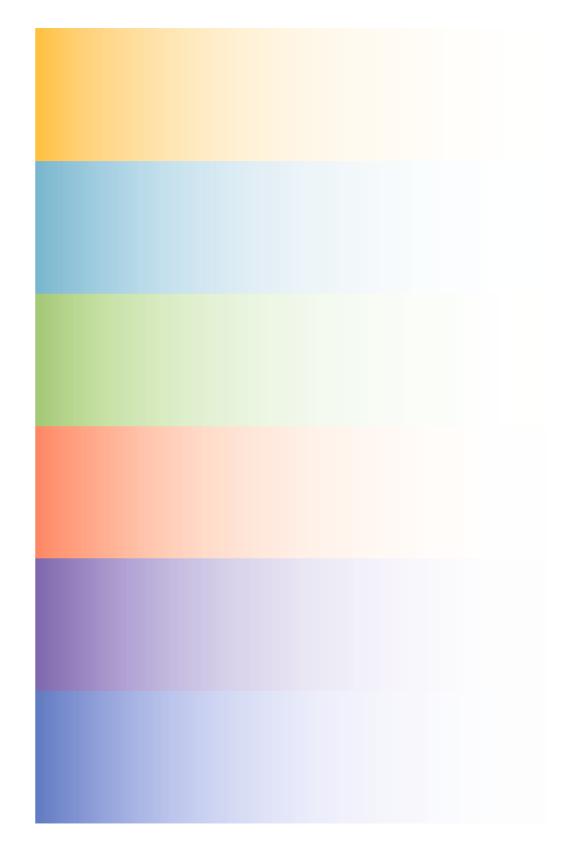


du cinéma et de l'image animée 12 rue de Lübeck 75784 Paris Cedex 16 www.cnc.fr

direction de la communication tél. 01 44 34 38 83

 La consommation des ménages dans la filière 		6
2. CINÉMA	 2.1 Les films en salles 2.2 La distribution 2.3 Le public du cinéma 2.4 L'exploitation 2.5 La production cinématographique 	14 40 58 74 86
3. AUDIOVISUEL	 3.1 L'audience de la télévision 3.2 Les films à la télévision 3.3 Les fictions à la télévision 3.4 La production audiovisuelle aidée 3.5 La télévision de rattrapage 	106 114 128 134 148
4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES	 4.1 DVD et Blu-ray 4.2 La vidéo à la demande 4.3 Le jeu vidéo 4.4 Les industries techniques 	160 172 184 196
5. INTERNATIONAL	 5.1 L'exportation des films et des programmes audiovisuels 5.2 Les entrées des films français à l'étranger 5.3 Le cinéma dans le monde 	210 222 228
6. LE CNC	6.1 Les financements publics Annexe Les commissions et comités du CNC	246 268



BILAN 2015

Éditorial

En 2015, la géniale invention des frères Lumière fêtait ses 120 ans d'existence, qui furent 120 ans de créations et de transformations. Et alors que jamais auparavant dans l'histoire une époque ne s'est autant définie par l'image que la nôtre, la France est la 5^e puissance mondiale en termes de production. la 3^e en parts de marché, et la 2º cinématographie la plus récompensée au monde. Le cinéma et l'audiovisuel sont les meilleurs ambassadeurs de notre pays, de ses valeurs et de sa culture.

Et 2015 fut de ce point de vue une année de succès, mais aussi une année de travail, riche en réformes et en actions, avec, en point d'orgue, l'adoption d'une mesure fondamentale pour tout notre secteur : le développement massif des crédits d'impôt.

Et en effet, des menaces élevées pesaient sur notre industrie, puisque le mouvement de délocalisation des tournages devenait croissant, alors que le poids économique du secteur, 340 000 emplois et 1 % du PIB, représente davantage que la filière automobile.

Grâce à ces crédits d'impôt, la France est redevenue l'un des pays les plus compétitifs au monde. Et déjà, rien que pour le premier trimestre 2016, une trentaine de tournages français et étrangers sont revenus en France.

Ces mesures inouïes, qui devraient représenter plus de 200 M€ d'activités, et près de 10 000 emplois dans toute la France, sont le fruit d'un travail considérable, de conviction bien sûr, mais aussi de réflexion et de réforme, mené avec l'ensemble des professionnels depuis deux ans.

Ce fut tout le travail des Assises, et les mesures fondamentales pour la transparence du secteur, le soutien à la production et à la distribution indépendantes; ou encore, l'aide à la transmission des salles alors qu'une génération emblématique d'exploitants cessent leur activité.

Pour l'audiovisuel, ce furent aussi des réformes importantes pour le spectacle vivant et le documentaire, particulièrement le documentaire scientifique et historique, pour revenir à notre mission « première »: le soutien à la création. Pour l'animation, nous avons fortement renforcé nos aides pour consolider cette filière d'excellence.

N'oublions pas non plus, l'important travail contre le piratage, pour protéger la création et sa valeur : l'assèchement des ressources financières des sites pirates et le développement de l'offre légale. Le service de référencement, que nous avons lancé début 2015, cumule aujourd'hui près de 25 millions de vues par mois.

Nous avons aussi mis en place un compte de soutien automatique pour la Vidéo à la demande, attendu depuis de nombreuses années, qui va permettre d'élargir l'offre légale et de conforter les acteurs français sur ce marché en forte croissance.

Et notre aide à la numérisation des films de patrimoine - plus de 600 films aidés en quatre ans – a été aménagée pour faciliter leur diffusion immédiate sur les plateformes vidéos.

Autant de chantiers que nous avons engagés et accomplis en un temps record et qui nous donnent de nouveaux moyens pour agir, pour relever les défis de 2016.

Bonne lecture.

Frédérique Bredin Présidente du CNC

En 2015:

1331,3 _{M€} pour le cinéma (-0,1 %)

1025,2 M€ pour la vidéo (-4,4%)

5659,0 M€ pour la télévision (-2,0%)



de dépenses des ménages en programmes audiovisuels

(+0,3 % par rapport à 2014)

La consommation des ménages dans la filière

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels s'élèvent à 10.3 Md€ en 2015 (+0.3%)

En 2015, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) augmentent de 0,3 % par rapport à 2014 à 10,3 Md€ (toutes taxes comprises). Sur la même période, les dépenses totales de consommation des ménages augmentent de 1.3 % selon l'INSEE. Les dépenses pour le jeu vidéo progressent (+8,8 %) alors que les dépenses pour la télévision (-2,0 %) et pour la vidéo (-4,4 %) sont en baisse, les dépenses dédiées au cinéma en salles étant stables. En 2015, chaque foyer français (dont le nombre s'élève à 27.9 millions) dépense, en movenne. 370 € en programmes audiovisuels (-0,5 % par rapport à 2014). En 2015, les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 203 € par foyer (-2,7 %), contre 83 € pour le jeu vidéo (+8,1 %), 48 € pour le cinéma (-0,9 %) et 37 € pour la vidéo (-5,1 %).

La part de la télévision dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels s'établit à 54,8 % en 2015.

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français¹ (M€)

	2014	2015
cinéma	1333,3	1331,3
télévision	5772,0	5659,0
abonnements TV	3 437,9	3371,5
contribution audiovisuel public²	2334,1	2 287,5
vidéo	1072,0	1025,2
vidéo physique	807,0	707,6
vidéo à la demande	265,0	317,6
jeu vidéo (physique et dématérialisé)	2129,0	2317,4
total	10306,4	10332,9

¹ Estimation, dépenses toutes taxes comprises (TTC).

La télévision est le premier poste de dépenses

La télévision est le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels. La part de la télévision dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels s'établit en effet à 54,8 % en 2015 (56,0 % en 2014) dont 32,6 % pour les abonnements (33,4 % en 2014) et 22,1 % pour la contribution à l'audiovisuel public (22,6 % en 2014). La part des dépenses de jeu vidéo s'élève à 22,4 % (20,7 % en 2014). La part des dépenses consacrées au cinéma est stable à 12,9 %. La part des achats de vidéo est en baisse de 0,5 point à 9,9 % dont 6,8 % pour la vidéo physique (-1,0 point) et 3,1 % pour la vidéo à la demande (+0,5 point). En 2015, les dépenses en programmes dématérialisés représenteraient plus de 17 % des dépenses totales des foyers français en

programmes audiovisuels.

Structure des dépenses en programmes audiovisuels des Français (%)



Source: CNC / Canal+, DGMIC, GfK, IDATE, NPA Conseil

² Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur et hors dotations de l'Etat. Source: CNC / Canal+, DGMIC, GfK, IDATE, NPA Conseil.

Les dépenses pour le cinéma en salles sont stables

En 2015, la consommation cinématographique des foyers français est stable par rapport à 2014 à 1331,3 M€. La diminution du nombre d'entrées en salles (-1,8 %) est compensée par l'augmentation du prix moyen de la place de cinéma (+1,7 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent en moyenne à 7,3 entrées par foyer en 2015, contre 7,5 entrées en 2014.

Les dépenses pour la télévision sont en baisse

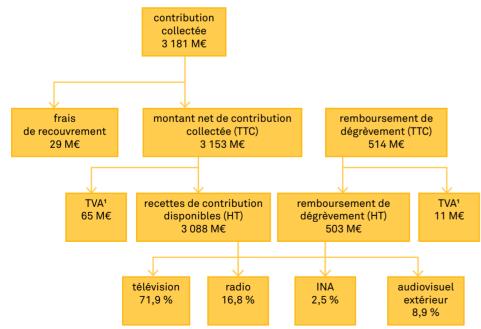
En 2015, les dépenses des ménages consacrées à la télévision (télévision publique et télévision payante) sont en baisse de 2,0 % par rapport à 2014 à 5 659,0 M€.

En 2015, les dépenses directes des ménages consacrées à la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur) diminuent de 2,0 % par rapport à 2014, à 2 287,5 M€. En 2015, le montant de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public progresse de 3,5 % à 3 181,3 M€. Les télévisions publiques nationales bénéficient de 71,9 % des ressources nettes issues de la contribution à l'audiovisuel public

(76,0 % en 2014). Les dépenses des ménages sur ce poste ne traduisent pas directement un comportement de consommation. Elles reflètent les objectifs de la politique fiscale de l'État en matière de financement du secteur public de l'audiovisuel. Les dépenses de contribution à l'audiovisuel sont fonction du niveau de cette taxe, de l'évolution du parc de téléviseurs, de la politique d'exonération conduite et, enfin, de la répartition de la contribution entre les différents acteurs de l'audiovisuel public.

En 2015, les dépenses des ménages en matière de télévision payante sont en baisse de 1,9 % par rapport à 2014 à 3371,5 M€. Les dépenses pour la télévision payante n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de télévision par ADSL/fibre. D'après l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP), les revenus des services haut débit sur réseaux fixes (internet, télévision, téléphone) sont en hausse de 1,2 % entre 2014 et 2015 à 10,7 Md€. Au 4e trimestre 2015, le nombre d'accès à la télévision couplés à un abonnement à internet augmente de 5,0 % sur un an à 18.7 millions.

La contribution à l'audiovisuel public en 2015



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

Les dépenses pour la vidéo sont en recul alors que les dépenses pour le jeu vidéo augmentent

Le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) atteint son plus bas niveau depuis 1990. En 2015, il est en baisse de 4,4 % par rapport à 2014 à 1025,2 M€. La progression du marché de la vidéo à la demande (+19.8 %

à 317,6 M€) ne compense pas le recul du marché de la vidéo physique (-12,3 % à 707,6 M€). En 2015, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) s'élèvent à 2317,4 M€. Elles progressent de 8,8 % par rapport à 2014.

L'équipement audiovisuel des Français

Recul de l'équipement en téléviseur, lecteur de DVD et Blu-ray, progression des ordiphone, tablette et console de jeux

En 2015, chaque foyer est équipé en moyenne de 5.3 écrans selon GfK. contre 3.4 écrans en moyenne en 2010. Le téléviseur, qui représentait en 2010 plus de la moitié des écrans possédés. constitue en 2015 moins d'un tiers des écrans possédés, en raison du développement des autres écrans (téléphone mobile, tablette, ordinateur). Le nombre total d'écrans par foyer devrait s'élever à 7,1 en 2020 selon GfK. En 2015, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision est en baisse de 1,5 point par rapport à 2014 à 96.1 %. En 2015, les ventes de téléviseurs en France atteignent leur plus bas niveau depuis 2005. 5,1 millions de téléviseurs ont été vendus en 2015, contre 5.8 millions en 2014. Les ventes d'écrans ultra haute définition (UHD) sont toutefois en progression: 570 000 unités en 2015, contre 210 000 en 2014 et 10000 en 2013. 2,8 % des foyers français sont ainsi équipés d'un écran UHD en 2015, contre 0,8 % en 2014. En 2015, 20,9 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet, soit une progression de 4,4 points en un an.

2,8 % des foyers français sont équipés d'un téléviseur UHD en 2015.

En 2015, la taille moyenne des écrans vendus (mesurée par la diagonale) atteint 94 centimètres (+2 centimètres en un an). En 2016, GfK estime que le volume des ventes d'écrans de télévision s'élèverait à 5,6 millions d'unités, principalement en raison du passage à la haute définition du réseau hertzien numérique (le 5 avril 2016) et du championnat d'Europe de

football (en juin 2016). La réception hertzienne demeure le premier mode de réception de la télévision. Au 3° trimestre 2015, 56,0 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par le réseau hertzien (-2,4 points par rapport au 2° semestre 2014) selon le CSA, 45,1 % par l'ADSL ou la fibre (+1,7 point), 23,1 % par le satellite (-1,3 point) et 9,4 % par le câble (+1,1 point).

Les ventes de lecteurs de vidéos reculent de 17.3 %

En 2015, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec 1,3 million d'unités vendues tous produits confondus, il diminue de 17,3 % par rapport à 2014. Les ventes de lecteurs de DVD sont en baisse de 14,3 % à 0,6 million d'unités, les ventes de lecteurs de Blu-ray reculent de 20,7 % à 0,5 million d'unités et les ventes de lecteurs de vidéos portables diminuent de 16,3 % à 0,2 million. Le taux d'équipement des foyers français en lecteur de vidéos (tous types confondus) est en baisse. En 2015, il s'établit à 74,2 % pour les lecteurs de DVD (-5,1 points par rapport à 2014) et à 28,2 % pour les lecteurs de Blu-ray (-1,1 point).

En parallèle, la part des foyers équipés en cinéma à domicile est en baisse pour la troisième année consécutive (13.9 % en 2015).

Les ventes d'ordiphones s'élèvent à plus de 20 millions d'unités

L'ordiphone est le produit audiovisuel qui enregistre la plus forte croissance, tant en termes de taux d'équipement que de ventes. En 2015, 62,3 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un ordiphone, contre 51,2 % en 2014. Les ventes d'ordiphones atteignent un nouveau record : 20,6 millions d'unités en 2015, contre 18,2 millions en 2014. La taille moyenne

des écrans des téléphones vendus (mesurée par la diagonale) atteint près de 12 centimètres (+1 centimètre en un an). En 2016, les ventes d'ordiphones devraient encore progresser à 22,0 millions d'unités selon GfK.

Les tablettes équipent 41,4 % des foyers français en 2015, contre 36,1 % en 2014. Les ventes de tablettes sont en baisse, à 5,2 millions d'unités en 2015 (6,2 millions en 2014).

Le volume des ventes de tablettes est toutefois plus élevé que les ventes de téléviseurs pour la troisième année consécutive. En 2016, les ventes de tablettes devraient être en recul à 4,3 millions

d'unités selon GfK.

En parallèle, 52,1 % des foyers français sont équipés d'une console de jeux (tous types confondus) en 2015, contre 51,5 % en 2014. Le taux d'équipement en console de salon de 8° génération s'élève notamment à 12,6 % en 2015, contre 7.1 % en 2014.

52,1 % des foyers français sont équipés d'une console de jeux en 2015.

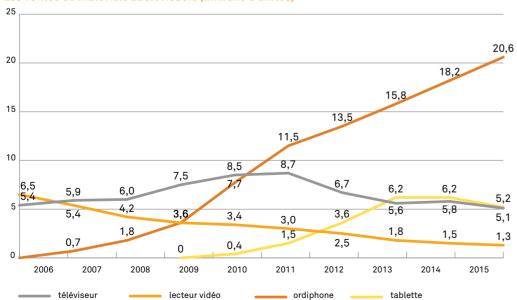
Equipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés									s foyers
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
téléviseur	26,8	27,0	27,0	27,1	26,8	98,2	98,3	97,6	97,6	96,1
téléviseur connectable	1,0	2,4	3,7	4,6	5,8	3,6	8,7	13,4	16,5	20,9
lecteur de DVD¹	24,4	23,6	23,1	22,0	20,7	89,3	86,0	83,7	79,3	74,2
lecteur de Blu-ray¹	5,3	6,7	8,2	8,1	7,9	19,3	24,4	29,5	29,3	28,2
cinéma à domicile	3,9	4,0	4,0	3,9	3,9	14,3	14,6	14,3	14,2	13,9
console de jeux	13,0	13,9	14,1	14,3	14,6	47,8	50,6	51,2	51,5	52,1
tablette	1,7	3,9	7,9	10,0	11,6	6,3	14,1	28,7	36,1	41,4
ordiphone ²	14,3	19,2	24,2	28,5	34,7	26,1	34,9	43,7	51,2	62,3

 $^{^{\}rm 1}$ Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.).

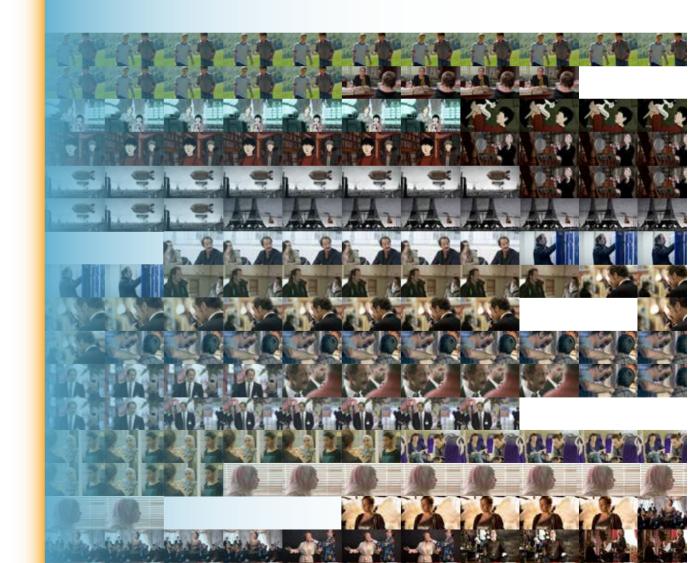
Source : GfK - Référence des équipements connectés.

Les ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)

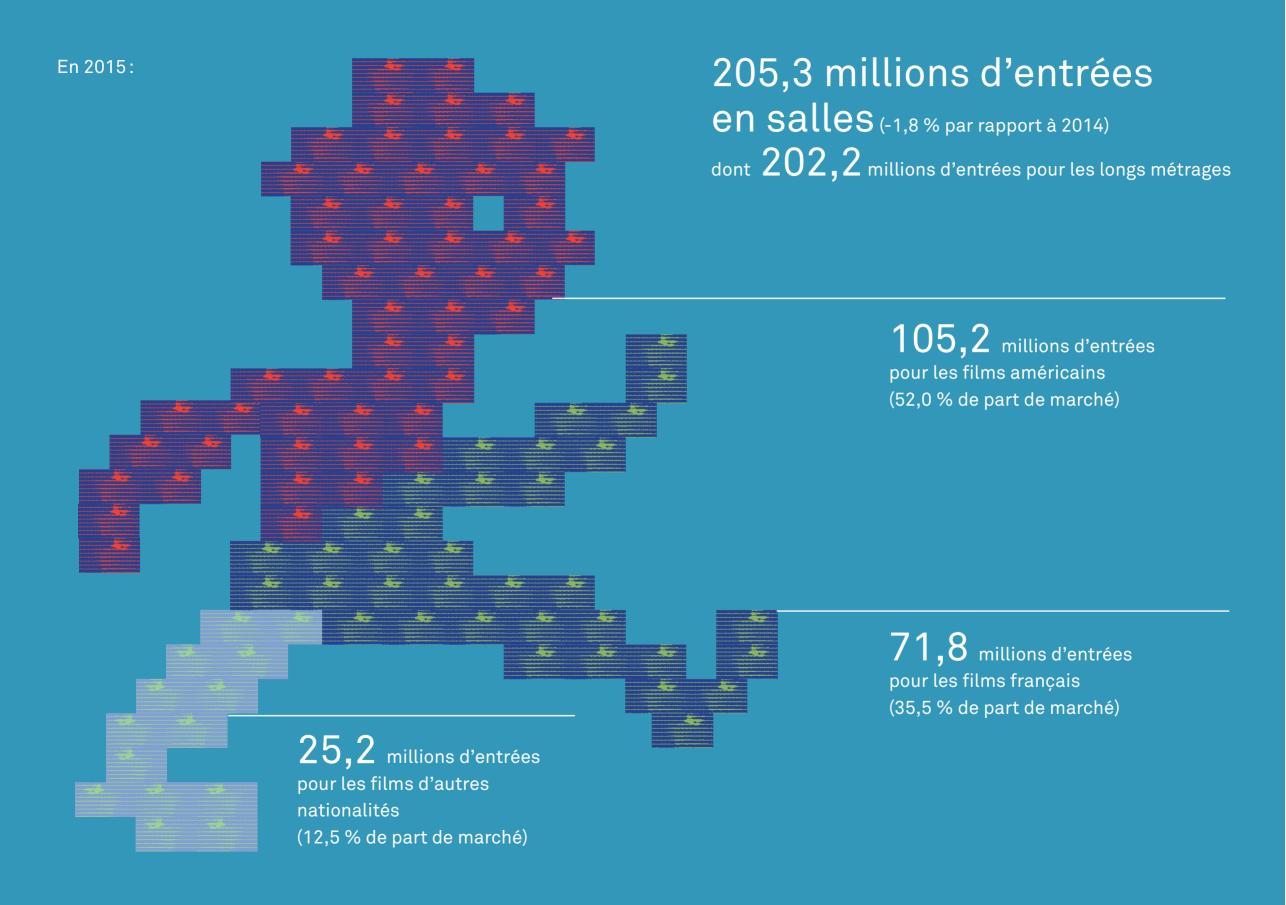


Source: GfK.

2. CINÉMA



² % des individus de 11 ans et plus.



2.1 Les films en salles

Remarques méthodologiques

Afin de livrer une analyse plus détaillée de la fréquentation dans les salles de cinéma, trois périmètres distincts de programmes sont retenus : le long métrage, le court métrage et le hors film (captation de spectacles vivants et programmes audiovisuels). Certaines analyses sont présentées sur l'ensemble des programmes, d'autres uniquement sur le long métrage. Les recettes s'entendent toutes taxes comprises (TTC). Le CNC calcule traditionnellement une recette movenne par entrée (RME). Cet indicateur résulte de la division des recettes aux guichets 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, à 5.10 €.

Plus de 205 millions d'entrées

Avec 205,3 millions de billets vendus en 2015, les entrées payantes en salles diminuent de 1,8 % par rapport à 2014. Après une année 2014 exceptionnelle, les résultats de fréquentation observés en 2015 demeurent à un niveau historiquement élevé. Pour la sixième fois en dix ans, le seuil des 200 millions d'entrées est franchi. Par ailleurs, le niveau de fréquentation de 2015 est au-dessus du niveau moyen des dix dernières années (199,5 millions). En 2015, la fréquentation des salles de cinéma en France demeure la plus élevée d'Europe. Néanmoins, la fréquentation augmente sur les autres marchés européens: +14,4 % en Allemagne, +9,2 % au Royaume-Uni, +8,9 % en Italie et +8,2 % en Espagne.

Plus de 1,33 milliard d'euros de recettes

En 2015, la recette aux guichets des salles de cinémas s'élève à 1 331,3 M€, soit un niveau proche de celui de 2014 (-0,1 %). La recette hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 1118,2 M€ en 2015, contre 1 119,8 M€ en 2014 (-0,1 %).

Hausse de la recette moyenne par entrée à 6,48 €

En 2015, la baisse des entrées est plus forte que celle des recettes. Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes s'établit à 6,48 € TTC en 2015, soit une hausse de 1,7 % par rapport à 2014 (6,38 € TTC). La RME hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 5,45 € en 2015, contre 5,36 € en 2014 (+1,7 %).

Un nombre de séances toujours en progression

En 2015, la programmation cinématographique dépasse pour la cinquième année consécutive le seuil des 7 millions de séances. Ainsi, 7,8 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma en 2015 (+2,6 % par rapport à 2014). Depuis 1993, année des premiers multiplexes, le nombre annuel de séances n'a cessé d'augmenter (+3,5 % par an en moyenne entre 1993 et 2015). Sur la période 2006-2015, le nombre de séances progresse de 24,7 %.

Plus de 98 % des entrées générées par le long métrage

En 2015, les longs métrages cinématographiques occupent 99,0 % des séances. Ils génèrent 202,2 millions d'entrées (-1,7 % par rapport à 2014) et 1309,6 M€ de recettes, soit 98,5 % des entrées et 98,4 % des recettes totales. En 2015, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage s'élève à 6,48 € (6,36 € en 2014).

En 2015, la fréquentation atteint 205,3 millions d'entrées (-1,8 % par rapport à 2014) pour 1,33 milliard d'euros de recettes (-0,1 %) et une recette moyenne par entrée de 6,48 € TTC (+1,7 %).

Baisse des entrées du hors film

A l'échelle nationale, le hors film (retransmissions d'opéras, concerts, évènements sportifs...) 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 2015. Après une année 2014 particulièrement favorable au hors film, le genre observe une diminution de 23,4 % de ses entrées en 2015, pour atteindre 0,8 million. Les recettes correspondantes s'élèvent à 12,7 M€ (-22,8 %). En 2015, la recette moyenne TTC par entrée du hors film est de 15,77 € (15,66 € en 2014). Parmi les retransmissions de concerts ayant remporté un vif succès en 2015, figurent notamment Patrick Bruel, concert symphonique à l'Opéra Garnier (plus de 43 000 entrées) et Kendji Girac, concert à l'Olympia (plus de 40 000 entrées).

Plus de 2 millions d'entrées pour les séances de courts métrages

Les programmes composés exclusivement de programmes de court métrage occupent 0,8 % des séances et cumulent 2,26 millions d'entrées (-3,2 % par rapport à 2014) et 9,0 M€ de recettes (respectivement 1,1 % et 0,7 % du total). La recette moyenne TTC par entrée des programmes de court métrage est de 3,98 € en 2015 (4,03 € en 2014).

7.8 millions de séances sont organisées dans les salles de cinéma en 2015 (+2,6 % par rapport à 2014).

Fréquentation des salles de cinéma¹

	entrées (millions)	recettes guichets² (M€)	recette moyenne par entrée² (€)	séances (millions)
2006	188,8	1120,6	5,94	6,2
2007	178,5	1061,9	5,95	6,3
2008	190,3	1142,9	6,01	6,6
2009	201,6	1 237,2	6,14	6,7
2010	207,1	1309,9	6,33	6,8
2011	217,2	1374,7	6,33	7,0
2012	203,6	1306,5	6,42	7,2
2013	193,7	1 250,9	6,46	7,3
2014	209,1	1333,3	6,38	7,6
2015	205,3	1331,3	6,48	7,8
évol 15/14	-1,8%	-0,1%	+1,7%	+2,6%

¹ Données mises à jour pour 2014 : données 2015 provisoires.

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

Source: CNC

Fréquentation des films de long métrage en salles1

	entrées (millions)	recettes guichets² (M€)	séances (millions)
2006	187,5	1115,4	6,2
2007	176,8	1054,4	6,3
2008	188,5	1134,4	6,5
2009	199,7	1 226,8	6,7
2010	205,1	1 298,6	6,8
2011	214,7	1356,9	7,0
2012	201,1	1 288,8	7,1
2013	191,1	1 232,7	7,2
2014	205,7	1307,4	7,5
2015	202,2	1309,6	7,5
évol 15/14	-1,7%	+0,2%	0,0%

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.

Source: CNC.

Base: long métrage.

Recul de la fréquentation des films français

Après une année 2014 exceptionnelle pour les films français avec 44.4 % des entrées, la part de marché des films français diminue sensiblement en 2015 (-8,9 points) à 35,5 %. Les films français cumulent 71.8 millions d'entrées en 2015 (-21,4 % par rapport à 2014), soit un niveau inférieur à la moyenne des dix dernières années (77,9 millions). Au cours des dix dernières années, la part de marché des films français est de 39.5 %.

Un niveau historique de fréquentation pour les films américains

Les films américains enregistrent 105.2 millions d'entrées (+13,9 % par rapport à 2014). Ce résultat est largement supérieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (93,6 millions) et constitue le plus haut niveau depuis 1998 (108,0 millions). La part de marché du cinéma américain augmente de 7,1 points, à 52,0 % en 2015. Ce résultat est supérieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (47,5 %). Sept films américains enregistrent plus de 4 millions d'entrées en 2015.

Progression de la fréquentation des films européens

Les entrées des films européens non français progressent de 49,1 % en 2015, pour s'établir à 18,0 millions. Leur part de marché progresse de

3.0 points pour s'établir à 8.9 % en 2015. Cette hausse est principalement à mettre en relation avec celle observée sur les films britanniques. En 2015, 12,9 millions d'entrées sont réalisées par les films d'outre-manche (+93,2 % par rapport à 2014). Si 007 Spectre est à l'origine de plus du tiers de ce résultat avec 4,81 millions d'entrées, deux autres films britanniques franchissent également la barre du million d'entrées en 2015 : Cendrillon (1,67 million) et Kingsman: services secrets (1,67 million également)

Au total, 6 films européens non français enregistrent plus de 500 000 entrées en 2015 (comme en 2014). Parmi ces succès de 2015. outre les trois titres britanniques déjà cités, figurent un film allemand la Grande Aventure de Maya l'abeille et deux autres films britanniques Jupiter: le destin de l'univers et Pan.

Baisse des entrées des films d'autres nationalités

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains diminuent de 26,5 % à 7,2 millions d'entrées en 2015, soit une part de marché de 3,6 % (4,8 % en 2014). Neuf films non européens et non américains réalisent plus de 100000 entrées en 2015 (12 en 2014) et aucun ne franchit le cap des 4 millions d'entrées (un titre néo-zélandais, le Hobbit : la bataille des cinq armées, était dans ce cas en 2014).

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol 15/14
films français	83,8	64,6	85,7	73,8	73,6	88,0	81,4	64,6	91,4	71,8	-21,4%
100% français	60,1	44,8	64,2	51,0	54,4	61,0	56,5	43,3	63,6	45,1	-29,0%
majoritaires français	19,0	15,7	18,5	19,4	14,1	21,1	19,1	17,7	23,3	21,5	-7,6%
minoritaires français	4,7	4,2	3,1	3,3	5,1	6,0	5,8	3,7	4,6	5,2	+13,8%
films américains	83,0	87,2	81,8	99,8	98,2	99,1	86,4	103,2	92,3	105,2	+13,9%
films européens	16,7	21,9	17,8	19,6	30,4	22,9	26,1	14,3	12,1	18,0	+49,1%
allemands	1,0	2,4	1,2	1,6	0,7	2,0	0,9	1,5	1,8	2,9	+59,1%
britanniques	11,3	17,0	10,5	13,3	23,7	16,5	20,8	8,7	6,7	12,9	+93,2%
espagnols	3,0	0,4	3,1	2,2	2,7	2,8	1,2	1,5	0,3	0,6	+110,6%
italiens	0,5	0,2	1,1	0,4	0,6	0,5	0,8	0,2	0,3	0,4	+21,1%
films d'autres nationalités	4,1	3,2	3,2	6,6	2,9	4,7	7,2	8,9	9,9	7,2	-26,5%
total	187,5	176,8	188,5	199,7	205,1	214,7	201,1	191,1	205,7	202,2	-1,7%

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.

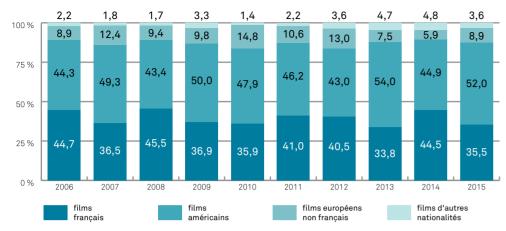
Source: CNC.

² Recettes toutes taxe comprises (TTC).

² Recettes toutes taxe comprises (TTC).

Base: long métrage.

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



¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires. Base : long métrage. Source : CNC.

441,3 M€ de recettes pour les films français

En 2015, les films français réalisent 441,3 M€ de recettes guichets (-21,8 % par rapport à 2014), les films américains 709,8 M€ (+17,0 %), les films européens non français 111,6 M€ (+56,1 %) et les films d'autres nationalités 46,9 M€ (-27,8 %).

Les films français captent 33,7 % des recettes et 35,5 % des entrées des films de long métrage en 2015. La part de marché du cinéma américain

s'établit à 54,2 % des recettes et 52,0 % des entrées en 2015. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées s'explique par l'écart existant entre la recette moyenne par entrée des films français (6,14 € en 2015) et celle des films américains (6,75 € en 2015). En effet, la majorité des films diffusés en 3D, dont le prix des places est généralement majoré, sont américains (26 des 37 films sortis en 3D en 2015).

Recettes selon la nationalité des films (M€)¹

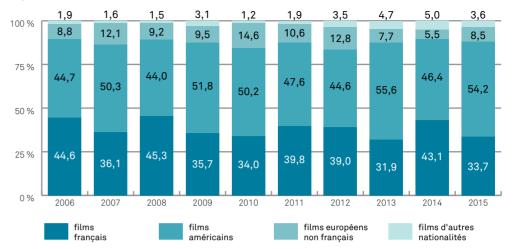
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol 15/14
films français	497,3	380,9	514,3	437,7	441,6	540,1	502,6	393,3	564,0	441,3	-21,8%
films américains	499,0	529,9	498,8	635,5	651,7	646,4	575,4	685,8	606,9	709,8	+17,0%
films européens	97,6	127,2	104,0	116,1	189,5	144,3	165,3	95,4	71,5	111,6	+56,1%
autres nationalités	21,5	16,4	17,3	37,6	15,8	26,2	45,4	58,2	65,0	46,9	-27,8%
total	1115,4	1054,4	1134,4	1 226,8	1298,6	1356,9	1 288,8	1 232,7	1307,4	1309,6	+0,2%

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.

Base: long métrage

Source: CNC.

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



¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires. Base : long métrage. Source : CNC.

Plus de 7000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France est particulièrement riche avec 7 377 films projetés en 2015, contre 7 045 en 2014 (+4,7 %). 654 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2015 (663 en 2014). Ils concentrent 90,0 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année (91,6 % en moyenne depuis 2006). Ce résultat est notamment dû à *la Famille Bélier* qui, sorti en décembre 2014, réalise 5,35 millions d'entrées en 2015.

37 films inédits exploités en 3D

En 2015, 37 films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (41 en 2014). Les projections en 3D de ces films inédits en 2015 ont réalisé 21,6 millions d'entrées et 178,5 M€ de recettes, ce qui représente respectivement 33,5 % des entrées et 40,6 % des recettes totales des films concernés. En 2014, les films inédits sortis intégralement ou partiellement en 3D cumulaient 21,7 millions d'entrées et 173,1 M€ de recettes, soit 41,2 % des entrées et 48,6 % des recettes totales correspondantes.

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
2006	92,6	4,8	2,6	100,0
2007	90,1	7,1	2,8	100,0
2008	92,4	4,8	2,8	100,0
2009	93,3	4,1	2,6	100,0
2010	89,9	7,4	2,7	100,0
2011	93,4	4,0	2,6	100,0
2012	90,2	5,8	4,0	100,0
2013	91,7	4,8	3,5	100,0
2014	91,5	5,5	3,0	100,0
2015	90,0	7,0	3,0	100,0

¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires. Base : long métrage.

Source: CNC.

Progression de la concentration des entrées

Après une baisse en 2014, la concentration des entrées sur quelques titres progresse à nouveau en 2015. Le poids des 10, 20, 30, 50 et 100 premiers films augmente par rapport à l'année précédente. Les 30 films les plus performants totalisent 49,0 % des entrées annuelles en 2015, soit 5,0 points de plus qu'en 2014 et le niveau le plus haut observé sur la décennie.

En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants a, en revanche, tendance à diminuer. Les 10 films français les plus performants génèrent 39,6 % des entrées totales des films français de long métrage en 2015, contre 44,0 % en 2014. Cette baisse est le contrecoup de la présence, en 2014, de trois films français sur le podium du classement.

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

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2006	26,8	39,2	47,4	59,0	76,2
2007	27,9	39,0	47,1	58,8	74,0
2008	29,2	39,8	47,4	58,7	76,2
2009	24,8	37,8	46,8	59,2	77,1
2010	24,0	39,0	49,0	61,3	77,7
2011	26,8	38,4	46,4	58,2	75,8
2012	23,2	36,4	45,7	58,3	75,7
2013	19,8	31,5	40,9	54,5	72,7
2014	22,8	34,8	44,0	57,6	74,8
2015	25,3	39,3	49,0	60,3	76,7

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.

Base: long métrage. Source: CNC.

14 films français réalisent plus d'un million d'entrées

L'année 2015 compte 44 films dépassant le seuil du million d'entrées, contre 57 en 2014. 24 titres réalisent plus de deux millions d'entrées en 2015 (23 en 2014) et 10 films cumulent plus de quatre millions d'entrées (contre 4 en 2014).

14 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2015, soit six titres de moins qu'en 2014. Sept films français franchissent le seuil des deux millions d'entrées (dix en 2014). Deux films français cumulent plus de quatre millions d'entrées en 2015, contre 3 en 2014.

Parallèlement, 26 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées en 2015 (32 en 2014) dont 15 dépassent le seuil des deux millions (12 en 2014). Sept films américains réalisent plus de quatre millions d'entrées en 2015, alors qu'aucun n'atteignait ce seuil en 2014. En 2015, trois films européens non français franchissent le seuil du million d'entrées, comme en 2014. Un film d'autres nationalités franchit également le million d'entrée en 2015 (deux en 2014): il s'agit du film australien Mad Max: Fury Road (2,36 millions d'entrées).

Films de long métrage atteignant un 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					
2006	6	18	43	96	224
2007	7	14	40	77	247
2008	4	14	46	95	223
2009	7	21	50	100	245
2010	7	26	51	95	230
2011	5	20	53	111	247
2012	7	20	54	96	242
2013	4	19	55	93	262
2014	4	23	57	93	254
2015	10	24	44	97	238
films français					
2006	3	9	18	39	93
2007	2	4	12	31	110
2008	2	5	17	39	98
2009	1	6	18	39	109
2010	1	8	19	34	94
2011	2	4	21	38	112
2012	2	8	22	37	110
2013	-	3	17	31	120
2014	3	10	20	31	117
2015	2	7	14	39	99
films américains					
2006	3	7	23	48	94
2007	4	8	22	38	107
2008	2	8	26	49	99
2009	5	13	28	49	102
2010	4	14	26	48	99
2011	2	14	28	61	103
2012	3	8	27	48	96
2013	3	14	34	54	107
2014	-	12	32	53	102
2015	7	15	26	48	102

¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires.

Base:long métrage.

Source: CNC.

Un film français à la troisième marche du podium 2015

En 2015, la première place du box-office est occupée par Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force. Le septième opus de la saga Star Wars cumule 7,32 millions d'entrées à fin 2015. Le film d'animation les Minions, occupe la deuxième place du classement 2015 avec 6,65 millions d'entrées. Une comédie française sortie en 2014, la Famille Bélier, prend la troisième place avec

5,35 millions d'entrées en 2015.

En 2015, les trois films les plus performants cumulent 19,33 millions d'entrées, soit 9,6 % du total annuel réalisé par les films de long métrage. En 2014, les trois films ayant réalisé le plus d'entrées cumulaient 11,1 % de la fréquentation annuelle des films de long métrage. Parmi les 44 films ayant réalisé plus d'un million

d'entrées en 2015, figurent 21 films exploités partiellement ou intégralement en 3D.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2015

rang	titre	nationalité¹	sortie	entrées (millions)
1	Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force	US	16/12/15	7,32
2	les Minions	US	08/07/15	6,65
3	la Famille Bélier	FR	17/12/14	5,35
4	Jurassic World	US	10/06/15	5,21
5	007 Spectre	GB	11/11/15	4,81
6	Fast & Furious 7	US	01/04/15	4,63
7	les Nouvelles aventures d'Aladin	FR	14/10/15	4,42
8	Vice-Versa	US	17/06/15	4,41
9	Avengers : l'ère d'Ultron	US	22/04/15	4,24
10	Cinquante nuances de Grey	US	11/02/15	4,06
11	les Profs 2	FR	01/07/15	3,49
12	American Sniper	US	18/02/15	3,13
13	le Labyrinthe : la terre brulée	US	07/10/15	3,12
14	Papa ou maman	FR	04/02/15	2,89
15	Mission: Impossible, Rogue Nation	US	12/08/15	2,80
16	Hunger Games : la révolte, 2º partie	US	18/11/15	2,77
17	Taken 3	FR	21/01/15	2,61
18	Babysitting 2	FR	02/12/15	2,53
19	Seul sur mars	US	21/10/15	2,52
20	Divergente 2: l'insurrection	US	18/03/15	2,42
21	Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père	FR	08/04/15	2,41
22	Mad Max : Fury Road	AU	14/05/15	2,36
23	le Voyage d'Arlo	US	25/11/15	2,31
24	Hotel Transylvanie 2	US	07/10/15	2,30
25	le Petit Prince	FR	29/07/15	1,93
26	Ant-Man	US	14/07/15	1,72
27	Cendrillon	GB	25/03/15	1,67
28	Kingsman : services secrets	GB	18/02/15	1,67
29	les Nouveaux héros	US	11/02/15	1,66
30	la Nuit au musée : le secret des pharaons	US	04/02/15	1,59
31	Bis	FR	18/02/15	1,51
32	Terminator: Genisys	US	01/07/15	1,43

rang	titre	nationalité¹	sortie	entrées (millions)
33	Belle et Sébastien : l'aventure continue	FR	09/12/15	1,37
34	le Dernier Loup	FR	25/02/15	1,33
35	Bob l'éponge, le film - un héros sort de l'eau	US	18/02/15	1,30
36	En route!	US	15/04/15	1,22
37	les 4 fantastiques	US	05/08/15	1,20
38	Connasse, princesse des cœurs	FR	29/04/15	1,20
39	San Andreas	US	27/05/15	1,15
40	Ted 2	US	05/08/15	1,14
41	Imitation Game	GB	28/01/15	1,09
42	Shaun le mouton	GB	01/04/15	1,06
43	les souvenirs	FR	14/01/15	1,06
44	Marguerite	FR	16/09/15	1,01

1 AU : Australie / FR : France / GB : Royaume-Uni / US : Etats-Unis. Source: CNC.

Sept films à plus de cinq millions d'entrée depuis janvier 2014, dont quatre films français

Depuis janvier 2014, sept films ont réalisé plus de cinq millions d'entrées : Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu?, la Famille Bélier, Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force, les Minions,

Supercondriaque, Jurassic World et Lucy. Au total, au cours des deux dernières années, 25 films génèrent plus de trois millions d'entrées dont 8 films français (19 films dont 5 films français entre janvier 2013 et décembre 2014).

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2014 et décembre 2015

	titre	nationalité¹	sortie	entrées (millions)
1	Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu?	FR	16/04/14	12,35
2	la Famille Bélier	FR	17/12/14	7,70
3	Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force	US	16/12/15	7,32
4	les Minions	US	08/07/15	6,65
5	Supercondriaque	FR	26/02/14	5,27
6	Jurassic World	US	10/06/15	5,21
7	Lucy	FR	06/08/14	5,20
8	le Hobbit : la bataille des cinq armées	NZ	10/12/14	4,89
9	007 Spectre	GB	11/11/15	4,81
10	Fast & Furious 7	US	01/04/15	4,63
11	les Nouvelles aventures d'Aladin	FR	14/10/15	4,42
12	Vice-Versa	US	17/06/15	4,41
13	Avengers : l'ère d'Ultron	US	22/04/15	4,24
14	Cinquante nuances de Grey	US	11/02/15	4,06
15	la Planète des singes : l'affrontement	US	30/07/14	3,78
16	les Profs 2	FR	01/07/15	3,49
17	Dragons 2	US	02/07/14	3,37
18	X-Men : Day of future past	US	21/05/14	3,28
19	RIO 2	US	09/04/14	3,26
20	Hunger Games - la révolte partie 1	US	19/11/14	3,23

titre	nationalité¹	sortie	entrées (millions)
21 Samba	FR	15/10/14	3,16
22 le Labyrinthe	US	15/10/14	3,14
23 American Sniper	US	18/02/15	3,13
24 le Labyrinthe : la terre brulée	US	07/10/15	3,12
25 Astérix et le Domaine des Dieux	FR	26/11/14	3,01

¹ FR: France / GB: Grande-Bretagne / NZ: Nouvelle-Zélande / US: Etats-Unis. Source: CNC.

Remarques méthodologiques

Pour la neuvième année consécutive, sont présentés les résultats des films selon leur genre. Ces données se réfèrent aux seuls films en première exclusivité. Leur poids est donc à rapporter à la part de marché des films inédits.

Recul de la part de marché de la comédie

La comédie génère traditionnellement la plus grande part de la fréquentation en France. En 2015, 72 comédies en première exclusivité sont proposées sur les écrans français, soit 11,0 % de l'offre totale de films inédits (98 films et 14,8 % en 2014). En raison d'un nombre de films moins important, le genre cumule une part de marché plus faible en 2015 (18,5 % des entrées) qu'en 2014 (29,5 %). En 2015, neuf comédies cumulent plus d'un million d'entrées (contre 14 en 2014) et cing franchissent le seuil des deux millions d'entrées (huit en 2014). Les comédies françaises continuent cependant de réaliser une part importante des entrées du genre, à 79,7 % en 2015 (90,2 % en 2014). Sur les cinq comédies réalisant plus de deux millions d'entrées en 2015, toutes sont françaises.

Près de 30 millions d'entrées pour l'animation

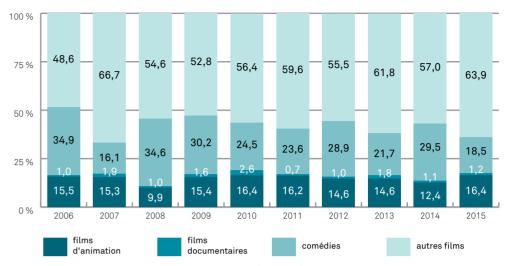
En 2015, l'offre de films d'animation progresse avec 34 titres inédits (29 en 2014). L'animation génère en moyenne davantage d'entrées par film que les autres genres. Elle représente 5,2 % des films inédits en 2015 et génère 16,4 % des entrées (29,8 millions d'entrées en 2015, contre 23,3 millions en 2014). Deux films d'animation américains figurent parmi les dix films ayant réalisé le plus d'entrées en 2015 : les Minions et Vice-Versa.

En 2015, les films français d'animation génèrent 18,8 % des entrées (5,6 millions) de l'ensemble des films d'animation de long métrage en première exclusivité (21,6 % et 5,0 millions en 2014). Deux films d'animation français rencontrent de beaux succès en 2015: Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père (2,41 millions d'entrées) et le Petit Prince (1,93 million d'entrées).

Plus de 2 millions d'entrées pour le documentaire

L'offre de documentaires en première exclusivité augmente en 2015, pour atteindre 104 films distribués, contre 100 titres en 2014. Ils représentent 15,9 % des films en première exclusivité (15,1 % en 2014) et génèrent 1,2 % des entrées en 2015 soit 2,2 millions (2,0 millions en 2014).

Répartition des entrées selon le genre du film¹ (films de long métrage en première exclusivité)



¹ Calculées seulement sur les films sortis pour la première fois dans l'année (films inédits), soit sur 90 % à 94 % de la fréquentation selon l'année. Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.
Base : long métrage.
Source - CNC

Baisse des entrées des films Art et Essai

En 2015, la diminution de la fréquentation des films de long métrage (-1,7 %) est plus forte pour les films recommandés Art et Essai. En effet. leurs entrées diminuent de 6.8 %, à 41.0 millions en 2015. Leur part dans la fréquentation totale s'élève à 20,3 % en 2015, contre 21,4 % en 2014. Cette baisse est en partie due à une légère diminution du nombre de films recommandés: 4 175 films Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2015 (contre 4205 en 2014). dont 406 films inédits (382 en 2014). Quatre films Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2015 (sept en 2014), parmi lesquels deux films britanniques, un film américain et un film français. American Sniper, de Clint Eastwood, est le film recommandé qui cumule le plus d'entrées en 2015 (3,13 millions). En 2014, le film recommandé cumulant le plus d'entrées était le Loup de Wall Street, à 2,00 millions d'entrées.

En 2015, 52,3 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français (50,8 % en 2014). 1952 films Art et Essai français sont projetés sur les écrans français en 2015, contre 1923 en 2014 (-1,5 %). Ils cumulent 21,4 millions d'entrées en 2015, contre 22,3 millions en 2014, soit une baisse de 4,1 %. *Marguerite* est le film français Art et Essai qui réalise le plus d'entrées en 2015 (1,01 million). En 2014, *Minuscule, la vallée des fourmis perdues*

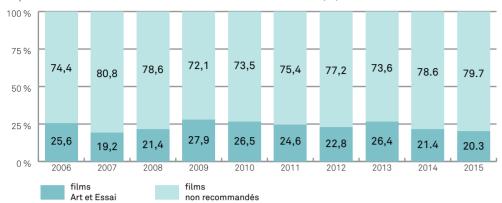
était le film français recommandé qui avait réalisé le plus d'entrées (1,50 million).
918 films américains recommandés sont exploités en 2015, contre 966 en 2014 (-5,0 %).
Ils cumulent 10,8 millions d'entrées (11,9 millions en 2014, soit -8,8 %). Les films américains sont à l'origine de 26,5 % des entrées des films recommandés (27,1 % en 2014).

Entrées selon la recommandation des films de long métrage¹

films Art et Essai	films non recommandés	total
48,1	139,4	187,5
34,0	142,9	176,8
40,4	148,2	188,5
55,8	143,9	199,7
54,5	150,7	205,1
52,8	161,9	214,7
45,8	155,3	201,1
50,4	140,7	191,1
43,9	161,7	205,7
41,0	161,3	202,2
-6,8%	-0,3%	-1,7%
	Essai 48,1 34,0 40,4 55,8 54,5 52,8 45,8 50,4 43,9 41,0	Essai recommandés 48,1 139,4 34,0 142,9 40,4 148,2 55,8 143,9 54,5 150,7 52,8 161,9 45,8 155,3 50,4 140,7 43,9 161,7 41,0 161,3

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires. Base : long métrage. Source : CNC

Répartition des entrées selon la recommandation des films¹ (%)



¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires. Base: long métrage.

Source: CNC.

Stabilité de la part de la version originale

En 2015, 16,3 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (comme en 2014). Les entrées des films en version originale étrangère diminuent de 1,6 %, à 33,5 millions d'entrées en 2015. Sur les dix dernières années, cette part varie entre 16.3 % (en 2014 et 2015) et 20.2 % (en 2009).

Un premier trimestre particulièrement fort

L'année 2015 enregistre un premier trimestre particulièrement fort, à 56.9 millions d'entrées (+0.8 % par rapport aux résultats du premier trimestre 2014, déjà particulièrement élevés). Le début d'année est marqué par les très bonnes performances de Cinquante nuances de Grey (sorti le 11 février - 4,06 millions d'entrées) et d'American Sniper (sorti le 18 février -3,13 millions), ainsi que de la continuation du film la Famille Bélier, sorti en décembre 2014 (5,35 millions d'entrées en 2015).

Entrées mensuelles1 (millions)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol 15/14
janvier	14,3	15,4	14,9	15,2	18,9	14,6	16,2	14,6	17,7	16,8	-5,3%
février	22,8	19,7	20,7	19,0	20,6	21,7	17,6	14,4	17,6	22,5	+28,2%
mars	15,0	17,5	27,1	17,9	18,7	17,0	16,4	19,1	21,1	17,5	-17,0%
avril	20,9	12,3	15,8	17,4	18,5	13,8	20,9	16,6	19,3	18,0	-6,7%
mai	18,4	15,9	12,3	15,0	16,2	15,7	16,3	17,2	19,7	14,3	-27,4%
juin	11,8	13,5	11,0	11,2	10,8	14,6	14,5	13,8	11,4	12,2	+7,3%
juillet	10,1	16,2	13,4	20,7	18,6	20,1	17,0	13,7	15,6	18,2	+16,8%
août	15,0	16,3	14,7	15,2	17,1	17,4	14,1	14,9	19,5	15,2	-22,0%
septembre	9,8	9,4	9,9	10,5	10,6	11,3	11,1	10,2	9,3	9,5	+1,4%
octobre	13,4	11,6	14,5	15,7	18,6	19,0	18,1	17,7	18,5	19,5	+5,5%
novembre	16,7	13,1	18,1	21,2	19,3	26,6	22,8	18,4	17,2	17,3	+0,4%
décembre	20,3	17,6	18,0	22,6	19,3	25,3	18,7	23,1	22,1	24,2	+9,4%
total	188,8	178,5	190,3	201,6	207,1	217,2	203,6	193,7	209,1	205,3	-1,8%

¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires.

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

Source: CNC.

Saisonnalité de la fréquentation¹ (millions d'entrées)



¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires Base: ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film). Source: CNC.

Plus de la moitié des entrées le week-end

Si les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma au cours du week-end, la part de la fin de semaine dans les entrées reste stable en 2015. Ainsi, 53,3 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche (53,1 % en 2014). Le poids du mercredi progresse en 2015. à 13,2 % des entrées, contre 12,7 % en 2014. À l'inverse, la part des entrées réalisées le mardi, qui avait augmenté au cours des dernières années, diminue de 0,5 point en 2015, à 12,7 %.

La concentration des recettes est toujours élevée. En 2015, 55,1 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (55,0 % en 2014). Le mercredi représente 12,8 % des recettes en 2015, contre 12,4 % en 2014. Le mardi génère 12,0 % des recettes en 2015 (12.4 % en 2014), soit une part moindre que celle des entrées. Cela s'explique par les opérations promotionnelles réalisées par les établissements cinématographiques sur le début de la semaine.

Répartition des entrées par jour¹ (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
entrées										
lundi	10,9	11,2	11,0	10,6	10,6	10,3	10,3	10,2	9,9	10,0
mardi	9,9	11,3	10,9	10,6	10,3	11,0	11,8	12,4	13,2	12,7
mercredi	12,8	13,3	12,4	13,3	12,9	12,6	12,3	12,6	12,7	13,2
jeudi	11,0	11,1	10,5	10,6	11,2	11,2	10,7	10,7	11,1	10,8
vendredi	13,4	13,2	13,5	13,6	13,2	13,7	13,1	13,2	13,2	13,2
samedi	21,0	20,2	20,8	20,9	20,7	20,7	20,6	20,3	20,1	20,3
dimanche	21,1	19,8	21,0	20,4	21,1	20,4	21,2	20,5	19,8	19,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
recettes										
lundi	10,1	10,4	10,2	9,9	9,9	9,7	9,7	9,6	9,3	9,4
mardi	9,2	10,7	10,1	9,9	9,7	10,4	11,1	11,6	12,4	12,0
mercredi	12,7	13,2	12,3	13,2	12,8	12,5	12,1	12,4	12,4	12,8
jeudi	10,8	10,9	10,4	10,4	10,9	10,9	10,5	10,5	11,0	10,7
vendredi	13,3	13,1	13,5	13,5	13,0	13,6	12,9	13,1	13,2	13,2
samedi	22,2	21,4	22,2	22,2	22,0	21,9	21,9	21,8	21,5	21,6
dimanche	21,6	20,3	21,3	20,8	21,7	21,0	21,8	21,0	20,3	20,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires. Base: ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source: CNC.

Progression de la fréquentation dans les communes et agglomérations de plus petite taille

En 2015, la diminution de la fréquentation ne concerne pas l'ensemble du territoire français. En effet, les entrées dans les cinémas d'Île-de-France diminuent de 6,0 %, à 53,9 millions, tandis qu'elles sont quasi stables sur les autres régions (-0,2 %, à 151,4 millions). La baisse de la fréquentation est particulièrement importante à Paris intra-muros

travaux du Gaumont convention (15° arrondissement, 6 écrans) et du Gaumont Alésia (14° arrondissement, 7 écrans); fermeture définitive du Forum Orient Express (1° arrondissement, 7 écrans). En 2015, une hausse de la fréquentation est même observée dans les communes et agglomérations de plus petite taille. Ainsi, les entrées augmentent de 3,4 % dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants et de 2,1 % dans les unités urbaines et agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones

Entrées selon les zones géographiques¹ (millions)

(-8,7 %). Cette diminution est en partie imputable

aux fermetures de trois établissements en 2014 et qui se prolongent en 2015 : fermeture pour

	Île-de- France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100000 hab.	unités urbaines 20000- 100000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2006	56,0	28,1	14,2	13,6	132,8	82,1	30,3	20,4	188,8
2007	52,1	25,6	13,7	12,9	126,3	77,8	29,1	19,4	178,5
2008	54,9	26,8	14,5	13,6	135,4	83,5	31,9	20,0	190,3
2009	58,3	28,1	15,4	14,8	143,3	89,6	33,7	20,0	201,6
2010	58,4	27,8	15,5	15,1	148,7	93,5	35,1	20,1	207,1
2011	60,3	28,3	16,2	15,9	156,9	96,5	38,1	22,2	217,2
2012	57,6	27,3	15,4	14,9	146,0	90,0	35,9	20,0	203,6
2013	55,5	26,6	14,8	14,1	138,2	85,3	34,2	18,7	193,7
2014	57,3	26,2	16,0	15,0	151,8	90,8	39,1	21,9	209,1
2015	53,8	24,0	15,7	14,2	151,4	88,6	40,5	22,4	205,3
évol 15/14	-6,0%	-8,7%	-1,9%	-5,6%	-0,2%	-2,4%	+3,4%	+2,1%	-1,8%

¹ Données mises à jour pour 2013 ; données 2014 provisoires

 ${\tt Base:ensemble\:des\:programmes\:(long\:m\'etrage+court\:m\'etrage+hors\:film)}.$

Source: CNC/INSEE - recensement 2009.

Répartition des entrées selon les zones géographiques¹ (%)



¹ Données mises à jour pour 2014; données 2015 provisoires
Base: ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source: CNC/INSEE - recensement 2009.

3,28 entrées par habitant en 2015

En 2015, la fréquentation cinématographique moyenne s'élève à 3,28 entrées par habitant en France, contre 3,35 en 2014. Cet indice reste plus fort dans la capitale (10,73) qui draine un grand

nombre de spectateurs de la périphérie. En 2015, l'indice de fréquentation recule en région parisienne et dans les agglomérations de plus de 100 000 habitants, tandis qu'il progresse dans les unités urbaines de plus petites tailles.

Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

	Île-de- France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100000 hab.	unités urbaines 20000- 100000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2006	4,77	12,59	3,24	2,66	2,62	4,44	3,75	0,84	3,02
2007	4,45	11,44	3,11	2,53	2,49	4,20	3,60	0,80	2,86
2008	4,68	12,01	3,30	2,66	2,67	4,51	3,94	0,83	3,05
2009	4,97	12,59	3,49	2,91	2,82	4,84	4,17	0,83	3,23
2010	4,98	12,43	3,53	2,96	2,93	5,05	4,34	0,83	3,31
2011	5,14	12,65	3,67	3,12	3,09	5,22	4,71	0,92	3,48
2012	4,91	12,22	3,51	2,92	2,88	4,86	4,44	0,83	3,26
2013	4,73	11,90	3,38	2,77	2,72	4,61	4,23	0,77	3,10
2014	4,88	11,75	3,65	2,94	2,99	4,90	4,83	0,91	3,35
2015	4,59	10,73	3,58	2,78	2,98	4,79	5,00	0,93	3,28

¹ Indice de fréquentation = entrées / population totale. Données mises à jour pour 2013 ; données 2014 provisoires Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC/INSEE - recensement 2009.

Progression des entrées à 4,50 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques.
Une proportion importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2015, 42,3 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 €, contre 44,9 % en 2014.
En 2015, 23,5 % des billets vendus affichent un

tarif inférieur à $5 \in (23,3\% \text{ en } 2014)$. Depuis 2014, le renforcement des entrées les moins chères est notamment lié à la hausse du nombre de billets vendus à $4 \in \text{correspondant}$ au tarif mis en place par les établissements cinématographiques en faveur des jeunes de moins de 14 ans. Certains établissements proposent depuis 2015 un tarif à $4,50 \in \text{à}$

En 2015, 23,5 % des billets vendus affichent u

destination des moins de 14 ans. En 2015, les entrées entre $4 \in$ et 4,99 € ont progressé de 8,4 % pour atteindre 35,3 millions soit 17,5 % de la fréquentation, contre 15,8 % en 2014. En 2015, 18,7 millions d'entrées à $4 \in$ sont réalisées (20,7 millions en 2014) et 9,3 millions à 4,50 € (3,5 millions en 2014).

10 % des entrées à plus de 10 €

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 21,2 millions d'entrées en 2015 (19,9 millions en 2014, soit +6,6 %). Ils représentent 10,3 % des entrées totales en 2015 (9,5 % en 2014). Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € diminue de 27,9 % par rapport à 2014. Ces tarifs les plus élevés représentent un peu plus de 180 000 entrées en 2015. La diminution observée est à mettre en relation avec celle des entrées

des programmes de «hors film», pour lesquels les tarifs sont généralement majorés.

Stabilité des entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2015, 4,7 millions d'entrées gratuites sont enregistrées, ce qui porte la fréquentation totale des salles à 210,0 millions. Les entrées gratuites représentent donc 2,3 % de l'ensemble des entrées en 2015. En 2014, 4,7 millions d'entrées gratuites étaient dénombrées (2,2 % de l'ensemble), qui portaient la fréquentation totale à 213,8 millions d'entrées. En incluant les entrées gratuites, la RME s'établit à 6,34 € en 2015 (6,24 € en 2014).

Entrées selon le prix du billet vendu¹ (millions)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol 15/14
<3€	7,6	7,3	6,4	5,4	5,7	5,6	6,7	5,6	5,7	5,5	-3,2%
3 € à 3,99 €	8,7	8,3	12,3	15,5	13,8	10,5	7,6	10,3	10,0	6,7	-32,4%
4 € à 4,99 €	20,4	18,6	18,5	20,2	20,9	26,4	21,8	17,4	33,1	35,9	+8,4%
5 € à 5,99 €	66,4	63,7	65,8	64,7	62,6	66,5	63,9	60,5	56,9	50,7	-11,0%
6 € à 6,99 €	41,7	39,7	42,0	40,8	39,1	41,7	39,1	38,4	37,0	36,1	-2,5%
7€à7,99€	13,6	12,1	13,5	18,0	21,8	21,9	21,5	20,6	21,4	23,5	+9,8%
8 € à 8,99 €	17,1	14,5	15,1	15,6	17,3	18,0	16,7	15,2	14,1	12,9	-8,7%
9€à9,99€	12,4	13,5	15,0	13,4	13,7	12,8	9,2	8,4	10,9	12,7	+16,6%
≥ 10 €	0,7	0,7	1,8	8,1	12,2	13,8	17,1	17,3	19,9	21,2	+6,6%
total	188,8	178,5	190,3	201,6	207,1	217,2	203,6	193,7	209,1	205,3	-1,8%

¹Les entrées gratuites sont exclues. Données mises à jour pour 2014 ; données 2015 provisoires Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Partage de la recette

La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes: la TVA à taux réduit (5,5 % jusqu'à fin 2011, 7,0 % en 2012 et 2013, 5,5 % depuis 2014) 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 2015, le taux moyen de location s'établit à 47.0 %.

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 %).

En 2015, 42,1 % de la recette guichet payée par chaque spectateur est reversée au distributeur du film, 40,6 % est conservée par l'exploitant.

Répartition de la recette guichets1

	2011	2012	2013	2014	2015
(M€)					
recettes guichets	1374,74	1306,48	1 250,87	1333,31	1331,33
T.S.A.	147,37	140,06	134,10	142,94	142,73
T.V.A.	72,79	86,14	82,47	70,60	70,45
sacem²	17,46	16,32	15,61	16,92	16,89
rémunération distributeurs³	557,16	523,96	507,08	561,47	561,11
rémunération exploitants ⁴	579,96	540,00	511,60	541,39	540,15
(%)					
recettes guichets	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
T.S.A.	10,7	10,7	10,7	10,7	10,7
T.V.A.	5,3	6,6	6,6	5,3	5,3
sacem²	1,3	1,2	1,2	1,3	1,3
rémunération distributeurs³	40,5	40,1	40,5	42,1	42,1
rémunération exploitants ⁴	42,2	41,3	40,9	40,6	40,6
Taux de location ⁵	47,0	46,7	47,2	46,9	47,0

¹ données mises à jour depuis 2011 ; données 2015 provisoires.

Source: CNC

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

 $^{^{\}rm 2}$ 1,515 % de la recette guichets hors TVA et hors TSA.

