

les dossiers du CNC
n° 318 – mai 2011

CNC



les films, les programmes audiovisuels, la production, la distribution,
l'exploitation, l'exportation, la vidéo, les nouveaux médias





Le Nom des gens de Michel Leclerc.
© Michaël Crotto / UGC Distribution.



Les Petits Mouchoirs de Guillaume Canet.
© Les Productions du Trésor – EuropaCorp – Caneo Films – M6 Films.



Un homme qui crie de Mahamat-Saleh Haroun. © Pyramide Distribution.



L'illusionniste de Sylvain Chomet. © Pathé Distribution.



Les Beaux Mecs. © Lincoln Productions / France 2.

Un transport en commun de Dyana Gaye. © Shellac Distribution.



Des hommes et des dieux de Xavier Beauvois. © Mars Distribution.



Oncle Boonmee (celui qui se souvient de ses vies antérieures) de Apichatpong Weerasethakul. © Pyramide Distribution.

The Ghost Writer de Roman Polanski. © Guy Ferrandis / RP Films / Pathé Distribution.



Entre nos mains de Mariana Otero. © Diaphana Distribution.



éditorial

206,3 millions d'entrées en salles !

En 2010, la fréquentation des films a encore franchi un niveau historique, jamais atteint depuis 1967. À l'ère des médias numériques, des ordiphones, des tablettes numériques et des réseaux sociaux, plus des deux tiers des Français se sont rendus au cinéma pour y vivre une expérience collective, une expérience irremplaçable. Avec 40 % des écrans numérisés, la France dispose du plus beau parc d'Europe, ce qui conforte la salle de cinéma dans sa singularité, sa modernité et son exclusivité. On peut désormais y voir des films en relief, américains bien sûr, mais aussi, depuis le début de l'année 2011, français et européens. L'augmentation des aides du CNC à la 3D doit permettre d'amplifier cette tendance en veillant à toujours mettre la technique au service de l'art.

Les pouvoirs publics accompagnent l'ensemble des acteurs du secteur dans cette révolution numérique, sans oublier les industries techniques affectées par un contexte économique délicat. La numérisation des salles est largement engagée grâce aux outils mis en place par la loi votée à l'automne 2010, grâce aussi à l'aide du CNC aux salles les plus fragiles. Désormais, c'est la numérisation des œuvres qui est au cœur de nos priorités, pour favoriser la diffusion de notre patrimoine créatif sur toutes les plates-formes : au moment de fêter les 150 ans de la naissance de Méliès, il est temps d'inventorier et de ressusciter ce patrimoine exceptionnel.

L'année 2010 a également été particulièrement positive pour la production cinématographique française : nombre record de films, croissance soutenue et proportionnelle des investissements qui se répartissent de manière plus équilibrée au profit des films à budget moyen, confirmant ainsi l'atténuation de la bi-polarisation. Suite au volet consacré à l'écriture et la production, à la mise en œuvre de mesures ciblées et à la signature d'un accord professionnel historique entre auteurs et producteurs, le CNC engage le même exercice de concertation sur la distribution couvrant l'ensemble des mandats. Ce travail sera éclairé par la mission que le CNC a confiée à Michel Gomez sur la transparence entre producteurs et distributeurs.

Pour la seconde année consécutive, le marché de la vidéo physique s'est maintenu, grâce à la lutte contre la piraterie et au développement du Blu-ray. Parallèlement, la V&D poursuit sa progression avec un chiffre d'affaires qui a même dépassé celui de la musique en ligne. Le Centre va amplifier son action en faveur du développement et de l'éditorialisation de l'offre en V&D, et pilotera la mise en œuvre d'une plate-forme cinéphilique ambitieuse à destination d'un public large, à partir d'un inventaire exhaustif des films produits depuis les origines du cinéma. Un médiateur, Noël Chahid-Nourai, a été choisi pour aider les auteurs et les plates-formes à trouver un accord sur la rémunération des droits.

Tandis qu'un nouvel écosystème « cinématonumérique » se construit, les Français regardent de plus en plus la télévision, mais peut-être de manière moins exclusive ? Les pratiques de consommation et les équilibres économiques évoluent, comme en témoigne la progression de l'audience des chaînes de la TNT, l'émergence de la télévision en différé et la place grandissante d'internet. La priorité du CNC : toujours encourager l'innovation et l'inventivité de la création audiovisuelle, sur tous les supports de diffusion,

et veiller en particulier à donner un nouveau souffle à la fiction française et à préserver le documentaire de création. Le CNC sera vigilant pour en améliorer les conditions d'écriture et de développement, en s'appuyant sur le rapport Chevalier sur la fiction, en attendant le rapport Perrin sur le documentaire. Le CNC soutient aussi résolument la création pour les nouveaux médias et va affermir son action grâce à l'ouverture du soutien automatique aux projets destinés spécifiquement à internet.

Redonner vie aux chefs-d'œuvre du passé, accompagner les créateurs d'aujourd'hui et de demain, le CNC contribue à maintenir sans cesse des équilibres toujours instables et évolutifs entre l'auteur et le diffuseur, l'art et l'industrie, le singulier et l'universel. Telle est la vocation de notre système de soutien, à la fois acteur et observateur, repère non pas fixe mais dont le mouvement doit être d'autant plus contrôlé que le paysage s'anime autour de lui. Pour être à la hauteur des exigences du siècle de l'image animée, il est indispensable de continuer à faire entrer de façon pérenne et sécurisée les acteurs de l'internet dans le financement de la création : ce chantier concerne très concrètement les finances du CNC et du secteur pour aujourd'hui et pour demain. Il est tout aussi vital de convaincre – encore et toujours – l'Europe de suivre la France dans cette politique de soutien où nous nous sentons parfois, non sans fierté, aux avant-postes.

Éric Garandeau, Président



Océans de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud.
© Galatée Films / Pathé Distribution.



La Rafle de Rose Bosch. © Gaumont Distribution.



Potiche de François Ozon.
© Mars Distribution.

Camping 2 de Fabien Onteniente. © Daniel Angeli
et Alain Guizard / Pathé Distribution.



Arthur et la guerre des deux mondes de Luc Besson.
© 2010 EuropaCorp / TF1 Films Production / Apipoulai
Prod / Avalanche Productions / Images et Effets 3D / BUF.



Les Petits Mouchoirs de Guillaume Canet.
© Les Productions du Trésor / EuropaCorp / Caneo Films / M6 Films.





Des hommes et des dieux
de Xavier Beauvois. © Mars Distribution.



Le Mac de Pascal Bourdiaux.
© ARP Sélection.



01 les films en salles

Au cours de l'année 2010, les salles de cinéma réalisent 206,33 millions d'entrées, soit 2,4 % de plus que l'année précédente.
En 2010, les films français génèrent 73,71 millions d'entrées, soit une part de marché de 35,7%.
Sorti fin 2009, *Avatar* occupe la première place au box-office 2010 avec 8,42 millions d'entrées sur l'année 2010 (14,68 millions d'entrées au total depuis sa sortie).
La recette moyenne par entrée est en hausse de 3,1 % et s'établit à 6,32 €.



L'Arnacœur de Pascal Chaumeil.
© Universal Pictures International France.



Les Aventures extraordinaires d'Adèle Blanc-Sec de Luc Besson.
© Magali Bragard / 2010 EuropaCorp / Apipoulai Prod / TF1 Films Production.



A Plus de 206 millions d'entrées

Avec 206,33 millions de billets vendus en 2010 (hors entrées gratuites), les entrées en salles progressent de 2,4 % par rapport à 2009. Ce résultat est supérieur au niveau moyen des cinq dernières années (193,02 millions par an en moyenne sur la période 2006-2010) et constitue un record qui n'avait pas été atteint depuis 1967 (211,45 millions d'entrées).

26 films dépassent deux millions d'entrées en 2010, contre 21 en 2009. Parmi eux, 7 films réalisent plus de quatre millions d'entrées (comme en 2009).

En 2010, la fréquentation varie sensiblement selon les différents marchés européens. L'Italie affiche la plus forte progression (+11,0 %). La fréquentation diminue sensiblement en Allemagne (-13,5 %) et de façon plus modérée en Espagne (-7,6 %) ainsi qu'au Royaume-Uni (-2,4 %).

Comme en 2009, la progression des entrées payantes en France continue de s'accompagner d'une hausse plus marquée des recettes guichets (+5,6 %). Cette progression résulte d'une hausse de la recette moyenne par entrée, qui atteint 6,32 € en 2010, contre 6,14 € en 2009 (+3,1 %). Cette augmentation est à mettre en relation avec le succès des films diffusés en relief, pour lesquels le prix du billet est généralement majoré de 1 € à 3 €. En effet, 23 films ont fait l'objet d'une exploitation partielle ou intégrale en 3D en 2010 et 4 d'entre eux figurent dans le classement des dix films les plus performants de l'année.

En 2010, 6,82 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma (+1,8 % par rapport à 2009). L'activité d'exploitation cinématographique n'a jamais été aussi importante depuis l'existence de cet indicateur (1980). En dix ans, le nombre de séances a augmenté de 10,1 %. Au cours des dix dernières années, 1,88 milliard d'entrées ont été réalisées dans les salles françaises, contre 1,39 milliard entre 1991 et 2000 (+34,7 %).

B Films français : un niveau de fréquentation stable

Pour la deuxième année consécutive, la part de marché des films français recule pour s'établir à 35,7 % en 2010 (36,8 % en 2009). L'année 2008, marquée par le succès de *Bienvenue chez les Ch'tis*, avait vu les films français enregistrer leur plus forte part de marché depuis 1984. En 2010, les films français réalisent 73,71 millions d'entrées, soit un niveau comparable à celui de 2009 (-0,6 %). Ce résultat demeure supérieur à la moyenne des dix dernières années : depuis 2001, les films français recueillent en moyenne 72,52 millions d'entrées. En incluant les entrées réalisées à l'international, 132 millions d'entrées sont réalisées par les films français en 2010 (environ 141 millions en 2009 et 170 millions en 2008). Les films américains enregistrent 98,09 millions d'entrées (-1,9 % par rapport à 2009). La part de marché du cinéma américain diminue de 2,1 points et s'établit à 47,5 % en 2010, soit un niveau équivalent à celui de l'année 2004 (47,8 %).

En 2010, les films européens non français bénéficient d'une progression de leurs entrées beaucoup plus importante (+53,6 %) que la progression générale (+2,4 %). Ils cumulent 31,04 millions d'entrées (20,20 millions en 2009). Leur part de marché progresse de 5 points pour atteindre 15,0 %, soit le niveau le plus élevé depuis 2005. Comme en 2009, cette bonne performance du cinéma européen est à mettre au crédit de films britanniques tels que *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie* (5,46 millions d'entrées) ou *Inception* (4,93 millions d'entrées). En 2010, les films britanniques enregistrent une progression de 82,9 % de leurs entrées à 24,38 millions. Au total, douze films européens enregistrent plus de 500 000 entrées en 2010 (huit en 2009, cinq en 2008). Parmi ces succès, une grande majorité de films britanniques (10 titres sur 12), un film belge (*le Voyage extraordinaire de Samy* – 1,29 million d'entrées) et un film espagnol (*Planète 51* – 988 501 entrées). Trois nationalités sont représentées dans ce classement en 2010, contre quatre en 2009.

Après une année 2009 exceptionnelle, les films non européens et non américains enregistrent un recul de 50,6 % de leurs entrées en 2010. Ils cumulent 3,49 millions d'entrées, soit un niveau proche de celui de 2008 (3,57 millions) et une part de marché de 1,7 % (3,5 % en 2009).

C 575 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2010 (588 en 2009). Ils concentrent 90,0 % des entrées totales enregistrées au cours de l'année. Les films sortis en 2009 génèrent 7,4 % des entrées de 2010, soit la part la plus haute depuis 2002. Ce résultat est notamment lié au succès de *Avatar* : sorti en décembre 2009, ce film enregistre 57,3 % de ses entrées en 2010.

D En 2010, le niveau élevé de fréquentation n'est pas seulement le résultat de la performance de quelques titres, mais le signe d'un marché général très dynamique. La concentration de la fréquentation apparaît moins élevée qu'au début de la décennie : les 100 films les plus performants totalisant 77,8 % des entrées annuelles, contre 77,2 % en 2009 et 82,2 % en 2001. La concentration diminue sur les dix premiers films (à 24,0 %, contre 24,3 % en 2009) et progresse légèrement sur les 30 premiers (à 49,0 %, contre 46,2 % en 2009). À noter que la part cumulée par les dix films les plus performants est la plus faible de la décennie, comme en 2005.

	entrées (millions)	recettes guichets (M€)	recette moyenne par entrée (€)	séances (millions)
2001	187,45	1 021,01	5,45	5,53
2002	184,41	1 030,01	5,59	5,62
2003	173,46	996,11	5,74	5,77
2004	195,69	1 138,94	5,82	6,05
2005	175,52	1 031,24	5,88	6,09
2006	188,77	1 120,72	5,94	6,24
2007	178,41	1 061,52	5,95	6,29
2008	190,18	1 142,21	6,01	6,58
2009	201,43	1 235,96	6,14	6,70
2010 ¹	206,33	1 304,79	6,32	6,82

A Entrées et recettes guichets

¹ Données provisoires.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
films français	77,30	64,30	60,53	75,26	64,16	84,24	65,16	86,39	74,14	73,71
100% français	58,36	47,01	41,36	37,23	40,72	60,48	45,13	64,67	51,30	54,51
majoritaires français	16,78	14,40	15,50	36,68	20,04	19,01	15,84	18,63	19,53	14,08
minoritaires français	2,16	2,90	3,67	1,35	3,40	4,75	4,20	3,10	3,31	5,12
films américains	86,98	92,08	90,46	93,41	80,42	83,37	87,55	82,34	100,02	98,09
films européens non français	14,91	15,46	9,67	19,08	27,58	16,95	22,10	17,87	20,21	31,04
allemands	1,58	1,53	1,71	1,81	1,78	1,07	2,43	1,36	2,33	0,56
britanniques	11,18	9,16	6,17	14,65	23,77	11,27	17,19	9,76	13,33	24,38
espagnols	0,74	3,72	0,61	1,44	0,44	3,22	0,39	3,40	2,07	2,74
italiens	0,49	0,47	0,61	0,42	0,70	0,56	0,19	1,21	0,39	0,64
films d'autres nationalités	8,26	12,57	12,79	7,77	3,37	4,22	3,59	3,57	7,06	3,49
total	187,45	184,41	173,46	195,53	175,52	188,77	178,41	190,18	201,43	206,33

B Entrées selon la nationalité des films (millions)

¹ Données provisoires.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
films français	41,2	34,9	34,9	38,5	36,6	44,6	36,5	45,4	36,8	35,7
100% français	31,1	25,5	23,8	19,0	23,2	32,0	25,3	34,0	25,5	26,4
majoritaires français	9,0	7,8	8,9	18,8	11,4	10,1	8,9	9,8	9,7	6,8
minoritaires français	1,2	1,6	2,1	0,7	1,9	2,5	2,4	1,6	1,6	2,5
films américains	46,4	49,9	52,2	47,8	45,8	44,2	49,1	43,3	49,7	47,5
films européens non français	8,0	8,4	5,6	9,8	15,7	9,0	12,4	9,4	10,0	15,0
allemands	0,8	0,8	1,0	0,9	1,0	0,6	1,4	0,7	1,2	0,3
britanniques	6,0	5,0	3,6	7,5	13,5	6,0	9,6	5,1	6,6	11,8
espagnols	0,4	2,0	0,3	0,7	0,3	1,7	0,2	1,8	1,0	1,3
italiens	0,3	0,3	0,4	0,2	0,4	0,3	0,1	0,6	0,2	0,3
films d'autres nationalités	4,4	6,8	7,4	4,0	1,9	2,2	2,0	1,9	3,5	1,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

B Parts de marché selon la nationalité des films (%)

¹ Données provisoires.

