avec 523 000 entrées, suivi de *Moi, moche et méchant 4* (421 000 entrées) et *Dune, deuxième partie* (403 000 entrées). La comédie suisse *Ciao Ciao Bourbine* se classe en 5^e position avec 306 000 entrées (aucune œuvre nationale dans le top 10 en 2023). La comédie française *Un p'tit truc en plus* se fraye également une place dans les 10 premiers films les plus vus en 2024 (aucun film français dans le top 10 en 2023) et occupe la 8^e place du classement avec 223 000 entrées.

En 2024, la Suisse compte 615 écrans (-8 écrans par rapport à 2023), dont 422 en Suisse alémanique (68,6 %) et 167 en Suisse romande (27,2 %).

Europe de l'Est

Pays baltes : une fréquentation en baisse en Estonie mais en hausse en Lettonie et Lituanie

Après une hausse de la fréquentation dans les trois pays baltes en 2023, celle-ci est en recul en Estonie en 2024. En revanche, la Lettonie et la Lituanie réduisent leur écart avec les niveaux pré-pandémiques grâce à une nouvelle augmentation de la fréquentation.

En Estonie, le nombre d'entrées en salles diminue de 12,4 % en 2024 et s'établit à 2,5 millions d'entrées, creusant son recul par rapport à la moyenne 2017-2019 à -31,6 %. La part de marché des films estoniens baisse de 8,7 points sur un an et passe de 21,8 % en 2023 à 13,1 % en 2024.

En Lituanie, la fréquentation des salles de cinéma augmente de 5,8 % par rapport à 2023 à 3,6 millions d'entrées, en repli de 12,1 % par rapport à la moyenne pré-pandémique 2017-2019. La part de marché du film local est en hausse par rapport à 2023, à 20,5 % (+6,0 points).

Enfin, en Lettonie, la fréquentation progresse légèrement par rapport à l'année précédente (+3,1 %) à 2,1 millions d'entrées mais reste en recul de 18,7 % par rapport à la période 2017-2019. Après une année de repli, la part de marché nationale en termes d'entrées rebondit de 11,3 points à 19,5 %. La fréquentation des films locaux est portée par la performance du film d'animation *Flow* (coproduction minoritaire pour la France), qui occupe la première place du classement avec 174 000 entrées.

Dans les deux autres pays de la région, ce sont des films américains qui dominent le box-office : *Moi, moche et méchant 4* en Estonie (141 000 entrées) et *Vice-versa 2* en Lituanie (227 000 entrées).

Pologne : une fréquentation stable avec 51 millions d'entrées

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, après une hausse de 20,1 % en 2023, la fréquentation des salles de cinéma polonaises stagne en 2024 (+0,8 %) et s'élève à 50,8 millions d'entrées en 2024, en baisse de 13,8 % par rapport à la période 2017-2019. Les recettes, en revanche, progressent de 7,9 % sur un an, à 1,1 Md PLN (255 M€). La part de marché des films nationaux augmente de 2 points par rapport à 2023, à 23 %, mais reste en fort recul par rapport aux niveaux pré-pandémiques (28 % en moyenne entre 2017 et 2019).

Selon IMDb, en 2024, le box-office est dominé par *Vice-versa 2* avec 14,9 M\$ (13,8 M€), suivi de *Deadpool & Wolverine* (11,1 M\$, soit 10,3 M€) et du film local *Kleks Academy* (10,1 M\$, soit 9,3 M€).

République tchèque : légère baisse des entrées en salles pour la deuxième année consécutive, après une forte reprise en 2022

Selon l'Union tchèque des distributeurs de films, après s'être fortement redressées en 2022 (+89,0 %), notamment grâce aux films nationaux, les entrées dans les salles tchèques sont en léger recul pour la deuxième année consécutive (-2,2 %) et s'élèvent à 13,0 millions. Elles restent ainsi en retrait de 21,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019. En parallèle, les recettes sont relativement stables à 2,26 millions de couronnes tchèques (-0,9 %, 90,0 M€). Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, après un fort recul de 13 points en 2022, la part de marché nationale repart à la hausse, à 31 % (+ 7 points). Trois films nationaux font partie du top 10 en 2024 (deux en 2023) : *Radio Prague*, *les ondes de la révolte* occupe la première place du classement, toutes nationalités confondues (886 000 entrées), suivi de *Her Drunken Diary* à la 4^e place et de *The Last Aristocrat 2* à la 7^e place. Le podium est complété par *Vice-versa 2* (883 000 entrées) et *Moi, moche et méchant 4* (646 000 entrées).

Scandinavie

Danemark : 9,8 millions d'entrées en 2024, en léger recul pour la deuxième année consécutive (-3 %)

Selon l'Association des distributeurs de films au Danemark (FAFID), les entrées en salles s'établissent à 9,8 millions en 2024, en baisse pour la seconde année consécutive sur un an (-3 % par rapport à 2023). Le pays enregistre ainsi ses plus mauvais résultats en 30 ans (hors crise sanitaire) et un repli par rapport à la période 2017-2019 de 27 %. D'après le Danish Film Institute, la baisse de la fréquentation serait attribuable à la pandémie, à la concurrence des services de streaming et aux grèves à Hollywood, mais également à la diminution de l'offre de films inédits (en baisse de 18 titres par rapport à 2023 à 209 films en 2024) et, en particulier, à une production nationale au plus bas depuis dix ans avec seulement 22 films danois sortis, contre une moyenne annuelle de 31. La part de marché du cinéma national baisse de 2 points à 23 %, en deçà des résultats pré-pandémiques (26 % en moyenne entre 2017 et 2019).

En 2024, trois films danois figurent dans le top 10 : le drame *When in Rome* (5^e du classement général, 326 000 entrées) et les thrillers *Boundless* (8^e, 311 000 entrées) et *Kingmaker* (9^e, 302 000 entrées). Avec 5,9 millions de tickets vendus, la part de marché des films américains est passée de 63 % en 2023 à 58 % en 2024. Hollywood domine néanmoins le box-office avec quatre titres en tête, notamment le plus grand succès, *Vice-versa 2* avec 583 000 entrées, devant *Deadpool & Wolverine*, *Moi, moche et méchant 4* et *Dune : deuxième partie*.

Finlande : diminution des entrées de 6,9 %, malgré le succès des productions locales

En 2024, la fréquentation des salles finlandaises atteint 6,7 millions d'entrées (-6,9 % sur un an, -20,6 % vs. 2017-2019) pour des recettes de 89,5 M€, en baisse de 5,5 % par rapport à 2023 et de 20,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019, selon les estimations de la Fondation Finlandaise du Film. L'excellente performance des films nationaux contribue néanmoins à atténuer la baisse. Le drame *Stormskerry Maja* est devenu le film national

ayant rencontré le plus grand succès de ces dix dernières années avec 470 000 entrées, dépassant *Vice-versa 2*, en deuxième position avec 380 000 entrées. Au total, cinq films finlandais figurent dans le top 10. Avec 2,1 millions, les films finlandais enregistrent leur meilleure performance depuis 2017, en hausse de 27,7 % par rapport à 2023. Leur part de marché atteint 31,6 % en 2024, contre 23,4 % en 2023. À l'inverse, la part de marché des films américains a chuté de 66,8 % en 2023 à 53,7 % en 2024. 48 nouveaux films finlandais (dont 15 documentaires) et 79 nouveaux films américains sortent en Finlande en 2024.

Norvège : une fréquentation en recul de 12,7 %

Selon l'organisation norvégienne Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège diminue de 12,7 % sur un an, à 8,2 millions d'entrées en 2024, en retrait de 30,3 % par rapport à la période 2017-2019. Les recettes baissent de 9,5 % par rapport à 2023, à 1,1 milliard de couronnes norvégiennes (94,6 M€). En 2024, 239 films sont sortis au cinéma en Norvège, dont 40 films norvégiens. Les films nationaux représentent 24,8 % des entrées, soit -2,1 points sur un an (26,9 % en 2023 et 20,5 % en moyenne entre 2017 et 2019). La part de marché des films américains est stable à 63,0 % en 2024, contre 63,4 % en 2023 et autour de 65 % avant 2020. *Vice-versa 2* domine le classement avec 521 000 entrées, suivi de *Moi, moche et méchant 4* (373 000 entrées) et de *Deadpool & Wolverine* (343 000 entrées). En 2024, deux films norvégiens font partie du top 10, contre quatre en 2023. Le premier, *Numéro 24*, se classe 6^e avec 267 000 entrées et le second, *Bukkene Bruse på Badeland*, 9^e avec 200 000 entrées.

Suède : 10,3 millions d'entrées (-8,0 %), encore loin du niveau d'avant crise

Selon le Svenska Filminstitutet (Institut suédois du film), la fréquentation des salles de cinéma suédoises recule de 8,0 % sur un an à 10,3 millions d'entrées en 2024, à un niveau inférieur de 37,2 % par rapport à la moyenne pré-pandémique (2017-2019). La part de marché du cinéma national augmente de 5,2 points par rapport à 2023 et s'établit à 22,3 % des entrées totales en 2024 (+5,9 points

par rapport à la moyenne pré-pandémique de 16,4 %). Selon Comscore, en 2024, deux films suédois atteignent le top 10. Il s'agit du documentaire *Den sista resan* qui se classe 4^e avec 482 000 entrées et du drame *Sommartider*, 8^e avec 308 000 entrées. Selon les données de Comscore, le classement est dominé par *Vice-versa 2* (643 000 entrées) suivi de *Moi, moche et méchant 4* (578 000 entrées) et de *Deadpool & Wolverine* (487 000 entrées).

Turquie

Turquie : rebond des entrées en salles de 5,8 % après une baisse de 13,5 % en 2023

Selon les résultats communiqués par Antrakt, la fréquentation des salles de cinéma turques augmente de 5,8 % et passe de 31,4 millions d'entrées en 2023 à 33,2 millions à 2024. La Turquie ayant été durement affectée par la crise sanitaire, la fréquentation reste deux fois moins importante qu'avant crise (-50,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019). En 2024, les recettes s'élèvent à 5,0 Mds de livres turques (140,6 M€). Toute comparaison avec les années précédentes est difficile en raison de la très forte inflation que connaît le pays, le prix moyen de la place ayant de nouveau fortement augmenté en 2024 par rapport à 2023 : +67,8 %, à 150 livres turques (environ 4,2 €).

La part de marché du cinéma national, qui avait diminué de 5,2 points en 2023 et qui est traditionnellement très élevée en Turquie, rebondit cette année de 13 points par rapport à 2023 et s'élève à 57 % en 2024. Le film local d'animation *Rafadan Tayfa 4: Hayrimatör* domine le classement au box-office 2024 avec 2,8 millions d'entrées. Le podium est complété par *Vice-versa 2* (2,5 millions d'entrées), suivi d'un autre film local, *Lohusa* (2,1 millions d'entrées). Au total, cinq films locaux font partie du top 10, soit un de plus qu'en 2023.

Le parc de salles de cinéma turc se réduit et passe de 2 431 en 2023 à 2 181 en 2024, loin du niveau de 2020 (2 819 écrans). 374 établissements sont actifs en 2024, soit 28 de moins qu'en 2023 et 85 de moins qu'en 2020.

Amérique du Nord

Premier marché mondial, l'Amérique du Nord enregistre des recettes en baisse de 3 % en 2024, à 8,8 Md\$

Selon les estimations de Gower Street Analysis, les recettes dans les salles nord-américaines (Etats-Unis + Canada) reculent de 3,3 % sur un an à 8,8 Md\$ (8,1 Md€) et sont toujours inférieures de 23,3 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019. En 2024, l'Amérique du Nord demeure le premier marché mondial, après deux années atypiques en 2020 et 2021 marquées par la crise sanitaire et au cours desquelles la Chine avait pris la première place du box-office mondial. La fréquentation sur la zone s'établit à 760 millions d'entrées en 2024 selon les informations de la société d'analyse The Numbers, soit une baisse de 7,0 % par rapport à 2023 et de 39,4 % par rapport à la période 2017-2019. L'indice de fréquentation passe ainsi de 2,1 entrées par personne en 2023 à 2,0 en 2024, un chiffre qui reste loin du niveau atteint entre 2017 et 2019, à 3,3 entrées par personne. Le prix moyen de la place s'élève à 11,31 \$ (10,45 €), en hausse de 3,4 % par rapport à 2023 et de 24,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

Selon Comscore, en Amérique du Nord, le classement des films est dominé par *Vice-versa 2* qui génère 653 M\$ (603 M€) de recettes. *Deadpool & Wolverine* et *Wicked* complètent le podium avec respectivement 637 M\$ (589 M€) et 440 M\$ (407 M€). Par ailleurs, 22 films dépassent les 100 M\$ de recettes au box-office américain, contre 24 en 2023 et 29 en 2019. En 2024, le niveau de concentration du box-office augmente par rapport à l'année précédente : les cinq premiers films cumulent 28,7 % des recettes, en hausse de 3,5 points par rapport à 2023 et de 4,9 points par rapport à 2019. Au total, les cinq majors (Disney, Paramount, Universal, Sony et Warner Bros) représentent 75,3 % du box-office nord-américain en 2024, contre 76,0 % en 2023 et 79,3 % en 2019.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	791	789	812	808	814	443	943	nd	nd	nd
écrans	40 006	40 604	40 246	40 837	41 172	40 998	40 150	39 007	nd	nd
entrées (millions) ²	1 320	1 320	1 240	1 300	1 240	240	470	705	817	760
indice de fréquentation ^{2,3}	3,8	3,8	3,6	3,7	3,5	0,7	1,3	1,9	2,1	2,0
recettes (Md\$) ³	11,1	11,4	11,1	11,9	11,4	2,2	4,5	7,5	9,1	8,8
prix moyen de la place (\$)	8,43	8,65	8,97	9,11	9,16	9,37	9,57	10,53	10,94	11,31
part du film français (%) ⁴	1,1	0,4	0,8	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	nd

¹ Nombre de films entrés en production durant l'année, incluant les films financés par les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

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, Gower Street Analytics, National Association of Theatre Owners, The Numbers, Unifrance.

Amérique latine

Argentine : un repli important de la fréquentation de 18,8 %

Selon les premiers chiffres de l'Institut National du Cinéma et des arts audiovisuels, après une forte hausse de 28,7 % en 2023, la fréquentation des salles de cinéma argentines enregistre un important recul : -18,8 % à 36,1 millions d'entrées en 2024. En 2023, l'augmentation importante du nombre d'entrées dans les cinémas argentins s'expliquait par un effet de rattrapage, le pays ayant lourdement été impacté par la crise sanitaire. En 2024, la fréquentation demeure ainsi en retrait de 25,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les dix premiers films en termes d'entrées sont tous des productions américaines ou britanniques. La première place du classement est occupée par *Vice-versa 2* (6,5 millions d'entrées), suivi de *Moi, moche et méchant 4* (3,3 millions) et *Deadpool & Wolverine* (3,0 millions). Selon Comscore, le film local qui enregistre le plus d'entrées est le même que l'année précédente, *Muchachos, la película de la gente*, sorti le 8 décembre 2023 en Argentine, qui arrive 28^e (13^e en 2023) avec 251 000 entrées.

Brésil : 125,3 millions d'entrées en 2024 (+9,8 %)

Selon les chiffres de l'ANCINE (Agence nationale brésilienne du cinéma) et de l'OIA (Observatoire ibéro-américain de l'audiovisuel) communiqués par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des cinémas brésiliens est en hausse de 9,8 % en 2024 et atteint 125,3 millions d'entrées, toutefois toujours en net recul par rapport à la moyenne 2017-2019 (-27,3 %). Les recettes totales augmentent de 13,6 % par rapport à 2023 et atteignent 2,5 Mds de réals (429,0 M€). La part de marché des films nationaux s'établit à 10 %, soit un niveau en forte hausse par rapport à 2023 (3 %) mais toujours inférieur au niveau de 2019 (14 %).

Les trois premiers films au box-office sont des productions américaines d'animation, avec en première place *Vice-versa 2* (22,2 millions d'entrées), suivie de *Vaiana 2* (7,8 millions) et *Moi, moche et méchant 4* (7,8 millions). La

coproduction majoritaire brésilienne, *Je suis toujours là*, arrive 6^e au box-office et est le seul titre national du top 10.

Colombie : -7,9 % d'entrées en salles en 2024, sous le seuil des 50 millions

Selon les chiffres communiqués par Proimágenes Colombia, la fréquentation des salles de cinéma colombiennes baisse de 7,9 % sur un an à 49,6 millions d'entrées en 2024. Elle reste ainsi en recul de 25,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les recettes totales baissent également sur un an (-13,5 %, -29,4 % par rapport à la moyenne pré-pandémique) à 410,6 Mds de pesos colombiens (93,1 M€) en 2024.

Les films nationaux génèrent 1,2 million d'entrées, soit une forte hausse par rapport au faible niveau de 2023 (+84,4 %) mais toujours largement en-deçà de la moyenne 2017-2019 (-58,0 %). Leur part de marché s'établit à 2,4 % des entrées totales, contre 1,2 % en 2023 et 4,2 % en moyenne entre 2017 et 2019.

Les dix premiers films au box-office colombien en termes d'entrées sont des productions américaines ou britanniques, avec aux premières places *Vice-versa 2* (7,0 millions d'entrées), *Deadpool & Wolverine* (3,4 millions) et *Moi, moche et méchant 4* (2,7 millions).

Le cinéma au Mexique

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	140	162	176	186	216	111	259	258	234	240
écrans	5 977	6 225	6 633	7 024	7 493	7 494	7 361	7 410	7 835	7 470
entrées (millions)	296	331	348	332	350	65	114	182	233	217
indice de fréquentation ²	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8	0,5	0,9	1,4	1,7	1,6
recettes (M\$)	869	817	882	874	989	172	370	596	879	736
part du film national (%) ³	5,3	8,9	6,1	8,3	9,9	11,8	4,0	3,5	5,0	4,3
part du film américain (%) ³	84	87	88	87	86	80	91	88	89	nd
part du film européen (%) ³	8	2	4	3	2	3	3	4	2	nd
part du film français (%) ³	3,3	0,7	1,5	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	0,5	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.

Mexique : 217 millions d'entrées en 2024, en baisse de 6,8 %

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines recule de 6,8 % sur un an et s'établit à 217 millions d'entrées en 2024. Le nombre d'entrées dans les salles mexicaines reste en recul de 36,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les recettes, elles, diminuent légèrement sur un an (-1,4 %) et s'élèvent à 15,4 Mds de pesos, soit 736 M\$ (777 M€) en 2024, inférieures de 12,2 % au niveau moyen enregistré entre 2017 et 2019. 693 films sont sortis sur les écrans mexicains en 2024, soit 32 films de plus qu'en 2023, dont 34,3 % de films américains (32,1 % en 2023). Les 145 films nationaux sortis en 2024 (162 en 2023 et 101 en 2019) ont généré 9,4 millions d'entrées, soit une baisse de 19,7 % sur un an, pour une part de marché qui demeure faible, à 4,3 % (5,0 % en 2023 et 9,9 % en 2019).

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions américaines ou britanniques. Le classement est dominé par *Vice-versa 2* (25,7 millions d'entrées), devant *Moi, moche et méchant 4* (11,7 millions) et *Deadpool & Wolverine* (10,8 millions). En 2024, deux films locaux (*El candidato honesto*, 34^e toutes nationalités confondues, et *El Roomie*, 40^e) dépassent le million d'entrées (quatre en 2023, un seul en 2021 et 2022).

Asie

Chine : des recettes en fort recul de 23 % pour 1,0 milliard d'entrées en 2024

En 2024, les recettes du box-office chinois ont atteint 42,5 Md¥ en 2024, soit 5,9 Md\$ (5,5 Md€). Le box-office baisse de 22,6 % par rapport à l'année précédente (-33,9 % par rapport à 2019). Sur l'année, la fréquentation s'élève à 1,0 milliard d'entrées (1,3 milliard en 2023), soit un indice de fréquentation de 0,7 entrée par habitant, contre une moyenne de 1,2 entre 2017 et 2019. La fréquentation des cinémas chinois enregistre ainsi un retrait important par rapport à 2019 (-42,2 %).

En 2024, la part de marché des films locaux recule de 5,1 points mais reste très élevée, à 78,7 % des recettes (83,8 % en 2023), et à un niveau nettement supérieur à la période d'avant crise (autour de 60 % entre 2017 et 2019). Les premiers films au box-office chinois pour l'année 2024 sont tous des films locaux. Les trois premiers titres, *Yolo*, *Pegasus 2* et *Successor*, dépassent la barre des 3 Md¥ (410 M\$). La tête du classement est complétée par *Article 20* (2,5 Md¥, 335 M\$) et *Boonie Bears: Time Twist* (2,0 Md¥, 273 M\$). Avec 956 M¥, soit 130 M\$, *Godzilla x Kong: le nouvel empire* (9^e au classement général) est le film importé ayant réalisé le chiffre d'affaires le plus important en Chine, suivi du film d'animation japonais *le Garçon et le Héron* et du film d'horreur *Alien: Romulus*. En 2024, 76 films étrangers sont sortis sur les écrans chinois. Fin 2024, le pays comptait 90 968 écrans, un chiffre en hausse de 30,4 % par rapport aux 69 787 écrans de 2019.

Le cinéma en Chine

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
longs métrages produits ¹	838	944	970	1 082	1 037	650	740	nd	nd	nd
écrans	31 627	41 179	50 776	60 079	69 787	75 581	82 248	77 302	86 300	90 968
entrées (millions)	1 260	1 370	1 620	1 720	1 730	548	1 170	712	1 300	1 000
indice de fréquentation ²	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2	0,4	0,8	0,5	0,9	0,7
recettes (Md\$)	6,8	6,6	8,6	8,9	9,2	3,1	7,4	4,4	7,7	5,9
part du film national (%) ³	61,6	58,3	53,8	62,2	64,1	83,7	84,5	85,0	83,8	78,7
part du film américain (%) ³	nd	38,4	41,7	32,0	30,0	12,3	11,4	12,1	12,2	nd
part du film français (%) ⁴	1,2	0,1	0,8	0,1	0,1	0,1	0,2	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 : 123 millions d'entrées en 2024 (-1,6 %), loin des niveaux d'avant crise

Selon le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma sud-coréennes recule de 1,6 % à 123,1 millions en 2024. L'industrie peine à retrouver ses niveaux pré-pandémiques et la fréquentation reste en recul de 45,7 % par rapport à 2019. L'indice de fréquentation, traditionnellement élevé dans le pays, est stable sur un an, à 2,4 entrées par habitant, néanmoins à un niveau nettement inférieur à l'avant crise (4,4 entrées par habitant en 2019). En 2024, les recettes du box-office sud-coréen diminuent de 5,3 %, à 1 190 milliards de wons (806,6 M€). En 2024, la part de marché des films locaux s'élève à 58,1 %, en hausse par rapport à 2023 (48,5 %) et 2019 (51,0 %). Comme en 2023, seuls deux films dépassent les 10 millions d'entrées en Corée du Sud, seuil pourtant régulièrement franchi par les superproductions dans le pays avant crise. Il s'agit des films locaux *Exhuma* et *The Roundup: Punishment*, qui enregistrent respectivement 11,9 millions et 11,5 millions d'entrées. Au total, sept des dix premiers films au box-office sont des productions locales, contre quatre films en 2023. Premier film étranger au box-office, le film d'animation *Vice-versa 2* atteint la 3^e place avec 8,8 millions d'entrées. Les recettes générées

par les films étrangers en Corée du Sud ont diminué de 24 % sur un an à 503,6 milliards de wons (341,3 M€). Seuls deux autres films étrangers dépassent les 3 millions d'entrées : *Wonka* (3,5 millions d'entrées, 6^e) et *Vaiana 2* (3,4 millions d'entrées, 7^e). Le prix moyen du billet diminue de 3,8 % par rapport à 2023, à 9 702 wons (6,6 €), passant sous la barre des 10 000 wons pour la première fois en trois ans, en raison de nombreuses promotions et de la moindre performance des projections premium.

Hong Kong : des recettes en baisse de 6,2 %

D'après les données publiées par Hong Kong Box Office Ltd., les recettes du box-office de Hong Kong s'élèvent à 1,3 Md\$HK (154,0 M€) en 2024, soit 6,2 % de moins qu'en 2023, au niveau le plus bas de la décennie, hors pandémie. Deux films locaux, *Twilight Of The Warriors: Walled In* (108,4 \$HK, 13,9 M\$) et *The Last Dance* (142,3 \$HK, 18,3 M\$), arrivent en tête du classement et deviennent les deuxième et troisième films locaux de l'histoire à dépasser la barre des 100 \$HK. Le film d'animation *Vice-versa 2* vient compléter le podium avec 84,5 \$HK (10,9 M\$).

Inde : 857 millions d'entrées en 2024, en baisse de 4,8 %

Selon le rapport EY-FICCI, en 2024, la fréquentation des cinémas indiens recule de 4,8 % par rapport à 2023 à 857 millions d'entrées. Après avoir enregistré un record de 120 milliards de roupies en 2023 (1,4 Md€), le box-office en Inde diminue de 5 % à 114 milliards de roupies (1,3 Md€) malgré une hausse du prix du billet de 3,1 % sur un an à 134 roupies (1,5 €). Le nombre d'écrans de cinéma dans le pays s'élève à 9 927, en hausse de 2 % sur un an.

En 2024, les dix premiers films au box-office indien sont des films locaux. Le thriller *Pushpa 2: The Rule* occupe la première place avec 154,6 M€ de recettes, suivi du film de science-fiction *Kalki 2898 AD* (86,1 M€) et de la comédie *Stree 2* (77,3 M€). Sur l'année, les films issus des Etats d'Inde du Sud dominant avec une part de marché de 48 % (+6 points sur un an) et devancent ainsi les films en hindi (de Bollywood) dont la part baisse de 4 points à 44 %. Les films hollywoodiens enregistrent quant à eux une part de marché de 8 % (-1 point sur un an).

Japon : recul des entrées à 144,4 millions en 2024 (-7,1 %)

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, les entrées des salles japonaises diminuent de 7,1 % à 144,4 millions d'entrées en 2024, et de 19,5 % par rapport à la moyenne enregistrée entre 2017 et 2019. Les recettes diminuent de 6,5 % sur un an à 207,0 Md¥, soit 1,4 Md\$ (1,3 Md€). En 2024, le prix moyen de la place s'établit à 1 433 ¥ (8,7 €, +0,6 %). Le nombre de films distribués au Japon s'élève à 1 190 films, soit un recul de 3,4 % par rapport à 2023. Plus de la moitié de ces films sont des films locaux (57,6 %).

Les films japonais génèrent 155,8 Md¥ (995 M€) de recettes en 2024 (+5,1 % par rapport à 2023), soit une part de marché très élevée de 75,3 %, en forte hausse par rapport à 2023 (66,9 %, soit +8,4 points) et par rapport à 2019 (54,4 %, +20,9 points), à un niveau record hors années de crise sanitaire (76,3 % en 2020 et 79,3 % en 2021). À 51,2 Md¥ (312 M€), les recettes engendrées par

les films étrangers recule fortement par rapport à 2023 (-30,2 %). Les trois premiers films au box-office 2024 sont des productions locales, avec, en premier, *Détective Conan : l'étoile à un million de dollars* (96,4 M€), suivi de *Haikyū!! : la guerre des poubelles* (71,0 M€) et *Kingdom 4 : le retour du grand général* (49,0 M€).

En 2024, le Japon compte 3 675 écrans, soit 22 de moins qu'en 2023.

Le cinéma au Japon

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
films distribués	1 136	1 149	1 187	1 192	1 278	1 017	959	1 143	1 232	1 190
écrans	3 437	3 472	3 525	3 561	3 583	3 616	3 648	3 634	3 653	3 675
entrées (millions)	166,6	180,2	174,5	169,2	194,9	106,1	114,8	152,0	155,5	144,4
indice de fréquentation ¹	1,3	1,4	1,4	1,3	1,5	0,8	0,9	1,2	1,2	1,2
recettes (Md\$)	1,8	2,2	2,0	2,0	2,4	1,3	1,5	1,6	1,6	1,4
prix moyen de la place (\$)	10,76	12,04	11,68	11,91	12,30	12,65	12,84	10,70	10,13	9,95
part du film national (%) ²	55,4	63,1	54,9	54,8	54,4	76,3	79,3	68,8	66,9	75,3
part du film français (%) ³	1,4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,7	nd

¹L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

²En termes de recettes.

³En termes d'entrées.

Source : Motion Picture Producers Association of Japan, Unifrance.

Océanie

Australie : une fréquentation en recul de 4,6 % à 55,4 millions d'entrées

Selon les chiffres communiqués par Screen Australia, les recettes générées par les salles de cinéma australiennes reculent de 3,4 % sur un an et s'établissent à 951,2 M\$A en 2024 (580,1 M€). Le prix moyen de la place est en légère hausse de 1,8 % et atteint 17,26 \$A (10,53 €). La fréquentation recule de 4,6 %, à 55,4 entrées, en retrait de 36,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

804 nouveaux films sont sortis sur les écrans australiens en 2024, en hausse de 8,2 % par rapport à 2023 et à un niveau supérieur à celui de 2019 (+6,6 %), dont 84 films australiens (86 en 2023). Les films australiens représentent 3,8 % des recettes enregistrées sur l'année, soit +1,8 point par rapport à 2023. La première place du box-office est occupée par *Deadpool & Wolverine* avec 67,8 M\$A (41,3 M€), suivi par *Vice-versa 2* (55,5 M\$A, 33,8 M€) et *Moi, moche et méchant 4* (43,2 M\$A, 26,3 M€). Le premier film australien au box-office 2024, *Furiosa : une saga Mad Max*, se classe 27e avec 10,2 M\$A (6,2 M€) de recettes.