 $^{^{\}rm 3}$ toutes taxes comprises TVA 5,5 % en 2011, TVA 7,0 % en 2012-2013, TVA 2014-2015 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)

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
1	Titanic	J. Cameron	1998	US	21,77
2	Bienvenue chez les Ch'tis	D. Boon	2008	FR	20,44
3	Intouchables	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,48
4	La Grande Vadrouille	G. Oury	1966	FR/GB	17,28
5	Autant en emporte le vent	V. Fleming	1950	US	16,73
6	Il était une fois dans l'Ouest	S. Leone	1969	IT	14,88
7	Le Livre de la jungle	W. Reitherman	1968	US	14,76
8	Avatar	J. Cameron	2009	US	14,75
9	Les 101 Dalmatiens	W. Disney	1961	US	14,69
10	Astérix et Obélix : mission Cléopâtre	A. Chabat	2002	FR	14,40
11	Les Dix Commandements	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	Ben Hur	W. Wyler	1960	US	13,86
13	Les Visiteurs	J.M. Poiré	1993	FR	13,67
14	Le Pont de la rivière Kwai	D. Lean	1957	GB	13,48
15	Cendrillon	W. Disney	1950	US	13,26
16	Le Petit Monde de Don Camillo	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
17	Les Aristochats	W. Reitherman	1971	US	12,70
18	Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu?	P. De Chauveron	2014	FR	12,35
19	Le Jour le plus long	Collectif	1962	US	11,93
20	Le Corniaud	G. Oury	1965	FR/IT	11,74
21	La Belle et le clochard	W. Disney	1955	US	11,24
22	Le Roi lion	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,73
23	Bambi	W. Disney	1948	US	10,71
24	Taxi 2	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
25	Trois hommes et un couffin	C. Serreau	1985	FR	10,25
26	Les Bronzés 3 - amis pour la vie	P. Leconte	2006	FR	10,23
27	Les Canons de Navarone	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
28	La Guerre des boutons	Y. Robert	1962	FR	10,04
29	Les Misérables	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
30	Docteur Jivago	D. Lean	1966	US	9,82
31	Vingt mille lieues sous les mers	R. Fleischer	1955	US	9,62
32	Sous le plus grand chapiteau du monde	C.B. DeMille	1953	US	9,49
33	E.T. l'extra-terrestre	S. Spielberg	1982	US	9,45
34	Le Monde de Nemo	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,44
35	Harry Potter à l'école des sorciers	C. Colombus	2001	US	9,35
36	Le Dîner de cons	F. Veber	1998	FR	9,25
37	Le Grand Bleu	L. Besson	1988	FR	9,20
38	L'Ours	J.J. Annaud	1988	FR	9,14

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
39	Emmanuelle	J.Jaeckin	1974	FR	8,89
40	La Vache et le prisonnier	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
41	Harry Potter et la chambre des secrets	C. Colombus	2002	US	8,80
42	Astérix et Obélix contre César	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
43	West Side Story	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,77
44	La Grande Evasion	R. Walsh	1963	US	8,76
45	Le Bataillon du ciel	A. Esway	1947	FR	8,65
46	Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,52
47	Les Choristes	C. Barratier	2004	FR/CH	8,47
48	Le Dictateur	C. Chaplin	1945	US	8,36
49	Pour qui sonne le glas?	S. Wood	1947	US	8,27
50	Rien à déclarer	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
51	Violettes impériales	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
52	Les Couloirs du temps - les visiteurs 2	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
53	Un Indien dans la ville	H. Palud	1994	FR	7,89
54	Pinocchio	W. Disney	1946	US	7,85
55	Star Wars : Épisode 1, la menace fantôme	G. Lucas	1999	US	7,83
56	Tarzan	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
57	L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures	C. Saldanha	2009	US	7,81
58	Le Gendarme de Saint-Tropez	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
59	Le Comte de Monte Cristo	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
60	Sixième Sens	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
61	Ratatouille	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,71
62	Le Cinquième Elément	L. Besson	1997	FR	7,71
63	la Famille Bélier	É. Lartigau	2014	FR	7,70
64	Harry Potter et la coupe de feu	M. Newell	2005	GB	7,66
65	Orange mécanique	S. Kubrick	1972	GB	7,62
66	Les Bidasses en folie	C. Zidi	1971	FR	7,46
67	Le Retour de Don Camillo	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43
68	La Vérité si je mens 2	T. Gilou	2001	FR	7,41
69	Le Seigneur des anneaux - le retour du roi	P. Jackson	2003	NZ	7,38
70	Aladdin	J. Musker	1993	US	7,34
71	Les Aventures de Peter Pan	W. Disney	1953	US	7,33
72	Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force	J.J.Abrams	2015	US	7,32
73	Les Aventures de Rabbi Jacob	G. Oury	1973	FR/IT	7,30
74	Danse avec les loups	K. Costner	1991	US	7,28
75	Jour de fête	J. Tati	1949	FR	7,27
76	Les Aventures de Bernard et Bianca	Collectif	1977	US	7,23
77	Jean de Florette	C. Berri	1986	FR	7,22
78	Star Wars : Épisode 3, la revanche des Sith	G. Lucas	2005	US	7,21
79	Shrek 2	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
		V. Jenson			

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
80	Samson et Dalila	C.B. DeMille	1951	US	7,12
81	Jeanne d'Arc	V. Fleming	1949	US	7,09
82	Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban	A. Cuaron	2004	GB	7,09
83	Le Seigneur des anneaux - les deux tours	P. Jackson	2002	NZ	7,09
84	La Chèvre	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
85	Monsieur Vincent	M. Cloche	1947	FR	7,06
86	Les Sept Mercenaires	J. Sturges	1961	US	7,04
87	Skyfall	S. Mendes	2012	GB	7,00
88	Si Versailles m'était conté	S. Guitry	1954	FR	6,99
89	Les Grandes Vacances	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
90	Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau	P.Jackson	2001	NZ	6,97
91	Le Salaire de la peur	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
92	Michel Strogoff	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
93	Le Gendarme se marie	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
94	Le Bossu de Notre-Dame	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
95	Astérix aux Jeux Olympiques	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ ES/IT	6,81
96	Mission spéciale	M. de Canonge	1946	FR	6,78
97	Jurassic Park	S. Spielberg	1993	US	6,74
98	Fanfan la Tulipe	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
99	Rox et Rouky	A. Stevens	1981	US	6,71
100	L'Exorciste	W. Friedkin	1974	US	6,71
101	Goldfinger	G. Hamilton	1965	GB	6,68
102	Les Trois Frères	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
103	Nous irons à Paris	J. Boyer	1950	FR	6,66
104	les Minions	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,65
105	Manon des sources	C. Berri	1986	FR	6,65
106	l'Âge de glace 4 : la dérive des continents	M.Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
107	Sissi	E. Marischka	1956	AT	6,64
108	L'Âge de glace 2	C. Saldanha	2006	US	6,63
109	Le Cercle des poètes disparus	P. Weir	1989	US	6,60
110	La Belle au bois dormant	W. Disney	1959	US	6,59
111	Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit	G. Verbinski	2006	US	6,52
112	Harry Potter et les reliques de la mort - 2° partie	D. Yates	2011	GB	6,52
113	Taxi	G. Pires	1998	FR	6,49
114	Rain Man	B. Levinson	1989	US	6,48
115	Robin des bois	W. Reitherman	1974	US	6,47
116	La Guerre des étoiles	G. Lucas	1977	US	6,46

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
117	Sissi impératrice	E. Marischka	1957	AT	6,43
118	Tant qu'il y aura des hommes	F. Zinnemann	1954	US	6,40
119	Arthur et les Minimoys	L. Besson	2006	FR	6,40
120	Les Aventuriers de l'arche perdue	S. Spielberg	1981	US	6,40
121	La Cuisine au beurre	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
122	Spider-Man	S. Raimi	2002	US	6,38
123	La Symphonie pastorale	J. Delannoy	1946	FR	6,37
124	Ivanhoé	R. Thorpe	1952	US	6,36
125	Le Bon, la brute et le truand	S. Leone	1968	IT	6,35
126	Spider-Man 3	S. Raimi	2007	US	6,32
127	Quo Vadis	M. Le Roy	1953	US	6,31
128	La Gloire de mon père	Y. Robert	1990	FR	6,30
129	Le Gendarme et les extra-terrestres	J. Girault	1979	FR	6,28
130	Les Dents de la mer	S. Spielberg	1976	US	6,27
131	Indiana Jones et la dernière croisade	S. Spielberg	1989	US	6,25
132	Harry Potter et l'ordre du Phénix	D. Yates	2007	GB	6,18
133	Marche à l'ombre	M. Blanc	1984	FR	6,17
134	Pas si bête	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
135	La Chartreuse de Parme	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
136	Germinal	C. Berri	1993	FR/BE	6,15
137	Merlin l'enchanteur	W. Reitherman	1964	US	6,14
138	Le Père tranquille	R. Clément	1946	FR	6,14
139	Les Feux de la rampe	C. Chaplin	1952	US	6,13
140	Oscar	E. Molinaro	1967	FR	6,12
141	Taxi 3	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
142	Harry Potter et le Prince de sang-mêlé	D. Yates	2009	GB	6,09
143	Harry Potter et les reliques de la mort - 1 ^{re} partie	D. Yates	2010	GB	6,04
144	Terminator 2 - le jugement dernier	J. Cameron	1991	US	5,99
145	Midnight Express	A. Parker	1978	GB	5,97
146	Les Dieux sont tombés sur la tête	J. Uys	1983	ZA	5,95
147	Mourir d'aimer	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
148	Qui veut la peau de Roger Rabbit?	R. Zemeckis	1988	US	5,90
149	Crocodile Dundee	P. Faiman	1987	AU	5,89
150	Guerre et Paix	K. Vidor	1956	US	5,88
151	Les Ripoux	C. Zidi	1984	FR	5,88
152	L'Odyssée du Docteur Wassel	C.B. DeMille	1946	US	5,87
153	Rambo 2 - la mission	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
154	Le Bossu	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
155	L'Aile ou la Cuisse	C. Zidi	1976	FR	5,84
156	Sissi face à son destin	E. Marischka	1958	AT	5,79
157	Quatre mariages et un enterrement	M. Newell	1994	GB	5,78

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
158	Mulan	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,77
159	Men in Black	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
160	Le train sifflera trois fois	F. Zinnemann	1952	US	5,75
161	Les Fous du stade	C. Zidi	1972	FR	5,74
162	Le Troisième Homme	C. Reed	1949	GB	5,74
163	Andalousie	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
164	Opération tonnerre	T. Young	1965	GB	5,73
165	Les Anges gardiens	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
166	Grease	R. Kleiser	1978	US	5,73
167	Les Valseuses	B. Blier	1974	FR	5,73
168	La Bataille du rail	R. Clément	1946	FR	5,73
169	Lawrence d'Arabie	D. Lean	1963	GB	5,72
170	A nous les petites Anglaises	M. Lang	1976	FR	5,70
171	Notre-Dame de Paris	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
172	La Vérité	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
173	Indiana Jones et le temple maudit	S. Spielberg	1984	US	5,69
	Matrix Reloaded	L. Wachowski, L. Wachowski	2003	US	5,66
175	Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde	G. Verbinski	2007	US	5,64
176	Pocahontas, une légende indienne	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,63
177	Bons baisers de Russie	T. Young	1964	GB	5,62
178	Star Wars : Épisode 2, l'attaque des clones	G. Lucas	2002	US	5,62
179	Les Vacances de Monsieur Hulot	J. Tati	1953	FR	5,62
180	Le Petit Nicolas	L. Tirard	2009	FR/BE	5,61
181	Independence Day	R. Emmerich	1996	US	5,61
182	La Folie des grandeurs	G. Oury	1971	FR/DE/ES	5,57
183	Quai des Orfèvres	H.G. Clouzot	1947	FR	5,56
184	Le Cerveau	G. Oury	1969	FR/IT	5,55
185	Le Petit Baigneur	R. Dhéry	1968	FR/IT	5,54
186	Shrek le troisième	C. Miller	2007	US	5,54
187	Love Story	A. Hiller	1971	US	5,51
188	Les Indestructibles	B. Bird	2004	US	5,50
189	Le Gendarme à New-York	J. Girault	1965	FR/IT	5,50
190	Camping	F. Onteniente	2006	FR	5,47
191	Les Petits Mouchoirs	G. Canet	2010	FR	5,46
192	L'As des as	G. Oury	1982	FR/DE	5,45
193	Le Bal des sirènes	G. Sidney	1946	US	5,44
194		M. Kalatosov	1958	RU	5,41
195	La Cage aux folles	E. Molinaro	1978	IT/FR	5,41
	<u> </u>				- ,

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité¹	entrées (millions)²
197	Les aventures de Tintin : le secret de la Licorne	S. Spielberg	2011	US	5,39
198	Papa, maman, la bonne et moi	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1954	FR	5,37
199	La Bataille de l'eau lourde	J. Dreville	1948	FR	5,37
200	Les Trois Mousquetaires	A. Hunebelle	1953	FR/IT	5,36

En gras les films entrant pour la première fois dans le classement en 2015

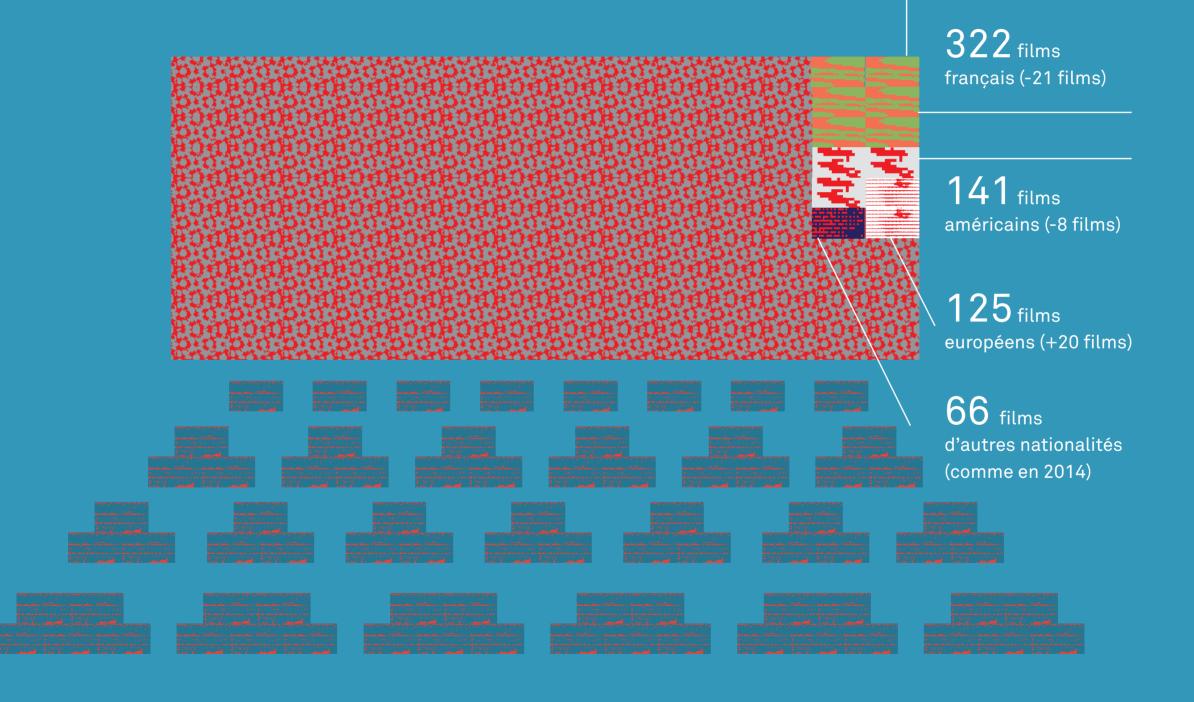
'AT: Autriche / AU: Australie / BE: Belgique / CH: Suisse / CZ: République Tchèque / DE: Allemagne / ES: Espagne / FR: France / GB: Grande-Bretagne / IT: Italie / MX: Mexique / NZ: Nouvelle Zélande / RU: Russie / US: Etats-Unis / ZA: Afrique du Sud.

² Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 31 décembre 2013.

Source:

En 2015: 7 377 films projetés en salles

dont 654 films inédits (-9 films par rapport à 2014)



2.2 La distribution

Remarques méthodologiques

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

Typologie des films inédits

654 films en première exclusivité

En 2015, 654 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit neuf films de moins qu'en 2014.

322 films français

Le nombre de films français recule de 21 titres à 322 films. Parmi les films nationaux, les coproductions majoritaires françaises baissent de sept titres (55 films en 2015, contre 62 en 2014) et les coproductions à majorité étrangère comptent deux films de moins entre 2014 et 2015 à 60 titres en première exclusivité. L'offre de films 100 % français atteint 207 films, soit 12 titres de moins qu'en 2014. 49,2 % des films en première exclusivité sont français en 2015. En moyenne, 47,3 % des films sortis pour la première fois sur les écrans français entre 2006 et 2015 sont des films nationaux. Sur les 40 dernières années, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité atteint 39,4 %.

141 films américains

En 2015, les films américains représentent 21,6 % du total des films sortis en première exclusivité (22,6 % en 2014), soit le niveau le plus bas depuis 1983 (20,4 %). Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans diminue en 2015 pour atteindre 141 films (-8 titres par rapport à 2014). Sur les 10 dernières

années, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 154 titres chaque année (25,4 % de l'offre globale), 146 titres chaque année sur les 40 dernières années (27,0 %).

654 films inédits sont sortis en salles en 2015, dont 322 films français, 141 américains et 125 européens.

125 films européens non français

L'offre inédite de films européens non français progresse sensiblement entre 2014 et 2015 (+20 titres à 125 films). 38 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2015, soit 10 titres de plus qu'en 2014. L'offre de films italiens (+5 titres), allemands (+3 titres) et espagnols (+3 titres) augmentent également mais dans une moindre mesure.

A 66 titres, le nombre de films d'autres nationalités est stable. Si l'offre de films chinois est identique en 2015 et en 2014, celle des films canadiens (+2 titres) et des films japonais (+3 titres) progressent.

L'offre de films inédits se compose d'œuvres de 49 nationalités différentes (46 en 2014).

 \sim 41

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	structure 2015	évol. 15/14
films français	242	262	240	270	272	289	300	330	343	322	49,2%	-6,1%
100% français¹	141	172	155	155	166	178	180	197	219	207	31,7%	-5,5%
majoritairement français¹	56	37	43	65	50	55	61	76	62	55	8,4%	-11,3%
minoritairement français¹	45	53	42	50	56	56	59	57	62	60	9,2%	-3,2%
films américains	174	174	155	163	144	139	149	152	149	141	21,6%	-5,4%
films européens²	105	79	99	97	120	110	100	105	105	125	19,1%	+20,2%
allemands	12	13	16	10	13	15	8	17	13	16	2,4%	+23,1%
britanniques	35	31	26	34	33	32	34	23	28	38	5,7%	+35,7%
espagnols	12	9	13	9	18	14	11	9	5	8	1,2%	+60,0%
italiens	6	3	11	7	14	11	7	14	9	14	2,1%	+55,6%
films d'autres nationalités	68	58	61	58	43	56	66	67	66	66	10,1%	-
canadiens	6	6	4	4	3	1	9	9	5	7	1,1%	+40,0%
chinois	12	7	8	4	2	4	4	4	4	4	0,6%	-
japonais	15	10	7	13	7	6	11	10	7	10	1,5%	+42,9%
total	589	573	555	588	579	594	615	654	663	654	100,0%	-1,4%

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

104 documentaires en première exclusivité

En 2015, l'offre de documentaires en première exclusivité s'établit à 104 titres, contre 100 en 2014 (+4 titres). Il s'agit du niveau le plus élevé depuis 1996 (première année de la série statistique sur les genres des films distribués). 70 documentaires sont français, 22 sont européens non français, cinq sont américains, deux sont canadiens, deux sont israélien, un est chilien (Allende mon grand-père), un est chinois (À la folie) et un est iranien (Taxi Téhéran).

72 comédies, 56 films policiers.

11 films d'animation français

42

34 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2015, soit cinq films de plus qu'en 2014. L'animation française est nettement plus dynamique en 2015 avec 11 films distribués (six en 2014) dont le Petit Prince et Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père. 11 films d'animation américains sortent en 2015 dont les Minions et Vice-versa. Cinq films d'animation sont japonais, trois sont allemands, un est brésilien (Whorms), un est britannique

(Shaun le mouton), un est suédois (les Aventures d'Émile à la ferme) et le dernier est uruguayen (Anina). Walt Disney est le premier distributeur de films d'animation inédits en 2015 avec cinq films. Eurozoom distribue quatre nouveaux films d'animation et Paramount Pictures et Gebeka Films en distribuent trois chacun.

Le drame est le premier genre avec 229 films inédits.

35,0 % des films en première exclusivité sont des drames

229 drames (dont 117 français et 23 américains) sont distribués pour la première fois sur les écrans français (+17 titres par rapport à 2014). Les comédies composent 11,0 % de l'offre de films inédits en salles (14,8 % en 2014), soit 72 films (dont 43 français et 19 américains). À eux seuls, ces deux genres constituent 46,0 % des films en première exclusivité en 2015 (46,8 % en 2014).

Genres des films en première exclusivité

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
30	24	22	35	24	34	31	33	29	34
38	23	36	20	26	38	14	15	21	19
128	94	116	127	132	123	100	108	98	72
117	70	86	104	110	104	64	85	74	71
52	67	58	72	76	90	92	87	100	104
136	172	138	139	129	141	204	200	212	229
35	35	34	40	32	28	39	47	42	47
12	7	9	3	7	4	5	6	5	2
38	66	48	40	41	29	62	69	64	56
3	15	8	8	2	3	4	4	18	20
589	573	555	588	579	594	615	654	663	654
	30 38 128 117 52 136 35 12 38 3	30 24 38 23 128 94 117 70 52 67 136 172 35 35 12 7 38 66 3 15	30 24 22 38 23 36 128 94 116 117 70 86 52 67 58 136 172 138 35 35 34 12 7 9 38 66 48 3 15 8	30 24 22 35 38 23 36 20 128 94 116 127 117 70 86 104 52 67 58 72 136 172 138 139 35 35 34 40 12 7 9 3 38 66 48 40 3 15 8 8	30 24 22 35 24 38 23 36 20 26 128 94 116 127 132 117 70 86 104 110 52 67 58 72 76 136 172 138 139 129 35 35 34 40 32 12 7 9 3 7 38 66 48 40 41 3 15 8 8 2	30 24 22 35 24 34 38 23 36 20 26 38 128 94 116 127 132 123 117 70 86 104 110 104 52 67 58 72 76 90 136 172 138 139 129 141 35 35 34 40 32 28 12 7 9 3 7 4 38 66 48 40 41 29 3 15 8 8 2 3	30 24 22 35 24 34 31 38 23 36 20 26 38 14 128 94 116 127 132 123 100 117 70 86 104 110 104 64 52 67 58 72 76 90 92 136 172 138 139 129 141 204 35 35 34 40 32 28 39 12 7 9 3 7 4 5 38 66 48 40 41 29 62 3 15 8 8 2 3 4	30 24 22 35 24 34 31 33 38 23 36 20 26 38 14 15 128 94 116 127 132 123 100 108 117 70 86 104 110 104 64 85 52 67 58 72 76 90 92 87 136 172 138 139 129 141 204 200 35 35 34 40 32 28 39 47 12 7 9 3 7 4 5 6 38 66 48 40 41 29 62 69 3 15 8 8 2 3 4 4	30 24 22 35 24 34 31 33 29 38 23 36 20 26 38 14 15 21 128 94 116 127 132 123 100 108 98 117 70 86 104 110 104 64 85 74 52 67 58 72 76 90 92 87 100 136 172 138 139 129 141 204 200 212 35 35 34 40 32 28 39 47 42 12 7 9 3 7 4 5 6 5 38 66 48 40 41 29 62 69 64 3 15 8 8 2 3 4 4 18

Source: CNC.

Plus de 60 % des films inédits sont recommandés Art et Essai

62,1 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai en 2015. C'est le deuxième plus haut niveau depuis 1992 (première année de la série statistique sur la recommandation des films distribués) après 2012 (62,9 %). L'offre de films recommandés s'élève à 406 œuvres, soit 24 titres de plus qu'en 2014. En moyenne, 357 films Art et Essai sortent pour la première fois sur les écrans chaque année entre 2006 et 2015. Ils représentent 58,8 % de l'offre globale de films. En 2015, 68,6 % des nouveaux films français

406 films recommandés Art et Essai en 2015 dont 221 films français et 37 films américains.

sont recommandés Art et Essai (+4,5 points par rapport à 2014), contre 26,2 % des nouveaux films américains (-3,3 points), 75,2 % des nouveaux films européens non français (+4,7 points) et 81,8 % des nouveaux films d'autres nationalités (+15,2 points).

Films Art et Essai en première exclusivité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
films français	160	173	145	192	186	187	211	218	220	221	+0,5%
films américains	44	35	43	48	29	31	43	42	44	37	-15,9%
films européens¹	70	56	71	69	88	79	77	80	74	94	+27,0%
autres films	59	52	47	49	38	49	56	51	44	54	+22,7%
total	333	316	306	358	341	346	387	391	382	406	+6,3%
% du total											
films français	66,1	66,0	60,4	71,1	68,4	64,7	70,3	66,1	64,1	68,6	+4,5pts
films américains	25,3	20,1	27,7	29,4	20,1	22,3	28,9	27,6	29,5	26,2	-3,3pts
films européens¹	66,7	70,9	71,7	71,1	73,3	71,8	77,0	76,2	70,5	75,2	+4,7pts
autres films	86,8	89,7	77,0	84,5	88,4	87,5	84,8	76,1	66,7	81,8	+15,2pts
total	56,5	55,1	55,1	60,9	58,9	58,2	62,9	59,8	57,6	62,1	+4,5pts

¹ Europe au sens continental, hors France.

Source: CNC.

² Europe au sens continental, hors France. Source : CNC

597 films sont classés tous publics en 2015

Chaque année depuis 2006, plus de 87 % des films en première exclusivité bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics. En 2015, 597 films sont dans ce cas (91,4 %) dont 309 films français (96,0 % de l'offre de films français) et 119 films américains (84,4 % de l'offre de films américains).

49 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont 22 films américains et sept films français) et sept films sont interdits aux moins de 16 ans (cinq films français, un film britannique et un film belge). Un film 100 % français est interdit aux moins de 18 ans en 2015, *Little Gay Boy* de Antony Hickling (un film minoritairement français en 2014).

13 nouveaux films en moyenne sortent chaque semaine sur les écrans

En moyenne, 54 films sortent chaque mois en salles en 2015 (13 films par semaine). Quatre mois traduisent une activité plus soutenue: avril et septembre (chacun 10,3 % de l'ensemble des sorties de l'année, soit 17 films par semaine) et mars et décembre (chacun 9,5 % des sorties annuelles, soit 16 films par semaine). Août et mai sont les mois où le nombre de sorties est le plus faible (respectivement 8 et 10 films par semaine). La semaine la plus chargée en termes de sorties en 2015 est celle du 7 octobre (20 films) et les moins chargées celles du 27 mai et du 5 août (six films chacune).

En moyenne, 27 films français sortent chaque mois en 2015 (six films par semaine), contre 12 films américains (trois films par semaine). Les films français représentent entre 37,5 % (août) et 56,5 % (décembre) des sorties mensuelles, contre entre 13,5 % (juin) et 31,5 % (juillet) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2015



¹ Europe au sens continental, hors France.

Exposition des films inédits

32,3 % des films sont distribués dans moins de 20 établissements en première semaine

En 2015. 41 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (42 films en 2014) dont 26 films américains, 10 films français, quatre films britanniques et un film australien (Mad Max: fury road). Parmi ces titres, six sont distribués dans 800 établissements en première semaine ou plus (comme en 2014): les Minions (film d'animation américain), les Profs 2 (comédie française). Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (film de science-fiction américain), Belle et Sébastien: l'aventure continue (film d'aventures français), le Petit Prince (film d'animation français) et Mission : impossible, rogue nation (film d'aventures américain). En 2015, 211 films disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 20 établissements), contre 239 en 2014. 109 films français (139 en 2014) et 19 films américains (17 en 2014) sont programmés dans moins de 20 établissements en première semaine.

Plus de la moitié des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine en 2015 (56 titres). Ils composent 39,4 % des films projetés dans moins de 10 établissements. A l'inverse, 52,9 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2015 sont projetés dans 200 établissements ou plus (18 titres). Ils représentent 11,8 % des films projetés dans 200 cinémas ou plus en première semaine.

98 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2015 (24,1 % des films recommandés). Ces 98 films représentent 69,0 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. Trois films Art et Essai sont programmés dans 400 établissements en première semaine ou plus (comme en 2014), Shaun le mouton (film d'animation américain), American Sniper (biographie américaine) et Mon roi (drame français).

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	structure 2015	évol. 15/14
moins de 5	92	83	66	75	61	79	88	92	97	76	11,6%	-21,6%
5 à 9	61	47	46	62	57	54	73	73	57	66	10,1%	+15,8%
10 à 19	62	64	52	78	67	69	72	89	85	69	10,6%	-18,8%
20 à 49	82	92	100	88	108	102	96	86	92	109	16,7%	+18,5%
50 à 99	70	58	65	55	71	50	68	63	75	84	12,8%	+12,0%
100 à 199	72	84	83	67	66	73	65	79	82	97	14,8%	+18,3%
200 à 499	112	109	101	125	106	130	108	123	133	112	17,1%	-15,8%
500 à 799	31	30	34	32	39	32	39	46	36	35	5,4%	-2,8%
800 et plus	7	6	8	6	4	5	6	3	6	6	0,9%	-
total	589	573	555	588	579	594	615	654	663	654	100,0%	-1,4%

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

Source: CNC.

En moyenne, 136 établissements par film en première semaine

En 2015, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine recule légèrement. Un film inédit est présent, en moyenne, dans 136 établissements en 2015 lors de sa première semaine d'exploitation, contre 137 en 2014. Un film français est distribué, en moyenne, dans 116 établissements (trois de moins qu'en 2014) et un film américain dans 265 établissements (huit de plus qu'en 2014). Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français progresse en 2015 à 85 établissements (71 en 2014). Un film non européen et non américain sort, en movenne. dans 49 établissements, contre 64 en 2014. Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2015 est un film d'animation américain, les Minions (920 établissements). En 2014, il s'agissait d'une comédie française, Supercondriague (884 établissements). Dans le classement des 10 premiers films, cinq sont américains et cing sont français.

Un film sort, en moyenne, dans 136 établissements en première semaine en 2015.

Les films d'aventures disposent, en moyenne, de la plus large exposition en première semaine: 419 établissements en 2015, contre 392 en 2014. Les films d'animation et les films fantastiques présentent également d'importantes combinaisons de sortie: respectivement 338 établissements (358 en 2014) et 286 établissements (323 en 2014) en moyenne. À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité (respectivement 22

et 66 établissements, comme en 2014). Trois films d'animation, trois films d'aventures, deux comédies, (les Profs 2 et les Nouvelles Aventures d'Aladin), un film de science-fiction (Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force) et un film fantastique (les 4 Fantastiques) sont présents au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine.

Un film français sort dans 116 établissements en première semaine en moyenne, un film américain dans 265 établissements.

Films Art et Essai: 60 établissements par film en première semaine en moyenne

A leur sortie, les films Art et Essai sont distribués, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus de 4 fois inférieur à celui des films non recommandés. Un film Art et Essai est projeté dans 60 établissements en 2015 (59 en 2014), contre 259 établissements pour un film non recommandé (243 en 2014). En 2015, les 221 films français recommandés Art et Essai sont distribués, en moyenne, dans 67 établissements en première semaine (63 établissements pour 220 films en 2014), contre 94 établissements pour les 37 films américains recommandés (84 établissements pour 44 films en 2014). La première œuvre Art et Essai en termes de

La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le film d'animation britannique *Shaun le* mouton (28°). En 2014, le premier film Art et Essai était 40°.

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
ensemble	138	140	145	141	140	142	134	139	137	136	-1,0%
nationalité											
films français	140	130	144	133	119	124	124	116	119	116	-2,3%
films américains	217	208	227	225	249	267	228	268	257	265	+3,3%
films européens²	71	106	83	75	97	82	80	70	71	85	+18,8%
autres films	37	28	39	52	33	41	47	63	64	49	-23,6%
Art et Essai											
films recommandés	61	49	54	64	61	58	57	58	59	60	+2,5%
films non recommandés	238	252	257	261	253	260	264	259	243	259	+6,4%
genre											
animation	366	341	342	311	400	369	331	321	358	338	-5,7%
aventure	316	408	385	299	351	329	378	351	392	419	+6,7%
comédie	184	187	199	212	183	189	228	197	228	253	+10,8%
comédie dramatique	75	91	94	74	76	91	99	95	103	116	+12,9%
documentaire	25	30	31	26	28	16	14	25	22	22	+0,8%
drame	76	76	55	65	80	70	67	68	66	66	+1,0%
fantastique	167	226	201	286	301	316	277	323	323	286	-11,3%
musical	98	140	166	237	149	129	135	127	120	94	-22,0%
policier	189	178	191	163	168	168	169	188	144	152	+5,4%

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

Source: CNC.

Les 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine en 2015¹

titre	nationalité²	distributeur	date de sortie	nombre d'étab.
les Minions	US	Universal Pictures International	08-juil-15	920
les Profs 2	FR/BE	UGC Distribution	01-juil-15	856
Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force	US	Walt Disney	16-déc-15	853
Belle et Sébastien : l'aventure continue	FR	Gaumont	09-déc-15	831
le Petit Prince	FR/IT	Paramount Pictures	29-juil-15	825
Mission : impossible, rogue nation	US	Paramount Pictures	12-août-15	821
007 Spectre	US	Sony Pictures Releasing	11-nov-15	798
Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père	FR/IT	Pathé Distribution	08-avr-15	795
les 4 Fantastiques	US	Twentieth Century Fox	05-août-15	778
les Nouvelles Aventures d'Aladin	FR	Pathé Distribution	14-oct-15	760

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

Source: CNC.

² Europe au sens continental, hors France.

² BE = Belgique / FR = France / IT = Italie / US = Etats-Unis

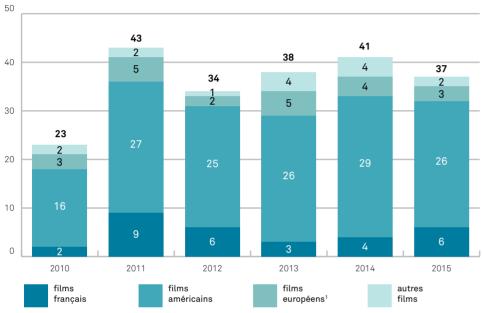
37 films projetés en 3D

En 2015, 37 films inédits sont disponibles en numérique 3D (41 films en 2014). 26 sont des films américains, six sont français, deux sont britanniques (*Pan et Jupiter: le destin de l'univers*), un est allemand (*la Grande Aventure de Maya l'abeille*), un est australien (*Mad Max: fury road*) et un est hongkongais (*la Bataille de la montagne du tigre*). 24 films en 3D sont projetés

dans 500 établissements ou plus en première semaine (22 films en 2014). Un l'est dans moins de 100 établissements (trois en 2014): *Love* (drame français).

Parmi les 37 films sortis en 3D en 2015, 14 sont des films d'animation (comme en 2014) et 13 sont des films fantastiques (12 en 2014). Sept films d'aventures et trois drames sont également projetés en 3D en 2015.

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



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

Classement des distributeurs

149 distributeurs actifs en 2015

En 2015, 149 distributeurs participent à la sortie des 654 nouveaux films. Les dix sociétés les plus actives assurent la distribution de 28,3 % des films inédits (28,2 % en 2014). Twentieth Century Fox, Le Pacte, Universal Pictures International et Mars Films en distribuent plus de 20 chacun et totalisent 13,6 % des films diffusés pour la première fois en salles en 2015.

Trois distributeurs assuraient plus de 20 sorties chacun en 2014 et totalisaient 10,7 % de l'offre totale de films inédits.

Parmi les 149 distributeurs actifs sur la sortie de films nouveaux en 2015, 51 n'ont pas distribué de films en 2014 et 58 ne distribuent qu'un seul film. En 2014, 70 distributeurs (sur 160) ne distribuaient qu'un seul film.

En 2015, Universal Pictures International est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films à succès telles que les Minions, Jurassic World, Fast and Furious 7 et Cinquante nuances

de Grey lui permet de réaliser une part de marché de 15,3 % (3,6 % en 2014). En deuxième position, The Walt Disney Company capte 13,6 % des encaissements distributeurs en 2015, notamment grâce à Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force (1er film en termes d'encaissements en 2015) et à Avengers : l'ère d'Ultron. Mars Films, premier distributeur français, occupe la 5^e place avec 6,0 % de part de marché. La société distribue notamment le Dernier Loup mais c'est grâce à l'exploitation en salles de la Famille Bélier (sorti en décembre 2014) que la société réalise plus du tiers de ses encaissements de 2015. En 2015, les dix premiers distributeurs réalisent 74.6 % de l'ensemble des encaissements (68,3 % en 2014). Les cinq premiers en captent 51,4 % (42,9 % en 2014).

76,7 % des distributeurs ont une activité épisodique.

Les 10 premiers distributeurs en 2015

	part de marché¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
Universal Pictures International	15,3	80	22
The Walt Disney Company	13,6	143	12
Twentieth Century Fox	9,4	103	24
Warner Bros. Entertainment	7,1	283	18
Mars Films	6,0	73	21
Pathé Distribution	5,9	156	15
Paramount Pictures	4,9	74	9
Sony Pictures Releasing	4,9	58	10
SND	4,1	61	13
Metropolitan FilmExport	3,4	108	19
	The Walt Disney Company Twentieth Century Fox Warner Bros. Entertainment Mars Films Pathé Distribution Paramount Pictures Sony Pictures Releasing SND	Universal Pictures International 15,3 The Walt Disney Company 13,6 Twentieth Century Fox 9,4 Warner Bros. Entertainment 7,1 Mars Films 6,0 Pathé Distribution 5,9 Paramount Pictures 4,9 Sony Pictures Releasing 4,9 SND 4,1	Part de marche* (%) exploitation

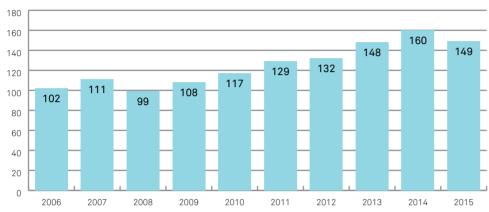
¹ En termes d'encaissements distributeurs Source : CNC.

Progression de l'encaissement moyen par entrée

En moyenne, l'encaissement hors taxes par entrée perçu par les distributeurs atteint $2,73 \in$ en 2015, soit une hausse de 2,0 % par rapport à 2014 (2,68 \in). Pour un film français, il s'élève

à 2,57 € (2,59 € en 2014, soit -0,6 %), contre 2,86 € pour un film américain (2,77 € en 2014, soit +3,3 %), 2,63 € pour un film européen non français (2,49 € en 2014, soit +5,5 %) et 2,61 € pour un film d'autres nationalités (2,85 € en 2014, soit -8.2 %).

Evolution du nombre de distributeurs actifs1



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

> Voir aussi sur www.cnc.fr
> – les séries statistiques sur les films distribués
> – les séries statistiques sur les distributeurs

La promotion des films

Remarques méthodologiques

L'institut Kantar Media pige la publicité sur sept grands médias: affichage, cinéma, presse, radio, télévision, internet et les médias tactiques.

En 2014, Kantar Media a modifié le suivi des investissements publicitaires sur internet.

Ce changement ne permet pas de restituer des données exhaustives sur ce média. Par conséquent, les investissements publicitaires sur internet sont exclus de cette partie.

Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur six médias analysés (hors internet). Il s'agit des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support. Ces données doivent donc être considérées avec précaution.

Plus des ¾ des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion

Au total, 509 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2015 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média (77,8 % des 654 films en première exclusivité en 2015, contre 75,7 % des 663 films sortis en 2014). Sur les 322 films français sortis pour la première fois en salles en 2015, 76,7 % font l'objet d'une promotion sur au moins un media (70,6 % pour les films de 2014). 92,2 % des films américains en première exclusivité en 2015 sont dans ce cas (94,0 % en 2014).

Les films français captent 34,4 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2015. 247 films français font l'objet d'une promotion sur au moins un media pour

un investissement global de 190,6 M€ (+18,8 % par rapport aux 242 films français de 2014). Les investissements publicitaires en faveur des films américains en première exclusivité progressent en 2015 par rapport à ceux de 2014 (+26,0 % à 284,6 M€) pour un nombre de films concernés en léger recul (-10 titres à 130 films). En moyenne, l'investissement publicitaire brut est de 771,7 K€ pour un film français de 2015 (663,0 K€ pour un film français de 2014) et de 2,2 M€ pour un film américain (1,6 M€ pour un film américain de 2014).

509 films bénéficient d'une promotion en 2015 pour 553,7 M€ d'investissements publicitaires bruts au total, soit 1,1 M€ en moyenne par film.

Les investissements publicitaires en faveur du cinéma européen non français augmentent de 92,7 % entre les films de 2014 et ceux de 2015 pour un nombre de films concernés en hausse (+17 titres à 92 films en 2015). 18 films européens non français cumulent plus d'1 M€ d'investissements publicitaires bruts, contre huit en 2014.

Les investissements publicitaires pour les films non européens et non américains progressent pour les titres de 2015 à 19,8 M€ (+24,0 %) pour un nombre de films en léger recul (39 films en 2015, contre 44 en 2014). Les investissements publicitaires dépassent 500 K€ pour 13 films de 2015, contre 11 films de 2014.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	structure 2015	évol. 15/14
films français	95,2	98,9	91,4	100,9	87,3	107,3	114,7	137,8	160,4	190,6	34,4%	+18,8%
films américains	132,9	110,8	126,5	146,9	134,8	172,3	175,4	201,8	225,9	284,6	51,4%	+26,0%
films européens¹	20,8	23,7	27,0	25,9	42,3	33,0	36,1	30,8	30,4	58,7	10,6%	+92,7%
autres films	8,0	6,1	8,5	9,4	5,0	7,8	10,1	13,0	15,9	19,8	3,6%	+24,0%
total	256,9	239,4	253,4	283,0	269,5	320,4	336,3	383,5	432,8	553,7	100,0%	+27,9%

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

Vice-Versa prend la tête du classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2015, suivi de Snoopy et les peanuts, le film et Bob l'éponge, le film – un héros hors de l'eau (trois films d'animation américain). Deux films français, tous deux d'animation, figurent parmi les 20 premiers du classement (comme en 2014): le Petit Prince (14°) et Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père (15°). Huit films d'animation apparaissent parmi les 20 premiers (cinq en 2014). Le premier documentaire, Au royaume des singes (film américain), est 33° de ce classement. En 2014, le premier documentaire était 57°.

La presse, premier support de promotion des films en 2015

Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2015 s'élèvent à 553,7 M€, en hausse de 27,9 % par rapport à 2014. La presse est le premier support de promotion des films. Les investissements sur ce média progressent de 65,1 % et atteignent 202,7 M€ pour les films en première exclusivité

de 2015. La part de la presse dans les investissements totaux s'élève à 36,6 % pour les films inédits de 2015, contre 28,4 % pour ceux de 2014. Sur les dix dernières années, les investissements destinés à promouvoir les films sortis en salles sur ce media ont été multipliés par près de 3.

Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur du cinéma sont stables à 173,6 M€ pour les films de 2015 (+0,1 %). Les salles captent 31,4 % des dépenses publicitaires totales des films de 2015 (40,1 % pour les films de 2014).

Les investissements publicitaires destinés à la promotion des films en première exclusivité à la radio progressent de 73,7 % pour les films de 2015 par rapport aux films de 2014 à 83,5 M€. En moyenne, la promotion d'un film sorti pour la première fois en salles en 2015 coûte 1,1 M€. L'investissement moyen et très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 203,5 K€ pour une promotion à la télévision et 803,7 K€ pour une promotion en salles de cinéma.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	structure 2015	évol. 15/14
affichage	91,8	81,9	94,3	97,6	89,1	87,2	100,6	78,2	82,9	76,6	13,8%	-7,6%
cinéma	51,4	45,2	48,7	49,6	45,6	89,7	88,5	142,5	173,5	173,6	31,4%	+0,1%
presse	69,8	73,3	71,5	86,8	87,1	100,7	107,2	114,4	122,8	202,7	36,6%	+65,1%
radio	41,8	37,0	37,4	48,0	46,8	41,7	38,4	45,8	48,1	83,5	15,1%	+73,7%
télévision	1,7	2,0	1,4	1,0	0,9	1,2	1,6	2,5	5,5	17,3	3,1%	+212,9%
médias tactiques¹	0,4	0,1	0,1	-	=	=	=	=	=	-	-	-
total	256,9	239,4	253,4	283,0	269,5	320,4	336,3	383,5	432,8	553,7	100,0%	27,9%

¹ Supports non conventionnels : voitures, tables de cafés et brasseries. Source : Kantar Media - CNC.

Les coûts de distribution des films d'initiative française en 2014

Remarques méthodologiques

Les données qui suivent donnent un éclairage sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés par le CNC et sortis en salles. Trois sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées de ces coûts : le soutien automatique à la distribution, la contribution Canal+ à la distribution (investissements réels certifiés par un expert-comptable) et les données déclarées par les distributeurs pour les films qui ne sont couverts ni par l'aide Canal+, ni par le soutien automatique.

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

Les frais d'édition (=coûts de distribution) sont répartis en quatre catégories :

- les frais techniques de distribution: tirage de copies (argentiques et numériques), stockage, 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)). Il a été possible, dans cette étude, de réaliser la distinction entre les dépenses liées aux copies argentiques et celles liées aux copies numériques. À partir de 2012, les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques; - les achats d'espaces publicitaires: affichage,

- 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, sites internet, etc. ; - les frais divers de promotion : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festivals et de représentation, rémunération de l'attaché de presse, frais de tournée et

Diminution du coût moyen de distribution des films d'initiative française à 554,3 K€ en 2014

En 2014, le coût moyen de distribution des films d'initiative française recule de 7,5 % par rapport à 2013 à 554.3 K€. En effet, 38.4 % des films présentent un coût de distribution inférieur à 200 K€ en 2014, contre 33,1 % en 2013. Entre 2013 et 2014, la structure des frais d'édition met en exergue une progression de la part captée par les frais divers de promotion liés notamment aux relations presse (de 15.9 % à 17.3 %). La part des frais liés à la fabrication et à la conception du matériel publicitaire diminue très légèrement (11,1 % en 2013 et 10,8 % en 2014), de même que celle liées aux achats d'espaces (49,9 % en 2013 et 49,1 % en 2014). À 22,8 %, la part des frais techniques est également en baisse et atteint son niveau le plus faible des dix dernières années (22,8 % en 2014 et 31,4 % en 2005), en raison du développement de la distribution numérique des films.

Coûts de distribution des films d'initiative française

radio, internet, presse, cinéma, télévision;

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13
nombre de films	150	159	165	170	175	180	162	177	172	190	+10,5 %
coûts de distribution (M€)	100,5	114,5	106,2	112,9	113,0	97,0	109,1	104,5	103,1	105,3	+2,1 %
frais techniques	31,6	35,4	33,2	36,9	35,5	30,4	30,3	27,0	23,8	24,0	+0,7 %
achats d'espaces	45,4	50,1	48,2	48,9	50,9	42,6	50,0	48,8	51,4	51,7	+0,6 %
matériel publicitaire	8,2	11,8	9,5	9,8	9,7	9,4	11,0	11,5	11,5	11,4	-0,9 %
frais divers de promotion	15,3	17,1	15,3	17,3	16,9	14,6	17,7	17,1	16,4	18,3	+11,4 %
coût de distribution moyen par film (K€)	669,9	720,0	643,4	664,1	645,9	539,1	673,3	590,2	599,4	554,3	-7,5 %

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

En moyenne, un film de fiction d'initiative française totalise 601,0 K€ de frais d'édition (654,4 K€ en 2013). Les frais d'édition moyens investis par fiction en 2014 sont en diminution par rapport à 2013 (-8,2 %). Le montant total des frais d'édition est stable en 2014 pour un nombre de films supérieur (+14 titres).

L'animation d'initiative française concentre généralement d'importants frais d'édition (1,1 M€ en moyenne par film au cours de la décennie). Après une année 2013 en baisse, les frais d'édition investis par film d'animation en 2014 (1,1 M€) progressent de 174,2 % entre 2013 et 2014.

Le documentaire est un genre à l'économie maîtrisée. Le montant moyen de frais d'édition s'établit à 138,4 K€ (253,4 K€ en 2013). Malgré un nombre de documentaires d'initiative française en hausse en 2014 à 25 titres (20 en 2013,

+25,0 %), les frais d'édition diminuent, du fait qu'aucun film ne dépasse 1 M€ de frais d'édition en 2014 (3 films en 2013).

Les frais d'édition: 10,0 % du coût définitif d'un film d'initiative française en 2014

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française (coût de production + coût de distribution) s'établit à 5,8 M€ pour les films de 2014 (6,1 M€ en 2013). Le budget consacré à la distribution d'un film est étroitement corrélé à son coût de production. En 2014, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente un coût moyen de distribution de 93,7 K€ (84,6 K€ en 2013). Un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche, en moyenne, des frais d'édition 20 fois supérieurs (1,9 M€ en 2014 et 1,7 M€ en 2013).

Coûts de distribution des films d'initiative française selon le coût de production en 2014

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>=15 M€	ensemble
nombre de films	34	47	22	38	29	11	181
coût définitif¹ (M€)	16,3	94,0	82,5	227,6	296,4	325,5	1042,3
coûts de distribution (M€)	3,2	9,7	11,1	26,4	33,1	20,5	104,0
frais techniques	0,6	2,1	2,4	6,2	7,7	4,6	23,7
achats d'espaces	1,2	4,6	5,6	13,5	16,9	9,3	51,1
matériel publicitaire	0,5	1,0	1,3	2,6	3,2	2,6	11,2
frais divers de promotion	0,9	2,0	1,8	4,1	5,2	3,9	17,9
coût définitif moyen par film (M€)	0,5	2,0	3,7	6,0	10,2	29,6	5,8
coût de distribution moyen par film (K€)	93,7	205,9	505,4	694,4	1 140,5	1865,1	574,4

Base : 181 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2014 pour lesquels les coûts de distribution et de production sont disponibles.

Source: CNC.

Plus de 91000 € de contributions numériques par film d'initiative française en moyenne en 2014

Parmi les 190 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2014, les données relatives aux contributions numériques ou VPF (*Virtual Print Fee*) versées aux exploitants sont disponibles pour 188 d'entre eux (100 % en 2013, 90,9 % en 2012, 94,8 % en 2011). Mise à part pour l'année 2013, il faut préciser que des contributions numériques ont pu être intégrées, dans les questionnaires, aux frais techniques de

tirage de copies numériques. Compte tenu de cette précision, ces données sont à considérer avec précaution.

Les contributions numériques cumulées des 188 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2014 s'élèvent à 17,3 M€, soit 91 843 € en moyenne par film en 2014 (93 534 € en 2013). La part des contributions numériques dans les coûts de distribution (VPF compris) de ces films est estimée à 14,2 % (13,5 % en 2013). En 2014, les contributions numériques par copie s'élèvent en moyenne à 491 €.

Les contributions numériques identifiées

	2011	20121	2013	2014	évol. 14/13
nombre de films	147	149	172	188	+9,3 %
contributions numériques totales (M€)	8,2	12,6	16,1	17,3	+7,3 %
contributions numériques par film (€)	55 876	84327	93 534	91 843	-1,8 %
part des contributions numériques dans les coûts de distribution (VPF inclus) (%)	7,2	12,2	13,5	14,2	+0,7 pt

Base: films d'initiative française agréés sortis en salles pour lesquels les contributions numériques sont disponibles.

Voir aussi sur www.cnc.fr:

- les séries statistiques sur les coûts de distribution des films

- l'étude les coûts de distribution des films français en 2014

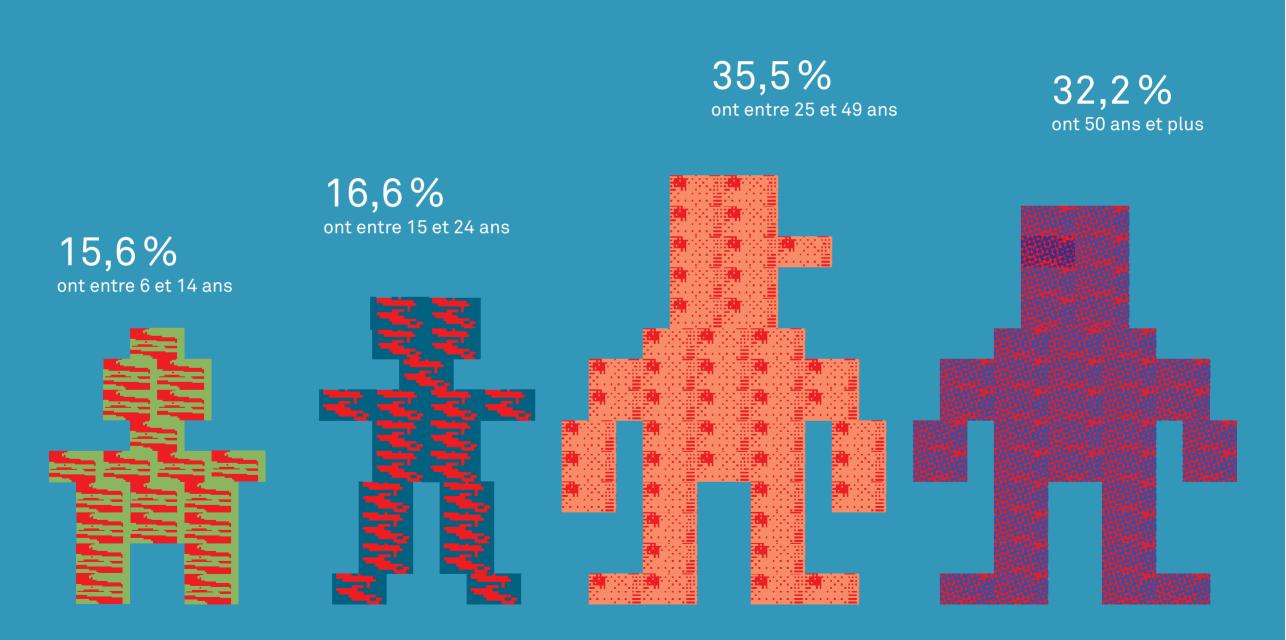
¹ Coût définitif = coût de production + coût de distribution.

¹ Données mises à jour.

Source: CNC.

En 2015: 39,1 millions de spectateurs

(66,0 % des Français vont au cinéma)



2.3 Le public du cinéma

Le public des salles de cinéma en 2015

Remarques méthodologiques

Les informations présentées sur le public des salles de cinéma sont issues de l'enquête 75 000 Cinéma réalisée par l'institut Médiamétrie. Cette enquête téléphonique est menée en janvier-février 2016 auprès d'un échantillon représentatif (5 341 individus) de la population âgée de six ans et plus et résidant en France métropolitaine. Elle permet de recueillir des données sur les habitudes de fréquentation des spectateurs de cinéma sur l'année 2015.

Définitions

La population cinématographique comprend l'ensemble des individus âgés de six ans et plus étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année.

Le <u>taux</u> 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 <u>structure</u> <u>du public</u> est le résultat de l'opération : individus concernés / population cinématographique totale.

La part d'un groupe d'individus dans la <u>structure</u> <u>des entrées</u> est le résultat de l'opération : entrées réalisées par les individus concernés / total des entrées.

Le <u>nombre moyen d'entrées</u> pour un groupe d'individus correspond au nombre moyen d'entrées annuelles d'un individu de la population cinématographique de ce groupe. Les spectateurs <u>assidus</u> vont au cinéma au moins une fois par semaine, les spectateurs <u>réguliers</u> y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les <u>occasionnels</u> au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les <u>habitués</u> du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

Stabilité du nombre de spectateurs en 2015

L'année 2015 compte quasiment autant de spectateurs qu'en 2014. 39.1 millions d'individus âgés de 6 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (39,2 millions en 2014). La population cinématographique compte 61 000 d'individus de moins qu'en 2014 (-0,2 %). En dix ans, elle progresse de 12,3 %, soit une croissance plus rapide que celle de la population totale de référence (+5,1 %). La population cinématographique représente 66,0 % de la population totale des 6 ans et plus en 2015, contre 66,0 % en 2014. Ainsi, les deux tiers des Français sont-ils allés au moins une fois au cinéma en 2015. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 5,3 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2015 (comme en 2014).

Les deux tiers des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2015.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées moyennes par spectateur
2006	56,4	34,8	61,8	5,4
2007	56,7	34,6	61,1	5,2
2008	57,2	36,4	63,7	5,2
2009	57,4	36,2	63,1	5,6
2010	57,7	38,6	66,9	5,4
2011	58,1	39,9	68,8	5,4
2012	58,3	38,0	65,1	5,4
2013	58,6	37,7	64,3	5,1
2014	58,8	39,2	66,6	5,3
2015	59,3	39,1	66,0	5,3

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Davantage d'entrées en salles réalisées par les femmes

En 2015, les femmes génèrent davantage d'entrées en salles (53,2 % en 2015, contre 51,3 % en 2014) que les hommes (46,8 %, contre 48,7 % en 2014). Les entrées générées par les femmes progressent de 1,9 % entre 2014 et 2015 tandis que celles des hommes diminuent de 5,7 % (-1,8 % au total). Les femmes constituent 51,7 % de la population française âgée de 6 ans et plus et représentent 50,9 % des spectateurs (52,6 % en 2014). Au sein de la

population cinématographique, le nombre de femmes se réduit de 3,4 % en 2015 quand le nombre d'hommes augmente de 3,4 %. Pour la première fois depuis cinq ans, la pénétration du cinéma est plus forte au sein de la population masculine: 67,1 % des hommes sont allés au moins une fois au cinéma au cours de l'année (65,3 % en 2014), contre 64,9 % des femmes (67,7 % en 2014). Toutefois, en 2015, les spectatrices fréquentent les salles plus souvent (5,5 fois en moyenne dans l'année) que les spectateurs (5,0 fois).

Fréquentation selon le sexe en 2015

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
hommes	48,3	67,1	49,1	46,8	5,0
femmes	51,7	64,9	50,9	53,2	5,5
ensemble	100,0	66,0	100,0	100,0	5,3

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus

Les seniors (50 ans et plus) génèrent 37,9 % des entrées en salles en 2015.

Progression des entrées des spectateurs de plus de 50 ans

Depuis 2006, les plus de 35 ans représentent plus de la moitié de la population cinématographique (54,1 % en 2015, 54,2 % en 2014). En 2015, ils génèrent 55,3 % des entrées (55,5 % en 2014), soit 5,3 entrées par spectateur en moyenne. La part des seniors (50 ans et plus) dans la population cinématographique se réduit à 32,2 % en 2015 (33,1 % en 2014), alors que leur poids dans la population totale de référence progresse (41,7 % en 2015, 41,3 % en 2014). Le nombre de spectateurs de plus de 50 ans diminue de 2.7 % entre 2014 et 2015 et le nombre moyen annuel d'entrées par senior atteint 6,1, contre 5,8 en 2014. Les seniors génèrent 37,9 % des entrées en salles en 2015 dont 22,0 % sont assurées par les femmes. La pénétration du cinéma augmente chez les 35-49 ans. Elle passe de 65,8 % en 2014 à 68,5 % en 2015. Le nombre de spectateurs de 35 à 49 ans progresse de 3,3 % entre 2014 et 2015. Leur part au sein du public s'élève à 21,8 % (21,1 % en 2014). Leur contribution à la fréquentation se réduit : les 35-49 ans

génèrent 17,4 % des entrées en 2015 (18,9 % en 2014), soit une moyenne de 4,2 entrées annuelles par spectateur (4,8 en 2014). Si la fréquentation globale recule de 1,8 % entre 2014 et 2015, les entrées générées par les 35-49 ans diminuent de 9,7 %.

La part des 25-34 ans est en baisse au sein du public du cinéma (13,7 % en 2015, 14,5 % en 2014). Le nombre de spectateurs de cette génération diminue de 5,7 % entre 2014 et 2015. En 2015, les 25-34 ans assurent 14,3 % des entrées, contre 14,1 % en 2014. Entre 2014 et 2015, la fréquentation générée par les 25-34 ans est relativement stable (-0,4 %, contre -1,8 % pour la fréquentation totale). La pénétration du cinéma est en diminution sur cette tranche d'âge: 70,7 % des 25-34 ans vont au moins une fois au cinéma en 2015, contre 74.3 % en 2014.

86,8 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2015.

Le nombre de moins de 25 ans à aller au cinéma est le niveau le plus élevé depuis plus de 20 ans La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma augmente en 2015. Ils représentent 32,2 % des spectateurs, contre 31,3 % en 2014 et leur nombre progresse de 2,7 %. Ils sont 12,6 millions à s'être rendus au cinéma, soit

le niveau le plus élevé depuis 1993 (ils étaient 12,9 millions à être allés au cinéma cette année-là).

Les moins de 25 ans sont à l'origine de 30,4 % des entrées (comme en 2014). Jusqu'en 2000, ils mobilisaient toujours plus de 40 % des entrées. Ils génèrent 1,9 % d'entrées de moins en 2015 qu'en 2014. En termes de pénétration, le cinéma touche davantage de jeunes : 86,8 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2015, contre 85,3 % en 2014. La pénétration augmente pour les 6-10 ans (84,3 %, contre 76.8 % en 2014) et dépasse les 85 % pour les 11-24 ans. Elle s'avère particulièrement élevée pour les garcons de 15 à 19 ans (92.7 % d'entre eux sont allés au cinéma en 2015) et pour les filles de la même tranche d'âge (88,4 %). Les différences de rythme de fréquentation demeurent en 2015 selon les tranches d'âge. En moyenne, le seuil de 6 entrées annuelles est atteint pour les 20-24 ans (6.3) et pour la deuxième fois par les 60 ans et plus (6,7). Les autres tranches d'âge se situent en dessous de ce seuil.

Les moins de 14 ans sont 6,1 millions à être allés au cinéma, soit le niveau le plus élevé jamais observé.

Les moins de 14 ans n'ont jamais été aussi nombreux à se rendre dans les salles

Au global, le nombre de moins de 14 ans à être allés au cinéma progresse de 6,0 % en 2015 pour atteindre 6,1 millions, soit le niveau le plus élevé depuis 1993 (première année d'étude sur la structure du public), 84.7 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2015 (80,9 % en 2014). Les 6-10 ans sont 3,4 millions à être allés au cinéma, soit également le niveau le plus élevé jamais observé depuis 1993 (+11,5 % par rapport à 2014). Le nombre de 11-14 ans est stable à 2,7 millions. Si la part dans le public du cinéma des moins de 14 ans progresse en 2015 (15.6 % du public, contre 14,7 % en 2014), la proportion des entrées qu'ils réalisent diminue (11,1 % des entrées en 2015, contre 11,9 % en 2014). Les entrées réalisées par les moins de 14 ans sont en baisse de 8,1 % alors que la fréquentation globale se réduit de 1.8 % en 2015. Les moins de 14 ans sont allés moins souvent au cinéma en 2015 gu'en 2014. En moyenne, ils se sont rendus 3,8 fois dans les salles en 2015, contre 4.3 fois en 2014.

Fréquentation selon l'âge en 2015

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
6-10 ans	6,7	84,3	8,6	5,9	3,6
11-14 ans	5,4	85,1	7,0	5,2	3,9
15-19 ans	6,4	90,5	8,8	9,8	5,9
20-24 ans	5,9	87,3	7,8	9,4	6,3
25-34 ans	12,8	70,7	13,7	14,3	5,5
35-49 ans	21,0	68,5	21,8	17,4	4,2
50-59 ans	14,3	54,4	11,8	11,8	5,3
60 ans et plus	27,4	49,2	20,4	26,1	6,7
ensemble	100,0	66,0	100,0	100,0	5,3

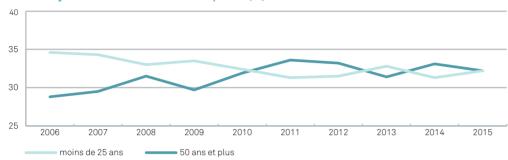
Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Les seniors sont plus nombreux à aller au cinéma

Depuis 2011, la part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma est légèrement supérieure à celle des moins de 25 ans. En 2015, la part des seniors et celle des moins de 25 ans

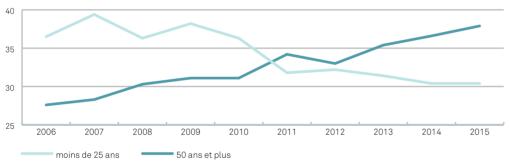
dans le public du cinéma sont similaires à 32,2 %. En revanche, les seniors réalisent 37,9 % des entrées en salles en 2015 (36,6 % en 2014), tandis que les jeunes n'en réalisent que 30,4 % (30,4 % en 2014).

Parts des jeunes et des seniors dans le public (%)



Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

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



Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Les retraités génèrent 13,9 % d'entrées de plus qu'en 2014

En termes d'activité professionnelle, la population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec une importante pénétration (76,9 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2015, contre 76,0 % en 2014). Cela touche plus particulièrement les CSP+ femmes qui sont 78,0 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2015 (76,1 % des CSP+ hommes). Le nombre moyen d'entrées par CSP+ est en baisse en 2015 (5,5, contre 6,3 en 2014).

En 2015, la pratique cinématographique est relativement stable dans les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-): 58,7 % des CSP- fréquentent les salles de cinéma, contre 58,5 % en 2014. Ils vont au cinéma

Le nombre d'élèves et d'étudiants spectateurs de cinéma est en hausse (+3,0 % par rapport à 2014).

en moyenne 4,3 fois dans l'année, contre 4,5 fois en 2014. Il en résulte une part d'entrées en très légère baisse (-2,9 %) pour les CSP- qui génèrent 18,5 % de la fréquentation en 2015, contre 18,7 % en 2014. La population cinématographique des CSP- est stable entre 2014 et 2015 (-0,3 %).

Le taux de pénétration du cinéma chez les inactifs se réduit en 2015: 64,7 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma (62,7 % des femmes et 67,3 % des hommes), contre 66,2 %

en 2014. La pénétration du cinéma chez les élèves et les étudiants progresse en 2015 : ils sont 88,1 % à fréquenter les salles de cinéma (86,6 % en 2014). Entre 2014 et 2015, le nombre d'élèves et d'étudiants spectateurs de cinéma est en hausse (+3,0 %), contrairement aux entrées qu'ils génèrent (-3,7 %). Le taux de pénétration du cinéma diminue chez les retraités à 50,1 % en 2015, contre 54,0 % en 2014. Par rapport à 2014, le nombre de spectateurs retraités est en baisse de 5,9 %, tandis que leurs entrées en salles augmentent de 13,9 %.

Fréquentation selon la profession en 2015

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP+	22,6	76,9	26,4	27,7	5,5
chefs d'entreprises, cadres	8,2	81,7	10,2	12,1	6,3
professions intermédiaires	11,8	74,9	13,4	14,0	5,5
CSP -	25,2	58,7	22,4	18,5	4,3
agriculteurs	0,8	36,7	0,5	0,3	3,9
employés	13,8	61,6	12,9	11,1	4,5
ouvriers	10,6	56,5	9,1	7,1	4,1
inactifs	52,1	64,7	51,2	53,8	5,5
retraités	21,4	50,1	16,2	21,8	7,0
élèves, étudiants	22,1	88,1	29,5	26,8	4,8
autres inactifs (chômeurs,)	8,7	41,5	5,4	5,2	5,0
ensemble	100,0	66,0	100,0	100,0	5,3

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

La pénétration du cinéma progresse dans les zones les moins densément peuplées

Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants contribuent à l'élargissement de la population cinématographique en 2015. La pénétration du cinéma progresse dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (+1,3 point) et davantage dans les zones rurales (+3,6 points). En effectif, la population cinématographique de ces zones augmente de 3,0 % entre 2014 et 2015. Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants concentrent 38,3 % du public (37,1 % en 2014) et 29,5 % des entrées en 2015 (26,7 % en 2014). Le nombre moyen

d'entrées progresse à 4,1 entrées par spectateur de ces zones en 2015 (3,8 en 2014).

Paris et les unités urbaines de plus de 100 000 habitants ne concentrent plus la majorité des spectateurs depuis plusieurs années. Après une hausse en 2013, ces unités urbaines rassemblent une part plus faible de spectateurs en 2015: 48,7 %, contre 49,2 % en 2014. Elles captent toujours la plus grande part des entrées (59,2 % en 2015, 62,1 % en 2014).

Le nombre de spectateurs des grandes agglomérations (Paris compris) diminue de 1,2 % entre 2014 et 2015 et les entrées générées de 6,4 %.

Fréquentation selon la taille de l'unité urbaine en 2015

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	22,4	63,2	21,5	15,0	3,7
unités urbaines < 20 000 hab.	17,4	63,5	16,8	14,5	4,6
unités urbaines de 20 000 à 50 000 hab.	6,3	63,9	6,1	4,8	4,2
unités urbaines de 50 000 à 100 000 hab.	7,3	62,5	6,9	6,5	4,9
unités urbaines > 100 000 hab.	29,7	67,7	30,5	33,2	5,7
unités urbaines de Paris	16,9	71,3	18,2	25,9	7,5
ensemble	100,0	66,0	100,0	100,0	5,3

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Diminution du public occasionnel

En 2015, le nombre de spectateurs occasionnels diminue de 2,0 % dans une population cinématographique totale stable (-0,2 %). Il atteint 26,0 millions de spectateurs (26,5 millions en 2014). Les occasionnels composent ainsi 66.5 % du public en 2015. contre 67,7 % en 2014. Ils génèrent 29,3 % de la fréquentation des salles en 2015 (28,7 % en 2014), soit 60,2 millions d'entrées. La fréquentation des occasionnels est stable (+0,2 %) entre 2014 et 2015 alors que les entrées totales diminuent de 1,8 %. La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme Cinquante nuances de Grey (42,9 % des entrées réalisées par les occasionnels), les Minions (42,3 %) ou les Profs 2 (40,0 %).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la

Les occasionnels composent 66,5 % du public en 2015.

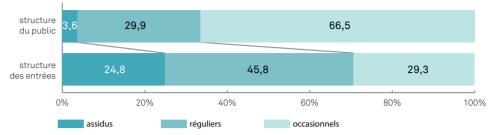
fréquentation. Ils génèrent 70,7 % des entrées totales de l'année. Toutefois, leur fréquentation se réduit de 2,7 % par rapport à 2014 à 145,1 millions d'entrées. Cette diminution est principalement le fait des spectateurs assidus dont les entrées baissent de 4,7 %, alors que les entrées réalisées par les spectateurs réguliers diminuent de 1,5 % en 2015. Par rapport à 2014, la population cinématographique compte davantage de spectateurs réguliers (+0,52 million d'individus) mais moins de spectateurs assidus (-0,06 million d'individus). Les spectateurs habitués composent ainsi 33,5 % du public des salles de cinéma en 2015, contre 32,3 % en 2014.

Habitudes du public du cinéma

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
structure du public (%)										
habitués	34,8	32,5	31,4	33,9	34,4	37,1	32,3	33,4	32,3	33,5
assidus	3,6	3,8	3,1	3,9	3,9	5,0	3,3	3,8	3,7	3,6
réguliers	31,2	28,7	28,2	30,0	30,5	32,1	29,0	29,6	28,5	29,9
occasionnels	65,2	67,5	68,6	66,1	65,6	62,9	67,7	66,6	67,7	66,5
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)										
habitués	71,3	69,4	68,3	69,5	71,9	69,8	71,1	73,8	71,3	70,7
assidus	24,0	23,3	21,0	21,6	23,3	21,5	26,3	23,4	25,6	24,8
réguliers	47,3	46,1	47,3	48,0	48,6	48,2	44,7	50,4	45,7	45,8
occasionnels	28,7	30,6	31,7	30,5	28,1	30,2	28,9	26,2	28,7	29,3
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2015 (%)



Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont liées aux critères socio-démographiques. En 2015, 35,6 % des spectateurs habitués ont moins de 25 ans (30,5 % pour les occasionnels),

57,4 % sont des inactifs (48,0 % pour les occasionnels) et 56,7 % habitent Paris ou des agglomérations de plus de 100 000 habitants (44,7 % pour les occasionnels).

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2015 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
sexe			
hommes	51,6	47,8	49,1
femmes	48,4	52,2	50,9
âge			
6-14 ans	12,3	17,2	15,6
15-24 ans	23,3	13,3	16,6
25-49 ans	27,2	39,7	35,5
50 ans et plus	37,1	29,8	32,2
profession			
CSP+	25,6	26,6	26,4
CSP-	16,9	25,2	22,4
inactifs	57,4	48,0	51,2
habitat			
zones rurales	17,4	23,6	21,5
agglo. <20 000 hab.	13,4	18,5	16,8
agglo. de 20 000 à 50 000 hab.	5,7	6,3	6,1
agglo. de 50 000 à 100 000 hab.	6,8	6,9	6,9
agglo. >100 000 hab.	32,5	29,5	30,5
agglo. de Paris	24,2	15,2	18,2

Source: CNC - Médiamétrie, enquête 75 000 Cinéma, 6 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr:

- les séries statistiques sur le profil du public des salles de cinéma
- l'étude l'évolution du public des salles de cinéma 1993-2014

Le public des films en 2015

Remarques méthodologiques

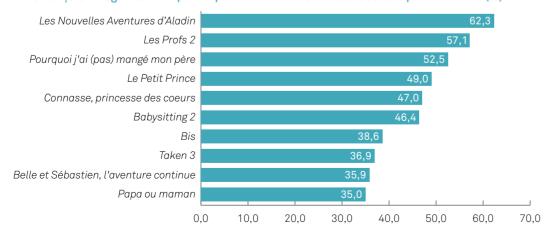
Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une enquête sur le public du cinéma: Publixiné. Mise en œuvre par l'institut Harris Interactive, l'enquête est administrée sur internet auprès de 800 à 1000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de la composition du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de films sortis en salles entre janvier et novembre 2015 sont issues de l'enquête Publixiné. Par ailleurs, l'institut Vertigo a lancé Cinexpert, un nouveau dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et Canal+ régie. Cette étude. administrée chaque semaine, permet de qualifier très précisément le public hebdomadaire du cinéma et des films. Les données sur les films sortis en salles en décembre 2015 sont issues de l'enquête Cinexpert. En 2015, le public de 328 films a été étudié (326 films en 2014).

En 2015, le public des films français se compose à 43,5 % de seniors (50 ans et plus).

Les assidus sont plus sensibles aux films français

Les films français sont particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) en 2015. La part de cette population dans le public des films français est supérieure à sa part dans le public de l'ensemble des films. En 2015, le public des films français se compose à 43,5 % de seniors. Les moins de 25 ans sont sousreprésentés au sein du public des films français. Ils composent 25,7 % du public des films nationaux, contre 34.7 % de celui de l'ensemble des films. Néanmoins, certains films français ont touché en profondeur cette tranche d'âge qui constitue plus de la moitié de leur public, notamment les Nouvelles Aventures d'Aladin (62.3 % de moins de 25 ans), les Profs 2 (57.1 %) ou Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père (52,5 %). Les assidus sont plus sensibles aux films français. En 2015, ils représentent 34,2 % des spectateurs de ces films, contre 30,2 % du public tous films confondus. Des films tels que la Tête haute ou Un homme idéal rassemblent de nombreux spectateurs (plus de 600 000 entrées) et une forte proportion d'assidus (respectivement 43,4 % et 39,8 %).

Films français enregistrant une part importante de moins de 25 ans dans le public en 2015 (%)



Base: Films français sortis en salles en 2015 sur plus de 50 copies et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées. Source: Publixiné - Harris Interactive; Cinexpert - Vertigo.

De jeunes spectateurs pour le cinéma américain

Le public des films américains est jeune. 42,4 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans, contre 34,7 % pour l'ensemble des films. Ceci s'explique notamment par la sortie en salles en 2015 de dix films d'animation dont Bob l'éponge, le film - un héros sort de l'eau (69,7 % de 3-24 ans), Hôtel Transylvanie 2 (61,6 %), les Minions (59,3 %) ou encore les Nouveaux Héros (59,1 %). En 2015, les films américains attirent

En 2015, 42,4 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans.

un public autant féminin (50,1 %) que masculin (49,9 %). Les seniors (17,7 %) et les spectateurs assidus (26,1 %) sont moins représentés dans le public du cinéma d'Outre-Atlantique.

Public des films selon la nationalité en 2015 (%)

hommes femmes	42,1 57,9	49,9	46,3	F/ 1	
			46.3	Г/ 1	
femmes	57,9		- , -	54,1	46,9
		50,1	53,7	45,9	53,1
âge					
enfants (3-14 ans)	10,4	15,3	13,8	4,7	13,0
jeunes (15-24 ans)	15,3	27,0	17,6	19,5	21,6
adultes (25-49 ans)	30,8	39,9	36,1	41,4	36,3
seniors (50 ans et plus)	43,5	17,7	32,5	34,4	29,0
profession					
CSP+	31,8	31,3	32,4	35,6	31,7
CSP-	20,2	24,4	21,2	24,3	22,6
inactifs	48,0	44,3	46,3	40,1	45,7
habitat					
région parisienne	24,6	24,3	29,8	30,6	25,2
autres régions	75,4	75,7	70,2	69,4	74,8
habitudes de fréquentation	cinéma				
assidus	34,2	26,1	34,6	31,7	30,2
réguliers	47,4	49,3	46,2	48,4	48,3
occasionnels	18,3	24,6	19,1	19,8	21,6

¹ Europe au sens continental, hors France. Base: échantillon de 328 films en 2015.