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2001	89,9	6,4	3,7	100,0
2002	89,2	7,7	3,1	100,0
2003	91,7	5,4	3,0	100,0
2004	92,4	5,1	2,5	100,0
2005	91,5	5,6	2,9	100,0
2006	92,8	4,8	2,5	100,0
2007	90,1	7,1	2,7	100,0
2008	92,4	4,8	2,8	100,0
2009	93,4	4,0	2,6	100,0
2010 ¹	90,0	7,4	2,6	100,0

C Résultats des nouveaux films et des reprises (% des entrées)

¹ Données provisoires.

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2001	27,5	42,0	52,8	67,5	82,2
2002	31,8	46,5	55,0	67,3	82,5
2003	26,8	40,1	48,8	61,6	78,8
2004	26,1	38,5	47,4	60,8	78,8
2005	24,0	36,7	45,6	59,1	77,3
2006	26,8	39,2	47,5	59,1	76,4
2007	27,9	39,0	47,1	58,8	74,0
2008	29,2	39,8	47,3	58,7	76,1
2009	24,3	37,2	46,2	58,9	77,2
2010 ¹	24,0	39,0	49,0	61,4	77,8

D Résultats des films les plus performants (% des entrées)

¹ Données provisoires.

E Un nombre record de films réalisant plus de deux millions d'entrées

L'année 2010 compte un nombre record de 26 films dépassant le seuil des deux millions d'entrées, soit 5 films de plus qu'en 2009 et 12 films de plus qu'en 2008. 8,7 % des 575 nouveaux films distribués en 2010 atteignent le million d'entrées, contre 8,5 % des 588 nouveaux films de 2009. Parmi les 51 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2010, 7 franchissent le seuil de quatre millions d'entrées, comme en 2009. 19 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2010, soit un titre de plus qu'en 2009. 8 films français franchissent les deux millions d'entrées (6 en 2009) dont un dépasse quatre millions d'entrées (comme en 2009). Parallèlement, 26 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées en 2010 (29 en 2009) dont 14 dépassent le seuil des deux millions (13 en 2009). 4 films américains réalisent plus de quatre millions d'entrées, contre 5 en 2009.

F En 2010, la première place du box-office est occupée par *Avatar* avec 8,42 millions d'entrées réalisées en 2010. En y ajoutant les 6,26 millions d'entrées enregistrées en décembre 2009, le film de James Cameron totalise 14,68 millions d'entrées en France, ce qui en fait le 8^e plus grand succès en salles depuis 1945. Le septième volet des aventures de Harry Potter, *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, occupe la deuxième place du classement 2010 avec 5,46 millions d'entrées. C'est un film français, *les Petits Mouchoirs*, de Guillaume Canet, qui complète le podium avec 5,30 millions d'entrées. En 2010, les trois films les plus performants cumulent 19,17 millions d'entrées soit 9,3 % du total annuel. En 2009, les trois films ayant réalisé le plus d'entrées cumulaient 9,9 % de la fréquentation annuelle. Deux autres productions françaises se placent parmi les dix films les plus performants de 2010 : *Camping 2* (à la 8^e place du classement avec 3,97 millions d'entrées) et *l'Arnacœur* (10^e avec 3,77 millions). Parmi les 51 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2010, figurent 11 films exploités partiellement ou intégralement en 3D.

G Depuis janvier 2009, six films ont réalisé plus de cinq millions d'entrées dont deux films français (*le Petit Nicolas* et *les Petits Mouchoirs*). Au total au cours des deux dernières années, 25 films génèrent plus de trois millions d'entrées dont 8 films français (20 films dont 5 français entre janvier 2008 et décembre 2009).

H Précisions méthodologiques

Pour la cinquième année consécutive, sont présentés dans ce bilan 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 (cf. tableau C page 9).

Après une année 2009 particulièrement riche, l'offre de films d'animation en 2010 retrouve son niveau de 2007 avec 24 titres inédits. L'animation génère en moyenne davantage d'entrées par film que les autres genres : elle concerne 4,2 % des films inédits en 2010 et génère 16,5 % des entrées de ces films (6,0 % de l'offre et 15,2 % des entrées en 2009). Parmi les dix films ayant réalisé le plus d'entrées en 2010 figurent deux films d'animation : *Shrek 4 – il était une fin* et *Toy Story 3*. En 2010, les films français génèrent 14,1 % des entrées de l'ensemble des films d'animation (17,9 % en 2009) notamment grâce au succès d'*Arthur et la guerre des deux mondes* (3,08 millions d'entrées).

L'offre de documentaires en première exclusivité atteint un nouveau record avec 76 films distribués en 2010, contre 57 titres en moyenne sur la période 2001-2010. Ils représentent 13,2 % des films en première exclusivité (12,1 % en 2009) et génèrent 2,6 % des entrées (1,6 % en 2009). Cette hausse est imputable à *Océans*, qui réalise 2,86 millions d'entrées. C'est précisément le succès du film de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud qui explique la progression de la part de marché des documentaires français, qui captent 87,8 % des entrées

du genre. Cette part est nettement supérieure à celle de 2009 (31,0 %) et est la plus élevée depuis 2005 (avec *la Marche de l'empereur*, le poids des films français dans le genre documentaire était de 92,6 %).

La comédie génère traditionnellement la plus grande part de la fréquentation en France. En 2010, 131 comédies en première exclusivité sont proposées sur les écrans français, soit 22,8 % de l'offre totale de films (127 films et 21,6 % en 2009). Dix comédies réalisent plus d'un million d'entrées (quinze en 2009). Le genre cumule 24,6 % de la fréquentation, contre 29,7 % en 2009. Les films français assurent chaque année plus de la moitié des entrées des comédies. En 2010, cette part s'établit à 62,2 % (71,4 % en 2009). Huit comédies françaises dépassent le seuil du million d'entrées, contre douze en 2009.

	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	223
2007	7	14	40	77	247
2008	4	14	45	95	224
2009	7	21	53	101	245
2010 ¹	7	26	51	94	230
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	1	8	19	34	94
films américains					
2006	3	7	23	49	95
2007	4	8	22	38	108
2008	2	8	26	50	100
2009	5	13	29	50	101
2010 ¹	4	14	26	48	99

E Films atteignant un seuil d'entrées

¹ Données provisoires.

	titre	nationalité ¹	sortie	entrées (millions)
1	<i>Avatar</i>	US	16/12/09	8,42
2	<i>Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie</i>	GB	24/11/10	5,46
3	<i>Les Petits Mouchoirs</i>	FR	20/10/10	5,30
4	<i>Inception</i>	GB	21/07/10	4,93
5	<i>Shrek 4 – il était une fin</i>	US	30/06/10	4,62
6	<i>Alice au pays des merveilles</i>	US	24/03/10	4,42
7	<i>Toy Story 3</i>	US	14/07/10	4,25
8	<i>Camping 2</i>	FR	21/04/10	3,97
9	<i>Twilight 3 : hésitation</i>	US	07/07/10	3,92
10	<i>L'Arnacœur</i>	FR	17/03/10	3,77
11	<i>La Princesse et la grenouille</i>	US	27/01/10	3,74
12	<i>Invictus</i>	US	13/01/10	3,15
13	<i>Raiponce</i>	US	01/12/10	3,15
14	<i>Des hommes et des dieux</i>	FR	08/09/10	3,13
15	<i>Shutter Island</i>	US	24/02/10	3,11
16	<i>Arthur et la guerre des deux mondes</i>	FR	13/10/10	3,08
17	<i>Moi, moche et méchant</i>	US	06/10/10	2,99
18	<i>La Rafle</i>	FR/DE/HU	10/03/10	2,88
19	<i>Océans</i>	FR	27/01/10	2,86
20	<i>Iron Man 2</i>	US	28/04/10	2,58
21	<i>Robin des bois</i>	GB	12/05/10	2,38
22	<i>Dragons</i>	US	31/03/10	2,31
23	<i>Le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore</i>	US	08/12/10	2,31
24	<i>Potiche</i>	FR/BE	10/11/10	2,23
25	<i>Sherlock Holmes</i>	GB	03/02/10	2,15
26	<i>Prince of Persia – les sables du temps</i>	US	26/05/10	2,11
27	<i>Le Choc des Titans</i>	GB	07/04/10	1,87
28	<i>Night and Day</i>	US	28/07/10	1,76
29	<i>L'Apprenti sorcier</i>	US	11/08/10	1,65
30	<i>Expendables : unité spéciale</i>	US	18/08/10	1,64
31	<i>Les Aventures extraordinaires d'Adèle Blanc-Sec</i>	FR	14/04/10	1,62
32	<i>Salt</i>	US	25/08/10	1,46
33	<i>Le Mac</i>	FR	17/02/10	1,45
34	<i>The Social Network</i>	US	13/10/10	1,44
35	<i>Tout ce qui brille</i>	FR	24/03/10	1,42
36	<i>Sex and the City 2</i>	US	02/06/10	1,31
37	<i>Le Voyage extraordinaire de Samy</i>	BE	11/08/10	1,30
38	<i>The Karate Kid</i>	US	18/08/10	1,28
39	<i>La Tête en friche</i>	FR	02/06/10	1,27
40	<i>Percy Jackson le voleur de foudre</i>	US	10/02/10	1,23
41	<i>Fatal</i>	CA/FR	16/06/10	1,21
42	<i>L'Agence tous risques</i>	US	16/06/10	1,19
43	<i>Valentine's Day</i>	US	17/02/10	1,19
44	<i>Gainsbourg (vie héroïque)</i>	FR	20/01/10	1,18
45	<i>Le Dernier Maître de l'air</i>	US	28/07/10	1,18
46	<i>L'Homme qui voulait vivre sa vie</i>	FR	03/11/10	1,17
47	<i>L'Immortel</i>	FR	24/03/10	1,13
48	<i>L'Amour c'est mieux à deux</i>	FR	05/05/10	1,12
49	<i>L'Italien</i>	FR	14/07/10	1,11
50	<i>The Town</i>	US	15/09/10	1,07
51	<i>The Ghost Writer</i>	FR/DE/GB	03/03/10	1,05

	titre	nationalité ¹	sortie	entrées (millions)
1	<i>Avatar</i>	US	16/12/09	14,68
2	<i>L'Âge de glace 3</i>	US	03/07/09	7,80
3	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	GB	15/07/09	6,05
4	<i>Le Petit Nicolas</i>	FR/BE	30/09/09	5,60
5	<i>Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie</i>	GB	24/11/10	5,46
6	<i>Les Petits Mouchoirs</i>	FR	20/10/10	5,30
7	<i>Inception</i>	GB	21/07/10	4,93
8	<i>Shrek 4 – il était une fin</i>	US	30/06/10	4,62
9	<i>2012</i>	US	11/11/09	4,62
10	<i>Alice au pays des merveilles</i>	US	24/03/10	4,42
11	<i>Là-haut</i>	US	29/07/09	4,41
12	<i>Toy Story 3</i>	US	14/07/10	4,25
13	<i>Twilight 2 : tentation</i>	US	18/11/09	4,19
14	<i>Camping 2</i>	FR	21/04/10	3,97
15	<i>Twilight 3 : hésitation</i>	US	07/07/10	3,92
16	<i>Arthur et la vengeance de Maltazard</i>	FR	02/12/09	3,91
17	<i>L'Arnacœur</i>	FR	17/03/10	3,77
18	<i>La Princesse et la grenouille</i>	US	27/01/10	3,74
19	<i>LOL (Laughing out Loud)</i>	FR	04/02/09	3,64
20	<i>Gran Torino</i>	US	25/02/09	3,45
21	<i>Invictus</i>	US	13/01/10	3,15
22	<i>Raiponce</i>	US	01/12/10	3,15
23	<i>Des hommes et des dieux</i>	FR	08/09/10	3,13
24	<i>Shutter Island</i>	US	24/02/10	3,11
25	<i>Arthur et la guerre des deux mondes</i>	FR	13/10/10	3,08

G Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2009 et décembre 2010

¹ BE : Belgique / FR : France / GB : Royaume-Uni / US : États-Unis

	films d'animation	films documentaires	comédies	autres films	total
2001	7,3	1,1	39,3	52,3	100,0
2002	10,7	1,7	35,4	52,2	100,0
2003	11,2	0,4	33,1	55,4	100,0
2004	12,6	3,6	23,8	60,0	100,0
2005	10,3	1,7	29,9	58,2	100,0
2006	15,5	0,9	35,0	48,6	100,0
2007	15,3	1,9	16,1	66,7	100,0
2008	9,9	1,0	34,5	54,6	100,0
2009	15,2	1,6	29,7	53,4	100,0
2010 ²	16,5	2,6	24,6	56,4	100,0

H Résultats des nouveaux films selon le genre (% des entrées)¹

¹ Calculés seulement sur les films sortis pour la première fois dans l'année (films inédits), soit sur 89 % à 93 % de la fréquentation selon l'année (cf. tableau C page 9).

² Données provisoires.

F Films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2010

¹ BE : Belgique / CA : Canada / DE : Allemagne / FR : France / GB : Royaume-Uni / HU : Hongrie / US : États-Unis.

Légère baisse des entrées des films Art et Essai

En 2010, la progression de la fréquentation profite essentiellement aux films non recommandés Art et Essai. Leurs entrées progressent de 4,6 % par rapport à 2009. Au contraire, les entrées réalisées par les films recommandés diminuent de 3,2 % et leur part d'entrées recule à 26,4 % (27,9 % en 2009). Neuf films Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2010 (comme en 2009), parmi lesquels cinq films français et quatre films américains. *Alice aux pays des merveilles* de Tim Burton est le film recommandé qui cumule le plus d'entrées (4,42 millions). En 2010, 53,0 % des entrées enregistrées par des films recommandés concernent des films français (41,1 % en 2009). Cette part s'établit à 30,4 % pour les films américains (33,5 % en 2009). *Des hommes et des dieux* est le film français Art et Essai qui obtient le plus d'entrées (3,13 millions).

	films Art et Essai		films non recommandés		total	
	millions	%	millions	%	millions	%
2001	51,02	27,2	136,43	72,8	187,45	100,0
2002	46,75	25,4	137,66	74,6	184,41	100,0
2003	43,41	25,0	130,05	75,0	173,46	100,0
2004	47,27	24,2	148,43	75,8	195,69	100,0
2005	60,57	34,5	114,95	65,5	175,52	100,0
2006	48,21	25,5	140,56	74,5	188,77	100,0
2007	33,85	19,0	144,55	81,0	178,41	100,0
2008	40,49	21,3	149,69	78,7	190,18	100,0
2009	56,27	27,9	145,16	72,1	201,43	100,0
2010 ¹	54,47	26,4	151,86	73,6	206,33	100,0

Entrées selon la recommandation des films

¹ Données provisoires.