Le parc de salles de cinéma australien compte 2 244 écrans en 2024 (2 272 en 2023 et 2 310 en 2019). 456 établissements sont actifs en 2024, soit un chiffre en légère baisse par rapport à 2023 (-4 établissements) mais en net recul par rapport à 2019 (-68).



chapitre sept

ACTION PUBLIQUE

7.1

Les financements publics

En 2024: **758,7 M€** de soutiens du CNC
dont:



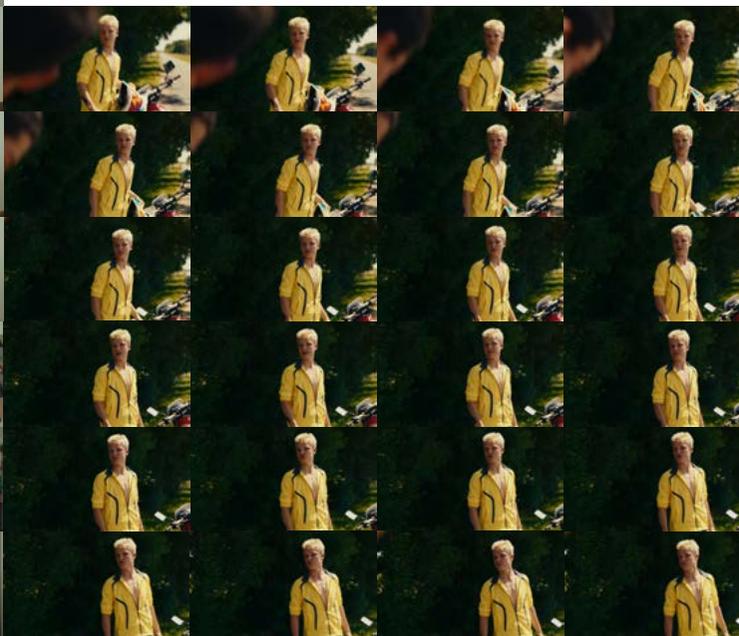
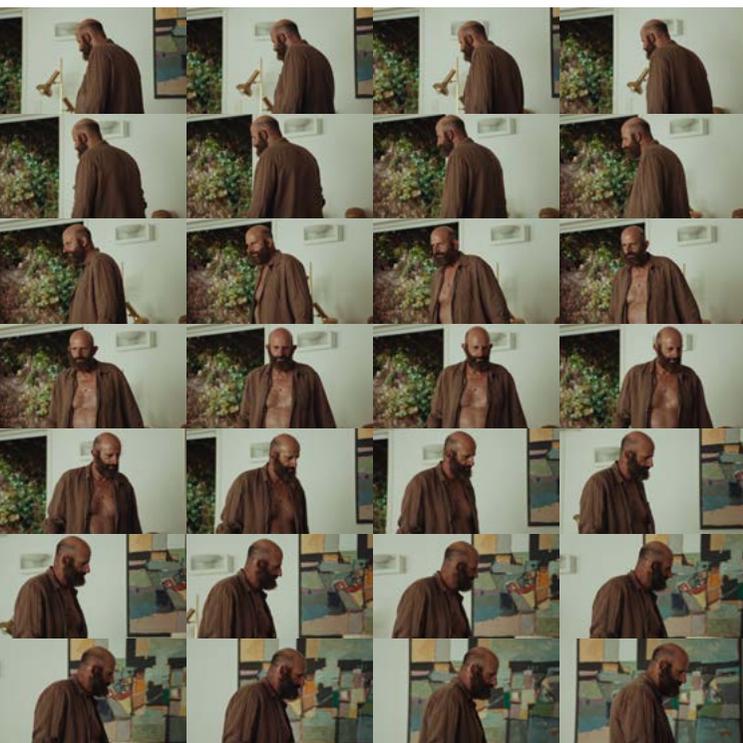
314,5 M€
pour le cinéma



285,5 M€
pour l'audiovisuel



158,7 M€
pour les dispositifs
transversaux



758,7 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée en 2024

La politique publique portée par le CNC repose sur deux axes majeurs : sur le plan économique, accompagner l'industrie du secteur, et sur le plan artistique, encourager la diversité et l'originalité de la création française et européenne, soutenir la prise de risque créative, et faciliter l'accès du plus grand nombre aux œuvres sur tout le territoire.

Ses principales missions consistent à soutenir directement la création et la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles diverses et de qualité, à promouvoir et diffuser les œuvres françaises, y compris de patrimoine, auprès du plus large public, tant en France qu'à l'international, et à encourager l'innovation afin de faciliter l'appropriation des technologies numériques par les professionnels français pour renforcer la compétitivité nationale et attirer les tournages étrangers. Le CNC intervient également en faveur de la conservation et de la restauration des œuvres patrimoniales, ainsi que de la formation des étudiants et des professionnels. Son engagement inclut aussi depuis plusieurs années des objectifs sociaux et environnementaux, notamment la lutte contre les violences et harcèlements sexistes et sexuels, la promotion de la parité, l'insertion des personnes en situation de handicap dans les métiers du cinéma et de l'image animée, ainsi que la transition écologique du secteur à travers son Plan Action !.

Pour mener à bien ces missions, le CNC s'appuie sur le fonds de soutien au cinéma et à l'image animée, financé presque exclusivement par des taxes affectées. En 2024, ces ressources ont permis d'allouer un soutien financier total de 758,7 M€.

Le fonds de soutien du CNC

Produit net des recettes affectées au fonds de soutien : 814 M€ en 2024

L'exécution du fonds de soutien 2024 du CNC reflète la vitalité des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée soutenus par le Centre. Celle-ci se manifeste tant au niveau de ses recettes – avec la consolidation du produit de la taxe sur la vidéo en ligne et de la taxe sur les services de télévision –, que de ses dépenses, portées par le bon niveau de la fréquentation en salles et le dynamisme des soutiens sélectifs, gage de la diversité et de la qualité des projets soumis aux commissions d'examen des demandes d'aides.

Le fonds de soutien est financé par trois taxes affectées : 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). Des recettes diverses (composées essentiellement des sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par l'Arcom), d'un montant plus modeste, complètent ces financements. En 2024, le produit net des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 814,0 M€, en progression de 42,0 M€ par rapport à 2023, principalement en raison de la forte plus-value de TST enregistrée au printemps 2024.

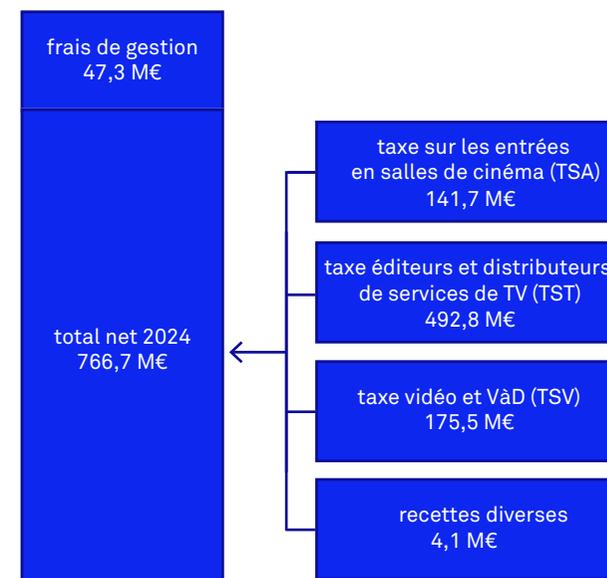
Le produit de la taxe sur les entrées en salles de cinéma s'établit à 141,7 M€, soit une diminution de 4,9 M€ par rapport à 2023 et une moins-value de 11,2 M€ par rapport au budget initial 2024, construit sur une hypothèse de 195 millions d'entrées, rendue caduque par la persistance d'une offre de films américains en repli, alors que la fréquentation 2024 s'élève à 181,5 millions d'entrées.

La taxe sur les services de télévision s'élève à 492,8 M€. La taxe sur les éditeurs de services de télévision (TST-E) représente 261,4 M€, soit un montant quasiment égal à la prévision initiale (+2,8 M€, soit +1,1 %). La taxe sur les distributeurs de services de télévision (TST-D) s'élève à 231,3 M€ en 2024. Elle est marquée par une forte plus-value (+25,9 M€ par rapport au budget initial 2024), qui s'explique notamment par la surperformance du marché en 2023 s'agissant des opérateurs télécoms (hausse tarifaires sur le segment fixe, stabilité sur le segment mobile) et à une déclaration de TST par un opérateur de télévision payante dont le niveau n'avait pas été anticipé.

Le produit de la taxe sur les services vidéo (TSV) est consolidé en 2024 à un peu plus de 175 M€, soit un montant en léger recul par rapport à l'année 2023, marquée par la régularisation de la TSV due au titre des exercices 2020 à 2023 par un réseau social diffuseur de vidéo. Au-delà de cet effet de base, la collecte 2024 profite du dynamisme du marché de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) en 2024 (+13,4 % par rapport à 2023), porté par les évolutions du marché, avec notamment la généralisation des offres avec publicité, plébiscitées par les utilisateurs, la lutte contre le partage des comptes, une segmentation plus fine des offres (hausse des tarifs des offres premium, niveaux d'abonnements différenciés) et le développement des offres groupées (bundles).

Net des frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 766,7 M€ en 2024.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC

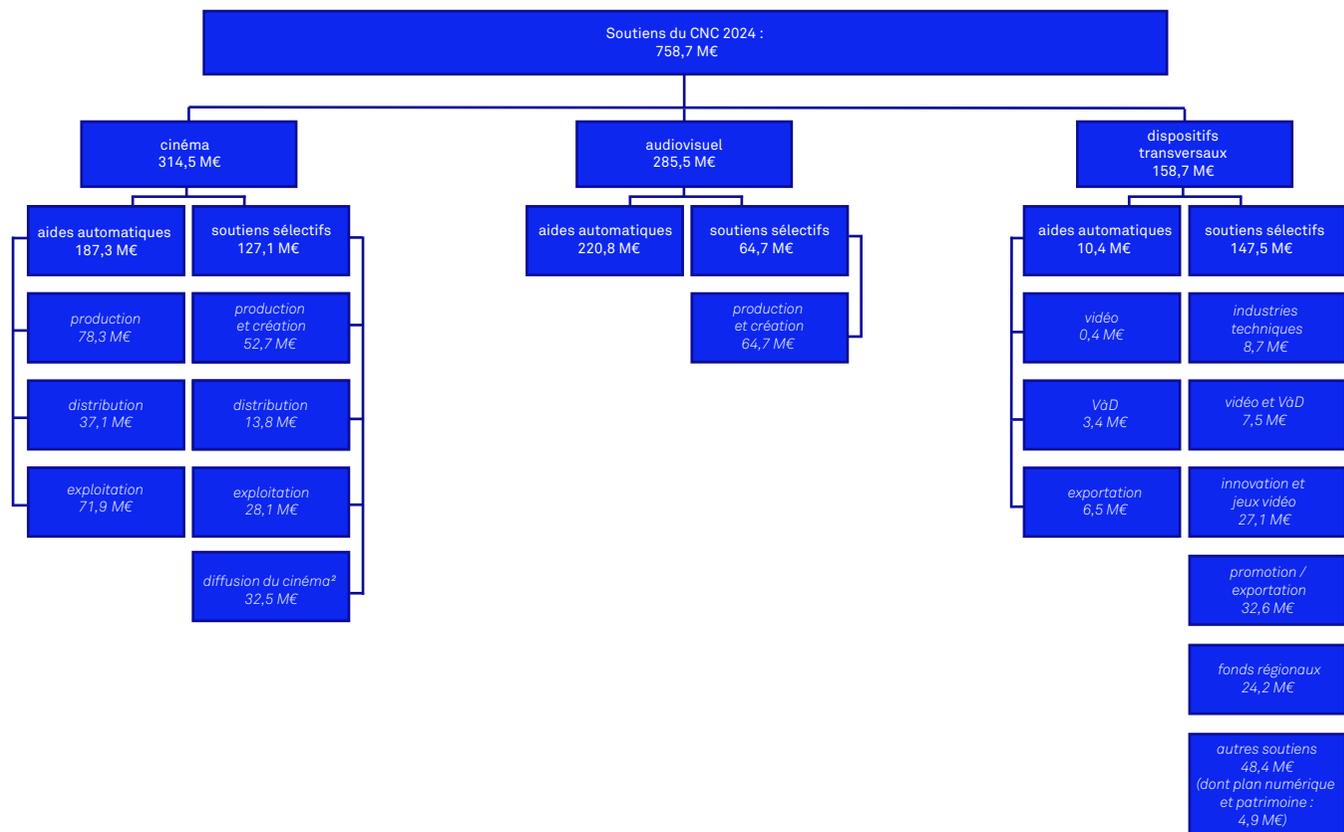


Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production, à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation aux images. Il a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur 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.

En 2024, le montant des soutiens s'élève à 758,7 M€. Les générations de soutien automatique représentent 418,4 M€, soit un montant stable par rapport à 2023 du fait de la consolidation de la fréquentation des salles à 181,5 millions d'entrées, et les soutiens sélectifs s'établissent à 340,2 M€, en progression sous l'effet du décalage de certaines dépenses de 2023 vers 2024 du fait du changement de logiciel budgétaire et comptable du CNC intervenu au début de l'année 2024, du renforcement des aides à la diffusion, d'une dotation exceptionnelle versée à l'IFCIC visant à sécuriser son fonds de garantie et, plus généralement, de la qualité des dossiers présentés devant les commissions d'aides sélectives.

Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 57,2 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, ces aides étant couvertes par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

Soutiens du CNC à périmètre « traditionnel »¹



¹ Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2024 ; soutiens automatiques : droits générés en 2024.

² Les aides à la diffusion du cinéma comprennent principalement les subventions aux Cinémathèques et les dispositifs d'éducation à l'image.

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 2024 un montant total de 57,2 M€. Dans le détail :

- avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 47,2 M€
- avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 10,1 M€

En effet, 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.

L'ensemble des soutiens s'élève à 758,7 M€ dont 418,4 M€ de soutien automatique (55,2 % des aides) et 340,2 M€ de soutiens sélectifs (44,8 %)

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2024.

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 2024
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,1 M€ pour 25 aides à l'écriture et 16 aides à la réécriture, et 1,1 M€ pour 115 aides à la conception
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	2,3 M€ pour 103 projets aidés présentés par 95 sociétés

Associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherches et d'Essais Cinématographiques (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, Scénaristes de Cinéma Associés (SCA), La Scénaristerie, La Fédération des Associations des Métiers du scénario, L'Amapa, Le RECA, Eurodoc, la Cité internationale des arts, la NEF Animation, le C.L.O.S, Docmonde, Trégor, le CECI au Moulin d'Andé, La Résidence des écritures francophones de La Rochelle.
Le CNC finance également le programme Caméra libre ! (résidence d'écriture de long métrage pour des cinéastes persécutés dans leur pays), en partenariat avec la Cité internationale des Arts à Paris.

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	64,0 M€ mobilisés soit 12,0 M€ d'aide à la préparation ¹ et 52,0 M€ d'investissements en production ¹ dont 1,1 M€ pour le court métrage (71 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	52 conventions avant réalisation pour 22,1 M€ et 26 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	1 convention pour 500 K€
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	520 K€ pour 70 aides
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 12 projets en production aidés pour 1,5 M€ (côté CNC) et 3 projets d'initiative française en développement pour un montant de 100 K€ - aide franco-italienne : 6 projets en production aidés pour 387,5 K€ et 4 projets d'initiative française en développement pour 112,5 K€ - Bonus DEENTAL sur l'aide aux cinémas du monde attribué à 1 projet documentaire pour un montant de 70 K€ - Bonus DEENTAL sur le Fonds pour la jeune création francophone attribué à 4 projets (2 fictions, 1 animation, 1 documentaire) pour un montant total de 190 K€
aide au tournage dans les DROM – 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 DROM	9 projets aidés (3 longs métrages et 6 courts métrages) pour un montant total de 320 K€
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	4,0 M€ pour 63 projets (dont 20 non encore chiffrés) : 43 projets soutenus avant réalisation (37 fictions, 6 documentaires) et 20 projets soutenus après réalisation (15 fictions, 4 documentaires et 1 film d'animation)

¹ montant hors majorations du soutien investi.

Les aides à la diffusion

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 2024
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	58 sociétés de distribution ont mobilisé 32,3 M€ sur 204 films. En 2024, 121 films d'initiative française ont bénéficié des bonus pour un montant total alloué de 5,1 M€ : 82 ont bénéficié du bonus de 50 % et 39 films 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	34 sociétés de distribution représentant 124 films ont bénéficié de la contribution CNC (relative à des films sortis en 2023) pour un total de 2,8 M€
aide aux films inédits (1 ^{er} collège)	distributeurs de films inédits en salles <u>3 procédures :</u> - 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	10,0 M€ pour 272 films et 24 aides à la structure
aide aux films de répertoire (2 ^e collège)	distributeurs de films de patrimoine <u>2 procédures :</u> - 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	879 K€ pour 35 films, 1 programme de courts métrages, 16 rétrospectives et 9 aides à la structure
aide aux films « jeune public » (3 ^e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public en salles (films inédits et reprises)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en salles en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	240 K€ pour 20 films

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
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	70,6 M€ mobilisés dont 47,1 M€ sous forme d'avances 862 dossiers concernant l'enregistrement de 80,5 M€ de nouveaux travaux
aide à la création et à la modernisation de salles	exploitants de salles de cinéma	favoriser l'équipement des zones insuffisamment desservies	7,6 M€ pour 28 projets (27 établissements fixes et 1 circuit itinérant, tous situés en métropole)
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	18,9 M€ pour 1 300 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 43 établissements (31 salles parisiennes et 12 salles en régions)
aide au développement de l'emploi dans le secteur de l'exploitation cinématographique itinérante	exploitants de salles de cinéma itinérant	accompagner le maintien ou la création d'emplois afin d'amplifier l'activité des structures exploitant des circuits itinérants	0,9 M€ pour 17 circuits itinérants

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), Rêve de cinéma, Cinéma pour tous 2024, Les amis du cinéma du réel, Cinésens, Culture relax, Association Cote Ouest, Festival international du film d'histoire, Positive, Retour d'image 2024, Société des réalisateurs de films, Association OFF, Cinéma d'aujourd'hui, Plan séquence, Rencontres cinématographiques d'Aix, Retour d'image, Scénario au long court.

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), l'AST PariScience, Sauve qui peut le court métrage, Festival international du grand reportage d'actualité (FIGRA).

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques (aide avant réalisation, aide après réalisation, aide au programme, aide sélective audiovisuelle), 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, aide aux effets visuels numériques et aides du fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DROM – Saint-Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides au développement et à la production de films de court métrage au CNC s'élève à 15,4 M€ en 2024. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation) est de 813 films en 2024.

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
bourse de résidence (aide avant réalisation pour les premiers films)	auteurs de premiers films	accompagnement de l'auteur sur le projet de court métrage, soutien financier à l'auteur, professionnalisation de l'auteur et mise en réseau	52 K€ pour 16 résidences
aide à la réécriture (aide avant réalisation pour les premiers films)	producteurs	accompagnement (tutorat de la commission) et soutien du duo producteur-auteur sur un premier film via une bourse à la réécriture	42 K€ pour 21 films
aide avant réalisation à la production de courts métrages	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,7 M€ pour 53 films
aide au programme de production de courts métrages – développement et production	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,5 M€ pour 39 entreprises (aide au programme de production) et 6 entreprises (aide au programme de développement)
aide sélective à la production d'œuvres audiovisuelles de courte durée	producteurs	compléter le financement des projets préachetés par des chaînes de télévision et des services numériques	1,0 M€ pour 47 projets
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	340 K€ pour 51 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	100 K€ pour 53 projets

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 1^{er} janvier 2017. Ce dispositif 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.

Le soutien généré repose sur les entrées en salles à l'étranger, la circulation en festival, qui confère une dimension plus qualitative, et la disponibilité en ligne sur les services de vidéo à la demande par abonnement.

Le patrimoine cinématographique

Le CNC a la 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 2024, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 800 K€. Le laboratoire a mis en œuvre la reconstruction de plusieurs films : les courts métrages d'Abel Gance composant le *Magirama* (3), *l'Abyssinie au temps de Ménélik* (1909) et la restauration de 3 courts pour les Olympiades culturelles.

Dans le cadre des marchés de sous-traitance, 18 films ont été restaurés dont 6 courts de Paul Carpita et *Caméra Arabe* de Férid Boughedir, 8 titres de son magnétique ont

Les aides à la promotion à l'international

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques	agents de vente à l'international	favoriser la diffusion des œuvres françaises dans les salles étrangères	6,5 M€ pour 60 sociétés

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 et des programmes audiovisuels français à l'étranger.

été numérisés et restaurés et 65 boîtes de son magnétiques ont été sauvegardées.

Par ailleurs, 241 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et sur les postes multimédia (PCM) partagés avec l'INA. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont effectivement accessibles dans 56 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région. Les collections se sont également enrichies. En 2024, 5 712 boîtes ont été réceptionnées au titre de dépôts volontaires ou de dons et acquisitions. Au titre du dépôt légal, 420 films ont été déposés et contrôlés via Délia, la plateforme de collecte dématérialisée commune au CNC et à la BnF. Pour la quatrième année consécutive depuis la création du dispositif en 1977, aucune copie argentique n'a été déposée.

Les espaces de consultation des collections sur le site du CNC, à Bois d'Arcy et sur l'antenne à la BnF ont accueilli autour de 120 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 : en 2024, 500 demandes ont été traitées 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 les institutions cinématographiques patrimoniales (la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse, la Cinémathèque de Grenoble, l'Institut Jean Vigo) a été enrichie et, cette année, des opérations de dédoublement ont été menées tant sur les œuvres (907) que sur les personnalités (430) à la suite de la fusion des bases Lise et Cinéressources.

Au titre de la médiation du patrimoine, 161 séances ont été organisées auprès des publics éloignés de l'offre culturelle : 71 dans des établissements pénitentiaires, 65 auprès des seniors, 25 auprès des quartiers prioritaires de la politique de la Ville.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
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 ^e 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	2,4 M€ pour 85 films

En 2024, le CNC a poursuivi 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.
Depuis 2012, le CNC a soutenu plus de 1 500 films pour une enveloppe globale de 78 M€.

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 2024
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	- auteurs - entreprises de production	- renouveler la création audiovisuelle - soutenir et accompagner les professionnels émergents et confirmés - faire émerger de nouveaux modèles (notamment sériels), diversifier les formats, genres et publics, pour la télévision et les services de médias audiovisuels à la demande, d'ambition nationale ou internationale	<u>aides au concept et à l'écriture avec ou sans collaborateur</u> : - 59 projets de fiction (concept, écriture), dont 13 bénéficiaires de la nouvelle aide « écriture avec collaborateur » pour 1,0 M€ - 36 projets d'animation (concept, écriture), dont 2 projets bénéficiaires de la nouvelle aide au concept littéraire et 3 projets bénéficiaires de la nouvelle aide à l'écriture avec collaborateur, pour 425 K€ <u>aide au développement /pilote</u> : - 21 projets de fiction pour 630 K€ - 37 projets d'animation pour 981 K€ <u>aide à la création de séries</u> : 5 projets de fiction pour 200 K€ <u>aide à la co-écriture de coproductions internationales (séries de fiction)</u> : 8 projets de séries pour 400 K€
aides à l'élaboration et au développement de séries documentaires	- auteurs - entreprises de production	- accompagner le renouvellement et la diversification éditoriale du documentaire sur le format sériel - permettre la prise d'initiative par les auteurs sur un format aujourd'hui majoritairement initié par des producteurs - favoriser la montée en compétence des documentaristes - encourager la diversification des acteurs de la série documentaire - accompagner la filière dans le développement et la préservation de propriétés intellectuelles variées et compétitives à l'international	<u>aide à l'écriture de séries documentaires</u> : - 16 projets soutenus pour un total de 240 K€ <u>aide au développement prospectif de séries documentaires</u> : - 3 projets soutenus pour un total de 90 K€
aides à la préparation	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de récréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	13,8 M€ pour 507 projets : 160 projets de fiction (4,3 M€), 259 projets documentaires (2,8 M€), 86 projets d'animation (6,7 M€) et 2 projets de spectacle vivant (28 K€)

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, Série Séries, Canneséries Unlimited, Fipadoc, Doc Services (ex. 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), résidences DEENTAL
formations initiales et continues financées par le CNC (cinéma et audiovisuel) : la CinéFabrique, le Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle, la Fémis

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,6 M€ pour 519 programmes et 41 sociétés

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 2024
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	176,9 M€ ¹ dont 57,9 M€ pour la fiction, 60,8 M€ pour le documentaire, 31,4 M€ pour l'animation et 26,8 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	13,4 M€ ¹ dont 5,4 M€ pour la fiction, 5,1 M€ pour le documentaire, 1,5 M€ pour l'animation et 1,4 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	<ul style="list-style-type: none"> - 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	25,8 M€ ¹ dont 12,3 M€ pour la fiction, 5,8 M€ pour le documentaire, 4,1 M€ pour l'animation, 1,6 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 2,0 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	76 vidéomusiques pour un montant total de 2,3 M€
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	aide franco-italienne : aucun projet de séries aidé

¹ Hors complément.

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 à 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 (aides à l'écriture et au développement) à l'exploitation des œuvres (aides à la distribution ou à l'édition vidéo). Depuis sa création, le fonds Images de la diversité a soutenu plus de 2 300 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour 47 M€.

Cinq commissions se sont tenues en 2024 permettant l'examen de 387 demandes et le soutien de 90 projets ou œuvres, totalisant plus de 1,8 M€.

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création a été pensé comme un lieu de recherche et d'expérimentation pour des documentaires de création destinés tant au cinéma qu'à la télévision. La vocation du fonds est de renouveler la création documentaire en accompagnant l'écriture et le développement de projets à fort parti pris artistique, d'univers singuliers, parfois hybrides. Il s'agit de soutenir la prise de risque des auteurs et producteurs sur des projets nécessitant un développement long et complexe ou portés par des auteurs émergents.

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
aide à l'écriture et au développement	- auteurs - producteurs	aider dès l'ébauche du projet pour permettre de trouver un producteur	- aide à l'écriture : 56 projets documentaires pour un montant forfaitaire de 10 K€ par projet soit 560 K€ au total - aide au développement : 53 projets documentaires pour un montant moyen de 18,3 K€, soit 970 K€ au total
aide au développement renforcé	producteurs	permettre aux œuvres particulièrement créatives et ambitieuses le financement d'un premier tournage et d'un pré-montage afin d'aller convaincre des diffuseurs, distributeurs et autres partenaires financiers	35 aides au développement renforcé pour un montant moyen de 47,7 K€, soit une enveloppe totale de 1,7 M€

Les premiers films représentent 30 % des films aidés. Entre autres exemples pour 2024, *Apprendre* de Claire Simon a été sélectionné en séances spéciales du Festival de Cannes, ou encore *Château Rouge* d'Hélène Milano a été retenu dans la section parallèle de l'ACID. Le premier film de Louis Hanquet, *Un pasteur*, a, quant à lui, obtenu le Grand Prix National du FIPADOC tandis que *Direct Action* de Guillaume Cailleau et Ben Russel a reçu la mention spéciale du meilleur documentaire de la Berlinale ainsi que le Grand Prix du Cinéma du Réel. À l'exception d'*Un pasteur* (diffusion France Télévisions), ces documentaires ont connu une sortie nationale dans les salles de cinéma en 2024.

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 à la création immersive, qui a remplacé le DICRéAM et le fonds d'aide aux expériences numériques, soutient les œuvres audiovisuelles numériques dans le domaine de la réalité virtuelle, réalité augmentée et, plus généralement, de tout dispositif « immersif », c'est-à-dire mettant le spectateur au cœur de l'œuvre grâce à un dispositif (casque par exemple) ou une mise en scène.

Les aides au jeu vidéo et à la création immersive

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
fonds d'aide au jeu vidéo	- auteurs - studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	6,5 M€ pour 122 projets dont 418 K€ pour 42 projets en écriture, 3,0 M€ pour 39 projets en pré-production, 2,6 M€ pour 24 aides à la production, 451 K€ pour 17 manifestations professionnelles
fonds d'aide à la création immersive	- auteurs - producteurs	- favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs - stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	3,3 M€ pour 101 projets : 27 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (277 K€), 36 bénéficiaires d'une aide à la pré-production (1,5 M€), 21 bénéficiaires d'une aide à la production (1,0 M€), 4 bénéficiaires d'une aide au portage (144 K€) et 13 bénéficiaires d'une aide aux manifestations (391 K€)

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 vidéographique. 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.