 ${\tt Source:} \textit{Publixin\'e} - {\tt Harris\,Interactive}; \textit{Cinexpert} - {\tt Vertigo}.$

Les occasionnels sont particulièrement présents dans le public des films d'animation

Parmi les principaux genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les enfants constituent 41,3 % du public de ces films, contre 13,0 % de celui de l'ensemble des films. Pour des films tels que *Hôtel Transylvanie 2* ou *Bob l'éponge, le film - un héros sort de l'eau*, les 3-14 ans représentent plus de 45 % des spectateurs. Au sein du public des films

d'animation, les spectateurs résidant en régions sont sur-représentés (78,5 % en 2015, contre 74,8 % tous genres confondus). 33,8 % des spectateurs de films d'animation sont des occasionnels, contre 21,6 % de ceux de l'ensemble des films. Les réguliers composent 48,0 % du public de ces films (48,3 % tous genres confondus) et les assidus 18,2 % (30,2 % tous genres confondus).

Un public de seniors pour les films documentaires

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 copies sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée. Les résultats qui suivent concernent l'ensemble des documentaires sortis en salles sur plus de 50 copies entre 2006 et 2015, soit 62 films. L'analyse du public de ces films met en évidence une réelle segmentation par rapport aux autres genres. Elle fait apparaître une forte population de seniors (36,1 % du public, contre 25,2 % tous films confondus entre 2006 et 2015), de CSP+

Les enfants constituent 41,3 % du public des films d'animation en 2015.

(28,7 %, contre 26,6 % tous films) et de Parisiens (30,3 %, contre 28,2 % tous films). Entre 2006 et 2015, la part des spectateurs occasionnels dans le public des films documentaires est proche de celle des assidus. Ces derniers composent 26,6 % du public des films documentaires (26,7 % tous films confondus), tandis que les occasionnels en composent 25,8 % (24,7 % tous films confondus).

Public des films selon le genre en 2015 (%)

	films d'animation	films de fiction	dont comédies	tous films
sexe				
hommes	44,6	47,4	42,5	46,9
femmes	55,4	52,6	57,5	53,1
âge				
enfants (3-14 ans)	41,3	8,3	11,9	13,0
jeunes (15-24 ans)	14,6	23,0	22,9	21,6
adultes (25-49 ans)	30,8	37,4	34,2	36,3
seniors (50 ans et plus)	13,4	31,4	31,1	29,0
profession				
CSP+	20,8	33,5	31,2	31,7
CSP-	18,2	23,4	22,5	22,6
inactifs	61,0	43,1	46,3	45,7
habitat				
région parisienne	21,5	25,6	22,9	25,2
autres régions	78,5	74,4	77,1	74,8
habitudes de fréquentation cinéma				
assidus	18,2	31,4	32,4	30,2
réguliers	48,0	48,3	47,0	48,3
occasionnels	33,8	20,3	20,6	21,6

Base: échantillon de 328 films en 2015.

 ${\tt Source:} \textit{Publixin\'e} - {\tt Harris\,Interactive:} \textit{Cinexpert} - {\tt Vertigo.}$

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

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie est

En 2015, le public des films Art et Essai se compose à 49,2 % de seniors, à 35,8 % de CSP+, à 31,6 % d'habitants de Paris et sa région et à 40,1 % d'assidus. Parallèlement, la structure du public des films non recommandés, très différente de celle des films Art et Essai, a une audience plus jeune, habitant davantage en régions et plus occasionnelle.

Les assidus plébiscitent notamment certains films recommandés Art et Essai réalisés par des auteurs reconnus. C'est le cas de *la Tête haute* d'Emmanuelle Bercot (43,4 % d'assidus) ou de *Birdman* d'Alejandro Gonzáles Iñárritu (38,5 %). Parmi les 143 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2015, onze seulement présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne dont trois sont des films d'animation.

Public des films Art et Essai en 2015 (%)

généralement limitée.

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
sexe			
hommes	42,0	48,2	46,9
femmes	58,0	51,8	53,1
âge			
enfants (3-14 ans)	5,2	15,3	13,0
jeunes (15-24 ans)	13,0	24,1	21,6
adultes (25-49 ans)	32,5	37,4	36,3
seniors (50 ans et plus)	49,2	23,3	29,0
profession			
CSP+	35,8	30,6	31,7
CSP-	17,8	23,9	22,6
inactifs	46,3	45,5	45,7
habitat			
région parisienne	31,6	23,2	25,2
autres régions	68,4	76,8	74,8
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	40,1	27,0	30,2
réguliers	46,6	48,8	48,3
occasionnels	13,3	24,2	21,6

Base: échantillon de 328 films en 2015.

Source: Publixiné - Harris Interactive; Cinexpert - Vertigo.

Le succès d'un film est porté par les occasionnels

De façon corrélée, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film varient en fonction de sa performance d'entrées. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante (47,9 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2015). A l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public (35,7 % pour les films à plus de quatre millions d'entrées en 2015). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille. L'analyse par film révèle pourtant que la progression de la part des occasionnels n'est pas systématiquement corrélée au nombre d'entrées même si, à partir de quatre millions d'entrées, ils apparaissent sur-représentés quel que soit le film. Ainsi, certains films rencontrant un large succès en 2015, tels que Babysitting 2, Kingsman: services secrets ou American Sniper

(plus de 1,6 million d'entrées chacun), attirent-ils moins d'occasionnels que la moyenne des films (21,6 % en 2015), avec respectivement 16,7 %, 19,2 % et 21,2 % d'occasionnels. Le succès de ces films repose davantage sur un public de réguliers (entre 47,9 % et 55,7 %) et d'assidus (entre 23,0 % et 33,2 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (6,2 % d'enfants pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2015, 20,4 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées) et masculin (45,6 % pour les films ayant enregistré moins de 100 000 entrées, 52,9 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées).

Les douze films réalisant plus de 3 millions d'entrées en 2015 présentent un public plus masculin (52,2 %, contre 46,9 % tous films), plus jeune (46,5 %, contre 34,7 %), plus régional (79,0 %, contre 74,8 %) et composé de davantage d'occasionnels (34,7 %, contre 21,6 %) que la moyenne des films.

Public des films selon le nombre d'entrées en 2015 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions à 4 millions	plus de 4 millions	tous films
sexe							
hommes	45,6	42,5	44,8	47,8	49,5	52,9	46,9
femmes	54,4	57,5	55,2	52,2	50,5	47,1	53,1
âge							
enfants (3-14 ans)	6,2	5,4	8,3	21,7	17,5	20,4	13,0
jeunes (15-24 ans)	19,0	19,4	20,1	18,5	27,6	25,4	21,6
adultes (25-49 ans)	34,5	36,2	34,8	35,7	37,5	38,8	36,3
seniors (50 ans et plus)	40,3	39,0	36,8	24,1	17,5	15,4	29,0
profession							
CSP+	36,4	34,4	30,6	26,8	30,4	33,9	31,7
CSP-	21,1	22,4	23,6	22,0	23,3	22,1	22,6
inactifs	42,5	43,2	45,8	51,3	46,3	44,0	45,7
habitat							
région parisienne	33,1	30,0	24,1	22,8	21,5	21,1	25,2
autres régions	66,9	70,0	75,9	77,2	78,5	78,9	74,8
habitudes de fréquentation cinéma	a						
assidus	47,9	41,1	31,9	24,9	20,2	15,5	30,2
réguliers	41,8	45,1	50,1	50,4	51,1	48,8	48,3
occasionnels	10,3	13,8	18,0	24,7	28,7	35,7	21,6

Base: échantillon de 328 films en 2015.

Source: Publixiné - Harris Interactive; Cinexpert - Vertigo.

Plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune : 45,8 % du public des films à plus de 4 millions d'entrées a moins de 25 ans.

Les films diffusés en 3D attirent un public d'hommes occasionnels

Parmi les 328 films de l'échantillon de 2015, 34 ont été diffusés en salles, exclusivement ou non, en 3D (43 films en 2014). L'analyse permet de comparer la structure du public de ces films par rapport à l'ensemble des films.

Le public des films diffusés en 3D au cinéma présente des caractéristiques particulières.
En 2015, il se compose à 53,2 % d'hommes (46,9 % tous films confondus), à 45,8 % de moins de 25 ans (34,7 % tous films), à 79,3 % de personnes résidant en régions (74,8 % tous films) et 28,4 % d'occasionnels (21,6 % tous films).

Public des films projetés en 3D en 2015 (%)

	films en 3D	tous films
sexe		
hommes	53,2	46,9
femmes	46,8	53,1
âge		
enfants (3-14 ans)	20,5	13,0
jeunes (15-24 ans)	25,3	21,6
adultes (25-49 ans)	38,4	36,3
seniors (50 ans et plus)	15,8	29,0
profession		
CSP+	31,4	31,7
CSP-	22,7	22,6
inactifs	45,9	45,7
habitat		
région parisienne	20,7	25,2
autres régions	79,3	74,8
habitudes de fréquentation c	inéma	
assidus	22,4	30,2
réguliers	49,2	48,3
occasionnels	28,4	21,6

Base: échantillon de 34 films en 2015 ayant été diffusés en salles en 3 D. Source: *Publixiné* - Harris Interactive; *Cinexpert* - Vertigo.

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

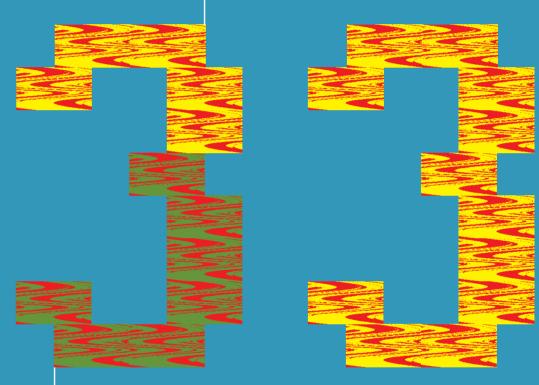
En 2015:

203 multiplexes (10,0 % des établissements)

établissements cinématographiques

(+13 établissements par rapport à 2014)

670 établissements de 2 à 7 salles (33,0 % des établissements)



1 160 établissements mono-écran (57,1 % des établissements)

2.4 L'exploitation

Définition d'une salle active

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

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

Les écrans équipés uniquement pour la vidéotransmission, ne diffusant pas de films cinématographiques, ne sont pas pris en compte.

Le parc cinématographique

Un parc en augmentation à 5741 salles

5741 salles sont actives en France en 2015, soit 94 de plus qu'en 2014 (+1,7 %). Ce solde résulte de la fermeture, provisoire ou définitive, de 98 écrans et de l'ouverture ou réouverture de 192 écrans. L'expansion du parc de multiplexes explique en partie les ouvertures de salles.

En 2015, 42,7 % des nouveaux écrans se situent dans ce type d'établissements (32,3 % des nouveaux écrans de 2014), contre 35,9 % dans des cinémas de 4 à 7 écrans (39,4 % en 2014) et 21,4 % dans des établissements de 1 à 3 écrans (28,3 % en 2014).

Parc cinématographique français1

	établissements	écrans	fauteuils	nombre moyen	nombre moyen de
				de fauteuils par étab.	fauteuils par écran
2006	2064	5 2 8 1	1018494	493	193
2007	2055	5316	1022693	498	192
2008	2069	5390	1036136	501	192
2009	2066	5470	1051524	509	192
2010	2049	5 4 6 7	1048156	512	192
2011	2033	5 4 6 7	1046847	515	191
2012	2035	5 5 0 8	1053643	518	191
2013	2026	5 5 8 8	1065849	526	191
2014	2020	5 6 4 7	1071305	530	190
2015	2033	5741	1094703	538	191
évol. 15/14	+0,6%	+1,7%	+2,2%	+1,5%	+0,5%
évol. 15/06	-1,5%	+8,7%	+7,5%	+9,1%	-1,1%

¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source: CNC.

L'implantation de certains multiplexes est parfois à l'origine de la fermeture de salles, dans le cas notamment de transferts d'activité. Pour exemple, la fermeture d'un établissement de cinq écrans et d'un cinéma de trois écrans à Alès (30) fait suite à l'ouverture d'un multiplexe de huit écrans dans la même ville. À Aurillac (15), un cinéma de cinq écrans ferme et un de sept écrans ouvre. À Montreuil (93), la fermeture d'un établissement de trois écrans précède l'ouverture d'un cinéma de six écrans.

À Rochefort (17), un cinéma de cinq écrans ferme et un de huit écrans ouvre. À Saint-Etienne (42), un établissement de 10 écrans ouvre alors qu'un de sept écrans ferme. Enfin, à Sens (89), l'ouverture d'un cinéma de sept écrans intervient après la fermeture de deux établissements de deux écrans.

Il convient de signaler que parmi les 192 écrans ouverts en 2015, 30 résultent de l'extension de cinémas préexistants (31 sur 127 en 2014).

Parmi les 5741 écrans actifs en 2015 figurent 102 circuits itinérants (comme en 2014) et deux écrans en plein air (comme en 2014).

Le parc cinématographique français se compose de 2 033 établissements (+13 par rapport à 2014) regroupant 5 741 écrans (+94 par rapport à 2014).

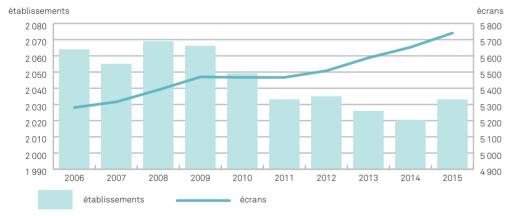
2033 établissements cinématographiques

En 2015, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2033, soit 13 de plus qu'en 2014. 46 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 33 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement.

En 2015, trois cinémas de sept salles, un de six salles, six de cinq salles, un de quatre salles, trois de trois salles, trois de deux salles et 16 mono-écrans ferment, provisoirement ou définitivement.

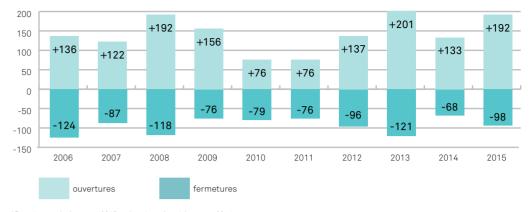
50,0 % des établissements ouverts en 2015 comptent un écran (23 établissements). Sept comptent huit écrans ou plus. Ouvrent également en 2015, deux cinémas de deux écrans, quatre de trois écrans, trois de cinq écrans, quatre de six écrans et trois de sept écrans.

Evolution du nombre d'établissements et d'écrans actifs¹



¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source : CNC.

Evolution des ouvertures et fermetures d'écrans¹



¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source: CNC.

85 établissements à Paris

En 2015, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 389, contre 404 en 2014. La capitale compte trois établissements de moins en 2015 par rapport à 2014. Le Forum Orient Express (sept écrans) dans le 1er arrondissement est définitivement fermé depuis janvier 2014, le Gaumont Alésia (sept salles) dans le 14e arrondissement a fermé pour travaux en 2014 et devrait rouvrir ses portes courant 2016 et le Gaumont convention (six écrans) dans le 15e arrondissement a également fermé pour travaux en 2014 et a rouvert en début d'année 2016.

À l'inverse, un cinéma ouvre en 2015 à Paris : Les Fauvettes (cinq écrans) dans le 13° arrondissement (anciennement Gaumont Gobelins).

Le parc parisien compte 85 établissements dont neuf multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). La capitale dispose de plus de 72 528 fauteuils cinématographiques en 2015. En dix ans, le parc parisien perd trois établissements mais gagne 10 écrans et 323 fauteuils.

Un cinéma parisien compte, en moyenne, 853 fauteuils en 2015 (821 en 2006, soit +4,0 %) et une salle en contient 186 (191 en 2006, soit -2,1 %).

Parc cinématographique parisien¹

	établissements	écrans	fauteuils
2006	88	379	72205
2007	87	376	71 226
2008	84	362	68840
2009	84	362	68840
2010	84	363	68837
2011	83	364	68949
2012	86	373	70649
2013	88	401	75790
2014	87	404	75 263
2015	85	389	72528
évol. 15/14	-2,3%	-3,7%	-3,6%
évol. 15/06	-3,4%	+2,6%	+0,4%

¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source: CNC.

Recul du nombre moyen d'entrées par établissement

Compte tenu de l'évolution de la fréquentation en 2015 (-1,8 % par rapport à 2014), le nombre moyen d'entrées par établissement recule pour atteindre 100 981 entrées, soit -2,4 % par rapport à 2014. Le nombre moyen d'entrées par écran diminue également à 35 759 entrées (-3,4 %). En moyenne, un multiplexe enregistre 614 486 entrées en 2015, contre 654 976 en 2014 (-6,2 %).

Nombre moyen d'entrées¹

	par établissement	par écran
2006	91 454	35744
2007	86854	33 575
2008	91 981	35308
2009	97 591	36860
2010	101074	37882
2011	106837	39729
2012	100041	36962
2013	95627	34671
2014	103 504	37 025
2015	100981	35759

¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source : CNC.

Définition de la petite, moyenne et grande exploitation

Selon l'usage professionnel, chaque établissement cinématographique fait l'objet d'un classement en petite, moyenne ou grande exploitation, en fonction notamment de son niveau annuel d'entrées.

Les cinémas réalisant moins de 80 000 entrées sur une année relèvent de la petite exploitation, ceux qui enregistrent entre 80 000 et 450 000 entrées relèvent de la moyenne exploitation, les autres étant classés dans la grande exploitation.

La fréquentation des établissements de la petite exploitation reste stable entre 2014 et 2015, tandis que celle de la grande exploitation diminue de 2,6 % et celle de la moyenne de 0,5 %.

Cependant, par convention, tous les établissements exploités par des entreprises propriétaires de 50 écrans au moins sont classés dans la grande exploitation, indépendamment de leur niveau d'entrées.

En 2015, les 12 entreprises propriétaires de 50 écrans et plus sont C2L, Cap'Cinéma, CGR, CinéAlpes, Les Cinémas Gaumont Pathé, Cinéville, Font-SNES, Kinepolis, Megarama, MK2, Société d'Exploitation Grand Ecran et UGC.

Deux tiers des entrées réalisées dans les établissements de la grande exploitation

Si 73,8 % des établissements cinématographiques relèvent de la petite exploitation en 2015, ils totalisent 34,6 % des écrans actifs, 35,8 % des fauteuils et 15,1 % des entrées. À l'inverse, la grande exploitation représente 14,7 % des établissements, 45,5 % des écrans, 47,2 % des fauteuils et 65,6 % de la fréquentation globale.

En moyenne, un cinéma de la grande exploitation enregistre 452 185 entrées en 2015 (-4,2 % par rapport à 2014), contre 168 961 entrées pour un cinéma de la moyenne exploitation (+1,6 %) et 20 658 entrées pour un cinéma de la petite exploitation (-0,9 %).

Dans un contexte de léger recul de la fréquentation (-1,8 % par rapport à 2014), les établissements relevant de la grande exploitation enregistrent une diminution de leur fréquentation globale plus importante (-2,6 %) que ceux relevant de la moyenne exploitation (-0,5 %). La fréquentation des cinémas de la petite exploitation est stable entre 2014 et 2015.

Etablissements selon la catégorie d'exploitation¹

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
petite exploitation					
2011	1 495	1974	383764	32,07	21 453
2012	1 532	2041	393179	30,66	20016
2013	1 538	2097	403 861	30,10	19573
2014	1 488	1966	378775	31,01	20838
2015	1 501	1989	391415	31,01	20658
évol. 15/14	+0,9%	+1,2%	+3,3%	+0,0%	-0,9%
poids dans le total 2015	73,8%	34,6%	35,8%	15,1%	_
moyenne exploitation					
2011	244	1135	186116	40,80	167 201
2012	232	1116	183 001	38,15	164 425
2013	226	1122	183308	37,28	164969
2014	239	1118	184229	39,74	166 260
2015	234	1141	186824	39,54	168 961
évol. 15/14	-2,1%	+2,1%	+1,4%	-0,5%	+1,6%
poids dans le total 2015	11,5%	19,9%	17,1%	19,3%	_
grande exploitation					
2011	294	2358	476967	144,33	490 916
2012	271	2351	477 463	134,77	497 316
2013	262	2369	478 680	126,35	482 267
2014	293	2563	508301	138,34	472 137
2015	298	2611	516464	134,75	452 185
évol. 15/14	+1,7%	+1,9%	+1,6%	-2,6%	-4,2%
poids dans le total 2015	14,7%	45,5%	47,2%	65,6%	_

¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source : CNC.

Plus de 60 % des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2015, 203 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France dont sept ont ouvert dans l'année. Le nombre de créations est légèrement supérieur à la moyenne des dix dernières années (six ouvertures en moyenne chaque année).

Cinq cinémas sont devenus des multiplexes en raison d'une augmentation de leur nombre de salles: le Cyrano à Bergerac (24) passe de sept à neuf salles, le Cinéville à Vannes (56) passe de sept à neuf salles, le Caroussel à Verdun (55) passe de quatre à huit salles, le Veo – Grand-Mermoz à Muret (31) passe de six à huit salles et le Cine Planète à Romans-sur-Isère (26) passe de cinq à huit salles.

10,0 % des établissements français sont des multiplexes en 2015. Ces derniers regroupent

40,6 % des écrans et 42,5 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes: 60,8 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2015 (59,8 % en 2014). Au total, leur fréquentation recule de 0,3 % par rapport à 2014, contre -1,8 % pour l'ensemble des cinémas.

En moyenne, un multiplexe compte 11 écrans et 2 292 fauteuils en 2015.

57,1 % des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1160 établissements mono-écran en 2015 (20,2 % des écrans et 57,1 % des établissements). Ces salles totalisent 23,3 % des fauteuils et réalisent 8,2 % des entrées. Les 670 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 39,2 % des écrans et 34,2 % des fauteuils en 2015. Ils génèrent 31,0 % des entrées de l'année.

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

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
nombre					
2011	176	2026	412137	127,25	723 002
2012	181	2082	422804	120,83	667 546
2013	188	2171	439 554	115,42	613 927
2014	191	2219	446652	125,10	654976
2015	203	2330	465 175	124,74	614486
évol. 15/14	+6,3%	+5,0%	+4,1%	-0,3%	-6,2%
poids dans le total (%)					
2011	8,7	37,1	39,4	58,6	=
2012	8,9	37,8	40,1	59,3	=
2013	9,3	38,9	41,2	59,6	-
2014	9,5	39,3	41,7	59,8	-
2015	10,0	40,6	42,5	60,8	_

¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source : CNC.

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2015

opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
Alliance Bourguignonne Cinématographique	Saint-Etienne	Saint-Étienne	février 2015	10	1640
Cinéfortis	Rochefort	Rochefort	avril 2015	8	1310
Les Cinémas Gaumont Pathé	Levallois-Perret	Paris	avril 2015	8	1538
CGR	Vitrolles	Marseille - Aix- en-Provence	juin 2015	12	2490
Cap'Cinéma	Cagnes-sur-Mer	Nice	octobre 2015	10	1800
CGR	Lescar	Pau	décembre 2015	9	1575
Compagnie Cinématographique Immobilière Cévenole	Alès	Alès	décembre 2015	8	1312
	Alliance Bourguignonne Cinématographique Cinéfortis Les Cinémas Gaumont Pathé CGR Cap'Cinéma CGR Compagnie Cinématographique	Alliance Bourguignonne Cinématographique Cinéfortis Rochefort Les Cinémas Gaumont Pathé Levallois-Perret CGR Vitrolles Cap'Cinéma Cagnes-sur-Mer CGR Lescar Compagnie Cinématographique	Alliance Bourguignonne Cinématographique Cinéfortis Rochefort Rochefort Les Cinémas Gaumont Pathé Levallois-Perret Paris CGR Vitrolles Marseille - Aixen-Provence Cap'Cinéma Cagnes-sur-Mer Nice CGR Lescar Pau Compagnie Cinématographique Alès	Alliance Bourguignonne Cinématographique Saint-Etienne Saint-Étienne Février 2015 Cinéfortis Rochefort Rochefort Avril 2015 Les Cinémas Gaumont Pathé Levallois-Perret Paris Avril 2015 CGR Vitrolles Marseille - Aix- en-Provence juin 2015 Cap'Cinéma Cagnes-sur-Mer Nice octobre 2015 Compagnie Cinématographique Alàs Alàs décembre 2015	Alliance Bourguignonne Cinématographique Saint-Étienne Saint-Étienne Saint-Étienne Février 2015 10 Cinéfortis Rochefort Rochefort Avril 2015 8 Les Cinémas Gaumont Pathé Levallois-Perret Paris Avril 2015 8 CGR Vitrolles Marseille - Aix- en-Provence juin 2015 12 Cap'Cinéma Cagnes-sur-Mer Nice octobre 2015 10 CGR Lescar Pau décembre 2015 9 Compagnie Cinématographique Alàs Alàs décembre 2015 8

Source: CNC.

Établissements selon le nombre d'écrans en 20151

	établissements	écrans	fauteuils	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1160	1160	254877	8,2%	14588
2 à 3 écrans	433	1022	171125	11,1%	52638
4 à 5 écrans	151	671	106688	10,0%	136132
6 à 7 écrans	86	558	96838	9,9%	235863
8 à 11 écrans	107	993	184626	21,2%	406648
12 écrans et plus	96	1337	280549	39,6%	846139
total	2033	5741	1094703	100,0%	100981

¹ Données provisoires. Source: CNC.

1 191 établissements équipés pour la projection numérique 3D

À fin décembre 2015, 1191 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 58,6 % du parc total d'établissements cinématographiques (58,8 % à fin 2014). 20 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection en 2015 (17 en 2014). 16,1 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2015 sont des multiplexes (15,5 % en 2014) et 45,7 % sont des mono-écrans (45,3 % en 2014). Si 94,6 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2015, ce taux d'équipement atteint 74,3 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 64,4 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 46,9 % pour les mono-écrans. En termes de catégorie d'exploitation, 64,7 % des cinémas équipés d'au moins un projecteur numérique 3D relèvent de la petite exploitation en 2015 (63,8 % en 2014), contre 14,6 % pour la movenne exploitation (15,2 % en 2014) et

20,7 % pour la grande exploitation (21,1 %

en 2014). 82,9 % des cinémas de la grande exploitation disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2015, contre 74,4 % des établissements relevant de la moyenne exploitation et 51,3 % des cinémas de la petite exploitation.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total
2011	820	40,3%
2012	1 109	54,5%
2013	1171	57,8%
2014	1 187	58,8%
2015	1 191	58,6%
évol. 15/14	+0,3%	-0,2pt

Source: CNC - Cinégo - Manice.

Les entreprises d'exploitation

Les 11 entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2015 exploitent 2 424 écrans, soit 42,2 % de l'ensemble des écrans actifs. Elles concentrent 61,9 % des entrées en 2015.

Les Cinémas Gaumont Pathé exploitent 772 salles de cinéma, soit 13,4 % du parc national. Avec 8,1 % du parc (466 écrans), CGR est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 400 salles (7,0 % des écrans français).

Principaux exploitants de salles1

	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
nombre d'écrans										
Cap'Cinéma	73	89	100	148	158	1,3%	1,6%	1,8%	2,6%	2,8%
CGR	413	424	433	440	466	7,6%	7,7%	7,7%	7,8%	8,1%
CinéAlpes	142	111	97	108	112	2,6%	2,0%	1,7%	1,9%	2,0%
Les Cinémas Gaumont Pathé	760	753	756	782	772	13,9%	13,7%	13,5%	13,8%	13,4%
Font - SNES	nc	nc	nc	64	65	nc	nc	Nc	1,1%	1,1%
Kinépolis	87	87	83	87	120	1,6%	1,6%	1,5%	1,5%	2,1%
Megarama (Lemoine)	59	82	83	88	113	1,1%	1,5%	1,5%	1,6%	2,0%
MK2	60	61	65	65	65	1,1%	1,1%	1,2%	1,2%	1,1%
SAS Cinéville	88	93	93	98	106	1,6%	1,7%	1,7%	1,7%	1,8%
UGC	365	378	392	426	400	6,7%	6,9%	7,0%	7,5%	7,0%
UGC Méditerranée (Aubert)	54	56	52	52	47	1,0%	1,0%	0,9%	0,9%	0,8%
sous-total	2101	2134	2154	2358	2424	38,4%	38,7%	38,5%	41,8%	42,2%
total	5467	5 5 0 8	5588	5647	5741	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
nombre d'établissements										
Cap'Cinéma	10	12	13	22	23	0,5%	0,6%	0,6%	1,1%	1,1%
CGR	39	41	43	44	47	1,9%	2,0%	2,1%	2,2%	2,3%
CinéAlpes	48	28	19	20	22	2,4%	1,4%	0,9%	1,0%	1,1%
Les Cinémas Gaumont Pathé	64	72	70	72	71	3,1%	3,5%	3,5%	3,6%	3,5%
Font - SNES	nc	nc	nc	12	12	nc	nc	nc	0,6%	0,6%
Kinépolis	7	7	6	7	10	0,3%	0,3%	0,3%	0,3%	0,5%
Megarama (Lemoine)	7	15	16	16	20	0,3%	0,7%	0,8%	0,8%	1,0%
MK2	10	11	12	12	12	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%
SAS Cinéville	11	11	11	12	13	0,5%	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%
UGC	35	36	37	42	37	1,7%	1,8%	1,8%	2,1%	1,8%
UGC Méditerranée (Aubert)	9	9	8	8	7	0,4%	0,4%	0,4%	0,4%	0,3%
sous-total	240	242	235	267	274	11,8%	11,9%	11,6%	13,2%	13,5%
total	2033	2 0 3 5	2026	2020	2033	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2015. Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source : CNC.

Entrées des principaux exploitants de salles1

	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Cap'Cinéma	2,6	2,7	3,0	4,9	5,0	1,2%	1,3%	1,6%	2,4%	2,4%
CGR	19,5	18,2	16,9	18,1	17,9	9,0%	9,0%	8,7%	8,7%	8,7%
CinéAlpes	4,7	4,2	3,8	4,6	4,7	2,2%	2,0%	1,9%	2,2%	2,3%
Les Cinémas Gaumont Pathé	54,5	50,1	46,4	50,6	48,3	25,1%	24,6%	23,9%	24,2%	23,6%
Font - SNES	nc	nc	nc	2,3	2,3	nc	nc	nc	1,1%	1,1%
Kinépolis	6,8	6,2	5,6	6,0	7,2	3,1%	3,0%	2,9%	2,9%	3,5%
Megarama (Lemoine)	2,8	2,9	3,0	3,4	3,7	1,3%	1,4%	1,5%	1,6%	1,8%
MK2	4,5	4,5	4,5	4,6	4,3	2,1%	2,2%	2,3%	2,2%	2,1%
SAS Cinéville	4,4	4,2	4,2	4,8	4,9	2,0%	2,1%	2,2%	2,3%	2,4%
UGC	31,4	30,0	28,1	29,1	26,9	14,5%	14,7%	14,5%	13,9%	13,1%
UGC Méditerranée (Aubert)	2,1	2,1	2,0	2,1	1,9	1,0%	1,0%	1,1%	1,0%	0,9%
sous-total	133,4	125,0	117,5	130,4	127,2	61,4%	61,4%	60,7%	62,4%	61,9%
total	217,2	203,6	193,7	209,1	205,3	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2015. Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014. Source: CNC.

Définition d'un groupement ou d'une entente de programmation

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

En 2015, les neuf groupements et ententes nationaux agréés programment 2 474 écrans, soit 43,1 % de l'ensemble des écrans. En 2014, les neuf groupements nationaux programmaient 43,6 % du parc (2 464 écrans). Les Cinémas Gaumont Pathé programment le plus grand nombre d'écrans: 809 en 2015.

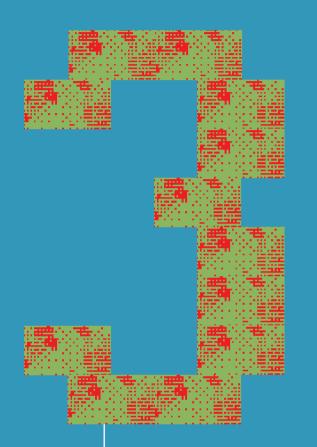
Groupements nationaux de programmation¹

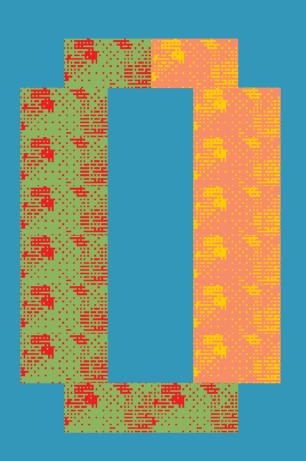
	nombre d'écrans					% du p				rc total
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
Agora Cinémas	75	98	99	99	131	1,4	1,8	1,8	1,8	2,3
CinéDiffusion	256	266	252	257	265	4,7	4,8	4,5	4,6	4,6
Les Cinémas Gaumont Pathé	777	778	795	821	809	14,2	14,1	14,2	14,5	14,1
GPCI	150	177	178	196	194	2,7	3,2	3,2	3,5	3,4
MC4	112	113	113	150	150	2,0	2,1	2,0	2,7	2,6
Micromegas	66	67	62	95	96	1,2	1,2	1,1	1,7	1,7
NOE Cinéma	nc	nc	nc	68	69	nc	nc	nc	1,2	1,2
UGC	417	435	422	466	445	7,6	7,9	7,6	8,3	7,8
VEO	269	302	296	312	315	4,9	5,5	5,3	5,5	5,5

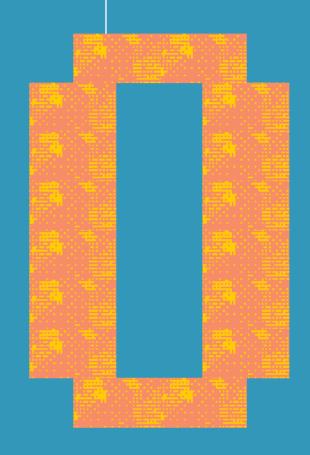
¹ Données provisoires pour 2015 et données mises à jour pour 2014.

En 2015:

158 films intégralement français (+6 films)







films agréés par le CNC

(+42 films par rapport à 2014)

142 films de coproduction internationale avec 41 pays différents (+36 films) 1,2 Md€ d'investissements (+23,1 % par rapport à 2014)

2.5 La production cinématographique

Le financement de la production

Remarques méthodologiques

Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2015 (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

La production de films cinématographiques atteint son niveau le plus élevé avec 300 films agréés soit 42 films de plus par rapport à 2014.

Une production de films français record

En 2015, la production de films cinématographiques atteint son niveau le plus élevé avec 300 films agréés soit 42 films de plus par rapport à 2014. Le nombre de films d'initiative française augmente de 15,3 % à 234 films, soit le niveau le plus élevé depuis 1952. 66 films à majorité étrangère sont agréés en 2015, soit 11 de plus qu'en 2014. Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 158 en 2015, contre 152 en 2014. La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est de 95,3 % en 2015, contre 95,1 % en 2014. 11 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère. Parmi ces films, cinq ont été tournés en langue anglaise.

Nombre de films agréés

	films d'initiative française	dont films intégralement français	et films de coproduction	films à majorité étrangère	total films agréés
2006	164	127	37	39	203
2007	185	133	52	43	228
2008	196	145	51	44	240
2009	182	137	45	48	230
2010	203	143	60	58	261
2011	206	151	55	65	271
2012	209	150	59	70	279
2013	208	153	55	61	269
2014	203	152	51	55	258
2015	234	158	76	66	300
structure 2015	78,0%	52,7%	25,3%	22,0%	100,0%
évol. 15/14	+15,3%	+3,9%	+49,0%	+20,0%	+16,3%

Source: CNC.

Les investissements dans les films d'initiative française progressent de 28,1 %

Avec 1023,8 M€ en 2015, les investissements dans les films d'initiative française progressent de 28,1 % par rapport à 2014 et retrouvent un niveau proche de celui de 2013. Entre 2006 et 2015, les investissements totaux dans les films d'initiative française augmentent, en moyenne, de 1,9 % par an.

Les investissements français sur les films d'initiative française s'établissent à 923,7 M€, en augmentation de 22,6 % en 2015. Ils restent toutefois légèrement inférieurs à ceux enregistrés en 2013 (931,5 M€) malgré un nombre de films plus élevé (+26 films). En dix ans, ces investissements progressent de 1,9 % par an en moyenne.

Les investissements étrangers dans les films d'initiative française sont deux fois plus important en 2015 qu'en 2014 à 100,1 M€ (45,9 M€ en 2014). Le nombre de films de coproduction progresse de 25 titres (+49,0 %). En dix ans, ces investissements augmentent de 1,4 % par an en moyenne.

Avec 1023,8 M€ en 2015, les investissements dans les films d'initiative française progressent de 28,1 % par rapport à 2014 et retrouvent un niveau proche de celui de 2013.

Investissements dans les films agréés (M€)

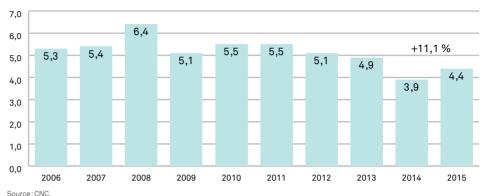
	f	ilms d'initiativ	e française	e films à majorité étrangère				fi	films agréés		
	investis- sements français	investis- sements étrangers	total	investis- sements français	investis- sements étrangers	total	investis- sements français	investis- sements étrangers	total		
2006	777,0	88,0	865,0	57,2	226,2	283,4	834,3	314,2	1148,5		
2007	907,4	96,3	1003,6	44,4	153,1	197,5	951,7	249,3	1201,1		
2008	1174,1	85,1	1 259,2	49,7	181,6	231,3	1 223,8	266,7	1490,5		
2009	852,0	75,5	927,5	39,9	131,3	171,2	891,9	206,8	1098,7		
2010	1018,6	93,6	1112,2	71,2	255,7	326,9	1 089,7	349,3	1439,0		
2011	1009,4	118,2	1127,6	52,9	207,9	260,8	1062,3	326,1	1388,4		
2012	967,0	98,7	1065,7	58,6	218,0	276,7	1 025,6	316,8	1342,3		
2013	931,5	87,7	1019,2	50,7	184,1	234,7	982,2	271,8	1254,0		
2014	753,2	45,9	799,2	44,2	150,8	195,0	797,4	196,7	994,1		
2015	923,7	100,1	1023,8	46,5	153,9	200,4	970,2	254,0	1224,2		
structure 2015	90,2%	9,8%	100,0%	23,2%	76,8%	100,0%	79,3%	20,7%	100,0%		
évol. 15/14	+22,6%	+117,8%	+28,1%	+5,1%	+2,1%	+2,8%	+21,7%	+29,1%	+23,1%		

Source: CNC.

Devis moyen: 4,4 M€ en 2015

En 2015, le devis moyen des films d'initiative française s'établit à 4,4 M€ (3,9 M€ en 2014), soit une hausse de 11,1 %. En dix ans le devis moyen diminue de 17,1 %. La moitié des films d'initiative française présente un devis inférieur à 3.1 M€. contre 2.8 M€ en 2014.

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



Documentaires: une production record sur la décennie

A 42 films sur les 47 agréés (35 films sur 37 en 2014), le nombre de documentaires d'initiative française agréés est très élevé, atteignant en 2015 son plus haut niveau de la décennie. Le devis moyen de ces films s'établit à 0,6 M€ (comme en 2014).

Recul du nombre de films d'animation

En 2015, trois films d'animation, tous d'initiative française, sont agréés (neuf dont cinq d'initiative française en 2014). Le devis moyen de ces films atteint 7,3 M€ (6,9 M€ en 2014).

Nombre de films agréés selon le genre

	2011	2012	2013	2014	2015
films de fiction	226	225	225	212	250
dont FIF ¹	172	161	168	163	189
films documentaires	35	42	38	37	47
dont FIF1	29	38	36	35	42
films d'animation	10	12	6	9	3
dont FIF1	5	10	4	5	3
total	272	279	270	258	246
dont FIF1	207	209	209	203	197

1 Films d'initiative française.

Source: CNC

Hausse du nombre de coproductions internationales

142 films sont coproduits avec 41 partenaires étrangers en 2015 (106 avec 34 partenaires en 2014), soit le plus haut niveau de la décennie. En 2015, les films de coproduction internationale composent 47,3 % de l'ensemble des films agréés, contre 41,1 % en 2014. Le nombre de films coproduits majoritairement

par la France s'établit à 76 en 2015, contre 51 en 2014. À 358,7 M€, les investissements totaux dans ces films augmentent de 79,4 % par rapport à 2014 pour 25 films de plus (+49,0 %). Cette progression est principalement due à la structure des devis de ces films. En 2015, 22 films majoritairement coproduits par la France ont un devis supérieur ou égal à 7 M€ (12 films en 2014) dont neuf ont un devis supérieur ou égal à 10 M€ (quatre films en 2014). En 2015, le devis moyen des films de

coproduction à majorité française s'élève à 4,7 M€ (3,9 M€ en 2014).

A 66 titres en 2015, le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger augmente par rapport à 2014 (+11 films, soit +20,0 %). Les investissements totaux dans ces films atteignent 200,4 M€, contre 195,0 M€ en 2014 (+2,8 %). Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 3,0 M€ en 2015 (3,5 M€ en 2014), soit le plus bas niveau de la décennie.

142 films sont coproduits avec 41 partenaires étrangers en 2015, soit le plus haut niveau de la décennie.

Coproductions internationales en 2015

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	76	66	142
investissements français (M€)	258,7	46,5	305,1
investissements étrangers (M€)	100,1	153,9	254,0
investissements totaux (M€)	358,7	200,4	559,1

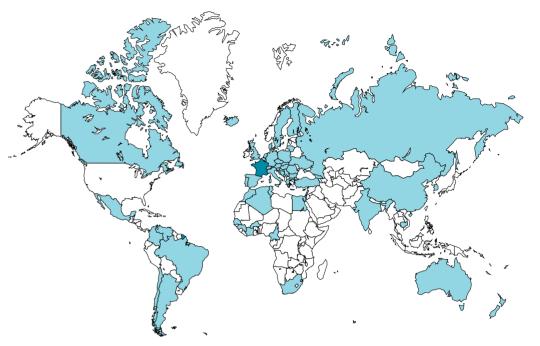
Source: CNC.

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

	2011	2012	2013	2014	2015
Belgique	24	35	28	26	31
Allemagne	10	5	9	6	11
Canada	6	2	1	4	10
Suisse	1	2	4	5	4
Italie	6	4	4	3	4
Espagne	4	2	2	1	3
Luxembourg	7	9	5	3	1
Israël	2	3	4	1	1

Source: CNC.

Carte des accords de coproduction en 2015



Nombre de films coproduits en 2015

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

Europe

Allemagne	17	Luxembourg
Autriche	1	Pays-Bas
Belgique	48	Pologne
Bosnie-Herzégovine	1	Portugal
Bulgarie	2	République Tchè
Croatie	2	Roumanie
Danemark	2	Royaume-Uni
Espagne	8	Russie
Finlande	0	Serbie
Géorgie	0	Slovaquie
Grèce	5	Slovénie
Hongrie	0	Suède
Islande	1	Suisse
Italie	16	Turquie
Lituanie	0	Ukraine

Hors Europe

0
2
1
0
3
2
0
0
13
1
1
1
0
0
1

Guinée	0
Inde	1
Israël	3
Liban	4
Maroc	5
Mexique	0
Nouvelle-Zélande	0
Sénégal	1
Territoires palestiniens	1
Tunisie	0
Venezuela	0

Renforcement de la diversité de la production

La production de films en 2015 est marquée par l'augmentation du nombre de films d'initiative française à budget élevé et très bas. 51 films d'initiative française affichent un devis supérieur

à 7 M€ en 2015, contre 36 en 2014. La production d'initiative française de 2015 compte également 64 films à moins de 1 M€, soit le plus haut niveau depuis au moins 20 ans.

Films d'initiative française selon le devis

	-									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
plus de 10 M€	24	28	35	25	28	28	33	19	17	27
7 M€ à 10 M€	21	21	25	21	24	24	22	29	19	24
5 M€ à 7 M€	12	20	11	18	30	26	22	17	22	26
4 M€ à 5 M€	7	9	17	9	16	12	3	11	3	7
2 M€ à 4 M€	37	43	41	45	47	41	46	47	61	50
1 M€ à 2 M€	35	29	23	36	18	29	25	32	22	36
moins de 1 M€	28	35	44	28	40	46	58	53	59	64
total	164	185	196	182	203	206	209	208	203	234

Source: CNC.

Premiers et deuxièmes films

75 films, soit 32,1 % des films d'initiative française agréés en 2015 sont des premiers films (contre 60 films soit 29,6 % en 2014). La production d'initiative française est constituée d'au moins une soixantaine de premières œuvres par an sur les cinq dernières années. Le devis moyen d'un premier film s'établit à 2,4 M€ en 2015 (3,0 M€ en 2014), contre 4,4 M€ pour un film agréé quel que soit son rang.

38 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2015 (35 en 2014), soit 16,2 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés (17,2 % en 2014). Le devis moyen de ces films s'élève à 4,3 M€, contre 2.8 M€ en 2014.

Premiers et deuxièmes films

	pr	emiers films	deux	kièmes films
	total	% des FIF 1	total	% des FIF 1
2006	56	34,1	27	16,5
2007	72	38,9	32	17,3
2008	74	37,8	31	15,8
2009	77	42,3	37	20,3
2010	63	31,0	33	16,3
2011	73	35,4	37	18,0
2012	77	36,8	36	17,2
2013	67	32,2	39	18,8
2014	60	29,6	35	17,2
2015	75	32,1	38	16,2
é vol. 15/14	+25,0%	+2,5pts	+8,6%	-1,0pt

¹Films d'initiative française.

75 films, soit 32,1 % des films d'initiative française agréés en 2015 sont des premiers films.

Remarques méthodologiques

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

Hausse des investissements des chaînes de télévision (+31,2 %)

En 2015, les chaînes de télévision sont les principaux financeurs des films d'initiative française avec 35,5 % de l'ensemble des apports à 363,0 M€. Les investissements des chaînes de télévision dans le financement des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction) sont en nette hausse: +31,2 % par rapport à 2014. Les apports des producteurs français progressent de 30,8 % en 2015 pour atteindre 310,8 M€ (30,4 % des devis).

En 2015, les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française augmentent de 5,8 % pour atteindre 146,5 M€. Toutefois, leurs investissements restent bien inférieurs à la moyenne annuelle constatée sur les dix dernières années (195,4 M€). L'ensemble des mandats finance 14,3 % des devis des films d'initiative française en 2015, contre 17,3 % en 2014.

Les financements publics à destination des films d'initiative française (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) progressent de 5,7 % pour atteindre 74,8 M€ soit 7,3 % des financements en 2015. Les aides du CNC sont stables à 54,8 M€ en 2015. La contribution des collectivités territoriales (y compris apports du CNC) au financement des films d'initiative française progresse de 26,7 % en 2015 et atteint 20,0 M€ soit 1,9 % du total des devis. La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française s'élève à 3,4 % en 2015. Leurs apports progressent de 11,4 % en 2015 et s'élèvent à 34.7 M€.

Les chaînes de télévision sont les principaux financeurs des films d'initiative française avec 35,5 % de l'ensemble des apports.

Financement des films d'initiative française (%)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
89,8	90,4	93,2	91,9	91,6	89,5	90,7	91,4	94,3	90,2
34,4	28,3	28,4	31,0	29,3	28,4	29,7	29,2	29,7	30,4
3,5	3,9	2,8	3,8	4,3	3,0	4,0	3,1	3,9	3,4
5,8	4,8	4,2	4,3	4,3	2,7	2,7	2,9	3,3	2,5
4,1	4,1	3,9	4,5	4,6	3,9	3,8	4,8	5,6	4,8
28,6	30,6	27,7	32,4	32,5	32,4	32,0	27,3	34,6	35,5
13,4	18,7	26,2	15,8	16,5	19,1	18,6	24,0	17,1	13,7
10,2	9,6	6,8	8,1	8,4	10,5	9,3	8,6	5,7	9,8
0,4	1,0	0,4	0,2	0,6	0,6	0,7	0,5	0,2	0,6
100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
	89,8 34,4 3,5 5,8 4,1 28,6 13,4 10,2 0,4	89,8 90,4 34,4 28,3 3,5 3,9 5,8 4,8 4,1 4,1 28,6 30,6 13,4 18,7 10,2 9,6 0,4 1,0	89,8 90,4 93,2 34,4 28,3 28,4 3,5 3,9 2,8 5,8 4,8 4,2 4,1 4,1 3,9 28,6 30,6 27,7 13,4 18,7 26,2 10,2 9,6 6,8 0,4 1,0 0,4	89,8 90,4 93,2 91,9 34,4 28,3 28,4 31,0 3,5 3,9 2,8 3,8 5,8 4,8 4,2 4,3 4,1 4,1 3,9 4,5 28,6 30,6 27,7 32,4 13,4 18,7 26,2 15,8 10,2 9,6 6,8 8,1 0,4 1,0 0,4 0,2	89,8 90,4 93,2 91,9 91,6 34,4 28,3 28,4 31,0 29,3 3,5 3,9 2,8 3,8 4,3 5,8 4,8 4,2 4,3 4,3 4,1 4,1 3,9 4,5 4,6 28,6 30,6 27,7 32,4 32,5 13,4 18,7 26,2 15,8 16,5 10,2 9,6 6,8 8,1 8,4 0,4 1,0 0,4 0,2 0,6	89,8 90,4 93,2 91,9 91,6 89,5 34,4 28,3 28,4 31,0 29,3 28,4 3,5 3,9 2,8 3,8 4,3 3,0 5,8 4,8 4,2 4,3 4,3 2,7 4,1 4,1 3,9 4,5 4,6 3,9 28,6 30,6 27,7 32,4 32,5 32,4 13,4 18,7 26,2 15,8 16,5 19,1 10,2 9,6 6,8 8,1 8,4 10,5 0,4 1,0 0,4 0,2 0,6 0,6	89,8 90,4 93,2 91,9 91,6 89,5 90,7 34,4 28,3 28,4 31,0 29,3 28,4 29,7 3,5 3,9 2,8 3,8 4,3 3,0 4,0 5,8 4,8 4,2 4,3 4,3 2,7 2,7 4,1 4,1 3,9 4,5 4,6 3,9 3,8 28,6 30,6 27,7 32,4 32,5 32,4 32,0 13,4 18,7 26,2 15,8 16,5 19,1 18,6 10,2 9,6 6,8 8,1 8,4 10,5 9,3 0,4 1,0 0,4 0,2 0,6 0,6 0,7	89,8 90,4 93,2 91,9 91,6 89,5 90,7 91,4 34,4 28,3 28,4 31,0 29,3 28,4 29,7 29,2 3,5 3,9 2,8 3,8 4,3 3,0 4,0 3,1 5,8 4,8 4,2 4,3 4,3 2,7 2,7 2,9 4,1 4,1 3,9 4,5 4,6 3,9 3,8 4,8 28,6 30,6 27,7 32,4 32,5 32,4 32,0 27,3 13,4 18,7 26,2 15,8 16,5 19,1 18,6 24,0 10,2 9,6 6,8 8,1 8,4 10,5 9,3 8,6 0,4 1,0 0,4 0,2 0,6 0,6 0,7 0,5	89,8 90,4 93,2 91,9 91,6 89,5 90,7 91,4 94,3 34,4 28,3 28,4 31,0 29,3 28,4 29,7 29,2 29,7 3,5 3,9 2,8 3,8 4,3 3,0 4,0 3,1 3,9 5,8 4,8 4,2 4,3 4,3 2,7 2,7 2,9 3,3 4,1 4,1 3,9 4,5 4,6 3,9 3,8 4,8 5,6 28,6 30,6 27,7 32,4 32,5 32,4 32,0 27,3 34,6 13,4 18,7 26,2 15,8 16,5 19,1 18,6 24,0 17,1 10,2 9,6 6,8 8,1 8,4 10,5 9,3 8,6 5,7 0,4 1,0 0,4 0,2 0,6 0,6 0,7 0,5 0,2

¹ Les apports des producteurs français sont calculés par déduction : devis – somme des financements identifiés.

Source: CNC.

²Nombre de films avec avance sur recettes avant ou après réalisation Source : CNC.

² Soutien automatique mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

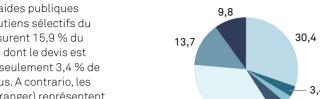
⁴ Apports en coproduction + préachats.

⁵ Salles + vidéo + étranger. Données mises à jour.

Un financement fortement corrélé au devis

La structure de financement des films d'initiative française est étroitement corrélée au montant total du devis. En 2015, les aides publiques (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) assurent 15,9 % du financement total des films dont le devis est inférieur à 4 M€ en 2015 et seulement 3,4 % de celui des films à 7 M€ ou plus. A contrario, les mandats (salles, vidéo et étranger) représentent 17,5 % du financement des films à 7 M€ ou plus et 9,0 % de celui des films à moins de 4 M€.

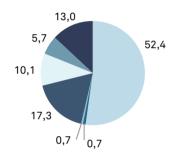
Financement des films d'initiative française selon le devis en 2015 (%)



35,5

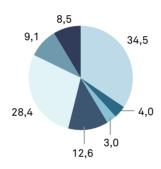
2015 (%)

devis <1M€

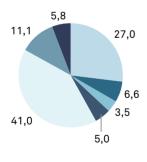


devis 1-4 M€

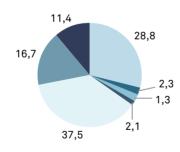
Financement des films d'initiative française en



devis 4-7 M€



devis≥7 M€









¹ Les apports des producteurs français sont calculés par déduction : devis – somme des financements identifiés.

94

Remarques méthodologiques

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films ayant obtenu l'agrément du CNC en 2015 (agrément des investissements ou agrément de production quand l'agrément des investissements n'est pas requis). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec les précautions d'usage, notamment au regard des obligations de production des chaînes.

Augmentation du nombre de films financés par les chaînes

En 2015, parmi les 300 films agréés, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) financent 191 films au total soit 63,7 % des films agréés, dont 168 d'initiative française (143 films au total dont 126 d'initiative française en 2014), soit 71,8 % des films d'initiative française agréés. 39 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2015 (19 en 2014), 42 films par deux chaînes (40 en 2014), 65 films par trois chaînes (48 en 2014), 21 films par quatre chaînes (17 en 2014) et un film par cinq chaînes (deux en 2014).

Les chaînes de télévision financent 191 films au total soit 63,7 % des films agréés.

Hausse des investissements des chaînes en clair

En 2015, parmi les 300 films agréés, les chaînes en clair (Arte, D8, France 2, France 3, France 4, France 5, HD1, M6, NT1, TF1, TMC et W9) financent 135 films au total dont 123 d'initiative française (104 films dont 93 d'initiative française en 2014), soit le plus haut niveau de la décennie. 95 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair (71 films en 2014), 26 films sont financés simultanément par deux diffuseurs en clair (21 films en 2014) et deux films par trois chaînes en clair (un film en 2014).

Les investissements des chaînes en clair dans la production cinématographique progressent de 39,5 % en 2015 à 157,9 M€, soit le plus haut niveau de la décennie, pour un nombre de films en hausse de 29,8 % (+31 films).

Leur intervention est largement supérieure à la moyenne constatée sur les dix dernières années (126,5 M€ investis par an en moyenne entre 2006 et 2015).

Les chaînes en clair financent 135 films au total.

Les interventions des chaînes en clair augmentent de 42,8 % sur les films d'initiative française (153,5 M€ en 2015, contre 107,5 M€ en 2014) et reculent de 22,1 % sur les coproductions minoritaires françaises (4.5 M€ en 2015, contre 5,7 M€ en 2014). Dans le même temps, le nombre de films d'initiative française préfinancés progresse de 32,3 % (123 films en 2015, contre 93 films en 2014), celui des coproductions minoritaires augmente de 9,1 % (12 films en 2015, contre 11 films en 2014). En 2015, six chaînes de la TNT gratuite investissent dans la production de 34 films pour 7,1 M€. Il s'agit de D8, France 4, HD1, NT1, TMC et W9. D8 est la chaîne la plus active. Elle préachète 12 films dont 11 d'initiative française pour 2.6 M€ (10 films, tous d'initiative française pour 2,4 M€ en 2014).

² Soutien automatique mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

⁴ Apports en coproduction + préachats

⁵ Salles + vidéo + étranger. Données mises à jour. Source : CNC.

Participation des chaînes en clair¹ au financement des films agréés en 2015

TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT ²	total
18	48	26	10	26	34	135
46,9	46,6	23,0	24,5	9,9	7,1	157,8
35,2	23,3	12,5	19,2	3,7	6,4	100,4
11,7	23,3	10,4	5,2	6,3	0,7	57,6
2,6	1,0	0,9	2,4	0,4	0,2	1,2
12,0	6,5	5,5	11,6	2,5	8,7	6,5
21,6	14,8	16,1	21,1	15,4	2,4	18,1
	18 46,9 35,2 11,7 2,6 12,0	18 48 46,9 46,6 35,2 23,3 11,7 23,3 2,6 1,0 12,0 6,5	18 48 26 46,9 46,6 23,0 35,2 23,3 12,5 11,7 23,3 10,4 2,6 1,0 0,9 12,0 6,5 5,5	18 48 26 10 46,9 46,6 23,0 24,5 35,2 23,3 12,5 19,2 11,7 23,3 10,4 5,2 2,6 1,0 0,9 2,4 12,0 6,5 5,5 11,6	18 48 26 10 26 46,9 46,6 23,0 24,5 9,9 35,2 23,3 12,5 19,2 3,7 11,7 23,3 10,4 5,2 6,3 2,6 1,0 0,9 2,4 0,4 12,0 6,5 5,5 11,6 2,5	18 48 26 10 26 34 46,9 46,6 23,0 24,5 9,9 7,1 35,2 23,3 12,5 19,2 3,7 6,4 11,7 23,3 10,4 5,2 6,3 0,7 2,6 1,0 0,9 2,4 0,4 0,2 12,0 6,5 5,5 11,6 2,5 8,7

¹²⁶ films sont financés simultanément par deux chaînes en clair et deux films par trois chaînes en clair.

Participation des chaînes en clair¹

	nombre de films	dont FIF²	coproductions (M€)	préachats (M€)	total des apports (M€)	apport moyen par film (M€)	devis moyen des films concernés (M€)	% du devis des films concernés
2006	84	75	30,4	71,5	101,9	1,2	9,2	13,1
2007	104	97	40,0	85,0	124,9	1,2	8,1	14,9
2008	99	92	41,6	102,6	144,2	1,5	10,7	13,6
2009	87	77	36,9	74,4	111,4	1,3	8,3	15,5
2010	122	103	44,5	91,6	136,1	1,1	8,3	13,5
2011	125	115	48,5	96,9	145,4	1,2	8,1	14,4
2012	111	96	48,0	79,9	127,9	1,2	8,6	13,4
2013	100	88	36,0	65,6	101,5	1,0	8,0	12,7
2014	104	93	42,1	71,1	113,2	1,1	6,7	16,3
2015	135	123	57,6	100,4	157,9	1,2	6,5	18,1
évol. 15/14	+29,8%	+32,3%	+36,8%	+41,1%	+39,5%	+7,5%	-3,3%	+1,8pt

¹ Chaînes en clair dont les investissements sont recensés: Arte, D8, France 2, France 3, France 5, France 0, Gulli, HD1, M6, NRJ12, NT1, TF1, TMC, W9. ² Films d'initiative française.

Source: CNC.

Les investissements des chaînes en clair progresse de 39,5 % en 2015 à 157,9 M€, le plus haut niveau de la décennie, pour un nombre de films en hausse de 29,8 % (+31 films).

Remarque méthodologique

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

Augmentation des investissements des chaînes payantes

En 2015, parmi les 300 films agréés, les chaînes payantes (Canal+, Ciné+, OCS et TV5 Monde) préachètent 168 films au total, soit 56,0 % des films agréés, dont 152 d'initiative française, soit 65,0 % des films d'initiative française (136 films dont 122 d'initiative française en 2014). 53 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2015 (40 films

en 2014), 96 films de deux chaînes payantes (81 films en 2014), trois films de trois chaînes payantes (un en 2014).

Le volume global d'investissement des chaînes payantes augmente de 23,5 % à 220,0 M€ en 2015, pour un nombre de films préachetés en hausse de 23,5 % (+32 films). Le niveau de financement des chaînes payantes progresse sur les films d'initiative française (+23,8 % par rapport à 2014 à 209,5 M€ en 2015). Il atteint 10,6 M€ sur les films minoritaires français (+17,2 % par rapport à 2014).

Les chaînes payantes préachètent 168 films au total, soit 56,0 % des films agréés.

Participation des chaînes payantes au financement des films agréés en 2015¹

	Canal+	Ciné+	ocs	autres chaînes payantes²	total
films	128	114	37	4	168
dont FIF ³	113	100	37	4	152
préachats (M€)	178,7	20,2	20,9	0,2	220,0
préachat moyen par film (M€)	1,4	0,2	0,6	0,0	1,3
devis moyen des films concernés (M€)	7,1	6,9	5,0	2,7	3,8
% du devis des films	19,7	2,6	11,3	1,6	34,9

¹96 films sont financés simultanément par deux chaînes payantes, trois films par trois chaînes payantes.

Source: CNC.

Participation des chaînes payantes¹

films	dont FIF ²	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)	devis moyen des films concernés (M€)	% du devis des films concernés
139	122	161,5	1,2	7,2	16,1
157	139	194,5	1,2	6,7	18,4
174	151	218,0	1,3	7,4	17,0
162	143	203,9	1,3	6,0	20,9
186	161	253,7	1,4	6,9	19,8
163	141	234,7	1,4	7,3	19,7
155	134	231,7	1,5	7,4	20,3
142	128	190,2	1,3	7,2	18,7
136	122	178,2	1,3	6,1	21,6
168	152	220,0	1,3	3,8	34,9
+23,5%	+24,6%	+23,5%	-0,0%	-38,1%	+13,3pts
	139 157 174 162 186 163 155 142 136	139 122 157 139 174 151 162 143 186 161 163 141 155 134 142 128 136 122 168 152	139 122 161,5 157 139 194,5 174 151 218,0 162 143 203,9 186 161 253,7 163 141 234,7 155 134 231,7 142 128 190,2 136 122 178,2 168 152 220,0	films dont FIF2 (M€) par film (M€) 139 122 161,5 1,2 157 139 194,5 1,2 174 151 218,0 1,3 162 143 203,9 1,3 186 161 253,7 1,4 163 141 234,7 1,4 155 134 231,7 1,5 142 128 190,2 1,3 136 122 178,2 1,3 168 152 220,0 1,3	films dont FIF2 (M€) par film (M€) films concernés (M€) 139 122 161,5 1,2 7,2 157 139 194,5 1,2 6,7 174 151 218,0 1,3 7,4 162 143 203,9 1,3 6,0 186 161 253,7 1,4 6,9 163 141 234,7 1,4 7,3 155 134 231,7 1,5 7,4 142 128 190,2 1,3 7,2 136 122 178,2 1,3 6,1 168 152 220,0 1,3 3,8

¹ Chaînes payantes dont les investissements sont recensés: 13 ème Rue, Canal+, Canal J, Ciné+, OCS, TPS et TV5.

Source: CNC.

² Six chaînes de la TNT gratuite investissent en 2015 : D8, France 4, HD1, NT1, TMC et W9. Source : CNC.

² En 2015, TV5 investit dans la production cinématographique.

³ Films d'initiative française.

² Films d'initiative française.

Les films sans financement de chaîne de télévision

En 2015. 66 films d'initiative française (77 en 2014) ne bénéficient d'aucun financement d'une chaîne de télévision, soit 28.2 % des films d'initiative française agréés (37.9 % en 2014). En 2015, la quasi-totalité des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision présentent des devis inférieurs à 2 M€ et 72,7 % affichent un devis inférieur à 1 M€ (75,3 % en 2014). Avec un devis à 8,9 M€, l'Araignée rouge de Frank Florino est le seul film à plus de 7 M€ à ne pas être financé par une chaîne de télévision. Le devis moyen des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision s'établit à 0,8 M€ (0,9 M€ en 2014), contre 4,4 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française (3,9 M€ en 2014).

La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française s'établit à 36 jours.

Remarque méthodologique

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

6 847 jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française

Le nombre cumulé des jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 6 847 jours, soit +19,7 % par rapport à 2014 pour 26 films de plus (+16,0 %). La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française s'établit à 36 jours (35 jours en 2014). Le nombre de jours de tournage sur le territoire français s'élève à 4731 jours en 2015 (+9,8 %), contre 4309 jours en 2014. Cette augmentation concerne uniquement les tournages en décors naturels (+478 jours, soit +11,7 %). Les tournages en studio reculent de 106 jours (-36,9 %).

Nombre de jours de tournage selon le lieu

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
jours de tournage en France	4500	4865	4996	4418	4959	5002	4 243	4602	4359	4731
dont:										
extérieur en France	4100	4584	4500	4200	4657	4693	3979	4229	4072	4550
studios en France	400	281	496	218	302	309	264	373	287	181
jours de tournage à l'étranger	1 235	1761	1 639	1 474	1962	1877	1821	1 497	1359	2116
total	5735	6626	6635	5892	6921	6879	6064	6099	5718	6847

Source: CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr:

- les séries statistiques sur
la production cinématographique

- l'étude la production
cinématographique en 2015

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. 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. Seuls 2,4 % des films ayant reçu l'agrément de production en 2015 ont obtenu un agrément des investissements préalable la même année, 42,5 % d'entre eux l'ont reçu en 2014, 45,5 % en 2013 et 9,6 % entre 2010 et 2012.

Recul des dépenses en 2015

En 2015, 188 films d'initiative française (tous genres confondus) ont obtenu un agrément de production (202 films en 2014, soit -6,9 %), pour un volume de dépenses atteignant 836,9 M€, soit une baisse de 18,2 % par rapport à 2014.

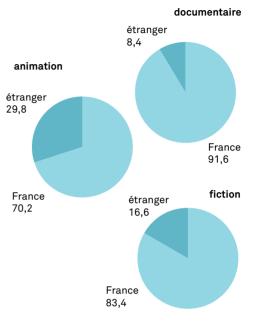
Baisse des dépenses réalisées à l'étranger

En 2015, 146,3 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genre confondus, soit une baisse de 37,2 % par rapport à 2014. 119 films réalisent des dépenses à l'étranger en 2015 (132 films en 2014). La fiction et l'animation concentrent respectivement 86,8 % et 12,6 % des dépenses totales réalisées hors de France (91.5 % et 4.8 % en 2014).

Parmi les 157 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2015, 101 films font l'objet de dépenses à l'étranger. Le volume total des dépenses hors de France des films de fiction diminue de 40,5 % en 2015, à 127,0 M€. En 2015, seuls sept films de fictions effectuent ainsi plus de 5 M€ de dépenses hors de l'hexagone alors qu'ils étaient 13 en 2014.

15 des 28 documentaires d'initiative française agréés en 2015 enregistrent des dépenses à l'étranger (19 en 2014). En valeur, les dépenses extranationales diminuent de 9,7 % par rapport à 2014, à 0,84 M€ en 2015. Il s'agit du contrecoup de la présence d'*Amazonia* (tourné au Brésil) parmi les documentaires agréés en 2014.

Dépenses de production en 2015 (%)



Source: CNC

492,0 M€ de crédit d'impôt cinéma en dix ans

Sur l'ensemble de la période 2006-2015, 1080 films sont bénéficiaires du crédit d'impôt cinéma. Le montant total de crédit d'impôt alloué à ces films s'élève à 492,0 M€. 104 films agréés en 2015 sont bénéficiaires du crédit d'impôt, pour un montant total de 56,5 M€ soit 543,2 K€ en moyenne par film. L'ensemble des dépenses éligibles réalisées en France de ces films atteignent 241,8 M€ en 2015.

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2015 : 4,9 M€

En 2015, les principaux postes de coût sont relativement stables par rapport à 2014. Les dépenses de rémunération composent toujours plus de la moitié du coût moyen d'un film (60,0 % en 2015, 57,9 % en 2014). La part des dépenses de tournage représente 28,4 % des coûts de production des films de fiction en 2015 (30,6 % en 2014) et celle des dépenses techniques 11,6 % (11,5 % en 2014).

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2015: 353,6 K€

28 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2015, soit trois films de moins qu'en 2014. Le coût total de ces films s'élève à 9,9 M€, soit une diminution de 72,5 % par rapport à 2014. Cette baisse s'explique par la présence, en 2014, du documentaire *Amazonia*, au coût exceptionnellement élevé de 12,7 M€. En 2015, les postes liés aux rémunérations captent 52,6 % des dépenses. Les dépenses de tournage constituent la deuxième catégorie de coûts, avec 24,9 % des dépenses totales du genre, devant les dépenses techniques à 22.5 % du total en 2015.

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2015 : 20.7 M€

Entre 2006 et 2015, 54 films d'animation d'initiative française ont reçu un agrément de production. Les dépenses totales de production de ces films s'élèvent à 616,5 M€. Les moyens techniques sont le premier poste de dépenses (26,4 % du coût total). Ils sont suivis par le personnel (26,0 %). Viennent ensuite les frais divers (11,9 %). L'interprétation (voix des personnages) s'élève à 12,4 M€ et représente 2,0 % des coûts totaux de production du genre sur la période 2006-2015.

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

	rémunérations	technique	tournage	total
2006	389,0	94,8	188,2	672,0
2007	361,1	91,5	183,4	636,0
2008	459,1	120,1	260,9	840,0
2009	469,0	110,4	253,7	833,0
2010	528,0	126,9	285,8	940,7
2011	371,7	76,1	189,6	637,4
2012	547,6	114,4	272,7	934,7
2013	534,5	103,3	275,0	912,8
2014	535,3	105,9	283,3	924,5
2015	459,1	89,0	216,9	765,0
structure 2015	60,0%	11,6%	28,4%	100,0%
évol. 15/14	-14,2%	-15,9%	-23,5%	-17,3%

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

Le court métrage

Durée moyenne des courts métrages: 20 minutes

En 2014, 271 films français de court métrage ayant obtenu un visa d'exploitation en salles sont candidats au prix de qualité (204 films en 2013) et 90 films sont aidés en production (87 films en 2013). En 2014, 70,9 % sont des fictions (74,9 % en 2013). La durée moyenne d'un court métrage s'élève à 20,5 minutes en 2014 (21,0 minutes en 2013). Les films d'animation présentent une durée moyenne plus réduite à 8,5 minutes en 2014. En moyenne, le tournage d'un film de court métrage dure 29 jours en 2014 (comme en 2013).

Coût moyen de production d'un court métrage : 84.4 K€

Les films de court métrage produits en 2014 présentent un coût moyen définitif de 84,4 K (-2,3 % par rapport à 2013). 65,9 % des courts métrages affichent un coût inférieur à 100 K (61,2 % en 2013). En moyenne, un court métrage documentaire produit en 2014 coûte 57,8 K et un film expérimental 63,6 K . La production des films d'animation est en moyenne plus coûteuse que les autres genres à 118,3 K en 2014.