Un début d'année particulièrement dynamique en 2010

En 2010, la fréquentation reste soutenue tout au long de l'année. Pour la deuxième année consécutive, aucun mois n'enregistre moins de 10 millions d'entrées. Le premier trimestre 2010 affiche une hausse de 11,5 % à 58,13 millions d'entrées. Ce début d'année est porté par cinq films ayant rassemblé plus de trois millions d'entrées : *Avatar* (8,42 millions), *l'Arnacœur* (3,77 millions), *la Princesse et la grenouille* (3,74 millions), *Invictus* (3,15 millions) et *Shutter Island* (3,11 millions). Le deuxième trimestre de 2010 confirme cette tendance à la hausse avec une fréquentation des salles en progression de 4,3 % par rapport à 2009. À 45,44 millions d'entrées, ce résultat est supérieur à la moyenne constatée entre 2001 et 2010 sur le deuxième trimestre (43,25 millions). De nombreux succès ont marqué le printemps 2010, parmi lesquels : *Alice au pays des merveilles* (4,42 millions), *Camping 2* (3,97 millions), *Iron Man 2* (2,58 millions), *Robin des bois* (2,38 millions), *Dragons* (2,31 millions) et *Prince of Persia – les sables du temps* (2,11 millions).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
janvier	16,46	16,22	14,22	15,20	14,36	14,33	15,37	14,86	15,30	18,82
février	22,51	23,24	19,03	19,98	16,82	22,84	19,74	20,57	19,06	20,55
mars	18,06	14,87	15,72	15,35	14,17	14,99	17,52	27,22	17,75	18,76
avril	17,26	14,77	12,36	17,41	15,71	20,90	12,21	15,75	17,43	18,59
mai	10,71	13,12	14,09	15,25	13,84	18,36	15,90	12,49	14,95	15,98
juin	10,87	14,33	10,75	18,84	12,30	11,85	13,60	10,89	11,19	10,87
juillet	11,85	11,99	9,94	16,27	14,46	10,14	16,15	13,29	20,90	18,58
août	13,71	13,04	13,38	15,00	12,46	15,02	16,30	14,76	15,07	16,83
septembre	12,58	9,51	10,91	9,84	8,24	9,84	9,38	9,81	10,50	10,60
octobre	15,04	15,89	14,41	17,28	14,76	13,44	11,61	14,38	15,77	18,47
novembre	14,10	15,15	17,27	15,17	14,61	16,73	13,03	18,22	21,00	19,17
décembre	24,30	22,28	21,38	20,10	23,79	20,33	17,59	17,94	22,51	19,13
total	187,45	184,41	173,46	195,69	175,52	188,77	178,41	190,18	201,43	206,33

Entrées mensuelles (millions)

¹ Données provisoires.

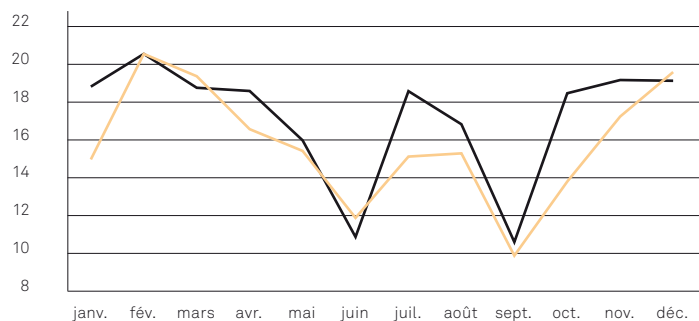
Le deuxième semestre 2010 marque un ralentissement, avec néanmoins des résultats supérieurs à la moyenne des dix dernières années. Le troisième trimestre de 2010 est stable par rapport à 2009 (-1,0 %). Si juillet 2009 avait été un mois exceptionnel, l'été 2010 connaît également de beaux succès de fréquentation. Quatre des dix films les plus performants de l'année sont ainsi sortis pendant les mois d'été : *Inception* (sorti le 21 juillet – 4,93 millions d'entrées), *Shrek 4 – Il était une fin* (sorti le 30 juin – 4,62 millions d'entrées), *Toy Story 3* (sorti le 14 juillet – 4,25 millions d'entrées), *Twilight 3 : hésitation* (sorti le 7 juillet – 3,92 millions d'entrées). La fréquentation du mois de septembre est stable (+0,9 %) avec notamment le succès *Des hommes et des dieux* (3,13 millions d'entrées). La fin de l'année est contrastée. Le mois d'octobre, en augmentation de 17,1 %, est marqué par la sortie du film français qui réalise le plus d'entrées en 2010, *les Petits Mouchoirs* (5,30 millions d'entrées).

Deux films d'animation, *Arthur et la guerre des deux mondes* (3,08 millions d'entrées) et *Moi, moche et méchant* (2,99 millions), stimulent également la fréquentation du mois d'octobre. L'année 2010 s'achève sur des mois de novembre et décembre plus mitigés (respectivement -8,7% et -15,0% par rapport à 2009), en dépit du succès de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, sorti fin novembre. Ce repli est à nuancer, compte tenu du caractère exceptionnel d'un mois de décembre 2009 marqué par la sortie d'*Avatar*. Au global, le dernier trimestre de l'année 2010 est en recul de 4,2% par rapport au dernier trimestre 2009.

K Plus de la moitié des entrées le week-end

Grâce à son application informatique de gestion des déclarations de recettes (Cinédi), le CNC est désormais en mesure de produire des résultats de fréquentation par jour.

Les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma au cours du week-end. 55,0% des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2010 (54,9% en 2009). La part du jeudi augmente à 11,2% des entrées (10,6% en 2009). Le poids du mercredi baisse légèrement : le jour de sortie des films capte 12,9% des entrées de l'année, contre 13,3% en 2009. Le lundi et le mardi concentrent moins d'entrées en 2010 : leur part cumulée atteint 20,9%, contre 21,1% en 2009.



J Saisonnalité de la fréquentation (millions d'entrées)

— 2010 (données provisoires)
— moyenne 2006-2009

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

K Fréquentation par jour (% des entrées)

¹ Données provisoires.
Source : CNC.

L Une progression de la fréquentation sur l'ensemble du territoire sauf à Paris

En 2010, la progression de la fréquentation se constate sur l'ensemble du territoire français, sauf à Paris *intra muros*. La capitale enregistre une légère baisse de ses entrées (27,66 millions d'entrées, soit -1,7% par rapport à 2009). En revanche, la fréquentation est en légère hausse dans les départements de la petite et de la grande couronnes (respectivement de 0,5% et de 1,9%). En régions, la croissance est portée par les grands centres urbains. Les unités urbaines de plus de 100 000 habitants voient leur fréquentation augmenter de 4,1% (90,52 millions d'entrées en 2010), de même que les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (+3,9% à 35,68 millions d'entrées). Dans les communes et agglomérations de moins de 20 000 habitants, la fréquentation est stable à 21,98 millions (+0,4% par rapport à 2009).

	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
Île-de-France	55,97	52,14	54,92	58,27	58,15
Paris	28,13	25,55	26,83	28,14	27,66
petite couronne (départements 92, 93, 94)	14,24	13,69	14,51	15,35	15,42
grande couronne (départements 77, 78, 91, 95)	13,60	12,90	13,57	14,79	15,07
autres régions	132,80	126,27	135,26	143,15	148,18
unités urbaines de + de 100 000 hab.	80,08	75,49	81,01	86,92	90,52
unités urbaines de 20 000 à 100 000 hab.	30,67	29,54	32,39	34,34	35,68
autres communes et unités urbaines	22,05	21,24	21,86	21,90	21,98
total France	188,77	178,41	190,18	201,43	206,33

L Entrées selon les zones géographiques (millions)

¹ Données provisoires.

M En 2010, la fréquentation cinématographique moyenne s'élève à 3,36 entrées par habitant en France, contre 3,28 en 2009. Cet indice reste plus fort dans la capitale (12,68), qui draine un grand nombre de spectateurs de la périphérie. En 2010, l'indice de fréquentation progresse dans le reste du territoire, excepté pour les communes et unités urbaines de moins de 20 000 habitants où il apparaît stable à 0,89 entrée par habitant.

N Progression de la recette moyenne par entrée liée au développement de la 3D

Le CNC calcule traditionnellement une recette moyenne par entrée (RME). Cet indicateur résulte de la simple division des recettes aux guichets des salles par les entrées payantes, déclarées par les exploitants. La RME tient compte à la fois des entrées payantes hors abonnements illimités et des entrées réalisées dans le cadre de ces abonnements, pour lesquelles les recettes sont valorisées conformément aux prix de référence (5,03 € pour la plupart des entrées).

La RME continue d'augmenter pour atteindre 6,32 € en 2010, soit 3,1 % de plus qu'en 2009. Entre 2008 et 2009, la progression était déjà de 2,2 %. Cet accroissement est notamment la conséquence du succès des films projetés en relief dont le prix moyen de billet est supérieur à celui des autres films. À titre indicatif, l'inflation en France s'élève à +1,5 % en 2010 selon l'INSEE.

Il est important de noter que la RME augmente plus fortement encore à l'étranger. Elle atteint ainsi 7,27 € en Allemagne (+9,0 % par rapport à 2009) et 6,50 € en Espagne (+6,6 %). Aux États-Unis, elle progresse de 5,2 % à 5,60 €.

La RME française masque un large éventail de prix pratiqués par les établissements cinématographiques. Elle tient compte du poids de chaque tarif au prorata du nombre de billets vendus. En 2010, 49,2 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 €, contre 52,4 % en 2009 et 48,9 % en 2001. Les entrées vendues à 5,03 € représentent 7,1 % des entrées payantes en 2010 (6,9 % en 2009, 7,2 % en 2008). À noter que c'est le tarif le plus courant en 2010, comme les deux années précédentes. 22,0 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 € (23,0 % en 2009 et 37,5 % en 2001) et 31,5 % un tarif supérieur à 7 € (27,3 % en 2009, 17,7 % en 2001). En 2010, la progression de la RME continue d'être liée à l'augmentation du nombre de billets vendus à plus de 10 €. Ils représentent 12,24 millions d'entrées (5,9 % des entrées totales), contre 8,05 millions en 2009 (+52 %, après une augmentation de +348 % entre 2008 et 2009).

Il convient d'ajouter que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2010, 4,75 millions d'entrées gratuites sont enregistrées, ce qui porte la fréquentation totale des salles à 211,08 millions. Les entrées gratuites représentent donc 2,2 % de l'ensemble des entrées en 2010. En 2009, 4,38 millions d'entrées gratuites avaient été enregistrées, ce qui portait la fréquentation totale des salles à 205,81 millions et la part des entrées gratuites à 2,1 %.

O En 2010, les films français captent 33,8 % des recettes totales et 35,7 % des entrées. L'ensemble des films européens totalise 48,5 % des recettes en salles, contre 45,1 % en 2009. La part de marché du cinéma américain s'établit à 49,9 % des recettes et 47,5 % des entrées. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées peut s'expliquer par l'écart existant entre la recette moyenne par entrée des films français (5,98 € en 2010) et celle des films américains (6,64 € en 2010). Cet écart se justifie principalement par le fait que la grande majorité des films diffusés en 3D, dont le prix des places est généralement majoré, sont américains (17 des 23 films sortis en 3D en 2010).

P La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes : la TVA à taux réduit (5,5 %) et la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le fonds de soutien du CNC. 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 à la « base film ». 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 %).

	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
Île-de-France	4,85	4,52	4,76	5,05	5,04
Paris	12,89	11,71	12,30	12,90	12,68
petite couronne (départements 92, 93, 94)	3,29	3,16	3,35	3,55	3,56
grande couronne (départements 77, 78, 91, 95)	2,71	2,57	2,70	2,94	3,00
autres régions	2,66	2,53	2,71	2,87	2,97
unités urbaines de + de 100 000 hab.	4,60	4,33	4,65	4,99	5,20
unités urbaines de 20 000 à 100 000 hab.	3,97	3,82	4,19	4,44	4,62
autres communes et unités urbaines	0,89	0,86	0,88	0,89	0,89
total France	3,07	2,91	3,10	3,28	3,36

M Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

¹ Indice de fréquentation = entrées / population totale.

² Données provisoires.

Source : CNC/INSEE – recensement 2006.

	films		autres	
	films français	européens (hors France)	films américains	films
2001	41,4	7,5	46,6	4,4
2002	34,6	8,4	50,2	6,8
2003	34,6	5,3	52,9	7,3
2004	38,4	9,4	48,3	3,9
2005	36,3	15,5	46,5	1,6
2006	44,5	8,8	44,8	2,0
2007	36,1	12,1	50,2	1,7
2008	45,2	9,1	44,0	1,7
2009	35,5	9,6	51,6	3,3
2010 ¹	33,8	14,7	49,9	1,6

O Parts de marché en recettes (%)

¹ Données provisoires.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ²
moins de 3,00 €	7,78	7,55	6,99	7,69	6,98	7,59	7,30	6,38	5,37	5,50
3,00 € à 3,99 €	18,51	9,53	8,48	8,87	8,28	8,69	8,31	12,28	15,48	13,67
4,00 € à 4,99 €	36,14	35,13	27,22	26,52	22,66	20,44	18,61	18,46	20,14	20,67
5,00 € à 5,99 €	64,45	64,90	59,95	70,13	60,58	66,43	63,58	65,73	64,72	62,51
6,00 € à 6,99 €	27,31	26,83	30,37	37,82	36,99	41,74	39,58	41,99	40,72	39,01
7,00 € à 7,99 €	25,74	25,08	20,28	18,39	13,79	13,57	12,11	13,45	17,98	21,72
8,00 € à 8,99 €	7,41	14,59	18,55	20,02	18,29	17,13	14,47	15,12	15,59	17,32
9,00 € à 9,99 €	0,08	0,73	1,35	5,72	7,52	12,44	13,51	14,97	13,39	13,68
10,00 € et plus	0,05	0,06	0,26	0,36	0,43	0,74	0,70	1,81	8,05	12,24
total	187,45	184,41	173,46	195,53	175,52	188,77	178,17	190,18	201,43	206,33

N Entrées selon le prix du billet vendu (millions)¹

¹ Les entrées gratuites sont exclues.

² Données provisoires.

	(M€)	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
T.S.A.		121,74	113,78	122,44	132,48	139,86
T.V.A.		59,36	56,22	60,50	65,45	69,09
SACEM ²		14,23	13,50	14,53	15,72	16,60
rémunération distributeurs ³		432,37	406,84	437,72	472,88	495,55
rémunération exploitants ³		493,02	471,17	507,04	549,42	583,69
recettes guichets		1 120,72	1 061,52	1 142,21	1 235,96	1 304,79
	(%)	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
T.S.A.		10,86	10,72	10,72	10,72	10,72
T.V.A.		5,30	5,30	5,30	5,30	5,30
SACEM ²		1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs ³		38,58	38,33	38,32	38,26	37,98
rémunération exploitants ³		43,99	44,39	44,39	44,45	44,73
recettes guichets		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

P Répartition de la recette guichets

¹ Données provisoires.

² 1,515% de la recette guichets hors TVA et hors TSA.

³ Hors toutes taxes.

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

En gras les films entrant dans le classement pour la première fois en 2010.

¹ AT: Autriche / AU: Australie / BE: Belgique / CH: Suisse / CZ: République Tchèque / DE: Allemagne / ES: Espagne / FR: France / GB: Royaume-Uni / IT: Italie / MX: Mexique / NZ: Nouvelle Zélande / RU: Russie / US: États-Unis / ZA: Afrique du Sud.

² Entrées cumulées de la sortie jusqu'au 31 décembre 2010.

Source: CNC.