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 vidéo à la demande)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans, des courts métrages aidés par le CNC ou des films français de patrimoine	financer l'achat de droits d'exploitation vidéographiques et les frais d'édition vidéo de films français récents et de patrimoine	1,0 M€ pour 54 dossiers de mobilisation
aides sélectives à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	favoriser la diffusion des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de nouveauté et de patrimoine, encourager le travail éditorial et tenir compte des conditions économiques de leur diffusion	4,1 M€ pour un total de 749 projets : - 1,3 M€ pour 212 projets unitaires, - 2,9 M€ pour 35 programmes éditoriaux soit 537 projets
aide automatique à la vidéo à la demande (VàD)	éditeurs de services 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	3,0 M€ mobilisés par 8 éditeurs de services de médias 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	2,5 M€ pour 30 projets (1 439 œuvres cinématographiques et 1 407 heures d'œuvres audiovisuelles) au titre des aides au programme éditorial VàD dont 8 titulaires de droits VàD et 16 éditeurs de services de médias à la demande

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

En complément des autres aides du CNC, les aides aux VFX et aux techniques d'animation ont vocation à distinguer l'excellence visuelle des œuvres produites au moyen des technologies numériques de fabrication de l'image afin de promouvoir le savoir-faire des studios de VFX et d'animation français sur le territoire national mais également à l'international.

• le soutien aux entreprises

En mars 2023, les aides aux industries techniques (CIT) et à l'innovation (RIAM) ont été réformées et ont fait place à l'aide aux moyens techniques de production et de diffusion (AMT).

Composé de trois collèges spécialisés (tournage, production numérique, diffusion), le dispositif a vocation à soutenir des projets techniques qui concourent à la création, la fabrication, la production, la diffusion ou la conservation des œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou des jeux vidéo, ainsi que des opérations à caractère collectif à destination des professionnels des filières techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du jeu vidéo.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2024
aide sélective aux effets visuels numériques	entreprises de production déléguée	- promouvoir le recours ambitieux aux technologies numériques de traitement de l'image au sein des productions cinématographiques et audiovisuelles - distinguer les projets « vitrines » du savoir-faire européen à l'international - soutenir la montée en compétence des studios d'effets visuels	3,0 M€ d'aides sélectives pour 35 projets
aide automatique ou allocation directe aux effets visuels numériques	entreprises de production déléguée	- développer le recours aux outils numériques de fabrication - renforcer le tissu industriel des studios VFX - assurer la localisation en France d'une partie des travaux de traitement numérique	6,7 M€ d'allocations directes pour 39 projets + complément d'aide automatique ou allocation directe aux effets visuels numériques de 80 K€ pour 4 projets
aide sélective aux techniques d'animation	entreprises de production déléguée	- encourager l'exploration de techniques d'animation innovantes appliquées à des productions ambitieuses sur le plan visuel - permettre la relocalisation des productions d'animation ambitieuses - encourager l'internationalisation de la diffusion de ces productions	4,4 M€ d'aides sélectives pour 43 projets
aide aux moyens techniques de production et de diffusion	producteurs et prestataires 3 collèges : - collège Tournage - collège Production numérique - collège Diffusion	- assurer la consolidation industrielle de l'appareil de production - stimuler l'innovation au service de la fabrication et de la diffusion des œuvres - réduire l'empreinte carbone, à travers la mise à disposition de moyens de fabrication et de diffusion écoresponsables	<u>collège Tournage</u> : 1,7 M€ pour 21 projets <u>collège Production numérique</u> : 2,9 M€ pour 39 projets <u>collège Diffusion</u> : 1,2 M€ pour 22 projets

Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion, et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales, initiée en 1989, 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, de l'éducation à l'image, de la diffusion culturelle, de l'exploitation cinématographique et du patrimoine cinématographique.

Les conventions triennales 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 d'actions communes, 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, métropoles, agglomérations et communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions. Depuis 2017, le CNC accompagne financièrement les régions sur des soutiens complémentaires à la création et à la production, visant à accompagner les créateurs et à faire émerger de nouveaux talents (*Talents en court*, bourses de résidences). Il s'investit aussi, aux côtés des collectivités, dans des actions de renouvellement et de reconquête des publics (soutien à l'emploi de médiateurs, relance des ciné-clubs dans les lycées par les jeunes en service civique, actions de diffusion des œuvres soutenues par les collectivités). Enfin, il incite également les régions à impliquer leurs diffuseurs locaux dans la création (soutien aux œuvres financées par les chaînes de télévision locales).

Le nouveau cadre conventionnel établi en 2023, pour la période 2023-2025, a été l'occasion pour les partenaires de la politique territoriale de se fixer comme objectif de répondre aux enjeux soulevés ou amplifiés par la crise sanitaire et par l'accélération des transformations technologiques induisant des changements de comportement des publics. Trois enjeux prioritaires guident désormais cette politique :

- la reconquête du public, à la fois pour les salles de cinéma et pour les œuvres françaises, quel que soit leur canal de diffusion ;
- la formation, initiale et continue, des professionnels et futurs professionnels de la filière du cinéma et de l'image animée ;
- l'engagement du secteur du cinéma et de l'image animée dans une démarche de responsabilité sociétale et environnementale (RSE).

Aussi, afin de mieux articuler les politiques menées sur les territoires autour de ces enjeux, tout en valorisant les moyens mis en œuvre, ces conventions sont désormais construites autour de cinq axes :

- les dispositifs et actions permettant l'accompagnement de carrière des créateurs et l'émergence des talents, ainsi que les soutiens à la création et à la production d'œuvres diversifiées ;
- les moyens mis en œuvre pour structurer les filières et l'emploi, notamment afin de garantir l'attractivité des territoires ;
- les actions soutenues par les partenaires et les dispositifs cofinancés qui œuvrent à la reconquête des publics ;
- le renforcement de l'éducation aux images pour former les publics de demain, en valorisant à la fois toutes les actions déjà existantes et en s'ouvrant à toute expérimentation en la matière ;
- le patrimoine cinématographique soutenu par les collectivités, les DRAC et le CNC qui intervient sur une dizaine de cinémathèques régionales.

Les modalités d'intervention du CNC, au sein de cette politique, sont différentes suivant les actions. Le CNC définit avec les collectivités les enveloppes de crédit 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 € » pour la création financée par les télévisions locales et, enfin, du « 1 € pour 1 € » pour la création de postes de médiateurs. Le CNC limite son intervention financière à 2,0 M€ par an et par convention pour les soutiens à la production audiovisuelle et à la production de films de long métrage.

Les bureaux régionaux d'accueil des tournages bénéficient également d'une aide pendant les trois premières années de leur fonctionnement, tout comme les pôles régionaux d'éducation aux images sur la première année de leur création.

Enfin, en 2023, poursuivant l'objectif d'une meilleure visualisation des crédits consacrés au secteur de l'image animée, les partenaires ont également valorisé les actions qu'ils peuvent porter seuls comme la structuration de la filière dont il était important d'avoir une visibilité à la suite de l'appel à projets *France 2030 - La grande fabrique de l'image*. Une meilleure prise en compte des actions de diffusion, d'éducation aux images et d'accompagnement des professionnels a aussi été opérée par les partenaires.

En 2024, le montant des engagements inscrits dans les 17 conventions conclues, tous partenaires confondus, s'élève à 206,2 M€, en légère baisse par rapport à 2023 (-2,4 %) car certaines régions avaient, pour cette année-là seulement, inscrit, dans les conventions, des subventions en investissement dédiées à des projets France 2030 (pour rappel, les engagements 2023 affichaient une hausse de 21,6 % par rapport à 2022).

Engagements 2024 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 1/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE I - Soutien à la création pour favoriser l'émergence de talents				
I.I - Accompagner l'émergence des talents et la carrière des créateurs				
EMERGENCE	0,1	0,1	1,4	1,6
<i>dont Talents en court</i>	0,1	0,0	0,2	0,4
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	0,0	0,0	1,2	1,2
ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DE LA CREATION	1,9	0,4	3,0	5,3
<i>dont bourses de résidences</i>	0,4	0,1	0,9	1,4
<i>dont soutien aux résidences</i>	0,7	0,2	1,1	1,9
<i>dont parcours d'auteurs</i>	0,0	0,1	0,1	0,2
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	0,9	0,1	0,8	1,8
I.II - Soutenir la création et la production d'œuvres diversifiées dans les territoires				
ECRITURE ET DEVELOPPEMENT	1,2		6,0	7,2
NUMERIQUE	0,2	0,1	4,2	4,4
<i>dont œuvres immersives</i>	0,2	0,1	1,1	1,4
<i>dont jeu vidéo</i>			2,7	2,7
<i>dont œuvres destinées aux plateformes numériques gratuites (CNC Talent)</i>	0,0		0,3	0,3
PRODUCTION	19,8	0,0	63,0	82,8
PRODUCTION CINEMA	10,3	0,0	35,8	46,2
<i>dont court métrage</i>	2,4		5,7	8,1
<i>dont long métrage</i>	7,9		30,1	38,1
PRODUCTION AUDIOVISUELLE	9,2	0,0	25,9	35,1
<i>dont soutien direct</i>	8,7		21,6	30,3
<i>dont COM TV</i>	0,5		4,3	4,8
DISPOSITIFS SPECIFIQUES EN REGIONS (postprod, autre...)	0,3		1,3	1,6
TOTAL AXE I	23,2	0,5	77,5	101,3

Engagements 2024 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 2/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE II - Structurer les filières et l'emploi pour renforcer l'attractivité des territoires				
ACCUEIL DE TOURNAGES	0,1		3,5	3,6
DEVELOPPEMENT DES FILIERES LOCALES	2,3	2,4	12,0	16,7
<i>dont Structurer les filières et l'emploi pour renforcer l'attractivité des territoires</i>	0,4	2,4	8,1	10,9
<i>dont modernisation d'équipements adaptés (studios de tournage et de production numérique)</i>			0,2	0,2
<i>dont Soutien aux professionnels, actions de mise en réseau et de structuration de filières</i>	1,9	0,0	2,7	4,7
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	0,0		0,9	0,9
FORMATION PROFESSIONNELLE	1,4	0,4	7,4	9,1
TOTAL AXE II	3,7	2,8	22,9	29,4

III.I - Soutenir un parc de salles au plus près des publics				
SOUTENIR UN PARC MODERNE ET DIVERSIFIE MAILLANT LE TERRITOIRE	0,8	0,4	12,7	13,9
<i>dont soutien direct aux salles (modernisation, création ...)</i>		0,1	9,8	10,0
<i>dont soutien aux réseaux de salles</i>	0,8	0,1	1,5	2,4
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>		0,2	1,4	1,6
RECONQUERIR ET RENOUEVELER LES PUBLICS PAR LA MEDIATION	1,4	0,2	2,0	3,5
<i>dont soutien à l'emploi de médiateurs</i>	1,4	0,0	1,6	2,9
<i>dont actions de médiation portées par les services civiques dans les salles</i>			0,0	0,0
<i>dont autres actions de médiation dans les salles</i>	0,0	0,2	0,4	0,6
III.II - Soutenir les acteurs de la diffusion culturelle au plus près des publics				
LE MAILLAGE DU TERRITOIRE PAR LES ACTEURS DE LA DIFFUSION CULTURELLE	9,8	2,4	20,7	32,9
<i>dont soutien aux festivals</i>	7,6	0,8	16,2	24,5
<i>dont soutien à la diffusion des œuvres aidées</i>	0,5	0,0	1,5	2,0
<i>dont soutien aux opérations nationales de diffusion culturelle relayées sur le territoire régional</i>	0,7	0,1	0,2	0,9
<i>Autres actions de médiation / diffusion locales</i>	1,1	1,6	2,9	5,5
TOTAL AXE III	11,9	2,9	35,5	50,4

Engagements 2024 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 3/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE IV - Renforcer l'éducation aux images pour former les publics de demain				
IV.I - Dans le temps scolaire				
MA CLASSE AU CINEMA	0,01	2,5	3,8	6,3
<i>dont Lycéens et apprentis au cinéma</i>	0,0	0,7	2,8	3,5
<i>dont Collège au cinéma</i>	0,0	0,8	0,8	1,5
<i>dont Ecole au cinéma</i>	0,0	0,7	0,2	0,9
<i>dont Maternelle au cinéma</i>		0,3	0,0	0,3
ENSEIGNEMENTS DE SPECIALITE		1,9	0,0	1,9
IV.II - Dans le temps périscolaire				
CINE-CLUBS/DEBATS : SERVICES CIVIQUES	0,3		0,5	0,8
IV.III - Hors temps scolaire				
PASSEURS D'IMAGES / DES CINES LA VIE		1,6	0,6	2,2
IV.IV - Pôles				
PÔLES REGIONAUX D'EDUCATION AUX IMAGES		1,0	1,7	2,7
IV.V - Autres initiatives dans le champ de l'éducation aux images				
ATELIERS DE SENSIBILISATION A L'ECRITURE SCENARISTIQUE	0,9	0,0		1,0
ETUDIANTS AU CINEMA	0,0		0,0	0,0
AUTRES SOUTIENS AUX ACTIONS EDUCATIVES	0,0	1,2	1,6	2,8
TOTAL AXE IV	1,3	8,2	8,1	17,6
AXE V - Valoriser le patrimoine cinématographique en région				
ACTIONS DE COLLECTE, DE CONSERVATION, DE RESTAURATION ET DE VALORISATION	2,8	0,6	4,0	7,4
PLAN DE NUMERISATION DES ŒUVRES DE PATRIMOINE		0,1	0,1	0,2
TOTAL AXE V	2,8	0,6	4,1	7,6
TOTAL GENERAL CONVENTIONS 2024	43,0	15,1	148,2	206,2

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des conventions d'application financière 2024 atteignent 43,0 M€, en hausse de 7,1 % par rapport à 2023 en lien avec les nouveaux moyens inscrits dans la Plan Diffusion notamment en faveur des postes de médiateurs et des festivals et réseaux de salles locaux. Ces montants sont répartis comme suit :

- 23,2 M€ pour les soutiens à la création et à la production (avec 2,1 M€ en faveur d'actions d'émergence et d'accompagnement des professionnels) ;
- 3,7 M€ pour les soutiens à la structuration des filières, pour l'emploi et la croissance de l'attractivité des territoires ;
- 11,9 M€ pour la diffusion culturelle et les acteurs de l'exploitation comprenant notamment le soutien aux réseaux de salles (801 K€), le soutien à la médiation (1,37 M€ dont 1,36 M€ spécifiquement pour financer l'emploi de médiateurs) et le soutien aux festivals (7,6 M€) ;
- 1,3 M€ pour des actions spécifiques d'éducation à l'image (dont 300 K€ pour la relance des ciné-clubs dans les lycées par les services civiques)
- 2,8 M€ pour le patrimoine cinématographique.

Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 148,2 M€ et ceux engagés par les DRAC à 15,1 M€.

Les conventions 2023-2025 concernent 35 collectivités territoriales : 12 régions, 2 DROM et 3 collectivités territoriales uniques dont 2 territoires d'Outre-mer (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Guadeloupe, Guyane, Hauts-de-France, Île-de-France, Martinique, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, La Réunion), 11 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Drôme, Gironde, Haute-Savoie, Landes, Lot-et-Garonne, Seine-Saint-Denis, Vaucluse), 6 agglomérations et métropoles (Eurométropole de Strasbourg, agglomération de Valence Romans, Toulouse Métropole, Montpellier Méditerranée Métropole, Bordeaux Métropole, Métropole Aix-Marseille-Provence) et une commune (Paris).

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 36 bureaux d'accueil des tournages, réunis au sein du réseau Film France – CNC animé par le service de l'attractivité du CNC depuis novembre 2021. Ces structures proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les lieux 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. Elles facilitent également les productions dans leur démarche de tournage éco-responsable et durable sur leur territoire via leur expertise des ressources locales utiles pour les tournages, leurs relations avec les interlocuteurs locaux en charge de la conservation des espaces naturels, de la gestion des déchets, et la sensibilisation des professionnels locaux aux enjeux RSE du secteur.

Renouveler les publics et agir pour la citoyenneté

Le CNC poursuit ses objectifs de renouvellement de la cinéphilie auprès de tous les publics et de déploiement de l'éducation artistique et culturelle sur l'ensemble du territoire.

Eduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours

Dans un monde de plus en plus dominé par les images et qui se polarise, l'éducation aux images revêt un caractère prioritaire. La fréquentation des salles, en progression mais toujours en-deçà du niveau d'avant crise, et la tendance à la désaffection de la jeunesse française pour les œuvres européennes, notamment françaises, imposent de renforcer la politique d'éducation aux images du CNC, afin de construire les spectateurs et citoyens de demain.

Noyau historique de cette politique, *Ma Classe au cinéma* (maternelle, école, collège et lycéens et apprentis au cinéma) permet 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 2023-2024, plus de 1,9 million d'élèves, soit 15,0 % des élèves français. Ce dispositif a été étendu à l'ensemble du parcours scolaire avec le déploiement de *Maternelle au cinéma* dans 68 départements à la rentrée 2024, soit 5 nouveaux départements participants.

Le CNC finance par ailleurs deux dispositifs nationaux innovants :

- *Etudiants au cinéma*, mis en place par l'AFCAE afin d'accroître la fréquentation étudiante des salles de cinéma indépendantes par une politique de diffusion attractive et événementielle, en impliquant les étudiants dans la vie de la salle. Sur la saison 2023-2024, le dispositif a été déployé dans 5 régions auprès de plus de 6 000 étudiants lors de

séances dédiées. Un festival clôturant la fin de saison du dispositif a par ailleurs réuni 1 500 spectateurs.

- *Toute la lumière sur les SEGPA*, mis en place par le pôle régional d'éducation aux images CinéMarseille l'Alhambra, qui a pour objectifs de permettre aux élèves des classes participantes de s'engager dans un projet artistique et culturel, de leur faire découvrir les métiers de l'image et du son au contact de professionnels, tout en favorisant une ouverture culturelle et artistique par la rencontre avec un artiste et en permettant aux élèves de retrouver la confiance en eux par une image plus positive. En 2023-2024, la deuxième édition de ce dispositif s'est déployée dans 8 régions, soit 3 de plus par rapport à l'édition 2022-2023. 34 classes y participent, soit près de 600 élèves.

Le CNC est également partenaire des dispositifs mis en place par le ministère de l'Education nationale avec :

- l'enseignement de la spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat qui compte plus de 8 000 lycéens ;
- le Prix Jean Renoir des lycéens, décerné par des lycéens à un film, qui concerne 49 classes et 1 310 élèves. En 2024, le prix a été attribué au film *Goodbye Julia* de Mohamed Kordofani ;
- le César des lycéens, créé par le ministère de l'Éducation nationale et l'Académie des Arts et Techniques du Cinéma. Cette opération concerne 118 classes de lycéens et 2 617 élèves. En 2024, le César des lycéens a été attribué à *Je verrai toujours vos visages* de Jeanne Herry.

Enfin, le CNC poursuit le déploiement de *l'Atelier cinéma*, un outil pédagogique et ludique qui ambitionne de toucher 100 % d'une tranche d'âge, avec plus de 32 000 kits déployés sur l'ensemble du territoire depuis 2019. Ce kit ludique permet aux élèves du CM1 à la 6^e d'appréhender les différentes étapes de la création d'un film et d'apprendre à réaliser un film de manière très simple, sans besoin d'une formation spécifique des professeurs. L'outil permet aussi aux élèves de prendre conscience que le cinéma est un véritable travail d'équipe où chacun joue un rôle majeur.

Faire du cinéma un secteur exemplaire en termes d'engagement culturel, social et citoyen

Passeurs d'images est un dispositif d'éducation aux images à vocation culturelle et sociale, porté au niveau national par l'association *l'Archipel des lucioles*, 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...).

Ce dispositif 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, etc. Il allie la découverte des œuvres et la pratique professionnelle, avec notamment des ateliers de réalisation et de programmation.

Ce dispositif, porté par 21 coordinations *Passeurs d'Images* sur 15 régions, a touché 115 413 personnes en 2023, dont 42 722 ont participé à des ateliers ou des restitutions d'ateliers, dans le cadre de 2 434 actions. 243 salles de cinéma ont été impliquées sur l'ensemble du territoire.

Concernant les jeunes sous protection judiciaire, le CNC soutient le dispositif *Des cinés, la Vie!* coordonné par l'association *l'Archipel des lucioles*. Il permet de faire découvrir le court métrage à ces jeunes. En 2023-2024, 208 structures se sont inscrites au dispositif et ont permis à près de 700 jeunes de voter pour leur court métrage préféré.

Dans le cadre du plan national en faveur de la diffusion des œuvres, le CNC a mis en œuvre fin 2024 le programme *Ambassadeurs jeunes du cinéma*. Un « ambassadeur jeune » est chargé de promouvoir et d'organiser des événements autour du cinéma dans les salles, festivals et auprès de structures de diffusion, et d'être prescripteur de films entre pairs.

Sur chaque territoire couvert, une ou plusieurs structures sont subventionnées pour piloter localement le programme, animer et former le réseau local des ambassadeurs.

Dans ce cadre, 33 structures sont accompagnées pendant trois ans sur 23 projets dans 17 régions, avec l'ambition de coordonner les initiatives de milliers de jeunes ambassadeurs sur l'ensemble du territoire.

Pour les personnes en situation de handicap ou hospitalisées, le CNC soutient les associations *Ciné Relax*, *Retour d'images* ou encore *Ciné-sens*, 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.

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 aux images) et de débattre de sujets de société (citoyenneté) avec d'autres jeunes en service civique encadrés par l'association *Unis-Cité*. En 2023-2024, 719 jeunes volontaires se sont ainsi mobilisés au sein de 59 antennes départementales pour organiser 5 500 ciné-débats auprès de 81 700 spectateurs et 870 actions en salles de cinéma auprès de 69 700 spectateurs.

Renouveler les actions et les formes vers plus de créativité

Le programme *les Enfants des Lumière(s)*, initié par le CNC en 2015, en partenariat avec les académies de Paris, Versailles et Créteil, s'adresse aux classes des écoles élémentaires, collèges et lycées situés dans les réseaux d'éducation prioritaire ou en zone urbaine sensible. Il offre aux élèves un accès privilégié au cinéma par la découverte et l'analyse d'œuvres, ainsi que par la pratique créative.

Chaque classe participante bénéficie durant deux ans de l'accompagnement d'un réalisateur et d'une équipe de professionnels dans la découverte des métiers du cinéma et du processus de création. Chaque groupe réalise son propre court métrage de 10 minutes dans des conditions quasi-professionnelles. Pour l'année 2024-2025, 10 classes participent au dispositif.

À la suite du rapport de Lorraine Sullivan (*Pour la sensibilisation de la jeunesse à l'écriture créative et scénaristique*), le CNC a décidé de proposer aux jeunes, en et hors temps scolaire, des ateliers de sensibilisation à l'écriture scénaristique et de lancer un défi *Ecris ta série !* à tous les jeunes de 15 à 18 ans. La troisième édition du défi s'est déroulée d'octobre 2023 à mai 2024 et concernait 3 910 jeunes, incluant les élèves des classes de 4^e et de 3^e. 186 classes étaient inscrites, dont 109 encadrées par une structure départementale subventionnée par le CNC et 77 en candidat libre. 317 bibles de séries ont été rendues au CNC en mai 2024 avec un accent particulier mis sur le thème « Sport et valeurs de l'Olympisme » proposé dans le cadre de l'Olympiade Culturelle.

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. Parmi 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* : plus de 85 000 spectateurs au cours de 2 246 séances (1 168 films) organisées par 1 638 structures dont 783 médiathèques et 193 salles de cinéma dans 1 099 villes et communes (dont 19 à l'international) ;
- *la Fête du cinéma d'animation*, coordonnée par l'Association française du cinéma d'animation : 774 événements inscrits dont 584 en France mobilisant 222 structures participantes dont 79 salles de cinéma, 81 bibliothèques/ médiathèques, 9 associations, 14 centres culturels, 6 festivals et 27 structures à l'international via l'Institut français ;
- *la Fête du Court*, portée par *Faites des Courts*, *Fête des Films* : 9 611 organisateurs, 630 cinémas, 5 015 communes participantes et 20 000 projections autour du court métrage dont 1 071 séances dans 64 pays dans le monde.

Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient 184 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 du court métrage* de Clermont-Ferrand, *Festival du cinéma* de Brive dédié au moyen métrage...), ou s'adressent à des publics ciblés (personnes détenues en prison, personnes en situation de handicap, etc.).

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 2024, 95 structures publiques ou associatives ont commandé 595 films sur support physique et 620 films en VàD pour organiser des projections ou de la consultation individuelle au sein de leurs établissements.

Renforcer l'accompagnement des professionnels

Créé en 2023, le service de l'accompagnement des professionnels définit et met en œuvre la politique du CNC sur les enjeux de formation (initiale et continue) et mène un travail prospectif sur l'évolution des métiers au sein du secteur. Le service coordonne également la politique de l'établissement en faveur des auteurs, en renforçant notamment leur accompagnement non financier et en participant à tous les chantiers relatifs à l'amélioration de leurs conditions de création.

Le service est composé de deux pôles : le pôle « auteurs » et le pôle « formation ».

Les auteurs

Le pôle « auteurs » participe à la structuration et à la pérennisation des parcours des créateurs. Dans ce cadre, il développe et structure l'accompagnement non-financier à travers notamment l'offre de résidences de création. 22 structures sont ainsi soutenues directement par le CNC pour un montant de 1,0 M€. Ce pôle anime également l'aide au parcours d'auteur qui soutient 50 auteurs par an dans leur pratique à un moment charnière de leur carrière pour un montant global de 1,0 M€. Il accompagne également tous les chantiers destinés à améliorer leurs conditions de création, en lien avec les directions métiers : 4 accords destinés à assurer aux auteurs une rémunération minimale au titre de leur création dans le domaine de l'audiovisuel ont ainsi été conclus en 2023.

Le pôle « auteurs » favorise également les synergies entre les acteurs de la phase amont (auteurs et producteurs) notamment à travers le soutien à des résidences de producteurs (Eurodoc) ou encore à travers le travail mené en lien avec la Fédération des Jeunes Producteurs Indépendants (FJPI). Toujours dans le cadre de l'accompagnement de la phase amont, le pôle organise les rencontres CNC/SCAM et CNC/SACD centrées autour d'enjeux d'écriture à destination

de jeunes auteurs. En 2024, elles ont notamment porté l'écriture de « spéciaux » en animation ou en documentaire sur la façon de « filmer l'urgence », et ont réuni une centaine de personnes en présentiel et plus de 1 000 internautes sur Facebook.

Le pôle « auteurs » a également organisé des webinaires thématiques autour du statut social des auteurs ou encore autour de l'accès à la formation continue pour ces derniers. Ces webinaires complètent les ressources disponibles pour les auteurs telles que la scénariothèque (mise en ligne des dossiers comprenant le scénario des projets soutenus par le CNC) ainsi que le guide de l'accompagnement, accessibles [en ligne](#). Le bureau d'accueil des auteurs prolonge ce travail à travers des conseils personnalisés (environ 1 000 par an).

Enfin, le pôle « auteurs » développe des ressources, disponibles [en ligne](#), destinées à l'accompagnement professionnel des auteurs autour d'enjeux transversaux tels que la formation continue ou l'accès aux droits sociaux en partenariat avec l'AFDAS notamment.

La formation

Le pôle « formation » assure le suivi des dix écoles soutenues par le CNC ainsi que des 34 organismes de formation lauréats de l'appel à projets *La grande fabrique de l'image* du plan d'investissement *France 2030*. *France 2030 - La grande fabrique de l'image*, qui consacre au volet « formation » 67,5 M€, a permis la création ou le renforcement d'actions de formation initiale ou continue sur l'ensemble du territoire y compris dans les DROM.

Le CNC a fait de l'ouverture sociale et de l'insertion professionnelle des enjeux forts de sa politique, à la fois au sein des formations historiques via des programmes d'égalité des chances mais également par son soutien à la création de nouvelles écoles accessibles sans prérequis de diplôme et développant l'apprentissage. Entre autres exemples, la CinéFabrique à Lyon ou l'École Koutrajmé à Montfermeil et à Marseille, tiennent compte de l'expérience personnelle et des capacités des futurs élèves dans leurs critères

d'entrée. Ces formations ont été lauréates de *France 2030 - La grande fabrique de l'image*.

Une plus grande ouverture sociale et territoriale était en effet un objectif majeur du volet Formation de cet appel à projets. Sur les 34 projets lauréats (18 dans les domaines cinématographiques et audiovisuels et 16 sur les domaines numériques) :

- 23 sont portés par des associations ou par des institutions publiques ;
- 11 sont portés par des écoles privées d'excellence – mais intègrent des systèmes de bourses ou de programmes d'insertion.

De nombreux projets sont accessibles aux formations sans diplôme et ciblent des populations éloignées de l'emploi pour des raisons géographiques ou sociales, d'autres s'implantent dans des quartiers réputés difficiles, d'autres encore mettent en place des bourses ou des programmes spécifiques gratuits, créent des fonds de dotation ou même des incubateurs pour permettre aux élèves de développer des projets entrepreneuriaux.