Les aides du CNC constituent la première source de financement des films de court métrage avec 25,6 % des financements en 2014. Les aides des collectivités territoriales financent 18,1 % des coûts de production. Parallèlement, les chaînes de télévision apportent en moyenne 9,1 % des investissements en 2014. La plus grande part des financements privés est couverte par les apports propres des producteurs avec 25,4 % en 2014. 9,5 % des financements sont assurés par des apports étrangers en 2014.

Courts métrages produits¹

	2011	2012	2013	2014
nombre de films	391	397	291	361
coût moyen (K€)	76,1	73,2	86,4	84,4

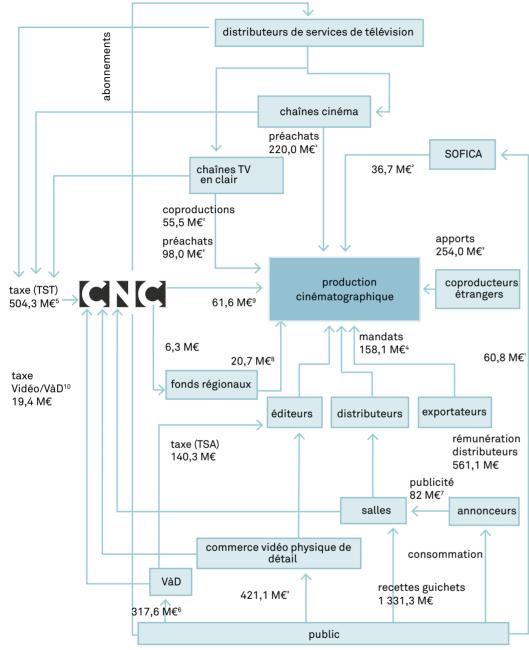
¹ Année de référence : année d'obtention du visa d'exploitation en salles. Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr:

– les séries statistiques sur
le court métrage

– l'étude le court métrage
en 2014

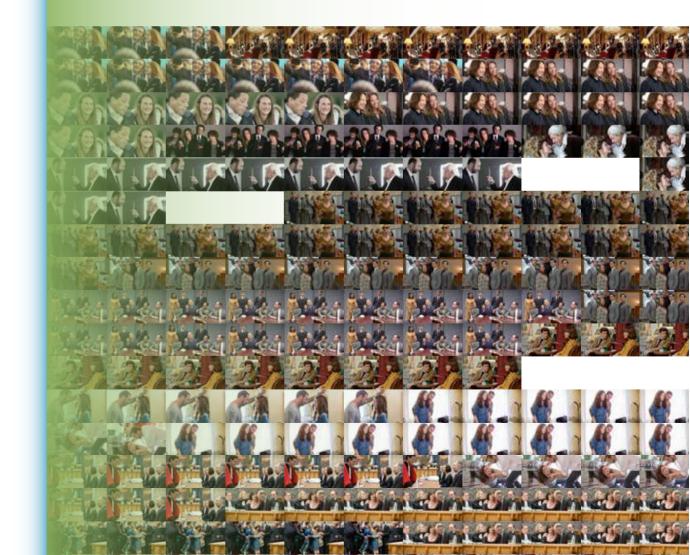
Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2015 (M€)



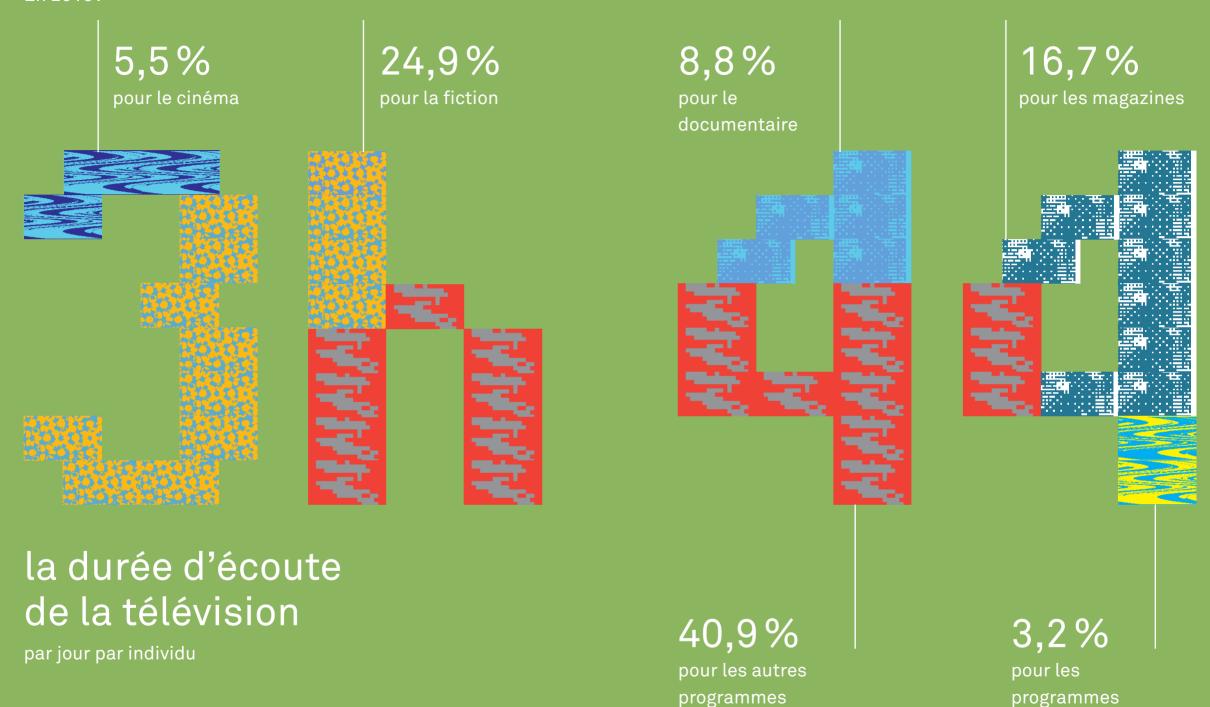
- ¹ Collecte 2013 correspondant aux investissements réalisés en 2014 et janvier 2015 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.
- ² Investissements réalisés dans des films agréés en 2014.
- ³ Ventes au détail d'œuvres cinématographiques (TTC).
- ⁴ Mandats pour la distribution en salles et l'édition en vidéo (en France et/ou à l'étranger).
- ⁵ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et distributeurs de services de télévision.
- ⁶ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en vidéo à la demande sur les plates-formes généralistes.
- ⁷ Recettes publicitaires nettes après remises.
- ⁸ Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2014.
- $^{\rm g}$ Ensemble des aides selectives du CNC et soutien automatique majoré.
- $^{\rm 10}\,\text{Taxe}$ sur le chiffre d'affaires final de vidéo et vidéo à la demande, toutes œuvres confondues.

Sources: Agréments des investissements délivrés par le CNC.; Le Marché Publicitaire Français en 2014 – IREP; Recettes du CNC exécutées 2014.; Déclarations de recettes des salles au CNC; Baromètre vidéo CNC-GfK; Baromètre VàD GfK-NPA Conseil; SEVN

3. AUDIOVISUEL



En 2015:



jeunesse

3.1 L'audience de la télévision

La durée d'écoute de la télévision en France augmente de 1,4 % à 3h44 par jour en 2015

En 2015, la durée d'écoute de la télévision chez les individus âgés de 4 ans et plus s'établit à 3h44 par jour en moyenne selon Médiamétrie. Elle augmente de 3 minutes (+1,4 %) par rapport à 2014. La durée d'écoute de la télévision intègre la consommation sur le téléviseur en direct, en différé via un enregistrement personnel (depuis 2011) et sur les services de télévision de rattrapage (depuis 2014). La consommation sur les autres écrans (ordinateur, téléphone, tablette, etc.) n'est pas incluse. Par tranche d'âge, la durée d'écoute de la télévision est en baisse de 2 minutes (-1.7 %) à 1h56 chez les 4-14 ans et d'une minute (-0,5 %) à 3h02 chez les 15-49 ans alors qu'elle progresse de 5 minutes (+1,7 %) à 5h07 chez les 50 ans et plus. À titre de comparaison, la durée d'écoute quotidienne de la télévision s'établit en moyenne à 3h14 dans le monde en 2015 (-3 minutes par rapport à 2014). En Europe, la durée d'écoute quotidienne de la télévision s'établit notamment à 3h37 au Royaume-Uni (-4 minutes), à 3h43 en Allemagne (+2 minutes), à 3h57 en Espagne (-2 minutes) et à 4h14 en Italie (-8 minutes).

5,9 % des 15 ans et plus regardent quotidiennement la télévision sur un ordinateur, un téléphone mobile ou une tablette

Le téléviseur demeure le support principal de consommation de la télévision. Les autres supports d'écoute (ordinateur, téléphone, tablette, etc.) et modes de consommation des programmes (dont la télévision de rattrapage) se développent et constituent une consommation complémentaire à l'usage traditionnel. 81,5 % des 15 ans et plus (-0,8 point en un an) regardent quotidiennement la télévision en direct ou en différé (y compris sur les services de télévision de rattrapage) sur un téléviseur selon l'étude Global TV de Médiamétrie (octobredécembre 2015).

En parallèle, 5,9 % des 15 ans et plus (+0,5 point) regardent quotidiennement la télévision en direct ou en différé (y compris sur les services de télévision de rattrapage) sur un autre écran (ordinateur, téléphone mobile, tablette). Au total, 3,0 millions d'individus regardent quotidiennement la télévision en direct ou en différé sur un autre écran que le téléviseur (+9 % en un an) dont 1,8 million sur un ordinateur (stable), 0,9 million sur une tablette (+36 %) et 0,6 million sur un téléphone mobile (+30 %). La consommation de la télévision sur un autre écran que le téléviseur représente 2,4 % de la durée d'écoute totale de la télévision pour les 15 ans et plus et 11,9 % pour les 15-24 ans.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France

année	durée d'écoute
2006	3h24
2007	3h27
2008	3h24
2009	3h25
2010	3h32
20111	3h47
2012	3h50
2013	3h46
2014²	3h41
2015	3h44

¹ À partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.

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

² À partir du 29 septembre 2014, la mesure d'audience intègre la consommation en différé sur le téléviseur via un service de télévision de rettreporte

Remarques méthodologiques

Répartition des chaînes nationales par groupe : Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 5, France 4, France Ô

Groupe TF1: TF1, TMC, NT1, HD1

Groupe M6: M6, W9, 6ter

Groupe Canal+: Canal+, D8, iTELE, D17

Groupe NRJ: NRJ12, Chérie 25

Groupe NextradioTV: BFMTV, RMC Découverte.

En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques est passée de 86,1 % à 63,0 %

En 2015, la part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) est en baisse de 1,3 point par rapport à 2014 à 63,0 % et celle des chaînes thématiques diminue de 0,8 point à 9,9 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD est en hausse de 2,2 points à 26,7 % dont +0,5 point à 21,2 % pour les chaînes TNT (D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, BFMTV, iTELE, D17, Gulli, France Ô) et +1,7 point à 5,5 % pour les chaînes TNT HD (HD1, l'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25). En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 23,1 points.

En 2015, cinq chaînes nationales présentent une part d'audience en baisse par rapport à 2014. TF1 (-1,5 point à 21,4 %) enregistre le plus fort recul. France 3 (9,2 %), M6 (9,9 %) et Gulli (1,6 %) perdent 0,2 point chacune. La part d'audience de NRJ12 (1,8 %) est en baisse de 0,1 point. TF1 et France 3 présentent ainsi leur plus faible performance annuelle depuis la création du Médiamat. M6 enregistre sa plus faible part d'audience depuis 1991, Gulli depuis 2008 et NRJ12 depuis 2009. Les parts d'audience de Canal+ (2,6 %), W9 (2,6 %), TMC (3,1 %) et D17 (1,2 %) sont stables. Quinze chaînes présentent une hausse de leur part d'audience. 6ter (1,1 %)

et Chérie 25 (0,7 %) enregistrent les plus fortes progressions (+0,4 point chacune). HD1 (1,2 %) et RMC Découverte (1,3 %) gagnent 0,3 point chacune. Six chaînes sont en croissance de 0,2 point: France 2 (14,3 %), France 5 (3,4 %), Arte (2,2 %), NT1 (2,0 %), BFMTV (2,2 %) et l'Equipe 21 (0,6 %). D8 (3,4 %), France 4 (1,7 %), iTELE (1,0 %), France Ô (0,6 %) et Numéro 23 (0,6 %) gagnent 0,1 point chacune. Arte, D8, BFMTV, iTELE, France Ô et les six chaînes TNT HD enregistrent ainsi leur meilleure performance historique. La part d'audience de France 2 progresse pour la deuxième année consécutive.

La part d'audience des chaînes TNT/TNT HD s'élève à 26,7 % en 2015.

En 2015. TF1 est la première chaîne nationale devant France 2, M6, France 3, France 5, D8, TMC, Canal+, W9, Arte, BFMTV, NT1, NRJ12, France 4, Gulli, RMC Découverte, D17, HD1, 6ter, iTELE, Chérie 25, France Ô, l'Equipe 21 et Numéro 23. En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, le groupe France Télévisions (+0,4 point à 29,2 %) est le premier groupe audiovisuel français en 2015 devant le groupe TF1 (-1,0 point à 27,7 %), le groupe M6 (+0,2 point à 13,6 %), le groupe Canal+ (+0,2 point à 8,2 %), le groupe NextradioTV (+0,5 point à 3,5 %) et le groupe NRJ (+0,3 point à 2,5 %). La part d'audience des chaînes nationales privées est en hausse de 0,3 point à 58,3 % en 2015. La part d'audience des chaînes nationales publiques augmente de 0,6 point à 31,4 %. Les chaînes gratuites composent 87,5 % de l'audience de la télévision (+0,8 point), contre 12.5 % pour les chaînes pavantes (Canal+inclus).

Part d'audience nationale des chaînes (%)

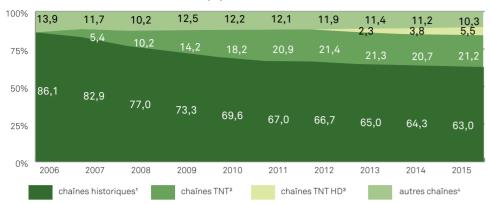
	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes nationales¹	88,4	88,9	89,2	89,3	90,1
TF1	23,7	22,7	22,8	22,9	21,4
France 2	14,9	14,9	14,0	14,1	14,3
France 3	9,7	9,7	9,5	9,4	9,2
Canal+	3,1	2,9	2,8	2,6	2,6
France 5	3,3	3,5	3,3	3,2	3,4
M6	10,8	11,2	10,6	10,1	9,9
Arte	1,5	1,8	2,0	2,0	2,2
D8	2,3	2,3	3,2	3,3	3,4
W9	3,4	3,2	2,9	2,6	2,6
TMC	3,5	3,6	3,4	3,1	3,1
NT1	1,9	2,1	2,1	1,8	2,0
NRJ12	2,3	2,4	2,2	1,9	1,8
France 4	2,0	2,1	1,8	1,6	1,7
BFMTV	1,4	1,8	1,9	2,0	2,2
iTELE	0,8	0,8	0,8	0,9	1,0
D17	1,2	1,2	1,3	1,2	1,2
Gulli	2,1	1,9	1,7	1,8	1,6
France Ô	nd	nd	nd	0,5	0,6
HD1	-	-	0,6	0,9	1,2
L'Equipe 21	-	=	0,2	0,4	0,6
6ter	-	-	0,5	0,7	1,1
Numéro 23	-	=	0,3	0,5	0,6
RMC Découverte	-	-	0,5	1,0	1,3
Chérie 25	=	-	0,2	0,3	0,7
autres chaînes²	11,6	11,1	10,8	10,7	9,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹Y 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 nationale des chaînes (%)



¹TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.

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

Le cinéma et la fiction télévisuelle sont surconsommés à la télévision

En 2015, la fiction télévisuelle constitue le premier genre de programmes proposés sur les chaînes nationales gratuites (24,6 % de l'offre en volume horaire) devant les magazines (16,4 %) et les documentaires (15,9 %). En termes de consommation, la fiction télévisuelle (24.9 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus) et les magazines (16,7 %) sont également en tête. La troisième position est occupée par les journaux d'information (10,6 %) alors qu'ils représentent seulement 2,3 % de l'offre totale de programmes (hors chaînes d'information en continu). Le cinéma est également surconsommé à la télévision (5,5 % de la consommation pour 3,8 % de l'offre). Les programmes jeunesse (animation et autres programmes) et les documentaires apparaissent proportionnellement moins consommés par rapport à leur poids dans l'offre. Les documentaires composent 15,9 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites et 8,8 % de la durée d'écoute des téléspectateurs. Les programmes jeunesse représentent 3,2 % de la consommation pour 8,1 % de l'offre. Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 52,4 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales gratuites et 42,4 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2015.

Les programmes de stock constituent 52,4 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales gratuites et 42,4 % de la consommation.

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2015 (%)¹

	offre	consommation
films	3,8	5,5
fictions télévisuelles	24,6	24,9
jeux	4,7	9,9
variétés	7,6	3,9
journaux télévisés	2,3	10,6
magazines	16,4	16,7
documentaires	15,9	8,8
sport	1,5	3,1
émissions jeunesse	8,1	3,2
publicité	9,6	10,3
autres	5,5	3,2
total	100,0	100,0

¹ Sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23 et RMC Découverte).

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

Remarques méthodologiques

Mediamat'Thématik est la mesure d'audience de la télévision auprès des personnes recevant une offre de chaînes via le câble, le satellite et l'ADSL, que ces personnes soient abonnées ou non à des chaînes payantes. Elle remplace, depuis mars 2010, l'étude MediaCabSat, qui mesurait l'audience de la télévision dans les foyers abonnés au câble ou à CanalSat (par satellite et ADSL). 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.

20,8 % de la population est abonnée à des chaînes thématiques payantes

En février 2016, le nombre d'individus vivant dans un foyer abonné à une offre payante par le câble, le satellite ou l'ADSL diminue de 4,2 % par rapport à février 2015 à 12,1 millions dont 9.2 millions par CanalSat (-1.7 %) et 3.1 millions par le câble (-9,4 %). 20,8 % de la population âgée de 4 ans et plus est ainsi abonnée à des chaînes thématiques payantes (-0,6 point). Parallèlement, Médiamétrie dénombre 28,5 millions de personnes recevant la télévision par ADSL (-3,7 %). La durée d'écoute de la télévision des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie est moins élevée que celle de l'ensemble des Français équipés d'un téléviseur. Elle s'établit à 3h40, contre 3h54 pour l'ensemble des équipés TV, sur la période allant de septembre 2015 à février 2016. Parmi les abonnés au câble ou à CanalSat, la part d'audience des chaînes nationales historiques

s'établit à 57,5 % (-0,1 point en un an), contre 24,1 % pour les chaînes thématiques (-2,1 points), 17,5 % pour les chaînes TNT/TNT HD (+2,3 points) et 0,9 % pour les autres chaînes (-0,1 point). La part d'audience des chaînes thématiques atteint, sur la dernière période de mesure, son plus bas niveau. 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 historiques s'établit à 60,4 % (-1,3 point), contre 26,4 % pour les chaînes TNT/TNT HD (+3,0 points), 12,6 % pour les chaînes thématiques (-1,2 point) et 0,6 % pour les autres chaînes (-0.5 point).

La part d'audience des chaînes thématiques atteint son plus bas niveau (24,1 % parmi les abonnés à une offre payante).

Parmi les 94 chaînes thématiques étudiées par Mediamat'Thématik, Disney Channel et TV Breizh se partagent la place de première chaîne en part d'audience (0,6 % chacune sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant Canal+ Sport, Paris Première et Téva (0,5 % chacune) sur la période allant de septembre 2015 à février 2016. En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les six chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 0,8 %, contre 0,2 % pour TCM Cinéma et 0,1 % pour Paramount Channel.

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

	chaînes nationales historiques	autres chaînes¹	dont chaînes thématiques	total
sept. 2006-fév. 2007	63,4	36,6	30,3	100,0
sept. 2007-fév. 2008	62,5	37,5	29,1	100,0
sept. 2008-fév. 2009	60,6	39,4	29,9	100,0
sept. 2009-fév. 2010	61,0	39,0	28,6	100,0
sept. 2010-fév. 2011	61,2	38,8	27,2	100,0
sept. 2011-fév. 2012	59,2	40,8	28,7	100,0
sept. 2012-fév. 2013	59,1	40,9	27,5	100,0
sept. 2013-fév. 2014	58,4	41,6	26,3	100,0
sept. 2014-fév. 2015	57,6	42,4	26,2	100,0
sept. 2015-fév. 2016	57,5	42,5	24,1	100,0

¹ Chaînes thématiques, TNT, locales, régionales et étrangères.

² D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, BFMTV, iTELE, D17, Gulli, France Ô.

³ HD1, l'Equipe 21, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25.

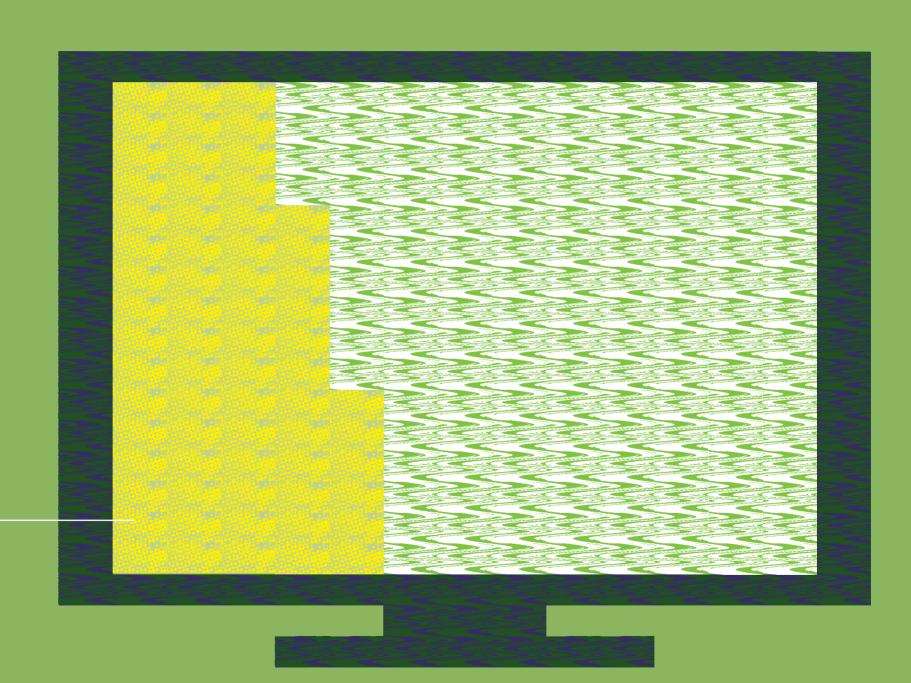
⁴ Y compris chaînes TNT en 2006.

Lecture: en 2015, les journaux télévisés représentent 2,3 % de l'offre des chaînes nationales gratuites en volume horaire et 10,6 % du temps d'écoute des téléspectateurs sur ces chaînes.

Source: Médiamétrie-MédiaCabSat jusqu'en février 2010 puis Médiamat Thématik à partir de mars 2010, individus de 4 ans et plus abonnés à une offre payante.

En 2015: 2 562 films différents diffusés à la télévision

(+44 films par rapport à 2014)



dont 844 films inédits soit 32,9 % des films diffusés (+26 films)

3.2 Les films à la télévision

L'offre de cinéma à la télévision

Remarque méthodologique

Les résultats sont issus d'une base de données commune au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes nationales privées gratuites (TF1, M6 et les chaînes privées de la TNT gratuite) et sur Canal+ (chaîne historique, hors Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé).

Légère progression de l'offre de films à la télévision

En 2015, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) progresse à 2562 œuvres cinématographiques différentes diffusées (+44 titres par rapport à 2014). 85,6 % de ces films sont programmés par les chaînes nationales gratuites qui diffusent 2192 œuvres, soit 33 films de plus qu'en 2014. Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 909 films différents en 2015 (-49 titres par rapport à 2014) et les chaînes nationales privées gratuites (TF1, M6 et les chaînes privées gratuites de la TNT) 1336 films (+89 titres par rapport à 2014).

32,9 % des films diffusés à la télévision sont inédits.

26 films inédits de plus à la télévision en 2015

Au total, 32,9 % des films diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (32,5 % en 2014). Toutes chaînes confondues, la part de films inédits français s'élève à 43,6 %. En 2015, les films américains représentent 29,6 % de l'offre de films inédits à la télévision.

La part de films inédits, c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair, atteint 33,6 % sur les chaînes nationales publiques.

Seulement 14,1 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (189 films en 2015). Cette part réduite est due aux chaînes de la TNT privée gratuite qui diffusent seulement 10,5 % de films inédits. Elles programment une majorité de films de catalogue. Sur ces chaînes, un film est programmé en clair, en moyenne, pour la septième fois en 2015 (sixième fois en 2014). Canal+ programme 350 films inédits en 2015, soit 92,1 % de son offre (90,4 % en 2014).

Nombre de films diffusés à la télévision

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	20121	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
France 2	152	163	143	181	169	161	141	150	153	129	-15,7
France 3	230	242	244	242	241	229	224	196	181	186	+2,8
France 4	81	99	114	124	117	125	147	138	149	149	0,0
France 5	4	0	5	9	11	12	3	3	6	2	-66,7
France Ô ²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	50	50	50	+0,0
France Télévisions³	463	503	503	543	526	518	501	515	524	510	-2,7
Arte	318	316	353	330	376	384	378	429	425	399	-6,1
LCP-AN	3	1	9	8	9	9	9	15	15	10	-33,3
<u>chaînes nationales</u> <u>publiques</u> ⁴	782	814	859	876	907	905	885	950	958	909	-5,1
6ter	-			-	-	-	13	125	120	110	-8,3
Chérie 25	-	=	=	=	-	-	3	41	46	139	+202,2
D8	95	112	127	129	125	123	135	154	159	157	-1,3
D17	0	1	39	39	63	110	52	51	52	51	-1,9
L'Equipe 21	-	=	-	=	-	-	0	3	15	11	-26,7
Gulli	0	8	21	49	50	64	79	99	100	102	+2,0
HD1	-	-	-	-	-	-	12	141	129	110	-14,7
NRJ12	0	52	142	155	142	138	149	97	77	119	+54,5
NT1	121	132	142	157	155	153	168	151	145	127	-12,4
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	92	137	153	+11,7
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	1	1	1	0,0
TMC	115	123	137	160	148	153	156	153	128	138	+7,8
W9	76	90	99	99	134	128	143	131	126	121	-4,0
TNT privée gratuite³	397	477	630	718	736	<i>7</i> 96	818	1061	1077	1 157	+7,4
TF1	181	190	175	185	145	138	133	142	131	133	+1,5
M6	141	147	137	123	134	103	103	104	128	115	-10,2
<u>chaînes nationales</u> privées gratuites ⁵	699	777	905	991	957	979	992	1220	1247	1336	+7,1
<u>chaînes nationales</u> gratuites ⁶	1465	1 580	1734	1831	1827	1840	1837	2 130	2 159	2192	+1,5
Canal+	462	454	438	406	375	367	371	378	365	380	+4,1
total ³	1922	2029	2161	2230	2190	2 204	2 200	2 495	2518	2562	+1,7

 $^{^1\,\}text{D\'ebut}\,\text{de la diffusion sur les 6 nouvelles cha \^nes gratuites haute d\'efinition de la TNT le 12 \,\text{d\'ecembre 2012}.$

Note: Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source: CNC-CSA.

Nombre de diffusions des films à la télévision

											٤١
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	20121	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
France 2	153	164	144	181	171	161	141	150	153	129	-15,7
France 3	230	243	244	243	241	231	224	198	181	189	+4,4
France 4	141	192	237	234	192	215	237	230	244	241	-1,2
France 5	4	0	7	11	11	16	4	4	8	4	-50,0
France Ô²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	104	104	104	0,0
France Télévisions	528	599	63 <i>2</i>	669	615	623	606	686	690	667	-3,3
Arte	587	662	911	822	839	800	743	801	878	831	-5,4
LCP-AN	7	1	32	35	42	45	43	65	55	46	-16,4
<u>chaînes nationales</u> <u>publiques</u> ³	1122	1262	1575	1526	1 496	1468	1392	1552	1623	1544	-4,9
6ter	-	-	-	-	-	-	15	191	184	187	+1,6
Chérie 25	=	=	-	=	-	-	5	71	80	215	+168,8
D8	174	213	226	242	225	213	208	219	224	221	-1,3
D17	0	2	102	104	112	170	88	102	104	102	-1,9
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	10	31	17	-45,2
Gulli	0	10	33	73	103	140	186	233	196	196	0,0
HD1	-	-	-	-	-	-	17	239	213	194	-8,9
NRJ12	0	104	251	244	229	204	219	164	150	203	+35,3
NT1	151	192	188	192	200	202	201	204	194	192	-1,0
Numéro 23	=	=	-	=	=	=	0	179	221	233	+5,4
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	1	1	1	0,0
TMC	197	197	202	206	206	210	206	201	199	203	+2,0
W9	104	104	104	104	191	192	191	191	191	190	-0,5
TNT privée gratuite	626	822	1 106	1165	1266	1331	1336	2005	1988	2154	+8,4
TF1	183	190	175	188	145	138	135	148	153	160	+4,6
M6	141	148	137	125	137	103	103	106	133	131	-1,5
chaînes nationales privées gratuites ⁴	950	1160	1418	1478	1548	1572	1574	2259	2274	2 4 4 5	+7,5
<u>chaînes nationales</u> gratuites ⁵	2072	2 4 2 2	2993	3004	3 044	3040	2966	3811	3897	3 989	+2,4
Canal+	2079	2084	1947	1902	1824	1840	1929	1936	1883	1876	-0,4
total	4151	4506	4940	4906	4868	4880	4895	5747	5780	5 8 6 5	+1,5

¹ Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.

Un film est diffusé 2,3 fois en moyenne

L'ensemble des chaînes programme 2 562 films différents qui donnent lieu à 5 865 diffusions. Depuis 2012,TF1 et M6 pratiquent la multidiffusion principalement la nuit. La fréquence de rediffusion demeure globalement stable. Un film est diffusé en moyenne 2,3 fois en 2015 (2,3 fois en 2014). Chaque film est programmé plus de quatre fois en moyenne sur Canal+ et LCP-AN et plus de deux fois sur France Ô, Arte et D17. Toutes chaînes confondues, 46,0 % des diffusions concernent des films français (46,8 % en 2014).

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

³ Total hors double compte.

⁴ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

⁵ TNT privée gratuite + TF1 + M6 (total hors double compte).

⁶ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites (total hors double compte).

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

³ France Télévisions + Arte + LCP-AN.

⁴ TNT privée gratuite + TF1 + M6.

⁵ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites.

Source: CNC-CSA.

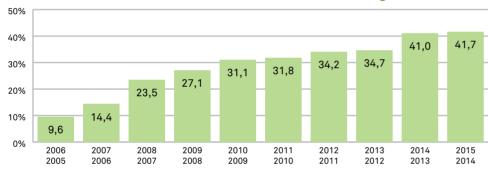
Des rediffusions toujours nombreuses

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 12,3 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2015 (11,9 % en 2014). Par ailleurs, de plus en plus souvent, les chaînes nationales gratuites rediffusent les mêmes films d'une année sur l'autre. Ainsi, 41,7 % des films programmés par les chaînes

nationales gratuites en 2015 étaient-ils déjà diffusés en 2014, soit la part la plus élevée depuis 2006. Cette part s'élevait seulement à 9,6 % en 2006. Cette pratique est plus répandue sur les chaines de la TNT privée gratuite. Ainsi, 50,4 % des films programmés par W9 en 2015 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2014. Après W9, les chaînes rediffusant le plus les films entre 2014 et 2015 sont D8 (45,9 %), NT1 (37,0 %) et M6 (32,2 %).

41,7 % des films diffusés en 2015 l'avaient déjà été en 2014.

Part des films diffusés deux années de suite sur les chaînes nationales gratuites¹ (%)



¹ Toutes chaînes confondues sauf Canal+. Source: CSA-CNC.

42,0 % de films français diffusés à la télévision

En 2015, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), les films français représentent 42,0 % de l'offre cinématographique à la télévision (en nombre de films hors double compte). Cette part dépasse 50 % sur les chaînes du groupe France Télévisions (52,5 %) et sur LCP-AN (60,0 %). Certaines chaînes privées gratuites de la TNT proposent majoritairement des films américains,

notamment L'Équipe 21 (63,6 %), 6ter (52,7 %), HD1 (49,1 %), TMC (46,4 %) et NRJ12 (46,2 %). Au total, les films d'Outre-Atlantique représentent 36,8 % de l'offre cinématographique. Arte propose une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (35,3 %), alors que ces films ne représentent que 17,5 % en moyenne de l'offre des autres chaînes.

Nombre de films diffusés à la télévision en 2015 selon la nationalité

	film	s français	films an	néricains	films et	uropéens	aut	res films	
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	total
France 2	77	59,7	27	20,9	22	17,1	3	2,3	129
France 3	110	59,1	50	26,9	23	12,4	3	1,6	186
France 4	66	44,3	54	36,2	21	14,1	8	5,4	149
France 5	2	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	2
France Ô	18	36,0	15	30,0	12	24,0	5	10,0	50
France Télévisions¹	268	52,5	145	28,4	78	15,3	19	3,7	510
Arte	130	32,6	93	23,3	141	35,3	35	8,8	399
LCP-AN	6	60,0	2	20,0	1	10,0	1	10,0	10
<u>chaînes nationales</u> <u>publiques</u> ²	398	43,8	238	26,2	219	24,1	54	5,9	909
6ter	35	31,8	58	52,7	16	14,5	1	0,9	110
Chérie 25	59	42,4	55	39,6	22	15,8	3	2,2	139
D8	67	42,7	67	42,7	21	13,4	2	1,3	157
D17	24	47,1	20	39,2	7	13,7	0	0,0	51
L'Equipe 21	2	18,2	7	63,6	2	18,2	0	0,0	11
Gulli	34	33,3	37	36,3	24	23,5	7	6,9	102
HD1	39	35,5	54	49,1	16	14,5	1	0,9	110
NRJ12	46	38,7	55	46,2	15	12,6	3	2,5	119
NT1	46	36,2	57	44,9	22	17,3	2	1,6	127
Numéro 23	61	39,9	68	44,4	16	10,5	8	5,2	153
RMC Découverte	1	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	1
TMC	55	39,9	64	46,4	19	13,8	0	0,0	138
W9	50	41,3	55	45,5	14	11,6	2	1,7	121
TNT privée gratuite¹	433	37,4	525	45,4	171	14,8	28	2,4	1 157
TF1	54	40,6	66	49,6	13	9,8	0	0,0	133
M6	51	44,3	48	41,7	15	13,0	1	0,9	115
chaînes nationales privées gratuites³	517	38,7	599	44,8	191	14,3	29	2,2	1336
chaînes nationales gratuites ⁴	893	40,7	822	37,5	398	18,2	79	3,6	2 192
Canal+	188	49,5	124	32,6	53	13,9	15	3,9	380
total¹	1076	42,0	944	36,8	448	17,5	94	3,7	2 562

¹ Total hors double compte.

 $^{^{\}rm 2}$ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

 $^{^{\}rm 3}$ TNT privée gratuite + TF1 + M6 (total hors double compte).

⁴ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites (total hors double compte).

Note: Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source: CNC-CSA.

Nationalité des films à la télévision

Sur les chaînes nationales gratuites (sans double compte des œuvres), 893 films français sont diffusés en 2015, soit 11 films de plus qu'en 2014. Les films français représentent 40,7 % de l'offre, contre 40,9 % en 2014. En 2015, le nombre de films américains progresse également de

11 titres par rapport à 2014. Il s'établit à 822 films (811 en 2014), soit 37,5 % de l'offre de films des chaînes nationales gratuites. En 2015, le nombre et la part de films européens diffusés sur les chaînes nationales gratuites diminuent à 398 films soit 18,2 % (413 films en 2014, soit 19,1 %).

Nombre de films diffusés sur les chaînes nationales gratuites¹ selon la nationalité (hors double compte)

	films	français	films an	néricains	films et	uropéens	autr	es films	
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	total
2006	647	44,2	514	35,1	259	17,7	45	3,1	1465
2007	719	45,5	551	34,9	271	17,2	39	2,5	1580
2008	764	44,1	626	36,1	296	17,1	48	2,8	1734
2009	809	44,2	654	35,7	326	17,8	42	2,3	1831
2010	769	42,1	660	36,1	323	17,7	75	4,1	1827
2011	791	43,0	645	35,1	353	19,2	51	2,8	1840
2012²	755	41,1	677	36,9	350	19,1	55	3,0	1837
2013³	845	39,7	812	38,1	415	19,5	58	2,7	2130
2014	882	40,9	811	37,6	413	19,1	53	2,5	2159
2015	893	40,7	822	37,5	398	18,2	79	3,6	2192

¹ Toutes chaînes confondues sauf Canal+.

Note: Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source: CNC-CSA.

Progression de l'offre cinématographique en première partie de soirée

En 2015, l'offre cinématographique progresse en première partie de soirée sur l'ensemble des chaînes (chaînes nationales gratuites et Canal+) à 2120 diffusions (+77 diffusions par rapport à 2014). Cette hausse est essentiellement portée par les chaînes privées gratuites de la TNT (+101 diffusions par rapport à 2014). L'offre cinématographique en première partie de soirée augmente de 86 diffusions sur Chérie 25 en 2015, de 30 diffusions sur NRJ12, de 13 diffusions sur TMC et de 10 diffusions sur Numéro 23

L'offre de films en première partie de soirée sur France 2 se réduit légèrement en 2015 à 49 films (1 film de moins qu'en 2014). L'offre de la case cinéma du dimanche soir diminue à 48 films en 2015 (50 films en 2014). Depuis 2007, la diffusion de films lors de la soirée du mardi est aléatoire (aucun film en 2014, 11 films en 2012 et 2 films en 2007). En 2015, un seul film a été diffusé sur

cette case. 51,0 % de l'offre de films sur France 2 en première partie de soirée est française (-5,0 points par rapport à 2014). Les films américains composent 32,7 % de l'offre (-1,3 point).

En 2015, l'offre cinématographique de France 3 en première partie de soirée progresse.

La chaîne propose 65 films à cet horaire, soit 2 films de plus qu'en 2014. Elle diffuse toujours une majorité de films français (53,8 %, contre 58,7 % en 2014). Les œuvres cinématographiques sont principalement diffusées le jeudi soir (78,5 %, contre 82,5 % en 2014).

France 4 programme trois films de moins qu'en 2014 en première partie de soirée, à 132 films. Depuis 2006, le nombre de diffusions de films en première partie de soirée sur France 4 a progressé en moyenne de 7,3 % par an. La chaîne propose trois cases cinéma régulières: le mardi (25,8 % des diffusions de première partie de soirée en 2015, contre 5,2 % en 2014), le mercredi (39,4 % en 2015, contre 38,5 % en 2014) et le dimanche (31,8 % en 2015, contre 44,4 % en 2014). 49,2 % des films diffusés sur France 4 en première partie de soirée en 2015 sont français et 34,8 % sont américains.

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée: le lundi, le mercredi et le dimanche. La chaîne diffuse 181 films à cet horaire en 2015 (184 films en 2014). Les films français représentent 36,5 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 33,1 % et les films européens non français 25,4 %. Arte demeure la première chaîne nationale gratuite pour le cinéma en première partie de soirée, tant en volume qu'en diversité d'offre.

L'offre cinématographique des chaînes de la TNT privée gratuite en première partie de soirée représente 1 248 diffusions, soit 58,9 % de l'ensemble des diffusions sur cette tranche horaire (1147 diffusions et 56,1 % en 2014). Sur les treize chaînes de la TNT privée gratuite, seulement cinq font progresser leur programmation en première partie de soirée en 2014: +5 films sur 6ter, +10 films sur Numéro 23, +13 films sur TMC. +30 films sur NRJ12 et +86 films sur Chérie 25. Les chaînes de la TNT privée gratuite proposent en 2015 entre une et trois cases cinéma régulières en première partie de soirée (une case pour D17. Gulli et HD1: deux cases pour 6ter, D8, NRJ12, NT1, TMC et W9; trois cases pour Chérie 25 et Numéro 23). 40,8 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes de la TNT privée gratuite est française et 42,9 % est américaine.

Jusqu'en 2000, TF1 diffusait un nombre stable de films en première partie de soirée, à plus de 100 films par an. En 2015, 54 films sont programmés à cet horaire, soit 4 films de plus qu'en 2014. En 2015, le volume de diffusion sur la case du dimanche soir progresse légèrement avec 49 films diffusés (45 films en 2014). La diffusion de films le mardi soir devient totalement inexistante en 2015, contre plus de 20 films par an avant 2008. L'offre de films français en première partie de soirée est en hausse à 27 films (24 films en 2014), soit 50,0 % de l'offre de films en première partie de soirée. Le nombre de films américains diffusés à cet horaire progresse également (23 films en 2015. contre 20 en 2014) et représente 42,6 % de l'offre de films en première partie de soirée.

En 2015, **M6** diffuse 31 titres en première partie de soirée (-13 diffusions par rapport à 2014). Depuis 2007, le traditionnel rendez-vous cinéma de la chaîne - le lundi soir - a quasiment disparu (8 films en 2015). En 2015, la chaîne ne propose aucune case cinéma régulière. Avec 13 titres, les films français représentent 41,9 % de l'offre de M6 en première partie de soirée (17 titres et 38,6 % en 2014). 48,4 % des films programmés entre 20h30 et 22h20 sont américains en 2015 (47,7 % en 2014).

En 2015, l'offre cinématographique de **Canal+** en première partie de soirée se réduit légèrement par rapport à 2014 (277 films en 2015, 279 films en 2014). A noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne est plus large que sur les autres chaînes. Elle s'étale entre 18h00 et 23h00. Canal+ propose plusieurs cases cinéma: le mardi (25,6 %), le mercredi (24,2 %), le vendredi (25,3 %) et le samedi sous certaines conditions (15,9 %). La chaîne programme 47,7 % de films français (52,7 % en 2014) et 40,1 % de films américains (38,4 % en 2014) sur cette tranche horaire en 2015.

² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.

^a Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

Nombre de diffusions des films à la télévision en première partie de soirée¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012²	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
France 2	65	56	52	57	51	49	50	57	50	49	-2,0
France 3	58	58	60	65	68	64	56	66	63	65	+3,2
France 4	70	118	120	130	136	146	145	143	135	132	-2,2
France 5	1	0	5	2	1	5	1	0	1	2	+100,0
France Ô³	nd	63	63	63	0,0						
France Télévisions	194	232	237	254	256	264	252	329	312	311	-0,3
Arte	169	144	157	166	188	176	184	175	184	181	-1,6
LCP-AN	3	1	0	0	0	0	0	14	27	18	-33,3
chaînes nationales publiques ⁴	366	377	394	420	444	440	436	518	523	510	-2,5
6ter	-	-	-	_	-	-	10	134	116	121	+4,3
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	2	39	48	134	+179,2
D8	80	146	147	145	141	114	97	137	142	136	-4,2
D17	0	1	64	67	61	117	58	56	52	52	0,0
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	5	11	9	-18,2
Gulli	0	5	24	50	63	88	104	106	106	91	-14,2
HD1	nd	nd	nd	nd	nd	nd	8	126	106	94	-11,3
NRJ12	0	62	126	140	136	112	94	67	71	101	+42,3
NT1	140	141	140	130	143	144	131	128	125	119	-4,8
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	110	140	150	+7,1
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	1	0	0	-
TMC	133	144	144	144	142	144	119	108	104	117	+12,5
W9	100	103	104	104	134	136	127	129	126	124	-1,6
TNT privée gratuite	453	602	749	780	820	855	750	1146	1 147	1248	+8,8
TF1	60	61	58	52	48	49	54	55	50	54	+8,0
M6	63	48	57	51	45	37	37	30	44	31	-29,5
<u>chaînes nationales</u> <u>privées gratuites</u> ⁵	576	711	864	883	913	941	841	1231	1241	1333	+7,4
<u>chaînes nationales</u> <u>gratuites</u> ⁶	942	1088	1258	1303	1357	1381	1277	1749	1764	1843	+4,5
Canal+	nd	294	306	280	254	274	273	279	279	277	-0,7

 $^{^1\, \}text{Diffusions d\'ebutant entre 20h30 et 22h20 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+.}$

Source: CNC-CSA.

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites entre 2006 et 2015¹

	titre	réalisateurs	année de production	pays²	nombre de dffusions	année de dernière diffusion
1	Deux Super-Flics	E.B. Clucher	1977	IT	18	2015
2	Les Bidasses en folie	C. Zidi	1971	FR	17	2015
3	Les Super Flics de Miami	B. Corbucci	1985	IT	17	2015
4	Les Bidasses s'en vont en guerre	C. Zidi	1974	FR/IT/ DE	16	2015
5	Les 11 Commandements	F. Desagnat / T. Sorriaux	2003	FR	15	2015
6	Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ	J. Yanne	1982	FR	14	2015
_ 7	Les Douze Travaux d'Astérix	R. Goscinny / A. Uderzo	1975	FR	14	2015
8	Tarzan et la cité perdue	C. Schenkel	1998	DE	14	2015
9	Astérix et Cléopâtre	R. Goscinny / A. Uderzo	1968	FR/BE	13	2015
10	Astérix et la surprise de César	G. Brizzi / P. Brizzi	1985	FR	13	2015
11	Astérix et les indiens	G. Hahn	1994	DE	13	2015
12	Astérix le Gaulois	R. Goscinny / A. Uderzo	1967	FR	13	2015
13	Les Charlots font l'Espagne	J. Girault	1972	FR	13	2015
14	Le Château de ma mère	Y. Robert	1989	FR	13	2015
15	Fast and Furious : Tokyo Drift	J. Lin	2005	US	13	2015
16	Les Fous du stade	C. Zidi	1972	FR	13	2015
17	La Gloire de mon père	Y. Robert	1989	FR	13	2015
18	Le Grand Bazar	C. Zidi	1973	FR	13	2015
19	La Guerre des boutons	Y. Robert	1961	FR	13	2015
20	Mais qui a tué Pamela Rose?	E. Lartigau	2002	FR	13	2015
21	Le Médaillon	G. Chan	2003	GB	13	2015
22	Nuit d'ivresse	B. Nauer	1986	FR	13	2014
23	On continue à l'appeler Trinita	E.B. Clucher	1972	IT/FR	13	2015
24	On l'appelle Trinita	E.B. Clucher	1971	IT/FR	13	2015
25	Pinot simple flic	G. Jugnot	1984	FR	13	2015
26	La Plage	D. Boyle	2000	GB/US	13	2015
27	Top Gun	T. Scott	1986	US	13	2015
28	Yamakasi	A. Zeitoun	2000	FR	13	2015

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

Voir aussi sur www.cnc.fr:

à la télévision en 2014

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 France Télévisions + Arte + LCP-AN.

⁵ TNT privée gratuite + TF1 + M6.

⁶ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites.

² BE: Belgique, DE: Allemagne, FR: France, GB: Grande-Bretagne, IT: Italie, US: Etats-Unis.

Note: Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Sur Arte et les chaînes gratuites de la TNT, si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source: CNC-CSA.

les séries statistiques sur la diffusion des films

à la télévision

⁻ l'étude la diffusion des œuvres cinématographiques

1 Md€ consacré aux achats de films

En 2015, le prix d'achat des films varie de 0,03 M€ à 4,2 M€ par film selon la chaîne, l'horaire et la fenêtre de diffusion. Il dépend également des entrées en salles pour les films inédits à la télévision et des résultats d'audience des précédentes diffusions pour les autres. Pour les films français récents, le prix d'achat varie entre 0,3 M€ et 3,8 M€ pour TF1 et M6 et entre 0,08 M€ et 4,2 M€ pour des chaînes cinéma comme Canal+ ou OCS. Il se situe entre 0,1 M€ et 0,9 M€ pour France 2, entre 0,1 M€ et 1,3 M€ pour France 3 et entre 0,1 M€ et 0,3 M€ pour Arte. Les chaînes privées de la TNT achètent un film français récent entre 0,4 M€ et 0,6 M€.

En 2015, les chaînes de télévision dépensent au total 1 Md€ en achats et préachats de droits de diffusion de films, soit une augmentation de 8,7 %. Cette évolution s'explique principalement par le développement de l'offre de films sur la TNT et par l'augmentation de 29,5 % des préachats de films français à 307,5 M€. Le montant total des achats et préachats de films français est estimé à 423,1 M€, en progression de 5,2 % par rapport à 2014. Le nombre de films français diffusés en première partie de soirée sur les chaînes historiques est en léger recul.

Achats de droits de diffusion de films par les chaînes de télévision (M€)

	achats	dont films français
2006	800,6	379,7
2007	864,8	404,7
2008	936,8	453,5
2009	918,2	435,5
2010	881,4	431,9
2011	900,6	436,8
2012	866,9	390,1
2013	930,0	427,1
2014	920,3	401,5
2015¹	1001,8	423,1
évol 15/14	+8,7%	+5,2%

¹ Estimations. Source: CNC.

L'audience des films à la télévision

La meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée par un film français

Entre 2011 et 2015, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française, à l'exception de 2012.

En 2015, la meilleure audience du cinéma à la

télévision est enregistrée par un film français (les Profs avec 8,0 millions de téléspectateurs sur TF1). Onze chaînes sur 20 réalisent leur meilleure audience de l'année, tous programmes confondus, avec un film (France 2, M6, Arte, D8, NT1, NRJ12, France 4, D17, 6ter, Numéro 23, Chérie 25).

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision (2011-2015)

année	titre	diffuseur	nationalité	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2011	De l'autre côté du lit	TF1	FR	9,4	35,3
2012	Gran Torino	TF1	US	9,4	36,9
2013	Rien à déclarer	TF1	FR/BE	10,0	37,4
2014	Intouchables	TF1	FR	13,9	48,5
2015	Les Profs	TF1	FR	8,0	28,5

Source: CNC, Médiamat - Médiamétrie,

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2015

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité¹	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	Les Profs	18/10/2015	FR	1	8,0	28,5
France 2	Skyfall	08/11/2015	GB	1	6,8	26,7
M6	Belle et Sébastien	21/12/2015	FR	1	6,3	22,6
France 3	L'Aile ou la cuisse	30/04/2015	FR	17	3,2	13,1
D8	Hunger Games	11/10/2015	US	1	3,0	12,9
TMC	Oblivion	13/12/2015	US	1	2,3	9,4
W9	Killer Elite	25/05/2015	US	2	1,9	7,2
Arte	Le Vieil homme et l'enfant	21/09/2015	FR	11	1,7	6,6
France 4	Le Jour d'après	06/12/2015	US	6	1,7	6,6
NT1	Hôtel Transylvanie	20/10/2015	US	1	1,6	6,0
NRJ12	Fast and Furious 4	31/03/2015	US	7	1,3	5,3
France 5	J'irai dormir à Hollywood	23/07/2015	FR	2	0,8	4,3
D17	La Bataille des Ardennes	22/10/2015	US	9	1,0	3,9
HD1	The Descendants	24/05/2015	US	1	0,8	3,6
6ter	Iron Man	17/05/2015	US	6	0,9	3,6
Gulli	Les Rois de la glisse	22/10/2015	US	4	0,6	2,3
France Ô	Jackie Brown	27/04/2015	US	10	0,5	2,2
Chérie 25²	L'Homme au masque de fer	01/12/2015	US	7	0,5	2,0
Numéro 23	Takers	29/03/2015	US	3	0,5	1,8
RMC Découverte	Le Syndrome du Titanic	08/12/2015	FR	2	0,1	1,5

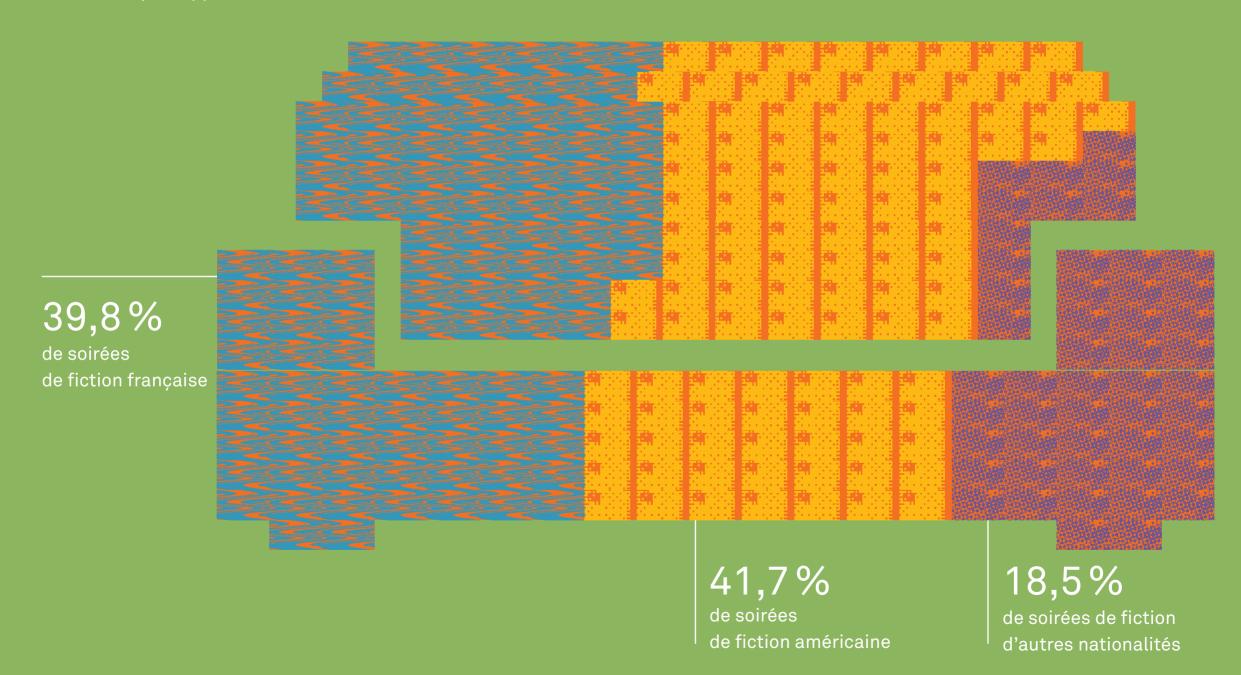
 $^{^1\,\}text{FR}:$ France / GB: Grande-Bretagne / US: Etats-Unis.

Source: CNC, M'ediamat-M'ediam'etrie.

² Audiences de la chaîne disponibles à partir du 31 août 2015.

En 2015:832 soirées dédiées à la fiction

sur les chaînes TV nationales historiques (+7 soirées par rapport à 2014)



3.3 Les fictions à la télévision

L'offre de fiction à la télévision

Remarques méthodologiques

Les programmes en première partie de soirée correspondent aux émissions débutant généralement entre 20h35 et 21h00. Une soirée de fiction équivaut à une fiction de 90 minutes, deux fictions de 52 minutes, trois ou quatre fictions de 26 minutes en première partie de soirée.

41 600 heures de fiction sur l'ensemble de la journée

En 2015, les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23 et RMC Découverte) diffusent 41 600 heures de fiction sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie.

38,0 % des soirées sont dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques.

En 2015, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) proposent 832 soirées de fiction, soit 7 soirées de plus qu'en 2014 (+0,8 %). En 2015, 38,0 % des soirées sont dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques, contre 37,7 % en 2014. En 2015, l'offre de fiction augmente de 15 soirées sur M6, de 6 soirées sur France 2 et d'une soirée sur TF1 par rapport à 2014. Elle diminue au contraire de 10 soirées sur France 3, de 3 soirées sur Arte et de 2 soirées sur Canal+.

TF1 demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

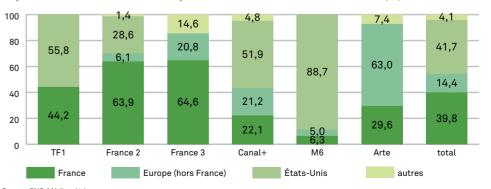
	2011	2012	2013	2014	2015
TF1	181	183	208	196	197
France 2	163	148	144	141	147
France 3	140	139	149	154	144
Canal+	104	111	109	106	104
M6	158	150	147	144	159
Arte	67	91	94	84	81
total	813	822	851	825	832

Source: CNC, Médiamétrie,

La fiction française occupe 39,8 % des soirées dédiées à la fiction

En 2015, le nombre de soirées dédiées à la fiction française est stable par rapport à 2014 sur les chaînes nationales historiques alors que l'offre de fiction étrangère augmente de sept soirées. L'offre est en baisse de deux soirées pour la fiction européenne non française alors qu'elle progresse de trois soirées pour la fiction américaine et de six soirées pour la fiction étrangère hors Europe et États-Unis. En 2015, la fiction française occupe 39.8 % des soirées dédiées à la fiction (331 soirées), contre 60,2 % pour la fiction étrangère (501 soirées) dont 41,7 % pour la fiction américaine (347 soirées), 14,4 % pour la fiction européenne non française (120 soirées) et 4,1 % pour la fiction étrangère d'autres nationalités (34 soirées).

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2015 (%)



Source: CNC, Médiamétrie

Les fictions de 52 minutes composent 70,4 % des soirées de fiction

En 2015, l'offre de fiction sur les chaînes nationales historiques progresse de 41 soirées par rapport à 2014 pour le format de 52 minutes, l'offre de fiction de format court est stable et l'offre de fiction diminue de 2 soirées pour le format de 26 minutes et de 32 soirées pour le format de 90 minutes. L'offre de fiction au format de 90 minutes atteint ainsi son plus bas niveau. En 2015, les fictions de 52 minutes occupent 70,4 % du nombre total de soirées de fiction (586 soirées), contre 27,8 % pour les fictions de 90 minutes (231 soirées), 1,1 % pour les fictions de 26 minutes (9 soirées) et 0,7 % pour les fictions de format court (6 soirées). En 2015, l'offre de fiction consacrée aux séries

Les séries totalisent 87,5 % des soirées dédiées à la fiction.

sur les chaînes nationales historiques atteint un record (728 soirées) alors que l'offre d'unitaires est à son plus bas niveau (104 soirées). L'offre de séries augmente de 37 soirées par rapport à 2014 alors que les fictions unitaires perdent 30 soirées. En 2015, les séries occupent 87,5 % des soirées dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques (83,8 % en 2014). En 2015, 136 séries sont diffusées en première partie de soirée sur les chaînes nationales historiques (117 en 2014) dont 63 séries françaises (58 en 2014) et 73 séries étrangères (59 en 2014).

L'audience de la fiction à la télévision

La fiction française retrouve la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction

En 2015, la meilleure audience de fiction est enregistrée par le téléfilm unitaire français l'Emprise, diffusé sur TF1 (9,8 millions de téléspectateurs). En 2015, la fiction enregistre 33 des 100 meilleures audiences de la télévision (18 fictions françaises et 15 fictions américaines) tous programmes confondus sur l'ensemble de la journée, contre 21 en 2014 (5 fictions françaises et 16 fictions américaines). Les fictions françaises gagnent ainsi 13 places en un an dans le classement. Elles sont plus nombreuses que les fictions américaines dont la présence dans le palmarès recule pour la quatrième année consécutive. En 2015, la fiction française représente, pour la deuxième année consécutive, plus de la moitié des 100 meilleures audiences

L'audience de la fiction française est plus élevée que l'audience de la fiction étrangère sur les six chaînes nationales historiques.

de fiction sur l'ensemble de la journée, soit 59 fictions sur 100.

En 2015, la part d'audience moyenne de la fiction française en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 24,0 % sur TF1 (contre 21,7 % pour la fiction étrangère), 16,6 % sur France 2 (contre 15,3 %), 13,7 % sur France 3 (contre 12,6 %), 11,6 % sur M6 (contre 11,3 %), 2,9 % sur Arte (contre 2,8 %) et 2,2 % sur Canal+ (contre 1,7 %).

Les meilleures audiences annuelles des fictions à la télévision (2006-2015)

année	titre	chaîne	nationalité	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2006	Marie Besnard, l'empoisonneuse	TF1	France	11,6	46,1
2007	Joséphine, ange gardien	TF1	France	11,3	43,2
2008	Les Experts : Miami	TF1	États-Unis	10,2	37,9
2009	Dr House	TF1	États-Unis	10,2	38,5
2010	Mentalist	TF1	États-Unis	10,1	37,3
2011	Mentalist	TF1	États-Unis	10,4	40,2
2012	Mentalist	TF1	États-Unis	10,1	34,9
2013	Mentalist	TF1	États-Unis	9,4	34,2
2014	Mentalist	TF1	États-Unis	10,5	37,3
2015	L'Emprise	TF1	France	9,8	34,9

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

Les meilleures audiences des fictions à la télévision par chaîne en 2015

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	L'Emprise	26/01/15	France	9,8	34,9
France 2	Castle	19/01/15	États-Unis	6,3	22,0
France 3	Plus belle la vie	25/02/15	France	5,6	20,8
France 5	Marie et Madeleine	14/12/15	France	1,3	4,5
M6	Scorpion	05/03/15	États-Unis	4,7	16,8
Arte	Meurtres à Sandhamn	29/01/15	Suède	1,6	6,1
D8	The Code	30/11/15	États-Unis	1,1	4,3
W9	Marvel : les agents du S.H.I.E.L.D.	18/03/15	États-Unis	1,5	5,9
тмс	Les Experts : Manhattan	15/03/15	États-Unis	1,3	4,9
NT1	2020 le jour de glace	23/12/15	États-Unis	1,1	4,2
NRJ12	Sauveur Giordano	02/01/15	France	0,8	2,9
France 4	Cold Case	01/10/15	États-Unis	1,1	4,5
D17	L'Homme du Président : mission spéciale	23/12/15	États-Unis	0,9	3,4
Gulli	Chica Vampiro	07/12/15	Colombie	0,6	2,9
France Ô	Passeur d'enfants	22/01/15	France	0,7	2,6
HD1	Section de recherches	01/04/15	France	0,8	2,9
6ter	Once Upon a Time	03/02/15	États-Unis	0,6	2,1
Numéro 23	Demain à la une	27/12/15	États-Unis	0,1	1,2
Chérie 25¹	Diane, femme flic	01/12/15	France	0,5	1,9

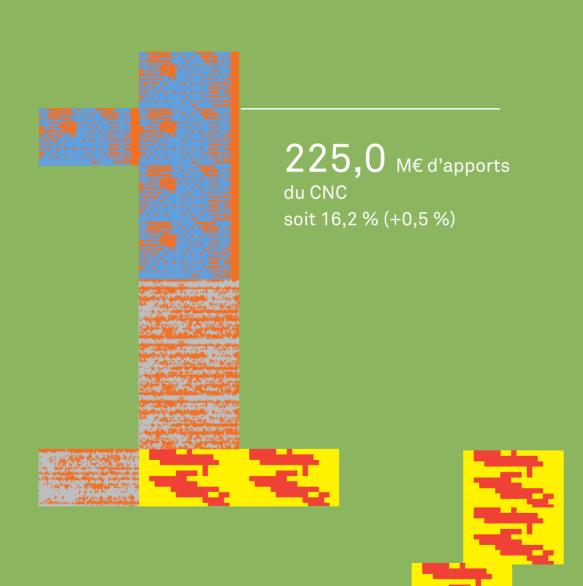
¹ Audiences de la chaîne disponibles à partir du 31 août 2015. Source: CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

Voir aussi sur www.cnc.fr: l'étude la diffusion de la fiction à la télévision en 2015

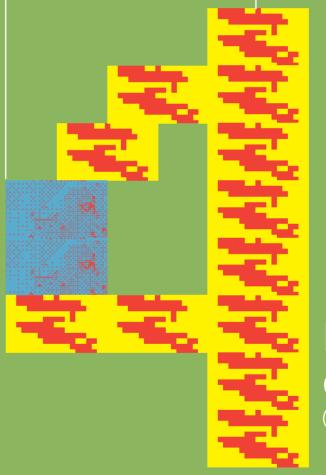
à la télévision en 2015

En 2015: 4943 heures de programmes audiovisuels

aidés par le CNC (+2,4 % par rapport à 2014)



90,9 M€ d'apports étrangers soit 6,6 % (-19,4 %) 784,0 M€ d'apports des diffuseurs soit 56,6 % (-1,2 %)



Md€ de devis

(-3,5 % par rapport à 2014)

3.4 La production audiovisuelle aidée

Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2015 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2015. Ces données sont différentes de celles du CSA (qui correspondent aux obligations des chaînes) pour deux raisons principales:

les statistiques du CSA portent sur les
«œuvres audiovisuelles», concept plus large
que les seuls programmes aidés par le CNC;
les dates de prise en compte d'une production
ne sont pas les mêmes: date de dépôt de la
demande de subvention pour le CNC, date de
début de tournage pour le CSA.

Un volume de production aidée en hausse de 2.4 %

En 2015, le CNC soutient la production de 4943 heures de programmes audiovisuels français (+2,4 % par rapport à 2014). Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC diminuent de 3,5 % à 1386,3 M€.

Les investissements des diffuseurs sont en baisse de 1,2 % pour atteindre 784,0 M€. Les aides du CNC à la production (y compris compléments) sont stables à 225,0 M€ (+0,5 %). Les chaînes nationales gratuites apportent 80,4 % des investissements totaux des chaînes de télévision, contre 85,5 % en 2014. Parmi ces diffuseurs, les chaînes privées de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) occupent une place toujours restreinte en 2015. Elles représentent 4,1 % des apports globaux des diffuseurs et sont à l'initiative de 9.4 % des heures aidées

(respectivement 2,9 % et 8,8 % en 2014). Les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) commandent 21.8 % des heures aidées et totalisent 16,5 % de l'ensemble des apports des diffuseurs en 2015 (respectivement 19.5 % et 11.3 % en 2014). Mis à part pour le spectacle vivant (23,3 % des investissements totaux des diffuseurs), les chaînes locales occupent un rôle secondaire dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC avec une contribution à 1.5 % de l'ensemble des apports des diffuseurs. En 2015, les services en ligne représentent également 1,5 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée et 17.6 % de ceux investis dans l'adaptation audiovisuelle de spectacle

Les financements en provenance de partenaires étrangers s'élèvent à 90,9 M€, en retrait de 19,4 %. Ils diminuent en fiction (-56,7 %) et en animation (-4,4 %) et sont en hausse en documentaire (+28,6 %).

En 2015, le CNC soutient la production de 4943 heures de programmes audiovisuels français (+2,4 % par rapport à 2014) pour un total des investissements de 1,4 milliard d'euros (-3,5 %).

Production audiovisuelle aidée

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
durée (heures)	4850	5151	5 4 2 7	4828	4943	+2,4%
devis (M€)	1 485,5	1412,9	1552,2	1 436,4	1 386,3	-3,5%
diffuseurs (M€)	841,0	797,6	862,6	793,3	784,0	-1,2%
Aides du CNC¹ (M€)	229,4	229,4	251,3	223,9	225,0	+0,5%
apports étrangers (M€)	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	-19,4%

 $^{\rm 1}{\rm Y}$ compris compléments d'aide et subventions au titre du « web COSIP ». Source : CNC.

Fiction

Volume stable et devis en baisse en fiction

En 2015, le volume de fiction aidée par le CNC est stable à 743 heures (-0.7 %). La fiction représente 15.0 % de la durée totale de l'ensemble des programmes audiovisuels aidés par le CNC en 2015, contre 15.5 % en 2014. Les devis de fiction reculent de 10.9 % en 2015. à 638,9 M€. Le coût horaire moyen de la fiction aidée est en baisse de 10,3 % à 859,3 K€. En 2015, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction diminue de 4.4 % par rapport à 2014 à 462.5 M€. Leur part dans le financement du genre progresse de 4,9 points à 72,4 %. L'apport horaire des diffuseurs recule de 3.8 % entre 2014 et 2015 à 622,1 K€. Les apports du CNC (y compris compléments) sont en diminution de 8,1 % à 66.2 M€ en 2015. En revanche, la part des apports du CNC (y compris compléments) dans le financement de la fiction est stable à 10,4 % (+0.4 point).

En 2015, les financements étrangers (apports en coproductions et préventes confondus) atteignent 19,6 M€ (-56,7 % par rapport à 2014).

En 2015, deux séries (*Versailles* – saison 2 et *Jour polaire*) ont un apport étranger supérieur à 4 M€ chacune, contre quatre séries en 2014. Le volume horaire total des programmes bénéficiant d'un financement étranger augmente toutefois de 14,2 %:333 heures de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2015, soit 44,8 % du volume horaire total de fiction (292 heures, soit 39,0 % en 2014). En 2015, la totalité des apports étrangers porte sur des œuvres majoritaires françaises. En 2015, les apports étrangers couvrent 3,1 % du financement global de la production de fiction aidée par le CNC (6,3 % en 2014).

En 2015, la part des diffuseurs dans le financement de la fiction atteint 72,4 % des devis. L'apport du CNC est stable à 10,4 % des devis.

Les chiffres clés de la fiction

2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
774	768	782	748	743	-0,7%
752,4	667,4	710,9	717,2	638,9	-10,9%
972,0	869,5	909,5	958,3	859,3	-10,3%
536,9	467,5	500,9	483,9	462,5	-4,4%
77,0	73,1	81,0	72,0	66,2	-8,1%
36,6	47,0	27,1	45,3	19,6	-56,7%
	774 752,4 972,0 536,9 77,0	774 768 752,4 667,4 972,0 869,5 536,9 467,5 77,0 73,1	774 768 782 752,4 667,4 710,9 972,0 869,5 909,5 536,9 467,5 500,9 77,0 73,1 81,0	774 768 782 748 752,4 667,4 710,9 717,2 972,0 869,5 909,5 958,3 536,9 467,5 500,9 483,9 77,0 73,1 81,0 72,0	774 768 782 748 743 752,4 667,4 710,9 717,2 638,9 972,0 869,5 909,5 958,3 859,3 536,9 467,5 500,9 483,9 462,5 77,0 73,1 81,0 72,0 66,2

¹Y compris les compléments d'aide. Source : CNC.

Financement de la fiction (M€)

2011	2012	2013	2014	2015
715,8	620,3	683,8	671,9	619,2
75,4	58,2	78,2	69,7	58,9
9,1	5,6	5,7	15,8	10,2
536,9	467,5	500,9	483,9	462,5
0,3	0,4	2,0	2,5	1,1
74,7	70,7	74,9	68,4	65,4
2,3	2,4	6,1	3,6	0,8
17,1	15,5	15,9	28,0	20,4
36,6	47,0	27,1	45,3	19,6
17,8	32,7	21,9	16,7	8,3
18,9	14,3	5,2	28,6	11,3
752,4	667,4	710,9	717,2	638,9
	715,8 75,4 9,1 536,9 0,3 74,7 2,3 17,1 36,6 17,8 18,9	715,8 620,3 75,4 58,2 9,1 5,6 536,9 467,5 0,3 0,4 74,7 70,7 2,3 2,4 17,1 15,5 36,6 47,0 17,8 32,7 18,9 14,3	715,8 620,3 683,8 75,4 58,2 78,2 9,1 5,6 5,7 536,9 467,5 500,9 0,3 0,4 2,0 74,7 70,7 74,9 2,3 2,4 6,1 17,1 15,5 15,9 36,6 47,0 27,1 17,8 32,7 21,9 18,9 14,3 5,2	715,8 620,3 683,8 671,9 75,4 58,2 78,2 69,7 9,1 5,6 5,7 15,8 536,9 467,5 500,9 483,9 0,3 0,4 2,0 2,5 74,7 70,7 74,9 68,4 2,3 2,4 6,1 3,6 17,1 15,5 15,9 28,0 36,6 47,0 27,1 45,3 17,8 32,7 21,9 16,7 18,9 14,3 5,2 28,6

¹ Aides accordées après la première décision.