	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998	US	20,63
2	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	2008	FR	20,41
3	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966	FR/GB	17,27
4	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950	US	16,72
5	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969	IT	14,87
6	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968	US	14,70
7	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961	US	14,68
8	<i>Avatar</i>	J. Cameron	2009	US	14,68
9	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002	FR	14,40
10	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958	US	14,24
11	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960	US	13,85
12	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993	FR	13,67
13	<i>Le Pont de la rivière Kwai</i>	D. Lean	1957	GB	13,48
14	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950	US	13,22
15	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
16	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971	US	12,65
17	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962	US	11,93
18	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965	FR/IT	11,74
19	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955	US	11,19
20	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948	US	10,68
21	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
22	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985	FR	10,25
23	<i>Les Bronzés 3 – amis pour la vie</i>	P. Leconte	2006	FR	10,23
24	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
25	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,14
26	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962	FR	9,98
27	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
28	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966	US	9,82
29	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955	US	9,62
30	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953	US	9,49
31	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982	US	9,42
32	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001	US	9,34
33	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998	FR	9,25
34	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,21
35	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988	FR	9,19
36	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
37	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
38	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
39	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002	US	8,80
40	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78

	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
41	<i>La Grande Évasion</i>	R. Walsh	1963	US	8,76
42	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,75
43	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947	FR	8,65
44	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,52
45	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004	FR/CH	8,47
46	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945	US	8,29
47	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947	US	8,27
48	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
49	<i>Les Couloirs du temps – les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
50	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994	FR	7,89
51	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946	US	7,84
52	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
53	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
54	<i>L'Âge de glace 3 – le temps des dinosaures</i>	C. Saldanha	2009	US	7,80
55	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
56	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
57	<i>Ratatouille</i>	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,70
58	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997	FR	7,70
59	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	M. Newell	2005	GB	7,66
60	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972	GB	7,60
61	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971	FR	7,46
62	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43
63	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001	FR	7,41
64	<i>Le Seigneur des anneaux – le retour du roi</i>	P. Jackson	2003	NZ	7,37
65	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993	US	7,31
66	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973	FR/IT	7,30
67	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991	US	7,28
68	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953	US	7,26
69	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977	US	7,23
70	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986	FR	7,22
71	<i>Star Wars : épisode 1 – la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999	US	7,21
72	<i>Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith</i>	G. Lucas	2005	US	7,20
73	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
74	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951	US	7,12
75	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949	US	7,09
76	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004	GB	7,09
77	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
78	<i>Le Seigneur des anneaux – les deux tours</i>	P. Jackson	2002	NZ	7,07
79	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949	FR	7,07
80	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947	FR	7,06
81	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961	US	7,04
82	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
83	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954	FR	6,99
84	<i>Le Seigneur des anneaux – la communauté de l'anneau</i>	P. Jackson	2001	NZ	6,95
85	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
86	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
87	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
88	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
89	<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ES/IT	6,80
90	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946	FR	6,78
91	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,73
92	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974	US	6,70
93	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981	US	6,69
94	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965	GB	6,68

	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²		titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
95	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67	149	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
96	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950	FR	6,66	150	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952	US	5,75
97	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986	FR	6,65	151	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972	FR	5,74
98	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956	AT	6,64	152	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
99	<i>L'Âge de glace 2</i>	C. Saldanha	2006	US	6,63	153	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965	GB	5,73
100	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989	US	6,60	154	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
101	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959	US	6,59	155	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946	FR	5,73
102	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993	US	6,53	156	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974	FR	5,73
103	<i>Pirates des Caraïbes – le secret du coffre maudit</i>	G. Verbinski	2006	US	6,52	157	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978	US	5,72
104	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998	FR	6,49	158	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949	GB	5,72
105	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989	US	6,48	159	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963	GB	5,71
106	<i>Robin des bois</i>	W. Reitherman	1974	US	6,47	160	<i>À nous les petites Anglaises</i>	M. Lang	1976	FR	5,70
107	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977	US	6,46	161	<i>Notre-Dame de Paris</i>	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
108	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957	AT	6,43	162	<i>La Vérité</i>	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
109	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954	US	6,40	163	<i>Indiana Jones et le temple maudit</i>	S. Spielberg	1984	US	5,68
110	<i>Arthur et les Minimoys</i>	L. Besson	2006	FR	6,40	164	<i>Matrix Reloaded</i>	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,66
111	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981	US	6,40	165	<i>Pirates des Caraïbes – jusqu'au bout du monde</i>	G. Verbinski	2007	US	5,64
112	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40	166	<i>Pocahontas, une légende indienne</i>	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,63
113	<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	2002	US	6,38	167	<i>Bons baisers de Russie</i>	T. Young	1964	GB	5,62
114	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946	FR	6,37	168	<i>Star Wars : épisode 2 – l'attaque des clones</i>	G. Lucas	2002	US	5,62
115	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952	US	6,36	169	<i>Independence Day</i>	R. Emmerich	1996	US	5,61
116	<i>Le Bon, la Brute et le Truand</i>	S. Leone	1968	IT	6,34	170	<i>Le Petit Nicolas</i>	L. Tirard	2009	FR/BE	5,60
117	<i>Spider-Man 3</i>	S. Raimi	2007	US	6,32	171	<i>La Folie des grands</i>	G. Oury	1971	FR/DE/ES	5,57
118	<i>Quo vadis</i>	M. Le Roy	1953	US	6,31	172	<i>Quai des Orfèvres</i>	H.G. Clouzot	1947	FR	5,55
119	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990	FR	6,29	173	<i>Le Cerveau</i>	G. Oury	1969	FR/IT	5,55
120	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979	FR	6,28	174	<i>Le Petit Baigneur</i>	R. Dhéry	1968	FR/IT	5,54
121	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976	US	6,26	175	<i>Shrek le troisième</i>	C. Miller	2007	US	5,54
122	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989	US	6,25	176	<i>Love Story</i>	A. Hiller	1971	US	5,51
123	<i>Harry Potter et l'ordre du Phénix</i>	D. Yates	2007	GB	6,17	177	<i>Les Indestructibles</i>	B. Bird	2004	US	5,50
124	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984	FR	6,17	178	<i>Le Gendarme à New-York</i>	J. Girault	1965	FR/IT	5,50
125	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946	FR	6,17	179	<i>Camping</i>	F. Onteniente	2006	FR	5,47
126	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948	FR	6,15	180	<i>Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie</i>	D. Yates	2010	GB	5,46
127	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993	FR/BE	6,15	181	<i>L'As des as</i>	G. Oury	1982	FR/DE	5,45
128	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964	US	6,14	182	<i>Le Bal des sirènes</i>	G. Sidney	1946	US	5,44
129	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946	FR	6,14	183	<i>Quand passent les cigognes</i>	M. Kalatosov	1958	RU	5,41
130	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952	US	6,13	184	<i>La Cage aux folles</i>	E. Molinaro	1978	IT/FR	5,41
131	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967	FR	6,12	185	<i>Napoléon</i>	S. Guitry	1955	FR	5,41
132	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003	FR	6,11	186	<i>Papa, Maman, la Bonne et Moi</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1954	FR	5,37
133	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	D. Yates	2009	GB	6,05	187	<i>La Bataille de l'eau lourde</i>	J. Dreuille	1948	FR	5,37
134	<i>Terminator 2 – le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991	US	5,99	188	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953	FR	5,37
135	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978	GB	5,97	189	<i>Les Trois Mousquetaires</i>	A. Hunebelle	1953	FR/IT	5,36
136	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983	ZA	5,95	190	<i>Les Spécialistes</i>	P. Leconte	1985	FR	5,32
137	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91	191	<i>Le Placard</i>	F. Veber	2001	FR	5,30
138	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988	US	5,90	192	<i>Les Petits Mouchoirs</i>	G. Canet	2010	FR	5,30
139	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Faïman	1987	AU	5,89	193	<i>Les Grandes Manœuvres</i>	R. Clair	1955	FR/IT	5,30
140	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984	FR	5,88	194	<i>La Jument verte</i>	C. Autant-Lara	1959	FR	5,29
141	<i>Guerre et Paix</i>	K. Vidor	1956	US	5,88	195	<i>Madagascar 2 : la grande évasion</i>	E. Darnell	2008	US	5,28
142	<i>L'Odyssée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946	US	5,87	196	<i>La Môme</i>	O. Dahan	2007	FR/CZ/GB	5,26
143	<i>Rambo 2 – la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85	197	<i>Le Professionnel</i>	G. Lautner	1981	FR	5,24
144	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85	198	<i>Spider-Man 2</i>	S. Raimi	2004	US	5,24
145	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976	FR	5,84	199	<i>Le Voleur de Bagdad</i>	A. Lubin	1946	GB	5,22
146	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958	AT	5,79	200	<i>Le Dernier Tango à Paris</i>	B. Bertolucci	1972	IT/FR	5,16
147	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994	GB	5,78						
148	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,77						



Mauvaise Foi de Roschdy Zem. © Wild Bunch Distribution.

Fais pas ci, fais pas ça. © France 2.



La Vénitienne. © Bernard Barbereau / Arte France.



Bienvenue chez les Ch'tis de Dany Boon. © Pathé Distribution.



Camping de Fabien Onteniente. © Pathé Distribution.

La Première Étoile de Lucien Jean-Baptiste. © Mars Distribution.





02 les films et les fictions à la télévision

En 2010, le nombre de films diffusés sur les chaînes nationales historiques est en baisse (-2,0%) tandis que celui des chaînes de la TNT gratuite progresse de 2,2%.
Les chaînes nationales historiques proposent 751 soirées de fiction en 2010, soit 32 soirées de moins qu'en 2009.
En 2010, chaque téléspectateur regarde, en moyenne et toutes tranches horaires confondues, 39 heures de films de cinéma et 190 heures de fictions télévisuelles sur les chaînes nationales historiques en clair.



Famille d'accueil.
© France 3.

À deux, c'est plus facile. © Julien Depaix / Arte France.

Je crois que je l'aime de Pierre Jolivet. © Studio Canal.



L'OFFRE DE CINÉMA À LA TÉLÉVISION

Rappel de la réglementation

Conformément à la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, les éditeurs de services, autres que les services de cinéma et les services de paiement à la séance, ne peuvent diffuser chaque année civile plus de 192 œuvres cinématographiques de longue durée. Ce chiffre ne peut excéder 144 œuvres lorsque la diffusion intervient en tout ou partie entre 20h30 et 22h20. Par ailleurs, ces services sont autorisés à diffuser 52 films recommandés Art et Essai supplémentaires (non comptabilisés s'ils sont diffusés aux heures de grande écoute). Les chaînes de cinéma ne peuvent diffuser chaque année plus de 500 films de long métrage différents et chacun de ces films ne peut être diffusé plus de sept fois pendant une période de trois semaines consécutives.

	TF1	France2	France3	France5	M6	Arte	Canal+	total
2001	190	163	203	8	161	285	446	1456
2002	191	143	206	10	159	263	404	1376
2003	191	158	209	8	170	265	400	1401
2004	189	164	244	11	165	256	436	1465
2005 ²	191	158	237	1	173	271	436	1467
2006	183	153	230	4	141	315	462	1488
2007	190	164	243	—	148	313	454	1512
2008	175	144	244	7	137	346	438	1491
2009	188	181	243	11	125	323	406	1477
2010	145	170	241	11	137	369	374	1447

Films diffusés sur les chaînes historiques

¹ Si un film est diffusé plusieurs fois au cours d'une même année, il est compté une seule fois.

² À partir de 2005, France 5 et Arte sont suivies pour leur programmation sur l'ensemble de la journée.

Note : Sur Arte et Canal+, un même film faisant l'objet d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

A Diminution de l'offre de films sur les chaînes nationales historiques

Les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, Canal+) diffusent 1 447 œuvres cinématographiques en 2010, soit 2,0% de moins qu'en 2009. 74,2% de ces films sont programmés par les seules chaînes en clair (72,5% en 2009).

Le nombre de films diffusés poursuit sa diminution entamée en 2008 (-30 films par rapport à 2009 et -65 films par rapport à 2007). En 2010, la baisse est notamment imputable à TF1 et Canal+ : 145 films sont diffusés par TF1 (-43 films par rapport à 2009) et 374 par Canal+ (-32 films). Sur ces deux chaînes, le nombre de films atteint en 2010 le plus bas niveau de ces dix dernières années. Pour M6 et Arte, après une année de baisse, l'offre cinématographique progresse de nouveau : +12 films pour M6 et +46 films pour Arte. Arte atteint ainsi un niveau record avec 369 films diffusés. Parmi les chaînes du groupe France Télévisions, France 2 diffuse 11 films de moins qu'en 2009 (170 films en 2010) et France 5 en diffuse autant (11 films). Depuis 2007, France 3 programme un nombre d'œuvres cinématographiques relativement stable (241 films en 2010). France 3 est la seule chaîne qui profite des possibilités supplémentaires de diffusion prévues par la réglementation, c'est-à-dire la programmation de films Art et Essai (jusqu'à 52 films par an).

B 34,1% des films diffusés par les chaînes nationales historiques en clair sont inédits (366 films en 2010, 353 en 2009), c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair. Cette part atteint 85,3% sur Canal+ (319 films en 2010, soit 22 films de moins qu'en 2009). Les chaînes historiques en clair programment 133 films français en première diffusion (147 films en 2009), soit 28,2% de l'offre totale de films français en clair. En 2010, 80 films inédits américains sont proposés, contre 83 en 2009.

Sur les quatre principales chaînes (TF1, France 2, France 3 et M6), 346 films français sont diffusés dont 25,4% sont inédits (27,1% en 2009). Avec 30 films de moins qu'en 2009, l'offre cinématographique française de ces chaînes est au niveau le plus bas de ces dix dernières années. Le nombre de films américains est relativement stable sur les quatre principales chaînes (+8 films par rapport à 2009). Il s'établit à 258 en 2010 dont 25,6% de films inédits (27,2% en 2009).

En 2010, TF1 et M6 diffusent à plus de 40% des films français. Ce taux dépasse 50% sur les chaînes de France Télévisions et sur Canal+. Seule Arte propose une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (35,0%), alors que ces films représentent moins de 20% de l'offre des autres chaînes.

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
2001	350	48,8	255	35,6	102	14,2	10	1,4	717
2002	347	49,6	257	36,8	92	13,2	3	0,4	699
2003	363	49,9	261	35,9	95	13,0	9	1,2	728
2004	411	53,9	258	33,9	88	11,5	5	0,7	762
2005	396	52,2	257	33,9	99	13,0	7	0,9	759
2006	362	51,2	238	33,7	101	14,3	6	0,8	707
2007	393	52,8	255	34,2	90	12,1	7	0,9	745
2008	353	50,4	251	35,9	92	13,1	4	0,6	700
2009	376	51,0	250	33,9	104	14,1	7	0,9	737
2010	346	49,9	258	37,2	86	12,4	3	0,4	693

B Diffusion des films selon leur nationalité sur TF1, France 2, France 3 et M6

Source : CNC-CSA.

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
TF1	72	49,7	58	40,0	15	10,3	-	-	145
France 2	95	55,9	61	35,9	14	8,2	-	-	170
France 3	122	50,6	85	35,3	31	12,9	3	1,2	241
France 5	6	54,5	2	18,2	2	18,2	1	9,1	11
M6	57	41,6	54	39,4	26	19,0	-	-	137
Arte	119	32,2	71	19,2	129	35,0	50	13,6	369
Canal+ ¹	191	51,1	133	35,6	40	10,7	10	2,7	374

B Films diffusés sur les chaînes historiques en 2010 selon leur nationalité

¹ Si un film est diffusé plusieurs fois au cours d'une même année, il est compté une seule fois.

Note : Sur Arte et Canal+, un même film faisant l'objet d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

C Diminution de l'offre cinématographique en première partie de soirée

En 2010, même si l'offre cinématographique progresse légèrement (+7 films) en première partie de soirée sur les chaînes historiques à 400 films, cette évolution est quasi exclusivement portée par Arte. En effet, l'offre cinématographique progresse de 21 films en première partie de soirée sur la chaîne franco-allemande en 2010, de même que sur France 3 (+3 films). Sur les autres chaînes, l'offre en première partie de soirée se réduit (-4 films sur TF1, -6 sur France 2, -1 sur France 5 et -6 sur M6).

Jusqu'en 2000, TF1 diffusait un nombre constant de films en première partie de soirée, à plus de 100 films par an. Depuis 2001, son offre diminue chaque année pour atteindre 48 films en 2010, soit le niveau le plus bas jamais atteint (52 films en 2009). L'offre s'est tellement réduite qu'entre les mois de mars et de mai 2010, la chaîne n'a diffusé aucun film en première partie de soirée.