Afin de garantir la pertinence de l'offre de formation par rapport aux besoins du secteur en constante mutation, le service de l'accompagnement des professionnels contribue à nourrir un dialogue constant entre les organismes de formation et les acteurs du secteur sur des enjeux clés tels que l'insertion professionnelle des scénaristes ou encore les enjeux RSE (prévention et lutte contre les VHSS).

Le CNC a soutenu la création en 2020 de La Cité européenne des scénaristes, une association d'intérêt général dédiée à l'insertion des scénaristes dans le secteur audiovisuel et cinématographique grâce au compagnonnage de débutants par des scénaristes confirmés. L'association a été lauréate de l'appel à projets *Compétence et métiers d'avenir - France 2030* pour développer des centres de compagnonnage sur toute la France.

Les crédits d'impôts

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt cinéma (CIC) permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), dans la limite d'un plafond de 30 M€ par film.

Le taux de crédit d'impôt cinéma est de 30 % des dépenses éligibles. Il est ramené à 20 % pour les œuvres dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario.

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. En 2024, parmi les 230 films d'initiative française agréés, 174 ont obtenu un agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 174 films est estimé à 551 M€ et engendrerait un coût fiscal pour 2025 estimé à 164 M€. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2024, les films de fiction d'initiative française effectuent 84,9 % de leurs dépenses en France.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt audiovisuel (CIA) 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 1^{er} janvier 2021, le taux de crédit d'impôt audiovisuel a été harmonisé pour la fiction, l'animation et le documentaire à 25 % des dépenses éligibles. Depuis cette date également, un crédit d'impôt pour les adaptations audiovisuelles de spectacle vivant a été introduit, à un taux de 10 %. Ce dernier crédit d'impôt est arrivé à échéance en fin d'année 2024.

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 œuvres audiovisuelles de fiction, il existe depuis le 1^{er} janvier 2016 plusieurs plafonds selon le coût de production par minute de l'œuvre :

- 1 250 € par minute (coût de production < 10 000 € / min) ;
- 1 500 € par minute (coût de production entre 10 000 € et 15 000 € / min) ;
- 2 000 € par minute (coût de production entre 15 000 € et 20 000 € / min) ;
- 3 000 € par minute (coût de production entre 20 000 € et 25 000 € / min) ;
- 4 000 € par minute (coût de production entre 25 000 € et 30 000 € / min) ;
- 5 000 € par minute (coût de production entre 30 000 € et 35 000 € / min) ;
- 7 500 € par minute (coût de production entre 35 000 € et 40 000 € / min) ;
- 10 000 € par minute (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. 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 2024, 942 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt, pour un volume cumulé de 9 388 heures de programmes. Le total des dépenses faites en France pour ces œuvres est estimé à près de 1,6 Md€, dont 1,1 Md€ de montant brut de dépenses éligibles prévisionnelles. Après prise en compte des plafonds, le coût fiscal pour 2025 de ces 942 œuvres agréées en 2024 (dépense fiscale 2025) est estimé à 223 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 CIA réalisent 96 % de leurs dépenses en France en 2024 (999 heures de programmes réparties sur 188 projets agréés pour 7 542 jours de tournage en France). Cette localisation largement majoritaire 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 international

Le crédit d'impôt international (C2I) vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres internationales 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 est plafonné à 30 M€. Le taux de 30 % peut être porté à 40 % pour les projets avec plus de 2 M€ de dépenses VFX en France.

En 2024, 55 projets ont reçu l'agrément provisoire : 31 productions de fiction en prises de vues réelles, 23 productions d'animation ou uniquement de VFX et 1 projet VR. Pour ces 55 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de 493 M€.

Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis, mais aussi du Royaume-Uni, d'Allemagne, de Belgique, d'Espagne, du Canada...

Toutes ces productions internationales sont gérées en France par différentes sociétés de production exécutive qui se montrent à la hauteur des enjeux artistiques et économiques des producteurs étrangers pour des tournages en studios ou en décors naturels comme la série américaine *Etoile* tournée en Ile-de-France, le film *Head of States* tourné dans les Alpes Maritimes, ou le long métrage polonais *Chopin Chopin* tourné à Bordeaux.

Le savoir-faire des studios VFX se retrouve également dans des productions comme *Beetlejuice Beetlejuice*, les 3 premières saisons de *Daryl Dixon*, *les Anneaux du Pouvoir* ou encore *Disclaimer*.

En animation, 2024 est l'année de sortie de films et séries fabriqués par des studios d'animation français avec le C2I ; *Moi, Moche et Méchant 4* (Illuminations Studio de Paris),

Twilight of the Gods (Xilam Studio Paris), *Blue Eye Samurai* (Blue Spirit).

2024 est aussi l'année de sortie de *The Substance* accompagnée par Film France CNC depuis 2021, entièrement tourné en France et dont les VFX ont été assurés par des studios français. La réalisatrice Coralie Fargeat a remporté le prix du scénario au Festival de Cannes et l'équipe maquillage et coiffure a remporté un Oscar.

Le C2I 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 œuvres étrangères tournées sur le territoire français contribuent également à faire rayonner la France et à stimuler l'activité touristique. En effet, selon une étude de l'Ifop commandée par le CNC fin 2023, près de 8 touristes étrangers sur 10 déclarent que les fictions étrangères tournées en France qu'ils ont vues leur ont donné envie de venir en France.

Le crédit d'impôt jeu vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) 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.

En 2024, 67 projets ont reçu un agrément provisoire. Le montant total des dépenses éligibles s'élève à 332 M€.

7.2

L'égalité femmes / hommes

43,7 %

de réalisatrices
de courts métrages



26,8 %

de longs métrages
réalisés
par des femmes



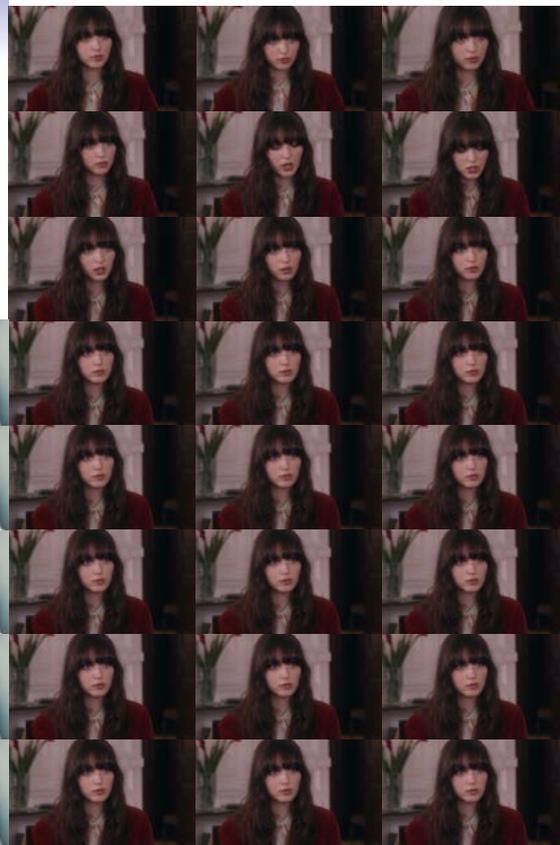
40,0 %

de réalisatrices
d'œuvres
audiovisuelles



44,6 %

d'intermittentes dans les
sociétés de production
audiovisuelles de fiction



44,4 %

d'intermittentes
dans la production
cinématographique de fiction



Remarques méthodologiques

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Les données concernant les aides à l'écriture sont issues des informations transmises dans le cadre d'une demande d'aides au CNC.

Les données concernant le bonus parité sont issues des dossiers de demande d'agrément des investissements. Les années considérées sont les années d'agrément des investissements. Pour être éligible au bonus, un projet doit obtenir un nombre suffisant de points sur un barème déterminé par la présence de femmes sur certains postes clés.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur du cinéma

Les données concernant la réalisation des longs métrages sont issues des dossiers de demande d'agrément des investissements. Les années considérées sont les années d'agrément des investissements.

Les statistiques détaillées concernant la place des femmes dans chaque catégorie de métier et les écarts de salaire moyens au sein de la production cinématographique de fiction sont issues des bases de données du groupe Audiens. Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. Plus spécifiquement, les données présentées sont basées sur les déclarations sociales nominatives (DSN) des salariés intermittents transmises mensuellement par les entreprises affiliées à Audiens. À partir des codes compléments de la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles des emplois salariés des employeurs privés et publics (PCS-ESE) renseignés dans les DSN, des agrégats de professions ont été réalisés (dix catégories de techniciens et six catégories d'artistes) afin d'en proposer une analyse plus fine.

Les données sur les courts métrages sont issues des informations transmises par les producteurs dans le cadre de leurs demandes d'aides au CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur audiovisuel

Les données concernant la réalisation et l'écriture des œuvres audiovisuelles sont issues des informations transmises dans le cadre d'une demande d'aides. Ces informations étant déclaratives, elles peuvent ne pas être exhaustives, en particulier pour certaines œuvres fictionnelles comportant d'importantes équipes de scénaristes et de réalisateurs. Pour cette raison, les feuilletons et fictions de format court ont été exclus de l'analyse. Par ailleurs, afin d'éviter des biais liés à des périmètres d'études variables en fonction des types de projets, les analyses sont conduites sur la base du nombre d'heures déclarées par dossier.

Les données concernant la place des femmes parmi les chefs et cheffes de poste sont issues des formulaires parité remplis par les entreprises de production depuis 2023 dans le cadre d'une demande d'aide audiovisuelle. Les analyses ont été conduites sur la base des informations transmises au moment de l'autorisation définitive accordée après achèvement et livraison de l'œuvre. Chaque mention d'un poste est comptabilisée ; par conséquent, si un même individu est déclaré à plusieurs postes et/ou sur plusieurs projets, il sera compté autant de fois. L'année de dépôt des formulaires parité pour une œuvre ne correspond pas nécessairement à l'année durant laquelle une demande d'aide a été effectuée pour cette même œuvre (année de référence), l'année de dépôt des formulaires étant régulièrement postérieure à l'année de demande d'aide. Par conséquent, le périmètre d'analyse des formulaires parité n'est pas strictement équivalent à celui utilisé pour l'analyse de l'écriture et de la réalisation d'œuvres audiovisuelles. Le nombre de postes à renseigner varie selon le genre des œuvres : 14 postes en fiction, 11 pour le documentaire, 19 en animation. Le spectacle vivant et les magazines d'intérêt culturel ont été exclus du périmètre d'analyse.

Les statistiques détaillées concernant la place des femmes dans chaque catégorie de métier et les écarts de

salaire moyens au sein de la production audiovisuelle de fiction sont issues des déclarations sociales nominatives (DSN) des salariés intermittents transmises mensuellement par les entreprises affiliées à Audiens. À partir des codes compléments de la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles des emplois salariés des employeurs privés et publics (PCS-ESE) renseignés dans les DSN, des agrégats de professions ont été réalisés (onze catégories de techniciens et six catégories d'artistes) afin d'en proposer une analyse plus fine. Le périmètre d'analyse comprend 228 sociétés de production audiovisuelle ayant exercé une activité principale de fiction entre 2015 et 2024 : le cumul des investissements dans des œuvres de fiction déclarés par une société doit représenter au moins 90 % des investissements totaux de cette même société tous genres confondus, et les sociétés doivent assurer un volume conséquent de fictions. Certaines sociétés ayant participé au financement d'un volume horaire conséquent d'heures de fiction sur la période mais ne respectant pas le critère des 90 % d'investissements en fiction, en raison de dépenses importantes réalisées dans les autres genres – ont tout de même été intégrées dans le périmètre afin de ne pas exclure un nombre significatif de salariés ayant participé à la production de fiction. À noter que l'ensemble des salariés intermittents de ces entreprises sont inclus dans l'analyse, y compris ceux ayant été employés sur la production d'œuvres non fictionnelles.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Une majorité de femmes dans chaque catégorie d'agents au CNC

Au 31 décembre 2024, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (62,5 %). Cette répartition varie en fonction de la catégorie d'emploi même si les femmes sont majoritaires dans chaque catégorie : 60,0 % des agents des catégorie A+, 62,1 % des catégories A, 65,9 % des catégories B et 54,5 % des catégories C.

Une parité parfaite au sein des commissions du CNC depuis 4 ans.

Une parité parfaite au sein des commissions du CNC depuis 2021

Au 1^{er} décembre 2024, la parité est atteinte au sein des commissions du CNC avec 50,0 % de femmes et d'hommes. La part de femmes varie selon la fonction occupée : elle est plus importante pour les membres titulaires (50,8 %), presque paritaire pour les membres suppléants (49,3 %), et légèrement inférieure pour les postes de présidence et vice-présidence (47,8 %). Cette dernière part est stable sur un an (48 % en 2023) mais progresse depuis 2019 (43 %), avec un niveau record atteint en 2020 (51 %).

Composition des commissions du CNC (%)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
femmes	51	48	51	51	50	50	50	50
hommes	49	52	49	49	50	50	50	50
total	100							

Source : CNC.

Les femmes représentent 40 % des auteurs et autrices soutenus par le CNC au titre d'une aide à l'écriture

En 2024, sur les 3 274 personnes physiques identifiées candidates aux aides à l'écriture du CNC, 1 313 sont des femmes, soit 40,1 % de l'ensemble des porteuses et porteurs de projets, une part en recul sur un an (1 297 femmes candidates en 2023, soit une part de 42,1 %). Les aides à l'écriture et au concept graphique ou littéraire en animation présentent la part de femmes parmi les personnes candidates la plus élevée (46,9 %), suivies de l'aide à l'écriture pour le documentaire (46,3 %) et de l'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité (46,0 %).

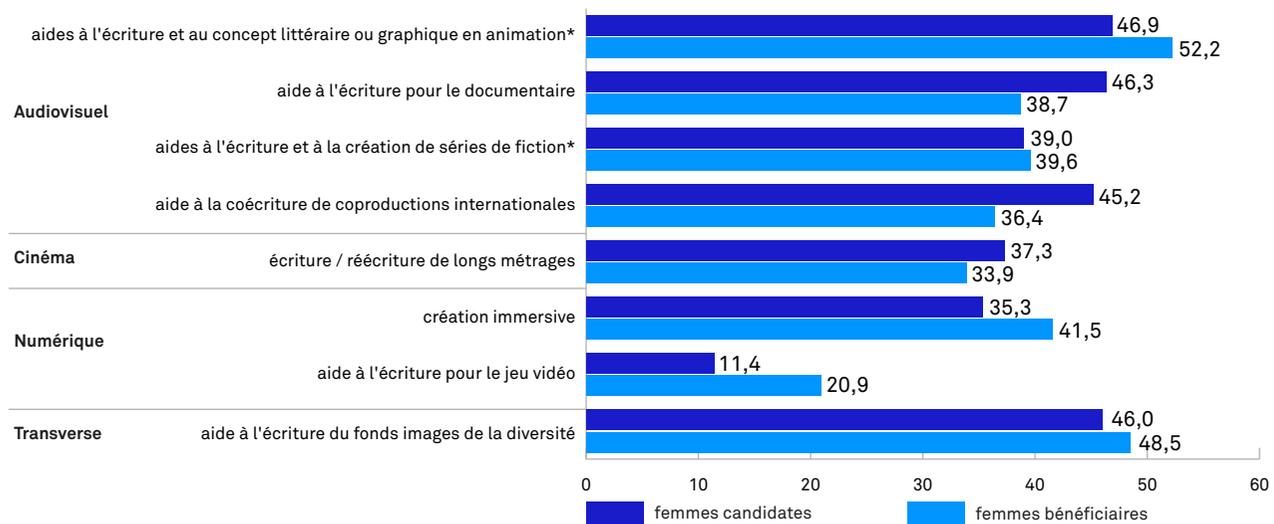
173 femmes bénéficient d'une aide en 2024, soit 37,8 % des auteurs et autrices aidés au titre d'un des dispositifs d'aide à l'écriture du CNC, une part en baisse sur un an (193 femmes soutenues en 2023, soit 41,5 % des auteurs et autrices aidés). La part de femmes est ainsi moins prononcée parmi les personnes bénéficiaires que parmi les personnes candidates (respectivement 37,8 % et 40,1 %, soit -2,3 points). Cette moindre présence des femmes parmi les bénéficiaires que parmi les candidats provient principalement de l'aide à l'écriture pour le documentaire, dispositif qui regroupe à lui seul 28,7 % des candidats et qui présente un écart considérable entre la part de femmes candidates et la part de femmes aidées (respectivement 46,3 % et 38,7 %, soit -7,6 points). Sans cette aide, la part de femmes candidates est égale à la part de femmes aidées (37,8 %).

La part de femmes parmi les auteurs et autrices aidés par le CNC varie fortement selon les dispositifs. Sur les huit catégories d'aide à l'écriture, quatre présentent une part de femmes plus importante parmi les bénéficiaires que parmi les personnes candidates. La part de femmes parmi les bénéficiaires est en revanche moindre pour trois aides : l'aide à la coécriture de coproductions internationales (45,2 % de femmes parmi les candidats et 36,4 % parmi les bénéficiaires, soit -8,8 points), l'aide à l'écriture pour le documentaire (respectivement 46,3 % et 38,7 %, soit -7,6 points) et l'aide à l'écriture ou à la réécriture de longs métrages (respectivement 37,3 % et 33,9 %, soit -3,4 points). Les aides à l'écriture et à la création de séries de fiction sont les seules à présenter une part de femmes équivalente parmi les bénéficiaires et les candidats (respectivement 39,0 % et 39,6 %, soit +0,6 point). Comme en 2022 et 2023, une majorité (52,2 %) des auteurs et autrices bénéficiaires d'une aide en animation sont des femmes (35 femmes, contre 32 hommes), une part nettement supérieure à celle constatée en fiction (39,6 %) ou en documentaire (38,7 %). En dehors de l'aide à l'animation, seule l'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité s'approche de la parité concernant les bénéficiaires (48,5 % de femmes).

L'aide à l'écriture de jeu vidéo est le dispositif au sein duquel les parts de femmes aidées ou candidates sont les moins élevées en 2024, avec toutefois un écart positif entre ces deux parts significativement élevé (respectivement 20,9 % et 11,4 %, soit +9,6 points). En outre, le nombre de femmes candidates à ce dispositif est en forte baisse (24 femmes en 2024, contre 50 femmes en 2023, soit 28,7 % des candidats).

La part de femmes parmi les bénéficiaires d'aides à l'écriture est en recul dans cinq dispositifs sur huit par rapport à 2023. Ce recul sur un an est particulièrement prononcé en animation (-13,0 points), en documentaire (-12,1 points) et dans les aides aux longs métrages (-10,9 points).

Part de femmes dans les aides à l'écriture du CNC en 2024 (%)



* En 2024, les aides à la réécriture en animation et en fiction ont été remplacées respectivement par une aide au concept littéraire ou graphique en animation et une aide à la création de séries de fiction, ce qui limite la pertinence d'une comparaison dans le temps.
Source: CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur du cinéma

Un peu plus d'un quart de films réalisés ou coréalisés par des femmes

Sur l'ensemble des longs métrages d'initiative française agréés en 2024, 62 films ont été réalisés ou coréalisés par des femmes, soit 26,8 % de l'ensemble des films réalisés cette année, une part stable sur un an (-0,3 point) et proche de la moyenne de la décennie (27,6 %, soit -0,8 point), mais en baisse par rapport au record atteint en 2022 (33,2 %, soit -6,4 points). Le recul sur deux ans de la part de films réalisés ou coréalisés par des femmes provient en grande partie d'une forte hausse du nombre de films strictement réalisés par des hommes (169 films en 2024, soit 30 films en plus par rapport à 2022), le volume d'œuvres réalisées ou coréalisées par des femmes étant quant à lui en léger recul (-6 films).

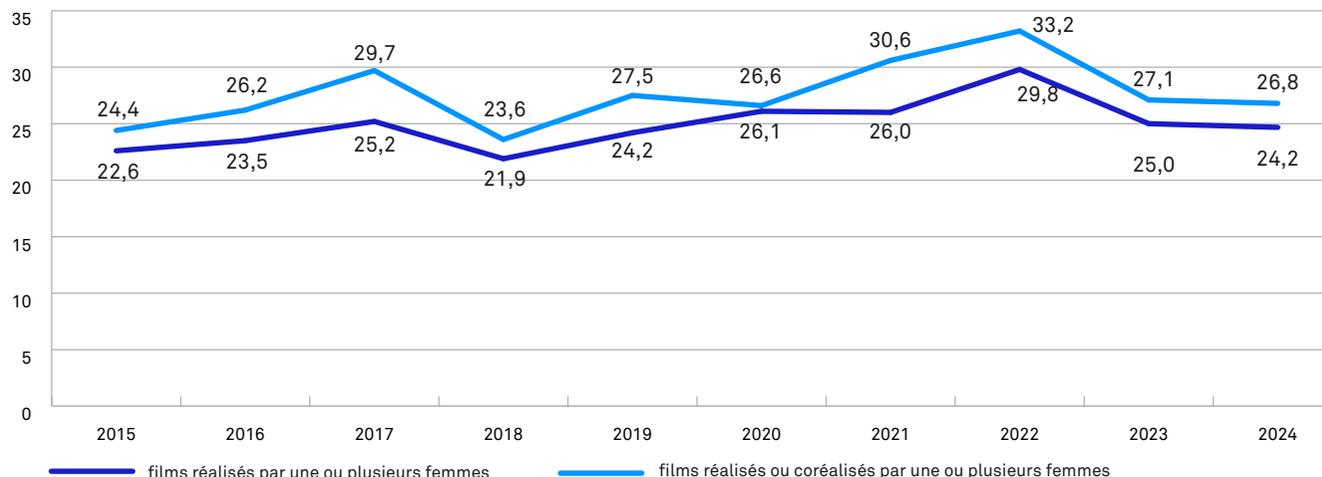
La part de fictions réalisées ou coréalisées par des femmes diminue pour la deuxième année consécutive, à 25,6 % de l'ensemble des films du genre (26,7 % en 2023 et 33,5 % en 2022), un niveau proche de la moyenne de la décennie (26,2 % de fictions agréées réalisées ou coréalisées par des femmes entre 2015 et 2024).

La part de documentaires d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes est en hausse pour la deuxième année consécutive, à 35,7 % de l'ensemble des films du genre, contre 33,3 % en 2023 et 34,5 % sur l'ensemble de la décennie. Le documentaire est le genre qui présente la part de films réalisés ou coréalisés par des femmes la plus importante en 2024.

En 2024, un seul film d'animation est réalisé par une femme (*In Waves*, de Phuong Mai Nguyen). Huit autres films d'animation sont réalisés par des hommes. Depuis 2017, année au cours de laquelle des films d'animation strictement réalisés par des femmes ont pour la première

fois été agréés (*Les Hirondelles de Kaboul* de Zabou Breitman et *La Traversée* de Florence Miailhe), neuf films d'animation ont été strictement réalisés par des femmes, contre 44 strictement réalisés par des hommes.

Part de films d'initiative française agréés réalisés et coréalisés par des femmes (%)



Source: CNC.

Un écart de devis moyen de 39 % en 2024, supérieur à la moyenne de la décennie

En 2024, un film d'initiative française strictement réalisé par une femme coûte, en moyenne, 3,50 M€, contre 5,73 M€ pour un homme. L'écart entre les devis des films réalisés par des femmes et ceux réalisés par des hommes s'établit à -39,0 %, en forte augmentation par rapport au niveau enregistré en 2023 (-25,0 %, deuxième plus bas niveau de la décennie après 2022, à -21,3 %), et plus élevé que la moyenne des dix dernières années (-38,0 %). Après trois années de hausse, le devis moyen des films strictement réalisés par des femmes baisse sur un an (-10,1 %) tandis que celui des films strictement réalisés par des hommes continue à progresser (+10,6 %).

Deux films agréés en 2024 et réalisés par des femmes ont un budget supérieur ou égal à 10 M€ : *Natacha* (presque

hôtesse de l'air, de Noémie Saglio (15,5 M€) et *Alpha* de Julia Ducournau (12,0 M€). En comparaison, 25 films agréés en 2024 et réalisés par des hommes ont un budget supérieur ou égal à 10 M€.

En excluant de l'analyse les films avec un devis supérieur à 20 M€ (huit films strictement réalisés par des hommes en 2024), l'écart de devis s'amenuise mais reste toutefois à un niveau élevé (-22,2 %). Cet écart persistant peut notamment s'expliquer par la part plus importante de films strictement réalisés par des femmes dans le documentaire (31,0 %, contre 23,3 % en fiction et 11,1 % en animation), ce genre regroupant ainsi une proportion plus importante des films strictement réalisés par des femmes (23,2 % sont des documentaires, contre 16,0 % des films strictement réalisés par des hommes). Or, le documentaire présente un devis moyen nettement inférieur aux autres (0,63 M€ en moyenne, contre 5,66 M€ en fiction et

14,61 M€ en animation) donc la présence relativement plus importante de films strictement réalisés par des femmes dans ce genre se traduit mécaniquement par un accroissement de l'écart de devis. À noter enfin que les écarts de devis s'observent au sein de chaque genre, mais de manière moins prononcée en fiction (-30,0 %, -15,9 % en excluant les films de fiction avec un devis supérieur à 20 M€) que dans le documentaire (-41,1 %, mais -20,9 % en excluant *Les Lions de la mer*, documentaire réalisé par Luis Felipe Fernandez et doté d'un devis de 5,61 M€).

En 2024, le devis moyen des films strictement réalisés par des femmes baisse après trois années de hausse.

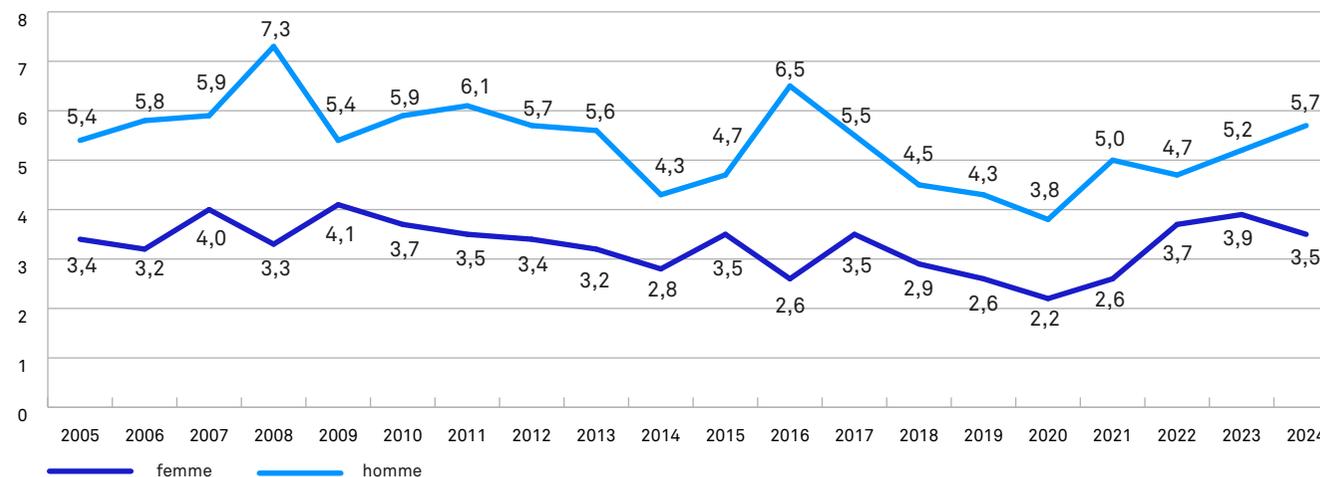
Une part de premiers films réalisés par des femmes en baisse continue depuis trois ans

En 2024, 21 des 72 premiers films d'initiative française agréés ont été strictement réalisés par des femmes (29,2 %), et un coréalisé par une femme et un homme (le premier film de fiction d'Elsa Bennett et Hippolyte Dard, *Des jours meilleurs*). Sur la décennie, seules deux années ont enregistré un nombre de premiers films strictement réalisés par des femmes inférieur à 2024 (20 en 2015 et 17 en 2020, année de crise sanitaire marquée par une baisse globale du nombre de films agréés).

La part de premiers films d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes diminue de 4,0 points sur un an (30,6 % en 2024, contre 34,6 % en 2023) et s'établit au troisième plus bas niveau de la décennie, après 2015 (29,3 %) et 2020 (30,5 %).