Progression des séries de 52', baisse des séries de format court

En 2015, le 52 minutes est le premier format de fiction avec 273 heures produites (6,8 % des heures aidées), devant le 26 minutes avec 178 heures (23,9 %), le 90 minutes avec 165 heures (22,2 %), le format court avec 97 heures (15,4 %) et la fiction nouveaux médias (1,6 %). Les volumes de 52 minutes (+9,4 %) et de fiction nouveaux médias (+48,9 %) sont en hausse alors que le volume de 26 minutes est stable et que les volumes de 90 minutes (-5,2 %) et de format court (-16,6 %) sont en baisse.

Apports des chaînes nationales gratuites en baisse

En 2015, le volume de fiction initié par les chaînes nationales gratuites recule de 4,1 % à 644 heures. Leur investissement total est en baisse de 12,7 % à 380,4 M€. En moyenne, les chaînes nationales gratuites couvrent 74,6 % des devis des fictions qu'elles initient (62,8 % en 2014). Leur apport horaire moyen en tant que premiers diffuseurs s'établit à 537,2 K€ (607,0 K€ en 2014). En 2015, ces chaînes sont à l'origine de 86,6 % du volume horaire total de fiction commandé par l'ensemble des diffuseurs (89,7 % en 2014) et contribuent à hauteur de 82,3 % à leurs investissements totaux dans le genre (90,0 % en 2014).

² Y compris minimums garantis

Source: CNC

Documentaire

Baisse du volume de documentaire, hausse des devis

Pour la deuxième année consécutive, le volume de documentaire est en diminution pour revenir à son niveau de 2010. Avec un total de 2480 heures aidées, le nombre d'heures de documentaires aidées diminue de 4,3 % par rapport à 2014. Ce recul s'explique notamment par la baisse des commandes des chaînes locales (-102 heures). En 2015, le montant des devis des programmes documentaires est en hausse de 2,6 % à 409,0 M€. Le coût horaire moyen progresse de 7,2 % à 165,0 K€. Entre 2006 et 2015, le coût horaire moyen des programmes documentaires s'élève à 156,1 K€. Il est resté stable sur dix ans (+0,3 % par an en moyenne).

En 2015, le documentaire représente 50,2 % des heures totales de programmes audiovisuels aidées par le CNC, contre 53,6 % en 2014 et 47,4 % en moyenne depuis 2006.

Les engagements des diffuseurs augmentent de 2,7 % à 209,7 M€ et couvrent plus de la moitié (51,3 %) des devis totaux du genre. L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 84,6 K€ en 2015 (+7,2 % par rapport à 2014). Entre 2006 et 2015, l'apport horaire des diffuseurs augmente de 1,4 % par an en moyenne. En 2015, les apports des producteurs français sont stables

(+0,6 %) à 61,3 M€. Depuis 2006, leurs apports progressent de 1,1 % par an en moyenne. Les subventions versées par le CNC (y compris compléments) aux producteurs français de documentaire s'élèvent à 82,1 M€ en 2015 (+2,0 % par rapport à 2014).

Les financements étrangers dans la production française de documentaire augmentent de 28,6 % à 19,4 M€, dont 6,4 M€ au titre des préventes (+22,7 %) et 13,0 M€ au titre des apports en coproduction (+31,8 %). 371 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2015, pour un total d'apports étrangers de 12,4 M€. En 2015, la part des apports étrangers dans le devis total des documentaires atteint 4,7 % des devis totaux. contre 3.8 % en 2014.

En 2015, la part des diffuseurs dans le financement du documentaire s'élève à 51,3 % des devis. L'apport du CNC augmente et couvre 20,1 % des devis.

Les chiffres clés du documentaire

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume horaire (heures)	2665	2921	3092	2 5 9 0	2480	-4,3%
devis (M€)	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0	+2,6%
coût horaire (K€/heure)	145,6	149,9	158,3	153,9	165,0	+7,2%
apports des diffuseurs (M€)	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7	+2,7%
apports du CNC¹ (M€)	80,2	87,9	95,9	80,5	82,1	+2,0%
apports étrangers (M€)	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4	+28,6%

¹Y compris les compléments d'aide. Source : CNC.

Financement du documentaire (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
financements français	371,2	418,3	463,5	383,6	389,6
producteurs français	61,8	67,5	74,8	60,9	61,3
préventes en France	4,6	4,5	6,1	4,4	5,5
diffuseurs	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7
SOFICA	0,1	0,3	0,9	0,9	1,3
CNC	79,7	86,7	92,5	79,6	81,9
compléments CNC¹	0,5	1,2	3,4	0,9	0,3
autres	35,1	34,9	42,8	32,7	29,6
financements étrangers	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4
coproductions étrangères	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0
préventes à l'étranger	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4
total des financements	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0

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

Le documentaire de société reste prédominant

Avec un volume de commandes stable entre 2014 et 2015 (-0,3 %), le documentaire de société conserve sa prééminence avec 52,7 % du volume total du genre en 2015. Les programmes historiques représentent le deuxième genre le plus commandé. Sa part reste stable à 10,5 % en 2015, pour un nombre d'heures en baisse par rapport à 2014 (260 heures, contre 275 en 2014). En 2015, les commandes de documentaires sur l'environnement et la nature enregistrent une baisse de 22,8 % à 182 heures, contre 236 en 2014. Les diffuseurs participent au financement de 87 heures de documentaires autour des arts en 2015, contre 125 heures en 2014. Les programmes de spectacle vivant (musique, cirque, danse et théâtre) représentent 2,7 % des heures de documentaires aidées en 2015, contre 3.8 % en 2014.

Parmi les heures de documentaires de spectacle vivant, 86,9 % sont consacrées à la musique (2.4 % du volume total de documentaires aidés).

Augmentation du volume et des apports des chaînes nationales gratuites

En 2015, le niveau de commande des chaînes nationales gratuites dans le genre documentaire augmente de 1,8 % pour s'établir à 1659 heures. Cette hausse résulte à la fois de la progression des commandes des chaînes privées nationales gratuites (+22 heures en tant que premiers diffuseurs) et de celles des chaînes publiques nationales gratuites (+8 heures). Les chaînes nationales gratuites investissent 175,0 M€ dans la production de documentaires audiovisuels en 2015 (+6,3 % par rapport à 2014).

Animation

Hausse du volume et des devis en animation

En 2015, le volume de production d'animation augmente de 9,7 % par rapport à 2014 à 285 heures. Entre 2006 et 2015, le volume annuel moyen de production d'animation s'établit à 316 heures. L'animation représente 5,8 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2015, contre 5,4 % en 2014. La production d'animation est généralement rythmée par des cycles biennaux ou triennaux.

En 2015, le montant des devis des programmes d'animation progresse de 1,5 % par rapport à 2014 à 180,8 M€. Le coût horaire de l'animation diminue de 7,5 % à 633,7 K€.

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation sont en augmentation de 3,6 % à 137,2 M€ en 2015. Ces financements représentent 75,9 % des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (74,4 % en 2014). La contribution des diffuseurs diminue de 7,2 % à 43,3 M€. Elle atteint ainsi son plus bas niveau depuis 2008. Leur part dans le financement des programmes d'animation s'établit à 24,0 %. Les apports des producteurs français progressent de 8,2 % à 38,4 M€, soit 21,1 % du montant total des devis (19,9 % en 2014). L'apport du CNC (y compris compléments)

pour les programmes d'animation est en hausse de 11,2 % à 37,1 M€. Au total, il couvre 20,5 % des devis en 2015 (18.7% en 2014). Les apports étrangers constituent 24,1 % du financement des programmes d'animation en 2015 contre 25,6 % en 2014. Les financements étrangers diminuent de 4,4 % à 43,7 M€ en 2015: les apports en coproduction sont en hausse de 5,2 % à 25,7 M€ alors que les préventes à l'étranger diminuent de 15,3 % à 18,0 M€. En 2015, 230 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et/ou prévente), soit 80,7 % du volume total produit (190 heures, soit 73,1 % du volume total en 2014). En 2015, 174 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total de 18.8 M€ dont 9.9 M€ d'apports en coproduction et 8,9 M€ de préventes (170 heures avec un apport étranger de 31,4 M€ en 2014). Parallèlement, 56 heures d'œuvres minoritaires françaises ont été produites en 2015, financées par un apport étranger total de 24,9 M€ dont 15,8 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes (20 heures

avec un apport étranger de 14,2 M€ en 2014).

Les chiffres clés de l'animation

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume horaire (heures)	355	298	326	260	285	+9,7%
devis (M€)	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8	+1,5%
coût horaire (K€/heure)	611,8	609,2	654,3	684,8	633,7	-7,5%
apports des diffuseurs (M€)	57,9	49,7	58,0	46,7	43,3	-7,2%
apports du CNC¹ (M€)	43,7	37,9	41,2	33,3	37,1	+11,2%
apports étrangers (M€)	60,9	42,0	52,1	45,6	43,7	-4,4%

¹Y compris les compléments d'aide. Source : CNC

Financement de l'animation (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
financements français	156,4	139,8	161,0	132,5	137,2
producteurs français	38,2	36,5	43,3	35,5	38,4
préventes en France	6,1	5,5	7,2	8,7	7,6
diffuseurs	57,9	49,7	58,0	46,7	43,3
SOFICA	5,5	3,0	3,8	2,2	2,6
CNC	30,7	31,0	33,6	29,6	28,2
compléments CNC¹	12,9	6,9	7,6	3,7	8,8
autres	5,1	7,2	7,6	6,0	8,2
financements étrangers	60,9	42,0	52,1	45,6	43,7
coproductions étrangères	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7
préventes à l'étranger	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0
total des financements	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8

¹ Aides accordées après la première décision. Source: CNC

En 2015, la part des investissements français dans le financement des programmes d'animation est en augmentation et atteint 75,9 % des devis. L'apport du CNC augmente et couvre 20,5 % des devis.

Baisse des investissements des chaînes nationales gratuites

En 2015, le volume d'animation initiée par les chaînes nationales gratuites diminue de 8,8 % par rapport à 2014 à 204 heures. Leur investissement total est en baisse de 20,9 % à 31,3 M€. L'apport horaire de l'ensemble des chaînes nationales gratuites (-12,9 %) et le coût horaire des programmes qu'elles financent en tant que premiers diffuseurs (-5,3 %) sont en diminution en 2015. Les chaînes nationales gratuites totalisent 72,1 % des investissements des chaînes dans la production d'animation (84,6 % en 2014) et initient 71,3 % des heures produites (85,8 % en 2014).

Les séries de 11 à 13 minutes restent prédominantes

En 2015, les séries de 11 à 13 minutes renforcent leur poids dans la production de programmes d'animation aidés par le CNC (60,0 % du volume horaire à 171 heures), devant les séries de moins de 8 minutes (29,9 % à 85 heures), les séries de 23 à 26 minutes (9,7 % à 28 heures soit le volume le plus faible de la décennie) et les unitaires (0,5 %).

Adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

Hausse des volumes et des devis des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant En 2015, le nombre d'heures aidées d'adaptation

audiovisuelle de spectacle vivant progresse de 10,8 % (+106 heures par rapport à 2014) pour atteindre 1082 heures, soit le plus haut niveau jamais atteint. Les devis de ces œuvres augmentent de 4,9 % par rapport à 2014 pour atteindre 125,2 M€, soit un coût horaire moyen en baisse de 5.4 % à 115.8 K€. Les programmes de spectacle vivant représentent 21,9 % du total des heures de programmes aidées en 2015 et captent 16.8 % des aides du CNC. En 2015, la participation des diffuseurs à la production d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant augmente de 8.3 % à 46.0 M€. Leur apport horaire est en baisse de 2,3 % à 42,5 K€. Les diffuseurs couvrent 36,7 % des devis de production du genre (35,5 % en 2014). Les subventions versées par le CNC (y compris compléments) augmentent de 2,2 % à 36,2 M€ en 2015. Leur contribution aux financements d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant diminue et couvre 28,9 % des devis du genre. En 2015, les apports étrangers sont en hausse de 19,6 % à 8,0 M€. Leur part dans le total des devis progresse à 6,4 % des financements totaux En 2015, la part des diffuseurs dans le financement des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant est en augmentation et atteint 36,7 % des devis. L'apport du CNC couvre 28,9 % des devis.

vivant (5,6 % en 2014). Les apports en coproduction sont en hausse à 7,0 M€. Ils sont principalement financés par les producteurs étrangers du spectacle et les salles programmant le spectacle à l'étranger. Les préventes à l'étranger sont en baisse de 26,9 % à 1,0 M€. Au total, 224 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2015 (174 heures en 2014) dont 204 heures de coproductions majoritaires (167 heures en 2014) et 20 heures de coproductions minoritaires (8 heures en 2014). Les coproductions majoritaires reçoivent 5,5 M€ de financements étrangers (5,3 M€ en 2014) et les coproductions minoritaires 2,6 M€ (1,5 M€ en 2014).

Les chiffres clés du spectacle vivant

des adaptations audiovisuelles de spectacle

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume horaire (heures)	621	697	793	976	1082	+10,8%
devis (M€)	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2	+4,9%
coût horaire (K€/heure)	148,7	131,7	129,9	122,3	115,8	-5,4%
apports des diffuseurs (M€)	32,9	32,5	35,9	42,4	46,0	+8,3%
apports du CNC (M€)¹	24,3	26,5	29,3	35,4	36,2	+2,2%
apports étrangers (M€)	6,0	6,6	6,6	6,7	8,0	+19,6%

¹Y compris les compléments d'aide. Source : CNC.

Financement du spectacle vivant (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
financements français	86,4	85,2	96,5	112,7	117,2
producteurs français	26,8	23,4	28,1	31,7	32,1
préventes en France	1,2	1,1	1,3	1,2	1,6
diffuseurs	32,9	32,5	35,9	42,4	46,0
SOFICA	-	0,0	0,1	=	-
CNC	24,2	26,3	28,5	35,1	36,2
compléments CNC¹	0,1	0,3	0,8	0,4	0,0
autres	1,2	1,7	1,7	1,9	1,3
financements étrangers	6,0	6,6	6,6	6,7	8,0
coproductions étrangères	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0
préventes à l'étranger	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0
total des financements	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2

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

Le spectacle musical domine le genre

En 2015, l'augmentation du volume de production de programmes d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant concerne principalement deux genres: la musique (+142 heures), dont notamment la musique classique (+73 heures). Les captations de spectacles musicaux représentent la majorité des heures aidées. A 80,8 % du volume en 2015, cette part est en hausse par rapport à 2014 (+5,8 points). La musique classique représente 22,5 % des heures aidées. Suivent la variété / rock (20,5 %), l'opéra (13,8 %) et le jazz (10,5 %). Les autres genres demeurent plus marginaux, comme la musique du monde/traditionnel (6,5 %) ou le Hip Hop / rap / électro (5,8 %). Le cirque reste le genre de spectacle vivant le plus coûteux en 2015 à 221,5 K€ par heure de programme (-21,3 %), devant l'opéra 166,4 K€ (-17.4 %) et le théâtre à 165.2 K€ (+61.8 %).

Diminution du volume et augmentation des investissements des chaînes nationales gratuites

En 2015, les chaînes nationales gratuites diminuent leur volume de commandes d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant (-10,4 % à 383 heures). En revanche, leurs investissements dans le genre progressent à 24,0 M€ (+3,8 %). Le coût de production d'une heure de programme de spectacle vivant initiée par les chaînes nationales gratuites est de 158,6 K€ (163,3 K€ en 2014). Celles-ci couvrent 36,8 % des devis de production des programmes de spectacle vivant aidés qu'elles financent en tant que premiers diffuseurs (31,7 % en 2014).

Voir aussi sur www.cnc.fr:

les séries statistiques sur la production audiovisuelle soutenue par le CNC

[–] l'étude la production audiovisuelle aidée en 2015

Le magazine d'intérêt culturel

Augmentation du volume et des devis des magazines d'intérêt culturel

Le CNC apporte un soutien exclusivement sélectif aux magazines d'intérêt culturel, après avis de la commission compétente. En 2015, le volume de production aidée augmente sensiblement à 353 heures (+39,1 % par rapport à 2014). 37 magazines bénéficient d'un soutien financier (26 projets et 254 heures en 2014) pour un apport horaire moyen du CNC en recul de 7,6 % à 9,7 K€ (10,5 K€ en 2014). L'aide horaire moyenne du CNC enregistrée en 2015 est légèrement inférieure à celle constatée sur les dix dernières années (9,8 K€ en moyenne par an). Le montant total des devis des magazines d'intérêt culturel aidés atteint 32,3 M€ en 2015,

en hausse de 40,3 % par rapport à 2014. L'apport des diffuseurs progresse en 2015 à 22,4 M€ (+40,3 % par rapport à 2014). Ils représentent 69,4 % du total des financements du magazine d'intérêt culturel en 2015 (69,5 % en 2014). Les diffuseurs apportent, en moyenne, 63,6 K€ par heure de programme en 2015 (63,1 K€ en 2014). L'apport horaire des diffuseurs atteint son plus haut niveau de la décennie après 2006 (65,1 K€). A 5,0 M€ en 2015, les apports des producteurs français augmentent de 30,2 % par rapport à 2014. 15.3 % des devis sont assurés par les producteurs en 2015, contre 16,5 % en 2014. Les subventions versées par le CNC aux magazines d'intérêt culturel progressent de 28,6 % à 3,4 M€, soit 10,6 % des devis en 2015 (11,5 % en 2014).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume horaire (heures)	435	467	434	254	353	+39,1%
devis (M€)	35,4	34,0	35,8	23,0	32,3	+40,3%
coût horaire (K€/heure)	81,4	72,9	82,4	90,8	91,5	+0,8%
apports des diffuseurs (M€)	24,0	24,7	24,9	16,0	22,4	+40,3%
apports du CNC¹ (M€)	4,4	4,1	3,9	2,7	3,4	+28,6%
apports étrangers (M€)	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	+1 283,7%

¹Y compris les compléments d'aide. Source : CNC.

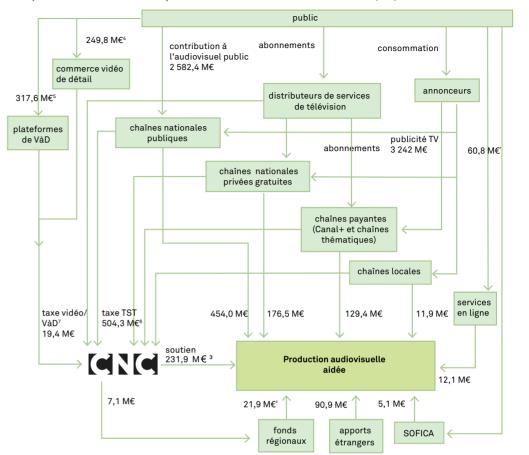
Financement du magazine d'intérêt culturel (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
financements français	35,4	33,8	35,7	23,0	32,2
producteurs français	4,6	4,1	5,1	3,8	5,0
préventes en France	0,0	0,2	0,4		0,1
diffuseurs	24,0	24,7	24,9	16,0	22,4
SOFICA	-	-	-	-	-
CNC	4,4	4,1	3,9	2,7	3,4
compléments CNC¹	-	-	0,0	-	-
autres	2,4	0,8	1,4	0,6	1,3
financements étrangers	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1
coproductions étrangères	-	0,2	-	-	0,1
préventes à l'étranger	0,0	-	0,1	0,0	-
total des financements	35,4	34,0	35,8	23,0	32,3

¹ Aides accordées après la première décision.

Source: CNC

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2015 (M€)



¹ Collecte 2014 correspondant aux investissements réalisés en 2015 et janvier 2016 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.

Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant, magazine d'intérêt culturel).

Le marché publicitaire français en 2015 - IREP.

Recettes du CNC exécutées en 2015.

Baromètre vidéo CNC-GfK.

Baromètre de la VàD GfK-NPA Conseil.

GfK - SEVN.

² Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2015.

^a Soutien total du CNC: aides à la production + aides au développement (y compris les compléments d'aide et les subventions au titre du « web COSIP»).

⁴ Ventes au détail de programmes hors film (TTC)

⁵ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en VàD sur les plateformes généralistes.

⁶ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et des distributeurs de services de télévision

⁷Taxe sur le chiffre d'affaires final en vidéo et VàD, toutes œuvres confondues.

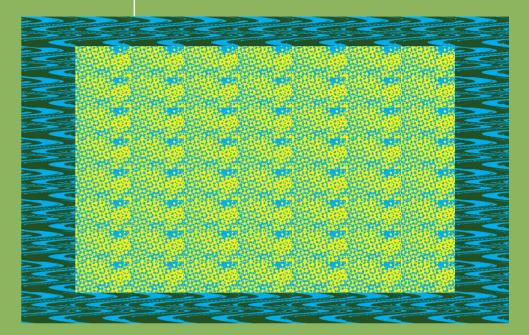
En 2015: 5,85 milliards de vidéos vues

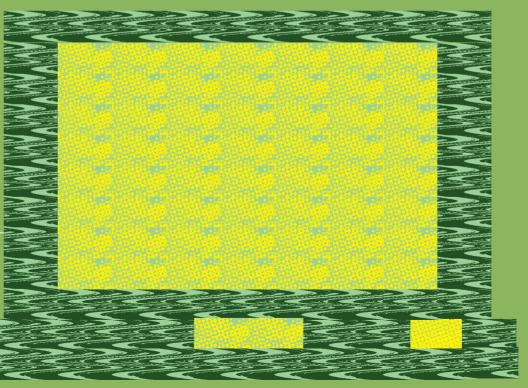
en télévision en ligne (TVR, bonus, chaînes en direct)

2,05 milliards de vidéos vues sur écran de télévision

1,95 milliard de vidéos vues sur ordinateur

1,85 milliard de vidéos vues sur appareil mobile





3.5 La télévision de rattrapage

L'offre de TVR

Plus de 100 chaînes en télévision de rattrapage

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

Sur tous les supports, certains services de TVR sont également disponibles par les sites de partage de vidéo. Les offres de TVR sont composées de services accessibles gratuitement et de services réservés aux abonnés des chaînes en option. En mars 2016, plus de 100 chaînes dont l'ensemble des chaînes nationales gratuites proposent leurs programmes en TVR sur au moins un écran.

Remarques méthodologiques

La part de l'offre de programmes disponible en TVR sur internet est calculée en volume horaire par www.tv-replay.fr pour le CNC. L'analyse est réalisée tous les six mois sur une semaine de référence (la semaine du 16 au 22 mai pour mai 2015 et la semaine du 21 au 27 novembre pour novembre 2015). Tous les programmes diffusés au cours de ces semaines entre 17 heures et minuit sont suivis afin de déterminer s'ils sont disponibles en TVR sur internet.

60 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en TVR

En novembre 2015, 60 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales gratuites (historiques, TNT et TNT HD) sont disponibles en télévision de rattrapage sur internet. Cette proportion progresse de deux points sur un an. Elle s'établit à 92 % pour les chaînes nationales historiques (stable par rapport à novembre 2014), contre 54 % pour les chaînes TNT (+5 points) et 36 % pour les chaînes TNT HD (-1 point). La part des programmes de flux (divertissement, magazine, information, sport) disponibles en TVR est plus élevée que la part des programmes de stock (animation, documentaire, fiction, film), tant sur

les chaînes historiques que sur les chaînes TNT et TNT HD.

Sur l'ensemble des chaînes nationales, 79 % des programmes de flux diffusés entre 17 heures et minuit sont disponibles en TVR sur internet en novembre 2015 (+1 point sur un an), contre 44 % des programmes de stock (+4 points). Sur les chaînes historiques, 98 % des programmes de flux sont disponibles, contre 82 % des programmes de stock. Sur les chaînes TNT, 79 % des programmes de flux sont disponibles, contre 39 % des programmes de stock. Sur les chaînes TNT HD, 45 % des programmes de flux sont disponibles, contre 30 % des programmes de stock.

Part des programmes disponibles en TVR sur internet¹ (%)

	chaînes historiques	chaînes TNT	chaînes TNT HD	total
mai 2013	88	43	24	51
nov. 2013	89	49	32	56
mai 2014	90	45	27	53
nov. 2014	92	49	37	58
mai 2015	89	53	34	58
nov. 2015	92	54	36	60

¹ Programmes diffusés entre 17 heures et minuit. Source: www.tv-replay.fr.

Remarques méthodologiques

L'étude de l'offre de télévision de rattrapage, réalisée par www.tv-replay.fr pour le CNC depuis octobre 2010, présente en 2015 l'offre de programmes de 23 chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP-Assemblée Nationale, Public Sénat, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et Chérie 25) disponible en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire.

17 109 heures de programmes disponibles chaque mois

En 2015, 17 109 heures de programmes diffusés sur l'ensemble de la journée sur les chaînes nationales gratuites sont disponibles en moyenne chaque mois en télévision de rattrapage sur internet. L'offre de TVR augmente de 11,7 % par rapport à 2014. Elle progresse de 8.6 % sur les chaînes TNT HD. de 11.4 % sur les chaînes TNT et de 12,4 % sur les chaînes historiques. En moyenne, les chaînes historiques proposent 8 277 heures de programmes chaque mois, contre 8007 heures pour les chaînes TNT et 826 heures pour les chaînes TNT HD. En 2015, 32,0 % de l'offre de TVR est disponible entre 0 et 7 jours (35,2 % en 2014). 64,0 % des programmes sont consultables plus de 30 jours (61 % en 2014). La part des programmes disponibles jusqu'à 7 jours après leur diffusion diminue de trois points par rapport à 2014.

Offre de TVR selon la durée de disponibilité (%)

	2011	2012	2013	2014	2015
0 à 7 jours	32,0	31,9	32,2	35,2	32,0
8 à 14 jours	1,9	1,7	1,8	1,6	2,0
15 à 30 jours	2,7	2,6	1,8	2,2	2,1
plus de 30 jours	63,3	63,8	64,2	61,0	64,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

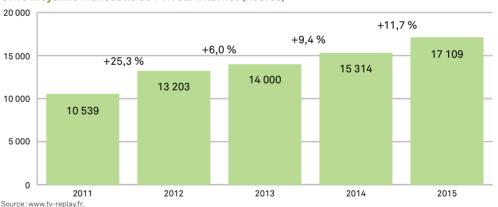
Source: www.tv-replay.fr.

Les programmes de flux composent la majorité de l'offre en TVR

En 2015, la part des programmes de stock dans l'offre de TVR sur internet s'élève à 16,5 % (17,2 % en 2014) dont 7,9 % pour la fiction TV (8,0 % en 2014), 4,5 % pour le documentaire (4,6 % en 2014) et 4,0 % pour l'animation (4,4 % en 2014). Les programmes de flux (divertissement, magazine, information, sport) représentent la majorité de l'offre (83,5 % du volume horaire en 2015). En 2015, les principales offres de TVR sur internet sont proposées par France 4 (238 heures par mois en moyenne),

Gulli (120 heures) et France 3 (84 heures) pour l'animation, par Arte (220 heures), France 5 (151 heures) et RMC Découverte (71 heures) pour le documentaire et par TF1 (198 heures), M6 (159 heures) et France Ô (155 heures) pour la fiction TV. En 2015, les programmes français composent 44,0 % de l'offre de fiction proposée en TVR sur internet (+2,8 points par rapport à 2014), contre 33,8 % pour la fiction américaine (+1 point), 14,1 % pour la fiction européenne non française (+1,7 point) et 8,1 % pour la fiction d'autres nationalités (-5,5 points).

Offre moyenne mensuelle de TVR sur internet (heures)



En 2015, chaque mois, 17 109 heures de programmes diffusés sur les chaînes nationales gratuites sont disponibles en TVR (+11,7 % par rapport à 2014).

La consommation et le public de la TVR

Remarques méthodologiques

L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, est réalisée depuis janvier 2011 à la demande du CNC par NPA Conseil et GfK. associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, Lagardère Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et TMC Régie à partir des données de Médiamétrie eStat streaming. Nedstats, Comscore, Omniture, Flurry Analytics, A&T Internet et des données des opérateurs. En 2011, le baromètre était constitué par les résultats concernant 14 chaînes dont les 6 chaînes nationales historiques: Canal+, iTELE pour le groupe Canal+; 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô pour le groupe France Télévisions; M6, W9, Paris Première, Teva pour le groupe M6; TF1, LCI pour le groupe TF1. L'analyse de la consommation est complétée par les résultats de TMC et NT1 à partir de janvier 2012, de D8 et D17 à partir d'octobre 2012, de Gulli, HD1 et 6ter à partir de janvier 2014. Depuis cette date, le baromètre est donc constitué des résultats de 21 chaînes.

5,1 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2015 (+36,4 %)

La consommation de télévision de rattrapage enregistre une forte croissance. En 2015, 5,1 milliards de vidéos sont visionnées en TVR, contre 3,7 milliards en 2014, soit une progression de 36,4 % sur un an. En 2015, 423,8 millions de vidéos sont visionnées en moyenne chaque mois en TVR (310,8 millions en 2014). Un nouveau record de consommation est atteint en octobre avec 492,5 millions de vidéos visionnées. À l'image de la consommation de la télévision en direct, la plus faible audience de TVR est enregistrée au mois d'août (372,1 millions de vidéos vues). En 2015, 13,9 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en TVR (10,2 millions en 2014).

Consommation de télévision de rattrapage¹ (millions de vidéos vues)



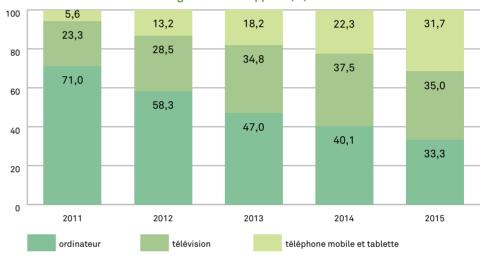
¹ Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1, en octobre 2012 avec D8 et D17 et en janvier 2014 avec Gulli, HD1 et 6ter. Source: NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie - Lagardère Publicité.

La télévision devient le premier support en volume de consommation en 2015

La consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, est en progression sur tous les supports et atteint 5,85 milliards de vidéos vues (+35,4 % par rapport à 2014). En 2015, 2,05 milliards de vidéos sont visionnées sur un écran de télévision (+26,2 %), 1,95 milliard sur un ordinateur (+12,5 % par rapport à 2014), et 1,85 milliard sur un appareil mobile (+92,0 %) dont 958,9 millions

sur téléphone mobile (+102,2 %) et 892,5 millions sur tablette (+82,1 %). En 2015, le téléviseur supplante ainsi l'ordinateur comme premier support de consommation de la télévision en ligne. En 2015, l'écran de télévision génère 35,0 % de l'audience (-2,5 points par rapport à 2014), l'ordinateur représente 33,3 % de la consommation (-6,8 points) et les supports mobiles totalisent 31,7 % des vidéos vues (+9,3 points) dont 16,4 % pour le téléphone mobile (+5,4 points) et 15,3 % pour la tablette (+3,9 points).

Consommation de télévision en ligne selon le support¹ (%)



¹ En nombre de vidéos visionnées. Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1, en octobre 2012 avec D8 et D17 et en janvier 2014 avec Gulli, HD1 et 6ter.

Source: NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie - Lagardère Publicité.

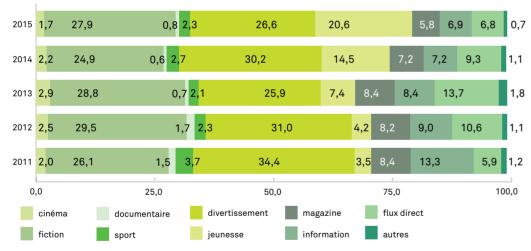
31,7 % de la consommation de la télévision en ligne se fait sur un appareil mobile (téléphone et tablette).

La fiction est le genre le plus consommé

En 2015, les programmes de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes jeunesse) composent 51,0 % de la consommation de télévision en ligne, contre 42,3% en 2014. En 2015, la fiction est le genre de programmes le plus consommé (27.9 % des vidéos vues), devant le divertissement (26,6 %), les programmes jeunesse (20,6 %), l'information (6,9 %), le magazine (5,8 %), le sport (2,3 %), le cinéma (1,7 %) et le documentaire (0,8 %). La plus forte progression est enregistrée par les programmes jeunesse (+92,2 % par rapport à 2014). Les meilleures audiences de télévision en ligne sont généralement des succès de l'antenne. les programmes ciblant un public jeune et les programmes «feuilletonnants» étant surreprésentés. En 2015, les meilleures audiences mensuelles sont réalisées, pour TF1, par des divertissements The Voice, Koh Lanta, Secret Story. Danse avec les stars. Pour les chaînes du groupe France Télévisions, Plus belle

la vie (France 3) est le programme qui enregistre chaque mois le plus grand nombre de vidéos vues. Pour les chaînes du groupe Canal+. le Petit Journal (Canal+) occupe sept mois sur douze la première place du classement en 2015. Deux programmes de D8 (Touche pas à mon poste! et Palmashow) sont en tête quatre mois sur douze. Le football est en première position en août. Les meilleures audiences pour les chaînes du groupe M6 sont réalisées, neuf mois sur douze, par des divertissements diffusés sur W9 les Princes de l'amour, les Marseillais en Thaïlande. les Ch'tis vs les Marseillais : la revanche et, entre iuin et août, par le divertissement de M6 l'Amour est dans le pré. Pour TMC et NT1, les programmes les plus visionnés sont des fictions entre janvier et juillet et des divertissements entre août et décembre. Pour Gulli, les meilleures audiences sont réalisées par des programmes d'animation (8 mois sur 12) ou des séries jeunesse étrangères (4 mois sur 12).

Consommation de télévision en ligne selon le genre¹ (%)



¹ En nombre de vidéos visionnées. Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et NT1, en octobre 2012 avec D8 et D17 et en janvier 2014 avec Gulli HD1 et êter

Source: NPA - GfK - Canal + Régie - France Télévisions Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital - TMC Régie - Lagardère Publicité.

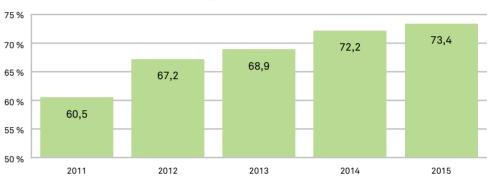
Remarques méthodologiques

Le public de la télévision de rattrapage et ses usages sont mesurés depuis octobre 2010 par un sondage en ligne réalisé par Harris Interactive pour le CNC auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus chaque mois.

73,4 % des internautes regardent des programmes en TVR

L'usage des services de télévision de rattrapage continue à se diffuser au sein de la population française. En 2015, 73,4 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en TVR (tous supports confondus) au cours des 12 derniers mois, contre 72,2 % en 2014. La pénétration de la TVR progresse ainsi de 1,2 point. Elle est en augmentation pour toutes les catégories sociodémographiques, à l'exception des moins de 25 ans.

Pénétration de la télévision de rattrapage¹ (%)



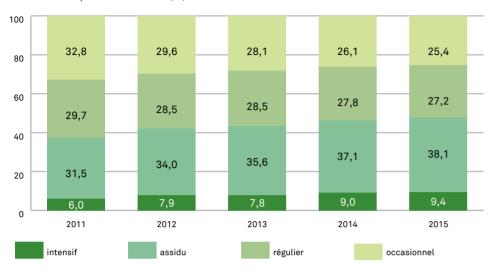
¹ Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).
Source: Harris Interactive.

L'usage des services de télévision de rattrapage s'intensifie

En 2015, 47,5 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 46,1 % en 2014. La part des utilisateurs quotidiens augmente de 0,4 point à 9,4 % en 2015. La part des utilisateurs assidus (qui regardent des programmes au moins une

fois par semaine et moins d'une fois par jour) est en hausse de 1,0 point à 38,1 %. La proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) diminue de 0,6 point à 27,2 %. La proportion des utilisateurs occasionnels (moins d'une fois par mois) est en recul de 0,7 point à 25,4 %.

Habitudes du public de la TVR1 (%)



¹ Internautes utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus).

Utilisateur intensif: au moins une fois par jour; assidu: au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour; régulier: au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine; occasionnel: moins souvent.

Source: Harris Interactive.

Les recettes publicitaires sont estimées à 90 M€

L'accès aux services de télévision de rattrapage est généralement gratuit pour le public en ce qui concerne les chaînes nationales gratuites et inclus dans l'abonnement (sans supplément) pour les chaînes payantes. Les recettes publicitaires constituent la principale source de revenus des services de TVR. L'évolution des recettes s'explique par différents facteurs: lenombre d'annonceurs, le volume de publicité diffusée, le prix de vente de l'espace publicitaire. En 2015, le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 90 M€, contre 80 M€ en 2014 (+12,5 %). Il a été multiplié par 3 entre 2011 et 2015 (30 M€ en 2011).

En 2015, le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 90 M€, contre 80 M€ en 2014 (+12,5 %). Il a été multiplié par 3 entre 2011 et 2015 (30 M€ en 2011).

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

4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

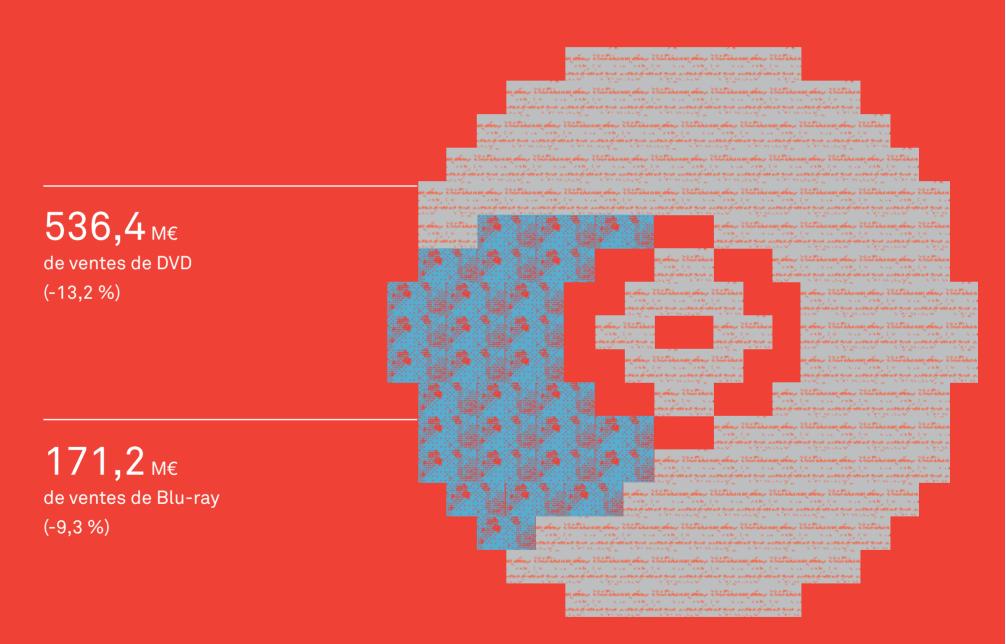


⁻ les series statistiques sur la TVR

[–] l'étude L'économie de la télévision de rattrapage en 2015

En 2015: 707,6 M€ de ventes de DVD et Blu-ray (-12,3 % par rapport à 2014)

88 millions d'unités vendues



4.1 DVD et Blu-ray

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). Par rapport au baromètre annuel de la vidéo physique CNC-GfK publié en mars 2016, les résultats 2015 ont été actualisés avec un périmètre hebdomadaire différent.

En 2015, le chiffre d'affaires total de la vidéo (physique et VàD) s'élève à 1 025,2 M€ (-4,4 %)

En 2015, les ventes totales de vidéo (TTC), qui comprennent les ventes de vidéo physique (hors location) et de vidéo à la demande (paiement à l'acte et abonnement), s'élèvent à 1 025,2 M€ et sont en baisse de 4,4 % (1072,0 M€ en 2014). Le marché de la vidéo physique représente 69,0 % du marché total de la vidéo, en baisse de 6,3 points par rapport à 2014 au profit de la vidéo à la demande dont la part passe de 24,7 % en 2014 à 31.0 % en 2015.

Le marché de la vidéo physique diminue de 12.3 % en valeur

En 2015, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray enregistrent une baisse de 12,3 % et s'établissent à 707,6 M€. La dépense des ménages en vidéo physique recule pour la cinquième année consécutive. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont diminué de plus de moitié (-57,4 %). Elles représentent 69,0 % du marché global de la vidéo en 2015 (physique et VàD). Entre 2014 et 2015, les volumes de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminuent de 4,9 %. Ils passent pour la première fois sous la barre des 90 millions d'unités vendues à 88.2 millions en 2015.

Les ventes de DVD et de Blu-ray enregistrent une baisse de 12,3 % et s'établissent à 707,6 M€. Trois principaux facteurs peuvent expliquer le recul du marché: les changements d'usages de consommation de la vidéo (en télévision de rattrapage ou en vidéo à la demande), l'équipement limité des foyers français en lecteurs Blu-ray et le piratage.

Le DVD toujours dominant

Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique constitué par le DVD et le Blu-ray, le DVD reste le format privilégié. Il capte 75,8 % du marché en valeur en 2015, contre 76,6 % en 2014 et 87,5 % il y a 5 ans. A 536,4 M€, les ventes du format DVD reculent de 13,2 % par rapport à 2014. 74,8 millions de DVD sont vendus en 2015, soit 6,1 % de moins qu'en 2014.

Le DVD reste le format privilégié. Il capte 75,8 % du marché en valeur en 2015.

Recul du Blu-ray

En 2015, même si l'équipement des foyers français en lecteurs haute définition continue de croître (13,9 % des foyers équipés en lecteur Blu-ray de salon en 2015 selon GfK, contre 12,4 % en 2014), les recettes du Blu-ray diminuent pour la troisième année consécutive de 9,3 % entre 2014 et 2015. Elles s'élèvent à 171,2 M€. Les volumes vendus sont en hausse par rapport à 2014 (13,4 millions de disques vendus, soit +2,1 %). En 2015, le Blu-ray représente 24,2 % du marché de la vidéo physique.

En raison de la disparition du support, les ventes de VHS sont exclues depuis 2007 de la mesure du marché de la vidéo. En 2015, la VHS génère encore 0,2 M€ de recettes pour 24 220 unités vendues, contre 0,2 M€ et 28 523 unités en 2014.

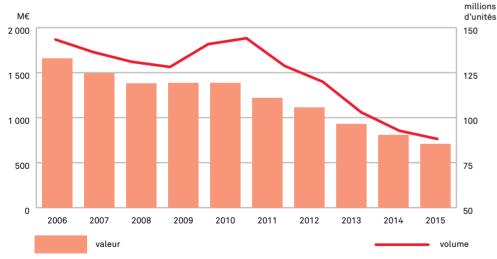
Ventes¹ de vidéo physique selon le support²

			duma /millia	no d'unitéo)				voleur (MC)
		VC	olume (millio	ns d'unités)				valeur (M€)
	VHS	DVD	Blu-ray³	total	VHS	DVD	Blu-ray³	total
2006	1,0	135,4	=	136,4	4,5	1 654,7	=	1659,2
2007	-	130,5	0,5	131,0	=	1 479,9	14,3	1 494,1
2008	-	126,0	2,2	128,2	-	1 331,0	51,5	1382,4
2009	-	135,6	5,3	140,9	=	1 277,0	107,3	1384,4
2010	-	134,4	9,7	144,1	=	1 211,7	173,7	1 385,4
2011	-	116,2	12,6	128,8	=	1018,2	204,7	1222,9
2012	-	105,8	14,2	120,0	=	891,9	224,1	1116,0
2013	-	89,9	13,2	103,1	-	723,9	205,2	929,1
20144	-	79,6	13,1	92,8	-	618,2	188,8	807,0
2015	-	74,8	13,4	88,2	-	536,4	171,2	707,6
structure 2015	-	84,8 %	15,2 %	100,0 %	-	75,8 %	24,2 %	100,0%
évol. 15/14	-	-6,1 %	+2,1 %	-4,9 %	-	-13,2 %	-9,3 %	-12,3 %

¹ Ventes toutes taxes comprises.

Source: CNC - GfK.

Ventes¹ de vidéo physique de détail²



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC)

20,07 € pour une nouveauté en DVD

En 2015, le prix moyen de vente TTC d'un DVD de catalogue à l'unité baisse de 4.6 % à 11.68 € (12,25 € en 2014). Celui des nouveautés (références vendues depuis moins de six mois) recule de 1.9 % à 20.07 €. Tous conditionnements confondus (packs et à l'unité), les ventes de DVD entre 17 € et 20 € représentent la principale tranche de prix du marché avec 22.2 % des recettes totales, contre 23.0 % en 2014. En volume, les DVD vendus entre 3 € et 8 € constituent la principale tranche de prix avec 26,1 % des volumes en 2015, contre 27,5 % en 2014. En 2015, les ventes de DVD à moins de 3 € représentent 1.1 % des recettes et 9.1 % des volumes. Le prix moyen d'un support Blu-ray de nouveauté vendu à l'unité est de 21,70 € en 2015, en baisse de 3,1 % par rapport à 2014. Le prix d'un Blu-ray de catalogue vendu à l'unité est en hausse de 9,5 % à 12,69 €. Les Blu-ray vendus entre 20 € et 25 € constituent la principale tranche en volume avec 24,3 % des ventes, comme en valeur avec 27.8 % des recettes totales du marché

Précisions méthodologiques

L'analyse des supports vidéo par genre distingue deux univers: l'univers des films cinématographiques et l'univers du hors film. Les films cinématographiques regroupent l'ensemble des longs métrages ayant fait l'objet d'une exploitation en salles en France. Le hors film regroupe l'ensemble des œuvres éditées directement en vidéo et les autres programmes tels que les programmes télévisuels, les pièces de théâtre, les documentaires (hors longs métrages cinématographiques), les spectacles d'humour, les courts métrages, les programmes musicaux et les programmes divers (santé, forme, cuisine, etc.). Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse.

Diminution des ventes de hors film

Les ventes du hors film en vidéo sont en recul de 14.0 % en 2015 pour la neuvième année consécutive. Les ventes en volume de hors film en Blu-ray diminuent à nouveau de 4,7 % entre 2014 et 2015. Il faut noter le succès de certains. titres, comme Florence Foresti – Madame Foresti (1er du classement 2015 des meilleures ventes de vidéo physique en valeur), Game of Thrones saison 4 (3°), ou les Enfoirés – Sur la Route des Enfoirés 2015 (4°). En 2015, le hors film représente 35,3 % du marché, contre 36,0 % en 2014. A 249.7 M€, les ventes de hors film passent pour la première fois sous la barre des 250 M€. Entre 2010 et 2015, elles ont baissé de 12,8 % par an en moyenne et ont été divisées de moitié (-50,5 %). En 2015, le hors film représente 17,1 % des recettes du format Blu-ray et 41,1 % de celles du DVD. L'offre reste en effet moins développée que sur le segment du film et la haute définition est souvent percue par l'utilisateur comme d'un intérêt moindre pour les programmes hors film. En volume, les ventes de hors film diminuent de 6.1 % à 42.3 millions d'unités vendues en 2015. Néanmoins, elles sont supérieures à celles du film pour la troisième année consécutive.

Le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo en valeur.

Les films représentent près de 60 % des recettes de la vidéo physique

En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les recettes des films cinématographiques s'élèvent à 421,1 M€ en 2015, soit 59,5 % du total et diminuent de 12,2 % par rapport à 2014 (479,4 M€). Les ventes sont en recul sur les deux supports, de 13,0 % sur le DVD et de 10,5 % sur le Blu-ray. En volume, 39,6 millions de supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2015, soit une baisse de 3,5 % par rapport à 2014. Les ventes des opérations promotionnelles diminuent de 1,5 % en valeur en 2015. Elles représentent 5,2 % des recettes du secteur.

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Le Blu-ray s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

⁴ Données mises à jour.

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

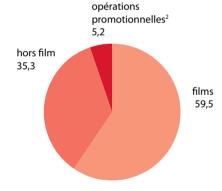
Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu²

			volume (millior	ns d'unités)				valeur (M€)
	films	hors film	0.P. ³	total	films	hors film	0.P. ³	total
2006	59,6	65,1	11,7	136,4	870,4	738,4	50,3	1659,2
2007	58,4	65,5	7,1	131,0	791,2	663,2	39,7	1 494,1
2008	58,5	63,5	6,3	128,2	772,6	576,4	33,4	1382,4
2009	66,7	65,4	8,7	140,9	808,4	532,7	43,2	1384,4
2010	71,4	64,7	8,1	144,1	849,6	495,0	40,8	1385,4
2011	64,6	57,0	7,2	128,8	753,6	429,3	40,1	1222,9
2012	59,8	53,4	6,8	120,0	692,0	380,7	43,4	1116,0
2013	48,2	48,6	6,3	103,1	560,4	328,4	40,3	929,1
20144	41,1	45,1	6,6	92,8	479,4	290,3	37,3	807,0
2015	39,6	42,3	6,3	88,2	421,1	249,8	36,8	707,6
structure 2015	44,9 %	48,0 %	7,1 %	100,0%	59,5 %	35,3 %	5,2 %	100,0 %
évol. 15/14	-3,5 %	-6,1 %	-6,0 %	-4,9 %	-12,2 %	-14,0 %	-1,5 %	-12,3 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC),

Source: CNC - GfK.

Répartition des ventes¹ vidéo selon le contenu en 2015 (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
2008	11,6	16,0	19,0
2009	8,0	12,2	15,4
2010	9,7	14,4	17,8
2011	7,9	12,5	15,8
2012	8,6	12,7	16,0
2013	8,3	12,2	15,6
2014	8,8	13,3	16,9
2015	10,4	15,9	19,6

Source: GfK.

La part de marché des films français sur le marché de la vidéo s'établit à 21,6 % et est quasi stable par rapport à 2014.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2015

rang	titre	film / hors film	genre	nationalité	part des ventes en Blu-ray (%)
1	Le Hobbit - La Bataille des cinq Armées	film	fiction	NZ	54,8
2	La Famille Bélier	film	fiction	FR	18,4
3	Les Schtroumpfs 2	film	fiction	US	=
4	The Amazing Spider-Man - Le Destin d'un Héros	film	fiction	US	23,5
5	La Reine des Neiges	film	animation	US	12,1
6	Fast & Furious 7	film	fiction	US	39,6
7	Interstellar	film	fiction	US	61,1
8	Elysium	film	fiction	US	25,5
9	Cinquante Nuances de Grey	film	fiction	US	31,9
10	Jurassic World	film	fiction	US	51,1
11	Florence Foresti - Madame Foresti	hors film	humour	FR	13,0
12	Predestination	hors film	fiction	US	-
13	22 Jump Street	film	fiction	US	
14	les Minions	film	animation	US	25,6
15	Lucy	film	fiction	FR	36,2
16	Game of Thrones - Saison 4	hors film	série TV	US	40,9
17	Hunger Games - La Révolte - Partie 1	film	fiction	US	37,5
18	Vice-Versa	film	animation	US	29,6
19	Avengers - L'ère d'Ultron	film	fiction	US	59,8
20	Les Enfoirés - Sur la route des Enfoirés 2015	hors film	musique	FR	-

¹ FR = France, US = Etats-Unis, NZ = Nouvelle-Zélande. Source: CNC - GfK.

Stabilité de la part de marché des films français

En 2015, la part de marché des films français sur le marché de la vidéo s'établit à 21.6 % et est quasi stable par rapport à 2014 (-0,5 point). 8,5 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus en 2015, contre 9,5 millions en 2014 (9,8 %). Le cinéma français génère 91,2 M€ de recettes en 2015, en baisse de 14,0 % par rapport à 2014. Les films français réalisent 12,2 % des ventes de films en Blu-ray en 2015 (11,4 % en 2014), contre 26,3 % des ventes de films en DVD (27,3 % en 2014). En 2015, deux films français figurent parmi les vingt meilleures ventes de films en valeur en vidéo, contre trois en 2014: la Famille Bélier (2e) et Lucy (13°). Il faut noter également les bons résultats de Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu? (19e) et Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père (21e).

Nouvelle baisse des ventes de films américains

En 2015, les ventes de films américains en vidéo affichent une baisse de 12,5 %, à 271,2 M€. Leur part de marché s'établit à 64,4 % (64,7 % en 2014). En volume, près de 25 millions de DVD et Blu-ray de films américains ont été achetés en 2015, soit 1,9 % de moins qu'en 2014. Les films américains génèrent 73,1 % des ventes de films en Blu-ray (73,2 % en 2014) et 60,1 % des ventes de films en DVD (60,6 % en 2014). En 2015, les films américains réalisent seize des vingt meilleures performances de films en vidéo physique (14 films en 2014). Ainsi, les Schtroumpfs 2 se classe en troisième position du classement en valeur, devant The Amazing Spider-Man: le destin d'un héros (4°), la Reine des Neiges (5°), Fast & Furious 7 (6°) et Interstellar (7°).

²Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

⁴ Données mises à jour.

 $^{^2}$ Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN). Source : CNC – GfK.

Films européens en hausse

Après trois années consécutives de baisse. les ventes des films européens non français progressent en 2015. Elles affichent une hausse de 8,7 % par rapport à 2014. La part de marché des films européens progresse de 2 points à 10,3 %. Les recettes des films européens non français sont principalement tirées par le succès de deux films britanniques: Gravity, 45° au classement des meilleures ventes de vidéo de 2015, et le coffret Harry Potter - L'Intégrale -8 films (55°). Kingsman: services secrets, film britannique les suit en 58° position.

Diminution des ventes de films non-européens

En 2015, la part de marché des films non européens et non américains perd 1,2 point et s'établit à 3,7 %. Les recettes baissent de 34,4 % par rapport à 2014, à 15,4 M€. Un seul film apparaît dans les vingt meilleures ventes de film en valeur : le Hobbit : la bataille des cina armées (néozélandais), meilleure vente vidéo en 2015. Le volume des ventes recule à 1,3 million d'unités vendues, soit -25,9 % par rapport à 2014.

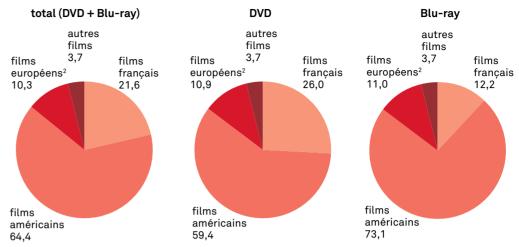
Ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité² (M€)

	films français	films américains	films européens³	autres films	total
2006	198,7	523,3	106,8	41,6	870,4
2007	182,1	497,8	78,7	32,7	791,2
2008	176,0	483,5	93,3	19,7	772,6
2009	176,9	519,3	90,0	22,2	808,4
2010	181,2	546,4	101,4	20,7	849,6
2011	162,4	455,1	113,6	22,3	753,6
2012	164,7	430,8	78,5	18,0	692,0
2013	110,9	355,9	64,4	29,2	560,4
20144	106,0	310,1	39,9	23,4	479,4
2015	91,2	271,2	43,4	15,4	421,1
structure 2015	21,6 %	64,4 %	10,3 %	3,7 %	100,0 %
évol. 15/14	-14,0 %	-12,5 %	+8,7 %	-34,4 %	-12,2 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC)

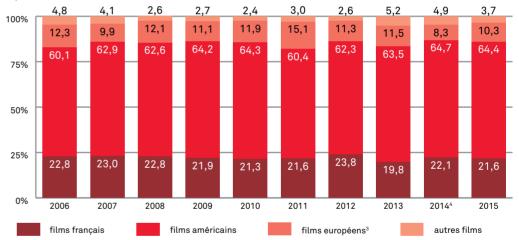
Source: CNC - GfK.

Répartition des ventes¹ vidéo selon le contenu en 2015 (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC)

Répartition des ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité² (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source: CNC - GfK.

Hors film: le succès des séries américaines

En 2015, tous les segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes vidéo. Les recettes de la fiction (unitaires et séries télévisuelles) en vidéo reculent de 10,9 % à 145,4 M€. La fiction reste le genre le plus vendu du hors film, loin devant les programmes pour enfants et l'humour. A 58,2 %, sa part de marché dans le hors film en vidéo est en hausse par rapport à 2014 (56,2 % en 2014). Les recettes

de la fiction française diminuent de 0,8 % en 2015 à 17,9 M€. Elles représentent 12,3 % des recettes totales de la fiction (stable par rapport à 2014). La première fiction française de 2015, la première saison de Versailles, se place au 44e rang du classement en valeur des programmes hors film. Les ventes vidéo de fiction étrangère reculent de 12,1 %, à 127,5 M€ en 2015. Les fictions étrangères, notamment les séries américaines, restent largement

166

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.

⁴ Données mises à jour.

² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France. Source: CNC - GfK.

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.

⁴ Données mises à jour

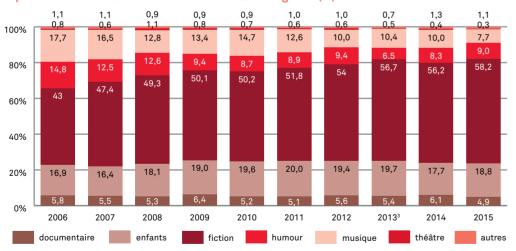
majoritaires et génèrent cette année encore 87,7 % des recettes de la fiction en vidéo. 12 des 20 premières places du classement en valeur des programmes hors film sont ainsi occupées par des œuvres de fiction américaines, parmi lesquelles notamment la quatrième saison de *Game of Thrones* (3°), la saison 5 de *The Walking Dead* (7°) et la saison 3 de *House of Cards* (10°).

Ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre² (M€)

	documentaire	enfants	fiction / série	humour	musique	théâtre	autres	total
2006	43,0	124,5	317,4	109,4	130,8	5,6	7,8	738,4
2007	36,3	108,7	314,4	83,2	109,7	3,9	7,1	663,2
2008	30,3	104,2	284,0	72,8	73,7	6,3	5,3	576,4
2009	34,3	101,1	266,7	50,2	71,5	4,2	4,7	532,7
2010	25,6	97,0	248,6	42,9	72,8	3,3	4,7	495,0
2011	22,1	85,9	222,2	38,4	54,0	2,4	4,2	429,3
2012	21,4	73,9	205,6	33,0	38,0	2,3	3,7	380,7
2013	17,8	64,8	186,1	21,4	34,2	1,8	2,3	328,4
2014³	17,7	51,5	163,1	24,0	29,2	1,1	3,8	290,3
2015	12,2	46,9	145,4	22,5	19,2	0,8	2,8	249,8
structure 2015	4,9 %	18,8 %	58,2 %	9,0 %	7,7 %	0,3 %	1,1 %	100,0 %
évol. 15/14	-31,1 %	-8,8 %	-10,9 %	-6,3 %	-34,1 %	-28,4 %	-25,7 %	-14,0 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Répartition des ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre² (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source: CNC - GfK.

Progression du nombre de références actives

Au total, 64 266 références de DVD, 11013 références de Blu-ray 2D et 609 références de Blu-ray 3D ont été vendues au moins une fois en 2015. Le nombre de références actives du format DVD est quasi stable (-0,1 % entre 2014 et 2015, soit 64 titres de moins) et atteint le plus bas niveau de la période. L'augmentation du nombre de références de Bluray 2D (+1 295 titres) et de Blu-ray 3D (+23,5 % entre 2014 et 2015) permettent une hausse du nombre total de références actives en vidéo physique, qui se situe à 75 888 en 2015

75 888 références en DVD et Blu-ray sont vendues au moins une fois en 2015, en hausse de près de 2 %.

(+1,8 % au global par rapport à 2014, soit +1 347 titres) et revient ainsi à son niveau de 2009 (75 973 références). Il enregistre néanmoins un recul de 3,9 % en cinq ans.

Offre vidéo selon le format (nombre de références actives)1

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
Blu-ray 2D	1 099	2089	3379	4945	6852	8 4 4 0	9718	11013	+13,3 %
Blu-ray 3D	=	1	20	117	221	358	493	609	+23,5 %
DVD	65 765	73 883	75540	76 208	71 943	67 880	64330	64266	-0,1 %
total	66864	75 973	78939	81270	79016	76 678	74541	75888	+1,8 %

¹ Une référence active est une référence en DVD et/ou Blu-ray vendue au moins une fois au cours de l'année. Source: CNC – GfK.

Le marché du Blu-ray 3D

Les foyers sont encore peu nombreux à être équipés en écrans compatibles 3D, puisque seuls 15,1 % d'entre eux en possèdent en 2015 selon GfK (13,5 % en 2014). Avec 0,8 million d'unités, le nombre de Blu-ray 3D vendus en 2015 diminue de 33,8 % par rapport à 2014. Ce support, lancé en 2010, représente 5,8 % des ventes en volume de Blu-ray en 2015 (9,0 % en 2014), soit 0,9 % des ventes totales de vidéo physique (1,3 % en 2014). En 2015, le Blu-ray 3D représente 12,7 % des recettes du Blu-ray et 3,1 % de celles du marché de la vidéo physique (respectivement 17,4 % et 4,1 % en 2014). Le prix moyen des Blu-ray 3D est de 27,87 € en 2015, soit 0,1 % de moins qu'en 2014.

Consommation des Blu-ray 3D

	ventes unités (millions)		prix moyen (€)		
2012	29,8	1,1	28,27		
2013	30,1	1,1	27,91		
2014²	32,8	1,2	27,88		
2015	21,7	0,8	27,87		
évol. 15/14	-33,8%	-33,8%	-0,1%		

169

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Données mises à jour.

Source: CNC - GfK.

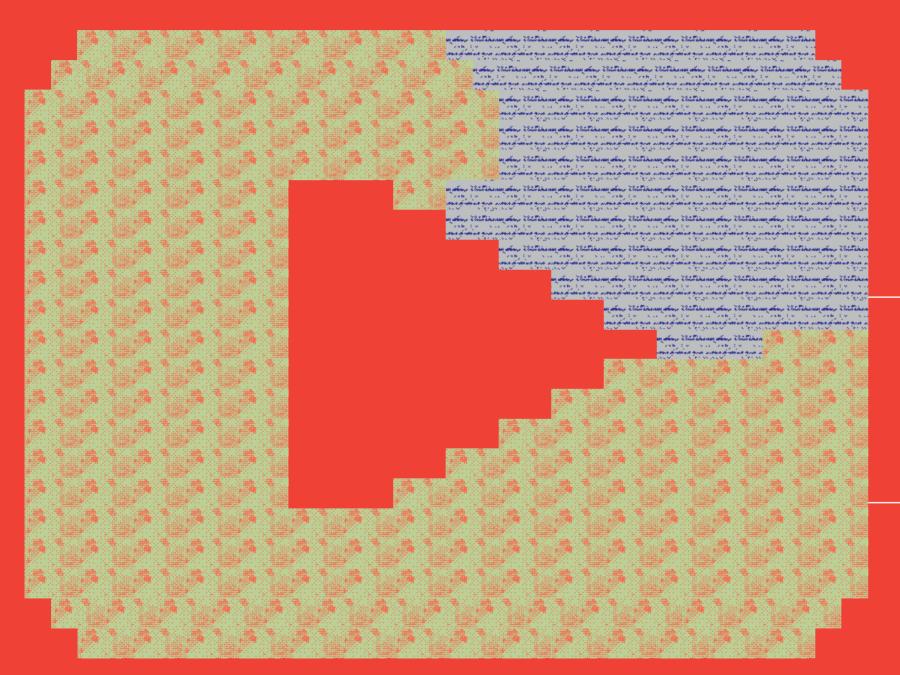
² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

³ Données mises à jour.

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Données mises à jour.

Source: CNC - GfK.



317,6 M€

de dépenses des ménages

en vidéo à la demande

(+19,8 % par rapport à 2014)

82,5 M€ en vidéo à la demande par abonnement (+182,3 %)

235,0 M€ en paiement à l'acte (-0,3%)

4.2 La vidéo à la demande (VàD)

Le marché de la VàD

Précisions méthodologiques

(TTC).

GfK recense chaque mois la totalité des références vendues ou louées par les plateformes généralistes les plus représentatives du marché de la VàD payante installées en France.

L'estimation 100 % du secteur est calculée sur la base des taux de couverture suivants à compter d'octobre 2015 :

	téléviseur	ordinateur
ocation à l'acte	97 %	25 %
ente à l'acte	13 %	13 %
bonnement	2,2 %	2,2 %
Selon GfK, le panel	de plateformes s	suivies

Selon GfK, le panel de plateformes suivies représente 53,9 % des ventes du marché de la VàD en 2015. Sur l'univers du paiement à l'acte, il est représentatif de 68,0 % des ventes en valeur et de 76,7 % en volume.

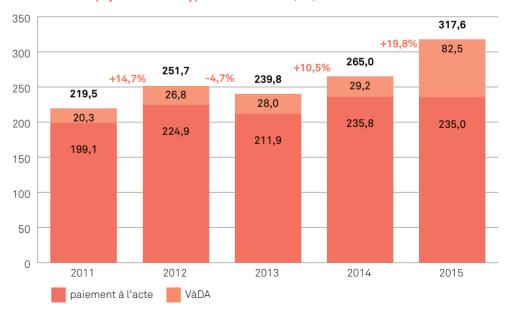
Les ventes s'entendent toutes taxes comprises

Le marché de la VàD payante en France est estimé à 317,6 M€ en 2015, soit une augmentation de 19,8 % par rapport à 2014.

Un marché de près de 320 M€ en 2015

Selon le baromètre NPA-GfK, les ventes sur le marché de la VàD payante en France sont estimées à 317,6 M€ en 2015, soit une augmentation de 19,8 % par rapport à 2014. Le marché de la VàD payante s'inscrit donc dans une tendance à la hausse. Le paiement à l'acte reste majoritaire (74,0 % des ventes totales). Toutefois, la part de marché de la VàDA (formules par abonnement) progresse sensiblement entre 2014 et 2015, passant de 11,0 % à 26,0 %. Le téléviseur reste le principal support de consommation de contenus en VàD payante. En 2015, 80,3 % des ventes de VàD payante se font sur TVIP (75,9 % en 2014), contre 19,7 % sur ordinateur (24,1 % en 2014).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction¹ (M€)



Source: GfK - NPA Conseil - estimation 100 %. Evolution entre deux années consécutives.

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Précisions méthodologiques

Les références actives sont les programmes téléchargés au moins une fois au cours de la période étudiée. Ces résultats sont issus des déclarations des plateformes du panel de l'institut GfK.

Plus de 67 000 références actives en 2015

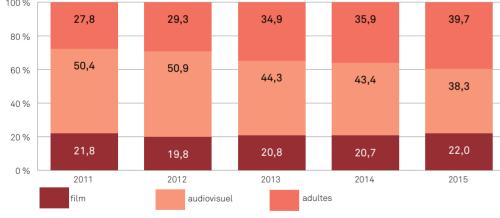
Selon le panel de plateformes suivies par l'institut GfK, 67 337 références ont été actives au cours de l'année 2015, soit une augmentation de 8,7 % par rapport à 2014 (+5 376 programmes). En 2015, 39,7 % des références actives sont des programmes pour adultes (+3,8 points par rapport à 2014). Cette hausse se fait au détriment des programmes audiovisuels (38,3 % des références actives en 2015, contre 43,4 % en 2014). Le film représente 22,0 % des références actives en VàD (+1,3 point par rapport à 2014). En 2015, 68,8 % des références (tous genres confondus) sont actives sur une seule plateforme, 14,9 % sur deux plateformes, 6,8 %

67 337 références ont été consommées au cours de l'année 2015 (+5 376 programmes).

sur trois plateformes et 9,5 % sur quatre plateformes ou plus. L'audiovisuel est le genre qui présente le plus de références exclusives : 83,5 % des références sont ainsi actives sur une seule plateforme. Au sein de ce segment, l'humour n'est pas une offre exclusive. 51,2 % des programmes relevant de ce genre sont actifs sur au moins deux plateformes en 2015. À l'inverse, l'animation jeunesse est une offre exclusive : 90,9 % des œuvres audiovisuelles d'animation pour la jeunesse sont actives sur une seule plateforme.

Le film est le genre pour lequel la présence des œuvres sur plusieurs plateformes est la plus répandue : 69,0 % des références « film » sont actives sur au moins deux plateformes en 2015.

Références actives selon le type de programmes (%)



Source: Panel GfK - NPA Conseil

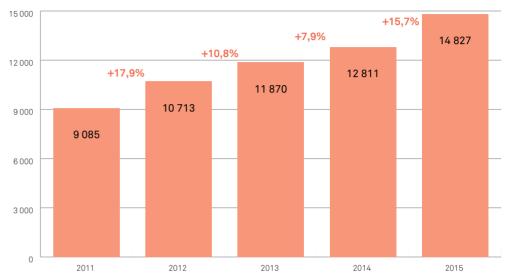
Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

Près de 15 000 films disponibles en VàD

Selon le panel de plateformes suivies par l'institut GfK, 14827 films ont été actifs au cours de l'année 2015, soit une augmentation de 15,7 % par rapport à 2014 (+2016 films).

En 2015, les films français représentent 29,1 % de l'offre (29,5 % en 2014), les films américains 43,7 % (43,5 % en 2014) et les films d'autres nationalités 27,3 % (27,1 % en 2014).

Références actives de films



Source : Panel GfK - NPA Conseil.

Evolution entre deux années consécutives

Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

La fiction est le genre le plus consommé dans les programmes audiovisuels

Sur le segment de l'audiovisuel, le genre le mieux représenté dans les références actives est la fiction (unitaires et séries télévisuelles). 36,0 % des références actives relèvent de ce genre en 2015 (34,0 % en 2014). Les programmes jeunesse en totalisent 27,7 % (22,6 % en 2014), le documentaire 22,8 % (26,5 % en 2014), la musique 4,5 % (8,2 % en 2014) et l'humour 2,0 % (1,6 % en 2014).

Sur 14827 films téléchargés au moins une fois en VàD en 2015, 4310 sont des films français et 6476 sont américains.

La VàD en paiement à l'acte

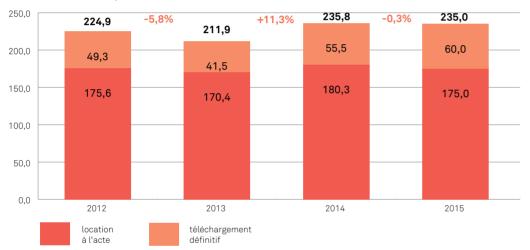
Stabilité du marché du paiement à l'acte en 2015

En 2015, le marché de la VàD en paiement à l'acte est estimé à 235,0 M€, un résultat stable par rapport à 2014 (-0,3 %). A 175,0 M€, la location à l'acte recule de 2,9 % en 2015 par rapport à 2014 et capte 74,5 % des ventes en paiement à l'acte (76,5 % en 2014). Le téléchargement définitif progresse de 8,2 % sur la période pour atteindre 60,0 M€, représentant 25,5 % du marché du paiement à l'acte (23,5 % en 2014).

Le téléviseur est le principal support de consommation de contenus en VàD à l'acte. En 2015, 74,4 % des ventes de VàD à l'acte se font sur TVIP (74,5 % en 2014), contre 25,6 % sur ordinateur (25,5 % en 2014).

Le marché de la VàD en paiement à l'acte est estimé à 235,0 M€ en 2015.

Marché de la VàD en paiement à l'acte¹ (M€)



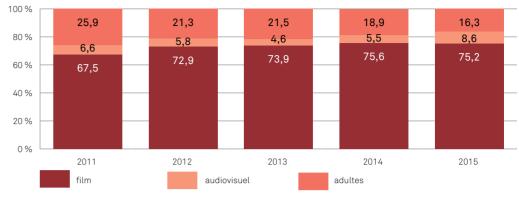
Source: GfK - NPA Conseil - estimation 100 %.