En 2010, le volume de diffusion sur la case du dimanche soir diminue avec 34 films diffusés (45 films en 2009). En revanche, la diffusion de films le mardi soir progresse légèrement : 13 films sont diffusés sur cette case, contre 6 en 2009. La série américaine *les Experts* occupe l'une ou l'autre de ces deux cases en remplacement de l'offre cinématographique. Le nombre de films inédits diffusés en première partie de soirée par TF1 diminue également (20 films en 2010, 28 en 2009). L'offre de films français en première partie de soirée poursuit son recul entamé depuis plus de dix ans pour atteindre 24 films en 2010 (25 films en 2009 et 52 films en 2000). Le nombre de films américains diffusés à ces horaires est également en baisse au cours des dix dernières années (20 films en 2010, contre 39 en 2000).

	TF1	France2	France3	France5	M6	Arte	total
2001	99	79	83	-	73	132	466
2002	96	74	85	-	68	156	479
2003	85	75	77	-	68	157	462
2004	75	73	74	-	64	150	436
2005 ²	78	68	77	1	68	153	445
2006	60	65	58	1	63	169	416
2007	61	56	58	-	48	144	367
2008	58	52	60	5	57	157	389
2009	52	57	65	2	51	166	393
2010	48	51	68	1	45	187	400

C Nombre de films diffusés sur les chaînes historiques en clair en première partie de soirée¹

¹ Entre 20h30 et 22h20.

² À partir de 2005, France 5 et Arte sont suivies pour leur programmation sur l'ensemble de la journée.

Note : Sur Arte, un même film faisant l'objet d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

L'offre de films en première partie de soirée sur **France 2** diminue en 2010, pour atteindre un niveau équivalent à celui de 2008 à 51 films, soit 6 films de moins qu'en 2009. L'offre de la case cinéma du dimanche soir est en baisse, mais retrouve un niveau équivalent aux années précédentes (38 films en 2010, 46 en 2009, 37 en 2008). Après une importante diminution en 2007, la diffusion de films lors de la soirée du mardi ne cesse de progresser (12 films en 2010, contre 8 en 2009, 5 en 2008 et 2 en 2007). 52,9 % de l'offre de films de France 2 en première partie de soirée est française (+0,3 point par rapport à 2009) dont près de 45 % est constitué de films inédits (12 films). Les films américains constituent 39,2 % de l'offre (+7,6 points). 13 films américains inédits sont diffusés en première partie de soirée (8 en 2009).

Après un fort recul de l'offre cinématographique de **France 3** en première partie de soirée en 2006 (-19 films par rapport à 2005, soit 58 films), la chaîne propose 68 films à cet horaire en 2010, soit 3 films de plus qu'en 2009. Elle diffuse toujours une majorité de films français (57,4 %), parmi lesquels 23,1 % sont inédits (28,1 % en 2009). Les œuvres cinématographiques sont principalement diffusées le jeudi soir en 2010 (61,8 %). En 2009, elles se répartissaient davantage entre le mardi soir et le jeudi soir (respectivement 44,6 % et 50,8 %).

En 2010, **M6** diffuse 45 titres en première partie de soirée (6 films de moins qu'en 2009), soit le niveau le plus bas des dix dernières années. La chaîne n'a diffusé aucun film en première partie de soirée au cours du mois de septembre 2010. Depuis 2006, le traditionnel rendez-vous cinéma de la chaîne – le lundi soir – est très fréquemment occupé par d'autres programmes.

24 films sont diffusés le lundi en 2010, contre 14 films en 2009, 21 films en 2008 et 34 en 2007. Après plusieurs années d'une quasi absence de diffusion de films le jeudi soir, l'offre de M6 sur cette case s'était renforcée en 2008 et 2009 avec 29 films. En 2010, cette case horaire ne compte que 14 films diffusés. Avec 23 titres, les films français représentent 51,1 % de l'offre de M6 en première partie de soirée (25 titres et 49,0 % en 2009), parmi lesquels la part des films inédits est stable (4 titres, contre 5 en 2009). La chaîne programme 42,2 % de films américains entre 20h30 et 22h20 en 2010 (43,1 % en 2009).

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée : le lundi, le jeudi et le dimanche. La chaîne diffuse 187 films à ces horaires en 2010 (166 films en 2009). Les films français représentent 35,3 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 27,8 % et les films européens 25,7 %. Par ailleurs, 32,6 % des 187 films sont des inédits (29,5 % en 2009). Arte demeure la première chaîne nationale historique en clair pour le cinéma en première partie de soirée, tant en volume qu'en diversité d'offre. Elle réserve notamment au cinéma européen sa plus large place à la télévision avec 129 films diffusés en 2010 dont 48 en première partie de soirée.

	TF1	France2	France3	France5	M6	Arte	total
2001	52	41	48	—	31	44	216
2002	47	40	46	—	33	64	230
2003	43	42	37	—	29	58	209
2004	43	37	46	—	28	41	195
2005 ²	39	38	43	1	31	55	207
2006	31	35	31	1	26	53	177
2007	34	26	30	—	25	47	162
2008	31	29	29	5	22	56	172
2009	25	30	32	2	25	52	166
2010	24	27	39	1	23	66	180

C Nombre de films français diffusés sur les chaînes historiques en clair en première partie de soirée¹

¹ Entre 20h30 et 22h20.

² À partir de 2005, France 5 et Arte sont suivies pour leur programmation sur l'ensemble de la journée.

Note : Sur Arte, un même film faisant l'objet d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

	TF1	France2	France3	France5	M6	Arte	total
2001	39	31	31	—	30	32	163
2002	38	29	34	—	26	39	166
2003	33	30	29	—	26	38	156
2004	29	28	25	—	23	57	162
2005 ²	31	26	30	—	27	48	162
2006	23	22	23	—	25	62	155
2007	22	21	21	—	18	52	134
2008	23	17	21	—	25	50	136
2009	20	18	23	—	22	64	147
2010	20	20	24	—	19	52	135

C Nombre de films américains diffusés sur les chaînes historiques en clair en première partie de soirée¹

¹ Entre 20h30 et 22h20.

² À partir de 2005, France 5 et Arte sont suivies pour leur programmation sur l'ensemble de la journée.

Note : Sur Arte, un même film faisant l'objet d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

D L'offre cinématographique des chaînes de la TNT gratuite

En 2010, neuf des dix chaînes de la télévision numérique terrestre gratuite proposent une offre cinématographique (toutes sauf Public Sénat). Au total, elles programment 941 films qui donnent lieu à 1 498 diffusions. Par rapport à 2009, l'offre progresse de 20 films (+2,3 %). Les chaînes qui consolident le plus leur offre sont W9 (+35 films) et Direct Star (ex Virgin 17, +23 films).

40,3 % de l'ensemble des films diffusés sur les chaînes de la TNT gratuite sont français (43,7 % en 2009) et 43,9 % sont américains (41,6 % en 2009). La part des autres films s'établit à 15,8 % (14,7 % en 2009). Direct 8, W9, NT1 et France 4 s'imposent comme les principaux diffuseurs de films français. En 2010, elles en programment respectivement 63, 59, 56 et 52.

Les chaînes de la TNT gratuite continuent de diffuser en majorité des films de catalogue. Toutes chaînes confondues, 68,8 % des films sont programmés en clair au minimum pour la quatrième fois en 2010. 84 films inédits sont diffusés (87 films en 2009), soit seulement 8,9 % de l'offre. La part de films inédits atteint 13,7 % sur France 4 et 21,0 % sur Direct Star. 52,3 % des films programmés par les chaînes de la TNT gratuite ont été produits après 1995. France 4 et NRJ12, chaînes particulièrement destinées aux adolescents et aux jeunes adultes, proposent une offre de films plus récents et diffusent respectivement 62,4 % de films postérieurs à 1995.

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. 10,3 % des films se voient ainsi diffuser sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2010 (8,8 % des films en 2009). D'autre part, certaines chaînes de la TNT gratuite rediffusent également les mêmes films d'une année sur l'autre. Ainsi, 29,7 % des films programmés par TMC en 2010 étaient-ils déjà diffusés par la chaîne en 2009. Après TMC, les chaînes rediffusant le plus sont NT1 (26,6 %), Direct 8 (21,6 %) et W9 (21,6 %).

L'ensemble des chaînes de la TNT pratique la multidiffusion. La fréquence de rediffusion demeure globalement stable. Un film est diffusé en moyenne 1,6 fois en 2010 (comme en 2009). Gulli et LCP-AN sont les chaînes rediffusant le plus. Chaque film y est programmé plus de deux fois en moyenne. À l'opposé, NT1, TMC et W9 sont les chaînes qui rediffusent le moins (1,4 fois en moyenne).

	films français	films américains	films européens	autres films	total
Direct 8	63	56	5	1	125
Direct Star ¹	21	32	4	5	62
France 4	52	47	14	4	117
Gulli	26	16	8	—	50
LCP-AN	4	2	3	—	9
NRJ12	50	66	23	3	142
NT1	56	67	27	4	154
TMC	48	70	26	4	148
W9	59	57	15	3	134
total	379	413	125	24	941

D Films diffusés sur les chaînes de la TNT gratuite en 2010 selon la nationalité¹

¹ Au 1^{er} septembre 2010, Virgin 17 est devenue Direct Star.

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.

Par ailleurs, un même film faisant l'objet sur une même chaîne d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

	2005 ¹	2006	2007	2008	2009	2010
Direct 8	132	174	213	226	242	225
Direct Star ²	—	—	2	102	104	111
France 4	84	141	192	237	234	192
Gulli	—	—	10	33	73	103
LCP-AN	4	7	1	32	35	42
NRJ12	3	—	104	251	244	229
NT1	87	151	192	188	192	199
TMC	146	197	197	202	206	206
W9	34	104	104	104	104	191
total	490	774	1015	1375	1434	1498

D Nombre de diffusions des films sur les chaînes de la TNT gratuite

¹ Début de la diffusion le 31 mars 2005.

² Au 1^{er} septembre 2010, Virgin 17 est devenue Direct Star.

Note : les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Par ailleurs, un même film faisant l'objet sur une même chaîne d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

E L'offre cinématographique des chaînes de la TNT gratuite en première partie de soirée représente 954 diffusions, soit 63,7% de l'ensemble des diffusions (910 diffusions et 63,5% en 2009). Depuis 2006, le nombre de diffusions de films en première partie de soirée sur les chaînes de la TNT gratuite a progressé en moyenne de 16,0% par an (+4,8% entre 2009 et 2010). La majorité des chaînes de la TNT gratuite proposent en 2010 des cases cinéma régulières en première partie de soirée (au moins 30 films diffusés sur la même case à partir de 20h30 et avant 21h30) : Direct 8 le jeudi et le dimanche, France 4 et NRJ12 le lundi et le dimanche, Direct Star et Gulli le mardi, TMC et W9 le lundi, le jeudi et le dimanche et NT1 le mardi, le jeudi et le dimanche.

	2005 ¹	2006	2007	2008	2009	2010
Direct 8	10	80	146	147	145	141
Direct Star ²	-	-	1	64	67	60
France 4	37	70	118	120	130	136
Gulli	-	-	5	24	50	63
LCP-AN	2	3	1	-	-	-
NRJ12	2	-	62	126	140	136
NT1	83	140	141	140	130	142
TMC	101	133	144	144	144	142
W9	26	100	103	104	104	134
total	261	526	721	869	910	954

E Nombre de diffusions des films en première partie de soirée sur les chaînes de la TNT gratuite

¹ Début de la diffusion le 31 mars 2005.

² Au 1^{er} septembre 2010, Virgin 17 est devenue Direct Star.

Note : les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Par ailleurs, un même film faisant l'objet sur une même chaîne d'une multidiffusion qui s'étend sur deux années consécutives est comptabilisé à la fois en année n et en année n+1.

Source : CNC-CSA.

F 877 M€ consacrés aux achats de films

En 2010, le prix d'achat des films varie de 0,03 M€ à 5,8 M€ selon la chaîne et l'horaire 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 moyen varie entre 0,3 M€ et 5,8 M€ pour TF1 et M6, et entre 0,1 M€ et 5,4 M€ pour des chaînes cinéma comme Canal+ ou TPS Star. Il se situe entre 0,1 M€ et 2,0 M€ pour France 2, entre 0,15 M€ et 0,75 M€ pour France 3 et entre 0,03 M€ et 0,15 M€ pour Arte.

En 2010, les chaînes de télévision dépensent 877,4 M€ en achats et préachats de droits de diffusion de films. Malgré la progression de 24,1 % des préachats de films français à 344,6 M€, le montant total des achats et préachats de films français est estimé à 429,9 M€, en diminution de 1,3 % par rapport à 2009. Le montant global des achats et préachats de droits de diffusion des films est en diminution de 4,4 % en 2010, en raison du recul de l'offre cinématographique sur l'ensemble de la journée et en première partie de soirée sur les chaînes historiques. Toutefois, ce recul est atténué par l'impact positif des préachats de films français effectués par les chaînes historiques et par les achats de films de catalogue opérés par les chaînes gratuites de la TNT.

	achats	dont films français
2001	811,0	421,3
2002	767,5	392,5
2003	804,6	388,1
2004	833,7	423,2
2005	826,1	453,6
2006	800,6	379,7
2007	864,8	404,7
2008	936,8	453,5
2009	918,2	435,5
2010 ¹	877,4	429,9

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

¹ Estimations.

Source : CNC.

L'OFFRE DE FICTION À LA TÉLÉVISION

Précisions méthodologiques

La première partie de soirée est définie comme la tranche horaire de 20h35 à 22h35.

G L'offre de fiction poursuit son recul sur les chaînes historiques en clair

Les chaînes nationales historiques en clair (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte) diffusent 7 600 heures de fiction en 2010 sur l'ensemble de la journée. Ce volume recule de 5,8 % par rapport à 2009. Entre 2001 et 2010, l'offre de fiction diminue de 1 125 heures (-12,9 %). Le temps passé par les téléspectateurs à regarder des fictions sur les chaînes nationales historiques en clair est en baisse de 27,5 % entre 2001 et 2010, soit 72 heures de moins en dix ans. Il diminue de 14,3 % entre 2009 et 2010 à 190 heures en moyenne. Un Français regarde ainsi 3h39 de fiction par semaine sur les chaînes nationales historiques en clair en 2010 (4h16 en 2009). La fiction constitue le genre de programmes le plus regardé à la télévision ces dix dernières années. En 2010, elle représente 22,7 % de la consommation moyenne des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus sur les chaînes nationales historiques en clair et constitue 16,3 % de l'offre de programmes de ces chaînes.

H 34,3 % des soirées sont dédiées à la fiction

En 2010, 1 195 heures de fiction sont diffusées en première partie de soirée sur les chaînes nationales historiques (1 231 heures en 2009). Plus d'une soirée sur trois (34,3 %) est dédiée à la fiction sur TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte en 2010. Cette proportion est en retrait de 1,5 point par rapport à 2009 (35,8 %). L'ensemble des chaînes nationales historiques proposent, en cumul, 751 soirées de fiction en 2010, soit 32 soirées de moins qu'en 2009.