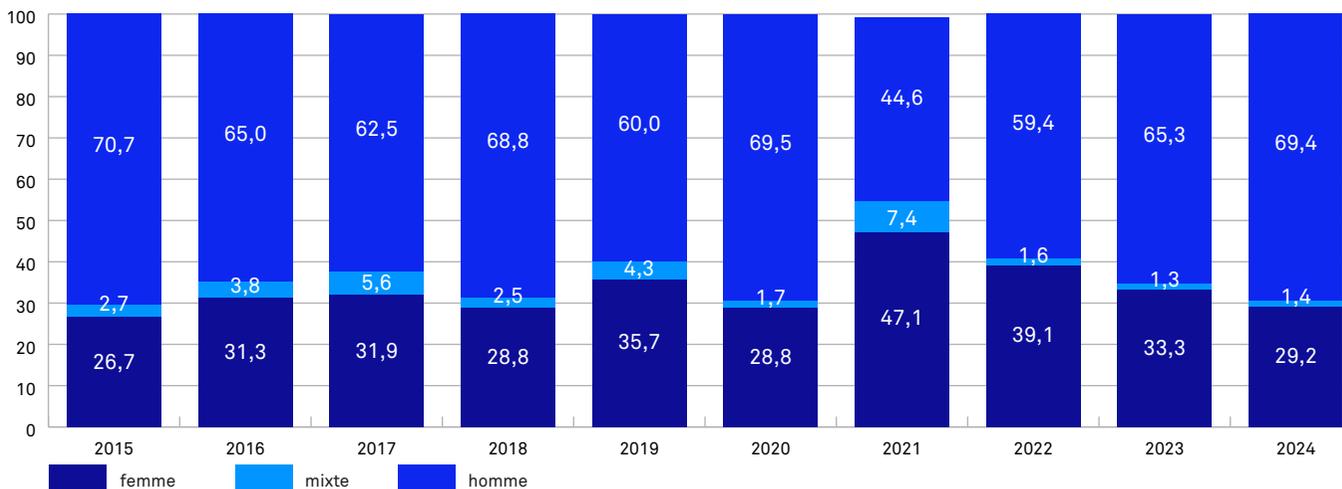
En 2024, les premiers films strictement réalisés par des femmes présentent un devis moyen de 3,50 M€, un niveau très proche de celui des premiers films strictement réalisés par des hommes (3,64 M€, soit un écart de -3,9 %, contre -23,7 % en moyenne sur la décennie, et -39,0 % pour l'ensemble des films en 2024).

Devis moyen des films d'initiative française agréés selon le genre des réalisateurs et réalisatrices (M€)



En raison du faible nombre de films coréalisés par des femmes et des hommes chaque année, ceux-ci sont exclus de l'analyse.
Source : CNC.

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateurs et réalisatrices (%)



Source : CNC.

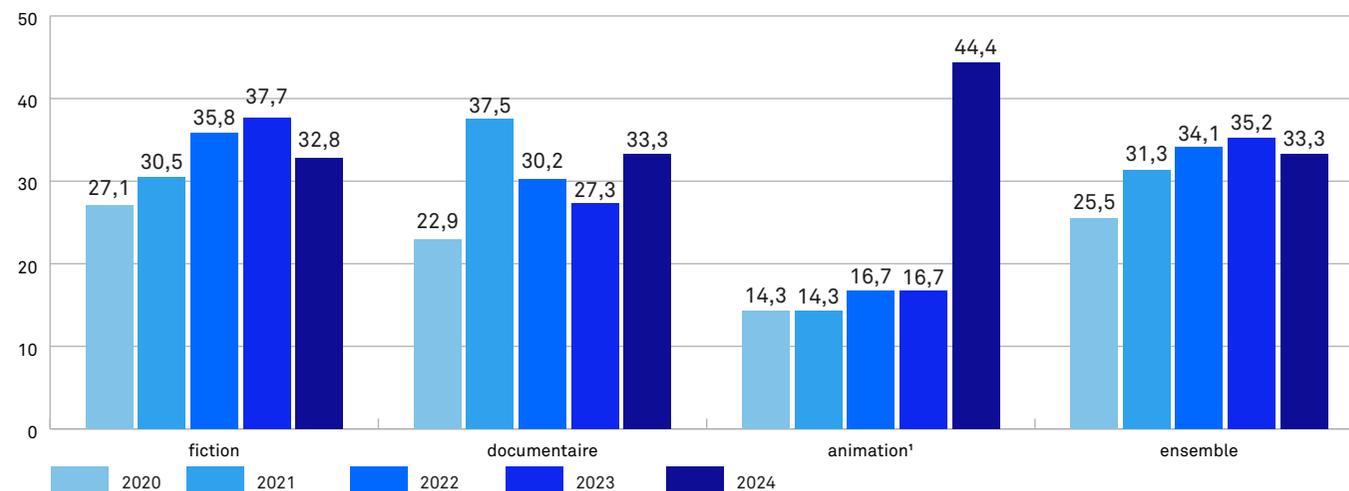
Un tiers des films d'initiative française agréés éligibles au bonus parité du CNC en 2024

Parmi les 231 films d'initiative française agréés en 2024, 33,3 % (77 films) présentent suffisamment de femmes aux postes clés pour être éligibles au bonus parité, une part en léger recul sur un an (35,2 % des films agréés en 2023). Cette part est plus importante pour les films d'animation (4 films sur 9, soit 44,4 %) que pour les documentaires (14 films sur 42, soit 33,3 %) et les films de fiction (59 films sur 180, soit 32,8 %). Pour la première fois depuis la mise en place du bonus parité, la part de films de fiction éligible baisse (-4,9 points sur un an) ; elle progresse en revanche très fortement en animation (+27,8 points, à considérer avec prudence en raison du nombre limité de films d'animation agréés chaque année) et repart à la hausse dans le documentaire (+6,0 points) après deux années consécutives de baisse.

45 films d'initiative française agréés en 2024 éligibles au bonus parité sont strictement réalisés par des femmes, soit 58,4 % des films éligibles (66,3 % en 2023), une part plus élevée en fiction (61,0 %, contre 57,1 % dans le documentaire et un film en animation).

Le devis moyen des films d'initiative française éligibles au bonus parité en 2024 est de 3,96 M€ (5,09 M€ en moyenne pour un film d'initiative française éligible ou non), en forte hausse sur un an (3,57 M€ en 2023, soit +11,0 %, contre +6,5 % pour l'ensemble des films d'initiative française). Huit films éligibles au bonus parité en 2024 présentent un devis supérieur à 7 M€ sur 50 films de cette tranche de devis (six en 2023, cinq en 2022 et quatre en 2021) : les films de fiction *Natacha (presque) hôtesse de l'air* de Noémie Saglio, *Alpha* de Julia Ducournau, *Le Trésor de Kheops* de Barbara Schulz, *C'était mieux demain* de Vinciane Millereau et *Doux Jésus* de Frédéric Quiring, ainsi que les films d'animation *Astérix et le royaume de Nubie* d'Alexandre Heboyan, *Les Légendaires* de Guillaume Ivernel et *In Waves* de Phuong Mai Nguyen.

Part des films d'initiative française agréés éligibles au bonus parité selon le genre du film (%)



¹ Les évolutions en animation doivent être prises avec précaution en raison d'un faible nombre de films d'animation agréés chaque année (9 films en 2024).
Source : CNC.

44 % de femmes parmi les intermittents de la production cinématographique et des métiers toujours fortement genrés

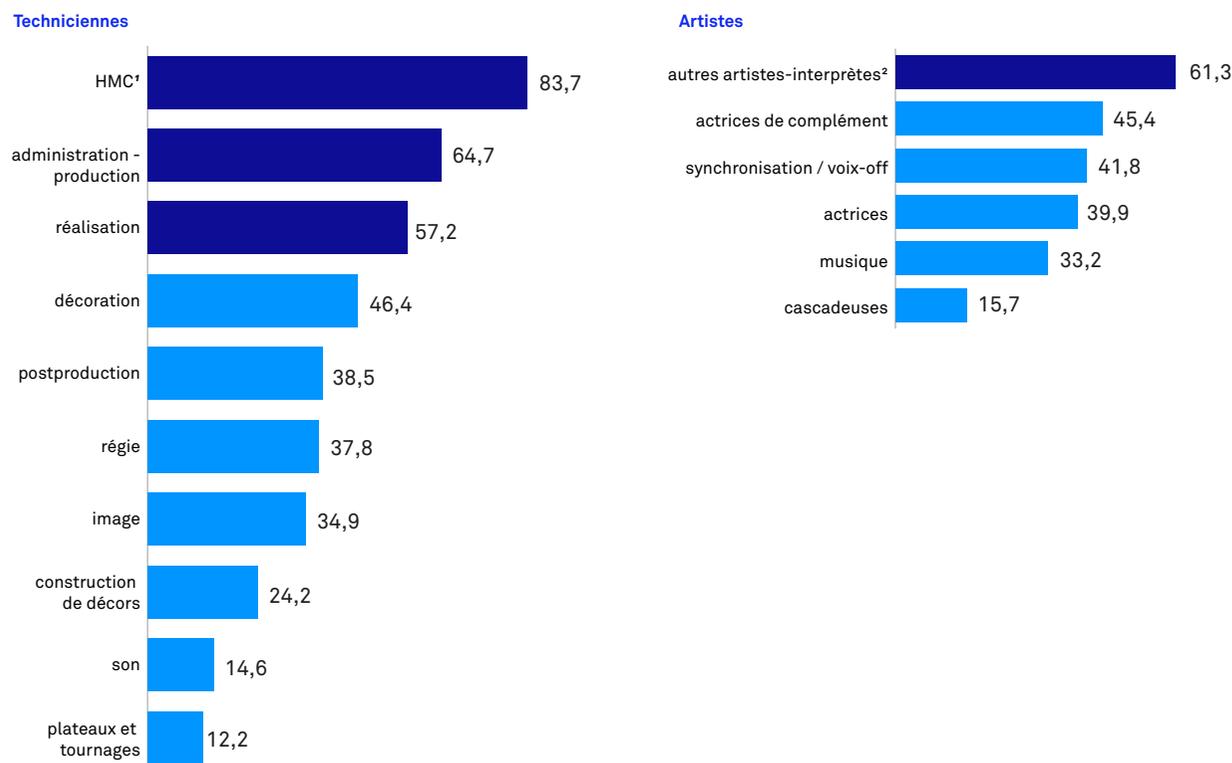
En 2024, 37 206 intermittents ont travaillé à la production de films de fiction d'initiative française, dont 16 501 femmes. Malgré un léger recul sur un an (44,4 % de femmes en 2024 contre 44,9 % en 2023, soit -0,5 point), la part de femmes augmente tendanciellement sur la décennie (42,9 % en 2015, soit +1,5 point).

Les métiers intermittents de la production cinématographique de fiction demeurent fortement genrés. Parmi les dix catégories de métiers techniques, trois présentent une majorité de femmes : les métiers du HMC (habillage, maquillage, coiffure – 83,7 % de femmes), de l'administration et de la production (64,7 %) et de la réalisation (57,2 %), catégorie comprenant les cinéastes ainsi que l'ensemble des assistants et assistantes à la réalisation. À l'inverse, les femmes sont très largement minoritaires (moins de 30 %) dans trois catégories : les métiers de la construction de décors (24,2 %), du son (14,6 %) et des plateaux et tournages (12,2 %), catégorie constituée principalement des machinistes et électriciens de prises de vues. Parmi les autres catégories, seuls les métiers de la décoration se rapprochent de la parité (46,4 % de femmes). La part de femmes augmente cependant dans chaque catégorie de métiers techniques entre 2018 et 2024, hormis dans les métiers de la postproduction (40,3 % en 2018 contre 38,5 % en 2024, soit -1,8 point) et ceux du HMC, pour lesquels la part de femmes est traditionnellement très largement majoritaire et reste stable (83,6 % en 2018 et 83,7 % en 2024, soit +0,1 point). L'augmentation de la part de femmes sur la période est particulièrement marquée pour les métiers de la construction de décors (15,8 % en 2018 contre 24,2 % en 2024, soit +8,3 points), de la décoration (40,1 % contre 46,4 %, soit +6,3 points) et de la régie (31,5 % contre 37,8 %, soit +6,3 points).

Si les femmes sont aussi minoritaires parmi les artistes, la polarisation est toutefois globalement moins marquée.

Les femmes sont majoritaires (61,3 %) parmi les autres artistes-interprètes, donnée à prendre avec précaution en raison d'un nombre très limité d'effectifs (19 femmes et 12 hommes en 2024). À l'inverse, le métier de cascadeur est très majoritairement occupé par des hommes (seulement 15,7 % de femmes, mais en hausse de 3,8 points entre 2018 et 2024). Enfin, la part de femmes parmi les acteurs et actrices (hors acteurs et actrices de complément) est en légère baisse par rapport à 2018 (41,1 % en 2018 contre 39,9 % en 2024, soit -1,2 point).

Part de femmes dans les familles de métier de la production cinématographique de fiction en 2024 (%)



¹ HMC : habillage, maquillage, coiffure.

² La part de femmes parmi les autres artistes-interprètes doit être prise avec précaution en raison d'un faible nombre d'effectifs en 2024 (19 femmes et 12 hommes en 2024). Base : films d'initiative française de fiction agréés ayant généré de l'activité en 2024. Source : Audiens.

Un accès restreint des femmes aux professions les plus rémunératrices dans la production cinématographique de fiction

Les salaires horaires moyens des femmes dans la production cinématographique de fiction sont inférieurs à ceux des hommes en 2024 dans toutes les catégories de métiers techniques.

Dans le détail, les différences sont particulièrement marquées (écart supérieur à 20 %) dans trois catégories : les métiers de l'administration et de la production (-32,3 % par rapport aux hommes), de l'image (-32,2 %) et de la réalisation (-30,4 %). Ces écarts sont en grande partie liés à la sous-représentation des femmes dans les professions les plus rémunératrices de chaque catégorie, à savoir les directeurs de production (29,5 % de femmes, tandis qu'elles sont majoritaires dans toutes les autres professions de l'administration et de la production), les directeurs de la photographie (15,8 % contre 34,9 % dans les métiers de l'image) ou encore les réalisateurs (30,8 % contre 57,2 % dans les métiers de la réalisation). À l'inverse, les femmes sont majoritaires dans presque tous les métiers les moins rémunérateurs de ces catégories. Par exemple, dans les métiers de l'image, les femmes ne sont majoritaires que parmi les deuxièmes assistants opérateurs, profession présentant le salaire horaire moyen le moins élevé de cette famille.

Plusieurs facteurs permettent d'expliquer les écarts de rémunération observés dans chaque catégorie de métiers. Tout d'abord, comme pour les trois catégories susmentionnées, les femmes sont relativement moins présentes dans les métiers les plus rémunérateurs. Parmi les dix métiers techniques les plus rémunérateurs, un seul présente une majorité de femmes (les créateurs et créatrices de costumes, avec 86,7 % de femmes). Les postes de cadres, présentant généralement un salaire horaire moyen plus élevé, sont dans l'ensemble davantage occupés par des hommes. Hors métiers du son (catégorie composée uniquement de professions cadres), la part de femmes cadres est ainsi inférieure à celle des hommes

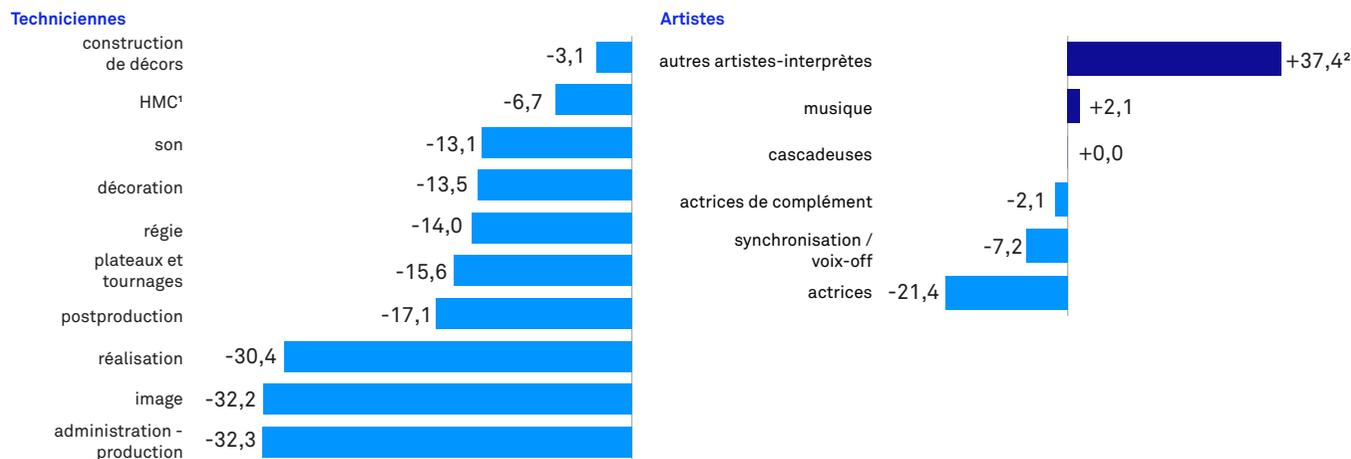
dans toutes les catégories de métiers, à l'exception des métiers de la décoration (34,6 % de femmes cadres contre 29,4 % d'hommes cadres).

Au-delà du fait que les femmes soient moins présentes au sein des professions plus rémunératrices, des écarts de rémunération s'observent également à profession équivalente. Sur les 58 professions techniques avec au moins dix femmes et dix hommes, le salaire horaire moyen des femmes est inférieur (écart supérieur à -3 %) dans 34 professions, similaire (écart compris entre -3 % et +3 %) dans 18 d'entre elles et supérieur (écart supérieur à +3 %) dans les 6 restantes. Cette moindre rémunération à poste équivalent provient notamment de l'âge des salariés. Les femmes sont ainsi plus jeunes que les hommes dans chaque catégorie de métiers, ce qui s'explique par une féminisation récente de nombreuses professions. Par exemple, dans les métiers des plateaux et tournages, catégorie dans laquelle l'emploi féminin a commencé à

se développer au cours des dernières années, 63,2 % des femmes ont moins de 30 ans, contre 25,2% des hommes ; à l'inverse, aucune femme n'a plus de 50 ans, contre 20,9 % des hommes.

Au sein des catégories d'artistes, les disparités sont dans l'ensemble moins marquées, avec des écarts de cachets horaires moyens compris entre -7,2 % et +2,1 % pour quatre catégories de métiers. En revanche, les cachets horaires des actrices (hors actrices de complément) sont nettement moindres que ceux des acteurs (-21,4 %). Cet écart est en grande partie porté par les cachets les plus importants : les 10 % des actrices qui perçoivent la rémunération la plus élevée ont ainsi un cachet moyen inférieur de 22,0 % par rapport à celui des 10 % des acteurs les mieux rémunérés, tandis que les écarts entre les cachets horaires médians sont plus modérés (-9,1 %).

Écarts entre les salaires horaires moyens des femmes et des hommes par famille de métiers de la production cinématographique de fiction en 2024 (%)



¹ HMC : habillage, maquillage, coiffure.

² Les écarts salariaux des autres artistes-interprètes doivent être pris avec précaution en raison d'un faible nombre d'effectifs en 2024 (19 femmes et 12 hommes en 2024).

Base : films d'initiative française de fiction agréés ayant généré de l'activité en 2024.

Source : Audiens.

44 % de réalisatrices soutenues au titre d'au moins une aide au court métrage

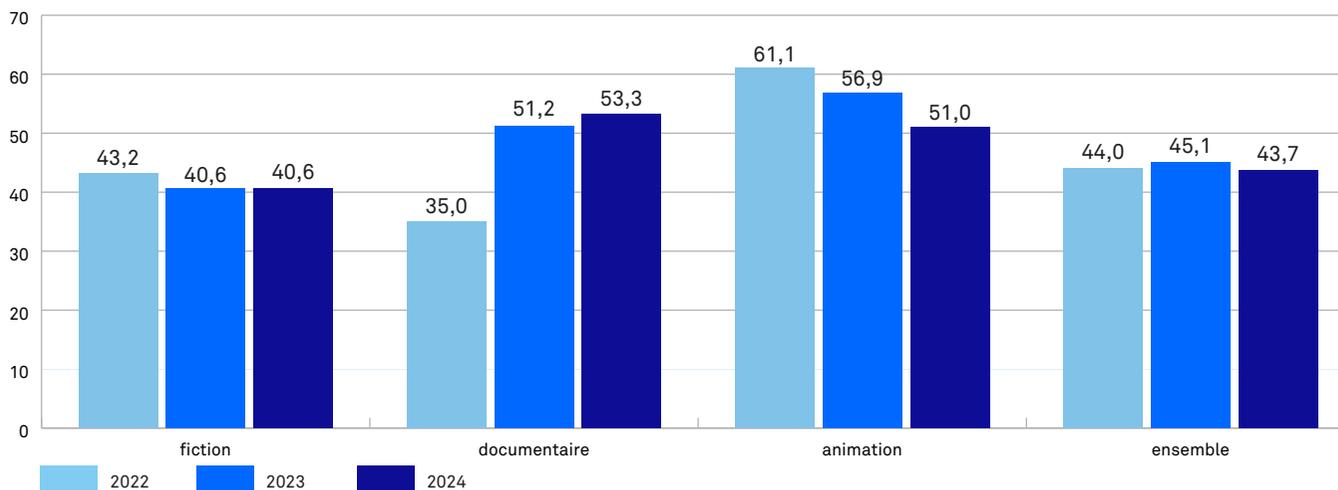
286 réalisateurs et réalisatrices ont participé à la mise en scène des 287 courts métrages soutenus par le CNC en 2023. Parmi eux, 43,7 % sont des femmes (45,1 % en 2023). Dans le détail, les femmes sont majoritaires dans le documentaire (53,3 % de femmes) et en animation (51,0 %), mais minoritaires en fiction (40,6 %, genre qui représente 72,8 % des courts métrages aidés).

L'aide automatique du fonds de soutien cinéma et l'aide au programme d'entreprise sont les seuls guichets présentant une parité entre réalisatrices et réalisateurs aidés (respectivement 50,9 % et 49,2 %) parmi les cinq dispositifs de soutien au court métrage.

Contrairement à 2021 et 2022, le devis moyen des courts métrages strictement réalisés par des femmes est légèrement inférieur à celui des courts métrages strictement réalisés par des hommes : respectivement 112,1 K€ et 118,2 K€ en 2023, soit -5,2 %. Cet écart varie selon les genres des courts métrages : le devis moyen des courts métrages strictement réalisés par des femmes est ainsi moins élevé en documentaire (-14,1 %) et en fiction (-14,0 %), mais plus important en animation (+11,1 %).

Une majorité de réalisatrices de courts métrages documentaires et d'animation en 2023.

Part de femmes parmi les réalisateurs et réalisatrices ayant bénéficié d'une aide au court métrage du CNC (%)



Source : CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur de l'audiovisuel

Une part record d'heures aidées strictement réalisées par des femmes dans chaque genre en 2024

En 2024, 633 femmes ont réalisé des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (contre 950 hommes), soit 40,0 % de l'ensemble des réalisateurs et réalisatrices actifs cette année, une part en hausse sur un an (38,6 % en 2023) et qui s'inscrit dans un processus de féminisation continue de la réalisation d'œuvres audiovisuelles depuis 2019 (33,9 % de réalisatrices). En parallèle, la part de femmes parmi les auteurs et autrices de scénario (888 autrices, soit 44,0 % en 2024) est également en forte croissance (40,7 % en 2023 et 37,2 % en 2019).

Sur l'ensemble des œuvres audiovisuelles aidées (hors feuilletons et séries de format court), la part d'heures réalisées ou coréalisées par des femmes s'élève à 39,1 %. Cette part progresse légèrement sur un an (38,5 % en 2023) et est nettement supérieure au niveau de 2019 (32,4 %). Dans le détail, le nombre d'heures strictement réalisées par des femmes progresse fortement en 2024 (+11,9 %, à 791 heures, soit 31,1 % des heures aidées, contre 28,2 % en 2023) tandis qu'à l'inverse, le nombre d'heures coréalisées par des femmes et des hommes recule pour la troisième année consécutive en 2024 (-21,5 % sur un an, à 204 heures, soit 8,0 % des heures aidées, contre 10,3 % en 2023). Dans le même temps, le nombre d'heures réalisées par des hommes est stable (+0,1 %, à 1 546 heures).

La répartition des heures aidées par le CNC selon le genre des réalisateurs varie en fonction du genre des programmes. Comme chaque année depuis 2016 (première année de suivi de la place des femmes à la réalisation d'œuvres audiovisuelles), le documentaire est le genre qui compte la part la plus importante d'heures strictement

réalisées par des femmes, à 33,8 % en 2024 (32,4 % en 2023, 26,6 % en 2019). Sachant que le volume d'heures du documentaire représente plus des deux tiers du volume d'heures aidées (68,9 %), la présence relativement plus importante de femmes à la réalisation dans ce genre a un poids considérable sur la part d'heures aidées réalisées par des femmes.

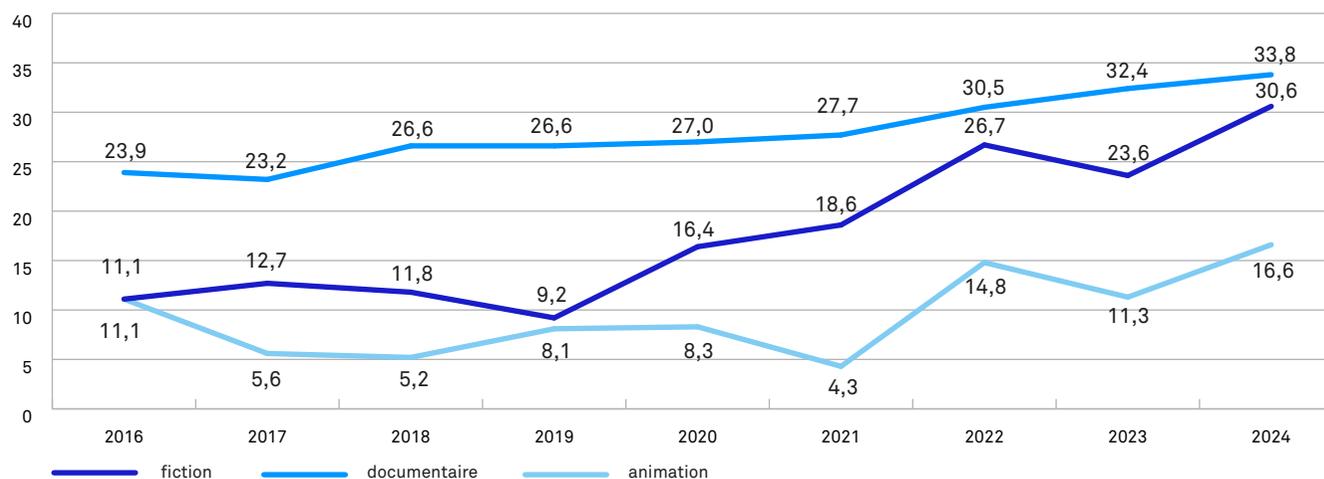
La part d'heures strictement réalisées par des femmes est légèrement moindre pour les œuvres de fiction (30,6 % en 2024, contre 23,6 % en 2023 et 9,2 % en 2019) et nettement inférieure pour les œuvres d'animation (16,6 % en 2024, contre 11,3 % en 2023 et 8,1 % en 2019). En 2023, dix œuvres d'animation strictement réalisées par des femmes sont aidées par le CNC. Parmi elles, quatre concentrent 75,5 % du volume horaire d'animation strictement réalisé par des femmes : *20, allée de la danse* réalisée par Yao Romy (Cottonwood Media, 26x26'),

Grand Galop (Frogbox, 26x22') réalisée par Karin Kempf, *Super Happy Magic Forest* (Zodiak kids & family, Monello Productions, 52x11') réalisée par Ruth Ducker et Nino Dino (Folivari, 78x7') réalisée par Aurélie Raphaël et Jeanne-Sylvette Giraud.

La part d'heures strictement réalisées par des femmes atteint un niveau record dans chacun des trois genres en 2024. La progression est particulièrement marquée en fiction (+19,5 points par rapport à 2016) et dans le documentaire (+9,9 points) sur l'ensemble de la période, et depuis 2021 pour l'animation (+12,3 points en trois ans).

40,0 % de femmes parmi les réalisateurs et réalisatrices de programmes audiovisuels aidés en 2024.

Part d'heures strictement réalisées par des femmes selon le genre des programmes audiovisuels aidés (%)



Source : CNC.