Le cinéma en paiement à l'acte : 75,2 % des ventes en valeur du panel

La part de marché en valeur du cinéma en paiement à l'acte s'élève à 75,2 % en 2015. Les programmes audiovisuels représentent 8,6 % des transactions (locations à l'acte + téléchargement définitif) du panel en valeur (5,5 % en 2014, soit +3,1 points). Cette progression s'explique par les très bons

résultats enregistrés par la série française diffusée sur France 3 *Plus belle la vie* (3° au classement des transactions en volume de 2015), par la série américaine diffusée sur TF1 *Grey's Anatomy* (7°) et par la captation du spectacle de Florence Foresti, *Madame Foresti* (13°). La part de marché des programmes pour adultes s'établit à 16,3 % en 2015 (18,9 % en 2014, soit -2,6 points).

Structure des ventes en valeur en paiement à l'acte selon le type de programmes¹ (%)



Source : Panel GfK - NPA Conseil

La part de marché des films français : 31,6 % des transactions en valeur du panel en paiement à l'acte

Sur le segment film, la part de marché en valeur des films français recule entre 2014 et 2015 (-4,8 points à 31,6 %). La majeure partie des transactions en valeur du panel en paiement à l'acte reste assurée par les films américains. Ces derniers représentent 56,9 % des ventes en valeur en 2015 (+2,9 points par rapport à 2014).

Part des films cinématographiques les plus performants dans le total des transactions films en paiement à l'acte (%)

	top 10	top 20	top 30	total
2007	12,0	19,3	25,2	100,0
2008	11,1	18,4	24,2	100,0
2009	8,7	14,0	18,6	100,0
2010	10,2	17,9	23,5	100,0
2011	9,2	15,5	20,8	100,0
2012	11,4	19,3	25,5	100,0
2013	10,9	19,7	26,5	100,0
2014	15,1	24,0	31,2	100,0
2015	12,7	20,3	26,6	100,0

Source : Panel GfK - NPA Conseil.

Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

La fiction: premier genre audiovisuel

Au sein du segment audiovisuel, la fiction (unitaires et séries télévisuelles) capte près de la moitié du marché de la VàD en paiement à l'acte. En 2015, le genre capte 47,3 % des transactions en valeur (58,1 % en 2014). Les captations de spectacles d'humour représentent 19,1 % des transactions en valeur en 2015 (20,1 % en 2014). La part de marché en valeur du documentaire atteint 4,5 % en 2015, contre 8,2 % en 2014. Les programmes à destination de la jeunesse représentent 5,7 % des transactions en valeur (8,2 % en 2014). La musique capte une faible part du marché (2,3 % en 2015, contre 3,1 % en 2014).

La majeure partie des transactions en valeur de fiction est captée par les programmes américains. Ces derniers représentent 71,6 % des transactions en valeur du genre en 2015 (74,9 % en 2014), contre 24,7 % pour les séries et fictions françaises (21,0 % en 2014). La hausse de la part de marché des séries et fictions françaises résulte des très bons résultats enregistrés par la série Plus belle la vie (3° au classement des ventes en volume de 2015). Sur le segment des programmes d'animation jeunesse (99,9 % des transactions en valeur des programmes jeunesse en 2015), les œuvres françaises dominent le marché. Elles cumulent 42,1 % des transactions en valeur (-0,8 point par rapport à 2014), contre 24,4 % pour les programmes américains (+1,2 point), 16,2 % pour les programmes asiatiques (-4,4 points), 15,3 % pour les programmes européens non français (+3,2 points) et 2,0 % pour les programmes d'autres nationalités (+0,8 point).

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

¹ Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo.

La vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

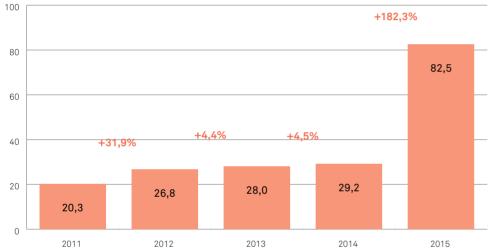
VàDA: +182.3 % en valeur en 2015

En 2015, le marché de la VàDA est estimé à 82,5 M€, en hausse de 182,3 % par rapport à 2014. Netflix et CanalPlay ont largement dynamisé le marché en 2015. L'arrivée de Zive, lancé par SFR en novembre 2015, est venue enrichir le volume global de titres disponibles en VàDA. De plus, Netflix et Zive ont, tous deux, opté pour des campagnes publicitaires de

grande envergure. Les services de VàDA se sont ainsi fait davantage connaître du grand public et notamment ces deux services.

Le marché de la VàDA est estimé à 82,5 M€, en hausse de 182,3 % par rapport à 2014.

Marché de la VàDA¹ (M€)



Source: GfK - NPA Conseil - estimation 100 %.

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Précision méthodologique

Les offres de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont collectées chaque mois par l'institut NPA Consulting & Research via les sites internet des services concernés. Dix plateformes sont ainsi analysées : CanalPlay. Club Vidéo SFR Pass Cinéma, Club Vidéo SFR Pass Kids, Filmo TV, GulliMax, La Box Videofutur, Netflix, Pass M6. TFouMax et Zive, Cette collecte est effectuée au cours d'une semaine du mois analysé.

Définitions

Le segment « film » regroupe les œuvres cinématographiques exploitées en salles en France et les films directement sortis en vidéo. Les segments « série jeunesse », qui ne contient que des séries animées, et « série TV » sont comptabilisés par titre, indépendamment du nombre de saisons et du nombre d'épisodes. Le segment « autres programmes » regroupe toutes les œuvres audiovisuelles n'entrant dans aucune des catégories précédentes.

Près de 7000 titres disponibles en VàDA en 2015

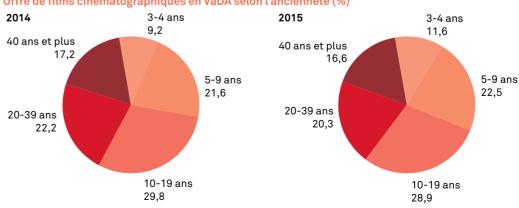
6 965 programmes sont disponibles en VàDA au cours de l'année 2015 (+467 titres par rapport à 2014): 4432 films dont 3130 œuvres cinématographiques (sorties en salles en France), 500 séries télévisées, 521 séries jeunesse et 1512 autres programmes. La part des films dans le total de l'offre recule en 2015 par rapport à 2014 à 63,6 % (-5,5 points) à l'instar de celle des œuvres cinématographiques (-3,5 points à 44,9 %). A l'inverse, la part des séries TV progresse de 1,2 point pour atteindre 7,2 % et celle des programmes jeunesse de 1,6 point pour atteindre 7,5 %.

6965 programmes sont disponibles en VàDA au cours de l'année 2015, dont 3130 œuvres cinématographiques.

Sur les 3 130 films cinématographiques disponibles en VàDA en 2015, 40,9 % sont des films français, 40,9 % des films américains, 13,7 % des films européens non français et 4,6 % des films non européens et non américains. La part des films américains dans le total de l'offre progresse entre 2014 et 2015 (+1,1 point) au détriment des films non européens et non américains (-1,2 points). La part des films français est stable (-0,2 point entre 2014 et 2015). L'offre de films anciens est importante. La sortie en salles de 36.9 % des films disponibles est antérieure à 20 ans ou plus, contre 28,9 % entre 10 et 19 ans, 22,5 % entre 5 et 9 ans et 11,6 % entre 3 et 4 ans. Toutefois, il convient de signaler que la part des films récents (moins de 10 ans) progresse, passant de 30,8 % en 2014 à 34,1 %

En 2015, 1765 œuvres cinématographiques ne sont proposées que sur une seule plateforme (56,4 % des titres disponibles), 529 le sont sur deux plateformes (16,9 %), 472 sur trois plateformes (15,1 %) et 364 sur quatre plateformes ou plus (11,6 %). Les œuvres cinématographiques sont davantage disponibles sur plusieurs plateformes en 2015. La part des titres disponibles sur trois plateformes ou plus progresse de 16,7 points par rapport à 2014.

Offre de films cinématographiques en VàDA selon l'ancienneté (%)



Les usages de la VàD en France

Précision méthodologique

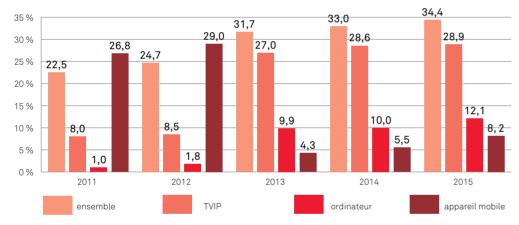
Les données qui suivent sont issues d'un baromètre sur les pratiques des internautes en matière de vidéo à la demande mis en place par le CNC. Cette enquête est administrée en ligne par l'institut Harris Interactive auprès de 15 000 individus âgés de 15 ans et plus (13 vagues successives par an).

34,4 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour des programmes en VàD en 2015.

La télévision est le premier support de VàD devant l'ordinateur et la tablette

Le public de la VàD s'élargit progressivement, notamment grâce au développement des offres multiservices. 34,4 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour des programmes en VàD en 2015, contre 33,0 % en 2014 (+1,4 point). En 2015, 28,9 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàD payante sur TVIP (28,6 % en 2014), contre 12,1 % sur ordinateur (10,0 %) et 8,2 % sur appareil mobile (5,5 %). L'écart entre la télévision et l'ordinateur se réduit en 2015 par rapport à 2014. Alors que la différence était de 18,6 points en faveur de la TVIP en 2014, elle s'élève à 16,8 points en 2015.

Taux de pénétration de la VàD payante selon le support de consommation (% d'internautes)



Source: CNC - Harris Interactive, 15 ans et plus,

La VàD: une pratique occasionnelle

En 2015, les consommateurs de VàD payante sont majoritairement des hommes (52,7 % des consommateurs de VàD), des personnes de 35 à 49 ans (32,0 %) et appartiennent à des catégories socioprofessionnelles supérieures (43,9 %).

Par rapport à 2014, la proportion de femmes parmi les consommateurs de VàD payante recule de 1,1 point à 47,3 % en 2015. La part des 15-24 ans progresse de 1,1 point (26,7 % en 2015), celle des 25-34 ans de 0,9 point (26,8 % en 2015). Avec une baisse de 0,5 point entre 2014 et 2015, la proportion de CSP- atteint 29,4 % en 2015.

Les consommateurs de VàD payante sont majoritairement des hommes âgés de 35 à 49 ans de catégorie socio-professionnelle supérieure.

En 2015, 65,8 % des consommateurs de VàD payante sont des occasionnels (consommant de la VàD payante moins d'une fois par mois). À l'inverse, les intensifs (consommant de la VàD payante au moins une fois par jour) représentent 4,3 % des consommateurs de VàD payante. En 2014, le public de la VàD était constitué de 71,8 % d'occasionnels et de 2,9 % d'intensifs. La VoD d'Orange est la plateforme la plus prisée des consommateurs de VàD payante interrogés en 2015, comme en 2014.

Les intensifs représentent 4,3 % des consommateurs de VàD payante.

27,0 % des consommateurs de VàD déclarent avoir payé pour regarder un programme via cette plateforme en 2015, devant MyTF1VoD (26,4 %) et Netflix (25,8 %).

Classement des services de VàD en nombre de consommateurs (%)

rang	services de VàD	2011	2012	2013	2014	2015
1	Orange	34,0	37,9	27,0	24,6	27,0
2	MyTF1 VOD	14,6	18,7	23,3	22,4	26,4
3	Netflix	=	=	=	6,2	25,8
4	CanalPlay VOD	25,6	27,4	22,7	19,5	20,3
5	CanalPlay (offre illimitée)	-	-	11,7	17,6	18,5
6	France TV Pluzz VàD	=	=	=	6,1	16,8
7	iTunes	13,5	17,0	14,8	14,2	15,1
8	Arte	-	-	-	10,8	14,6
9	SFR Club Vidéo	18,4	20,0	14,5	14,0	12,2
10	Google Play	=	=	7,8	9,4	11,2
11	PlayStation Store	4,2	5,7	6,4	6,7	7,6
12	Cinéma[s] @ la demande	=	=	=	4,6	7,4
13	Filmo TV	=	=	5,0	4,8	5,1
14	Vidéo Futur	2,4	5,3	4,5	5,2	4,8
15	Films&documentaires.com	=	=	=	2,3	4,6
16	ADN Anime Digital Network	-	-	-	1,7	4,1
17	Universciné	=	-	-	4,1	3,7
18	Iminéo	-	-	-	1,7	3,6
19	Zive	-	-	-	-	0,2
	autres services	16,5	17,4	15,5	12,3	13,5

Base: internautes déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD.

Lecture: en 2015, 27,0 % des consommateurs déclarent avoir payé pour regarder un programme en VàD via la plateforme d'Orange.

Source: CNC - Harris Interactive, 15 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr: les séries statistiques sur la marché de la vidéo à la demande

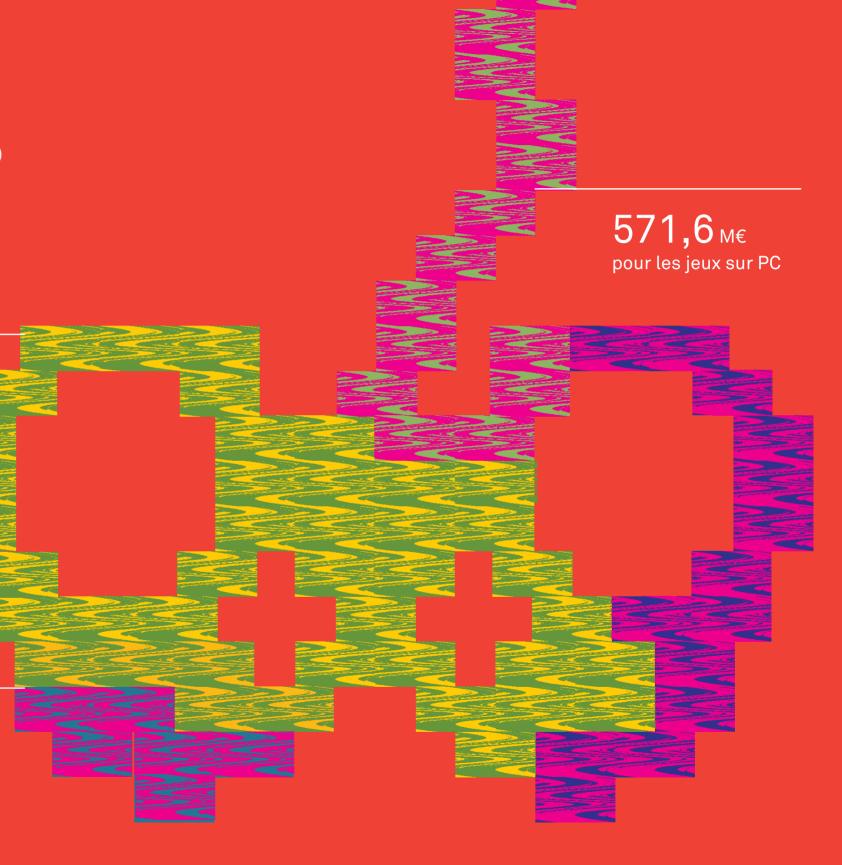
En 2015:

3,0 Md€ de chiffre d'affaires pour le jeu vidéo

consoles + jeux (+8,5 % par rapport à 2014)

1624,7 M€
pour les consoles de salon
(appareils + jeux)

267,5 M€
pour les consoles portables
(appareils + jeux)



4.3 Le jeu vidéo

Remarques méthodologiques:

L'institut GfK mesure les ventes de jeux pour consoles et pour ordinateur. Les volumes portent sur le nombre d'unités vendues. Les coffrets contenant plusieurs jeux, appelés « bundles », ne sont pas pris en compte. À chaque support de jeu est associé un genre (action/aventure, sport, FPS, MMO, etc.) et une nationalité. L'attribution d'une nationalité est effectuée à partir des données du CNC. Sont considérés comme français les jeux conçus et développés en France et dont les dépenses françaises de conception sont majoritaires. Le genre des jeux s'appuie sur une nomenclature déterminée par GfK. Sauf mention spécifique du contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises

L'IDATE établit une estimation total marché pour les jeux vidéo en incluant à la fois les ventes de consoles et les ventes de jeux vidéo physiques et dématérialisés.

52,1 % des foyers équipés en console de jeux

Selon GfK-REC, 52,1 % des foyers français sont équipés en console de jeux en 2015, contre 51,5 % en 2014 et 47,0 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en console de salon reste stable à 45,9 % (45,6 % en 2014), alors que le taux d'équipement en console portable diminue à 32,3 % (35,6 % en 2014). En 2015, les foyers français disposent de 18,5 millions de consoles de salon (16,8 millions en 2014, soit +10,1 %) et de 18,7 millions de consoles portables (18,0 millions en 2014, soit +3,9 %).

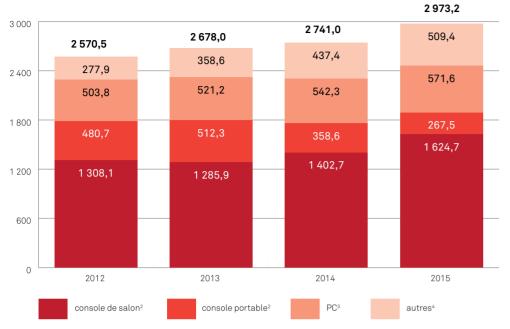
La PS4 de Sony en tête des ventes de consoles de 8° génération

En novembre 2013, un an après le lancement de la Wii U de Nintendo, deux nouvelles consoles de salon de 8^e génération sont arrivées sur le marché français: la PS4 de Sony et la Xbox One de Microsoft. Selon l'IDATE, le constructeur japonais devancait largement ses concurrents fin 2014 et la tendance ne devrait pas s'inverser pour cette génération de consoles. En 2015, d'après le Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs (S.E.L.L) et sur la base des chiffres de l'institut GfK, 2,5 millions de consoles de jeux de générations 7 et 8 ont été vendues. Parmi elles, 1.7 million sont des consoles de salon, dont 123 000 sont des consoles de salon de génération 7 et 1,6 million sont de génération 8. En 2015, 766 000 consoles portables sont vendues dont 19000 de génération 7 et 747 000 de génération 8. Si la 8^e génération de consoles de salon a connu un meilleur démarrage commercial que celui de la génération précédente (2005-2007), l'IDATE estime néanmoins qu'elle devrait connaître à terme un rythme de croissance moins important. Cette évolution s'explique par la concurrence de plus en plus prégnante des jeux sur terminaux mobiles (ordiphones et tablettes).

Près de 3 Md€ générés par le marché du jeu vidéo en France

Selon les données de l'IDATE, le marché du jeu vidéo (appareils et jeux) en France génère 2973,2 M€ HT en 2015, en hausse de 8,5 % par rapport à 2014 (2741,0 M€). Le chiffre d'affaires du jeu vidéo en France en 2015 provient pour plus de la moitié des ventes de console de salon (54,6 %, contre 51,2 %). Le poids des consoles portables diminue de 4,1 points à 9,0 %, contre 13,1 % en 2014. La part de marché du jeu vidéo sur PC diminue légèrement à 19,2 % (19,8 % en 2014). Les autres supports (ordiphones, tablettes,...) contribuent à 17,1 % du marché, en hausse de 1,1 point par rapport à 2014.

Evolution du chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo en France (M€)



¹ Chiffre d'affaires hors taxes.

Source: IDATE.

Le marché du jeu vidéo physique

Le marché des jeux vidéo physiques toujours en recul, de 6,4 % en volume et de 3,4 % en valeur

En 2015, la baisse des ventes en volume de jeux vidéo sur support physique ralentit (-6,4 %, contre -15,1 % en 2014). Depuis 2011, le volume de jeux vidéo physiques vendus en France recule de 11,2 % par an en moyenne.

Les jeux français restent plus touchés que les jeux d'origine étrangère. En effet, le volume de jeux français vendus diminue de 14,9 % et celui des jeux étrangers de 6,0 % par rapport à 2014. Les jeux d'origine étrangère totalisent 95,7 % des volumes vendus en 2015 (+0,4 point par rapport à 2014), contre 4,3 % pour les jeux français (4,7 % en 2014).

En valeur, les ventes TTC de jeux vidéo enregistrent une baisse de 3,4 % en 2015 pour atteindre 853,4 M€. Le marché est touché par de nouvelles habitudes de jeu (dématérialisation et mobilité), pratiquées hors supports de jeux historiques (sur tablette et ordiphone notamment).

Les ventes de jeux vidéo physiques atteignent 853,4 M€ en 2015 (-3,4 % par rapport à 2014).

Le prix moyen d'un jeu s'élève à 41,14€

En 2015, le prix moyen TTC d'un jeu vidéo vendu en « boîte » augmente de 3,2 % pour s'établir à 41,14 \in , soit 1,3 \in de plus qu'en 2014. Le prix moyen des jeux français progresse de 2,3 % à 32,58 \in (31,86 \in en 2014) ainsi que le prix moyen des jeux étrangers de 3,2 % à 41,52 \in , soit son niveau le plus élevé en 2015 (40,25 \in en 2014). L'écart de prix entre jeux étrangers et jeux français se creuse ainsi pour la troisième année consécutive. Les jeux vidéo étrangers se vendent, en moyenne, $8,94 \in$ de plus que les jeux vidéo français en 2015 (8,39 \in en 2014).

Volume de vente de jeux vidéo physiques selon la nationalité (millions d'unités)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
jeux français	3,7	3,2	3,0	2,5	2,0	1,5	1,1	0,9	-14,9 %
jeux étrangers	40,1	37,5	34,7	31,7	27,0	24,6	21,1	19,9	-6,0 %
total	43,8	40,7	37,7	34,2	28,9	26,1	22,2	20,7	-6,4 %

Source: CNC - GfK.

Ventes¹ de jeux vidéo physiques en valeur selon la nationalité (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
jeux français	126,8	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,1	-13,0 %
jeux étrangers	1522,7	1421,9	1317,3	1191,4	1033,4	966,8	849,6	824,3	-3,0 %
total	1 649,5	1508,5	1 404,1	1274,0	1101,0	1014,1	883,1	853,4	-3,4 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source: CNC - GfK.

Les jeux étrangers représentent 96,6 % du marché en valeur, les jeux français 3,4 %.

² Chiffre d'affaires intégrant les ventes d'appareils et de jeux (physiques et dématérialisés)

³ Jeux sur PC

⁴ Jeux sur ordiphones et tablettes, jeux à la demande via la télévision

En 2015, les ventes en valeur de jeux vidéo sur support physique progressent uniquement pour les consoles de salon. Elles progressent ainsi de 4,2 % à 670,8 M€. A l'inverse, les ventes de jeux vidéo pour console portable enregistrent la plus forte baisse en 2015: -25,2 % à 132,3 M€. Les ventes de jeux vidéo sur ordinateur diminuent également en 2015 de 19,7 % à 50.2 M€.

En 2015, les jeux pour console de salon représentent 78,6 % des revenus du marché

des jeux vidéo physiques (+5,7 points par rapport à 2014).

En 2015, le prix de vente moyen des jeux vidéo sur support physique augmente à la fois sur console et sur ordinateur. Avec un prix moyen de $45,87 \in$ en 2015 ($45,23 \in$ en 2014), les jeux vidéo pour console de salon restent les plus chers du marché. Viennent ensuite les jeux pour console portable, dont le prix moyen, en diminution pour la première fois depuis 2010, s'établit à 31,91 \in en 2015 ($32,68 \in$ en 2014). Le prix moyen des jeux pour ordinateur s'élève à $25,43 \in$ en 2015 (+2.3 %).

Répartition des ventes de jeux vidéo physiques en valeur selon le support de lecture (%)



Source: CNC - GfK.

Les jeux pour console de salon représentent près de 90 % des jeux vidéo français vendus

Sur le seul périmètre des jeux vidéo français, la part de marché des jeux pour console de salon reste très largement majoritaire en 2015, à 89,2 % (88,8 % en 2014). Les jeux vidéo français réalisent 5,5 % de leur chiffre d'affaires sur les consoles portables en 2015, contre 6,6 % en 2014. En cinq ans, les ventes en valeur de jeux vidéo français pour console portable ont fortement diminué, passant de 12,3 M€ en 2010 à 1,6 M€ en 2015. Les jeux pour ordinateur sont à l'origine de 5,5 % des recettes en valeur des jeux vidéo français, soit une part relativement stable depuis 2013.

Ventes¹ de jeux vidéo physiques en valeur selon la nationalité et le support de lecture (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
jeux français	126,8	86,7	86,9	82,6	67,6	47,2	33,5	29,1	-13,0 %
sur console de salon	40,5	39,4	69,4	70,4	59,0	42,0	29,8	26,0	-12,6 %
sur console portable	77,7	40,4	12,3	8,4	5,5	3,3	2,2	1,6	-27,7 %
sur ordinateur	8,6	6,8	5,1	3,7	3,1	2,0	1,5	1,5	+0,7 %
jeux étrangers	1522,7	1421,9	1317,30	1191,4	1033,4	966,8	849,6	824,3	-3,0 %
sur console de salon	927,8	950,7	942,8	850,9	723,3	688,2	613,9	644,8	+5,0 %
sur console portable	385,1	288,8	225,9	216,0	200,0	205,4	174,7	130,8	-25,1 %
sur ordinateur	209,7	182,4	148,6	124,5	110,1	73,2	61,0	48,7	-20,2 %
total	1649,5	1508,5	1 404,1	1 274,0	1 101,0	1014,0	883,1	853,4	-3,4 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). Source: CNC - GfK.

Les jeux pour console de 8° génération captent 74,1 % du marché du jeu vidéo physique

En 2015, les jeux conçus pour les trois consoles de salon de génération 8 (Wii U, PS4 et Xbox One) sont les seuls à voir leurs revenus augmenter. Les ventes en valeur des jeux pour PS4 sont ainsi multipliées par 1,8 entre 2014 et 2015, tandis que celles des jeux pour Xbox One sont multipliées par 1,4. Les ventes des jeux développés pour la Wii U de Nintendo, sortie un an auparavant, enregistrent quant à elles une hausse plus mesurée, de 16,1 %. En 2015, les ventes de jeux vidéo physiques pour console de génération 8 (3DS, PS Vita, Wii U, PS4, Xbox One) représentent quasiment les trois-quarts du marché des jeux vidéo sur support physique: 632,1 M€ soit 74,1 %, contre 54,5 % en 2014. À l'inverse, les recettes issues de la vente des jeux pour console de génération 7 (DS, PSP, Wii, PS3 et Xbox 360) diminuent de moitié entre 2014 et 2015 (-49.6 % à 171.1 M€), pour une part de marché en baisse de 18,6 points en un an à 20,0 %.

En 2015, les jeux pour PS4 dominent pour la première fois le marché français avec 339,5 M€ de recettes. Ils sont suivis par les jeux pour 3DS, dont les ventes atteignent 119,4 M€, soit une part de marché de 14,0 %.

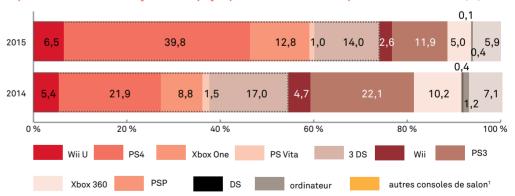
En volume comme en valeur, la version PS4 de *FIFA 2016* se classe en tête des meilleures

ventes de jeu vidéo en 2015. Les ventes de jeu vidéo sur PS4 et Xbox One sont en progression: les premières voient leurs revenus croître de 75,9 % à 339,5 M€, les secondes de 40,9 % à109,1 M€. En 2015, les ventes de jeu sur Wii (génération 7) reculent de 45,9 % en valeur, à 22,3 M€, tandis que celles des jeux pour Wii U (génération 8) progressent de 16,1 % à 55,1 M€. Les jeux français représentent 38,0 % des ventes en valeur de jeux sur Wii en 2015 (30,0 % en 2014).

En 2015, les jeux conçus pour les trois consoles de salon de 8° génération sont les seuls à voir leurs revenus augmenter.

Sur le segment des consoles portables, les jeux vidéo pour 3DS enregistrent des recettes de 119,4 M€ en 2015, en baisse de 20,4 %, pour une part de marché de 14,0 %. Ils génèrent 37 fois plus que les jeux pour DS à 3,2 M€ (-69,8 % par rapport à 2014). Parmi les succès de la 3DS en 2015 figurent notamment *Animal Crossing Happy Home Designer* (12° meilleure vente en volume en 2015). Les ventes de jeux pour la PS Vita de Sony sont en recul de 30,7 % à 8,9 M€.

Répartition des ventes de jeux vidéo physiques en valeur selon la plateforme de lecture (%)



Consoles de 8º génération : Wii U, PS4, Xbox One, 3DS, PS Vita

¹ PS2, Xbox, etc.

Source: CNC - GfK

Meilleures ventes de jeux vidéo physiques en volume en 20151

	label	unités vendues (milliers)¹
1	FIFA 16	1 272,5
2	Call Of Duty : Black Ops 3	1082,1
3	Grand Theft Auto V	584,1
4	Minecraft	418,2
5	FIFA 15	405,8
6	Star Wars Battlefront	381,5
7	Fallout 4	273,5
8	The Witcher 3	273,4
9	Battlefield Hardline	246,3
10	Call Of Duty Advanced Warfare	245,0
11	Just Dance 2016	235,7
12	Animal Crossing Happy Home Designer	229,5
13	Assassin's Creed 4 Syndicate	227,0
14	Splatoon	205,1
15	Far Cry 4	202,3
16	Farming Simulator 15	196,3
17	Super Smash Bros	188,8
18	Batman : Arkham Knight	186,2
19	Metal Gear Solid V : The Fantom Pain	183,1
20	Tomodachi Life	181,2

¹ Toutes plateformes confondues.

Source: CNC - GfK.

Définition des genres de jeux vidéo

MMO (Massively Multiplayer Online): jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs. Ils innovent notamment par la mise en place d'univers fonctionnant 24 heures sur 24, appelés « mondes persistants ».

FPS (First-Person Shooter): jeux de tir subjectif basés sur une visée et des déplacements dans lesquels l'environnement est vu à travers les «yeux» du personnage joué.

RPG (Role Playing Game): jeux vidéo de rôle s'inspirant des jeux de rôle traditionnels.
Le joueur incarne un ou plusieurs « aventuriers », qui se spécialisent dans un domaine spécifique (combat, magie, etc.) progressant à l'intérieur d'une intrigue linéaire.

Nouveaux genres: jeux appartenant aux catégories de dressage, élevage, musique, chant, danse, rythme, simulation de métier, « party game ». Certains de ces jeux requièrent un tapis de danse ou une réplique d>un instrument de musique.

Les jeux d'action/aventure toujours en tête des ventes, en volume comme en valeur

En 2015, les trois premiers genres en volume (jeux d'action/aventure, FPS et jeux de sport) représentent plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo physiques (55,9 % des ventes en volume, contre 52,2 % en 2014). La majorité des genres affichent des volumes de ventes en recul, hormis la catégorie FPS (+9,7 % à 3,7 millions d'unités), les RPG (+18,3 % à 2,5 millions d'unités), les jeux de combat (+2,3 % à 0,8 million d'unités), les compilations (+7,7 % à 0,2 million d'unités) et les MMO (+39,2 % à0.2 million d'unités).

Malgré une nouvelle diminution de 12,0 % en 2015, les jeux vidéo d'action/aventure demeurent en tête du marché français en volume avec 5,3 millions d'unités vendues avec notamment *Grand Theft Auto V*, devant les FPS (*Call of Duty : Black Ops 3, Star Wars Battlefront*), les RPG (Fallout 4; *The Witcher 3*) et les jeux de sport (2,6 millions d'unités vendues en 2015, contre 2,8 millions en 2014) grâce notamment à la

première place de FIFA 16.

En valeur, les trois premiers genres représentent 60.2 % des ventes de jeux vidéo physique en 2015, contre 61,9 % en 2014. Les plus fortes hausses concernent les MMO (+74.9 % à 7.6 M€). les compilations (+32.8 % à 2.7 M€) et les RPG (+34,7 % à 111,4 M€). A l'inverse, les plus fortes baisses dans les principaux genres touchent lesjeux de société (-54,8 % à 8,6 M€), les jeux «nouveaux genres» (-21,7 % à 36,5 M€) et les jeux d'action/aventure (-15,4 % à 210,1 M€). La répartition des ventes de jeux vidéo français par genre se distingue de celle toutes nationalités confondues. La catégorie « nouveaux genres» (14.2 M€ en 2015) reste de loin le genre français le plus vendu, malgré des recettes en baisse pour la troisième année consécutive (-14.7 % entre 2014 et 2015). En 2015, la part de marché des jeux français sur le genre progresse

de 3,2 points à 39,0 %. Cette progression s'explique par les ventes du dernier opus de la franchise *Just Dance*.

Avec une progression de 23,1 % entre 2014 et 2015 à 8,0 M€, les jeux de course consolident la 2° place des ventes en valeur de jeux français. À 3,0 M€ en 2015 (-40,8 %), les jeux de plateforme passent en 3° position devant les jeux d'action et d'aventure (1,8 M€ en 2015, soit -52,8 %). En 2015, les jeux français réalisent 39,0 % des recettes totales des jeux « nouveaux genres » (+3,2 points par rapport à 2014). Ils réalisent 14,5 % des recettes totales des jeux de course (+4,4 points par rapport à 2014) et 7,9 % de celles des jeux de plateforme (-4,2 points). Sur les jeux d'action/aventure, la part de marché des jeux français perd 0,6 point, à 0,9 % en 2015.

Ventes¹ de jeux vidéo physiques en valeur selon le genre (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
action/aventure	309,5	295,2	321,8	277,5	272,6	366,1	248,5	210,1	-15,4 %
FPS	134,1	161,2	187,0	249,7	202,6	163,2	159,3	172,9	+8,5 %
sport	281,1	300,0	203,3	190,8	187,2	126,8	139,0	130,3	-6,3 %
RPG	98,0	92,7	113,2	101,5	88,2	91,7	82,7	111,4	+34,7 %
course	140,8	122,4	136,0	109,2	77,8	66,3	63,9	55,1	-13,9 %
combat	81,1	78,0	44,7	34,2	30,8	16,6	32,0	38,9	+21,7 %
plateforme	81,1	77,4	81,4	66,6	64,7	55,7	41,2	37,7	-8,6 %
nouveaux genres	183,8	128,2	116,3	100,4	67,3	40,4	46,6	36,5	-21,7 %
gestion / wargames	121,5	110,2	89,8	65,4	43,9	43,6	34,2	30,7	-10,4 %
simulation	15,9	9,7	6,8	9,6	8,9	9,4	8,7	10,3	+18,9 %
jeux de société	103,3	73,4	67,7	40,2	31,9	23,9	19,0	8,6	-54,8 %
ММО	24,6	12,6	12,7	5,2	12,2	4,1	4,4	7,6	+74,9 %
compilation	39,4	24,4	10,0	16,1	8,1	3,5	2,0	2,7	+32,8 %
autres	-	4,5	2,4	0,1	0,0	2,5	1,4	0,7	-53,2 %
logiciels éducatifs multimédia	35,3	18,8	11,1	7,7	4,7	0,3	0,2	0,0	-69,4 %
total	1649,5	1508,5	1 404,1	1 274,0	1101,0	1014,1	883,1	853,4	-3,4 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC)

Source: CNC - GfK.

Le marché du jeu vidéo dématérialisé

Remarques méthodologiques:

L'IDATE estime les ventes hors taxes de jeux vidéo dématérialisés pour consoles de salon. consoles portables, ordinateurs individuels et terminaux mobiles (ordiphones et tablettes). L'estimation des ventes de jeux en ligne sur ordinateur et des ventes de jeux pour mobiles inclut les ventes de logiciels dématérialisés ainsi que les revenus issus des pratiques in game (commerce de biens virtuels, commission sur opérations de change, publicité in game). L'estimation des ventes de jeux en ligne sur ordinateur inclut les ventes de logiciels dématérialisés sur internet ainsi que les revenus issus des pratiques in game (commerce de biens virtuels, commission sur opérations de change, publicité in game).

Le marché du jeu vidéo dématérialisé : 64,1 % du marché global

Selon l'IDATE, le marché des jeux vidéo dématérialisés s'élève à 1220,0 M€ HT en France en 2015 (+17,5 % par rapport à 2014), soit 64,1 % du marché total des jeux vidéo (59,5 % en 2014). Le chiffre d'affaires des jeux vidéo dématérialisés devrait continuer à progresser dans les prochaines années et pourrait s'élever à 1,4 Md€ en 2016 (+16,7 % par rapport à 2015), 1,6 Md€ en 2017 (+13,3 % par rapport à 2016) et 1,8 Md€ en 2018 (+11,2 % par rapport à 2017). En 2016, la part de marché des jeux vidéo dématérialisés sur l'ensemble des jeux vidéo devrait atteindre 59,4 % en 2016, 64,1 % en 2017 et 67,2 % en 2018.

Le jeu en ligne sur ordinateur est le principal segment de marché du jeu vidéo dématérialisé en France en 2015 avec une part de marché de 42,2 % (-3,6 points par rapport à 2014) et un chiffre d'affaires de 515,2 M€ HT (+8,4 % par rapport à 2014). Ses recettes pourraient s'élever à plus de 543 M€ en 2016 et afficheraient ensuite une croissance moyenne de près de 5 % par an d'ici à 2018. L'IDATE estime que 91,6 % des ventes de jeux pour ordinateur pourraient être dématérialisées en France en 2016 (93,6 %

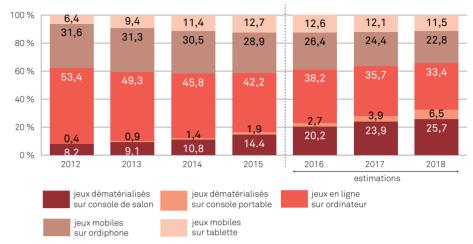
en 2018).

Selon l'IDATE, la vente dématérialisée de jeux vidéo pour console de salon progresse de 56,5 % en France en 2015, à 175,5 M€ HT. En 2015, lesegment représente près d'un cinquième des recettes totales de la vente de jeux vidéo pour consoles de salon (19,1 %, contre 17,9 % en2014). Entre 2015 et 2017, ce segment de marché devrait connaître une croissance annuelle moyenne de 51,6 %, pour des revenus à 386,3 M€. L'IDATE estime que 38,4 % des ventes de jeux pour console de salon seront dématérialisées à fin 2017.

Des jeux dématérialisés toujours plus nomades

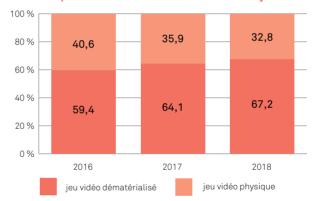
Parallèlement à la dématérialisation, les jeux deviennent de plus en plus nomades. Ainsi, les ieux vidéo pour ordiphone et tablette, disponibles uniquement sous forme dématérialisée et qui proposent de nouvelles expériences de jeu à des prix très attractifs continuent leur progression. Selon l'IDATE, le marché français du jeu mobile s'établit au global à 506,6 M€ en 2015, en hausse de 16,2 % par rapport à 2014. Les jeux vidéo pour ordiphone représentent 352,0 M€ de recettes HT en 2015 (+11,0 % par rapport à 2014) tandis que les jeux vidéo pour tablette sont en augmentation de 30,1 % à 154,7 M€. En 2016, les ventes de jeux vidéo mobiles devraient représenter plus du tiers (39,0 %) des ventes de jeux dématérialisés en France et 17,6 % du marché global du jeu vidéo. Les ventes de jeux mobiles progresseraient selon l'IDATE de 20,4 % entre 2015 et 2017 (+16,2 % pour les jeux sur ordiphone et +29,8 % pour les jeux sur tablette). Le marché des jeux vidéo dématérialisés pour console portable voit ses revenus se multiplier par 1,5 entre 2014 et 2015, à 22,7 M€ HT. Selon l'IDATE, les revenus de la vente dématérialisée de jeux pour console portable pourraient atteindre 38,4 M€ en 2016 (soit +69,5 % entre 2015 et 2016). Ils représenteraient 28 % du chiffre d'affaires des jeux pour console portable sur le marché français en 2016, 47 % en 2017 et 56 % en 2018.

Répartition du marché du jeu vidéo dématérialisé en France selon le support (% du chiffre d'affaires)



Source: IDATE.

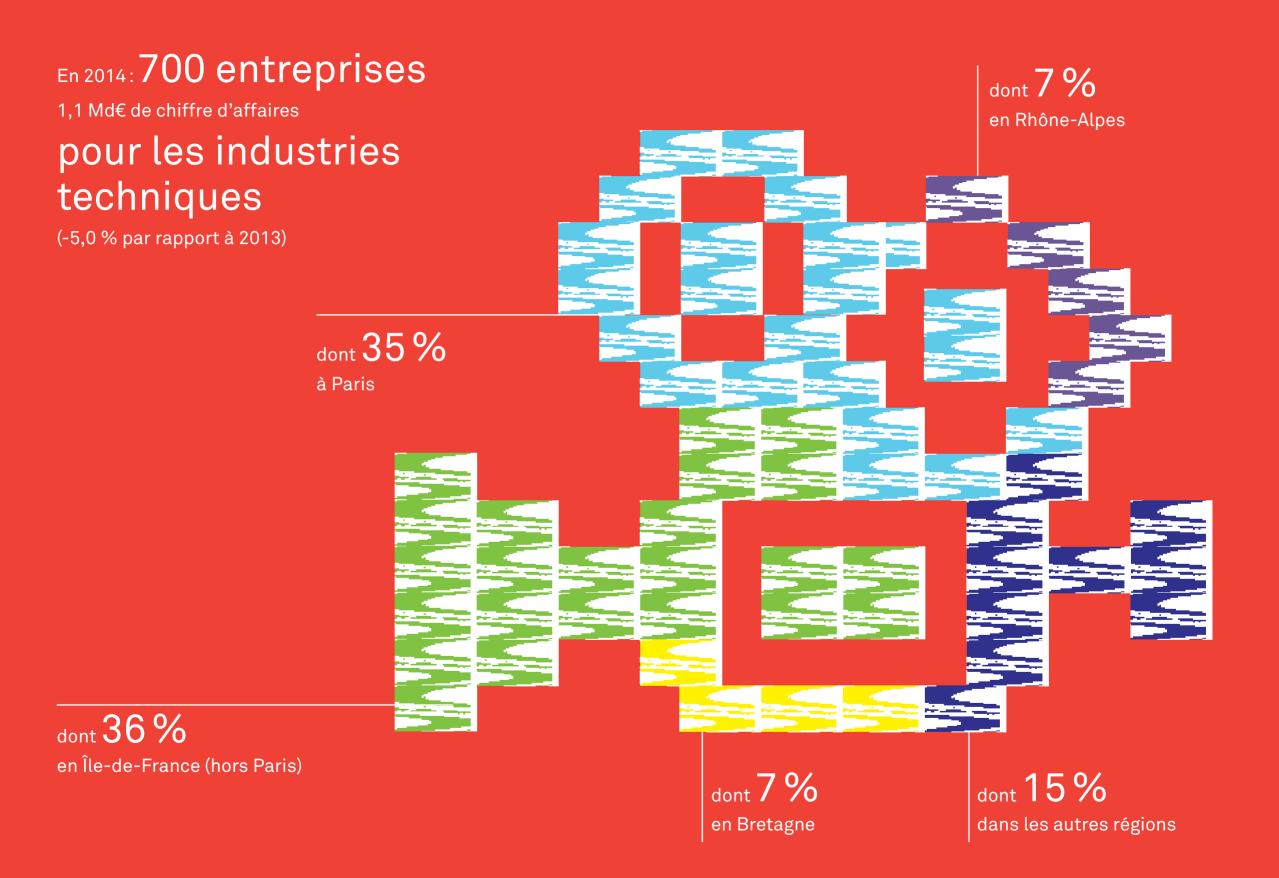
Évolution prévisionnelle du chiffre d'affaires du jeu vidéo en France (% du chiffre d'affaires)



Source: IDATE

Voir aussi sur www.cnc.fr:

- les séries statistiques sur le marché du jeu vidéo
- l'étude le marché du jeu vidéo en 2014



4.4 Les industries techniques

Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1er janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous les codes APE: 5912Z (postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision), 5911C (production de films pour le cinéma, incluant les studios de tournage) et 5920Z (édition musicale et activités d'enregistrement sonore). Parallèlement, les constructeurs et fabricants de matériels sont référencés sous les six codes relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques: 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.

La Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) regroupe plus de 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers de la prestation du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, la Ficam collecte auprès de ses membres des données économiques et sociales dont l'analyse permet de dégager les tendances caractéristiques du secteur.

sauf exceptions mentionnées, soit issues de l'analyse de la Ficam, soit issues du Rapport de la branche des Entreprises Techniques auservice de la Création et de l'évènement, établi en coopération entre la Ficam, le Synpase, le Groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 7° édition a été publiée le 20 janvier 2015.
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

Les données concernant les Marchés (paragraphes G à J) sont complétées par l'Observatoire Métiers et Marchés de la Ficam, qui réunit des représentants de chaque métier (fabricants, tournage, postproduction image, postproduction son, etc.) et de chaque marché (cinéma, fiction TV, flux TV, publicité, animation) et qui publie des indicateurs trimestriels dont la synthèse annuelle est ici proposée.

Contour des industries techniques

Les industries techniques assurent les prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment les équipements et installations (fixes et mobiles) pour les tournages, assurent la modification des images imposée par le récit (postproduction et effets visuels) et la reproduction des œuvres originales pour leur diffusion (traitement dans les laboratoires, duplication, copies numériques -DCP, copies argentiques). Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet. les outils nécessaires à la conservation pérenne des œuvres (numérisation, archivage, stockage) ou la restauration des œuvres de patrimoine.

Les industries techniques intègrent ainsi:

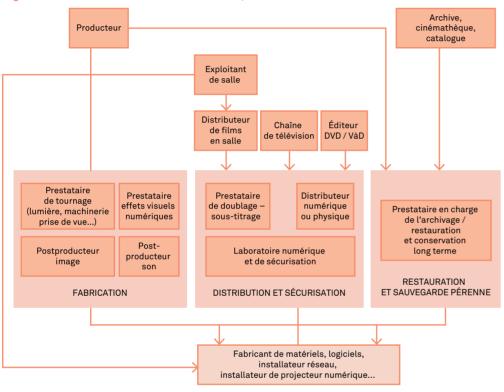
- les prestataires de tournage, qui regroupent les loueurs de matériels (caméras, objectifs, grues, éclairage, consoles son, perches, etc.), les régies mobiles (studios mobiles équipés notamment pour la retransmission des événements télévisuels) et les studios de prises de vue (plateaux d'enregistrement);
- les postproducteurs image (montage, étalonnage);
- les sociétés en charge des effets visuels numériques ;
- les postproducteurs son, qui effectuent le montage sonore sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium);
- les sociétés en charge des prestations de doublage ou de sous-titrage à la fois pour la diffusion française d'œuvres internationales, pour la diffusion internationale d'œuvres françaises ou pour l'adaptation pour les publics aveugles et malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage);
- les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent notamment les laboratoires de production (sécurisation des données de tournage ou développement des rushes), les laboratoires de postproduction et les laboratoires assurant la fourniture de copies numériques dans les différents formats vidéo attendus pour la diffusion et la distribution des œuvres (cinéma, télévision, VàD). La postproduction numérique y est désormais généralisée. Certains laboratoires

assurent également une prestation de retour sur film à des fins de conservation pérenne. - les entreprises spécialisées dans la restauration des œuvres (suppression ou atténuation des défauts d'une œuvre dégradée par le temps), l'archivage ou le stockage (stockage de films et conservation des données

numériques);

- les fabricants, ou distributeurs, qui regroupent les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins des différentes étapes de production) et les fabricants de supports consommables ou non (pellicule, disques durs, cartes et supports de mémoire, serveurs) ou de systèmes de stockage et de traitement del'image, de composants informatiques.

Organisation et acteurs des industries techniques



Une typologie d'acteur peut être assurée par plusieurs entreprises (ex : lumière, machinerie, prise de vue) et réciproquement, une même entreprise peut regrouper plusieurs typologies (ex: postproduction, laboratoire, archivage).

Source : CNC

700 entreprises d'industries techniques en

En 2014, le segment des industries techniques compte près de 700 entreprises en France dont environ 200 ont une activité économique régulière. Le secteur est caractérisé par quelques grands leaders structurants entourés de nombreuses petites entreprises. Ainsi, 20 % des entreprises réalisent 80 % du chiffre d'affaires du secteur et les 10 premières

entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient 55 % des salariés du secteur.

En 2014, le segment des industries techniques compte près de 700 entreprises en France dont environ 200 ont une activité économique régulière.

Plus de 70 % des entreprises en Île-de-France

En 2014, le secteur des industries techniques est très concentré en Île-de-France, tout en étant présent sur la majeure partie du territoire. En effet, 71 % des implantations des sociétés sont situées en Île-de-France, équitablement réparties entre Paris et la banlieue. Hors Paris qui regroupe 36 % des industries techniques françaises, ce sont les départements des Hauts-de-Seine (18 % des entreprises) et de la Seine-Saint-Denis (9 % des entreprises) qui hébergent le plus d'entreprises du secteur des industries techniques.

Géographie des industries techniques en 2014 (%)1

Île-de-France	71
Paris	35
Île-de-France (hors Paris)	36
Rhône-Alpes	7
Bretagne	7
Provence-Alpes-Côte d'Azur	3
Poitou-Charentes	3
Nord-Pas de Calais	2
Aquitaine	2
autres régions	6

¹ Analyse de 468 implantations d'industries techniques. Une société possédant 2 établissements localisés sur des lieux différents est comptée deux fois. Source: CNC.

Des entreprises de taille modeste

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 52.8 % des entreprises emploient entre 1 et 9 salariés permanents en 2014, comme en 2013 et 36.0 % en comptent entre 10 et 49 (33.0 % en 2013). Toutefois, leur taille movenne est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie. du commerce et des services en France indiquent que 82,9 % des sociétés ayant des salariés emploient 1 à 9 salariés et 14,2 % 10 à 49 salariés (source INSEE au 1er janvier 2013, hors entreprises agricoles et financières). Pour le sous-secteur de la prestation de services en général, la répartition des entreprises ayant des salariés révèle une part de petites structures plus importante encore puisque 84,4 % d'entre elles emploient 1 à 9 personnes.

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1 à 9 salariés	42	38	51	41	47	41	45	50	56	56
10 à 49 salariés	53	56	44	54	47	51	49	46	35	36
50 à 99 salariés	6	7	6	8	9	8	7	7	6	7
100 salariés et plus	8	8	8	6	6	9	8	6	9	7
total	109	109	109	109	109	109	109	109	106	106

Champ: entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014. Le passage de 109 à 106 sociétés de 2012 à 2013 est dû à des regroupements de filiales d'un même groupe. Source: Ficam.

Plus de 70 % des effectifs des industries techniques sont des hommes

Le secteur des industries techniques est un secteur fortement masculin. 7 salariés «intermittents» sur 10 sont des hommes

en 2014. Cette donnée est stable dans le temps. Ce chiffre est à mettre en perspective avec la faiblesse relative de la féminisation des emplois, globalement techniques. Un peu plus des deux tiers des salariés permanents sont des hommes.

199

Répartition des effectifs permanents et intermittents par genre

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
hommes permanents	2727	2967	3 21 4	3420	3642	3972	4082	4144	3938	4067
hommes intermittents	9620	10156	10589	11326	11 560	11866	12188	11955	11942	11652
total hommes	12347	13123	13803	14746	15 202	15838	16270	16099	15880	15719
femmes permanentes	1 429	1532	1710	1761	1819	1964	1987	2015	1881	1818
femmes intermittentes	3 780	4085	4248	4370	4352	4551	4641	4638	4489	4538
total femmes	5 209	5617	5958	6131	6171	6515	6628	6653	6370	6356
total permanents	4156	4499	4924	5181	5 461	5936	6069	6159	5819	5885
total intermittents	13 400	14241	14837	15696	15912	16417	16829	16593	16431	16190
total	17 556	18740	19761	20877	21373	22353	22898	22752	22250	22 075

Source: Audiens

1.1 Md€ de chiffre d'affaires en 2014

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,1 Md€ en 2014, en baisse de 5.0 % par rapport à 2013. Sur le seul périmètre des entreprises retenues pour l'analyse du secteur, c'est-à-dire 106 sociétés ayant fourni des données exploitables en 2013 et 2014. Une relative stagnation voire une légère hausse du chiffre d'affaires des industries techniques apparaît en 2013 puis en 2014 (+2,0 %). Ainsi, la filière du numérique se consolide (+20 % de chiffre d'affaires entre 2013 et 2014), même si les pertes liées à la chute du photochimique ne sont pas

En 2014, les entreprises réalisant plus de 10 M€

de chiffre d'affaires captent 65,1 % du chiffre d'affaires total des industries techniques contre 66,5 % en 2013. Ce résultat s'explique par les restructurations et les regroupements de filiales au sein des groupes. Entre 2005 et 2014, le chiffre d'affaires moyen des entreprises répondantes de la Ficam est passé de 7,1 M€ à 6,3 M€.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,1 Md€ en 2014, en baisse de 5,0 % par rapport à 2013.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	prestataires techniques¹	évolution (%)	entreprises répondantes²	évolution (%)	CA moyen³
2005	1 250	+5,0	776	+8,0	7,1
2006	1 272	+1,8	803	+3,5	7,4
2007	1 193	-6,2	805	+0,2	7,0
2008	1 2 1 2	+1,6	798	-0,8	7,3
2009	1302	+7,4	729	-8,7	6,7
2010	1311	+0,7	746	+2,3	6,8
2011	1 290	-1,6	695	-6,8	6,3
2012	1 180	-8,5	652	-6,2	5,9
2013	1123	-4,8	657	+0,8	6,1
2014	1 069	-5,0	671	+2,0	6,3

¹ Entreprises adhérentes à la Ficam, soit environ 70 % du chiffre d'affaires total des industries techniques. Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.

4 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 M€

86.7 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€ en 2014. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 M€ et 5 M€. De nombreux post-producteurs image et son

figurent dans cette catégorie. Le chiffre d'affaires des sociétés entre 5 et 10 M€ est en hausse de 46,2 % alors que celui des sociétés de moins de 1 M€ augmente de 22,2 %. Mécaniquement, la tranche entre 1 et 5 M€ baisse de 21,6 %. Considérées individuellement, très peu d'entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 50 M€.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
inférieur à 1 M€	22	25	21	29	24	23	22	27	27	33
1 M€ à 5 M€	52	47	48	48	53	51	52	50	51	40
5 M€ à 10 M€	14	17	19	15	14	15	19	18	13	19
10 M€ à 20 M€	10	12	11	9	10	10	8	7	8	7
20 M€ et plus	11	8	10	8	8	10	8	7	7	7
total	109	109	109	109	109	109	109	109	106	106

Champ: entreprises avant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014. Source: Ficam.

Les métiers du tournage et de la postproduction, principales sources de revenus

Afin d'évaluer la contribution de chacun des sous-secteurs des industries techniques dans les recettes totales de la filière, le chiffre d'affaires de chaque entreprise est réparti entre les différents métiers qu'elle exerce. Les métiers du tournage voient leur chiffre d'affaires augmenter de 7,1 % en 2014. L'activité des loueurs de matériel progressent au détriment de celle des tournages en studio (-15 %). Cette dernière tendance peut être corrélée à la baisse globale des budgets des films de long métrage sur la période. Les loueurs de matériel bénéficient d'une production télévisuelle en hausse de 4 %. Le tournage en vidéo mobile progresse de 8 % pour atteindre son plus haut niveau depuis sept ans. Il convient de souligner la baisse de 34,1 % du chiffre d'affaires des fabricants de matériel et de pellicule. Les métiers du tournage contribuent à hauteur de 44,0 % du chiffre d'affaires total des prestataires en 2014 (42.6 % en 2013).

La post-production image génère 18,1 % du chiffre d'affaires total en 2014, comme en 2013. Après une diminution des recettes de 16 % entre 2010 et 2012 (perte des sociétés du groupe Quinta, Duran-Duboi, dématérialisation...), celles-ci retrouvent une progression de 11 %

entre 2012 et 2014. Ce maintien de la postproduction image s'explique par les relais d'activité apporté par la production d'animation et par les effets visuels (VFX).

Les travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage; diffusion, duplication) cumulent 194,8 M€ de chiffre d'affaires en baisse de 6.2 % entre 2013 et 2014. Parmi eux. l'activité de laboratoire stricto sensu (hors doublage, sous-titrage...) atteint un chiffre d'affaires de 35,1 M€, en baisse de 24,5 % par rapport à 2013 (43,7 M€). Cette baisse est notamment liée à la perte de chiffre d'affaires des laboratoires vidéo (-22 M€ entre 2012 et 2014). Les laboratoires ont connu une baisse de revenus de 45 % entre 2010 et 2011 (liquidation de Scanlab, filiale du Groupe Quinta mais, d'une manière plus générale, déclin constaté de la pellicule). Ils contribuent à hauteur de 5,2 % au chiffre d'affaires total des prestataires techniques (6,6 % en 2013).

Il faut souligner la bonne activité des sociétés de doublage et sous-titrage sur ces quatre dernières années, malgré un léger retrait entre 2013 et 2014 (-3,0 %). Celle-ci est portée par la progression des diffusions de séries étrangères mais également par le marché croissant de l'audiodescription.

201

² Entreprises ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam: 109 entre 2005 et 2012, 106 en 2013 et 2014.

³ Chiffre d'affaires moyen des entreprises avant fourni les informations à la Ficam Source: Ficam.

Part de la restauration dans le chiffre d'affaires en hausse

L'archivage, le stockage et la restauration occupent une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique (3.7 % en 2014 contre 2.9 % en 2013). Ces activités se développent (+30.0 % de chiffre d'affaires), en raison de la croissance des activités de restauration. Très peu d'entreprises font de la restauration leur activité principale. mais dans le contexte de la numérisation encouragée par les aides du CNC, un nombre plus important d'entreprises se positionnent. L'aide du CNC à la restauration a été sanctuarisée pour 2014-2015. Il peut ainsi s'agir d'un relais de croissance potentiel et pérenne,

notamment pour les sociétés ayant par le passé basé leur business model sur le photochimique. Ces métiers sont essentiels dans la chaîne de la création, tout en étant complémentaires à d'autres activités. L'émergence de nouveaux modes de consommation de l'image, comme la VàD, engendre d'ores et déjà des besoins plus importants dans le traitement technique des œuvres, comme dans leur stockage et leur conservation.

L'évolution des technologies et des réseaux impactent l'utilisation des catalogues de programmes préexistants ou passés. C'est ici que l'activité de restauration prend encore plus d'importance et que la valeur ajoutée apportée par les sociétés prend toute son intérêt.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les métiers (M€)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
tournage (studio, loueurs)	241,4	242,7	263,3	274,0	243,3	263,5	285,3	268,3	276,0	295,5
postproduction image	147,4	132,5	141,0	131,2	125,3	131,7	119,0	110,1	118,4	121,7
postproduction son	35,9	43,7	48,5	43,7	43,0	37,7	35,2	34,4	31,2	32,6
travaux de laboratoire¹	233,6	251,8	254,8	275,0	245,8	249,9	201,5	192,0	207,7	194,8
archivage, stockage, restauration	3,7	3,6	8,4	12,4	12,2	12,0	11,2	18,0	19,4	25,3
fabricant matériel (tournage, postproduction)	99,5	100,0	72,5	32,0	33,2	31,0	24,0	13,2	4,4	2,9
total	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0

¹ Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication.. Champ: entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014. Source : Ficam

Trois activités captent plus de la moitié des revenus générés par l'export : les doubleurs/ sous-titreurs (44,8 %), les loueurs de matériel de tournage (22,1 %) et les post-producteurs (18,7 %).

Le chiffre d'affaires à l'exportation des activités de doublage/sous-titrage se stabilise entre 2013 et 2014 mais il a plus que doublé depuis 2008. Cette évolution est à mettre au crédit de l'arrivée de nouveaux diffuseurs, de la demande croissante des distributeurs étrangers notamment les studios américains pour ce type de prestation ainsi qu'au développement de nouvelles activités telles que l'audiodescription. notamment dans le secteur de la télévision. Le tournage voit sa part d'export augmenter régulièrement depuis 2009. Cette part est sans doute liée à la sous-traitance. Entre 2013 et 2014, le chiffre d'affaires des exportations augmente de 4,0 %.

La télévision demeure le premier client des prestataires techniques

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés: le long métrage cinématographique, le programme télévisuel de stock, le programme télévisuel de flux, le programme d'animation et les effets visuels. le multimédia et le film publicitaire ou institutionnel. La plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés et il est de plus en plus rare qu'une entreprise relève exclusivement d'un seul marché.

Les marchés du cinéma et de la télévision (programmes de stock et flux) représentent à eux seuls 77,9 % du chiffre d'affaires global des industries techniques. En 2014, le marché de la télévision (stock et flux) génère 55,0 % des ressources, contre 52.4 % en 2013 avec un chiffre d'affaires en hausse de 7.0 %. Depuis 2005, la télévision constitue la première

source de revenus.

En 2014, sur un chiffre d'affaires de 369,2 M€ généré par la télévision, les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) représentent 190,4 M€. soit 51,5 % du chiffre d'affaires généré par la télévision contre 52,7 % en 2013. Les activités de production de programmes de stock (fictions, documentaires) sont évaluées à 178,8 M€, soit 48,4 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (47,2 % en 2013).

Les ressources en provenance de la filière cinéma subissent une nouvelle baisse entre 2013 et 2014 (-7,0 %). Elles sont en baisse constante depuis 2011, soit une perte de plus

En 2014, le marché de la télévision (programmes de stock et de flux) génère 55.0 % des recettes des industries techniques.

de 110 M€ entre 2010 et 2014 et atteignent leur niveau le plus bas depuis sept ans. Ces pertes sont le contrecoup de la baisse marquée du photochimique et du tirage 35mm dans les laboratoires, mais aussi sur ces deux dernières années de la baisse des montants investis pour les films mis en production (-9.0 % entre 2013) et 2014).

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité avec 13,4 % du chiffre d'affaires du secteur en 2014. Il est en phase de reprise depuis 2012 (+15,0 % entre 2012 et 2014). Cette tendance est en partie due à une activité de post-production en augmentation sur ce marché (+3.0 % entre 2012 et 2014). Enfin, l'animation voit son chiffre d'affaires s'éroder entre 2013 et 2014 (-10,0 %) après trois années d'augmentation successives. La forte baisse constatée en 2011 était due au rachat d'une partie de la société Mac Guff Ligne par Universal. Au total, les deux principaux marchés de la filière (télévision, cinéma) réunis ont perdu plus de 85 M€ de chiffre d'affaires entre 2010 et 2014.

203

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les marchés (M€)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
télévision (stock + flux)	346,5	347,3	347,7	358,6	357,0	343,2	365,0	347,5	344,4	369,2
cinéma	305,7	318,5	315,9	289,0	238,0	266,5	193,0	175,5	166,1	153,7
publicité et institutionnel	78,2	89,6	93,6	88,3	73,0	90,5	96,0	78,5	84,5	90,5
animation	24,4	20,8	16,8	20,9	27,0	24,5	13,0	20,2	30,5	27,4
multimédia	-	-	-	14,0	20,0	15,0	15,5	13,7	14,6	13,5
autres¹	21,2	27,3	31,0	27,2	14,0	5,9	12,5	16,6	17,0	16,7
total	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0

¹ Vidéo, spectacle vivant, formation, etc

Champ: entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014. Source: Ficam.

95 % des tournages de fictions cinématographiques se font en numérique

Le support de tournage argentique 35 mm a quasiment disparu et n'est utilisé que pour 4,0 % des projets en 2015, tout comme en 2014. Les caméras numériques grand capteur redeviennent majoritaires en 2015. Elles sont utilisées dans 51 % des projets.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques¹ (%)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
caméra vidéo SD/HDV/XDCam/DVCam	2,1	1,2	2,3	0,1	-	-	-	-
appareil photo numérique	-	-	4,2	2,0	0,7	-	=	-
caméra vidéo HD	16,4	15,2	12,0	9,0	12,2	22,5	65,0	43,0
caméra cinéma numérique grand capteur 2K /4K	1,1	11,4	15,7	54,9	71,5	66,7	30,0	51,0
16 mm	6,9	3,6	3,4	2,8	1,5	0,8	1,0	1,0
35 mm	72,6	68,5	62,4	31,2	13,5	10,0	4,0	4,0
non renseigné	1,0	-	-	-	0,6	-	0,0	-
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année. Source : Ficam – Observatoire des Métiers et Marchés.

Une postproduction cinéma exclusivement numérique

Pour les fictions cinématographiques d'initiative française, la postproduction effectuée de manière traditionnelle en argentique est devenue très faible dès 2010 et devient tout à fait marginale depuis 2011. La postproduction

numérique représente 94 % des productions en 2015. La postproduction en vidéo HD progresse très légèrement par rapport à 2014 (+1,0 %). La postproduction 2K est majoritaire depuis 2010. La postproduction 4K ne représente que 1,0 % des travaux de postproduction effectués dans l'année

Postproduction des fictions cinématographiques¹ (%)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
traditionnel argentique	24	5	2	0	1	0	0
vidéo HD	27	16	13	15	19	38	39
vidéo numérique 2K	42	68	76	79	75	56	54
vidéo numérique 4K	1	2	4	2	3	1	1
vidéo SD	1	0	0	0	0	0	0
non renseigné	5	9	5	4	2	5	5
total	100	100	100	100	100	100	100

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année. Source : Ficam – Observatoire des Métiers et Marchés.

La HD est le format de tournage privilégié pour la fiction télévisuelle

La HD et les caméras numériques grand capteur représentent 99,0 % des semaines de tournage de fiction télévisuelle en 2015. Le tournage avec caméra numérique grand capteur concerne 27,0 % des semaines de tournage de fiction télévisuelle d'initiative française en 2015, soit une augmentation de 9,0 points par rapport

à 2014. Le format HD reste le format privilégié pour les tournages de fictions télévisuelles avec près de 72,0 % des semaines de tournage en 2015, mais baisse légèrement (-7,0 points) par rapport à l'année 2014 qui était de 79,0 %. La pellicule devient extrêmement marginale et correspond à un engagement artistique fort: l'abandon du 35 mm et du 16 mm est acté.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions télévisuelles (%)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
16 mm	29,1	17,5	14,0	3,8	0,7	1,0	2,0	-
35 mm	4,0	9,7	7,0	4,4	-	-	-	-
HD	65,9	64,5	63,9	40,9	24,2	56,0	79,0	72,0
Beta / DV / SD	1,0	-	0,5	-	-	-	-	-
caméra numérique grand capteur 2K/4K/6K	-	1,5	11,2	47,6	74,0	43,0	18,0	27,0
appareil photo numérique	-	-	2,2	1,3	0,9	-	-	-
non renseigné	-	6,8	1,2	2,0	0,2	-	1,0	-
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions télévisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.

Nouveaux formats d'image et de son

Au-delà de la résolution des images qui a été multipliée par 20 en dix ans (du SD au 4K), les matériels et chaînes de production permettant de filmer et postproduire avec une cadence d'image plus élevée (HFR) ou un rapport de contraste plus étendu (HDR) font leur apparition en 2014 et devraient devenir de plus en plus fréquents en 2015. Cinq studios français sont équipés pour traiter du son immersif en salle de cinéma (11.1, mais essentiellement DOLBY ATMOS). 46 salles de cinéma sont équipées en son immersif Dolby Atmos. Cependant il n'y a aucun studio en France équipé pour traiter la technologie Dolby Vision.

Renforcement des pratiques de sécurisation des données numériques en cours de tournage et de postproduction

La CST (Commission supérieure technique de l'image et du son) a publié en 2014, en association avec la Ficam et l'AFC (Association française des directeurs de la photographie cinématographique) une recommandation technique sur la sécurisation des données numériques en cours de tournage et de postproduction, leur sauvegarde et conservation à court terme (CST - RT - 030 - Cinéma - 2014). Posant les principes que les rushes restent, quel que soit leur support d'enregistrement, la matière première la plus précieuse issue du tournage d'un film, qu'aucun fabricant

informatique n'offre une garantie de conservation de données et enfin, que, malgré les possibilités de duplication sans perte offertes par les supports numériques, l'exigence de règles de bonne sécurité demeure, la recommandation vise à décrire les pratiques professionnelles et les outils propres à la sécurisation des données d'un film en cours de tournage et de postproduction ainsi qu'à leur sauvegarde à court terme. Elle précise les rôles et les interactions entre les différents acteurs de la filière: loueurs de caméras, DIT (technicien en charge des images numériques), laboratoires numériques, sociétés d'effets visuels... Ainsi, elle cherche à éclairer la stratégie de sécurisation mise en place par le producteur, en collaboration avec ses partenaires fournisseurs, qui doit être traduite de la façon la plus explicite possible dans les principaux documents contractuels et administratifs. Cette stratégie s'établit au regard de la durée de la première exploitation de l'œuvre (toutes versions comprises).

Une baisse significative des d'investissements

Les investissements des prestataires techniques baissent de 29,3 % entre 2013 et 2014, atteignant leur niveau le plus bas de la décennie. À titre de comparaison, les industries manufacturières voient leurs investissements stagner en 2014 (chiffres INSEE). Chaque entreprise investit en moyenne 334,7 K€ en 2014, contre 473,1 K€ en 2013.

Investissements des industries techniques¹ (M€)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
investissements	47,0	63,3	92,5	60,0	53,3	53,6	50,6	59,7	50,1	35,4
chiffre d'affaires	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	6,1	7,9	11,5	7,5	7,3	7,2	7,2	9,1	7,6	5,3

¹ Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non prises en compte) Champ: entreprises avant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014 Source : Ficam

Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 M€ sont toujours celles qui investissement le plus depuis 2010. Les investissements des sociétés réalisant entre 10 et 20 M€ de chiffre d'affaires diminuent fortement. Ils se concentrent encore davantage sur les sociétés de plus de 20 M€ de chiffre d'affaires (53 % de l'ensemble des investissements en 2014, contre 49 % en 2013).

Hausse du chiffre d'affaires à l'exportation

elle comprend non seulement les prestations réalisées sur les marchés internationaux mais également les prestations sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2014, le chiffre d'affaires lié à l'exportation est en hausse en 2014 (+4,3 % par rapport à 2013), pour la troisième année consécutive, atteignant son niveau le plus élevé depuis sept ans. Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel est évaluée à 9,7 %.

résulte essentiellement d'un double phénomène:

Pour les industries techniques, l'exportation

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
exportations	76,8	71,7	68,7	61,2	47,3	52,3	65,0	57,8	62,4	65,1
chiffre d'affaires	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0	745,6	695,0	652,0	657,0	671,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	9.9	8.9	8.5	7.7	6.5	7.0	9.3	8.8	9.4	9.7

Exportations des industries techniques (M€)

Champ: entreprises avant fourni l'ensemble des informations de 2005 à 2014. Source : Ficam

La télévision voit sa part dans le chiffre d'affaires des exportations progresser depuis trois ans de 51 % en 2012 à 56 % en 2014, contrairement au cinéma qui voit sa part passer de 30 % en 2012 à 16 % en 2014. Les activités liées à la publicité voient leur part dans l'exportation passer de 9 % en 2012 à 15 % en 2014.