En 2010, les quatre principales chaînes nationales (TF1, France 2, France 3 et M6) diminuent leur offre de fiction en première partie de soirée alors que celle-ci progresse sur Canal+ et Arte. TF1 demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée. La chaîne consacre 180 soirées à la fiction en 2010, soit 12 soirées de moins qu'en 2009. TF1 est ainsi à l'origine de 24,0 % des soirées dédiées à la fiction sur les six chaînes nationales historiques. Malgré une diminution de son offre de 10 soirées en un an et de 20 soirées en deux ans, France 2 reste le deuxième diffuseur de fiction en première partie de soirée (149 soirées en 2010). Elle devance M6, dont l'offre diminue de 9 soirées (141 soirées) et France 3 qui propose 19 soirées de moins qu'en 2009 (111 soirées). En volume, l'offre de fiction de Canal+ approche celle de France 3. Avec sept soirées supplémentaires par rapport à 2009, Canal+ consacre 103 soirées à la fiction en 2010. Arte demeure la chaîne qui propose le plus faible nombre de soirées dédiées à la fiction malgré une offre en progression en 2010 (+11 soirées à 67 soirées).

	offre	consommation ²
2001	8 725	262
2002	8 137	250
2003	7 819	242
2004	7 688	239
2005	8 430	260
2006	8 264	259
2007	8 159	251
2008	8 212	227
2009	8 071	222
2010	7 600	190

G Diffusion de la fiction à la télévision (heures)¹

¹ Sur les chaînes nationales historiques en clair : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte.

² Consommation par les téléspectateurs de 4 ans et plus.

Lecture : en 2010, chaque téléspectateur regarde en moyenne 190 heures de fiction sur les chaînes nationales historiques en clair qui en diffusent au total 7 600 heures dans l'année. Source : Médiamétrie-Médiamat.

	2008	2009	2010
TF1	174	192	180
France 2	169	159	149
France 3	132	130	111
Canal+	nd	96	103
M6	145	150	141
Arte	70	56	67

H Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

Source : CNC-Médiamétrie.

Diminution de l'offre de fiction française

Sur les chaînes historiques, l'offre de fiction étrangère augmente en 2010 (+5 soirées) alors que l'offre de fiction française diminue fortement (-37 soirées). Les soirées consacrées à la fiction étrangère sont toujours plus nombreuses que les soirées de fiction française. Tous formats confondus, les fictions étrangères occupent 431 soirées (57,4 %) en 2010, contre 426 soirées en 2009, alors que les fictions françaises comptent 320 soirées (42,6 %) en 2010, contre 357 soirées en 2009. En 2010, la fiction étrangère représente plus des trois quarts de l'offre de soirées de 52 minutes (76,1 %) et la fiction française compose 72,5 % des soirées de 90 minutes. En volume horaire, la proportion de fiction inédite (c'est-à-dire jamais diffusée auparavant) est en progression en 2010. La fiction inédite constitue 69,8 % de l'offre en 2010, contre 69,0 % en 2009. Le volume de fiction inédite diminue de 15 heures en 2010 alors que le volume de fiction rediffusée diminue de près de 21 heures. Le volume de fiction étrangère inédite progresse de 24 heures alors que celui de la fiction française inédite diminue de près de 40 heures. En 2010, 69,4 % du volume horaire de fiction française diffusée en première partie de soirée est inédit (70,9 % en 2009), contre 70,1 % du volume de fiction étrangère (67,3 % en 2009).

	fiction française			fiction étrangère		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
TF1	89	96	82	85	96	98
France 2	111	102	87	58	57	62
France 3	91	101	85	41	29	26
Canal+	nd	17	29	nd	79	74
M6	24	17	18	121	133	123
Arte	16	24	19	54	32	48

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques selon la nationalité

Source: CNC-Médiamétrie.

Recul du « 90 minutes »

Sur les chaînes nationales historiques, tous les formats de fiction présentent un nombre de soirées en baisse. Toutefois, la diminution de l'offre s'explique principalement par le recul du nombre de soirées de fiction de 90 minutes. Les fictions de 90 minutes perdent 22 soirées en 2010 alors que les fictions de 52 minutes comptent 8 soirées de moins. Sur les chaînes nationales historiques, les soirées composées de fictions de 52 minutes demeurent majoritaires. Elles occupent en effet 465 soirées en 2010, contre 473 soirées en 2009, et leur part progresse de 1,5 point à 61,9 % du total des soirées dédiées à la fiction. Les fictions au format 90 minutes (unitaires ou séries) mobilisent 280 soirées en 2010, contre 302 soirées en 2009. La baisse porte essentiellement sur les rediffusions de fiction française de 90 minutes (-28 soirées). La part des fictions de 90 minutes dans l'offre totale de fiction diminue de 1,3 point en un an. Les fictions de 26 minutes composent deux soirées en 2010 (0,3 % du total en 2010), contre trois soirées en 2009.

	2009	2010
26 minutes	3	2
52 minutes	473	465
90 minutes	302	280
divers	5	4
total	783	751

Nombre de soirées consacrées à la fiction selon le format¹

¹ Sur les chaînes nationales historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, Arte.
Source: CNC-Médiamétrie.

L'AUDIENCE DES FICIONS ET DES FILMS À LA TÉLÉVISION

K La durée d'écoute atteint un nouveau record en 2010

D'après les données publiées par Médiamétrie, la durée d'écoute de la télévision (hors consommation différée) atteint un nouveau record historique en 2010. Elle est en augmentation de sept minutes par rapport à 2009 chez les individus âgés de 4 ans et plus et s'élève à 3h32 par jour en moyenne. Pour la première fois en France, la durée d'écoute a dépassé 4 heures par jour au mois de décembre 2010 (4h01). En 2010, la durée d'écoute progresse sur toutes les cibles et tranches d'âge. Elle est en hausse d'une minute chez les 4-14 ans et de 3 minutes chez les 15-34 ans, effaçant le retrait enregistré en 2009 sur ces deux cibles. Elle gagne 6 minutes chez les 15-49 ans et les CSP+. Elle augmente de 8 minutes chez les 15 ans et plus, chez les ménagères de moins de 50 ans et chez les plus de 50 ans.

2001	3h17
2002	3h20
2003	3h22
2004	3h24
2005	3h26
2006	3h24
2007	3h27
2008	3h24
2009	3h25
2010	3h32

K Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France

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

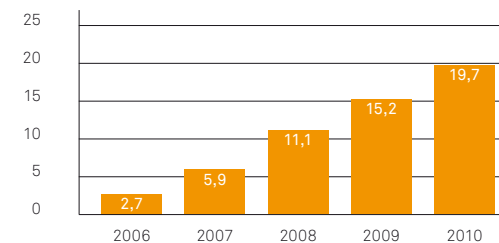
À titre de comparaison, la durée d'écoute de la télévision s'élève en moyenne à 3h10 (-2 minutes) dans le monde en 2010, à 2h34 (-7 minutes) dans la zone Asie-Pacifique, à 3h30 (stable) en Amérique latine, à 3h45 (-7 minutes) en Afrique, à 3h48 (+6 minutes) en Europe, à 4h39 (+4 minutes) en Amérique du Nord et à 4h54 (+17 minutes) au Moyen-Orient. La France présente la durée d'écoute par individu la moins élevée des cinq principaux marchés européens (Allemagne, Espagne, Italie, Grande-Bretagne).

Les supports alternatifs d'écoute (ordinateur, ordiphone, tablette, etc.) et les nouveaux modes de consommation des programmes (dont la télévision de rattrapage) se développent et constituent une consommation complémentaire à l'usage traditionnel. D'après Médiamétrie (Global TV octobre-novembre 2010), une personne sur six âgée de 15 ans et plus regarde occasionnellement la télévision en direct sur un ordinateur (fixe ou portable), un téléphone mobile ou un baladeur multimédia (14,2 % en avril-mai 2009). Cette pratique est davantage développée chez les jeunes : elle concerne plus d'une personne sur trois âgée de 15 à 24 ans (32,7 % en avril-mai 2009). L'ordinateur est le premier support complémentaire de consommation (13,4 % des 15 ans et plus et un jeune de 15 à 24 ans sur trois) tandis que le visionnage sur téléphone mobile concernerait 5 % des Français (13 % des 15-24 ans). Plus de 6 millions de Français âgés de 15 ans et plus (un sur huit) enregistrent occasionnellement des programmes sur un enregistreur numérique, soit 1,5 million d'utilisateurs supplémentaires par rapport à 2009. D'après Médiamétrie, 11,8 millions d'individus de plus de 15 ans (23,3 % de la population) regardent de façon occasionnelle des programmes en télévision de rattrapage, prioritairement sur un ordinateur, contre 10,6 millions fin 2009, 5,6 millions en mai 2008 et un peu plus de 4 millions fin 2007. Parmi les 15-24 ans, près d'un sur six enregistre occasionnellement des programmes sur un enregistreur numérique et 52,9 % ont occasionnellement recours à des services de télévision de rattrapage.

Les chaînes de la TNT gratuite représentent près de 20 % de l'audience

La fragmentation des audiences se poursuit en 2010. La croissance des chaînes de la TNT s'accélère par rapport à 2009. Leur part d'audience progresse de 4,5 points en 2010 après avoir gagné 4,1 points en 2009. Les chaînes de la TNT gratuite captent près de 20 % de l'audience de la télévision en 2010 (19,7 %). À partir du mois de juillet 2010, la part d'audience mensuelle des chaînes de la TNT dépasse systématiquement le seuil des 20 %. Parallèlement, la part d'audience nationale des chaînes historiques est en baisse de 4,0 points en 2010 après avoir diminué de 4,2 points en 2009. Elle est passée de 69,9 % en janvier 2010 à 67,6 % en décembre 2010, soit 68,1 % en moyenne sur l'année. Pour la première fois, la croissance de la TNT s'effectue également aux dépens des chaînes thématiques. Celles-ci perdent 0,5 point de part d'audience en 2010 après avoir gagné 1,6 point au cours des trois années précédentes. La part d'audience des chaînes thématiques s'établit à 12,2 % en 2010. La part d'audience des « autres TV » (chaînes TNT et thématiques) atteint 31,9 % en 2010, contre 27,9 % en 2009.

Toutes les chaînes historiques présentent une part d'audience en retrait en 2010, à l'exception de Canal+ et de France 5, en tenant compte de sa diffusion en soirée. TF1 enregistre le plus fort recul (-1,6 point) devant France 3 (-1,1 point), France 2 (-0,6 point) et M6 (-0,4 point). France 5 et Arte cèdent 0,4 point sur leur tranche historique de diffusion (avant 19h00 pour France 5, après 19h00 pour Arte). Sur l'ensemble de leur diffusion, France 5 gagne 0,1 point tandis que Arte affiche un retrait moins prononcé (-0,1 point). Canal+ présente une part d'audience stable en 2010.



Part d'audience nationale des chaînes gratuites de la TNT (%)¹

¹ Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, BFM TV, i>télé, Direct Star (ex Virgin 17), Gulli, y compris France 5 après 19h00, Arte avant 19h00 et LCP – Assemblée Nationale / Public Sénat.
Source : Médiamétrie – Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Pour la deuxième année consécutive, l'ensemble des chaînes de la TNT enregistrent une augmentation de leur part d'audience en 2010. TMC présente la plus forte croissance (+0,7 point) devant Direct 8 (+0,6 point), W9 et France 4 (+0,5 point chacune). NRJ 12 et Gulli progressent de 0,4 point chacune. La part d'audience de Direct Star (ex Virgin 17) augmente de 0,3 point. NT1 et les deux chaînes d'information (BFM TV et i>télé) sont en hausse de 0,2 point chacune.

Avec 24,5 % de part d'audience en 2010, TF1 demeure la première chaîne nationale, devant France 2 (16,1 %), France 3 (10,7 %) et M6 (10,4 %). La suite du classement est modifiée. TMC (3,3 %) devient la cinquième chaîne nationale devant France 5 (3,2 %) et Canal+ (3,1 %). W9 (3,0 %) et Gulli (2,2 %) restent en huitième et neuvième positions. Direct 8 (2,0 %) passe de la douzième à la dixième place. Elle est suivie par NRJ 12 (1,9 %) et Arte (1,6 %) qui est désormais douzième chaîne nationale, ex-æquo avec NT1 et France 4. Direct Star (ex Virgin 17, 1,0 %), BFM TV (0,9 %) et i>télé (0,7 %) closent le classement. En agrégeant l'audience des chaînes hertziennes par groupe¹, France Télévisions (-1,1 point à 31,6 %) est en tête devant le groupe TF1 (-0,7 point à 29,4 %), le groupe M6 (+0,1 point à 13,4 %), le groupe Canal+ (+0,2 point à 3,8 %) et le groupe Bolloré (+0,9 point à 3,0 %).

¹ Les groupes sont constitués comme suit :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4, et France 5.

Groupe TF1 : TF1, TMC et NT1.

Groupe M6 : M6 et W9.

Groupe Canal+ : Canal+ et i>télé.

Groupe Bolloré : Direct 8 et Direct Star (ex Virgin 17).

TF1 domine toujours largement le classement des 100 meilleures audiences de l'année. 97 d'entre elles sont enregistrées par TF1, deux par France 2 et une par M6. Diffusé sur TF1, le match *France – Mexique* de la Coupe du monde de football en Afrique du Sud réalise la meilleure audience de l'année 2010 à la télévision (15,2 millions de téléspectateurs). Le match de rugby *France – Angleterre*, dans le cadre du Tournoi des six nations, constitue la meilleure audience de France 2 en 2010 (8,3 millions de téléspectateurs) et se situe en 64^e position du classement général. M6 apparaît à la 87^e place avec le match éliminatoire pour l'Euro 2012 *Bosnie Herzégovine – France* (8,1 millions de téléspectateurs). Le premier film, *Bienvenue chez les Ch'tis* (TF1), arrive à la troisième place du palmarès (14,4 millions de téléspectateurs). La première fiction américaine (*Mentalist* sur TF1) est en dixième position. La première fiction française (*Clem* sur TF1) se situe à la dix-septième place. Le premier documentaire est en 83^e position (*Rendez-vous en terre inconnue* sur France 2). France 3 réalise sa meilleure audience avec le film français *Camping* (7,1 millions de téléspectateurs), France 5 avec le magazine *C dans l'air* (2,0 millions de téléspectateurs) et Arte avec le film français *Ridicule* (1,6 million de téléspectateurs). W9 établit le 23 décembre 2010, lors de la diffusion du film *Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith*, le nouveau record historique d'audience des chaînes de la TNT gratuite (1,963 million de téléspectateurs). Sur l'ensemble des chaînes, 10 programmes rassemblent plus de 10 millions de téléspectateurs en 2010, contre 5 en 2009, 9 en 2008, 33 en 2007 et 45 en 2006.

	2007	2008	2009	2010
chaînes historiques	82,5	76,3	72,1	68,1
TF1	30,7	27,2	26,1	24,5
France 2	18,1	17,5	16,7	16,1
France 3	14,1	13,3	11,8	10,7
Canal+	3,4	3,3	3,1	3,1
France 5	3,3	3,0	3,1	3,2
M6	11,5	11,0	10,8	10,4
Arte	1,8	1,7	1,7	1,6
chaînes TNT¹	5,9	11,1	15,2	19,7
Direct 8	0,2	0,7	1,4	2,0
W9	0,9	1,8	2,5	3,0
TMC	1,2	2,1	2,6	3,3
NT1	0,6	1,0	1,4	1,6
NRJ 12	0,4	1,0	1,5	1,9
France 4	0,4	0,9	1,1	1,6
BFM TV	0,2	0,4	0,7	0,9
i>télé	0,3	0,3	0,5	0,7
Direct Star (ex Virgin 17)	0,4	0,5	0,7	1,0
Gulli	0,8	1,5	1,8	2,2
autres chaînes²	11,6	12,6	12,7	12,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0

Part d'audience nationale des chaînes (%)

¹ Y compris France 5 après 19h00, Arte avant 19h00 et LCP – Assemblée Nationale / Public Sénat.

² Chaînes thématiques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées.