Un tiers de cheffes de poste au sein des projets audiovisuels aidés

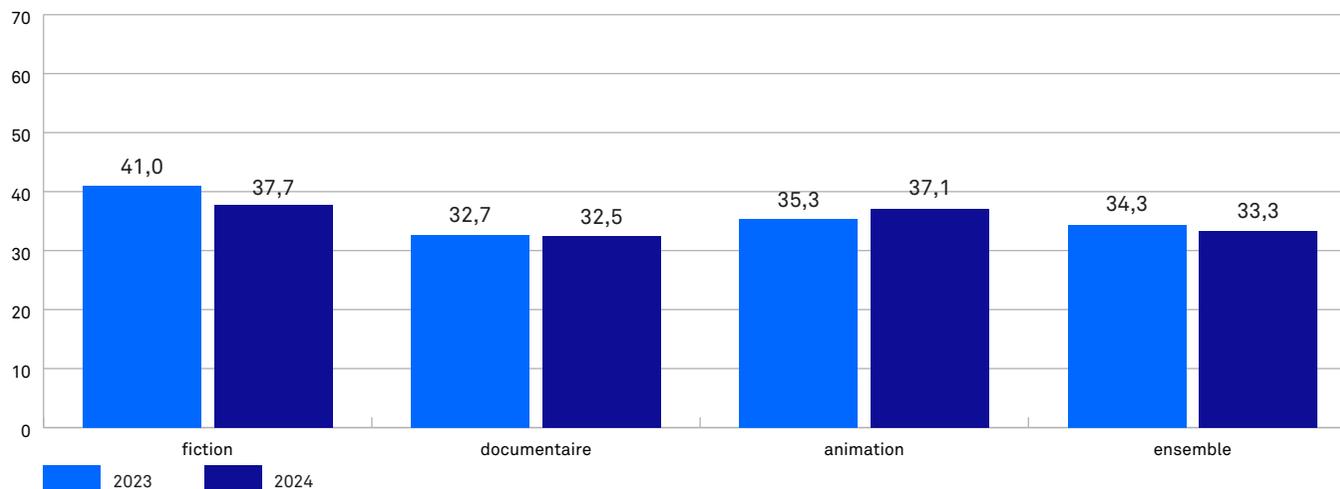
Depuis le 1^{er} janvier 2023, les producteurs des programmes audiovisuels aidés remplissent un formulaire dans lequel est mentionné le genre des principaux chefs de poste. Sur les 1 365 dossiers déposés au moment de l'autorisation définitive (fiction, documentaire et animation, hors spectacle vivant et magazine d'intérêt culturel) en 2024, 291 comportent une majorité de femmes parmi les chefs et cheffes de poste, soit 21,3 %, une part stable sur un an (268 projets en 2023, soit 21,6 %). Contrairement à 2023, la part d'œuvres avec une majorité de femmes cheffes de poste varie peu selon le genre des œuvres : 21,6 % des documentaires (20,7 % en 2023), 19,6 % des fictions (30,1 % en 2023), 16,0 % en animation (9,5 % en 2023).

Sur 19 102 chefs de poste déclarés, 6 362 sont des femmes (33,3 %, contre 34,3 % en 2023). La part de femmes est plus importante en fiction (37,7 %, -3,3 points sur un an) et en animation (37,1 %, +1,8 point) que dans le documentaire (32,5 %, -0,2 point). Sur l'ensemble des chefs et cheffes de poste identifiés, 83,6 % (15 965 salariés) évoluent dans le documentaire ; par conséquent, la part moindre de femmes dans ce genre a un impact considérable sur la part totale de cheffes de poste.

Parmi les 44 postes étudiés (14 en fiction, 11 en documentaire et 19 en animation), seulement sept sont majoritairement occupés par des femmes en 2024 : cheffe maquilleuse et cheffe costumière en fiction, documentaliste et directrice de production en documentaire, et cheffe du design des personnages, directrice de production et cheffe couleur et texture en animation. Plus globalement, certains postes demeurent fortement genrés. Les postes de chefs maquilleurs et chefs costumiers en fiction sont ainsi très largement occupés par des femmes (respectivement 96,2 % et 95,5 % de cheffes de poste). À l'inverse, les postes de chefs opérateurs de prises de son en fiction ou de chefs monteurs son en animation demeurent très largement masculins (respectivement 4,1 % et 3,8 % de

femmes). Enfin, aucune femme n'est mentionnée comme mixeuse en animation (19 hommes occupent ce poste, contre 3 femmes et 25 hommes en 2023).

Part de femmes parmi les chefs de poste selon le genre de programmes (%)



Source : CNC.

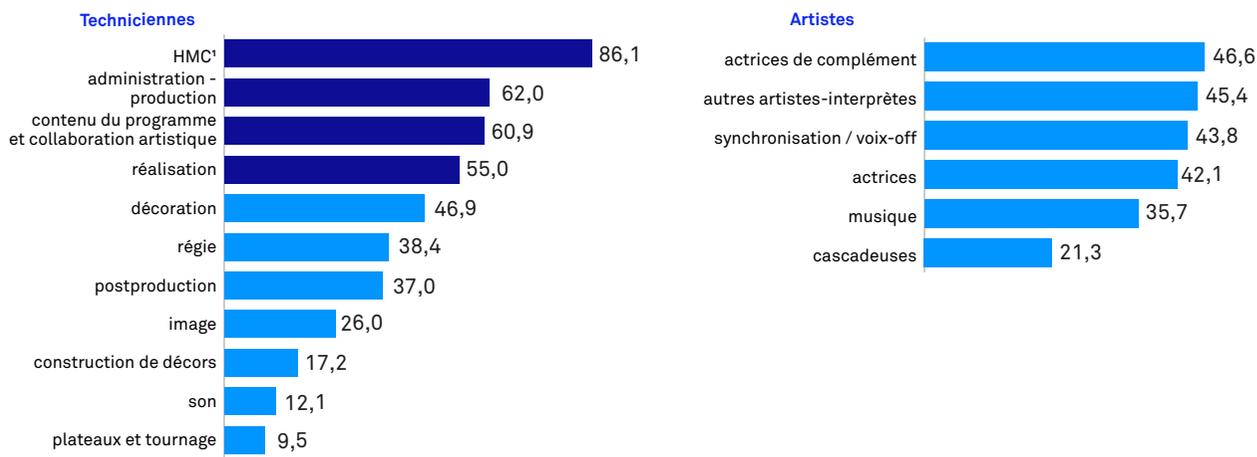
45 % de femmes parmi les intermittents de la production audiovisuelle de fiction et une féminisation visible dans chaque catégorie

En 2024, 46 800 intermittents ont travaillé au sein des sociétés de production audiovisuelle de fiction, dont 20 859 femmes. Depuis 2015, la part de femmes augmente tendanciellement, de 41,7 % en 2015 à 44,6 % en 2024 (+2,9 points). Comme dans la production cinématographique, les métiers de techniciens intermittents de la production audiovisuelle de fiction sont fortement genrés. Parmi les onze catégories de métiers, quatre présentent une majorité de femmes : les métiers du HMC (habillage, maquillage, coiffure – 86,1 % de femmes), de l'administration et de la production (62,0 %), du contenu de programme et de la collaboration artistique (60,9 %) et de la réalisation (55,0 %). À l'inverse, les femmes sont très largement minoritaires (moins de 30 %) dans les métiers de l'image (26,0 %), de la construction de décors (17,2 %), du son (12,1 %) et des plateaux et tournages (9,5 %), catégorie composée des machinistes et électriciens de prises de vues. Seuls les métiers de la décoration se rapprochent de la parité (46,9 % de femmes).

La féminisation des effectifs est à l'œuvre dans chaque catégorie de métiers entre 2018 et 2024, hormis dans les métiers du HMC, catégorie comprenant une très large majorité de femmes et dont la part reste stable sur la période (86,1 % en 2024 contre 85,9 % en 2018, soit +0,2 point). L'augmentation de la part de femmes est particulièrement marquée dans les métiers de la décoration (46,9 % contre 37,7 %, soit +9,2 points), de la régie (38,4 % contre 29,3 %, soit +9,1 points) et du contenu de programme et de la collaboration artistique (60,9 % contre 55,2 %, soit +5,7 points).

Les femmes sont minoritaires dans toutes les catégories, et de manière particulièrement prononcée dans le métier de cascadeur (21,3 % de femmes). La part de femmes parmi les acteurs et actrices s'établit à 42,1 % en 2024, une part qui varie peu depuis 2018 (42,5 % d'actrices).

Part de femmes dans les familles de métier des sociétés de production audiovisuelle de fiction en 2024 (%)



¹ HMC : habillage, maquillage, coiffure.
 Base : 191 sociétés de production audiovisuelle de fiction actives en 2024.
 Source : Audiens.

D'importantes disparités salariales dans les sociétés de production audiovisuelle de fiction et une faible présence de femmes parmi les professions les plus rémunératrices

Les salaires horaires moyens des femmes au sein des sociétés audiovisuelles de fiction sont inférieurs à ceux des hommes en 2024 dans la plupart des catégories de métiers.

Au sein des métiers de techniciens, les salaires horaires moyens des femmes sont inférieurs dans chaque catégorie à l'exception des métiers de la construction de décors (+2,0 %), ce qui s'explique notamment par la très faible part de femmes parmi les rippeurs (3,6 % de femmes), profession regroupant 44,4 % des effectifs de cette famille de métiers et présentant le salaire horaire moyen le moins élevé. Dans le détail, les différences sont particulièrement marquées (écart supérieur à 20 %) dans cinq catégories : les métiers de l'administration et de la production (-31,4 %), de la réalisation (-27,6 %), de l'image (-27,1 %), du son (-21,3 %) et de la postproduction (-21,0 %).

Les mêmes facteurs que dans la production cinématographique de fiction permettent d'expliquer ces écarts prononcés. Tout d'abord, les femmes sont moins présentes aux postes les plus rémunérateurs. Par exemple, au sein des métiers de l'administration et de la production, les professions de producteur exécutif et de directeur de production, nettement plus rémunératrices que les autres métiers de cette catégorie, sont occupées respectivement par 32,1 % et 33,9 % de femmes, contre 62,0 % pour l'ensemble de la catégorie. Cette sous-représentation des femmes dans les professions présentant les salaires horaires moyens les plus élevés s'observe également dans les métiers de la réalisation (21,2 % de conseillères techniques à la réalisation et 32,3 % de réalisatrices), de l'image (9,3 % de directrices de la photographie), du son (5,2 % de cheffes opératrices du son) et de la postproduction (11,1 % de bruiteuses et 11,4 % de superviseuses d'effets spéciaux). Parmi les vingt métiers techniques les plus rémunérateurs et avec au moins 20 salariés en 2024, un seul présente une majorité de femmes (les créateurs de costumes, à 86,7 %). Plus largement, la part de femmes

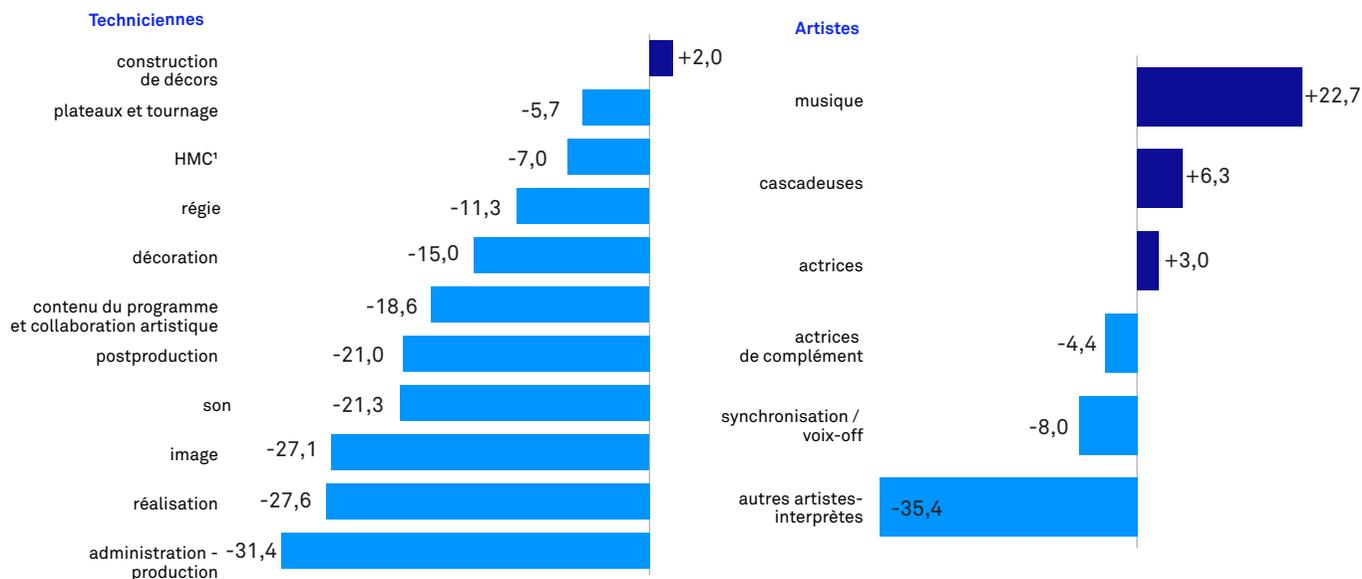
cadres est inférieure à celle des hommes cadres dans la plupart des familles de métiers, à l'exception des métiers de la décoration (23,0 % de femmes cadres contre 19,4 % d'hommes), du HMC (22,2 % contre 20,6 %) et du contenu de programme et de la collaboration artistique (56,0 % contre 55,9 %).

Des écarts de rémunération entre femmes et hommes au sein d'une même profession s'observent également. Sur les 78 professions avec au moins dix femmes et dix hommes salariés, 31 présentent un salaire horaire moyen moins élevé pour les femmes (écart supérieur à -3 %), 31 un salaire horaire moyen équivalent (écart compris entre -3 % et +3 %) et 16 un salaire horaire moyen plus élevé pour les femmes (écart supérieur à +3 %). La moindre rémunération des femmes s'explique en partie par le fait qu'elles sont en moyenne plus jeunes que les hommes quelle que soit la catégorie de métiers considérée, conséquence de la féminisation récente de nombreuses professions. Par exemple, dans les métiers du son, toutes les femmes ont moins de 40 ans, contre seulement 44,4 % des hommes. La féminisation récente des effectifs est aussi à l'origine du creusement des écarts salariaux dans certaines catégories de métiers, les nouveaux entrants percevant un salaire horaire moyen généralement moindre que les professionnels déjà présents dans le secteur. À titre d'exemple, les métiers de la décoration sont ceux dont la part de femmes affiche la plus forte hausse (+9,2 points entre 2018 et 2024, à 46,9 %) ; c'est également la catégorie au sein de laquelle les écarts salariaux augmentent le plus fortement sur la période (-15,0 % en 2024 contre -1,4 % en 2018).

S'il y a également des disparités salariales au sein des catégories d'artistes, elles ne sont pas systématiquement en défaveur des femmes. Les cachets horaires moyens perçus par les femmes sont inférieurs pour les actrices de complément (-4,4 %), les métiers de la synchronisation et de la voix-off (-8,0 %), et de manière plus marquée pour les autres artistes-interprètes (-35,4 %). L'écart dans cette dernière catégorie, laquelle se compose d'artistes

dramatiques, de danseurs et d'artistes chorégraphiques (respectivement 51,9 %, 40,1 % et 8,0 % des effectifs de la catégorie), provient de la surreprésentation des hommes parmi les artistes dramatiques (67,7 % d'hommes), profession présentant un salaire horaire moyen plus de quatre fois supérieur à celui des deux autres professions. Les cachets horaires des femmes sont, à l'inverse, plus importants pour les actrices (+3,0 %), les cascadeuses (+6,3 %) et les métiers de la musique (+22,7 %).

Écart entre les salaires horaires moyens des femmes et des hommes dans les sociétés de production audiovisuelle de fiction en 2024 (%)



¹ HMC : habillage, maquillage, coiffure.
 Base : 191 sociétés de production audiovisuelle de fiction actives en 2024.
 Source : Audiens.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- Les films d'initiative française réalisés par des femmes en 2023
- Les œuvres audiovisuelles aidées en 2023 réalisées et/ou écrites par des femmes
- L'emploi des femmes dans la production cinématographique de fiction en 2023
- L'emploi des femmes dans les sociétés de production audiovisuelle de fiction en 2023

7.3

L'emploi

En 2024 :



125 000

emplois dans la production
audiovisuelle



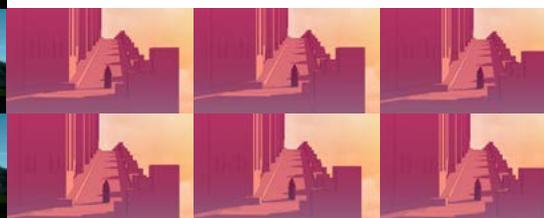
67 000

emplois dans la production
cinématographique



16 000

emplois dans l'exploitation
cinématographique



13 000

emplois dans la production
de films et programmes
d'animation



Remarques méthodologiques

Les statistiques sur l'emploi sont issues des bases de données d'Audiens. Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. À ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration sociale nominative (DSN) mensuelle qui permet 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.

Les informations relatives à l'emploi dans les filières soutenues par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens. Les secteurs d'activité sont définis par Audiens et sont déterminés sur la base du code APE, des conventions collectives ainsi que de l'activité réelle des entreprises. Les secteurs d'activité tels qu'étudiés dans cette partie sont donc susceptibles d'englober des entreprises qui ne sont pas directement soutenues par le CNC. Pour la production audiovisuelle, la production cinématographique et la production de films et programmes d'animation, les chiffres diffèrent de ceux présentés dans les études du CNC portant sur l'emploi dans ces secteurs du fait de périmètres distincts.

Le périmètre d'analyse de l'emploi en régions comprend toutes les entreprises déclarées auprès d'Audiens relevant des codes NAF 5911A – production de films et de programmes pour la télévision, 5911B – production de films institutionnels et publicitaires, 5911C – production de films pour le cinéma, 5912Z – post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 5913A – distribution de films cinématographiques, 5913B – édition et distribution de vidéo, 5914Z – projection de films cinématographiques, 6020A – édition de chaînes généralistes, et 6020B – édition de chaînes thématiques.



L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

Un recul de l'emploi en 2024 qui touche tous les secteurs soutenus par le CNC

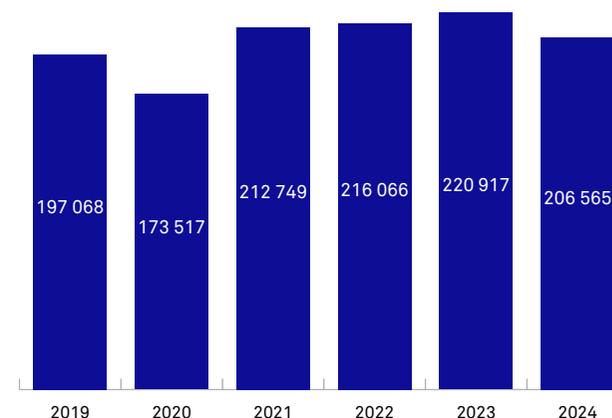
En 2024, 206 565 salariés sont employés dans les différents secteurs d'activité soutenus par le CNC, un niveau en baisse par rapport à celui constaté en 2023 (220 917 salariés, soit -6,5 %) mais qui reste supérieur à celui observé avant crise (+4,8 % par rapport à 2019).

Au sein des secteurs d'activités soutenus par le CNC, la production audiovisuelle concentre près de la moitié (49,5 %) des effectifs employés en 2024, une part stable par rapport à l'avant pandémie (49,2 % en 2019). Les sociétés de production cinématographique emploient 26,5 % des salariés du secteur, une part égale à celle observée en 2019, et les entreprises de prestations techniques en emploient 11,9 % (11,7 % en 2019).

La réduction des effectifs constatée sur l'ensemble de la filière en 2024 s'observe dans chaque secteur. Elle est particulièrement prononcée dans les secteurs de la production cinématographique (-8,6 %, à 66 972 salariés) et de la distribution cinématographique (-8,6 %, à 1 837 salariés). Quel que soit le secteur, le recul de l'activité touche en premier lieu les moins de 30 ans (-9,5 % sur l'ensemble des secteurs, à 69 445 salariés).

Malgré la baisse de l'emploi sur un an, le niveau d'activité de chaque secteur demeure supérieur à celui d'avant pandémie, hormis dans l'exploitation cinématographique (-6,0 %, à 15 562 salariés) et la distribution cinématographique (-4,2 %, à 1 837 salariés).

Emploi dans les secteurs soutenus par le CNC



Base : entreprises relevant des secteurs d'activité soutenus par le CNC : distribution cinématographique, exploitation cinématographique, prestations techniques, production audiovisuelle, production cinématographique et production de films et de programmes d'animation.
Sources : Audiens – Datalab.

Pérennisation des effectifs depuis 2019 dans le secteur de la production audiovisuelle

En 2024, 125 192 salariés sont employés par les entreprises de production audiovisuelle, un nombre en baisse par rapport au niveau record de 2023 (-6,0 %) mais qui demeure nettement supérieur à 2019 (+6,4 %). Cette réduction des effectifs sur un an est plus marquée parmi les intermittents (CDDU – -6,8 %, à 102 419 salariés en 2024) que parmi les permanents (CDI ou CDD – -4,2 %, à 23 314 salariés). La hausse de l'emploi observée par rapport à 2019 est très largement portée par les permanents (+18,9 % entre 2019 et 2024), tandis que le nombre d'intermittents augmente dans une proportion bien moindre sur la période (+3,2 %). Bien qu'encore nettement majoritaires dans l'emploi du secteur, la part d'intermittents décroît donc progressivement depuis 2019 (-2,1 points en cinq ans, à 80,3 % en 2024).

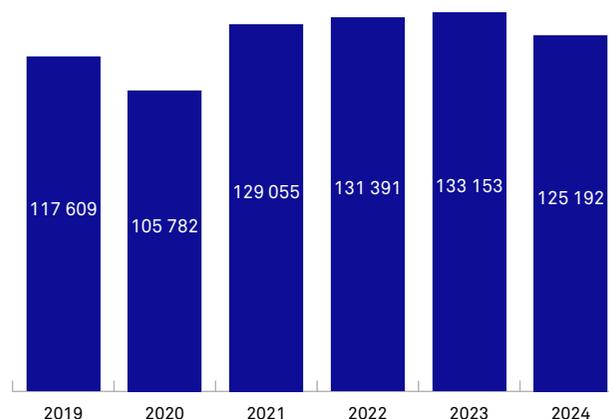
Au sein des effectifs permanents, le nombre de salariés en CDI baisse légèrement sur un an (-1,1 %, à 15 705 salariés, soit le deuxième plus haut niveau sur la période), à l'inverse des effectifs en CDD pour qui la contraction est plus marquée (-10,4 %, à 8 246 salariés). Depuis 2019, la forte hausse de l'emploi permanent est portée par les CDI (+26,6 %, contre +4,7 % pour les CDD). Par conséquent, l'emploi se pérennise dans le secteur de la production audiovisuelle et la part de salariés en CDI progresse (65,6 % des permanents en 2024, contre 61,2 % en 2019), mais demeure moins importante que dans les autres champs de la production (74,2 % des salariés permanents de la production cinématographique en 2024 et 73,1 % des salariés permanents de la production de films et de programmes d'animation).

Par ailleurs, si la baisse de l'activité se répercute sur l'emploi de chaque tranche d'âge, les moins de 30 ans restent les premiers touchés (-9,2 % par rapport à 2023, à 40 497 salariés en 2024). Malgré cette forte baisse, ils restent toutefois la tranche d'âge la plus importante en 2024 (32,3 % des salariés, -1,2 point sur un an).

En 2024, le secteur de la production audiovisuelle emploie

43,7 % de femmes, une part en progression au cours des dernières années (+1,4 point par rapport à 2019 et +0,5 point sur un an). Cette part varie selon la population considérée : en 2024, les femmes représentent 49,3 % des effectifs permanents des sociétés de production audiovisuelle, comme en 2019, et 42,4 % des effectifs intermittents (40,9 % en 2019, soit une hausse de 1,5 point). Enfin, les effectifs sont paritaires parmi les moins de 30 ans (49,3 % de femmes), ce qui entraînera très probablement une poursuite de la féminisation du secteur lors des prochaines années.

Emploi dans la production audiovisuelle



Base : entreprises de production audiovisuelle.
Source : Audiens – Datalab.

Contraction du nombre d'intermittents dans la production cinématographique

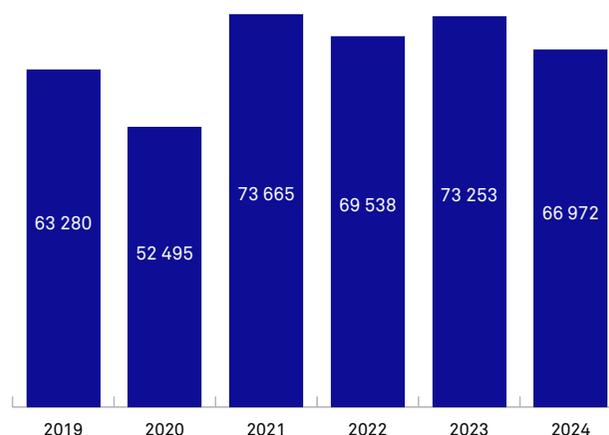
Le nombre de salariés du secteur de la production cinématographique passe de 73 253 salariés en 2023 à 66 972 en 2024 (-8,6 %). Il s'agit du secteur qui subit la plus forte baisse, à égalité avec la distribution cinématographique. Malgré ce contexte, le niveau d'emploi demeure supérieur à celui d'avant crise (63 280 salariés en 2019, soit +5,8 %). L'évolution de l'emploi diverge selon la population étudiée. Le nombre de permanents est stable sur un an, à 4 891 salariés en 2024, contre 4 910 en 2023 (-0,4 %), tandis que les effectifs intermittents, majoritaires dans le secteur (92,7 % des salariés) et dont le nombre reflète davantage l'activité, diminuent fortement, à 62 279 en 2024, contre 68 614 en 2023 (-9,2 %). La baisse du nombre d'intermittents observée en 2024 peut être rapprochée de la réduction du nombre de jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française agréés cette même année : 5 738 jours de tournage en 2024 contre 6 377 jours en 2023 (-10,0 %).

La baisse des effectifs s'observe dans chaque tranche d'âge, mais est plus marquée pour les 60 ans et plus (-17,5 %, à 6 027 salariés) et les moins de 30 ans (-10,6 %, à 22 609 salariés). Les moins de 30 ans restent la tranche d'âge la plus importante devant les 30-39 ans (respectivement 33,8 % et 25,2 % des effectifs), bien que leur part soit en baisse continue depuis trois ans (36,1 % en 2021). Toutefois, ce recul est moins marqué que dans les autres champs de la production, si bien que la part de moins de 30 ans dans la production cinématographique (33,8 %) devient pour la première fois depuis 2019 supérieure à celles observées dans la production audiovisuelle (32,3 %) et dans la production de films et de programmes d'animation (31,9 %).

29 926 femmes sont salariées par les entreprises de production cinématographique en 2024, soit 44,7 % des effectifs, une part en hausse continue au cours des dernières années (+3,0 points par rapport à 2019, +0,5 point sur un an). Les femmes sont majoritaires au

sein des effectifs permanents de la production cinématographique (54,7 % en 2024, contre 53,3 % en 2019, soit une hausse de 1,4 point) mais demeurent minoritaires parmi les effectifs intermittents (43,9 %), malgré la dynamique positive observée depuis 2019 (40,8 %, soit +3,1 points en cinq ans).

Emploi dans la production cinématographique



Base : entreprises de production cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

Forte baisse de l'emploi des salariés de moins de 30 ans dans l'animation

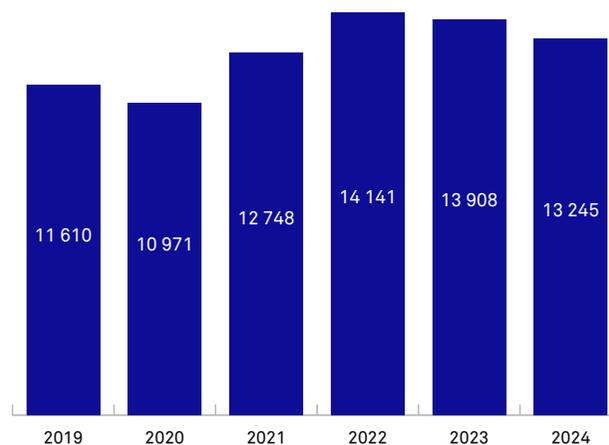
Les entreprises de production de films et de programmes d'animation emploient 13 245 salariés en 2024, nombre en recul sur un an (13 908 salariés en 2023, soit -4,8 %) mais qui reste nettement supérieur à 2019 (11 610 salariés, soit +14,1 %, une croissance plus importante que dans les autres secteurs). Trois quarts (74,5 %, soit 10 080 salariés) des salariés du secteur sont intermittents. La baisse des effectifs se manifeste principalement sur ce type de contrats (-5,0 % sur un an), tandis que les effectifs permanents sont relativement stables (-0,9 %, à 3 439 salariés). Par rapport à l'avant crise, la hausse des effectifs est plus marquée pour les salariés permanents (+27,8 %) que pour les intermittents (+11,3 %).

Si le nombre de permanents reste à un niveau proche de celui de l'an dernier, la situation varie toutefois selon les contrats. Alors qu'un phénomène de pérennisation des contrats était à l'œuvre depuis 2021 (+22,7 % de CDI entre 2021 et 2023, à 2 637 salariés), le nombre de CDI recule en 2024 (-3,3 %, à 2 551 salariés). En revanche, le nombre de salariés en CDD augmente de 2,0 % sur un an, à 940 salariés. Les CDI demeurent toutefois largement majoritaires et représentent 73,1 % des emplois permanents du secteur, contre 74,1 % en 2023 et 70,2 % en 2019. L'évolution du nombre de salariés est très inégale selon les tranches d'âge. La baisse des effectifs touche principalement les salariés de moins de 30 ans (-12,6 %, à 4 222 salariés), tandis que seules deux autres tranches d'âge voient leurs effectifs diminuer en 2024, et dans des proportions nettement moindres : -2,3 % pour les 50-59 ans, à 1 291 salariés, et -1,0 % pour les 30-39 ans, à 4 773 salariés. Par conséquent, la part de moins de 30 ans diminue fortement sur un an (-2,8 points, à 31,9 %, et -4,4 points par rapport à 2019). Alors que la part de jeunes salariés était jusqu'à présent plus importante dans l'animation, elle devient pour la première fois depuis 2019 inférieure à celle des autres champs de la production

(33,8 % dans la production cinématographique en 2024 et 32,3 % dans la production audiovisuelle).