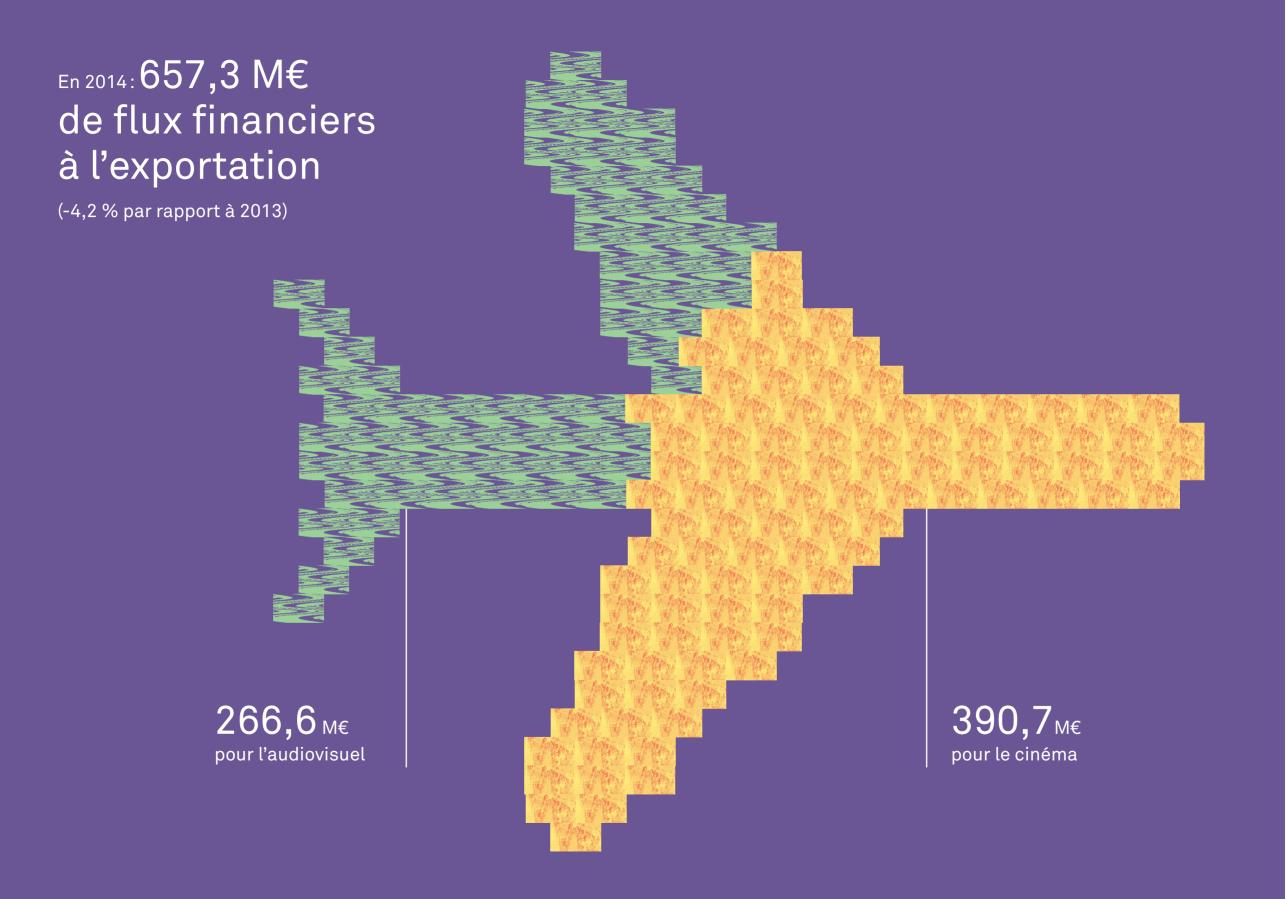
Plusieurs facteurs expliquent la place privilégiée de la télévision et de la publicité dans l'exportation (46 M€ d'exportations soit 71 % de l'ensemble) : des constructeurs à fort potentiel international; le savoir-faire des entreprises spécialisées reconnues mondialement. Trois activités captent plus de la moitié des revenus générés par l'export : les doubleurs/ sous-titreurs (44,8 %), les loueurs de matériel de tournage (22,1 %) et les post-producteurs (18,7 %).

En 2014, les industries techniques exportent à hauteur de 65,1 M€, soit 9,7 % du chiffre d'affaires total, soit une hausse de 4,3 % par rapport à 2013.

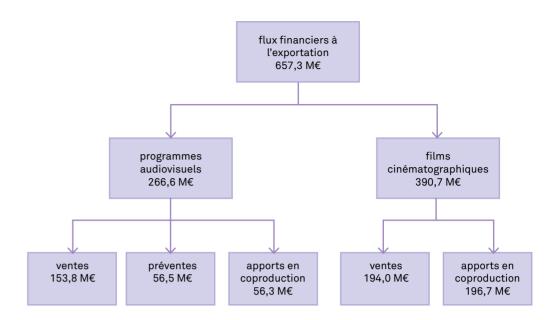
Le chiffre d'affaires des activités de doublage/ sous-titrage se stabilise en 2014 mais a doublé depuis 2008. Cette évolution est à mettre au crédit de l'arrivée de nouveaux diffuseurs, de la demande croissante des distributeurs étrangers notamment les studios américains pour ce type de prestation ainsi que du développement de nouvelles activités telles que l'audiodescription, notamment dans le secteur de la télévision. Le tournage voit sa part d'export augmenter régulièrement depuis 2009. Cette part export pour les tournages est sans doute liée à la sous-traitance.

5.INTERNATIONAL





5.1 L'exportation des films et des programmes audiovisuels



Plus de 657 M€ de flux d'exportation

Les flux financiers en provenance de l'étranger et à destination des productions cinématographiques et audiovisuelles françaises correspondent aux ventes de films cinématographiques et aux préventes et ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ainsi qu'aux apports en coproduction en

provenance de l'étranger, qu'il s'agisse de coproductions minoritaires ou majoritaires françaises.

En 2014, l'ensemble de ces flux financiers s'élèvent à 657,3 M€ (-4,2 % par rapport à 2013), dont 40,6 % pour les programmes audiovisuels et 59,4 % pour les œuvres cinématographiques.

Flux financiers à l'exportation (M€)

	programmes audiovisuels	ventes ¹	préventes ²	apports en coproduction²	films cinéma- tographiques	ventes³	apports en coproduction ⁴	total
2005	218,3	112,5	38,1	67,7	522,3	153,2	369,2	740,6
2006	218,3	115,0	42,0	61,3	484,6	170,3	314,2	702,9
2007	216,5	118,8	34,0	63,7	380,8	131,4	249,3	597,3
2008	204,0	110,0	40,4	53,6	408,0	141,3	266,7	612,1
2009	194,1	100,4	35,1	58,6	343,7	136,9	206,8	537,8
2010	198,9	105,6	30,5	62,8	521,9	172,6	349,3	720,8
2011	231,0	110,6	43,0	77,4	482,8	156,7	326,1	713,9
2012	242,4	127,0	38,9	76,5	528,1	211,3	316,8	770,5
2013	249,0	137,1	42,4	69,5	437,2	165,4	271,8	686,2
2014	266,6	153,8	56,5	56,3	390,7	194,0	196,7	657,3
évol. 14/13 (%)	+7,1	+12,1	+33,3	-18,9	-10,6	17,3	-27,6	-4,2

¹Les ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 et CFI, respectivement de 3,2 M€ et 0,2 M€ en 2014 (3,3 M€ et 0,4 M€ en 2013).

Source: CNC-TV France International.

² Le spectacle vivant est intégré dans les préventes et les apports en coproduction ainsi que dans le périmètre de l'étude.

³ Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.

⁴ Investissements étrangers dans les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.

L'exportation des programmes audiovisuels

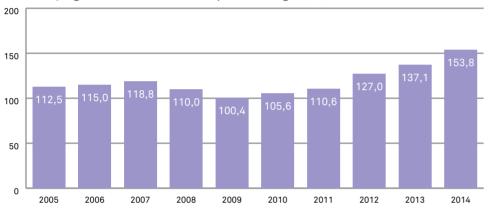
Remarques méthodologiques

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et TV France International auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Les données étudiées concernent l'année 2014.

Des ventes de programmes français en progression

En 2014, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 12,1 % pour atteindre 153,8 M€, soit le plus haut niveau jamais observé.

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source: CNC-TV France International.

L'animation: premier genre à l'export (45,0 M€)

En 2014, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger diminuent après cinq années de hausse consécutive à 45,0 M€ (-3,9 % par rapport à 2013). L'animation demeure le premier genre à l'exportation avec 29,3 % des ventes totales. Bien qu'en baisse, le niveau de chiffre d'affaires de l'animation française reste à son troisième meilleur niveau depuis dix ans après une année 2013 record. La baisse des ventes est aussi imputable à la diminution du volume de production en 2014.

Forte progression des ventes de fiction (+49,3 %)

En 2014, les ventes de fiction française à l'international enregistrent une forte progression (+49,3 % à 38,9 M€) pour la quatrième année consécutive. L'Europe de l'Ouest confirme son statut de première zone d'exportation de fiction française avec une part de 60,5 % en 2014, contre 55,2 % en 2013. La fiction devient le deuxième genre à l'exportation avec 25,3 % des ventes.

Hausse des exportations de documentaires (+13,2%)

Les ventes de documentaire français à l'international augmentent de 13,2 % pour atteindre 34,9 M€ en 2014. Le genre capte 22,7 % des recettes, contre 22,5 % en 2013.

Progression de la vente de formats (+3,5 %)

Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger continuent leur croissance (+3,5 %), passant de 22,1 M€ en 2013 à 22,8 M€ en 2014.

En 2014, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 12,1 % pour atteindre 153,8 M€, soit le plus haut niveau jamais observé.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2005	2006	2007	2008¹	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13 (%)
animation	45,3	42,6	41,7	30,7	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	-3,9
documentaire, magazine	27,9	28,5	30,2	28,7	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	+13,2
fiction	22,4	22,1	22,0	26,8	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	+49,3
format (fiction, jeux, variétés)	-	-	-	13,0	16,4	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	+3,5
format, information, divers	7,6	7,2	12,4	=	=	=	-	=	=	=	=
musique, spectacle vivant	2,7	4,5	6,6	7,8	4,4	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	-3,2
divers (information, extraits)	-	-	-	3,1	2,9	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	+14,4
jeux, variétés	6,6	10,1	5,9	-	-	-	-	-	-	-	-
total	112,5	115,0	118,8	110,0	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	+12,1

¹ En 2008, la répartition des genres a été modifiée, afin de différencier les ventes de formats des ventes d'information et d'extraits. Source: CNC-TV France International.

Progression des achats en Europe de l'Ouest

En 2014, la géographie des ventes de programmes audiovisuels français présente des tendances contrastées. Première zone d'accueil des productions françaises, l'Europe de l'Ouest confirme le regain d'activité constaté en 2013 et augmente son volume financier de 7,8 %. La zone génère plus de la moitié des recettes d'exportation avec 54,8 % des recettes d'exportation en 2014.

La zone germanophone demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français en 2014 avec 23,0 M€ (+39,0 %), soit le plus haut niveau historique. Pour la quatrième année consécutive, les ventes de programmes français en Belgique progressent pour atteindre leur plus haut niveau historique à 13,1 M€ (+2,1 %). Affecté par la forte baisse des acquisitions de MediaSet, le marché italien s'est depuis restructuré et confirme la reprise de son activité, en hausse de 21,2 % à 12,3 M€ en 2014. Le pays devient le premier acheteur de programmes français d'animation avec une hausse de 71,5 % à 6,9 M€. Les ventes au Royaume-Uni sont en croissance de 38.5 % à 9.0 M€. Avec des achats en progression de 7,2 % représentant 6,5 M€. la Suisse atteint son plus haut niveau d'achat, principalement grâce aux commandes de la TSR. Les pays scandinaves marquent le pas en 2014. avec des achats en baisse (-12,9 % à 5,8 M€). L'Espagne, toujours touchée par la crise économique et les restructurations de son marché, diminue ses acquisitions de

programmes français (-13,7 % à 4,6 M€). En 2014, les exportations à destination de la zone « Europe centrale et orientale » progressent à nouveau (+2,8 %). Malgré un contexte économique et politique tendu, la Russie, l'Ukraine, et les pays de l'ex-CEI augmentent leurs importations de programmes français en 2014 (+42,9 % à 6,2 M€). La zone capte 43,8 % des importations de programmes français en Europe centrale et orientale, contre 31,5 % en 2013.

Reprise des marchés américains (+34,2 %)

En 2014, les ventes de programmes audiovisuels français vers l'Amérique du Nord sont en hausse (+34,2 % à 21,6 M€), soit son plus haut niveau historique. Les États-Unis conservent leur statut de premier territoire de la zone avec 13.7 M€ d'importations en 2014 (+68.7 %). La fiction devient le premier genre vendu sur le territoire avec une part de 34,5 % en 2014 (18,9 % en 2013). Avec 7,9 M€ d'importations en 2014 (-0,8 %), le Canada maintient son niveau élevé d'achat. Les formats français continuent à séduire les acheteurs canadiens (+21.6 %). Les chaînes publiques francophones comme Radio Canada et Télé-Québec demeurent très actives notamment en matière de documentaire et d'animation, avec une appétence pour des marques fortes.

ortation des fil

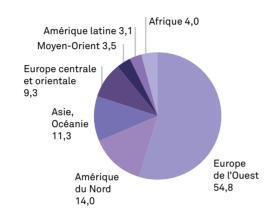
Hausse significative de l'Afrique (+65,55 %), diminution de l'Amérique latine et du Moyen-Orient

En 2014, l'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain atteint 6,1 M€ (+65,5 % par rapport à 2013). En 2014, les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine diminuent de 17,1 % à 4,8 M€. Cette baisse s'explique par le retrait du Mexique (-53,9 %), de l'Argentine

(-20,5 %) et du Brésil (-7,1 %), principaux marchés de la zone.

En 2014, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse de 17,7 % à 5,3 M€. Les ventes se sont concentrées sur les formats, en hausse de 4.5 % à 2.4 M€ en 2014. À l'inverse, les ventes de programmes d'animation (-47,1 %) et de documentaires (-38,9 %) sont en baisse.

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2014 (%)



Source: CNC-TV France International

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13 (%)
Europe de l'Ouest	66,8	72,0	77,7	72,1	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	+7,8
Amérique du Nord	16,8	14,2	10,3	8,4	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	+34,2
Asie / Océanie	10,9	9,3	6,4	5,6	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	+32,9
Europe centrale et orientale	7,9	9,6	11,8	10,7	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	+2,8
Afrique	2,9	3,7	5,9	5,2	2,1	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	+65,5
Moyen-Orient	4,8	3,9	4,6	5,0	4,6	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	-17,7
Amérique latine	2,4	2,3	2,0	3,1	2,3	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	-17,1
total ¹	112,5	115,0	118,8	110,0	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	+12,1

1 Y compris les ventes à TV5 et CFI. Source: CNC-TV France International.

> Voir aussi sur www.cnc.fr: - l'étude l'exportation des programmes audiovisuels français en 2014 - les séries statistiques sur l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Remarques méthodologiques

Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse qui suit sont celles encaissées au cours de l'année 2014. Compte tenu de l'important décalage entre la signature des contrats et leur paiement, ces recettes se rapportent en majorité à des ventes effectuées en 2012, 2013 et début 2014. Les encaissements de recettes correspondent essentiellement aux recouvrements de minima garantis pavés par les distributeurs étrangers. L'écart régulièrement constaté entre les données du CNC et celles d'UniFrance sur l'exportation des films français s'explique par un périmètre d'analyse différent. UniFrance comptabilise les recettes aux guichets des salles des films sortis en 2014, tandis que le CNC prend en compte les encaissements nets, tous modes de diffusion confondus, réalisés par les exportateurs en 2014, sur des films sortis en salles en 2014 ou antérieurement.

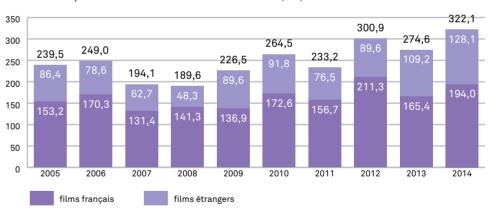
Hausse des recettes d'exportation des films français (+17.3 %)

En 2014, les ventes à l'exportation des films français atteignent 194,0 M€, soit une hausse de 17,3 % par rapport à 2013.

Les recettes d'exportation des films français en 2014 atteignent le deuxième plus haut niveau de la décennie, après une année 2012 où le volume d'exportation avait été particulièrement élevé. Sur la période 2005-2014, elles augmentent de 2,7 % par an en moyenne.

Les recettes d'exportation liées à la vente de films étrangers sont également en hausse de 17,3 %, à 128,1 M€. Comme en 2013, les ventes de films étrangers à l'international représentent 39.8 % des recettes d'exportation de films des sociétés françaises en 2014, soit à nouveau la part la plus élevée de la décennie. Entre 2005 et 2014, les recettes à l'exportation des films étrangers ont augmenté en moyenne de 4,5 % par an.

Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



1 Incluant les conroductions minoritaires et majoritaires françaises Source: CNC.

Les ventes à l'exportation des films français récents représentent 169,7 M€ en 2014 (+19,8 %).

Les recettes de ventes à l'étranger des films français « de catalogue » (produits avant le 1er janvier 2011) progressent, quant à elles, de 2,5 %, à 24,2 M€. En 2014, les films français « récents » représentent 87,5 % des recettes d'exportation.

Recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



Films de catalogue : films produits il y a plus de trois ans. Films récents : films produits il y a moins de trois ans. Source : CNC

Une forte concentration des recettes sur les principaux territoires

En 2014, les investissements restent assez concentrés. Les 15 premiers pays génèrent 79,9 % des encaissements (79,2 % en 2013) et les cinq premiers pays 50,9 % (52,8 % en 2013).

Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2014

		recettes (M€)	parts de marché (%)	évol 14/13 (%)
1	États-Unis + grand pays européen et/ou Japon	44,3	22,8	+4003,3
2	Allemagne et/ou zones germanophones	20,0	10,3	-16,6
3	Etats-Unis + divers Monde ¹	12,8	6,6	-60,5
4	Etats-Unis et/ou Canada anglophone	12,0	6,2	-14,6
5	Benelux	9,8	5,0	+409,9
6	Russie	8,1	4,2	+61,0
7	Japon	8,0	4,1	-14,6
8	Italie	7,2	3,7	+45,8
9	Royaume-Uni et/ou Irlande	6,2	3,2	-19,8
10	Scandinavie	5,7	2,9	+43,8
11	Suisse (hors région germanophone)	5,1	2,6	+8,0
12	Espagne	4,7	2,4	-14,2
13	Belgique	4,1	2,1	-45,0
14	Contrats Amérique latine ²	3,6	1,8	+42,2
15	Corée du Sud	3,5	1,8	+109,7
	total quinze premiers	154,9	79,9	+22,8
	total	194,0	100,0	+17,3

¹ Contrats de cession à un distributeur américain qui se charge de la diffusion de l'œuvre sur le continent américain ainsi que sur d'autres territoires dans le monde.

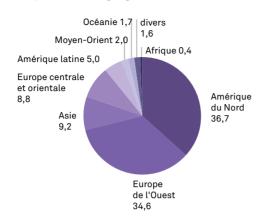
 $^{^{2}}$ Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Amérique latine. Source : CNC.

L'Amérique du Nord devient la première zone d'exportation du cinéma français

En 2014, l'Amérique du Nord devient, devant l'Europe occidentale, la principale zone d'accueil pour le cinéma français avec 36,7 % des recettes totales. À 71,1 M€ en 2014, les recettes d'exportation des films français en provenance d'Amérique du Nord affichent une hausse de 45,1 % par rapport à l'année précédente. L'Europe occidentale passe au deuxième rang des continents importateurs de films français avec 34,6 % des recettes. Les recettes d'exportation des films français en provenance d'Europe de l'Ouest affichent néanmoins une légère progression en 2014 (+2,0 % par rapport à 2013) et s'élèvent à 67,2 M€.

En 2014, l'Asie passe à la troisième place des acheteurs de films français. Les exportations à destination de cette zone progressent de 18,9 % par rapport à 2013, à 17,8 M€. Elles représentent 9,2 % des recettes totales en 2014. L'Europe centrale et orientale devient la quatrième zone d'exportation des films français en 2014. Les exportations en direction de l'Europe centrale et orientale sont en hausse de 10,1 %, à 17,2 M€ en 2014. La part de la zone s'élève à 8,8 %.

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2014 (%)



Pour rappel, la zone «Amérique du Nord» inclut le territoire «Etats-Unis + divers monde».

Source: CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : un secteur très concentré

Le marché de l'exportation reste très concentré. Les trois premières sociétés d'exportation concentrent 67,1 % des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger en 2014 (62,4 % en 2013). Cinq entreprises réalisent plus de 10 M€ de recettes en 2014 (comme en 2013) et captent 81,8 % des recettes totales des films français à l'étranger (77,8 % en 2013).

Voir aussi sur www.cnc.fr:

- les séries statistiques sur l'exportation des films
- l'étude l'exportation des films français en 2014

Les ventes de courts métrages français à l'étranger en 2014

Remarques méthodologiques

Chaque année, UniFrance réalise une étude sur la diffusion des œuvres françaises de court métrage dans le monde. Les producteurs et distributeurs de courts métrages sont contactés pour fournir, titre par titre, les informations relatives à la vente de leurs films de court métrage. Les analyses qui suivent retracent le chiffre d'affaires réalisé en 2014 par les vendeurs de films de court métrage. Depuis 2010, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès des institutionnels sont prises en compte dans l'étude. Les ventes d'Arte, TV5 Monde et Canal+ Afrique sont également recensées et intégrées aux résultats.

L'étude annuelle d'UniFrance met en lumière en 2014 une baisse de 4,8 % des recettes nettes et de 1,8 % du nombre de transactions. 533 films de court métrage ont été vendus à l'étranger en 2014 (583 films en 2013).

Une préférence des acheteurs étrangers pour les courts métrages de fiction

Comme chaque année, les courts métrages de fiction dominent les ventes internationales en termes de recettes générées (52,0 % en 2014, 60,1 % en 2013). En nombre de films commercialisés, le genre représente 42,0 % des courts métrages vendus à l'étranger en 2014 (41,8 % en 2013). Avec 42,4 %, l'animation est le deuxième genre le plus vendu à l'étranger en valeur (29,3 % en 2013). En revanche, 51,6 % des transactions en 2014 sont des films d'animation (48,6 % en 2013).

Sept films de fiction figurent parmi les dix courts métrages ayant généré le plus de recettes. Parmi les 14 titres ayant fait l'objet du plus grand nombre de ventes, dix sont des films d'animation. Film d'animation de 2014, le Parfum de la carotte, de Arnaud Demuynck et Rémi Durin, est le plus grand succès de l'année à l'international, en chiffre d'affaires. Deux autres films d'animation dominent également les recettes de 2014: Dimitri à Ubuyu de Agnès Lecreux et Fabien Drouet et la Bûche de Noël de Vincent Patar et Stéphane Aubier.

533 films de court métrage ont été vendus à l'étranger en 2014.

La télévision, moyen privilégié de diffusion internationale des courts métrages français

En 2014, la télévision est le support privilégié pour la diffusion du court métrage. En 2014, les droits d'exploitation des films de court métrage en télévision génèrent 61,9 % du chiffre d'affaires réalisé à l'international, et concernent 23,8 % des transactions. Les droits d'exploitation en salles représentent 52,9 % des ventes et 13,2 % des recettes générées en 2014.

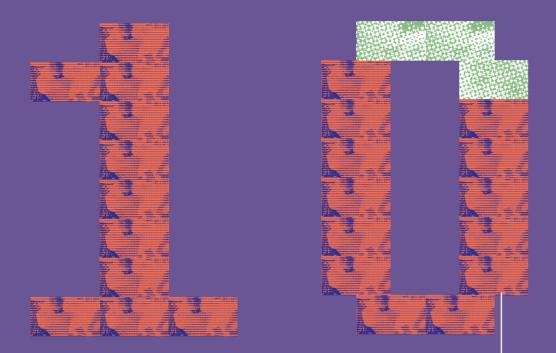
L'Espagne, premier territoire d'exportation des courts métrages français

Comme en 2013, l'Espagne est le premier territoire pour l'exportation des films de court métrage français en 2014 avec 10,7 % des recettes globales (10,6 % en 2013). L'Allemagne arrive en deuxième position, après avoir occupé la septième place en 2013 (2,2 %), avec 8,8 % des recettes en 2014. Le Japon reste à la troisième place avec 8,3 % des recettes (5,4 % en 2013).

En nombre de ventes, les États-Unis occupent la première place, avec 92 achats de courts métrages français en 2014 (8,2 % du total). Ils sont suivis par l'Espagne (83 achats, 7,4 %) et la Suisse (75 achats, 6,7 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr:

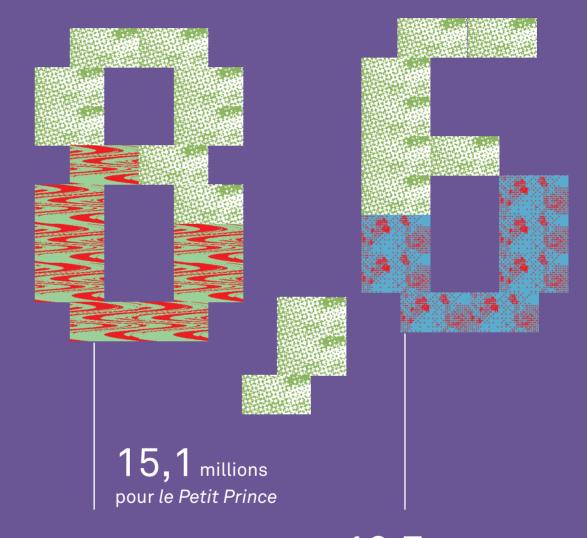
- les séries statistiques sur le court métrage
- l'étude le court métrage en 2014, production et diffusion



millions d'entrées pour les films français à l'étranger

(-9,6 % par rapport à 2014)

44,0 millions pour *Taken 3*



12,7 millions pour le Transporteur - Héritage

5.2 Les entrées des films français à l'étranger

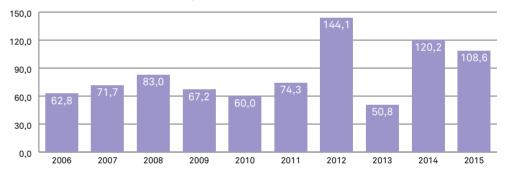
Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par UniFrance. Ils prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 94 territoires. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2015 présentées ici sont arrêtées à mars 2016.

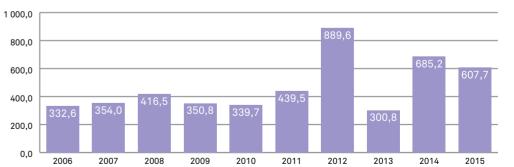
Nouvelle belle année pour le cinéma français à l'étranger

En 2015, pour la troisième fois en quatre ans, le cinéma français franchit le seuil des 100 millions d'entrées à l'international. Les films français cumulent ainsi 108,6 millions d'entrées dans les salles étrangères (-9,6 % par rapport à 2014), tandis que les recettes guichets correspondantes s'élèvent à 607,7 M€ (-11,3 %). En dépit de résultats en légère baisse par rapport à l'année précédente, 2015 représente la troisième meilleure année du cinéma français hors de ses frontières depuis plus de 20 ans. Pour la deuxième année consécutive, le cinéma hexagonal enregistre plus d'entrées à l'international qu'en France. En 2015, 551 films français sont en exploitation dans les salles étrangères (577 en 2014) et 10 films français ont réalisé plus d'un million d'entrées à l'étranger (14 en 2014).

Entrées des films français à l'étranger (millions)



Recettes guichets des films français à l'étranger (M€)



Source : UniFrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Succès de l'animation française à l'international

Le classement des dix films français ayant réalisé le plus d'entrées à l'étranger en 2015 est marqué par la diversité des genres représentés (thriller, comédie, drame, animation). Cependant, l'animation française tire particulièrement son épingle du jeu. Le genre compose ainsi 19,5 % des entrées globales réalisées à l'étranger et trois œuvres d'animation, le Petit Prince, Astérix le domaine des dieux et Mune, le gardien de la lune, figurent parmi les dix plus grands succès de 2015. En deuxième place du classement annuel avec 15,1 millions d'entrées, le Petit Prince devient le plus grand succès d'animation française à l'international depuis 20 ans.

Une diversité de films français à l'international malgré une forte concentration des entrées

Le premier film du box-office français à l'international en 2015 est le troisième volet de la saga *Taken*. Le film d'Olivier Megaton capte à lui seul 40,5 % des entrées du cinéma français dans le monde. Derrière le Petit Prince, la production majoritaire en langue anglaise le Transporteur - Héritage complète le podium avec 12,7 millions d'entrées. La comédie en langue française est également à l'honneur avec le succès mondial de la Famille Bélier (3,6 millions d'entrées en 2015) et la continuation de la carrière de Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu? (2,8 millions d'entrées en 2015). Samba, la Belle et la Bête et Youth complètent le classement des dix premiers films à l'international. L'année 2015 illustre une nouvelle fois la diversité du cinéma français en dehors de ses frontières.

De nombreuses récompenses

L'année 2015 a également été marquée par le succès du cinéma français dans plusieurs festivals internationaux : notamment la Palme d'Or au Festival de Cannes pour *Dheepan*, le Prix du meilleur court-métrage pour *Maman*(s) à Toronto, les Prix d'interprétation pour Emmanuelle Bercot et Vincent Lindon à Cannes, ainsi que pour Fabrice Luchini à Venise.

Films français ayant réalisé le plus d'entrées en 2015

	titre	Nombre de territoires	entrées (millions)
1	Taken 3	83	44,0
2	le Petit Prince	55	15,1
3	le Transporteur - Héritage	74	12,7
4	la Famille Bélier	39	3,6
5	Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu?	30	2,8
6	Astérix le domaine des dieux	32	2,3
7	Mune, le gardien de la lune	17	2,0
8	Samba	31	1,8
9	la Belle et la Bête	12	1,5
10	Youth	19	1,0

Source : UniFrance.

Progression des entrées des films en langue française

En 2015, les entrées des films en langue française progressent de 26,7 % par rapport à 2014, pour s'élever à 44,1 millions. 40,6 % des entrées françaises à l'étranger en 2015 sont réalisées par des films francophones, une proportion en deçà de la moyenne de 44,0 % constatée sur 10 ans. L'Europe occidentale est, cette année, avec l'Europe centrale et orientale, la zone la plus favorable aux films en langue

française, avec 57,9 % des entrées réalisées par des films francophones.

L'Asie devient le premier consommateur étranger de films français en salles

Pour la première fois en 2015, l'Asie devient la première zone d'exportation des films français. Avec 29,0 millions d'entrées (-9,4 %), la zone capte plus du quart des entrées mondiales du cinéma français (26,7 %). Taken 3, le Petit Prince et le Transporteur - Héritage captent 90,0 % des entrées de la zone. Autre fait historique : la Chine

devient en 2015 le premier territoire en termes de fréquentation des films français, avec 14,8 millions d'entrées. En outre, 3,6 millions d'entrées sont comptabilisées en Corée et 2,2 millions au Japon. Par ailleurs, le cap du million d'entrées est franchi à Taïwan, mais également en Indonésie, en Malaisie et aux Philippines.

Avec 26,5 millions d'entrées en 2015, l'Europe occidentale se classe au deuxième rang des zones de fréquentation du cinéma hexagonal (24,4 % des entrées). Les résultats des films français en Allemagne sont assez modestes (4,7 millions d'entrées en 2015, soit une baisse de 46,0 %), tandis que la situation demeure difficile au Royaume-Uni, en dépit d'une légère hausse de la fréquentation des films français (3,5 millions d'entrées, +19,2 %). L'Italie est le seul pays européen à figurer dans le top 5 de l'année, avec 5,2 millions d'entrées (-16,3 % par rapport à 2014), notamment grâce à Qu'estce qu'on a fait au bon dieu?, la Famille Bélier et le Dernier Loup.

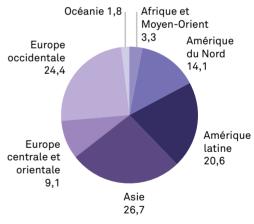
La fréquentation des films français en Amérique latine atteint en 2015 un niveau record avec 22,4 millions d'entrées, soit 20,6 % des entrées mondiales et une progression de 80,6 % par rapport à 2014. Ce succès du cinéma français sur le continent latino-Américain va de pair avec la progression spectaculaire de la fréquentation et du parc de salles dans plusieurs pays. Des records de fréquentation sont ainsi observés au Mexique (9,4 millions d'entrées, +75,6 % par rapport à 2014), au Brésil (5,4 millions, +44,5 %) et en Colombie (2,5 millions, +117,0 %). Le Mexique et le Brésil se placent ainsi parmi les cinq pays où le cinéma français réalise le plus d'entrées, devant l'Italie. Avec 2,1 millions d'entrées. le Petit Prince bat le record de fréquentation pour un film français au Brésil. L'Amérique du Nord passe en quatrième position des zones d'exportation des films français en 2015 avec 15.3 millions d'entrées, soit 14.1 % du total. Taken 3 est le principal succès sur la zone, avec 10,6 millions d'entrées sur le territoire « États-Unis et Canada anglophone ». Néanmoins, les résultats de Sils Maria (220 000 entrées), *Timbuktu* (130 000 entrées) ou encore le Sel de la terre (160 000 entrées) envoient un signal encourageant pour le cinéma d'auteur français sur ce territoire. Au Québec, la fréquentation avoisine les 900 000 entrées, dont près de 200 000 pour Astérix le domaine des dieux, plus grand succès de langue française

depuis Intouchables.

La fréquentation des films français en Europe centrale et orientale s'élève à 9,9 millions d'entrées en 2015, soit 9,1 % du total. *Taken 3* domine le classement avec 1,9 million d'entrées sur la zone, dont 757 000 en Russie. Cependant, l'animation française est également à l'honneur grâce aux belles performances du *Petit Prince* (776 000 entrées en Pologne, 356 000 en Russie), de Mune, le gardien de la lune (989 000 entrées en Russie), d'*Astérix le domaine des dieux* (199 000 entrées en Pologne) et de *Gus - Petit oiseau grand voyage* (247 000 entrées en Pologne).

En Océanie, si *Taken 3* capte 69,7 % des entrées de l'année, le film de Frédéric Tcheng, *Dior et moi*, crée la surprise avec 70 000 entrées dont 28 000 en Nouvelle-Zélande. *Loin des hommes* rencontre un succès honorable en Australie (53 000 entrées), tandis que *la Famille Bélier* affiche un début de carrière prometteur, avec 47 000 entrées cumulées sur les cinq derniers jours de 2015.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2015 (%)



Source : UniFrance.

En 2015: 980 millions d'entrées en Europe 171,9 107,0 (+7,6 % par rapport à 2014) au Royaume-Uni en Italie 139,2 en Allemagne 205,3 en France 94,6 en Espagne

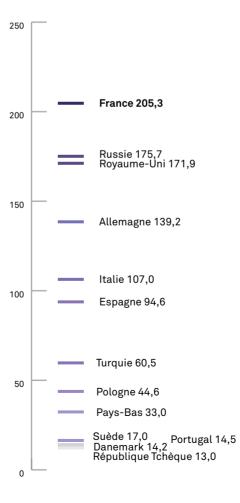
5.3 Le cinéma dans le monde

En 2015, les entrées dans les salles de l'Union Européenne progressent fortement (+7,6 %) pour atteindre 980 millions d'entrées. La fréquentation augmente en Allemagne (+14,4 %), au Royaume-Uni (+9,2 %), en Italie (+8,9 %) et en Espagne (+8,2 %) tandis qu'elle diminue en France (-1,8 %).

La France demeure le premier marché européen avec 205,3 millions d'entrées devant la Russie qui confirme sa position de deuxième plus grand marché européen avec 175,7 millions d'entrées en 2015.

Aux États-Unis, premier marché mondial, les entrées progressent de 3,1 % à 1,31 milliard. Ils sont suivis de près par la Chine qui dépasse pour la première fois le seuil du milliard d'entrées avec 1.26 milliard.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays européens en 2015 (million d'entrées)



Europe

Les premières estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel indiquent que les entrées dans les salles de l'Union Européenne progressent de 7,6 % en 2015. La fréquentation totale s'établit à 980 millions d'entrées (911 millions en 2014). Cette progression s'appuie sur les hausses de fréquentation cinématographique enregistrées en Allemagne, au Royaume-Uni, en Italie et en Espagne. La France demeure le premier marché européen aussi bien en termes d'entrées (205,3 millions) que de recettes (1,33 Md€). Elle enregistre également la part de marché nationale la plus élevée de l'Union Européenne avec 35,5 %. En termes de fréquentation, les progressions les plus importantes sont réalisées en Allemagne (+17,5 millions d'entrées, soit +14,4 %), au Royaume-Uni (+14,4 millions, soit +9,2 %), en Italie (+9,0 millions, soit +8,9 %) et en Espagne (+7,2 millions, soit +8,2 %). À l'inverse, la France enregistre une diminution (-3,8 millions, soit -1,8 %). Les pays d'Europe centrale et orientale connaissent une augmentation de leur fréquentation : la plus forte hausse est observée en Hongrie (+18,3 %), devant la République Tchèque (+12,1 %), la Slovaquie (+11,4 %), et la Pologne (+10,5 %). Parallèlement, la fréquentation en Scandinavie (Norvège, Suède, Danemark, Finlande et Islande) progresse également en 2015. Le marché finlandais enregistre la plus forte hausse (+20,3 %) avec 8,8 millions d'entrées. Il est suivi par le Danemark (+16,2 %) et la Norvège (+8,6 %). En dehors de l'Union Européenne, la Fédération de Russie confirme sa position de deuxième plus grand marché européen avec 175,7 millions d'entrées en 2015 (-0,2 %). Enfin, la Turquie enregistre un recul de 1.5 % à 60.5 millions d'entrées en 2015.

Selon les premières informations disponibles, les recettes générées par les salles de cinéma en 2015 progressent dans 23 des 28 marchés de l'Union Européenne pour lesquels les données sont disponibles.

En 2015, la part de marché du film national est en hausse dans 10 des 28 Etats-Membres de l'Union Européenne pour lesquels les données sont disponibles. Les pays qui enregistrent les plus importantes progressions de la part de marché des films nationaux sont l'Estonie (+6,6 points), la Grèce (+3,8 points) et le Portugal (+1,7 point). À l'inverse, les baisses les plus fortes sont enregistrées en Pologne (-8,8 points), en Italie (-6,4 points) et en Suède (-5,7 points). La Turquie conserve la part de marché du film national la plus importante en Europe (56,8 %). Elle est suivie par la France (35,2 %), le Danemark (29,7 %), la Finlande (29,0 %) et l'Allemagne (27,5 %).

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2015

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits¹	234	124	236	201²	255
entrées (millions)	205,3	171,9	139,2	107,0	94,6
évolution (%)	-1,8	+9,2	+14,4	+8,9	+8,2
prix moyen de la place (€)	6,5	9,2	8,4	6,2	6,1
indice de fréquentation³	3,3	2,7	1,7	1,7	2,0
part du film national (%)	35,5	10,64	27,5	21,4	19,1
nombre d'écrans	5741	4085	4692	3752	3 588

¹ Films 100 % nationaux et ceux avec un financement majoritairement national

Source: ANICA, BFI, CNC, FFA, ICAA, OEA.

Europe de l'Ouest

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), les recettes du cinéma allemand en 2015 passent le seuil du milliard d'euros et enregistrent leur plus haut niveau historique. La fréquentation des salles progresse de 14,3 % à 139,2 millions d'entrées. Le prix moyen de la place augmente (+4,2 % à 8,39 €, contre 8,05 € en 2014), et les recettes gagnent 19,1 % en 2015, à 1167,1 M€. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) progresse à 1,71 entrée en 2015 (1.51 en 2014). Toutes nationalités confondues. 596 nouveaux films sont sortis sur les écrans en 2015 dont 152 films américains, 129 films provenant des Etats membres de l'Union Européenne (hors Allemagne) et 89 films provenant de pays tiers. 226 films allemands sont sortis en 2015 (226 en 2014). La part de marché des films allemands progresse pour

la troisième année consécutive à 27.5 % (26.7 % en 2014) pour atteindre son plus haut niveau historique.

En 2015, les films projetés en relief en Allemagne génèrent 29,6 millions d'entrées, soit 21,9 % de la fréquentation totale (22,3 % en 2014). Le film allemand Fack Ju Göhte 2 occupe la tête du box-office allemand en 2015 avec 7,7 millions d'entrées, devant les Minions qui en réunit 4,6 millions. Un autre film national, Honig im Kopf, est en quatrième position avec 6,2 millions

Pour la première fois en neuf ans, le parc de salles progresse en Allemagne avec 1648 établissements en 2015, contre 1630 en 2014. Les salles abritent 4692 écrans actifs (4637 en 2014) pour une capacité de 786356 fauteuils (782742 en 2014).

Le cinéma en Allemagne

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
longs métrages produits	145	139	151	194	193	205	241	236	234	236
écrans	4848	4832	4810	4734	4699	4640	4617	4610	4637	4692
entrées (millions)	136,7	125,4	129,4	146,3	126,6	129,6	135,1	129,7	121,7	139,2
indice de fréquentation ¹	1,7	1,5	1,6	1,8	1,6	1,6	1,7	1,6	1,5	1,7
recettes (M€)	814,4	757,9	794,7	976,1	920,4	958,1	1033,0	1023,0	979,7	1167,1
part du film national (%)²	25,8	18,9	26,6	27,4	16,8	21,8	18,1	26,2	26,7	27,5
part du film américain (%)²	65,8	69,3	58,7	64,5	66,3	60,1	60,8	65,4	62,6	54,5
part du film européen (%)²	13,1	19,7	15,8	12,5	14,3	15,6	19,8	6,1	11,7	15,7
part du film français (%)²	1,6	3,6	2,7	3,4	2,9	4,9	11,1	3,1	7,1	nd

¹ l'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée

Source: CNC d'après Filmförderungsanstalt (FFA), Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO)

Espagne

Pour la deuxième année consécutive, la fréquentation des salles de cinéma espagnoles est en hausse en 2015. Les entrées s'établissent à 94,6 millions, soit une hausse de 8,2 % par rapport à 2014. Le prix moyen de la place progresse à 6,1 € en 2015 (5,9 € en 2014). Les recettes générées par les salles de cinéma en Espagne augmentent de 9,6 % à 572,7 M€ en 2015. La part de marché des films espagnols

diminue de 6,4 points à 19,1 % en 2015, contre 25.5 % en 2014.

Le film local Spanish Affair 2 est en tête du box-office et génère 31,0 M€ de recettes. Il est suivi par les Minions (26,3 M€) et Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (22,0 M€). En 2015, le nombre d'écrans recule pour la onzième année consécutive. 3 588 écrans sont recensés à la fin de l'année, contre 3781 en 2014.

Le cinéma en Espagne

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015¹
longs métrages produits	150	172	173	186	201	199	182	235	224	255
écrans	4 299	4296	4140	4082	4080	4044	4003	3918	3781	3 588
entrées (millions)	121,6	116,9	107,8	110,0	101,6	98,3	94,2	79,0	87,4	94,6
indice de fréquentation²	2,8	2,6	2,4	2,4	2,2	2,1	2,0	1,6	1,9	2,0
recettes (M€)	636,2	643,7	619,3	671,0	662,3	635,8	614,2	507,2	522,5	572,7
part du film national (%)³	16,7	15,5	13,5	13,2	15,6	15,8	17,0	13,5	25,5	19,1
part du film américain (%)³	71,2	67,6	71,7	70,8	69,2	69,0	59,7	69,5	55,6	71,5
part du film européen (%)³	12,8	15,4	10,9	12,2	12,6	13,2	17,8	24,1	39,5	27,5
part du film français (%)³	2,2	1,8	2,1	3,0	4,3	4,4	7,2	1,2	4,1	5,8

Source: CNC d'après Instituto de la Cinematografia y de las Artes Audiovisuales.

Italie

Selon les premiers résultats communiqués par l'ANICA et Cinetel, la fréquentation des salles de cinéma en Italie progresse de 8,9 % en 2015 et s'établit à 107,0 millions d'entrées (98,3 millions en 2014). Les recettes correspondantes augmentent de 10,8 % et s'établissent à

665,0 M€ (600,1 M€ en 2014). La part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en baisse. Elle s'établit à 20,7 % en termes de recettes (27,2 % en 2014), soit 132,2 M€. Les films italiens enregistrent 21,2 millions d'entrées (25,4 millions en 2014), soit une part de marché de 21,4 % en volume (27,8 % en 2014).

² Chiffres 2014

^a L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

⁴ En termes de recettes

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

En 2015, 473 films inédits sont en exploitation. 187 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises).

31 films sont programmés en 3D, contre 39 en 2014. 118 contenus alternatifs sont distribués en salles, contre 75 en 2014. Ils génèrent 14,1 millions d'entrées, soit une part de marché de 1,6 % (9,2 millions en 2014 pour une part de marché de 1,3 %).

Les multiplexes réalisent 55 % des entrées et 56 % des recettes.

Avec 2,2 millions d'entrées, le film *Vice Versa*, occupe la première place du classement des films. Il est suivi par *les Minions* qui rassemble 3,6 millions de spectateurs. Un film national

figure parmi les dix films ayant enregistré les meilleures recettes et quatre figurent dans le top 20 de l'année 2015. 16 films nationaux génèrent plus de 3,0 M€ de recettes. Universal domine le classement des distributeurs en 2015 avec 20,8 millions d'entrées et une recette de 139,5 M€, soit une part de marché de 21,9 %. Le premier distributeur italien, 01 Distribution, occupe la quatrième place avec 11,3 millions d'entrées et une part de marché de 10,9 % en valeur. En 2015, l'Italie compte 3752 écrans, contre 3917 en 2014, soit une diminution de 4,2 %. 97 % de ses écrans sont numérisés.

Le cinéma en Italie

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015¹
longs métrages produits	116	121	154	131	141	155	166	167	201	nd
écrans	3062	3092	3141	3 2 7 6	3217	3873	3814	3936	3917	3752
entrées (millions)	106,1	116,4	111,6	111,2	120,6	101,3	100,1	106,7	98,3	107,0
indice de fréquentation ²	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	1,8	1,7	1,7	1,5	1,7
recettes (M€)	606,7	669,9	645,0	676,1	772,8	661,7	637,1	646,3	600,1	665,0
part du film national (%)³	25,8	29,3	28,2	23,8	30,4	37,5	26,5	31,0	27,8	21,4
part du film américain (%)³	59,5	54,5	60,4	63,5	60,2	48,6	53,2	53,7	49,7	60,0
part du film européen (%)³	15,0	14,9	9,0	12,5	11,7	13,8	18,2	10,8	17,2	15,5
part du film français (%)³	1,5	2,1	4,0	1,9	4,1	4,6	7,7	4,0	5,7	4,6

¹ Données provisoires

et 6,0 M€ de recettes).

Source: CNC d'après ANICA, Cinetel, Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo.

Selon les estimations publiées par le Netherland

Pays-Bas

Film Institute (NFI), le cinéma néerlandais réalise son meilleur résultat depuis 1967. Les entrées en salles sont en hausse (+7,1 %) à 33,0 millions en 2015 et les recettes progressent pour leur part de 10,3 % à 275,7 M€. En termes d'entrées, la part de marché des films néerlandais progresse à 18,7 % (+2,2 points). En 2015, le box-office néerlandais est dominé par Spectre (2,0 millions d'entrées). Il est suivi par les Minions (1,6 million) et Jurassic World (1,0 million). Parmi les films locaux, la meilleure performance en 2015 revient à Viper's Nest 2 avec 0,8 million d'entrées et 6,8 M€ de recettes. Il est suivi par Admiral (0,7 million d'entrées

Portugal

Selon les chiffres provisoires communiqués par l'Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal progresse de 20,1 % en 2015 et s'établit à 14,5 millions d'entrées (12,1 millions en 2014). Les recettes totales augmentent de 19,4 % à 74,9 M€ (62,7 M€ en 2014). En 2015, 355 films inédits sont programmés en salles dont 137 de nationalité américaine et

salles dont 137 de nationalité américaine et 168 d'origine européenne. La part de marché des entrées des films nationaux augmente et atteint 7,6 % (4,7 % en 2014). Les films américains génèrent 70,3 % des entrées.

Nos Lusomundo Audiovisuais conserve la tête du classement des distributeurs en 2015 avec 9 films parmi les 10 premiers titres de l'année. L'opérateur réalise une part de marché de 60,9 % en termes d'entrées. Il est suivi par UCI (10,9 %) et Orient Cineplace (9,4 %). Ces trois

distributeurs captent 81,2 % du marché national en termes d'entrées.

Le film *les Minions* occupe la tête du boxoffice 2015 avec 0,9 million d'entrées et une recette de 4,7 M€. Le premier film européen à figurer dans le classement est un film local: *O Patio das cantiguas*, qui s'octroie la troisième place du top 10 et génère 0,6 million d'entrées pour une recette de 3,1 M€. En 2015, le Portugal compte 545 écrans répartis dans 163 établissements cinématographiques.

Royaume-Uni

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques progresse de 9,2 % en 2015. L'année 2015 se clôt à 171,9 millions d'entrées, contre 157,5 millions en 2014. Les recettes des salles de cinéma britanniques progressent de 17,0 % par rapport à 2014 et s'établissent à 1,2 Md£ (1,6 Md€). Les vingt premiers films de l'année assurent 59,4 % de la recette totale. Ils génèrent ensemble 736,0 M£. Pour mémoire, les vingt premiers films généraient près de 48 % de la recette totale en 2013.

En 2015, trois films dépassent la barre des 50 M£ de recettes (aucun en 2014), deux films dépassent 40 M£ (un en 2014) et onze films dépassent 20 M£ (quatorze en 2014). La part de marché des films britanniques augmente en 2015. Selon les premières

estimations du BFI, elle s'établit à 44,5 % des recettes, contre 26.8 % en 2014. A noter que ce taux inclut les «inward investment films» (œuvres en partie britanniques mais dont les principales décisions de production ne sont pas nationales), les films 100 % britanniques et les coproductions. Les «inward investment films» captent une part de marché de 33,9 % des recettes et les films britanniques de 10,6 %. En 2015, le classement des distributeurs est dominé par Universal qui réalise 409.6 M\$, soit une part de marché de 21,4 %. Disney suit de près avec 20,0 %. StudioCanal est le premier distributeur indépendant avec 4.2 %, à la sixième place du classement devant Paramount. Le box-office 2015 au Royaume-Uni est dominé par des films d'action et d'animation. Sept des dix premiers films de l'année sont des suites ou des films «franchisés» (séries de films qui s'inscrivent dans le même univers et qui revendiquent une filiation avec un film de référence). Star Wars – le Réveil de la Force occupe la tête du box-office avec une recette de 114,0 M£. Il est suivi par Spectre (94,7 M£). Le premier film 100 % britannique Legend se place en 17^e position avec 18,4 M£ de recettes. Huit films britanniques génèrent plus de 5 M£ de recettes. Sept «inward investment films» se classent parmi les vingt premiers films de l'année en 2015 (deux en 2014). En 2015, le Royaume-Uni compte 4085 écrans. Le parc est entièrement numérisé.

Le cinéma au Royaume-Uni

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
longs métrages produits¹	134	127	232	259	306	279	280	246	224	124
écrans	3 4 4 0	3514	3610	3 651	3 671	3767	3817	3 867	3 947	4085
entrées (millions)	156,6	162,4	164,2	173,5	169,2	171,6	172,5	165,5	157,5	171,9
indice de fréquentation ²	2,6	2,7	2,7	2,8	2,8	2,8	2,7	2,6	2,5	2,7
recettes (M£)	762,0	821,0	849,5	943,8	988,0	1040,0	1099,0	1083,0	1058,0	1 240,0
part du film national (%)³	19,1	28,6	31,1	16,7	24,0	36,2	32,1	21,5	26,8	44,5
part du film américain (%)4	77,1	67,7	65,2	81,0	71,8	60,1	61,5	72,7	65,8	51,1
part du film européen (%)4	1,2	1,8	2,3	1,2	2,1	1,7	4,8	3,0	4,5	nd
part du film français (%)4	-	-	-	0,8	1,4	1,8	4,6	0,8	1,9	nd

Les films financés avec des budgets inférieurs à 500 000 £ sont inclus dans le recensement de la production de films à partir de 2008.

Source: CNC d'après British Film Institute (BFI), Nielsen EDI, Cinema Advertising Association.

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.

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, inclut des films produits à l'aide d'investissements américains.

⁴ En termes d'entrées

Europe de l'Est

Estonie

Les entrées en Estonie s'établissent à 3,1 millions en 2015 (+19,0 % par rapport à 2014). Les recettes progressent de 22,1 % à 15,6 M€. La part de marché des films estoniens gagne 6,6 points à 11,3 %, soit le plus haut niveau jamais atteint.

Les Minions occupe la tête du box-office sur la période avec 0,2 million d'entrées. Deux films locaux figurent dans le top 10:1944 avec 0,1 million et les Twinners et la Malédiction de Souptown (moins de 0,1 million).

Pologne

Les entrées en Pologne s'établissent à 44,6 millions en 2015 (+10,5 % par rapport à 2014). La part de marché des films polonais diminue de 8,8 points. Elle s'établit à 18,7 %. Les recettes s'élèvent à 186,1 M€, soit une hausse de 13 % par rapport à 2014. Le film national *Letter to Santa 2* occupe la tête du box-office sur la période avec 2,9 millions d'entrées. Il est suivi par *Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force* (2,0 millions) et *Cinquante Nuances de Grey* (1,8 million). Sept titres dépassent le million d'entrées.

République Tchèque

Selon le fonds cinématographique tchèque, les salles de cinéma en République Tchèque enregistrent 13,0 millions d'entrées en 2015, soit une progression de 12,1 % par rapport à 2014. Parallèlement, les recettes progressent de 14,1 % à 61,8 M€. Le prix moyen du ticket de cinéma s'élève à 4,77 €. La part de marché nationale est de 18,4 %, en baisse de 5,4 points par rapport à 2014). La première place du box-office est occupée par *les Minions* (0,8 million d'entrées). Il est suivi par *Cinquante*

Nuances de Grey (0,6 million) et Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (0,5 million). Life is Life est le premier film local avec 0,3 million, à la 12° place du box-office.

Roumanie

Selon les chiffres communiqués par Cineuropa, la fréquentation des salles de cinéma en Roumanie progresse de 8,1 % en 2015. Elle s'établit à 11.0 millions d'entrées, contre 10.1 millions en 2014. Les recettes atteignent 44.7 M€ (41.9 M€ en 2014). Les films locaux rassemblent 4,2 millions d'entrées, soit une part de marché nationale de 29,3 % (+2,0 points par rapport à 2014). Le prix moyen du ticket de cinéma s'élève à 4,25 € (+3,2 %). 202 films sont distribués au total sur la période. Fast & Furious 7 occupe la première place du box-office avec 0,7 million d'entrées, suivi par Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force (0.6 million) et les Minions (0.4 million). Aferim est le premier film local.

Russie

Selon les données provisoires publiées par The Hollywood Reporter, les entrées des salles de cinéma en Russie sont stables à 175,7 millions (-0,2 %). Parallèlement, les recettes progressent de 1,9 % pour atteindre 796 M\$ en 2015. La part de marché des films nationaux diminue à 17,2 %, contre 18,7 % en 2014. La première place du box-office est occupée par le film américain Avengers: l'ère d'Ultron (34,3 M\$). Il est suivi par Fast & Furious 7 (34,0 M\$). Le premier film russe, le film d'animation The Three Heroes: The Knight, est en 14º position et enregistre 12,9 M\$. En 2015, 99,9 % des écrans sont numérisés, soit 4026 écrans, contre 3829 écrans en 2014.

Le cinéma dans la Fédération de Russie

longs métrages produits¹	61									
	0 1	78	78	76	70	65	69	66	84	nd
écrans 13	33	1575	1 909	2133	2391	2704	3100	3 479	3829	4026
entrées (millions) 9	1,8	106,6	123,9	132,3	155,9	159,5	157,0	177,1	176,0	175,7
indice de fréquentation ²	0,6	0,8	0,9	1,0	1,2	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2
recettes (M\$) 42	1,9	565,0	830,0	735,7	1057,4	1155,0	1 200,0	1370,0	1 200,0	800,0
part du film national (%) ³ 29	9,4	26,0	25,7	24,5	15,8	17,9	16,1	18,4	18,7	17,2
part du film américain (%) ³ 6	7,7	65,2	81,0	68,1	71,6	72,7	69,1	66,9	78,3	nd
part du film européen (%) ³	2,8	13,9	13,0	7,3	11,0	8,8	3,7	nd	nd	nd
part du film français (%)³	-	-	-	1,6	1,9	2,4	4,4	1,5	4,1	nd

¹ Films nationaux à 100 %. Données révisées à partir de 2011.

Source: CNC d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA), NEVA Films et Movie Research Company

Scandinavie

Danemark

Selon les données publiées par le Danish Film Institute, les entrées en salles s'élèvent à 14,2 millions en 2015 (+14,9 % par rapport à 2014). C'est le deuxième meilleur résultat depuis 1982. Les recettes atteignent un niveau historique à 160,8 M€. Les films locaux rassemblent 4,2 millions d'entrées, soit une part de marché nationale de 29,3 % (+2,0 points par rapport à 2014). Spectre est en première position avec 0,9 million d'entrées, suivi par Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (0,5 million) et le film local Klown Forever (0.5 million). Deux autres films nationaux sont présents dans le top 10: Men & Chicken (0,4 million) et My Canadian Adventure - The Quest for the Lost Gold (0,3 million), respectivement à la neuvième et dixième place.

Finlande

Selon la Finnish Film Foundation, les salles de cinéma finlandaises comptabilisent 8,7 millions d'entrées en 2015 (+19,0 % par rapport à 2014). En termes d'entrées, la part de marché des films nationaux s'établit à 29,0 % (+2 points). Avec la généralisation du numérique, le nombre d'écrans a progressé pour la première fois en six ans à plus de 300. *Spectre* occupe la tête du box-office sur la période avec 0,6 million d'entrées.

Islande

Les entrées en Islande s'établissent à 1,4 million en 2015 (+2,8 % par rapport à 2014).

Parallèlement, les recettes progressent de 4,4 % à 11,9 M\$. Le prix moyen du ticket de cinéma s'élève à 8,7 \$, en hausse de 1,6 % par rapport à 2014. La part de marché des films islandais diminue de 8,5 points. Elle s'établit à 4,8 % en 2015. Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force occupe la tête du box-office en 2015 devant Spectre et les Minions. Le premier film national, Béliers est en 14° position du box-office.

Norvège

Selon l'organisation Film & Kino, les salles de cinéma en Norvège enregistrent 12,0 millions d'entrées en 2015, soit une progression de 8,5 % par rapport à 2014. La part de marché des films norvégiens est de 20,5 %, en baisse de 4,2 points par rapport à 2014. La première place du box-office est occupée par le film national *The Wave* (0,8 million d'entrées). Il est suivi par *Spectre* (0,7 million) et *Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force* (0,5 million). Un autre film national *The Christmas King: In Full Armour* figure en neuvième place dans le Top 10.

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.

Selon les données communiquées par le Swedish Film Institute, les entrées en Suède s'établissent à 17,0 millions en 2015 (+5,0 % par rapport à 2014). La part de marché des films suédois diminue de 5.2 points. Elle s'établit à 19.9 %. Parallèlement, les recettes s'élèvent à 196 M€, soit une hausse de 10 % par rapport à 2014. Le prix moyen du ticket de cinéma se

situe à 11,50 € (+5 %). Spectre occupe la tête du box-office sur la période (0,8 million d'entrées). Il est suivi par Star Wars : Épisode 7, le réveil de la force (0,8 million) et les Minions (0,7 million). Le premier film local A Holy Mess est en quatrième position (0.6 million). Un autre film suédois A Man Called Ove est présent dans le top 10, à la dixième position (0,4 million).

Turquie

Selon les estimations communiquées par Antrakt Sinema, les entrées générées par les salles de cinéma turques en 2015 sont en baisse de 1,5 % à 60,5 millions (61,4 millions en 2014). Parallèlement, les recettes progressent de 4,0 % à 681.4 millions de livres turques (312.5 M€). La part de marché des films nationaux s'établit à 56,8 % des entrées totales (-2,5 points par rapport à 2014). La première place du box-office est occupée par le film turc Dugun Dernek 2:

Sunnet (23,2 M\$). Il est suivi par un autre film national Mucize (15,3 M\$) et le film américain Fast & Furious 7 (12,4 M\$). Au total, sept films nationaux sont présents dans les dix premiers. Les dernières données disponibles sur l'exploitation cinématographique montrent que la Turquie compte un peu moins de 3 000 écrans répartis dans 625 établissements cinématographiques en 2015, contre 568 en 2014. 80 % de ces écrans sont numérisés.

États-Unis

Selon les chiffres présentés par la MPAA, les entrées dans les salles nord-américaines (États-Unis + Canada) progressent de 3,9 % à 1,32 milliard en 2015. L'indice de fréquentation augmente à 3,8 entrées annuelles par habitant en moyenne en 2015 (3,7 en 2014). Les recettes sont en hausse de 6,7 %. Elles s'élèvent à 11,1 Md\$ (9,8 Md€), contre 10,4 Md\$ (9,2 Md€) en 2014. Le prix moyen de la place est en hausse à 8,43 \$ (7,43 €) en 2015 (8,17 \$ en 2014). Les recettes des films exploités en 3D progressent à 1,7 Md\$ (1,5 Md€). Le nombre de nouveaux films sortis demeure stable en 2015. Au total, 708 films sont distribués dans les salles américaines (707 en 2014) dont 40 films en 3D (47 en 2014). Les majors assurent la distribution de 147 nouveaux films en 2015. Les indépendants distribuent 12 films de moins au'en 2014 (561 films, contre 573 en 2014). Quatre sociétés de distribution enregistrent plus d'un milliard de dollars de recettes en 2015. Universal domine le classement 2015 des distributeurs sur le marché américain, avec 21 films distribués, une recette de 2.4 Md\$ et une part de marché de 21.3 %. notamment grâce aux succès de Jurassic World en tête du box-office, de Fast & Furious 7 et des Minions. Ces trois films se classent parmi les dix premiers. Le distributeur place six films parmi les vingt premiers titres de l'année. En 2015, les majors continuent de miser sur les valeurs sûres que sont les « suites », qui occupent sept places du top 10 de l'année.

Six films en 3D figurent parmi les dix premiers titres. Jurassic World domine le classement des films en 2015, avec une recette de 652.3 M\$ (577.9 M€). Il est suivi par Star Wars : Épisode 7. le réveil de la force (652,0 M\$) et Avengers : l'ère d'Ultron (459,0 M\$).

Le nombre de films dépassant les 100 M\$ diminue: 29 films en 2015, contre 33 en 2014. Le nombre de films générant entre 100 M\$ et 200 M\$ de recettes passe de 19 en 2014 à 21 en 2015. Quatre films enregistrent des recettes entre 200 M\$ et 300 M\$, contre neuf en 2014. Six films passent la barre des 300 M\$ (2 en 2014). En 2015, le marché nord-américain génère 29.0 % des recettes mondiales des films (28.6 % en 2014). Celles-ci sont en progression de 5,2 % et s'établissent à 38,3 Md\$ en 2015 (26,0 Md€). À l'international (hors États-Unis), les recettes progressent de 4.6 % en 2015, pour atteindre 27,2 Md\$ (24,1 Md€), contre 26,0 Md\$ en 2014. Le nombre total d'écrans progresse légèrement en 2015 (+0,7 %). 40 547 écrans sont recensés aux États-Unis (40 285 écrans en 2014). 6 449 écrans sont répartis dans des cinémas comprenant un à quatre écrans et 34098 écrans dans des cinémas comprenant cinq écrans et plus. En 2015, la numérisation des écrans se poursuit. Le nombre d'écrans numériques augmente de 2,7 %. Ils représentent 97,3 % des écrans du pays. 282 écrans ont été équipés pour la 3D au cours de l'année. Les 15077 écrans 3D représentent 61,9 % du total des écrans numériques existants aux États-Unis.

Le cinéma aux États-Unis

longs métrages produits¹ 928 789 479 446 490 499 476 455 481 5 écrans 38415 38974 38834 39233 39547 39580 39662 40024 40285 405 entrées (millions)³ 1400 1400 1340 1420 1340 1280 1360 1340 1270 13 indice de fréquentation²³ 4,4 4,4 4,2 4,3 4,1 3,9 4,1 4,0 3,7 3 recettes (M\$)³ 9200 9629 9600 10600 10600 10200 10800 10900 10400 111 part du film européen (%)⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd nd											
écrans 38 415 38 974 38 834 39 233 39 547 39 580 39 662 40 024 40 285 40 58 entrées (millions)³ 1 400 1 400 1 340 1 420 1 340 1 280 1 360 1 340 1 270 1 3 indice de fréquentation².³ 4,4 4,4 4,2 4,3 4,1 3,9 4,1 4,0 3,7 7 recettes (M\$)³ 9 200 9 629 9 600 10 600 10 600 10 200 10 800 10 900 10 400 11 1 part du film européen (%)⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd		2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
entrées (millions) ³ 1400 1400 1340 1420 1340 1280 1360 1340 1270 13 indice de fréquentation ^{2,3} 4,4 4,4 4,2 4,3 4,1 3,9 4,1 4,0 3,7 3 recettes (M\$) ³ 9200 9629 9600 10600 10600 10200 10800 10900 10400 111 part du film européen (%) ⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd	longs métrages produits¹	928	789	479	446	490	499	476	455	481	501
indice de fréquentation ^{2,3} 4,4 4,4 4,2 4,3 4,1 3,9 4,1 4,0 3,7 7 recettes (M\$) ³ 9200 9629 9600 10600 10600 10200 10800 10900 10400 111 part du film européen (%) ⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd nd	écrans	38415	38974	38834	39 233	39 547	39580	39662	40024	40 285	40 547
recettes (M\$)³ 9200 9629 9600 10600 10600 10200 10800 10900 10400 1110 part du film européen (%)⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd nd	entrées (millions)³	1400	1400	1340	1 420	1340	1 280	1360	1340	1 270	1320
part du film européen (%) ⁴ 6,2 8,9 5,3 7,0 6,5 nd nd nd nd	indice de fréquentation ^{2,3}	4,4	4,4	4,2	4,3	4,1	3,9	4,1	4,0	3,7	3,8
	recettes (M\$)3	9 200	9629	9600	10600	10600	10200	10800	10900	10400	11 100
part du film français (%) 4 1,7 1,0 1,6 2,3 0,6 1,6	part du film européen (%)4	6,2	8,9	5,3	7,0	6,5	nd	nd	nd	nd	nd
	part du film français (%)4	=	=	=	1,7	1,0	1,6	2,3	0,6	1,6	nd

¹ Ces chiffres représentent moins de 60 % de la production totale car ils n'incluent pas les productions dont le budget est inférieur à 1 M\$ depuis 2008. Les documentaires sont exclus

236

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ États-Unis + Canada.

⁴ En termes d'entrées

Source: CNC d'après Motion Picture Association of America.

Amérique latine

Argentine

Selon les estimations communiquées par l'INCCA (Institut National du Cinéma et des Arts Audiovisuels), les entrées générées par les salles de cinéma argentines en 2015 sont en hausse de 12,4 % à 51,4 millions. La première place du box-office est occupée par les Minions (4,9 millions d'entrées), suivi par Fast & Furious 7 (3,4 millions). Le premier film argentin, le Clan est en quatrième position et génère 3,0 millions d'entrées. Un seul film national figure dans le top 10. Les dix premiers films concentrent 30 % de l'ensemble des recettes. La part de marché nationale est en baisse de 8,4 % à 14,6 %, soit 7,5 millions d'entrées.

Brésil

Selon les estimations communiquées par ANCINE, la fréquentation des salles de cinéma brésiliennes est en hausse de 11.1 % à 172,9 millions d'entrées en 2015 (155,6 millions en 2014). Les recettes totales atteignent 2,3 MdR\$ (539,9 M€), en hausse de 20,1 %. 22,5 millions d'entrées sont générées par les films nationaux en 2015. Leur part de marché s'établit à 13.0 % des entrées totales (12.2 % en 2014). Cette hausse est liée à la progression du nombre de films nationaux distribués: 128 en 2015, contre 114 en 2014. Universal domine le classement des distributeurs avec 20,8 % de part de marché en entrées en 2015. Le studio est suivi par Disney (17.8 %) et Fox (15,4 %). Le premier distributeur local, Paris, est en cinquième position avec 8,5 %. La première place du box-office est occupée par Avengers: l'ère d'Ultron qui rassemble 10,1 millions de spectateurs. Il est suivi par Fast & Furious 7 (9,9 millions). Le top 10 est entièrement composé de films américains à l'exception de Loucas Pra Casar à la dixième place avec 3,7 millions d'entrées. Le nombre d'écrans continue d'augmenter en 2015. Avec 181 nouveaux écrans sur la période, le Brésil totalise désormais 3013 écrans répartis dans 755 établissements cinématographiques.

Mexique

Selon les estimations communiquées par la Chambre nationale du cinéma (CANACINE), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines augmente de 15,0 % en 2015, à 296,0 millions d'entrées. Les recettes s'établissent à 13,8 M de Pesos (682,9 M€), en hausse de 14,8 %. 23,4 millions d'entrées sont générées par les films nationaux en 2015. Leur part de marché s'établit à 5,8 % des entrées totales (10,0 % en 2014).

La première place du box-office est occupée par Avengers : l'ère d'Ultron qui rassemble 15,7 millions de spectateurs. Il est suivi par Fast & Furious 7 (15,5 millions). Le top 10 est entièrement composé de films américains. Universal domine le classement des distributeurs avec 22 % de part de marché en nombre d'entrées en 2015. Le studio est suivi par Disney (18 %) et Fox (13 %). Le premier distributeur local, Videocine, est en sixième position avec 8 %.

Le nombre d'écrans continue d'augmenter en 2015 avec 278 nouveaux écrans sur la période, le Mexique totalise 6 011 écrans répartis dans un peu moins de 700 établissements cinématographiques. 95 % des écrans sont numérisés.

Le cinéma au Mexique

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
longs métrages produits¹	64	70	70	66	69	72	112	126	130	140
écrans	3 5 3 6	3892	4497	4568	4818	5166	5360	5547	5678	6011
entrées (millions)	168	178	174	170	190	205	228	248	257	296
indice de fréquentation ²	1,6	1,7	1,7	1,6	1,8	1,9	2,0	2,2	2,1	2,5
recettes (M\$)	475	520	550	600	693	748	819	910	832	1045
part du film national (%) ³	5	8	9	5	6	7	5	12	10	6
part du film américain (%)³	=	-	=	-	90	89	86	79	87	84
part du film européen (%) ³	=	-	-	3	3	6	4	4	2	8
part du film français (%)³	=	-	-	2	1	1	3	1	0	3

¹ Films nationaux à 100 %.

Source: CNC d'après IMCine.

n+n

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.