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

M Forte consommation des films sur les chaînes de la TNT gratuite

L'offre et la consommation de programmes par genre présente des différences importantes entre les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte) et les chaînes de la TNT gratuite (Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star – ex Virgin 17 –, Gulli). En moyenne, les chaînes de la TNT consacrent une part plus importante de leur grille à la fiction télévisuelle, aux variétés et aux programmes jeunesse que les chaînes historiques. L'offre de journaux d'information, de jeux, de magazines et de documentaires est, au contraire, plus conséquente sur les chaînes historiques. La différence est moins marquée en ce qui concerne le sport et le cinéma. En 2010, les magazines et documentaires constituent le premier genre de programmes proposés par les chaînes historiques (36,3 % de l'offre en volume horaire) devant la fiction (16,3 %) et les jeux (8,1 %). Sur les chaînes de la TNT gratuite, la fiction arrive en tête (31,8 %) et précède les magazines et documentaires (17,3 %) et les variétés (15,6 %). La différence en termes d'offre se répercute directement sur la consommation avec une exception qui concerne les films. Les chaînes de la TNT enregistrent une part plus importante de leur audience avec les variétés, les programmes jeunesse et la fiction que les chaînes historiques, au contraire des magazines et documentaires, des jeux et des journaux télévisés. Les films composent en revanche une part moins importante de l'offre sur les chaînes de la TNT gratuite (3,4 %, contre 4,3 % sur les chaînes historiques) mais une part plus importante de la consommation des téléspectateurs (9,4 % contre 4,7 %). En 2010, la fiction et les magazines et documentaires constituent les deux premiers genres consommés par les téléspectateurs sur les chaînes historiques et sur les chaînes de la TNT gratuite. Ils sont suivis par les journaux d'information sur les chaînes historiques et par les programmes jeunesse sur les chaînes de la TNT.

	offre		consommation	
	chaînes historiques	chaînes TNT	chaînes historiques	chaînes TNT
films	4,3	3,4	4,7	9,4
fiction télévisuelle	16,3	31,8	22,7	36,1
jeux	8,1	2,1	12,6	2,0
variétés	5,5	15,6	4,0	7,2
journaux télévisés	5,2	0,2	13,4	0,1
magazines et documentaires	36,3	17,3	21,6	18,5
sport	3,2	1,3	6,0	2,0
émissions jeunesse	8,0	12,1	2,1	12,6
publicité	6,9	7,9	9,4	8,8
divers	6,2	8,3	3,5	3,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0

M Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2010 (%)¹

¹ Sur les chaînes nationales gratuites.

Chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, France 5 (24h/24), M6, Arte (3h-19h).

Chaînes TNT : Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star (ex Virgin 17), Gulli.

Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus. Lecture : en 2010, les jeux représentent 8,1 % de l'offre des chaînes nationales historiques gratuites en durée et 12,6 % du temps d'écoute des téléspectateurs sur ces chaînes.

Précisions méthodologiques

Mediamat'Thématik est la nouvelle 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, à partir de 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). Mediamat'Thématik couvre 58,0% de la population française équipée de la télévision, contre 28,6% pour MediaCabSat.

	chaînes nationales historiques	autres TV ¹	dont chaînes thématiques	total
fév. – juillet 2001	68,8	31,2	nd	100,0
sept. 2001 – fév. 2002	68,0	32,0	nd	100,0
janv. – juin 2002	67,8	32,2	nd	100,0
sept. 2002 – fév. 2003	66,7	33,3	nd	100,0
janv. – juin 2003	65,9	34,1	nd	100,0
sept. 2003 – fév. 2004	65,9	34,1	nd	100,0
janv. – juin 2004	64,8	35,2	nd	100,0
sept. 2004 – fév. 2005	62,8	37,2	nd	100,0
janv. – juin 2005	62,8	37,2	nd	100,0
sept. 2005 – fév. 2006	64,0	36,0	nd	100,0
déc. 2005 – juin 2006	63,1	36,9	nd	100,0
sept. 2006 – fév. 2007	63,4	36,6	30,3	100,0
janv. – juin 2007	64,0	36,0	28,5	100,0
sept. 2007 – fév. 2008	62,5	37,5	29,1	100,0
janv. – juin 2008	61,6	38,4	29,6	100,0
sept. 2008 – fév. 2009	60,6	39,4	29,9	100,0
janv. – juin 2009	60,9	39,1	29,3	100,0
sept. 2009 – fév. 2010	61,0	39,0	28,6	100,0
mars – juin 2010	60,9	39,1	27,7	100,0
sept. 2010 – fév. 2011	61,2	38,8	27,2	100,0

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

¹ Autres TV : chaînes thématiques, TNT, locales, régionales et étrangères.
Source : Médiamétrie – MédiaCabSat jusqu'en février 2010 puis Mediamat'Thématik à partir de mars 2010, individus de 4 ans et plus abonnés à une offre élargie.

Le recul de l'audience des chaînes thématiques se poursuit

Le nombre d'individus vivant dans un foyer abonné à une offre payante par le câble, le satellite ou l'ADSL augmente de 1,2% à 16,8 millions en février 2011 (16,6 millions en 2010, 17,0 millions en 2009 et 16,9 millions en 2008) dont 4,6 millions par le câble (-3,2%) et 12,3 millions par CanalSat (+2,1%). Parallèlement, Médiamétrie dénombre 14,2 millions de personnes recevant la télévision par ADSL (+20,7%). 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'élève à 3h34, contre 3h45 pour l'ensemble des équipés TV, sur la période allant de septembre 2010 à février 2011. Parmi les abonnés au câble ou à CanalSat, la part d'audience des chaînes nationales historiques augmente de 0,2 point en un an, à 61,2%. La part d'audience des « autres TV » s'élève à 38,8% dont 27,2% pour les chaînes thématiques (-1,4 point), 9,8% pour les chaînes de la TNT gratuite (+2,2 points) et 1,8% pour les chaînes locales, régionales et étrangères (-1,0 point). La part d'audience des chaînes thématiques apparaît ainsi en retrait sur les quatre dernières périodes de mesure. Sur l'ensemble de l'univers couvert par Mediamat'Thématik, la part d'audience des chaînes nationales historiques s'établit à 64,2%, contre 19,0% pour les chaînes thématiques et 15,1% pour les chaînes de la TNT gratuite.

Parmi les 90 chaînes thématiques étudiées par Mediamat'Thématik, Canal+ Sport est la première chaîne en part d'audience (1,1% sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant Paris Première, RTL9 et TV Breizh (0,7% chacune) sur la période allant de septembre 2010 à février 2011. Canal+ Sport est ainsi la seule chaîne à dépasser 1% de part d'audience. 13 chaînes thématiques présentent une part d'audience en augmentation par rapport à la période d'étude précédente (mars-juin 2010) et 6 chaînes affichent une part d'audience en baisse. Au final, dix chaînes présentent une part d'audience supérieure ou égale à 0,5%.

La part d'audience agrégée des chaînes Ciné Cinéma est stable à 1,0%. La chaîne cinéma TCM enregistre 0,1% de part d'audience (performance stable), soit un score équivalent à celui de TPS Star (-0,1 point).

Meilleure audience pour un film à la télévision depuis 1992

Le cinéma compte huit titres de moins dans le classement des cent meilleures audiences de la télévision en 2010. Trois films dont deux comédies françaises (*Bienvenue chez les Ch'tis* et *Astérix aux Jeux Olympiques*) et un film d'animation américain (*Ratatouille*) sont présents dans le palmarès. Cinq chaînes sur onze abonnées au Mediamat réalisent leur meilleure audience de l'année avec un film : France 3 (*Camping*), Arte (*Ridicule*), W9 (*Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith*), TMC (*l'Âge de glace 2*) et Gulli (*le Petit Monde de Charlotte*). Deux films cinématographiques réalisent plus de dix millions de téléspectateurs en 2010. Il n'y en avait aucun en 2009, ils étaient trois en 2008 et un en 2007. Pour la deuxième année consécutive, le cinéma français assure les meilleures audiences des films sur toutes les chaînes historiques en clair. 40% des cinq meilleures audiences cinématographiques de chacune de ces chaînes sont réalisées par des films français (68% en 2009). Douze films inédits figurent au palmarès des cinq meilleures audiences cinématographiques des chaînes historiques en 2010, contre onze en 2009, huit en 2008, sept en 2007 et onze en 2006. Quatre des 25 films de ces palmarès ont été diffusés plus de dix fois, contre six en 2009, cinq en 2008 et quatre en 2007.

Sur TF1, les cinq meilleures audiences cinématographiques de 2010 sont réalisées par des films inédits en clair. Après avoir réuni 20,4 millions de spectateurs dans les salles de cinéma, *Bienvenue chez les Ch'tis* totalise 14,4 millions de téléspectateurs lors de sa première diffusion le 28 novembre sur TF1. Le film de D. Boon réalise ainsi la meilleure audience pour un film à la télévision depuis *l'Ours* de J.-J. Annaud, qui avait réuni 16,4 millions de téléspectateurs le 23 février 1992 (31,0% d'audience) sur TF1. *Astérix aux Jeux Olympiques* de F. Forestier

et T. Langmann est le seul autre film diffusé à la télévision en 2010 à dépasser 10 millions de téléspectateurs (10,1 millions). Le premier film étranger en termes d'audience est américain : *Ratatouille* de B. Bird et J. Pinkava réalise la meilleure audience de 2010 pour un film d'animation (8,6 millions de téléspectateurs).

Sur **France 2**, quatre des cinq meilleures audiences de films sont atteintes par des œuvres inédites et américaines.

Mais la première place est occupée par un film français déjà diffusé : *les Choristes* réunit 6,2 millions de téléspectateurs pour sa troisième diffusion, après 5,8 millions en 2008 et 11,5 millions en 2006. À chacune de ses diffusions, le film de C. Barratier a intégré le classement des cinq meilleures audiences cinématographiques de la chaîne.

Sur **France 3**, le classement des cinq meilleures audiences cinématographiques est constitué uniquement de rediffusions (trois films français et deux films américains). Après avoir réalisé la meilleure audience des films diffusés sur France 2 en 2008 (8,2 millions de téléspectateurs), *Camping* de F. Onteniente prend la tête du classement de France 3 lors de sa deuxième diffusion en 2010 (7,1 millions de téléspectateurs).

Il s'agit de la meilleure audience pour un film diffusé sur France 3 depuis 2002 (*la Vie est belle* de R. Benigni).

Sur **M6**, les trois meilleures audiences de films sont réalisées par des œuvres inédites. Le film français *Ne le dis à personne* de G. Canet arrive en première position (5,5 millions de téléspectateurs) devant le film britannique *Nanny McPhee* de K. Jones (5,0 millions). Sur **Arte**, les cinq meilleures audiences cinématographiques sont réalisées par des rediffusions. *Ridicule*, film français de P. Leconte, réalise la meilleure audience des films diffusés sur Arte en 2010.

Sur **W9**, le classement des cinq meilleures audiences des films est constitué uniquement de films américains en rediffusion. La chaîne présente la particularité d'intégrer à son palmarès deux films également présents dans le classement des cinq meilleures audiences cinématographiques de M6. Quatre épisodes de la saga *Star Wars* occupent les premières places du classement sur W9 en 2010.

titre	réalisateur	date de diffusion	nationalité ¹	rang de diffusion	audience (%)	part de marché (%)
TF1						
<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	28 novembre	FR	1	24,7	51,0
<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier / T. Langmann	24 octobre	FR/DE/ES/IT	1	17,3	38,4
<i>Ratatouille</i>	B. Bird / J. Pinkava	31 octobre	US	1	14,8	35,9
<i>L'Âge de glace 2</i>	C. Saldanha	14 février	US	1	13,3	28,8
<i>Harry Potter et l'Ordre du Phénix</i>	D. Yates	21 novembre	GB	1	12,8	30,4

France 2						
<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	10 janvier	FR/CH	3	10,7	22,4
<i>Zodiac</i>	D. Fincher	05 décembre	US	1	9,7	22,7
<i>La Faille</i>	G. Hoblit	16 mai	US	1	9,2	20,8
<i>Dans la vallée d'Elah</i>	P. Haggis	14 novembre	US	1	8,6	19,6
<i>Le Goût de la vie</i>	S. Hicks	21 novembre	US	1	8,4	17,9

France 3						
<i>Camping</i>	F. Onteniente	27 avril	FR	2	12,2	27,4
<i>Le Mur de l'Atlantique</i>	M. Camus	18 mai	FR/IT	17	6,8	15,4
<i>Gladiator</i>	R. Scott	13 mai	US	4	6,7	17,6
<i>La Soupe aux choux</i>	J. Girault	05 juillet	FR	14	6,6	16,1
<i>Les Incorruptibles</i>	B. De Palma	09 septembre	US	7	6,4	15,2

M6						
<i>Ne le dis à personne</i>	G. Canet	18 octobre	FR	1	9,3	23,0
<i>Nanny McPhee</i>	K. Jones	23 décembre	GB	1	8,5	19,7
<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	08 février	US	1	8,0	18,7
<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	15 février	US	5	7,8	17,6
<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	01 février	US	2	7,5	17,9

Arte						
<i>Ridicule</i>	P. Leconte	20 décembre	FR	4	2,8	5,8
<i>La Jeune Fille à la perle</i>	P. Webber	16 novembre	GB	2	2,7	6,0
<i>Le Fils du désert</i>	J. Ford	24 mai	US	6	2,6	7,0
<i>Mélodie en sous-sol</i>	H. Verneuil	28 décembre	FR/IT	15	2,5	5,8
<i>Les Diaboliques</i>	H-G. Clouzot	29 mars	FR	10	2,3	5,1

W9						
<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	23 décembre	US	2	3,4	8,3
<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	09 décembre	US	3	3,0	7,4
<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	16 décembre	US	3	2,9	7,0
<i>Le Retour du Jedi</i>	R. Marquand	02 décembre	US	8	2,7	7,0
<i>Hellboy</i>	G. Del Toro	27 mai	US	3	2,5	6,0



Les meilleures audiences des films à la télévision en 2010

Audience : 1% = 583 770 individus âgés de 4 ans et plus.

¹ CH : Suisse / DE : Allemagne / ES : Espagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / US : États-Unis.

Source : Médiamat-Médiamétrie, CNC.

P La fiction américaine réalise les meilleures audiences

En 2010, la fiction capte 69 des 100 meilleures audiences de la télévision (67 des 100 meilleures audiences en 2009). Le classement est composé de 62 épisodes de séries américaines (38 épisodes de *Mentalist*, 11 épisodes de *Dr House*, 5 épisodes de *Esprits criminels*, 5 épisodes des *Experts* et 3 épisodes des *Experts : Miami*). La fiction française compte seulement sept programmes dans ce classement (tous diffusés sur TF1), mais elle affiche une progression de quatre titres par rapport à 2009. Le premier épisode de *Clem* réalise la meilleure audience des fictions françaises en 2010 (9,4 millions de téléspectateurs). Le classement intègre également trois épisodes de *Une famille formidable*, deux épisodes de *Joséphine, ange gardien* et un téléfilm (*Au bas de l'échelle*).

Sur **TF1**, le classement des cinq meilleures audiences de fiction (les fictions récurrentes n'apparaissant qu'une fois) est composé de trois séries américaines et de deux fictions françaises. Un épisode de la série américaine *Mentalist* est la seule fiction à réunir plus de 10 millions de téléspectateurs en 2010 (10,1 millions). Il est suivi par le pilote de la série française *Clem* (9,4 millions).

Sur **France 2**, la première place est occupée pour la troisième année consécutive par un épisode de la série américaine *FBI : portés disparus* (6,4 millions de téléspectateurs) dont la diffusion s'est achevée le 15 mars. La série *Fais pas ci, fais pas ça* est la seule fiction française du classement (5,6 millions).