La part de femmes employées dans le secteur de la production de films et de programmes d'animation est plus faible que dans les autres champs de la production : 5 477 femmes sont employées dans le secteur en 2024, soit 41,4 % de l'ensemble des effectifs, contre 44,7 % dans la production cinématographique et 43,7 % dans la production audiovisuelle. Cette part est stable sur un an (41,5 % en 2023) mais progresse fortement par rapport à 2019 (37,4 %, soit +4,0 points).

Emploi dans la production de films et de programmes d'animation



Base : entreprises de production de films et de programmes d'animation.
Source : Audiens – Datalab.

Léger recul de l'emploi dans les prestations techniques sur un an, mais des permanents en forte progression sur cinq ans

L'emploi généré par les entreprises de prestations techniques diminue en 2024 (-2,9 %, à 30 182 salariés), mais de manière moins prononcée que dans les autres secteurs. Il s'agit du deuxième secteur le plus dynamique en nombre d'emplois créés par rapport à 2019 (+7,6 %), derrière la production de films et de programmes d'animation (+14,1 %).

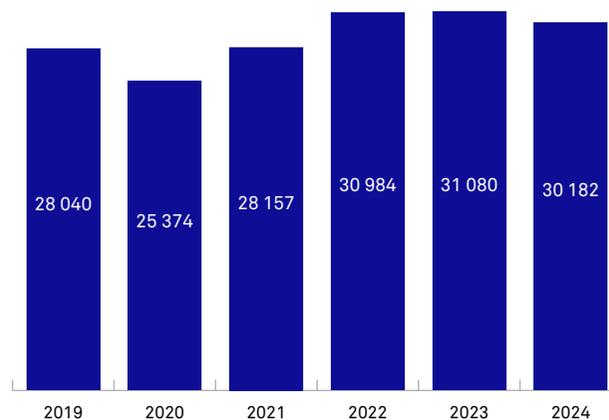
Le recul de l'activité touche en premier lieu les salariés intermittents (-4,1 % par rapport à 2023, à 17 171 salariés en 2024), la baisse du nombre de salariés permanents étant quant à elle moins marquée (-1,3 %, à 13 284 salariés). La hausse des effectifs par rapport à 2019 est portée par l'augmentation du nombre de permanents (+22,3 % sur la période), tandis que le nombre d'intermittents accuse un léger recul (-1,4 %). La part de permanents progresse donc fortement depuis cinq ans et s'établit à 43,5 % des salariés (38,3 % en 2019).

Par ailleurs, parmi les contrats de permanents, le nombre de salariés en CDI reste stable (-0,3 % par rapport à 2023, à 10 588 salariés), tandis que le nombre de CDD accuse une baisse (-4,7 %, à 3 078 salariés). Par conséquent, la part de CDD parmi les effectifs permanents diminue en 2024 et s'établit à 22,5 % des effectifs permanents, un niveau proche de celui d'avant crise (22,1 % en 2019).

Après quatre années de hausse, la part de moins de 30 ans baisse en 2024 et s'établit à 26,9 % (27,7 % en 2023). Cette part demeure toutefois supérieure à celles des années précédentes (25,0 % en 2019 et 25,6 % en 2021).

Le secteur des prestations techniques est le secteur soutenu par le CNC qui présente la part de femmes la plus faible, à 32,4 % des effectifs déclarés en 2024, une part qui augmente toutefois par rapport à 2019 (30,1 %, soit +2,3 points).

Emploi dans les prestations techniques



Base : entreprises de prestations techniques (spectacle vivant exclu).
Source : Audiens - Datalab.

Une baisse des effectifs en CDI par rapport à l'avant crise dans la distribution cinématographique

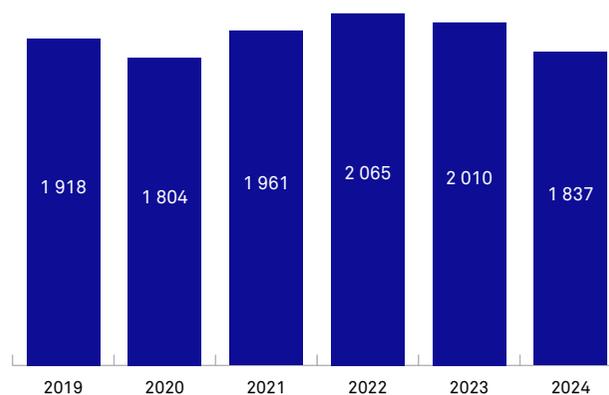
Bien que le nombre de films sortis en première exclusivité soit en hausse (744 films en 2024 contre 716 films en 2023, soit +3,9 %), les effectifs des entreprises de distribution cinématographique diminuent fortement et ce, pour la deuxième année consécutive : le secteur compte 1 837 salariés en 2024, soit -8,6 % par rapport à 2023. Il s'agit du secteur qui connaît la plus forte réduction d'effectifs sur un an, à égalité avec la production cinématographique. En outre, la distribution cinématographique est l'un des deux seuls secteurs d'activité avec l'exploitation cinématographique pour lesquels le niveau d'emploi est inférieur à celui de 2019 (1 918 salariés en 2019, soit -4,2 %, et -6,0 % pour l'exploitation).

Composé quasi intégralement de salariés permanents (98,0 % des effectifs en 2024), le secteur affiche une baisse conjointe du nombre de salariés en CDI (1 485 salariés en 2024, -4,2 % par rapport à 2023 et -3,6 % par rapport à 2019) et en CDD (360 salariés en 2024, -16,7 % sur un an mais seulement -0,8 % par rapport à 2019).

Les salariés de moins de 30 ans, qui représentent plus d'un quart des effectifs (28,9 %, soit 531 salariés), sont les premiers touchés par la réduction de l'emploi dans le secteur en 2024 (-13,4 % sur un an, mais +12,5 % par rapport à 2019). La part des moins de 30 ans est par conséquent en baisse par rapport à 2023 (30,5 %, soit -1,6 point) mais reste en hausse par rapport à l'avant crise (24,6 % en 2019, soit +4,3 points).

Comme chaque année, la distribution cinématographique est le seul secteur qui comprend une majorité de femmes : en 2024, 1 072 femmes sont employées dans le secteur, soit 58,4 % des effectifs.

Emploi dans la distribution cinématographique



Base : entreprises de distribution cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

Un nombre de salariés toujours inférieur au niveau d'avant crise dans l'exploitation cinématographique

Le nombre d'établissements de projection cinématographique en France est en baisse pour la deuxième année consécutive (2 052 établissements en 2024, contre 2 058 en 2023 et 2 061 en 2022). Malgré cette baisse, le nombre d'établissements reste supérieur à la moyenne d'avant crise (2 044 en moyenne entre 2017 et 2019).

Après une année 2023 durant laquelle l'emploi dans le secteur de l'exploitation cinématographique avait retrouvé un niveau proche de celui de 2019 (16 175 salariés, soit -2,3 %), les effectifs du secteur baissent de 3,8 % sur un an, à 15 562 salariés, soit -6,0 % par rapport à 2019. Il s'agit du secteur qui connaît la plus forte baisse d'effectifs par rapport à l'avant crise.

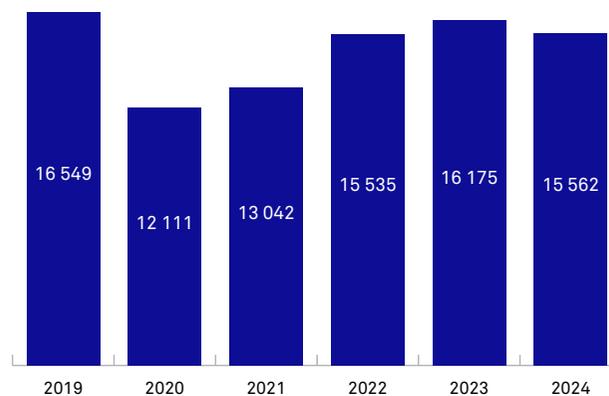
La baisse des effectifs observée en 2024 touche quasi exclusivement les salariés en CDD (6 296 salariés en 2024 contre 6 868 en 2023, soit -8,3 %). Le nombre de salariés en CDI est quant à lui stable : 10 270 salariés sont employés en CDI en 2024, contre 10 321 en 2023 (-0,5 %). Par rapport à l'avant crise, la réduction du nombre de salariés est également plus prononcée pour les salariés en CDD (-7,5 %) que pour les salariés en CDI (-4,5 %).

8 503 salariés des entreprises du secteur de l'exploitation cinématographique ont moins de 30 ans en 2024 (-5,2 % sur un an), soit plus de la moitié des effectifs du secteur (54,6 %), un niveau proche de celui de 2019 (55,5 %). Les salariés plus jeunes sont cependant les premiers touchés par la réduction des effectifs : sur 613 salariés en moins en 2024, 464 ont moins de 30 ans, soit 75,7 % de la baisse d'emploi du secteur. Cela s'explique en grande partie par la surreprésentation des moins de 30 ans parmi les CDD (84,0 % des salariés ayant ce type de contrat ont moins de 30 ans), dont le nombre a fortement diminué en 2024 (-8,3 %).

La baisse des effectifs touche d'abord les femmes (-5,1 %, à 7 854 salariés, contre -2,5 % pour les hommes, à 7 708 salariés), ces dernières étant plus nombreuses parmi les CDD (56,1 % des CDD sont des femmes). Le

secteur de l'exploitation cinématographique est le seul à présenter une parité quasi parfaite parmi ses effectifs (7 854 femmes, soit 50,5 % des effectifs en 2024).

Emploi dans l'exploitation cinématographique



Base : entreprises d'exploitation cinématographique.
Source : Audiens - Datalab.

L'emploi en régions

Près de 60 % des établissements implantés en Île-de-France, mais une décentralisation à l'œuvre

En 2024, 10 950 entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actives en France, soit 29 de plus qu'en 2023 (+0,3 %) et 1 582 de plus qu'en 2019 (+16,9 %).

Après avoir connu une période de forte croissance depuis 2020 (+16,9 % entre 2020 et 2023), le nombre d'établissements (une entreprise peut compter plusieurs établissements), se stabilise en 2024 (+0,5 % sur un an à 12 207 établissements, et +16,5 % par rapport à 2019). Cette hausse est portée par les établissements de production de films institutionnels et publicitaires (+52 établissements en un an, soit +1,7 %) et, dans une moindre mesure, par les établissements de production audiovisuelle (+19 établissements, soit +0,5 %). À l'inverse, le nombre d'établissements de production cinématogra-

phique diminue (-24, soit -0,9 %), tout comme ceux de projection cinématographique (-23, soit -2,0 %).

7 207 établissements sont implantés en Île-de-France en 2024, soit 59,0 % de l'ensemble des établissements, une part en baisse tendancielle sur 20 ans, avec une accélération depuis 2019 (60,1 % en 2023, 63,3 % en 2019 et 66,9 % en 2005). En 2024, plus du tiers (38,5 %) des établissements franciliens exercent une activité de production audiovisuelle, et plus d'un quart (26,3 %) exercent une activité de production cinématographique. La part d'établissements implantés en Île-de-France est significativement plus élevée dans la production cinématographique (71,2 % des établissements en 2024) et dans la production audiovisuelle (67,3 %), mais elle baisse toutefois depuis 2019 (respectivement -5,2 points et -2,9 points). Hors Île-de-France (+579 établissements entre 2019 et 2024), les créations d'établissements sont portées par les régions méridionales : +193 établissements en Provence-Alpes-Côte d'Azur (742 établissements,

soit 6,1 % de l'ensemble des établissements en 2024), +186 établissements en Auvergne-Rhône-Alpes (862, soit 7,1 %), +138 établissements en Occitanie (627, soit 5,1 %) et +137 établissements en Nouvelle-Aquitaine (641, soit 5,3 %). En outre, les départements et régions d'Outre-mer présentent la plus forte croissance (+60,3 % entre 2019 et 2024, soit 47 établissements supplémentaires, à 125 au total).

Niveau d'emploi en baisse en 2024, à 221 000 salariés, mais supérieur à l'avant crise

En 2024, 220 691 emplois sont comptabilisés par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, un niveau en baisse par rapport au record atteint en 2023 (233 692 salariés, soit -5,6 %) mais qui demeure supérieur à celui de 2019 (210 703 salariés, soit +4,7 %).

L'Île-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 176 817 emplois en 2024, soit 69,7 % de l'ensemble des effectifs du secteur, une part en baisse sur un an (70,6 % en 2023) et par rapport à l'avant crise (73,3 % en 2019). Près de 40 % (38,5 %) des individus salariés dans la région travaillent dans des établissements de production de films et programmes pour la télévision, une part légèrement plus importante qu'à l'échelle nationale (35,6 %) qui s'explique par la densité du tissu des établissements de production audiovisuelle en Île-de-France (38,5 % des établissements de la région, contre 35,6 % des effectifs et 33,8 % des établissements à l'échelle nationale). L'importance de cette part doit toutefois être relativisée, ces établissements intégrant des productions dont les tournages se déroulent dans les autres régions. Si plus des deux tiers (69,7 %) des effectifs salariés sont rattachés à un établissement d'Île-de-France, ils ne sont que 53,6 % à y résider.

Etablissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	676	690	764	802	841	862
Bourgogne-Franche-Comté	130	139	142	153	164	162
Bretagne	271	271	303	333	336	349
Centre-Val de Loire	137	138	159	187	187	194
Corse	56	59	60	67	68	67
Grand Est	251	252	263	290	294	304
Hauts-de-France	264	267	290	316	337	351
Île-de-France	6 628	6 501	6 968	7 249	7 300	7 207
Normandie	182	185	212	224	224	244
Nouvelle-Aquitaine	504	506	526	602	633	641
Occitanie	489	490	547	605	618	627
Pays de la Loire	264	268	293	302	320	332
Provence-Alpes-Côte d'Azur	549	552	612	688	698	742
Outre-mer	78	77	97	112	127	125
ensemble	10 479	10 395	11 236	11 930	12 147	12 207

Une hausse de l'emploi en Centre-Val de Loire, Normandie, Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie

Entre 2023 et 2024, les effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma diminuent dans la majorité des régions. Le recul est particulièrement marqué dans trois territoires : en Bretagne (4 558 salariés en 2024, soit -19,7 % sur un an), dans les départements et régions d'Outre-mer (3 309 salariés, soit -16,4 %) et en Provence-Alpes-Côte d'Azur (12 104 salariés, soit -14,6 %). Pour les deux premiers, cette baisse prononcée intervient après une année 2023 marquée par une augmentation exceptionnelle de l'activité (+32,5 % en Bretagne et +20,5 % en Outre-mer entre 2022 et 2023). En revanche, la baisse de l'emploi en Provence-Alpes-Côte d'Azur prolonge celle déjà observée en 2023 (-29,8 %). Après avoir atteint un sommet en 2022 (20 172 salariés), le niveau d'emploi connaît ainsi une forte baisse de 40,0 % sur deux ans.

Dans chacune de ces trois régions, la baisse des effectifs s'explique par des raisons différentes. En Bretagne et dans les départements et régions d'Outre-mer, la baisse de l'emploi correspond à un retour à la normale après une année 2023 exceptionnelle. La Bretagne connaît ainsi un fort rétrécissement de l'activité des établissements de production de films pour le cinéma implantés dans la région (1 188 salariés en moins, soit -46,9 %, après une hausse de 47,1 % en 2023). La baisse de l'emploi dans les départements et régions d'Outre-mer provient quant à elle à la fois des établissements de production de films et programmes pour la télévision (-473 salariés, soit -25,8 %) et des établissements de production de films pour le cinéma (-279 salariés, soit -30,5 %), après une année 2023 de croissance dans ces deux secteurs (respectivement +17,2 % et +76,8 % par rapport à 2022), liée au tournage de plusieurs productions (d'une part la série *Wish* de Julien Dalle, d'autre part les films *Fanon* de Jean-Claude Barny, *Magma* de Cyprien Vial, *Zion* de Nelson Foix, *Marmaille* de Grégory Lucilly, *Transamazonia* de Pia Marais et *Dans la peau de Blanche Houellebecq* de Guillaume Nicloux). La situation est en revanche différente en Provence-

Alpes-Côte d'Azur, puisqu'une baisse de l'emploi y est observée pour la deuxième année consécutive, en particulier dans la production de films et programmes pour la télévision (-2 934 salariés, soit -38,5 % en 2024, et -62,7 % en deux ans), alors même que le nombre d'établissements est en hausse (+12 établissements en 2024, soit +5,5 %). Les effectifs de la production de films pour le cinéma sont en forte progression dans cette région en 2024 (+842 salariés, soit +36,7 %), mais cette hausse est insuffisante pour compenser la chute de l'activité dans la production audiovisuelle. La baisse de l'emploi dans la production audiovisuelle peut en partie s'expliquer par un tassement de l'activité de Peninsula Production, société

implantée à Nice spécialisée dans la production exécutive de projets internationaux, après une année 2022 record avec plusieurs gros tournages à son actif (*La Nonne : La Malédiction de Sainte-Lucie*, la première saison de *The Serpent Queen*, etc.). En outre, cette évolution de l'emploi doit être interprétée avec prudence car il ne reflète pas stricto sensu l'activité dans la région, de nombreuses productions tournées sur le territoire étant le fait d'établissements implantés dans d'autres régions. L'emploi des salariés résidant dans la région connaît certes une baisse, mais celle-ci est nettement moindre (-11,8 % en deux ans dans la production de films et programmes pour la télévision).

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	8 894	7 759	9 505	9 984	9 977	10 965
Bourgogne-Franche-Comté	1 566	1 225	1 487	1 774	1 894	1 762
Bretagne	3 746	3 398	4 320	4 281	5 674	4 558
Centre-Val de Loire	1 803	1 619	2 024	2 399	2 394	3 545
Corse	893	845	1 005	1 041	1 077	1 053
Grand Est	5 560	4 486	5 147	5 180	5 580	5 317
Hauts-de-France	4 892	3 957	4 222	4 643	4 904	4 877
Île-de-France	172 210	154 097	186 658	181 890	187 756	176 817
Normandie	1 901	1 791	2 053	2 092	2 543	3 493
Nouvelle-Aquitaine	9 040	6 720	8 278	10 083	9 850	9 746
Occitanie	6 359	6 602	10 047	12 164	10 396	10 811
Pays de la Loire	4 819	4 420	5 286	6 040	5 612	5 496
Provence-Alpes-Côte d'Azur	10 660	10 003	12 517	20 172	14 166	12 104
Outre-mer	2 739	2 781	3 041	3 284	3 956	3 309
ensemble¹	210 703	188 873	226 587	228 832	233 692	220 691

¹ Effectifs dédoublonnés : un même individu ayant exercé dans plusieurs régions n'est comptabilisé qu'une seule fois.
Source : Audiens.

Dans un contexte de baisse globale de l'activité, le niveau d'emploi augmente toutefois dans quatre régions en 2024 : en Centre-Val de Loire (+48,1 %, à 3 545 salariés), en Normandie (+37,4 %, à 3 493 salariés), en Auvergne-Rhône-Alpes (+9,9 %, à 10 965 salariés) et en Occitanie (+4,0 %, à 10 811 salariés). La forte croissance en Centre-Val de Loire et en Normandie provient des établissements de production cinématographique, dont les effectifs ont plus que doublé dans chacune de ces régions (respectivement +1 199 salariés, soit +135,3 %, et +804 salariés, soit +141,3 %). Plus précisément, la hausse de l'emploi en Centre-Val de Loire est probablement portée par l'activité de Cheyenne Studio, société implantée à Tours et qui a produit en 2024 *Les Bodin's partent en vrille* de Frédéric Forestier et *Classe moyenne* d'Anthony Cordier.

Par rapport à l'avant crise, l'emploi est en hausse dans chaque région, hormis dans les régions Grand Est (-4,4 % par rapport à 2019, à 5 317 salariés) et Hauts-de-France (0,3 %, à 4 877 salariés). À l'inverse, les effectifs sont en très forte croissance en Centre-Val de Loire (+96,6 %, à 3 545 salariés), Normandie (+83,7 %, à 3 493 salariés) et Occitanie (+70,0 %, à 10 811 salariés).

Une hausse de la masse salariale plus franche en Normandie et en Centre-Val de Loire

La masse salariale dégagée en 2024 est de 4,5 Md€. L'Île-de-France concentre 77,8 % de la masse salariale totale (3,5 Md€), une part en baisse par rapport à l'avant crise (79,5 % en 2019).

Entre 2023 et 2024, la masse salariale en France recule de 3,5 %. Cette évolution varie selon les régions. Sur quatorze régions, seules quatre enregistrent une baisse en 2024 : les régions Provence-Alpes-Côte d'Azur (-10,8 %, à 106,57 M€), Nouvelle-Aquitaine (-5,0 %, à 128,66 M€), Île-de-France (-4,4 %, à 3 482,37 M€) et Bretagne (-3,1 %, à 45,45 M€). Or, ces quatre régions représentent à elles seules 84,1 % de la masse salariale dégagée en 2024, c'est pourquoi le recul enregistré dans ces seules régions se répercute sur la masse salariale totale.

La forte baisse de la masse salariale en Provence-Alpes-Côte d'Azur est imputable aux établissements de production audiovisuelle (-31,9 % sur un an, à 25,7 M€, pour une baisse d'effectifs de 38,5 %), qui reste néanmoins la première activité de la région. En revanche, la masse salariale des établissements de production cinématographique de la région progresse fortement en 2024 (+16,3 %, à 14,4 M€), une hausse toutefois nettement moins prononcée que celle des effectifs (+36,7 %).

Dans les régions pour lesquelles la masse salariale augmente en 2024, cette hausse est dans l'ensemble modérée : sept régions présentent ainsi une hausse inférieure à 5,0 %. Deux régions se distinguent toutefois par une progression plus marquée : la Normandie (+13,0 %,

à 33,27 M€) et le Centre-Val de Loire (+11,1 %, à 27,41 M€). Dans ces deux régions, la croissance est portée par une hausse exceptionnelle de l'activité des établissements de production de films pour le cinéma (respectivement +106,9 % et +87,8 % sur un an).

Enfin, la masse salariale dans chacune des régions est supérieure d'au moins 10 % par rapport au niveau de 2019. Sur ces cinq ans, la hausse de la masse salariale est plus marquée en Occitanie (+55,6 %, hausse en partie explicable par la création du feuilleton quotidien *Ici tout commence*), suivie du Centre-Val de Loire (+39,7 %), de la Nouvelle-Aquitaine (+34,0 %) et des Pays de la Loire (+32,9 %).

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région (M€)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Auvergne-Rhône-Alpes	126,24	115,89	136,81	146,64	149,14	154,91
Bourgogne-Franche-Comté	22,15	18,84	20,13	23,36	25,16	25,56
Bretagne	36,74	32,31	37,30	41,71	46,90	45,45
Centre-Val de Loire	19,62	17,18	18,41	23,26	24,68	27,41
Corse	16,50	16,13	17,68	18,43	19,36	19,32
Grand Est	88,93	79,94	83,00	92,55	98,61	100,43
Hauts-de-France	54,95	45,71	53,58	62,14	65,96	66,86
Île-de-France	3 030,64	2 807,19	3 221,29	3 424,25	3 644,04	3 482,37
Normandie	27,08	22,22	23,99	26,85	29,43	33,27
Nouvelle-Aquitaine	95,99	84,96	103,77	128,54	135,37	128,66
Occitanie	89,78	82,19	108,06	140,68	136,42	139,72
Pays de la Loire	47,88	52,79	49,00	62,17	62,22	80,52
Provence-Alpes-Côte d'Azur	91,47	79,80	98,69	157,36	119,41	106,57
Outre-mer	64,49	62,27	64,32	75,54	79,62	63,62
ensemble	3 812,45	3 517,41	4 036,04	4 423,68	4 636,32	4 474,66

Source : Audiens.

7.4

La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel

En 2024 :

Les projecteurs laser,

4 fois moins énergivores

que les projecteurs xénon

Un impact environnemental

3 fois moindre pour
les projecteurs laser

Les usages numériques, responsables de

38 % de la consommation
énergétique

des studios de postproduction, d'animation et de VFX...

...et de

31 % de leurs émissions
carbone

375 tCO₂e en moyenne

pour les longs métrages de fiction agréés en 2024



Le Plan Action !

Un plan sur trois ans, lancé en 2021

En juin 2021, le CNC a annoncé la mise en place du Plan Action ! pour une politique publique de transition écologique et énergétique dans les secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée. Dans ce cadre, plusieurs actions ont été mises en œuvre en 2022 : une méthodologie a été définie pour mesurer l'impact carbone des œuvres en prises de vues réelles, un module de formation a été déployé auprès de 1 400 étudiantes et étudiants et un Observatoire de la transition écologique a été créé au sein du CNC. En 2023, deux calculateurs carbone pour les œuvres en prises de vues réelles ont été homologués, le Carbon'Clap d'Ecoprod et le Seco2 de Flying Secoya, et les sociétés de production ont été incitées à réaliser le bilan carbone de tout projet aidé par le CNC. Le CNC a en outre organisé une journée de réflexion sur les bonnes pratiques à encourager et accompagné le collectif « Cut ! ».

À partir du 1^{er} janvier 2024, les aides à la production du CNC pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles en prises de vues réelles ont été conditionnées par le dépôt obligatoire d'un bilan carbone prévisionnel et d'un bilan carbone définitif, et un troisième calculateur carbone pour les œuvres en prises de vues réelles a été homologué, le Carbon Stage de Greenly. En parallèle, un protocole d'homologation de calculateurs carbone à destination des œuvres nativement numériques (animation, jeux vidéo) a été élaboré, pour préparer l'écoconditionnalité des aides à destination de ces secteurs pour 2025. Enfin, un référentiel AFNOR, composé de 28 critères et 3 niveaux d'exigences, a été créé pour accompagner les professionnels dans la mise en place de pratiques respectueuses de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

2025 : Une nouvelle phase pour le Plan Action !

Le CNC a présenté la saison 2 de son Plan Action ! 2025-2027, lors d'une journée consacrée à la transition écologique le 11 mars 2025.

- **Éco-conditionnalité des aides à la production du CNC pour les œuvres d'animation et les jeux vidéo** à partir du 1^{er} mars 2025, avec dépôt obligatoire de deux bilans carbone, prévisionnel et définitif.
- **Homologation de deux calculateurs d'émissions carbone à destination des œuvres nativement numériques** : le Carbulator pour l'animation, développé par l'association AnimFrance, et Jyros pour le jeu vidéo, développé par les sociétés GameOnly, Bleu Matin et iCare.
- **Révision du protocole d'homologation pour les calculateurs carbone des œuvres en prises de vues réelles** : fixer des règles communes (identification des grands postes, homogénéisation des facteurs d'émission et unités de mesure) à tous les calculateurs pour assurer la comparabilité des outils sur le socle commun.
- **Mise en place du dispositif incitatif « RSE+ »** pour valoriser les productions atteignant le niveau 2 du référentiel AFNOR.

Un dépôt obligatoire d'un bilan carbone prévisionnel et définitif depuis le 1^{er} mars 2025 pour les œuvres d'animation et les jeux vidéo.

L'Observatoire de la transition écologique et énergétique

Dans le cadre du Plan Action !, le CNC a lancé dès 2021 l'Observatoire de la transition écologique qui a pour objectifs de produire et collecter des données fiables sur toutes les filières soutenues par le CNC, d'évaluer leur impact environnemental et d'apporter des solutions concrètes aux différents acteurs des secteurs. Ces objectifs font, depuis, l'objet d'un travail collectif : en transversalité au sein du CNC, en collaboration avec les associations professionnelles et les sociétés auditées, et à travers des recours réguliers à des experts de la transition environnementale.

La projection laser, 4 fois moins énergivore

En 2022, un diagnostic énergétique des salles de cinéma avait été réalisé, révélant que le poste CVC (chauffage, ventilation et climatisation) était responsable de 68,8 % de la consommation énergétique des établissements cinématographiques. La projection, de son côté, concentrait 15,9 % de leur consommation et la seule action préconisée était le remplacement des projecteurs xénon en fin de vie par des projecteurs laser. Le CNC a ainsi souhaité objectiver le gain énergétique apporté par un projecteur laser et vérifier son impact environnemental comparé à celui d'un projecteur xénon, par le biais d'un nouvel audit et d'une analyse du cycle de vie.

Des besoins énergétiques et en climatisation bien moins importants pour la projection laser

25 projecteurs ont ainsi été audités dans 14 établissements en 2024 : 14 projecteurs laser et 11 projecteurs xénon, de toutes marques (Christie, Barco, NEC, Kinton), couvrant toutes les tailles d'écran (moins de 6 m, 6 à 9 m, 9 à 12 m, 12 à 14 m, 14 m et plus).