Asie

Chine

Selon les résultats communiqués par la State Administration of Radio, Film and Television (SARFT), les entrées réalisées par les salles de cinéma chinoises augmentent de 51,1 % à 1,26 milliard en 2015, contre 830,0 millions en 2014. Parallèlement, les recettes progressent à 6.77 Md\$, confirmant la Chine comme le deuxième marché du cinéma dans le monde derrière les États-Unis. En termes de recettes. la part de marché des films nationaux (Chine + Hong Kong) s'établit à 61.6 % en 2015 (54.5 % en 2014). 47 films chinois ont dépassé le seuil symbolique des 100 millions de Yuans (13,4 M€). contre 36 en 2014.

La première place du box-office chinois est

occupée par le film américain Fast & Furious 7 (390,9 M\$), suivi par un film chinois, Monster Hunt (381.9 M\$). Six autres films nationaux sont présents dans le classement des dix premiers films du box-office 2015 dont deux dans le top 5: Mojin: The Lost Legend (3 255,7M\$) et Lost in Hong Kong (253,6 M\$). En 2015, sept films dépassent le seuil des 100 M\$ de recettes. En 2015, la Chine compte 31 627 écrans de cinéma, soit une progression de 34 % en un an. Ainsi, 8035 nouveaux écrans ont enrichi le parc de salles, soit 22 nouveaux écrans par jour. Le pays compte 6 200 établissements cinématographiques. À la fin de l'année 2015, 100 % des écrans sont numérisés.

Le cinéma en Chine

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
longs métrages produits¹	330	402	406	456	526	558	745	638	618	838
écrans	-	3527	4097	4723	6 200	9 286	13 118	18195	23600	31627
entrées (millions)	176,2	195,8	209,8	263,8	290,0	370,0	470,0	631,4	830,0	1 260,0
indice de fréquentation ²	0,2	0,2	0,2	0,3	0,3	0,3	0,4	0,5	0,6	0,7
recettes (Md\$)	0,4	0,5	0,6	0,9	1,5	2,0	2,7	3,5	3,9	6,8
part du film national (%)³	55,0	54,1	61,0	56,6	56,3	53,6	45,0	58,7	54,5	61,6
part du film américain (%)³	-	-	-	-	-	-	50,6	40,0	42,3	38,4
part du film français (%)³	-	-	0,4	1,0	0,7	0,4	1,0	1,0	2,2	nd

¹ Films nationaux à 100 %

Corée du Sud

Selon les données provisoires fournies par le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma en Corée du Sud augmente de 1.0 % en 2015. Elle s'établit à 217.3 millions d'entrées et demeure au-delà du seuil des 200 millions d'entrées pour la troisième année consécutive. Parallèlement, les recettes diminuent, du fait de la baisse de la monnaie locale pour atteindre 1,4 Md\$ (1,1 Md€). La part de marché des films coréens en termes d'entrées progresse à 52,0 % en 2015, contre 50,1 % en 2014. Les films locaux rassemblent plus de 100 millions de spectateurs pour la quatrième année consécutive. Le film local Veteran (13,4 millions d'entrées) prend la tête du box-office. Il est suivi par un autre film local

Assassination (12,7 millions). Quatre autres films nationaux sont présents dans le top 10:0de to My Father (8.9 millions), Inside Men (7.2 millions). The Throne (6,2 millions) et Northern Limit Line (6.0 millions).

1 199 films sont distribués sur les écrans coréens, contre 1095 films en 2014. Le nombre de films distribués progressent de 217 à 256. Les films étrangers passent de 878 à 943. Le distributeur CJ Entertainment occupe la première place avec une part de marché en recettes de 22 %, devant Showbox et Walt Disney (tous deux à 17 %).

Hong Kong

D'après les données publiées par la Hong Kong Motion Picture Industry Association, les recettes des salles de cinéma augmentent de 20 % à 1,99 Md\$HK (114,9 M€) à Hong Kong en 2015. En termes de recettes, la part de marché des films nationaux est de 19.4 % (22.4 % en 2014). 332 films font l'objet d'une sortie en salles en 2015 (310 en 2014) dont 59 films locaux (52 en 2014). Avengers : l'ère d'Ultron est en tête du box-office (17,2 M\$). Il est suivi par Jurassic World (15,0 M\$) et les Minions (10,1 M\$). Le premier film local Little Big Master est en dernière position du top 10 avec 6,0 M\$.

Inde

Selon un rapport de KPMG publié en mars 2016, les entrées en Inde s'établissent à un peu moins de deux milliards, contre 1,9 milliard en 2014. Parallèlement, les recettes des salles de cinéma sont en hausse en 2015 (+8,5 %) à 101,4 Md de roupies (1,4 Md€), contre 93,5 Md de roupies en 2014. Quatre circuits dominent le paysage de l'exploitation cinématographique en Inde: PVR Cinemas (497écrans), INOX Leisure (416 écrans), Carnival Cinemas (341 écrans) et Cinepolis (215 écrans). La part de marché des films nationaux demeure majoritaire en 2015 et s'établit à 73,8 % des entrées totales. Pour autant, seul six films nationaux dépassent le seuil du milliard de roupies en recettes (neuf en 2014).

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan (MPPAJ), la fréquentation augmente de 3,4 % en 2015. Les entrées s'établissent à 166,6 millions, contre 161.1 millions en 2014. Parallèlement. les recettes des salles de cinéma progressent de 4.9 % à 217.1 MdY (1.6 Md€) en 2015. 38 films locaux dépassent le seuil du milliard de Yen, contre 22 films étrangers. Le nombre de films distribués au Japon diminue après quatre années de hausse consécutive. 1 136 films sont programmés sur les écrans japonais en 2015 (1 184 en 2014) dont 581 films japonais et 555 films étrangers.

Pour la dixième année consécutive, le nombre de films nationaux dépasse celui des films importés. Les films japonais génèrent 120,4 MdY de recettes en 2015, soit une part de marché à 55,4 %, en baisse de 2,9 points (58,3 % en 2014). La part de marché des films étrangers progresse pour la troisième année consécutive. Avec 86,3 MdY, les films étrangers génèrent 44,6 % des recettes en 2015 (41,7 % en 2014). En 2015, pour la treizième année consécutive, le japonais Toho est en tête du classement des distributeurs. La société a distribué six films du top 10.

Deux films japonais sont dans le top 5 du box-office 2015. Six films d'animation se classent dans le top 10 local. Jurassic World est en tête avec 80,5 M\$ de recettes. Il est suivi par les Nouveaux Héros (77,5 M\$). Quatre films japonais se placent parmi les dix premiers films de l'année.

Le nombre d'écrans passe de 3364 en 2014 à 3 437 en 2015, soit une progression de 2,2 %.

Le cinéma au Japon

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films distribués	821	810	806	762	716	799	983	1117	1184	1136
écrans	3062	3 2 2 1	3 3 5 9	3396	3412	3339	3 290	3318	3364	3 437
entrées (millions)	164,6	163,2	160,5	169,3	174,4	144,7	155,2	155,9	161,1	166,6
recettes (MdY)	202,9	198,4	194,8	206	220,7	181,2	195,2	194,2	207,0	217,1
prix moyen de la place (Y)	1 233	1216	1214	1 217	1 266	1 252	1 258	1246	1 285	1 303
part du film national (%)¹	53,2	47,7	59,5	56,9	53,6	54,9	65,7	60,6	58,3	55,4
part du film français (%)²	_	-	-	1,6	2,1	0,6	1,9	1,2	2,2	nd

¹ En termes de recettes

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 ChinaFilmMarket

² En termes d'entrées.

Source : Motion Picture Producers Association of Japan

Océanie

Australie

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributor's Association of Australia (MPDAA), les recettes générées par les salles de cinéma australiennes s'établissent à 1,23 Md\$A (800,0 M€) en 2015 (+14,0 % par rapport à 2014). La première place du box-office est occupée par Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (62,8 M\$A), suivi par Jurassic World (52,9 M\$A) et Fast & Furious 7 (43,3 M\$A). Le premier film australien Mad Max: Fury Road (21,7 M\$A) est à la 13° position du box-office. Les films locaux atteignent un niveau historique de recettes depuis quatorze ans avec 88 M\$A. Cela représente une part de marché de 7,2 %.

Nouvelle-Zélande

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributor's Association (MPDA), les recettes générées par les salles de cinéma néo-zélandaises s'établissent à 193,0 M\$NZ (115,03 M€) en 2015, soit une progression de 5,5 % en un an. La première place du box-office est occupée par Star Wars: Épisode 7, le réveil de la force (9,1 M\$NZ), suivi par Fast & Furious 7 (8,3 M\$NZ) et Jurassic World (7,8 M\$NZ). Les dix premiers films du box-office 2015 totalisent une recette de 62,9 M\$NZ (37,6 M€) et concentrent 32,6 % de la recette globale.

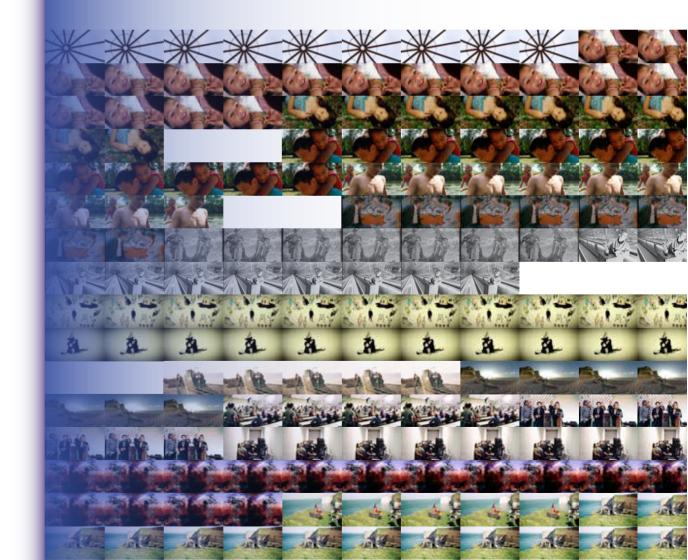
Afrique

Maroc

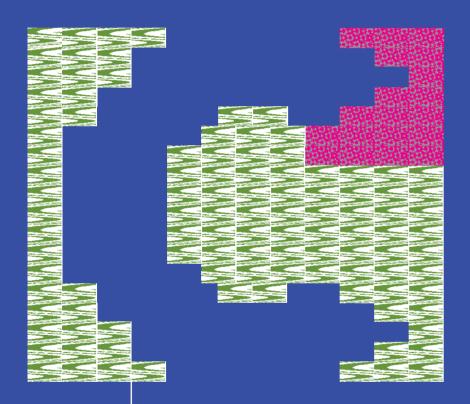
Selon les chiffres communiqués par le Centre Cinématographique Marocain, les établissements cinématographiques ont enregistré 1,8 million d'entrées en 2015, contre 1,6 million en 2014 (+12,1 %). Les recettes augmentent de près de 11,6 % à 74,5 millions de dirhams (6,9 M€), contre 66,7 millions de dirhams en 2014. La part de marché en entrées des films marocains est stable en 2015. Les 60 films marocains en exploitation (45 en 2014) génèrent 29,0 % des entrées et 23,0 % des recettes, contre respectivement 29,0 % et 24,0 % en 2014. La part de marché des films américains augmente à 43,2 % des entrées et 50,6 % des recettes (respectivement 40,0 % et 47,0 % en 2014).

Un film marocain, *le Coq*, occupe la première place du box-office 2015 avec un peu plus de 100000 entrées et une recette de 3,2 millions de dirhams (0,3 M€). Cinq films marocains dont une co-production franco-marocaine figurent parmi les dix premiers films de l'année et huit parmi les vingt premiers. Au 31 décembre 2015, le Maroc totalise un parc de 57 salles, dont 48 dotées d'un équipement numérique.

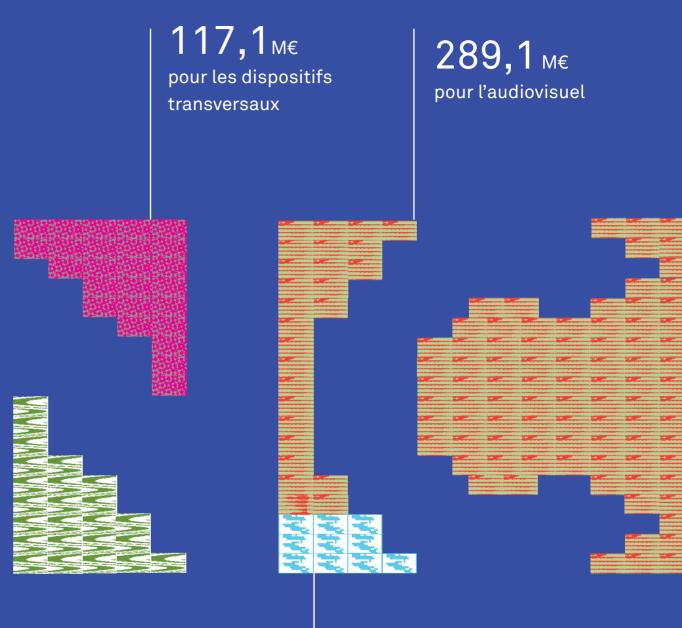
6. LE CNC



En 2015: 765,2 M€ de soutiens du CNC



332,5 M€ pour le cinéma



26,5 M€ pour le plan numérique

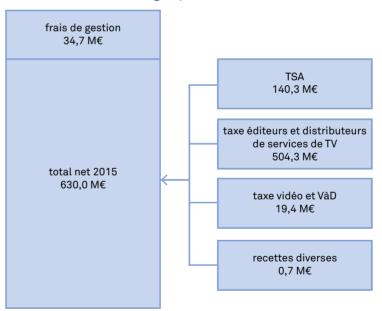
6.1 Les financements publics

765,2 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

Le CNC soutient le dynamisme des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia grâce au fonds de soutien dont il assure la gestion. La politique publique qu'il conduit a deux finalités principales: assurer une présence forte des œuvres françaises et européennes sur notre territoire et à l'étranger et contribuer à la diversité et au renouvellement de la création. Les dépenses relatives aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia se sont élevées à 765.2 M€ en 2015. Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production. à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation à l'image. Il a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur de l'audiovisuel, l'action du CNC a pour objectif de favoriser, via des aides

automatiques et sélectives, la production et la création d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision et les nouveaux supports. Le CNC soutient également la création de contenus numériques pour les nouveaux médias et encourage le développement de contenus multi-supports. De facon transversale, le CNC soutient les industries techniques et l'innovation; il met en œuvre des aides en faveur de l'édition vidéo et de la vidéo à la demande, contribue à la promotion du cinéma et des programmes audiovisuels à l'étranger, participe aux financements visant à soutenir la production cinématographique et audiovisuelle en région et contribue au fonds de garantie des prêts bancaires mis en œuvre par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC). Le CNC soutient enfin de manière spécifique les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel dans la transition numérique.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC1



¹ Exécuté 2015.

Le fonds de soutien du CNC

Stabilité des recettes

En 2015, les soutiens au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia ont été financés par le fonds de soutien, par des crédits issus de la réserve numérique constituée à cet effet lors des exercices précédents et par des remboursements d'avances.

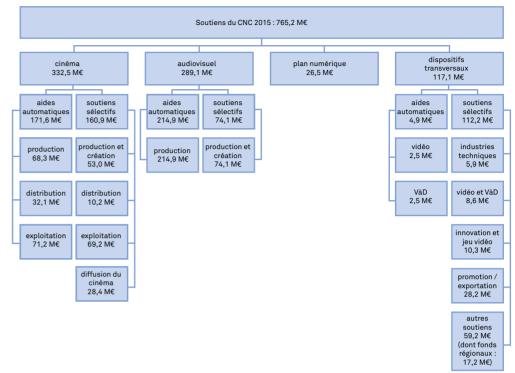
Le fonds de soutien est financé par trois taxes directement affectées au CNC: la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA), la taxe sur les services de télévision (TST) et la taxe sur la vidéo et la vidéo à la demande. Par ailleurs, des recettes diverses, d'un montant plus modeste, complètent ces financements: prélèvements spéciaux sur les bénéfices résultant de la production, de la distribution ou de la représentation de films pornographiques ou d'incitation à la violence; sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par le CSA. En 2015, le produit brut des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 664,7 M€ (quasistable par rapport à 2014).

L'ensemble des soutiens s'élève à 765,2 M€ dont 391,5 M€ de soutien automatique (soit 51,2 % des aides), 347,2 M€ de soutiens sélectifs (45,4 %) et 26,5 M€ en faveur du numérique (3,4 %).

Le produit de la TSA en 2015 (140,3 M€) a légèrement reculé en 2015 par rapport à 2014 (-3,7 M€, soit -2,5 %), compte tenu de la baisse de fréquentation en salles (-1,8 %). En 2015, le produit de la TST éditeurs (286,9 M€) a progressé de 6,6 % à 17,8 M€, principalement en raison de l'amélioration de la situation du marché publicitaire à la télévision et, dans une

moindre mesure, du développement des nouvelles chaînes de la TNT HD. dont certaines sont devenues redevables en 2015. En revanche le produit de la TST distributeurs (217.5 M€) a reculé de 5,3 % à 12,0 M€, principalement en raison de la dégradation de la situation du marché de la télévision payante et, dans une moindre mesure, de la poursuite de la concurrence par les prix sur le marché du haut débit fixe et mobile. Enfin, le produit de la taxe vidéo et VàD (19,4 M€) a reculé de 14 % par rapport à 2014 (soit -3.1 M€), conséquence d'une baisse substantielle du chiffre d'affaires du secteur et de l'absence de relais de croissance. Pour mémoire, l'article 30 de la loi de finances rectificatives pour 2013 a étendu le champ de la taxe vidéo et VàD aux personnes établies à l'étranger. Cette mesure est toujours en cours d'examen par la Commission européenne. Entre 2012 et 2015, le produit de la taxe vidéo et VàD a reculé de 37,3 % (soit -11,6 M€). Net de frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 630,0 M€ en 2015. Le montant des frais de gestion s'établit à 34.7 M€ en 2015. En 2015, le montant des soutiens s'élève à 765,2 M€ (-7,5 M€ par rapport à 2014, soit -1,0 %). Les générations de soutien automatique représentent 391,5 M€ (+2,2 % par rapport à 2014). 347,2 M€ d'aides ont été attribuées au titre des soutiens sélectifs (hors plan numérique), soit -2.5 % par rapport à 2014. En 2015, le CNC a poursuivi la mise en œuvre du plan d'investissement exceptionnel en faveur du numérique à hauteur de 26,5 M€ (soit -6,9 M€ par rapport à 2014), dont 10,0 M€ consacrés à la numérisation des œuvres du patrimoine cinématographique, 9,0 M€ aux investissements liés à la diffusion et à la conservation numérique et 7.5 M€ au titre des dépenses des archives françaises du film (AFF).

Soutiens du CNC¹



¹ Soutiens sélectifs : engagements financiers de 2015 ; soutiens automatiques : droits générés en 2015.

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de 'année 2015.

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 2015
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,5 M€ pour 21 aides à l'écriture, 22 aides à la réécriture et 36 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 98 projets présentés par 83 sociétés

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherche et d'Essai Cinématographique (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Tribudom, Gindou Cinéma, FilmDocumentaire.fr, Sopadin, Vidéadoc, l'Atelier du Cinéma Européen (A.C.E).

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	41,1 M€ mobilisés dont 0,2 M€ de règlement de créances, 10,1 M€ d'aide à la préparation¹ et 30,8 M€ d'investissements en production¹ dont 34 K€ pour le court métrage (16 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	62 conventions avant réalisation pour 24,8 M€ et 22 conventions après réalisation pour 2,0 M€
aide à la création de musique originale	producteurs de longs métrages	encourager les producteurs à recourir à des compositeurs pour la création de musique originale	670 000 € pour 72 aides apportées
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 13 projets aidés pour 1,5 M€ - aide franco-canadienne : 5 projets aidés pour 300 000 € - aide franco-grecque : 9 projets aidés pour 800 000 € - aide franco-portugaise : 8 projets aidés pour 1,1 M€ - aide au développement franco-italien : 8 projets aidés pour 250 000 €
aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon	producteurs de films de court et de long métrage	promouvoir la production de films de court ou de long métrage présentant un intérêt culturel pour les DOM	11 projets aidés pour 360 000 €
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	5,2 M€ pour 46 films au stade de la production 0,4 M€ pour 10 films au stade de la finition

¹ Remboursements déduits et hors majorations de soutien investi.

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20 ou 30 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), sous un plafond de 30 M€ par film.
Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet de maintenir des emplois et d'éviter les

permet de maintenir des emplois et d'éviter les délocalisations de tournages et de dépenses de post-production, dans un contexte de forte concurrence internationale. Il permet en outre de dynamiser le secteur de la production cinématographique française sur les segments des PME de production indépendante en rendant possible la réalisation de films plus fragiles et pour lesquels chaque financement est la condition sine qua non de la concrétisation de la production de l'œuvre.

En 2015, parmi les 234 films d'initiative française ayant reçu un agrément des investissements au titre du soutien financier, 143 font l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 143 films est estimé à 328 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense

fiscale) en 2016 estimé à 74,9 M€.

L'efficacité du dispositif peut être estimée en calculant, pour chaque euro de crédit d'impôt versé, le montant investi dans la filière et les recettes fiscales associées. Pour $1 \in de$ crédit d'impôt cinématographique versé, $11,6 \in sont$ investis dans la filière et près de $3,1 \in de$ recettes fiscales et sociales induites sont perçues par l'État

Le dispositif a été réformé à plusieurs reprises, en particulier depuis 2012. Le plafond de crédit d'impôt est ainsi passé de 1 M€ à 4 M€ au 1er janvier 2013 et le périmètre des dépenses éligibles a été élargi aux acteurs de complément ainsi qu'aux frais d'hôtellerie et de restauration. En décembre 2013, le taux a été rehaussé de 20 % à 30 % pour les films de moins de 4 M€. En décembre 2014, pour une application à partir du 1er janvier 2016, le taux de 30 % a été étendu à tous les films sous 7 M€ de budget, et augmenté à 25 % pour les œuvres d'animation. En loi de finance pour 2016, le taux de crédit d'impôt est également passé à 30 % pour les films en langue française de plus de 7 M€, et son bénéfice étendu aux films en langue étrangère d'animation ou à forts effets visuels (au taux de

30 %) et à ceux dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario (au taux de 20 %). Le plafond de crédit d'impôt a en outre été augmenté, passant de 4 M€ à 30 M€.

Les aides sélectives à la distribution

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles.

Les aides à la distribution cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs de films en salles	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes en salles du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	48 sociétés de distribution ont mobilisé 28,1 M€ sur 149 films
aide aux films inédits (1er collège)	distributeurs de films inédits en salles 4 procédures : - aide au film par film - aide aux premiers films d'avance sur recettes - aide aux entreprises de distribution (aide à la structure et aide au programme) - aide aux cinématographies peu diffusées	favoriser la diversité culturelle par la diffusion de films français et étrangers inédits en salles	7,7 M€ pour 244 films et 17 aides à la structure
aide aux films de répertoire (2° collège)	distributeurs de films de patrimoine 2 procédures : - aide aux films de répertoire et aux rétrospectives - aide aux entreprises de films de répertoire (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diffusion en salles de films de répertoire de qualité sur l'ensemble du territoire	820840€ pour 50 films, 6 rétrospectives et 8 aides à la structure
aide aux films « jeune public » (3° 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	281000 € pour 20 films et 1 rétrospective

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques, les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre: aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aides aux nouvelles technologies en production et aides du Fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs

Saint-Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage s'élève à 13,8 M€ en 2015. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation en salles) est

de films et aide au tournage dans les DOM -

de 615 films en 2015.

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
aide avant réalisation à la production de courts métrages	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,4 M€ pour 48 films
aide à la réécriture de courts métrages	producteurs	favoriser la réécriture de scénario	66 000 € pour 33 projets
aide au programme de production de courts métrages	producteurs	accompagner le développement de sociétés qui produisent régulièrement du court métrage	3,4 M€ pour 33 entreprises et 45 films
aide après réalisation pour le court métrage	réalisateurs et producteurs	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque du producteur	385000€ pour 37 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	145 000 € pour 54 projets

Les aides à la diffusion cinématographique

Les aides à l'exploitation*				
aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015	
soutien automatique aux exploitants de salles	exploitants de salles de cinéma	financer des travaux d'équipement et de modernisation ainsi que les créations de salles	79,3 M€ mobilisés dont 56,0 M€ sous forme d'avances ; 707 dossiers concernant l'enregistrement de 88,0 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	7,4 M€ pour 41 projets (111 écrans et 1 circuit itinérant)	
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	14,5 M€ pour 1159 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	1,8 M€ pour 32 salles parisiennes et 6 salles en régions	
aide au tirage de copies supplémentaires	exploitants (aide gérée par l'ADRC)	favoriser l'accès aux films pour les salles de cinéma	0,9 M€ pour 3 287 circulations de 230 films (hors films de patrimoine)	

associations financées par le CNC (circulation des œuvres en salles et diffusion culturelle) :

l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA), Images en bibliothèques, la Confédération des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc, Collectif jeune cinéma et Pointligne Plan (diffusion de cinéma expérimental), la Ligue de l'enseignement (Fédérations d'éducation populaire), Carrefour des festivals.

manifestations nationales soutenues par le CNC destinées à mettre en avant des œuvres peu diffusées :

La Fête du cinéma d'animation (octobre), le Mois du film documentaire (novembre) et le Jour le plus court (décembre).

^{*} Le dispositif d'aide à la numérisation des salles de cinéma s'est arrêté fin décembre 2013 pour les salles métropolitaines.

Les aides à l'exportation					
aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015		
aide à la prospection à l'étranger	exportateurs de films agréés et tournés en langue française	soutenir la stratégie de prospection pour un film ou un catalogue	1,5 M€ pour 175 films et 31 catalogues		
aide au sous-titrage et au doublage	producteurs et exportateurs de films agréés	favoriser les ventes d'un film à l'international	237 421 € pour 96 films		

Conjointement avec le Ministère des affaires étrangères, le CNC finance UniFrance films, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma français à l'étranger. Le CNC accorde également son soutien à l'association des exportateurs de films (ADEF), qui rassemble aujourd'hui 24 sociétés parmi les plus actives et représente les exportateurs français de longs métrages.

Le patrimoine cinématographique

Le CNC est en charge de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma, avec ses missions de collecte, de conservation, de restauration et de valorisation. Le CNC travaille dans ce domaine en étroite collaboration avec les différentes institutions publiques et privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles que la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse.

Le CNC accorde une place essentielle à sa politique patrimoniale avec notamment la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films conservés sur ses sites de Bois d'Arcy et de Saint-Cyr-l'Ecole (78). En 2015, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 1,6 M€. 102 films ont été sauvegardés ou restaurés. Par ailleurs, 410 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et dans les locaux du CNC à Bois d'Arcy. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont également accessibles sur les postes de consultation multimédia de l'INA dans ses délégations régionales et sept bibliothèques de recherche en régions. La Cinémathèque de Grenoble et de Toulouse, l'Institut Jean Vigo (Perpignan) sont également équipés de cet outil. Les collections s'enrichissent de 3 482 éléments en 2015 dont 58 longs métrages et 3 courts métrages (sortis en salle entre 1987 et 2012) déposés au titre du dépôt légal.

Les espaces de consultation ont accueilli 500 chercheurs pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. De nombreux prêts pour des programmations extérieures contribuent également à la valorisation des collections du CNC: 600 films ont été prêtés en 2015 pour diverses manifestations en France, en Europe et dans le monde ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique.

La base de données documentaire des œuvres mise en place par le CNC et partagée avec trois autres institutions cinématographiques patrimoniales (la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque de Grenoble) a été enrichie de la description de 1 061 œuvres en 2015.

Depuis 2011, une politique d'acquisition permet de compléter les collections et leur valorisation. Par des cessions de gré à gré avec des ayants droit, le CNC s'est ainsi porté acquéreur en 2015 d'appareils et accessoires cinématographiques (le premier « televisor » de 1930 de John Logie Baird, un fonds d'objectifs appartenant à Maurice Fellous, une caméra soviétique 35mm Konvas, une caméra Mouvementographe de 1896, un projecteur 35mm Eragraph de 1899.) et d'appareils de pré-cinéma (une double lanterne de projection «fantascope polyrama» de 1846, un exceptionnel Polyorama panoptique, seul exemplaire connu actuellement, une lanterne magique devenue très rare, en céramique fabriquée vers 1895). Ces objets ont été inscrits dans la collection d'appareils du CNC déposés à la Cinémathèque française. Une série de 31 phototypies, dont 17 rehaussées de couleurs de la Vie de Notre Seigneur Jésus-Christ de Maurice André Maître, produit par Pathé-frères en 1913, a été acquise et déposée au nom du CNC dans les collections de la Cinémathèque de Toulouse.

2015 a été l'occasion pour le CNC de poursuivre 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. 138 films ont été aidés en 2015 pour un montant total de 9.9 M€. Certains films, comme Une aussi longue absence d'Henri Colpi, la Trilogie Marseillaise de Marcel Pagnol ou une rétrospective de Paul Vecchiali ont ainsi fait l'objet de ressorties en salles en 2015. Les téléspectateurs ont aussi pu (re)découvrir sur les chaînes généralistes et spécialisées des œuvres telles que le Boulanger de Valorgue d'Henri Verneuil, Tchao Pantin de Claude Berri, la Haine de Matthieu Kassovitz ou encore les Diaboliques d'Henri-Georges Clouzot.

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 2015
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	à destination des programmes de fiction, de documentaire et d'animation : - aide à l'écriture destinée aux auteurs - aide au développement destinée aux entreprises de production	favoriser la recherche de nouvelles écritures et de nouveaux talents pour la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant	aide à l'écriture: - 44 projets de fiction pour 1145000 € - 22 projets d'animation pour 193500 € - 51 projets de documentaire pour 382500 € aide au développement: - 4 projets de fiction pour 160000 € - 45 projets de documentaire pour 611000 € - 24 projets d'animation pour 612700 € aide au développement renforcé: 14 projets de documentaire pour 700000 € aide à la réécriture (mise en place en 2013): - 8 projets de fiction pour 115000 € - 5 projets d'animation pour 20000 €
aide au développement	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de recréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	6,9 M€ pour 440 projets
aide aux pilotes d'animation	producteurs d'animation	favoriser la fabrication de pilotes pour des projets difficiles ou de conception nouvelle en vue d'aider à démarcher des partenaires, notamment étrangers	151 000 € pour 9 pilotes d'animation
aide aux pilotes de fiction	producteurs de fiction	favoriser la fabrication de pilotes en vue d'aider à démarcher des diffuseurs	aucun projet aidé en 2015

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation professionnelle): le Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle (formation de scénaristes), Eurodoc (formation à la production européenne de documentaires).

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	1,7 M€ pour 363 programmes

Le CNC, dans le cadre de *Regards sur le cinéma*, acquiert les droits sur des documentaires portant sur les thèmes du cinéma, de la télévision et du multimédia et destinés à une diffusion non commerciale dans le réseau culturel français. Cette sélection alimente le catalogue Images de la culture, constitué de 3 000 titres de documentaires, mis à disposition, principalement sous forme de DVD, dans les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques, ainsi que dans les prisons. En 2015, plus de 3 800 titres, sur tous supports, ont été vendus pour la constitution de fonds et pour des représentations publiques gratuites. Le budget d'acquisition pour le catalogue Images de la culture s'élève à 200 000 €.

Le CNC finance TV France International, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des programmes audiovisuels français à l'étranger.

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
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	152,1 M€¹ dont 44,3 M€ pour la fiction, 61,1 M€ pour le documentaire, 17,3 M€ pour l'animation et 29,4 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
avances sur droits au soutien automatique à la production	producteurs ayant épuisé leur soutien automatique	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	41,0 M€¹ dont 14,8 M€ pour la fiction, 13,0 M€ pour le documentaire, 7,0 M€ pour l'animation et 6,1 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	- producteurs ne disposant pas de compte automatique - œuvres pour lesquelles l'apport du diffuseur est trop faible - œuvres documentaires de courte durée - magazines présentant un intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	22,0 M€¹ dont 6,2 M€ pour la fiction 7,7 M€ pour le documentaire, 4,0 M€ pour l'animation, 0,7 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 3,4 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
« Web Cosip »	producteurs disposant d'un compte automatique audiovisuel	accompagner le développement et la production d'œuvres audiovisuelles sur internet	4,6 M€ pour 100 programmes dont 61 adaptations audiovisuelles de spectacle vivant, 28 documentaires et 8 fictions
aide aux coproductions franco-canadiennes	programmes télévisuels réalisés en coproduction et admis au bénéfice de l'accord bilatéral	favoriser la coproduction d'œuvres audiovisuelles entre la France et le Canada	5 projets de développement : 5 projets de documentaire
aide aux vidéomusiques (prime à la qualité)	producteurs de vidéo-clips	aider la production de vidéo-clips de qualité	360 000 € pour 30 vidéo-clips sur 63 projets examinés et 264 000 € pour 26 dossiers de réinvestissement instruits

¹Y compris les aides au titre du « Web Cosip » et hors complément.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire une partie de son imposition de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1^{er} janvier 2016, le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 25 % des dépenses éligibles pour les œuvres de fiction et d'animation, et à 20 % pour les œuvres documentaires. Toutefois, le crédit d'impôt ne peut excéder 1150 € par minute pour une œuvre documentaire, 3 000 € par minute pour une œuvre d'animation et 5000 € par minute pour une œuvre de fiction internationale. Pour les autres œuvres de fiction audiovisuelles, il existe depuis le 1er janvier 2016 plusieurs plafonds (de 1 250 € à 7 500 €) selon le coût de production par minute de l'œuvre.

- -1250 € (coût de production < 10000€ / min);
- -1500 € (coût de production entre 10000 € et 15000 € / min);
- -2000 € (coût de production entre 15000 € et 20000 € / min):
- -3000 € (coût de production entre 20000 € et 25000 € / min);
- -4000 € (coût de production entre 25000 € et 30000 € / min);
- -5000 € (coût de production entre 30000 € et 35000 € / min);
- -7500 € (coût de production > 35000€ / min).

Le CN

En 2015, 567 œuvres audiovisuelles obtiennent un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces œuvres est estimé à 460 M€. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 567 œuvres (dépense fiscale) en 2016 est estimé à 69 M€. Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois et d'éviter les délocalisations de tournages et de dépenses de post-production dans un contexte de forte concurrence internationale (mise en place d'un crédit d'impôt audiovisuel au Royaume-Uni par exemple). Il permet de renforcer la structure et l'économie de la filière audiovisuelle, notamment en maintenant l'activité des industries techniques, mais aussi le savoir-faire français et sa compétitivité technologique. La part des jours de tournage des fictions effectués en France représente 94,2 % du

nombre total de jours de tournage en 2015, contre 85,4 % en 2004 (année avant la mise en place du crédit d'impôt audiovisuel). Cette évolution s'explique par les aménagements successifs apportés au dispositif, destinés à renforcer sa compétitivité face aux dispositifs étrangers.

L'efficacité du dispositif peut être estimée en calculant, pour chaque euro de crédit d'impôt versé, le montant investi dans la filière et les recettes fiscales associées. Pour 1 € de crédit d'impôt audiovisuel versé, 12,9 € sont investis dans la filière et près de 3,6 € de recettes fiscales et sociales induites sont perçues par l'Etat.

Le crédit d'impôt audiovisuel a fait l'objet d'un aménagement dans le cadre de la loi de finances rectificative pour 2014 en portant le taux à 25 % et le plafond de 1 300 € à 3 000 € par minute pour les œuvres audiovisuelles d'animation.

Les dispositifs transversaux

Images de la diversité

Mise en place en 2007 et régie par le décret n° 2012-582 du 25 avril 2012, la Commission Images de la diversité est gérée conjointement par le CNC et le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET), qui se substitue à l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé) à compter du 1er janvier 2015. La commission Images de la diversité attribue, sur proposition de ces deux organismes et selon des modalités et des critères propres, des aides aux œuvres cinématographiques, audiovisuelles et multimédias contribuant à une meilleure représentation de la diversité culturelle en France pour les œuvres aidées par le CNC et à la connaissance des réalités des quartiers prioritaires de la politique de la ville et de leurs habitants pour les œuvres aidées par le CGET. Les projets susceptibles d'être retenus par le CNC au titre de son Fonds Images de la diversité doivent avoir préalablement obtenu une aide sélective du Centre. Cette aide complémentaire, distincte de celle du CGET, a vocation à soutenir toutes les étapes de la création à l'exploitation des œuvres retenues et peut ainsi correspondre à des aides à la préparation (écriture, réécriture, développement), à la production ou encore à la diffusion (distribution, édition vidéo). Cette aide

complémentaire peut atteindre 50 000 € par projet et par étape, dans la limite du montant de l'aide ou des aides sélective(s) initiale(s) accordée(s) et dans le cadre d'un soutien public global plafonné.

Sept commissions Images de la diversité se sont tenues en 2015. Le CNC a examiné 123 demandes parmi lesquels 80 projets ont été soutenus pour un montant total de 1,5 M€.

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère.

Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 30 % des principales dépenses de production effectuées en France et peut atteindre 30 M€.

En 2015, 22 projets ont reçu l'agrément provisoire : huit longs métrages de fiction,

six séries audiovisuelles de fiction, six séries audiovisuelles d'animation et deux longs métrages d'animation. Pour ces 22 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de plus de 140 M€, représentant 600 jours de tournage et près de 230 mois de fabrication d'animation.

Les œuvres proviennent des Etats-Unis (12), de Grande-Bretagne (5) et d'Allemagne, d'Inde, de Finlande, de Corée et d'Australie. Parmi les œuvres bénéficiaires peuvent être citées notamment *Jackie*, de Pablo Larraín, avec Nathalie Portman, la 5° saison de *Death in Paradise*, portant à 500 le nombre de jours de tournage réalisés en Guadeloupe sur cette série, *Befikre*, de Aditya Chopra, record de nombre de jours de tournage en France pour un film indien, ou *Despicable Me 3*, troisième opus de la série *Moi, Moche et Méchant*, dont le numéro 2 a dépassé 1 Md\$ de recettes dans le monde.

Le crédit d'impôt permet de favoriser le développement des industries du secteur cinématographique et audiovisuel et de stimuler la compétitivité des entreprises françaises avec des effets bénéfiques sur l'emploi. Il permet aux prestataires des industries techniques de compléter leur activité et de renforcer ainsi le taux d'utilisation de leurs moyens techniques et leur savoir-faire. Il favorise également la montée en compétences des équipes françaises dans la réalisation et la post-production (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines.

L'efficacité du dispositif peut être estimée en calculant, pour chaque euro de crédit d'impôt versé, le montant investi dans la filière et les recettes fiscales associées. Pour 1 € de crédit d'impôt international versé, 7,0 € sont investis dans la filière et près de 2,7 € de recettes fiscales et sociales induites sont perçues par l'État

Afin de renforcer sa compétitivité dans un contexte de concurrence fiscale internationale, notamment dans le but d'attirer sur le territoire français les tournages de films à très gros budget, le crédit d'impôt international a été modernisé dans le cadre de la loi de finances rectificative pour 2014 en portant son plafond à 30 M€ et son taux à 30 %. Cette nouvelle

disposition, qui a été autorisée par la Commission européenne, a pris effet à compter du 1er janvier 2016. Dès le 1er janvier 2015, le plancher du crédit d'impôt international avait été abaissé à 50 % du budget de production lorsque celui-ci est inférieur à 2 M€

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

Dans le domaine du jeu vidéo, un fonds cofinancé par le Ministère de l'Industrie, de l'Economie et du Numérique permet de soutenir des projets en production et en pré-production. 3,8 M€ ont été investis en 2015. L'ensemble du secteur est engagé dans de nouvelles dynamiques positives, associant une plus grande diversité éditoriale et une capacité à porter des projets de plus grande envergure, à la faveur de l'apparition des consoles de nouvelle génération qui ouvrent de nouvelles perspectives d'innovation, de création et de distribution.

L'aide à la création de propriétés intellectuelles favorise le développement de créations originales et incite les entreprises à créer une valeur patrimoniale autour des jeux vidéo qu'elles produisent en les engageant à conserver les droits de propriété intellectuelle. 33 projets ont été soutenus en 2015. Le devis moyen par projet est en nette hausse (+30 %), ainsi que le montant de l'aide moyenne par projet (+15 %), confirmant une plus forte structuration du secteur.

L'aide à la pré-production accompagne la réalisation de prototypes en amont de la production, et encourage tout particulièrement la prise de risque financière ainsi que l'innovation technologique et éditoriale. 9 projets ont été soutenus en 2015, pour un montant global de 1 M€.

Le Fonds d'Aide aux projets pour les Nouveaux Médias accompagne des œuvres audiovisuelles innovantes qui intègrent les spécificités du web dans leur démarche de création et de diffusion. Relevant principalement des genres fiction, animation ou documentaire de création, les projets soutenus visent à renouveler les propositions d'écriture et de mise en scène, inscrites dans un environnement numérique en phase avec les nouveaux usages des spectateurs.

Ces projets se caractérisent avant tout par leur diversité: ce sont des web documentaires, des fictions transmédias, des web séries, des films pour la réalité virtuelle. Ils sont linéaires ou interactifs, développés uniquement pour le digital ou dans une dynamique transmédia (en articulation avec un programme antenne ou un long-métrage).

En 2015, 93 projets ont été soutenus pour montant global investi de 2,9 M€. Il convient de noter une plus grande diversité de genres, avec une progression très nette des projets de fiction (25 projets contre 14 en 2014). À cela s'ajoute l'émergence de la réalité virtuelle avec 16 projets soutenus.

Le DICRéAM (dispositif cofinancé par le Ministère de la Culture et le Centre National du Livre)

soutient des œuvres expérimentales qui présentent une dimension numérique et transdiscipinaire et qui s'inscrivent principalement dans le champ des arts plastiques et visuels ou dans le champ du spectacle vivant (théâtre, danse et musique). Ces projets ont en commun de proposer un renouvellement de l'écriture artistique à travers une recherche et une expérimentation du dispositif numérique déployé. En 2015, 113 projets ont été soutenus, pour un montant global investi de 1 M€. Ces projets, à l'avantgarde des nouvelles écritures artistiques. poursuivent leurs explorations formelles transdisciplinaires et s'emparent du numérique en tant que champ réflexif et support d'expression artistique.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
fonds d'aide au jeu vidéo (aide CNC / Ministère de l'économie, des finances et de l'industrie)	studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	3,8 M€ pour 47 projets dont 1,0 M€ pour 9 projets de pré-production, 2,7 M€ pour 33 aides à la création de propriétés intellectuelles, 0,1 M€ pour 5 manifestations en relation avec le jeu
fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias	auteurs ou producteurs	favoriser le développement de projets conçus pour plusieurs supports de diffusion et la création de contenus pour internet et écrans mobiles, stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	2,9 M€ pour 93 projets: 20 bénéficiaires d'une aide à l'écriture et au développement multi-supports, 44 d'une aide à l'écriture et au développement pour internet ou mobile, 29 d'une aide à la production internet
aide à la création artistique multimédia (DICRéAM)	créateurs et structures de production développant des œuvres expérimentales aux écritures novatrices utilisant des technologies numériques	- aider le développement de projets aider à la réalisation de projets artistiques - aider des manifestations consacrées à la création numérique	1,0 M€ pour 113 projets: 46 aides au développement, 53 aides à la production et 14 aides aux manifestations

Le crédit d'impôt jeux vidéo

Le crédit d'impôt pour les dépenses de création de jeux vidéo permet à des entreprises de création actives dans ce secteur et installées en France, de déduire de leur impôt 20 % des dépenses éligibles. Ces dépenses concernent la production de jeux vidéo contribuant à la diversité de la création française et européenne.

Depuis sa mise en place en 2008, le crédit d'impôt jeu vidéo a permis de freiner la délocalisation de l'emploi dans les unités de production française des grands acteurs français et également de relocaliser une partie de ces emplois, en réduisant sensiblement l'écart de compétitivité salariale qui s'était creusé notamment avec les pays anglo-saxons. En outre, le dispositif permet de limiter la sous-traitance asiatique au profit de la sous-traitance française. Enfin, il permet de soutenir les PME du secteur, en particulier celles de taille plus modeste dotées d'une trésorerie limitée, en supportant financièrement les risques associés du développement des projets en amont.

L'efficacité du dispositif peut être estimée en calculant, pour chaque euro de crédit d'impôt versé, le montant investi dans la filière et les recettes fiscales associées. Pour 1 € de crédit d'impôt jeux vidéo versé, 8,0 € sont investis dans la filière et près de 1,8 € de recettes fiscales et sociales induites sont perçues par la puissance publique.

Depuis juin 2015, le CIJV est ouvert aux jeux dits « adultes » (classés 18+ par le système de classification paneuropéen PEGI). Cette mesure permet de soutenir des projets comptant parmi les plus innovants et les ambitieux sur le plan créatif et narratif, et présentant des coûts de production particulièrement élevés. Il est précisé que ces jeux doivent faire la démonstration d'une contribution particulièrement significative à la diversité de la création française et européenne, et remplir un critère supplémentaire lié à la contextualisation de la violence présente dans le jeu.

Les effets positifs de cette réforme apparaissent dans les chiffres 2015 : bien que le nombre de projets agréés soit identique à l'année précédente (18 projets), le montant global des devis est 2,5 fois plus élevé qu'en 2014. Cela confirme l'accession au crédit d'impôt de projets qui en étaient précédemment exclus, parmi lesquels se trouvent des licences très puissantes sur le marché international, et dont la production est parfois relocalisée sur le territoire français.

Lutte contre la piraterie

Créée en 1985, l'ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) est une association qui regroupe différents acteurs de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel concernés par la piraterie. Notamment subventionnée par le CNC, son objectif est de lutter contre toutes les formes de piraterie, qu'elles portent sur les supports physiques ou sur internet. La constatation des infractions au titre de la contrefaçon se fait par le biais d'agents assermentés.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

Le CNC a développé, depuis 1994, des aides automatiques et sélectives à destination de l'édition de vidéo physique, qui permettent de soutenir des éditions sur support DVD et/ou Blu-ray. Les aides sélectives sont désormais accompagnées de compléments d'aides visant à encourager les éditeurs vidéo à proposer le sous-titrage pour sourds et malentendants et l'audiodescription pour aveugles et malvoyants. Parallèlement, une aide sélective à la VàD a été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de droits VàD et les éditeurs de services de VàD pour l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD. Depuis le 1^{er} juillet 2014, le soutien financier sélectif à la VàD n'est plus soumis au régime de minimis et les aides peuvent être attribuées sans plafond en valeur absolue jusqu'à 50 % des dépenses éligibles.

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. Le calcul de la génération de soutien est rétroactif au 1er janvier 2014 et les mobilisations sont une réalité depuis la fin d'année 2015.

Les aides à la vidéo (physique et VàD)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs vidéo commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans ou des programmes de courts métrages	financer l'achat de droits d'exploitation vidéo de films français récents	2,9 M€ pour 38 dossiers
aide sélective à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	encourager le travail éditorial autour d'œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou directement produites pour la vidéo présentant un intérêt culturel particulier en tenant compte des conditions économiques de leur diffusion	4,5 M€ pour 347 projets unitaires et 40 programmes éditoriaux, représentant un total de 968 projets d'édition
aide automatique à la vidéo à la demande (VàD)	éditeurs de service de médias à la demande	financer les dépenses de fabrication et de promotion pour une diffusion en VàD de films français récents ainsi que les dépenses d'amélioration de service.	60,0 K€ pour 1 dossier
aide sélective à la vidéo à la demande (VàD)	détenteurs de catalogue de droits VâD ou éditeurs de services de VâD	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD	1,3 M€ pour 33 projets au titre des aides au programme éditorial VàD dont 14 détenteurs d'un catalogue de droits VàD et 19 éditeurs de services de VàD. 79 projets unitaires ont bénéficié d'une aide unitaire à la VàD pour un montant de 0,1 M€

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

L'aide aux nouvelles technologies en production (NTP) accompagne la prise de risque des producteurs qui font appel à des techniques innovantes (effets spéciaux numériques, images de synthèse, mise au point de procédés spécifiques). L'aide est ouverte à tous les projets audiovisuels ou cinématographiques quels que soient leur genre (fiction, animation, documentaire, recréation de spectacle vivant), leur dimension (en relief ou non) ou leur format (court métrage, long métrage, unitaire, série, pilote).

• le soutien aux entreprises

Le soutien financier aux industries techniques accompagne la démarche d'investissements des prestataires techniques de la création cinématographique et audiovisuelle. Ce dispositif a été réformé et élargi à la fin de l'année 2013. Le RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia), partenariat entre le CNC et Bpifrance, soutient les travaux de recherche et développement des PME de l'audiovisuel et du multimédia. Depuis 2013, le bénéfice du RIAM est élargi aux groupes et entreprises de plus de 2000 personnes, avec la mise en place d'un mécanisme sectoriel complémentaire de soutien à la recherche et au développement opéré par le CNC.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2015
soutien aux œuvres			
aide aux nouvelles technologies en production (NTP / relief)	producteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles faisant appel à des techniques innovantes, notamment la production en relief	accompagner la prise de risque des producteurs	6,3 M€ pour 97 projets
soutien aux entreprises			
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'image animée	accompagner les investissements liés aux technologies numériques, soutenir l'équipement, la modernisation, la restructuration des entreprises	5,7 M€ pour 186 projets
aide à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)	sociétés menant des travaux de recherche et développement en cinéma, audiovisuel, jeux vidéo et nouveaux médias	favoriser l'activité de recherche et développement au sein des entreprises du secteur	3,4 M€ dont 1,9 M€ en subventions CNC (auxquelles s'ajoute une intervention de Bpifrance, généralement en avance remboursable pour 35 projets

Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution.

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales vise à faire du secteur du cinéma et de l'audiovisuel un pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales et l'État. Elle couvre les domaines de l'aide à la création, à la production et à l'accueil des tournages, les actions d'éducation à l'image et de diffusion culturelle et l'exploitation cinématographique.

Les conventions pluriannuelles de coopération cinématographique et audiovisuelle conclues avec les Régions et les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) constituent un instrument de dialogue, de négociation et de mise en œuvre des actions conjointes, dans un triple souci: cohérence des actions menées, transparence des dispositifs, traçabilité des financements déployés. Elles donnent lieu chaque année à des conventions d'application financière dans lesquelles sont inscrits les engagements de chacun des partenaires. Des collectivités infra régionales (départements, communautés de communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions, sachant qu'en vertu du Code Général des collectivités territoriales, la Région coordonne les actions de développement économique de l'ensemble des collectivités situées sur son territoire.

Les conventions comprennent quatre grandes parties:

-la première est consacrée à l'écriture, au développement, à la production cinématographique et audiovisuelle, ainsi qu'à l'accueil de tournages. Elle bénéficie de crédits de la collectivité territoriale concernée (les aides sont accordées de manière sélective, après avis de commissions spécialisées) et d'un abondement du CNC sur des crédits issus du fonds de soutien;

-la deuxième partie concerne la diffusion culturelle et l'éducation artistique, avec des actions soutenues sur le plan national par le CNC telles que Lycéens et apprentis au cinéma, Passeurs d'images et le soutien aux pôles régionaux d'éducation artistique. Elle est financée par la collectivité territoriale, par la DRAC et, pour une trentaine de festivals d'intérêt national ou international, par des crédits du CNC issus du fonds de soutien;

-la troisième partie, dédiée à l'exploitation cinématographique, vise à permettre aux collectivités, aux DRAC et au CNC de préciser leurs modalités d'intervention en faveur des salles de cinéma et à engager une concertation approfondie et un échange d'informations systématique ;

-la quatrième partie a pour objet le patrimoine cinématographique soutenu par les collectivités, les DRAC et le CNC qui intervient sur une dizaine de cinémathèques régionales. Elle permet d'identifier et de valoriser les actions des partenaires touchant à la numérisation des œuvres et leurs actions visant à promouvoir l'offre cinématographique de patrimoine.

Dans le cadre des conventions, les modalités d'intervention du CNC sont les suivantes:
—le CNC définit avec les régions les enveloppes de crédits pour chaque type de soutien: aide à l'écriture et au développement, aide aux œuvres nouveaux médias, aide aux films de court métrage, aide aux films de long métrage, aide à la production audiovisuelle;

-l'apport du CNC est forfaitaire sur les aides à l'écriture et au développement et les aides aux nouveaux médias mises en place par les collectivités; pour les aides à la production de films de long métrage et d'œuvres audiovisuelles, est appliqué le dispositif «1 € du CNC pour 2 € de la région », sous réserve qu'il s'agisse respectivement de films agréés par le CNC ou d'œuvres susceptibles de bénéficier des aides audiovisuelles du CNC; le «1 € pour 2 € » s'applique également à la production de court métrage;

-le CNC limite son intervention financière à 2,0 M€ par an et par convention;

-les bureaux régionaux d'accueil des tournages (également appelés commissions régionales du film) bénéficient également d'une aide pendant les trois premières années de leur fonctionnement. La quatrième génération de conventions triennales État / CNC / Régions concerne les années 2014 à 2016 incluse. En 2015, le montant des engagements inscrits dans les 26 conventions conclues s'élève à 114 M€ (soit 1,7 % de plus qu'en 2014).

Engagements des conventions triennales Etat / CNC / régions (M€)

aides	collectivités	CNC	DRAC	total 2015
écriture et développement d'œuvres :				
cinéma et audiovisuel	3,4	0,1	-	3,5
nouveaux médias	0,6	0,2	-	0,8
production:				
projets nouveaux médias	0,2	0,1	-	0,3
courts métrages	4,2	2,1	-	6,3
longs métrages	20,7	6,3	-	27,0
programmes audiovisuels	14,8	7,1	-	21,9
accueil des tournages	5,8	0,03	-	5,8
éducation artistique, diffusion culturelle et conservation du patrimoine	27,5	6,7	8,7	42,9
aide des collectivités territoriales aux salles de cinéma	5,4	=	-	5,4
total	82,6	22,5	8,7	114,0

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des avenants financiers 2015 ont atteint 22,5 M€, dont 15,8 M€ pour les fonds d'aide à la création et à la production et 6,7 M€ pour la diffusion culturelle et pour les cinémathèques régionales. En dix ans, les engagements de l'État (CNC+DRAC) sont passés de 10,1 M€ en 2004 à 31,2 M€ en 2015, soit une augmentation de 208 %. Sur la même période, les engagements des collectivités territoriales passent de 35,5 M€ à 82,6 M€, en hausse de 133 %. Tous partenaires confondus, la progression est de 147 % entre 2004 (45,6 M€) et 2015 (114,0 M€). Fin 2015, le champ conventionnel couvre 40 collectivités territoriales : 25 régions (soit l'intégralité des régions de métropole et trois d'outre-mer), 13 départements (Aude, Alpes-Maritimes. Charente. Charente-Maritime. Côtes d'Armor, Deux-Sèvres, Dordogne, Finistère, Haute-Savoie, Landes, Pyrénées-Atlantiques,

Seine-Saint-Denis, Vienne), l'Eurométropole de Strasbourg et la Ville de Paris.

Les actions des directions régionales des affaires culturelles (DRAC)

Afin de rapprocher les interventions publiques de leur mise en œuvre en régions, le Ministère de la Culture et de la Communication et le CNC ont engagé, depuis une quinzaine d'années, un important mouvement de déconcentration. Celui-ci s'est traduit par un transfert de compétences et de crédits aux Directions régionales des affaires culturelles (DRAC) et par la constitution d'un réseau de conseillers pour le cinéma et l'audiovisuel. En 2015, les crédits consacrés par les DRAC au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia s'élèvent à 9 M€ dont 8,7 M€ sont mis en œuvre dans le cadre des conventions tripartites État-CNC-Régions.

Crédits consacrés par les DRAC au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia (M€)

aides	total 2015
actions en direction des jeunes : - éducation artistique avec les dispositifs scolaires Ecole, Collège et Lycéens et apprentis au cinéma - classes à option cinéma dans les lycées - autres actions de formation	3,0
pôles régionaux d'éducation à l'image (présents dans 14 régions)	0,8
dispositif Passeurs d'images	1,0
soutien à la diffusion culturelle festivals d'intérêt régional ou local, associations de diffusion du cinéma d'Art et Essai	2,4
autres actions en partenariat avec les collectivités territoriales : - actions de formation - actions éducatives hors dispositifs nationaux	1,8

Le CNC a repris en 2008 le soutien d'une trentaine de festivals d'intérêt national et international pour un montant de 1,5 M€ et, en 2012, le financement des cinémathèques régionales (Institut Lumière, Cinémathèque de Toulouse, Bretagne, Grenoble, Trafic Image, Institut Jean Vigo) pour un montant de 1,8 M€.

Les organismes associés à la politique régionale de développement cinématographique et audiovisuel

Dans certains cas, tout ou partie de l'instruction et de la gestion financière des aides régionales ou départementales à la création et à la production est déléguée par la collectivité territoriale à une structure extérieure, que ce soit un établissement public de coopération culturelle comme CICLIC, la Cité de l'image en mouvement d'Annecy (CITIA), une association comme Pictanovo, le Pôle

Image Haute-Normandie, la Maison de l'Image Basse-Normandie, l'Agence culturelle d'Alsace (ACA) ou l'Office régional culturel de Champagne-Ardenne (ORCCA).

En outre, la Commission nationale du film France et les 40 commissions régionales et locales du film assurent auprès des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les sites de tournage et pré-repérages; recherche de techniciens, de comédiens et de figurants (possibilité de casting dans la plupart des bureaux d'accueil); démarches administratives, aide aux autorisations de tournage; logistique et informations diverses (location de véhicule, hébergement, etc.); mise à disposition de bureaux de production, de documentation; relations avec la presse et les autorités locales.

Les actions d'éducation au cinéma et à l'audiovisuel

Le CNC s'efforce de donner aux enfants et aux adolescents, futurs spectateurs et téléspectateurs, une éducation artistique dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel. Cette politique est menée à travers trois dispositifs nationaux. Ces dispositifs scolaires ont touché, au cours de l'année scolaire 2013-2014, 1,5 million d'élèves, soit 11,5 % des élèves français et génèrent 3,8 millions d'entrées en salles.

Dispositifs scolaires soutenus par le CNC (année scolaire 2013-2014)

dispositif	nombre d'élèves	zone géographique	entrées (millions)
Ecole et Cinéma	762365	96 départements	2,0
Collège au Cinéma	427 333	93 départements	1,1
Lycéens et apprentis au cinéma	278 065	26 régions	0,7
total	1 467 773		3,8

Par ailleurs, l'enseignement de spécialité cinéma-audiovisuel du Baccalauréat implique près de 4000 élèves. Depuis 2011, le Ministère de l'Education Nationale et le CNC ont mis en place le Prix Jean Renoir des lycéens. En 2013-2014, 43 classes ont participé à ce prix. Le CNC pilote également des dispositifs hors temps scolaire avec les ministères concernés (Ministère de la Culture et de la Communication, Ministère de la jeunesse, Ministère de la Justice) et le Commissariat général à l'égalité des territoires (CGET). Passeurs d'images favorise l'accès aux pratiques cinématographiques et l'éducation à l'image. En 2014, ce dispositif a touché 580 sites dans des communes ou communautés de communes, rassemblé près de 2000 partenaires dont 20 % de salles de cinéma, pour la mise en place de près de 2000 actions touchant plus de 185000 participants. Le dispositif Des cinés, la vie! permet de faire découvrir le court métrage aux jeunes placés sous main de justice. 1 230 jeunes dans 239 services de la protection judiciaire de la jeunesse (PJJ) ont participé en 2014-2015. Le CNC apporte également son soutien à la constitution de pôles régionaux d'éducation artistique et de formation au cinéma et à l'audiovisuel (14 à ce jour). En 2015, le CNC consacre un budget de près de 2,2 M€ à l'éducation au cinéma.

Parallèlement, le CNC mène, avec les ministères concernés, une action auprès des publics en difficulté d'accès au cinéma. Dans cet esprit, le CNC subventionne l'association Kyrnéa International, qui coordonne les dispositifs Passeurs d'images et Des cinés, la vie!. D'autres associations œuvrant dans le même sens sont également aidées, telles les Toiles enchantées (diffusion de films aux enfants dans les hôpitaux), Retour d'image (centre ressources et diffusion de films pour personnes handicapées sensorielles), Ciné-ma différence (diffusion de films en salles auprès de personnes souffrant de handicap avec troubles du comportement associés) ou Résonance Culture (centre ressources, notamment sur l'image en milieu pénitentiaire).

Annexe Les commissions et les comités du CNC

Direction du cinéma

Commission d'agrément des films de long métrage

Président: Grégoire Sorlat Service du soutien à la production et à la distribution

Tél.: 01 44 34 38 39

Commission des aides sélectives à la production (avance sur recettes)

Présidente: Teresa Cremisi Service des aides sélectives à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 38 02

Commission d'aide au développement de projets

Président : Jérôme Deschamps Service des aides sélectives à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 35 08

Commission du soutien au scénario (à l'écriture et à la réécriture)

Présidente : Delphine de Vigan Service des aides sélectives à la production et à la distribution Tél.:01 44 34 38 04

Commission des aides à la musique de films

Président: Christophe Barratier Service des aides sélectives à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 38 02

Commission des aides à la distribution cinématographique

Président : Manuel Carcassonne Service des aides sélectives à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 34 65

Comité d'experts d'aide sélective pour les œuvres cinéma-

tographiques d'Outre-mer Service du soutien à la production et à la distribution

Tél.: 01 44 34 16 26

Commission franco-allemande

Service du soutien à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 36 61

Commission franco-canadienne

Service du soutien à la production et à la distribution Tél.: 01 44 34 37 07

Commission franco-italienne

Service du soutien à la production et à la distribution tél. 01 44 34 38 17

Commission franco-grecque

Service du soutien à la production et à la distribution tél. 01 44 34 38 17

Commission franco-portugaise

Service du soutien à la production et à la distribution tél. 01 44 34 38 17

Commission du cinéma d'art et d'essai

Président : Alain Auclaire Service de l'exploitation Tél.: 01 44 34 38 65

Commission nationale d'aménagement cinématographique

Président : Pierre-Etienne Bisch Mission de la diffusion Tél.: 01 44 34 38 00

Commission d'aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence

Président : Alain Auclaire Service de l'exploitation Tél.: 01 44 34 36 56

Commission d'agrément des formules d'accès au cinéma (entrées multiples)

Présidente : Marie Picard Mission de la diffusion Tél.: 01 44 34 35 62

Commission du soutien financier sélectif à l'exploitation cinématographique

Président: Patrick Raude Service de l'exploitation Tél.: 01 44 34 35 86

Comité d'experts du soutien financier à l'exploitation (avance majorée)

Service de l'exploitation Tél.: 01 44 34 36 96

Comité de concertation pour la diffusion numérique en salles

Mission de la diffusion Tél.: 01 44 34 35 62

Commission de classification des œuvres cinématographiques

Président : Jean-François Mary Présidente suppléante : Catherine Ruggeri Secrétariat de la commission de classification des œuvres cinématographiques Tél.: 01 44 34 37 22

Direction de l'audiovisuel et de la création numériaue

Commission d'aide aux fictions et à l'animation

Présidente : Sophie Revil Tél.: 01 44 34 34 42

Commission d'aide aux documentaires et magazines d'intérêt culturel

Président : Serge Gordev Tél.: 01 44 34 34 42

Commission d'aide aux vidéomusiques Tél.: 01 44 34 34 10

Commission d'aide aux spectacles vivants

Président: André Manoukian Tél.: 01 44 34 34 10

Commission fond d'aide à l'innovation audiovisuelle fiction

Président : Jean-Xavier de Lestrade

Tél.: 01 44 34 34 01

Commission fond d'aide à l'innovation audiovisuelle animation

Président : Didier Brunner Tél.: 01 44 34 34 01

Commission du fonds d'aide au ieu vidéo (FAJV)

Président : Jean-Jacques Launier Service du jeu vidéo et de la création numérique Tél.: 01 44 34 36 45

Commission d'aide aux projets nouveaux médias Présidente : Céline Sciamma

Service du jeu vidéo et de la création numérique Tél.: 01 44 34 34 17

Commission du dispositif d'aide à la création multimédia et numérique (DICRÉAM)

Présidente : Virginie Despentes Service du jeu vidéo et de la création numérique Tél.: 01 44 34 34 82

Direction de l'innovation. de la vidéo et des industries techniques

Comité d'experts au soutien financier aux industries techniques du cinéma et de l'imagé animée (CIT)

Président : Étienne Mathis Service des industries techniques et de l'innovation

Tél.: 01 44 34 38 53

Commission des aides financières aux nouvelles technologies en production (NTP)

Président : Alain Damasio Service des industries techniques et de l'innovation Tél.: 01 44 34 36 17

Commission des aides à l'édition vidéographique

Président : Jean-Pierre Jeunet Service de la vidéo physique

et en ligne Tél.: 01 44 34 13 32

Bureau exécutif Recherche et innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)

Président : Jean-Noël Portugal Service des industries techniques et l'innovation

Tél.: 01 44 34 37 48

Direction de la création. des territoires et des publics

Commission des aides avant réalisation aux films de court métrage

Commission des aides au programme de production de films de court métrage

Président : Emmanuel Barraux Service de la création Tél.: 01 44 34 38 47 / 38 07

Commission des aides après réalisation aux films de court métrage

Présidente : Diane Gaye Service de la création Tél.: 01 44 34 37 79

Commission pour le documentaire de création d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles à caractère innovant

Président: François Bon Service de la création Tél.: 01 44 34 34 39

Instance nationale de concertation «École et cinéma» Service de la diffusion culturelle

(éducation artistique) Tél.: 01 44 34 35 07

Instance nationale de concertation « Collège au cinéma »

Service de la diffusion culturelle (éducation artistique) Tél.: 01 44 34 34 93

Instance nationale de concertation « Lycéens et apprentis au cinéma » Service de la diffusion culturelle

(éducation artistique) Tél.: 01 44 34 38 57

Direction des affaires européennes et internationales

Commission d'aide sélective à la promotion à l'étranger d'œuvres cinématographiques

Président : Pierre Hanoteaux Département exportation et négociations commerciales internationales Tél.: 01 44 34 38 16

Commission d'aide à la promotion à l'étranger d'œuvres audiovisuelles

Département exportation et négociations commerciales internationales Tél.: 01 44 34 13 59

Commission de sélection de l'œuvre cinématographique de long métrage représentant le cinéma français pour l'attribution de l'Oscar du meilleur film en langue étrangère

Département exportation et négociations commerciales internationales Tél.: 01 44 34 36 06

Commission d'aide aux cinémas du monde

Président: Abderrahmane Sissako

Tél.: 01 44 34 38 82

Commission d'aide aux cinémas du monde- Distribution

Tel: 01 44 34 36 88

Commission d'aide au co-développement de séries audiovisuelles francoallemandes

Tel.: 01 44 34 38 82

Direction du patrimoine cinématographique

Groupe d'experts pour la numérisation des œuvres cinématographiques du patrimoine

Président: Gilles Jacob Tél.: 01 30 14 80 45 / 01 34 60 52 25

Commission des acquisitions et dépôts

Président: Gilles Jacob Tél.: 01 30 14 81 43

Direction financière et juridique

Commission du contrôle de la réglementation

Présidente : Anne Devauchelle Service du contrôle des recettes Tél.: 01 44 34 34 51

Commission Images de la diversité

Président : Alexandre Michelin Service des financements Tél.: 01 44 34 34 56

les dossiers du CNC n° 334 – mai 2016 bilan 2015

une publication du Centre national du cinéma et de l'image animée

12 rue de Lübeck – 75784 Paris cedex 16 www.cnc.fr

directrice de la publication **Frédérique Bredin**

direction des études, des statistiques et de la prospective

tél: 01 44 34 38 26 - despro@cnc.fr

direction de la communication tél. 01 44 34 38 83

comité éditorial et rédactionnel Nicolas Besson, Fanny Beuré, Benoît Danard, Sophie Daubard, Hugo Dessaigne, Louis Gauthier, Sophie Jardillier, Aurore Jenkins, Alice Landrieu, Evelyne Laquit, Ariane Nouvet, Cindy Pierron,

conception graphique c-album

impression Bialec, Nancy

Linda Zidane

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.

Crédits

Couverture Dix pour cent

© Christophe Brachet / France Télévisions

Au service de la France © Luc Roux / Mandarin télévision / Arte

Baron Noir

© Jean-Claude Lother / Kwai / Canal + L'Emprise de Claude-Michel Rome © Julien Cauvin / Leonis / TF1

Fatima de Philippe Faucon

© Pyramide Films

La Loi du marché de Stéphane Brizé © Nord-Ouest Films / Arte France Cinéma / Diaphana Distribution

La Tête haute d'Emmanuelle Bercot © Wildbunch Distribution

Marguerite de Xavier Giannoli © Larry Horricks / Memento Distribution

Le Repas dominical de Céline Devaux © Sacrebleu Productions

Les Yeux brûlés de Laurent Roth © Shellac

I Philip de Pierre Zandrowicz © Okio Studio / Arte / St-George

Les Délices de Tokyo de Naomie Kawase © Haut et Court

Ixcanul de Jayro Bustamente © ARP Sélection

Le Dernier Loup de Jean-Jacques Annaud © Mars Distribution

Mustang de Deniz Gamze Ergüven

© Ad Vitam Distribution

Le Petit Prince de Mark Osborne
© LPPTV / Little Princess / On Entertainment /

Orange Studio / M6 Films / Paramount Picture

Angelo la débrouille

© TeamTO / Cake Entertainment / TéléTOON+

Life Is Strange © Dontnod Entertainment
Inside My Radio © Seaven Studio

Spartacus et Cassandra de Ioanis Nuguet © Nour films

Cinéma

Fatima de Philippe Faucon © Pyramide Films La Loi du marché de Stéphane Brizé © Nord-Ouest Films / Arte France Cinéma / Diaphana Distribution La Tête haute d'Emmanuelle Bercot

® Wildbunch Distribution
Marguerite de Xavier Giannoli

© Larry Horricks / Memento Distribution

Avril et le monde truqué
de Christian Desmarce et Erapek Ekipei

de Christian Desmares et Franck Ekinci © Je Suis Bien Content / StudioCanal / Need Productions / Kaïbou

Audiovisuel

Dix pour cent
© Christophe Brachet / France Télévisions
Au service de la France
© Luc Roux / Mandarin télévision / Arte
Baron Noir
© Jean-Claude Lother / KWAI / Canal +

L'Emprise de Claude-Michel Rome

© Julien Cauvin / Leonis / TF1

Vidéo, jeu vidéo et industries techniques

Le Petit Prince de Mark Osborne © LPPTV / Little Princess / On Entertainment / Orange Studio / M6 Films / Paramount Picture Angelo la débrouille © TeamTO / Cake Entertainment / TéléTOON+ Life Is Strange © Dontnod Entertainment

International

Les Délices de Tokyo de Naomie Kawase © Haut et Court Ixcanul de Jayro Bustamente

Inside My Radio © Seaven Studio

Ixcanul de Jayro Bustament © ARP Sélection

Le Dernier Loup de Jean-Jacques Annaud © Mars Distribution

Mustang de Deniz Gamze Ergüven © Ad Vitam Distribution

Le CNC

Spartacus et Cassandra de Ioanis Nuguet © Nour films

Les Yeux brûlés de Laurent Roth © Shellac

Le Repas dominical de Céline Devaux © Sacrebleu Productions I Philip de Pierre Zandrowicz © Okio Studio / Arte / St-George