Il ressort des mesures réalisées *in situ* que les projecteurs disposant de lampes xénon ont un ratio de consommation moyenne 4,14 fois plus élevé que les projecteurs laser (3,89 kWh pour le xénon, contre 0,95 kWh pour le laser). Deux projecteurs rétrofités (des anciens projecteurs xénon qui ont été convertis en projecteurs laser) affichent, par ailleurs, une performance équivalente à celle des projecteurs nativement laser.

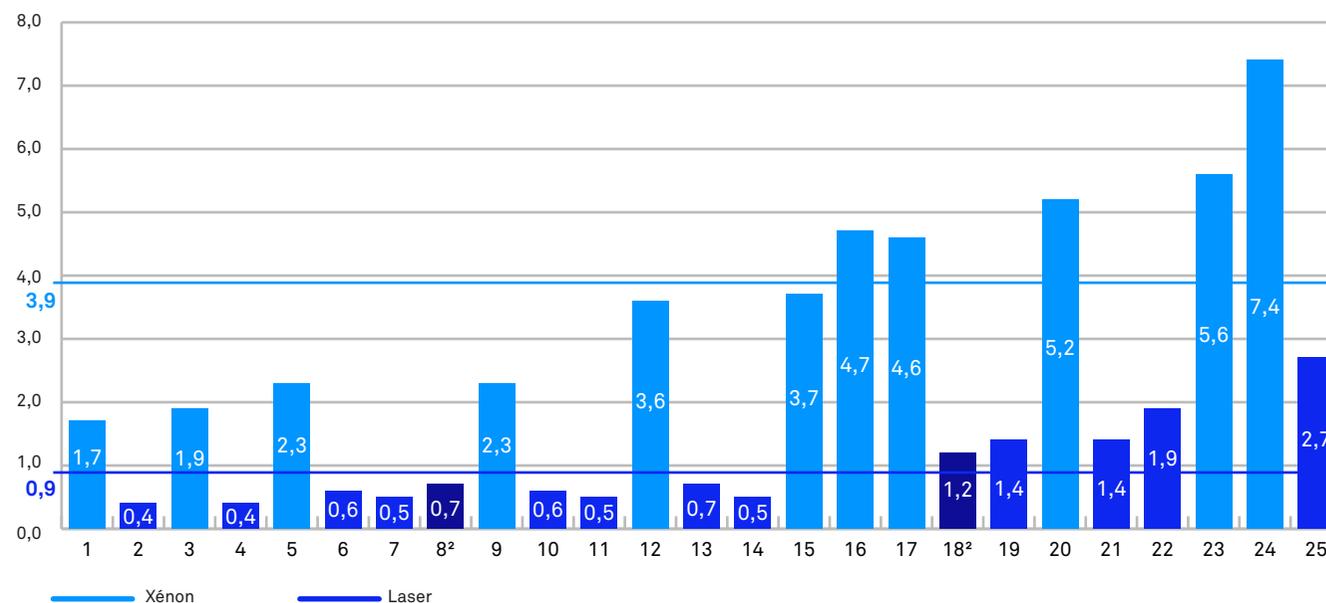
La consommation énergétique des projecteurs dépend principalement de la taille de l'écran, et donc de la puissance du projecteur associée, quelle que soit la technologie : entre 1,73 kWh pour un écran de moins de 6 m et 6,07 kWh pour un écran de 14 m ou plus en moyenne pour un projecteur xénon et entre 0,37 kWh pour un écran

de moins de 6 m et 1,97 kWh pour un écran de 14 m ou plus en moyenne pour un projecteur laser.

En revanche, la marque et l'ancienneté des projecteurs ne semblent pas avoir d'impact visible sur leur consommation d'énergie, étant entendu que les lampes xénon sont remplacées régulièrement et que les projecteurs laser sont encore très récents - le recul est donc insuffisant pour jauger d'une éventuelle dégradation de leur performance au fil du temps.

Les projecteurs laser sont également plus économes en climatisation, de moitié environ : en effet, 1,07 kWh de climatisation est consommé, en moyenne, pour refroidir un projecteur xénon, contre 0,59 kWh pour un projecteur laser, une différence liée au mode de refroidissement des projecteurs. Les projecteurs xénon sont en partie refroidis par des ventilateurs, alors que les projecteurs laser sont intégralement refroidis par des climatiseurs intégrés.

Consommation totale par projecteur¹ (kWh)



¹ Cinémas classés selon la taille de l'écran

² Projecteurs rétrofités.

Source : ENEOR.

Des gains financiers importants à l'usage

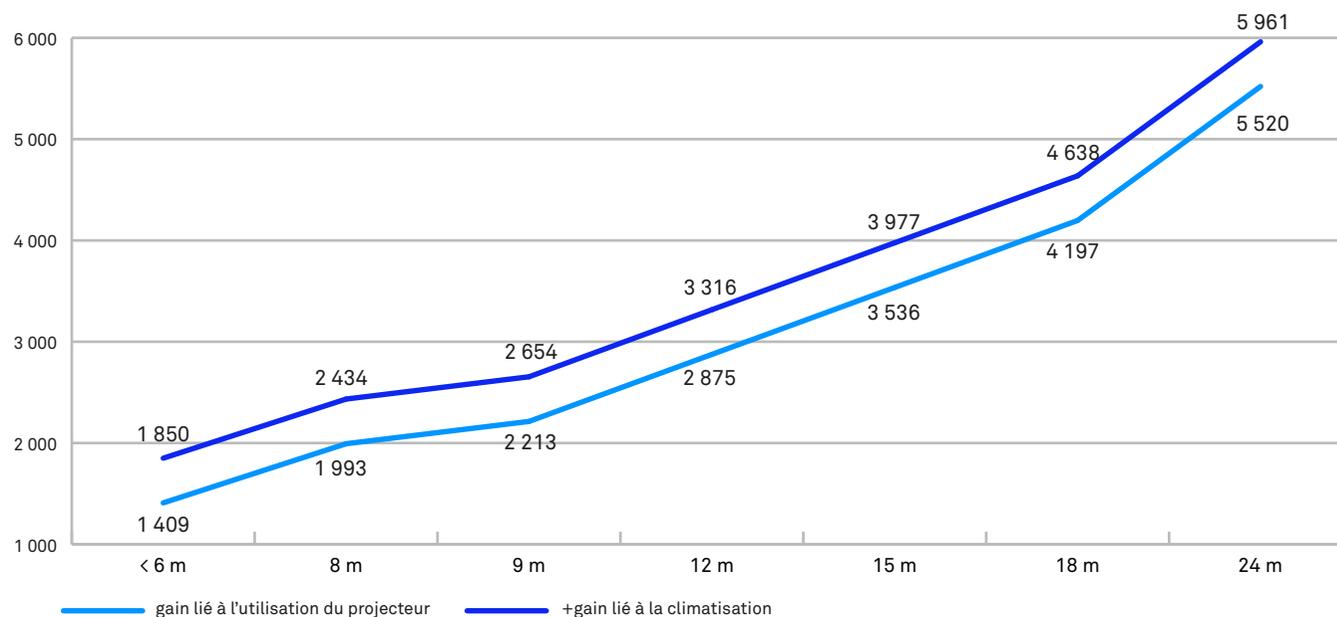
En considérant une durée de fonctionnement des projecteurs de 10 heures par jour (3 640 heures par an), la sobriété énergétique d'un projecteur laser permet une économie potentielle de 1 850 € à 5 961 € par an en fonction de la taille de l'écran (de 6 à 24 mètres).

Un gain économique principalement lié à la technologie laser (1 409 € à 5 520 € par an), mais également une économie sur la climatisation (environ 440 € par an).

À titre d'exemple, l'économie sur la facture énergétique liée à un passage au projecteur laser est estimée, en moyenne, à 2 654 € par an pour un établissement mono-écran de 9 mètres, 13 790 € par an pour un cinéma de 5 écrans (comprenant un écran de moins de 6 mètres, deux écrans de 9 mètres et deux écrans de 12 mètres) et 33 801 € par an pour un multiplexe de huit écrans (comprenant trois écrans de 12 mètres, trois écrans de 15 mètres et deux de 24 mètres).

L'utilisation d'un projecteur laser permettrait une économie de 1 850 € à 5 961 € par an selon la taille de l'écran.

Gains annuels moyens par projecteur selon la taille de l'écran (€)



Source : ENEOR.
 Prix de l'électricité retenu : 0,2516 €/kWh TTC, tarif réglementé de l'électricité d'EDF en juillet 2024 (tarif base).

Un impact environnemental 3 fois moins important pour les projecteurs laser, surtout lié à la phase d'utilisation

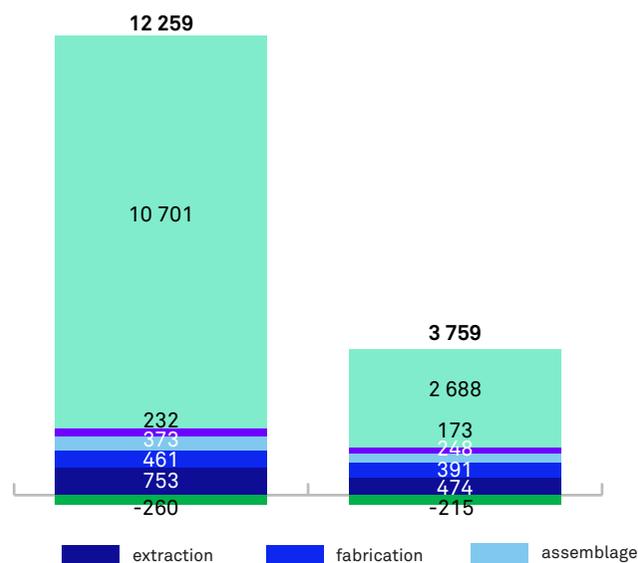
L'analyse du cycle de vie prend en compte toute la vie du projecteur, de l'extraction des matières premières à la fin de vie ou au recyclage. L'unité fonctionnelle retenue par ENEOR est de 14 000 lumens projetés sur un écran de 12 m pendant 40 000 heures (environ 10 ans). L'hypothèse pour les lampes xénon est de 2 500 heures de fonctionnement par lampe (soit 16 lampes sur la durée de vie d'un projecteur xénon), et il est supposé dans le cadre de cette analyse que les phases de fabrication et d'assemblage sont réalisées en Europe, quel que soit le projecteur. Selon ces différentes hypothèses, l'impact environnemental d'un projecteur xénon s'établit à 12 259 kgCO₂e, contre 3 759 kgCO₂e pour un projecteur laser, soit trois fois plus d'émissions carbone pour un projecteur xénon.

71,5 % de l'impact des projecteurs laser est lié à leur phase d'utilisation, une part qui atteint 87,3 % pour les projecteurs xénon. L'impact environnemental est ainsi 4 fois plus important en phase d'utilisation pour un projecteur xénon (10 701 kgCO₂e) que pour un projecteur laser (2 688 kgCO₂e).

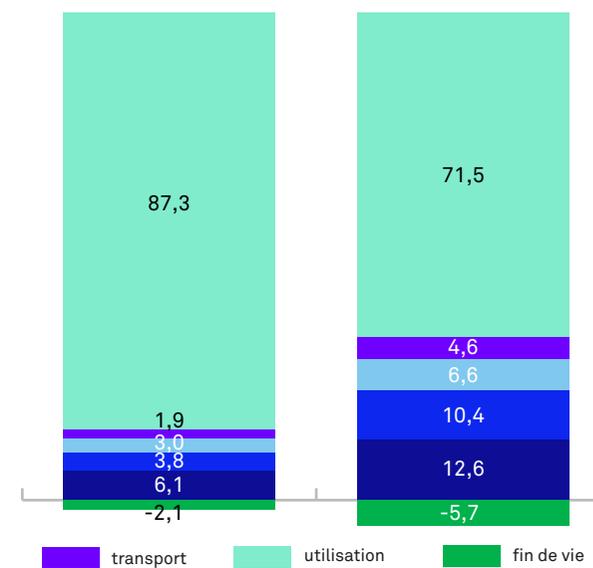
Hors phase d'utilisation, la répartition des émissions carbone est comparable pour les deux technologies. L'extraction des matériaux est la phase la plus émissive hors utilisation dans les deux cas, mais son impact est légèrement plus important pour un projecteur xénon, du fait des matériaux utilisés pour la fabrication des lampes : 48,3 % des émissions carbone hors utilisation, contre 44,3 % pour un projecteur laser. La phase de fabrication, de son côté, est plus impactante pour un projecteur laser (36,5 % des émissions carbone hors phase d'utilisation), que pour un projecteur xénon (29,6 %).

La fin de vie des projecteurs est un enjeu dans les deux cas : le bon recyclage des lampes xénon constitue une difficulté avec peu de sociétés le prenant en charge dans le monde, et le caractère récent des projecteurs laser empêche, pour le moment, une bonne évaluation de cette phase finale du cycle de vie.

Impact carbone par projecteur (kgCO₂e)



Répartition de l'impact carbone (%)



Source : ENEOR.

Les studios d'animation, de postproduction et de VFX : un impact environnemental lié aux usages numériques

En 2024, 20 studios numériques sont audités par OID Consultants en vue de la réalisation d'un diagnostic environnemental commandé par le CNC. Parmi eux, se trouvent 10 studios d'animation, 5 studios de postproduction et 5 studios VFX.

Le numérique, 45 % de la consommation énergétique des studios

6,1 GWh en moyenne sont consommés par l'ensemble des studios en 2023, soit l'équivalent de la consommation électrique annuelle moyenne de 543 foyers français.

Le numérique est responsable de 45 % de cette consommation énergétique (hors consommations non identifiées), une part plus importante pour les studios de VFX (67 %) que pour les studios de postproduction (30 %) ou les studios d'animation (41 %). Le chauffage constitue le deuxième poste de consommation énergétique (33 % de la consommation, hors consommations non identifiées), et le premier dans les studios de postproduction (50 %, contre 32 % pour les studios d'animation et 17 % pour les studios VFX). À noter que ces différences sont liées à des profils de studios différents et aussi aux difficultés de remontée des données pour certaines structures pour lesquelles tous les postes de consommation n'ont pas pu être définis.

Certaines recommandations pour améliorer la consommation énergétique des studios et réduire leurs factures sont peu coûteuses et simples à mettre en œuvre, notamment celles liées au chauffage et à la climatisation (piloter le chauffage en température et en horaire, supprimer les radiateurs d'appoint ou augmenter la température de la climatisation dans les salles serveurs

par exemple), au numérique (éteindre les écrans et les équipements, réaliser les calculs de rendus la nuit dans le cadre des contrats avec période horosaisonnaire) ou encore sur le bâtimentaire (installer des filtres UV sur les fenêtres). D'autres solutions nécessitent davantage d'investissements et de travaux, et peuvent être complexes à réaliser, voire impossibles notamment pour les studios locataires : évacuer et/ou réutiliser la chaleur des serveurs, isoler les bâtiments ou installer des panneaux photovoltaïques.

Le numérique, 45 % de la consommation énergétique et 56 % de l'impact environnemental des studios d'animation, de postproduction et de VFX.

Des émissions carbone principalement liées au numérique

Le bilan des émissions de gaz à effet de serre (BEGES) révèle que les 20 studios audités émettent 2 076 tCO₂e par an, soit 1,2 tCO₂e en moyenne par équivalent temps plein (ETP) et l'équivalent de l'impact de 97 foyers français.

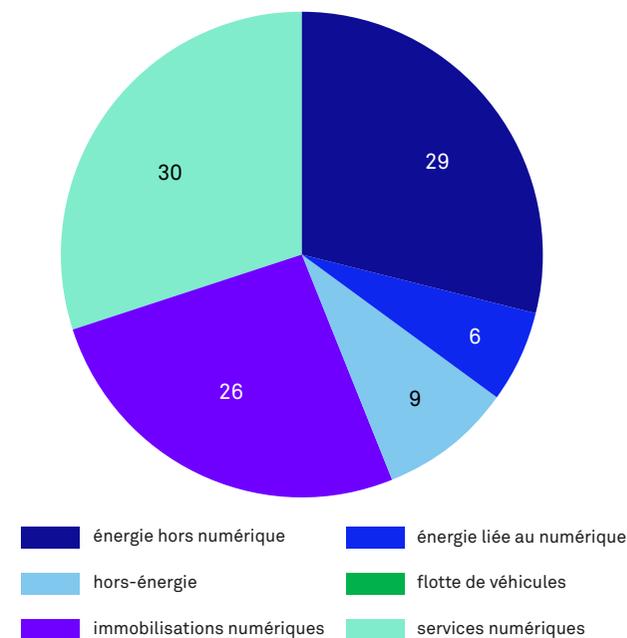
Les mobilités constituent 31 % des émissions des studios numériques, un impact plus conséquent pour les studios de postproduction (36 %) que pour les studios d'animation (30 %) et les studios VFX (29 %). Cette part peut s'avérer très variable en fonction des studios, et notamment en fonction de leurs collaborations à l'international. Au sein des mobilités, les déplacements professionnels représentent 33 % des émissions des 20 studios, une part relativement proche quelle que soit l'activité, et le véhicule thermique est le premier poste d'émissions (53 %), devant l'avion (31 %).

Plusieurs solutions sont simples à mettre en place et peuvent avoir un gain carbone considérable comme le fait d'encourager l'utilisation du vélo (mise à disposition d'un local sécurisé, indemnités kilométriques, etc.), de mettre en place un plan de mobilité pour favoriser les mobilités douces ou le covoiturage, ou encore de privilégier le train à l'avion qui est 60 fois moins émissif en moyenne.

Hors mobilités, l'impact carbone des 20 studios s'élève à 1 427 tCO₂e, soit 818,6 kgCO₂e par ETP. Le numérique recouvre 56 % de l'impact carbone et 62 % en y ajoutant l'énergie liée à l'utilisation des équipements numériques, une part nettement plus importante pour les studios VFX (74 %) et d'animation (70 %) que pour la postproduction (32 %).

Les services numériques, c'est-à-dire le stockage et l'envoi de fichiers en ligne (30 % de l'impact carbone hors mobilités), constituent le premier poste d'émission (1^{er} poste pour les studios VFX et d'animation) devant le chauffage (29 %, 1^{er} poste pour les studios de postproduction) et les immobilisations numériques, c'est-à-dire le matériel (26 %).

Répartition des émissions du scope 1 et 2 et du numérique par poste (%)

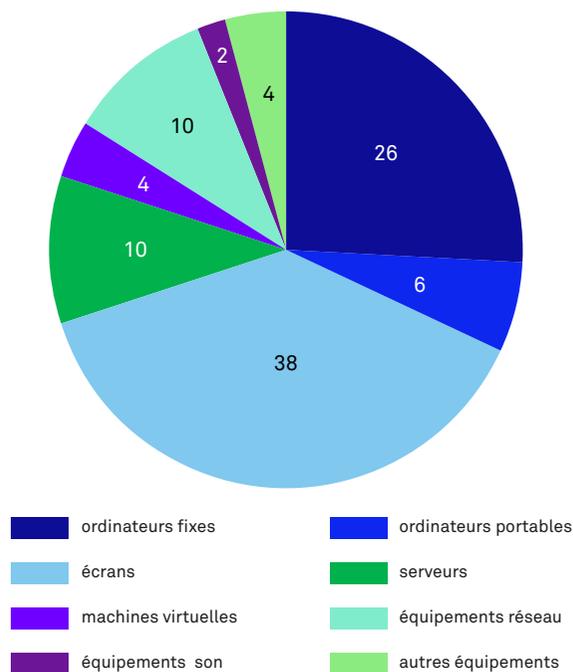


Source : OID Consultants.

Les usages et les achats sont à repenser pour permettre la réduction de l'impact carbone des studios de production numérique notamment en ce qui concerne les équipements : prolongation de leur durée de vie à travers la « dégradation » de leur utilisation (par exemple, ordinateur servant pour de l'animation 3D puis de la 2D puis pour un usage administratif), optimisation de leur fin de vie (don, prestataire DEEE – déchets d'équipements électriques et électroniques-, revente), mise en place d'une politique d'achats responsables (matériel écoconçu et avec un taux de réparabilité élevé), optimisation de l'espace de stockage (élimination des doublons pour réduire le volume de données stockées, utilisation de fichiers moins lourds, voire privilégier la HD à la 4K). Des solutions toutefois parfois dépendantes des clients des studios, notamment sur la gestion des fichiers et assets.

Au sein des immobilisations, les écrans et les ordinateurs fixes sont les principaux postes d'émissions (38 % et 26 %), que ce soit pour l'animation (44 % et 26 %) ou pour les VFX (36 % et 35 %). Pour les studios de postproduction, les équipements réseau sont plus émissifs (27 %), devant les serveurs (20 %) et les écrans (19 %).

Répartition des émissions moyennes liées aux immobilisations numériques par type d'équipement (%)



Source : OID Consultants.

Le bilan carbone des œuvres en prises de vues réelles

Depuis le 1^{er} janvier 2024, les œuvres (cinématographiques et audiovisuelles) en prises de vues réelles (fiction et documentaire) doivent fournir au CNC deux bilans carbone, un prévisionnel (au moment du dépôt du dossier de demande d'aide) et un définitif (une fois l'œuvre achevée). Les premières analyses montrent une corrélation entre le coût de l'œuvre et l'impact carbone avec des longs métrages de fiction (375,4 tCO₂e en moyenne sur la production 2024) plus impactants que les séries de fiction (333,2 tCO₂e en moyenne) ou que les unitaires de fiction audiovisuelle (265,1 tCO₂e). Les unitaires de documentaire audiovisuel, à l'économie bien plus contrainte, ont un impact très nettement inférieur (14,2 tCO₂e).

Ces moyennes recouvrent des réalités très contrastées avec des bilans carbone qui peuvent atteindre plusieurs milliers de tCO₂e. Elles varient par ailleurs en fonction des calculateurs carbonés utilisés, ceux-ci ne collectant pas les données avec la même granularité et utilisant des facteurs d'émission parfois différents.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- Diagnostic énergétique des salles de cinéma
- Les projecteurs : consommation et cycle de vie
- Diagnostic environnemental des studios numériques
- Journée Plan Action !

Crédits

Couverture

La Plus précieuse des marchandises de Michel Hazanavicius © Ex Nihilo – Les Compagnons du cinéma – StudioCanal – France 3 Cinéma - Les Films du fleuve
Les Graines du figuier sauvage de Mohammad Rasoulof © Parallel 45 - Pyramide Films
Emilia Pérez de Jacques Audiard © 2024 Page 114 / Why Not Productions – Pathé Films – France 2 Cinéma
Dans l'ombre © Deuxième Ligne Films - Elzévir Films - France Télévisions
Samuel, série télévisée animée créé par Émilie Tronche © Les Valseurs – ARTE
Dahomey de Mati Diop © Les Films du losange
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2
Chants of Sennaar © Rundisc
Vingt Dieux de Louise Courvoisier © Ex Nihilo – Pyramide Films
Napoléon de Abel Gance © Cinémathèque française
Un P'tit truc en plus de Artus © Cine Nomine

La consommation des ménages dans la filière

Un P'tit truc en plus de Artus © Cine Nomine
La Plus précieuse des marchandises de Michel Hazanavicius © Ex Nihilo – Les Compagnons du cinéma – StudioCanal – France 3 Cinéma - Les Films du fleuve
Dans l'ombre © Deuxième Ligne Films - Elzévir Films - France Télévisions
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2

Cinéma

Un P'tit truc en plus de Artus © Cine Nomine
Vingt Dieux de Louise Courvoisier © Ex Nihilo – Pyramide Films
Emilia Pérez de Jacques Audiard © 2024 Page 114 / Why Not Productions – Pathé Films – France 2 Cinéma
Le Mal n'existe pas, de Ryūsuke Hamaguchi © Pandora Film / NEOPA, Fictive / Diaphana Distribution
Gladiator II, de Ridley Scott © Paramount Pictures
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2
L'Amour ouf de Gilles Lellouche © Trésor Films - Chi-Fou-Mi Productions – Studiocanal
Léo, la fabuleuse histoire de Léonard de Vinci de Jim Capobianco et Pierre-Luc Granjon © Foliascope/KMBO
Smile 2 de Parker Finn © Paramount Pictures
Quand vient l'automne de François Ozon © Diaphana Distribution
En fanfare de Emmanuel Courcol © Agat Films & cie - France 2 Cinéma
Leurs Enfants après eux de Ludovic et Zoran Boukherma © Warner Bros. France
Sarah Bernhardt, La Divine de Guillaume Nicloux © Bac Films
Everybody loves Touda de Nabil Ayouch © Les Films du Nouveau Monde - Ali n' Productions - Velvet Films - Snowglobe - Viking Film - Staer - France 3 Cinéma

Audiovisuel

HPI © Itinéraires Productions, Septembre Productions
Basique, l'essentiel de la musique © Morgane Production
Notre dame, le chantier de leur vie © CFRT Productions
Je vous trouve très beau de Isabelle Mergault © Gaumont
Miraculous de Jérémy Zag © The Awakening Production – SND Films
Maison de retraite 2 de Claude Zidi Jr. © My Family - The Man France
Dune : Deuxième partie de Denis Villeneuve © Warner Bros. Entertainment Inc.
Les animaux fantastiques : Les secrets de Dumbledore de David Yates © Warner Bros. Entertainment Inc.
La Loi de Téhéran de Saeed Roustaei © Wild Bunch Distribution
Les Enquêtes de Vera © ITV Studios
Will Trent © 3 Arts Entertainment, 20th Television, Selfish Mermaid
Samuel, série télévisée animée créé par Émilie Tronche © Les Valseurs – ARTE
Dans l'ombre © Deuxième Ligne Films - Elzévir Films - France Télévisions
L'Armée des romantiques © ARTE France, Siléx Films

Numérique

La Plus précieuse des marchandises de Michel Hazanavicius © Ex Nihilo – Les Compagnons du cinéma – StudioCanal – France 3 Cinéma - Les Films du fleuve
Les Graines du figuier sauvage de Mohammad Rasoulof © Parallel 45 - Pyramide Films
Emilia Pérez de Jacques Audiard © 2024 Page 114 / Why Not Productions – Pathé Films – France 2 Cinéma
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2
Samuel, série télévisée animée créé par Émilie Tronche © Les Valseurs – ARTE
Vingt Dieux de Louise Courvoisier © Ex Nihilo – Pyramide Films
Dahomey de Mati Diop © Les Films du losange

Jeu Vidéo

Chants of Sennaar © Rundisc
Caravan Sandwich © Dear Villagers
City Tales Medieval Era © Irregular Shapes
Expedition 33 © Sandfall Interactive / Kepler Interactive
Synergy © Leikir Studio
Les Fourmis © Tower Five / Microids

International

Les Graines du figuier sauvage de Mohammad Rasoulof © Parallel 45 - Pyramide Films
Emilia Pérez de Jacques Audiard © 2024 Page 114 / Why Not Productions – Pathé Films – France 2 Cinéma
Le Bazar de la charité © Quad Télévision
Zig & Sharko © Xilam Animation
Miraculous de Jérémy Zag © The Awakening Production – SND Films
Keep de Lewis Rose © Salaud Morisset
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2
Anatomie d'une chute de Justine Triet © Le Pacte / Les films Pelléas / Les Films de Pierre
Le Dernier jaguar de Gilles de Maistre © Mai Juin Production, Wishing Tree production, Studiocanal
Back to Black de Sam Taylor-Johnson © Studiocanal
L'Ecole des animaux magiques 3 de Sven Unterwaldt © Kordes & Kordes
Padre no hay más que uno 4 de Santiago Segura © Sony Pictures Espagne
Yolo de Jia Ling © Fandango
Deadpool & Wolverine de Shawn Levy © 20th Century Studios

Action publique

Le Royaume de Julien Colonna © CHI-FOU-MI Productions
La Pampa de Antoine Chevrollier © Agat Films
Animale de Emma Benestan © June Films
Diamant brut de Agathe Riedinger © Siléx Films – Pyramide Films
Planète B, de Aude Léa Rapin © Les Films du Bal, Wrong Men, Le Pacte
Maria de Jessica Palud © Haut et court
L'Armée des romantiques © ARTE France, Siléx Films
Samuel, série télévisée animée créé par Émilie Tronche © Les Valseurs – ARTE
Le Comte de Monte-Cristo de Alexandre de La Patellière et Matthieu Delaporte © 2024 Chapter 2
Sarah Bernhardt, La Divine de Guillaume Nicloux © Bac Films
Chants of Sennaar © Rundisc
Le Roman de Jim de Arnaud et Jean-Marie Larrieu © Pyramide Distribution
Iris © Canal +
Loups Garous © Canal +

les dossiers du CNC

n° 348 – mai 2025
bilan 2024

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
Gaëtan Bruel

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
Marion Carrot, Timothé Césari, Emma Cotterchio, Mathilde Gansemmer,
Pierre-Yves Gautier, Emma Golding, Sophie Jardillier, Chloé Labouriaux,
Cécile Lacoue, Marianna Montalbano, 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 2024 du CNC
N°348 – mai 2025

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