Sur **France 3**, les cinq meilleures audiences annuelles de fiction sont toutes réalisées par des fictions françaises depuis 2003. La première place reste occupée par une fiction qui n'est pas diffusée en première partie de soirée. Pour la troisième année consécutive, un épisode du feuilleton quotidien *Plus belle la vie* diffusé à 20h10 réalise la meilleure audience des fictions sur France 3 en 2010 (6,2 millions de téléspectateurs).

Sur **M6**, la série américaine *NCIS : enquêtes spéciales* occupe la première place du classement pour la quatrième année consécutive (6,9 millions de téléspectateurs). Le classement intègre trois fictions françaises en 2010 (deux en 2009, aucune en 2008).

Sur **Arte**, la meilleure audience annuelle de fiction est réalisée par un téléfilm français depuis 2006. À deux c'est *plus facile* réunit 1,6 million de téléspectateurs le 4 juin 2010. Le palmarès comprend deux autres téléfilms français.

Sur **W9**, le classement des cinq premières audiences de fiction est constitué de quatre fictions nord-américaines. Mais la première place est occupée par un téléfilm français, *Je hais les parents*, diffusé initialement sur France 2 (1,1 million de téléspectateurs).

Les résultats complets concernant la diffusion et l'audience de la fiction sont disponibles dans l'étude sur « la diffusion de la fiction à la télévision en 2010 » publiée en avril 2011 et consultable sur le site internet www.cnc.fr

titre	date de diffusion	nationalité ²	audience (%)	part de marché (%)
TF1				
<i>Mentalist</i>	03 novembre	US	17,2	37,3
<i>Clem</i>	22 février	FR	16,2	34,8
<i>Dr House</i>	02 février	US	15,6	35,5
<i>Esprits criminels</i>	09 juin	US	14,6	33,7
<i>Joséphine, ange gardien</i>	08 février	FR	14,6	32,6
France 2				
<i>FBI : portés disparus</i>	01 mars	US	10,9	24,6
<i>Cold Case</i>	08 novembre	US	10,4	22,4
<i>Castle</i>	30 août	US	10,0	22,9
<i>Fais pas ci, fais pas ça</i>	08 décembre	FR	9,6	20,5
<i>The Closer : L.A. enquêtes prioritaires</i>	17 mai	US	8,9	19,7
France 3				
<i>Plus belle la vie</i>	11 mars	FR	10,6	23,6
<i>Louis la brocante</i>	02 mars	FR	9,5	20,5
<i>Le Sang des Atrides</i>	25 mai	FR	8,7	20,4
<i>Famille d'accueil</i>	05 janvier	FR	8,3	18,2
<i>La Saison des immortelles</i>	01 juin	FR	6,8	15,5
M6				
<i>NCIS : enquêtes spéciales</i>	15 janvier	US	11,9	27,5
<i>Bones</i>	02 septembre	US	8,3	19,9
<i>Ma femme, ma fille, deux bébés</i>	20 octobre	FR	8,2	19,2
<i>Victoire Bonnot</i>	03 mars	FR	8,1	18,8
<i>L'Amour vache</i>	14 janvier	FR	8,1	18,3
Arte				
<i>À deux c'est plus facile</i>	04 juin	FR	2,8	7,9
<i>La Vénitienne</i>	29 octobre	FR	2,4	5,6
<i>Conspiracy</i>	29 janvier	GB / US	2,0	4,5
<i>La Vie devant soi</i>	22 décembre	FR	1,8	3,9
<i>Wallander</i>	26 février	GB	1,8	4,1
W9				
<i>Je hais les parents</i>	28 septembre	FR	1,9	4,4
<i>Missing : disparus sans laisser de trace</i>	20 juin	CA / US	1,9	4,5
<i>Kyle XY</i>	07 février	US	1,9	5,0
<i>Vol 732 : terreur en plein ciel</i>	30 décembre	US	1,8	6,5
<i>Ma famille d'abord</i>	30 août	US	1,7	4,6

P

Les meilleures audiences des fictions à la télévision en 2010¹

Audience : 1 % = 583 770 individus âgés de 4 ans et plus.

¹ Les fictions récurrentes n'apparaissent qu'une fois dans ce classement.

² CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : États-Unis.

Source : Médiamat-Médiamétrie, CNC.



Apocalypse, la 2^e Guerre Mondiale.
© CC et C / France 2.



Les Petits Meurtres d'Agatha Christie. © France 2.



Micmacs à tire-larigot de Jean-Pierre Jeunet. © Warner Bros France.



Carlos de Olivier Assayas. © C. Bethuel, J.C. Moireau / P. Scavirc / Film en stock / Canal+.



Le Hérisson de Mona Achache. © Pathé Distribution.



Le Ruban blanc de Michael Haneke.
© Les Films du losange.



Le Printemps de Mélie de Pierre-Luc Granjon.
© Office national du Canada / Folimage.



Solomon Kane de Michael J. Basset. © Metropolitan FilmExport.



03 l'exportation des films et des programmes audiovisuels français

L'année 2009 est marquée par un contexte économique international difficile.
Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger baissent de 8,7 % par rapport à 2008.
Par ailleurs, les recettes d'exportation des films français reculent de 3,1 % à 136,9 M€ en 2009.
Les résultats en salles des films français à l'international enregistrent un nouveau recul en 2010, avec un total de 58,7 millions d'entrées (-12,8%) selon Unifrance, pour 330,8 M€ de recettes guichets (-5,7%).



Coco Chanel & Igor Stravinsky de Jan Kouen. © Wild Bunch Distribution.

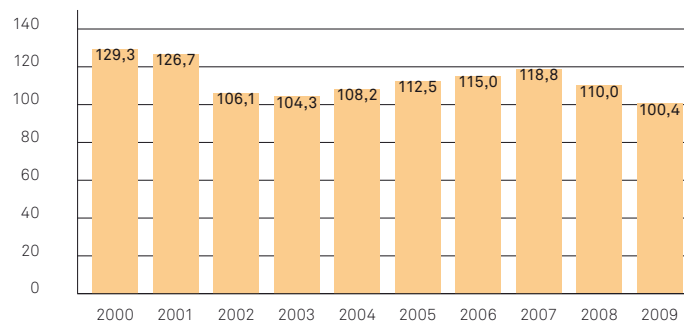


L'Hiver de Léon de Pierre-Luc Granjon et Pascal Le Nôtre.
© Office national du Canada / Folimage.

L'EXPORTATION DES PROGRAMMES AUDIOVISUELS EN 2009

Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le Centre national du cinéma et de l'image animée et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'étude complète sur *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2009*, publiée par le CNC en septembre 2010, en collaboration avec TV France International, et disponible sur www.cnc.fr.

A En 2009, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger atteignent 100,4 M€, en baisse de 8,7 % par rapport à 2008. Ce recul s'explique principalement par la baisse des ventes de programmes de fiction (-19,4 %) et de documentaires (-19,1 %). Portées par une production nationale dynamique, les ventes de programmes d'animation résistent et affichent une progression de 3,9 %. Dans le même temps, la vente de formats (fiction, jeux, variétés) connaît une importante croissance (+26,5 %).



A Évolution des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)

Source : CNC - TV France International.

La géographie du marché de l'exportation des programmes audiovisuels présente des tendances contrastées en 2009. Première zone d'accueil des productions françaises, l'Europe de l'Ouest connaît un recul de 12,8 % par rapport à 2008, tandis que l'Europe centrale et orientale se maintient (-1,4 %) et que l'Amérique du Nord enregistre une hausse (+12,7 %) après quatre années de baisse continue. Les ventes de programmes français dans la zone Asie / Océanie progressent fortement (+53,5 %). En revanche, celles à destination du Moyen-Orient, de l'Amérique latine et de l'Afrique diminuent respectivement de 7,8 %, 27,3 % et 58,9 %.

Ces résultats confirment le recul déjà observé en 2008 et traduisent un marché international fragilisé par la crise économique. Cette dernière est venue amplifier la tendance à la fragmentation du marché, apparue dès 2005 avec la multiplication des chaînes numériques. Ces chaînes disposent de moyens financiers beaucoup plus limités que ceux des diffuseurs historiques et l'augmentation des volumes de ventes ne compense pas l'érosion des prix.

B Progression de l'animation, recul des documentaires et de la fiction

En 2009, les ventes d'animation française à l'étranger enregistrent une hausse de 3,9 % à 31,9 M€. La part du genre progresse de 3,9 points à 31,7 % des ventes totales. Cette évolution s'explique en grande partie par la forte croissance du volume de production nationale observée en 2009 (+34,0 %).

En Europe de l'Ouest, les ventes de programmes français d'animation sont quasi stables (-1,0 %) à 19,3 M€ et représentent 60,7 % des ventes totales du genre (63,7 % en 2008). D'importants marchés comme l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Italie, mais aussi la Scandinavie, achèvent une mutation entamée depuis 2007 : la migration des cases jeunesse des diffuseurs historiques vers leurs déclinaisons sur le réseau hertzien numérique. En 2009, l'Amérique du Nord multiplie par trois ses achats d'animation française pour atteindre 4,6 M€. La zone représente ainsi 14,6 % des ventes d'animation (+9,8 points).

En Asie / Océanie, les importations d'œuvres françaises d'animation doublent à 2,7 M€ (1,3 M€ en 2008), malgré l'ampleur de la crise qui a touché les pays de la zone. En direction des pays d'Europe centrale et orientale (PECO), les ventes d'animation progressent de 9,4 % à 2,7 M€ : la zone absorbe 8,3 % des exportations d'animation française en 2009 (7,9 % en 2008).

Ainsi la Russie, la Pologne ou la République Tchèque sont-elles des acheteurs fidèles d'animation. Les ventes d'animation française en Amérique latine sont réduites en 2009 (-17,3 % à 1,3 M€). Avec une baisse de 69,5 % à 0,9 M€ en 2009, le Moyen-Orient apparaît désormais comme une zone marginale pour ce qui est de l'exportation de ces programmes.

Pour la deuxième année consécutive, les exportations de documentaires reculent à 23,2 M€ (-19,1 %).

En 2009, le genre représente 23,1 % des ventes totales de programmes audiovisuels (26,0 % en 2008).

Cette baisse s'explique principalement par une conjoncture internationale difficile, marquée par une baisse des prix et une raréfaction des cases dédiées au documentaire

sur les grilles des diffuseurs hertziens historiques étrangers, en faveur d'un transfert sur les chaînes thématiques du câble, du satellite et de la TNT. Les séries longues sont toujours privilégiées par les chaînes, mais une demande croissante apparaît également pour les programmes unitaires tournés en HD. Outre les traditionnels sujets environnementaux, l'animalier fonctionne toujours très bien, de même que les sujets « voyage », les sujets d'actualités, les documentaires scientifiques, les documentaires historiques sur le patrimoine français et les sujets de niche sur l'éco-tourisme.

L'Europe occidentale reste le premier débouché des documentaires français, même si les recettes d'exportation en provenance de cette zone sont en retrait de 5,2 % à 14,4 M€ en 2009. Compte tenu du recul plus marqué des autres territoires, la part de l'Europe de l'Ouest augmente de 9,1 points à 61,9 % des recettes totales du genre. À l'exception de l'Italie, dont les achats de documentaires progressent sensiblement, les principaux acheteurs européens de documentaires connaissent un ralentissement significatif de leurs importations. C'est le cas de l'Allemagne, de l'Espagne et, dans une moindre mesure, de la Scandinavie. Au contraire, les achats en provenance des pays francophones (Belgique et Suisse) progressent. Les exportations de documentaires français vers l'Amérique du Nord sont divisées par deux à 2,3 M€ (4,7 M€ en 2008), soit 10,0 % des ventes totales de documentaires (16,2 % en 2008). En Europe centrale et orientale, les ventes de documentaires français diminuent de 37,1 % à 2,3 M€, soit une part de marché de 9,8 % des ventes totales (-2,8 points). La Russie se maintient, alors que les autres territoires tendent plutôt à réduire leurs acquisitions. La zone Asie / Océanie, avec des achats à 2,2 M€ (-11,4 %), occupe une place limitée au sein du marché de l'exportation de documentaires, la NHK au Japon demeurant l'un des rares clients actifs sur le documentaire historique.

En 2009, les ventes internationales de fiction française subissent un tassement de 19,4 % pour atteindre un niveau proche de celui de 2007 (21,6 M€). Cette situation est liée en partie à la baisse du volume de production nationale (-17,6 % à 752 heures). Les prix du marché ont chuté en moyenne de près de 20 % par rapport à 2008. En conséquence, le poids de la fiction diminue dans le total des exportations (-2,8 points à 21,6 %). Les acheteurs se focalisent principalement sur les séries longues disposant d'un fort potentiel à l'international. Il s'agit principalement de 52 minutes et plus ponctuellement de mini-séries. Les genres policier et suspense arrivent toujours à se vendre relativement facilement, surtout en Europe de l'Ouest. En revanche, la fiction patrimoniale en costumes a tendance à s'essouffler, y compris en Europe de l'Est où elle parvenait à bien se vendre. Comme pour les autres genres, l'Europe de l'Ouest est le principal marché des programmes français de fiction. Les ventes de fiction sur cette zone diminuent de 22,6 % à 15,1 M€, soit une part de marché de 69,7 % en 2009 (72,7 % en 2008). Cette baisse s'explique par le recul des achats de gros clients tels que l'Italie, la Belgique et l'Espagne, avec des baisses de prix de près de 50 %. L'Allemagne est plutôt bien orientée, essentiellement grâce à la bonne tenue du marché vidéo. Au Royaume-Uni, les ventes de fiction française progressent également, mais restent limitées compte tenu de la profusion des séries locales. La Scandinavie maintient un rythme d'achat régulier, sur des montants toutefois peu élevés. En Europe centrale et orientale, les exportations de fiction française fléchissent de 23,8 % à 2,9 M€. La part de la zone passe de 14,1 % des exportations du genre en 2008 à 13,3 % en 2009. La zone Asie / Océanie est à l'origine de 7,1 % des achats de fiction française en 2009 (3,4 % en 2008). Les vendeurs français travaillent essentiellement avec le Japon, seul territoire qui achète de la fiction non tournée en anglais. Les exportations de fiction en Amérique du Nord reculent à 1,3 M€ (-16,5 %). Aux États-Unis, les achats de fiction française se limitent souvent à des options ou des droits d'adaptation de format.

Avec des ventes en progression de 26,5 % à 16,4 M€ en 2009, les formats de fiction, de jeux et de variétés poursuivent leur croissance pour atteindre 16,3 % des exportations de programmes audiovisuels (+4,6 points par rapport à 2008). Cette croissance s'explique par une demande soutenue : moindre prise de risque et rentabilité accrue sont des atouts de poids auprès des acheteurs. En Europe, la Belgique, la Suisse, l'Espagne et l'Italie restent des clients fidèles des formats français de fiction. Dans le reste du monde, des territoires comme la Russie, la Turquie ou Israël achètent également ce type de programmes.

En 2009, les exportations de programmes musicaux et de spectacles vivants continuent de baisser (-43,5 % à 4,4 M€). Les cases des chaînes dédiées à la culture se resserrent dans un grand nombre de territoires et les prix diminuent fortement.

	2005	2006	2007	2008 ¹	2009	évolution 09/08
animation	45,3	42,6	41,7	30,7	31,9	+3,9%
documentaire	27,9	28,5	30,2	28,7	23,2	-19,1%
fiction	22,4	22,1	22,0	26,8	21,6	-19,4%
format (fiction, jeux, variétés)	-	-	-	13,0	16,4	+26,5%
format, information, divers	7,6	7,2	12,4	-	-	-
musique, spectacle vivant	2,7	4,5	6,6	7,8	4,4	-43,5%
jeux, variétés	6,6	10,1	5,9	-	-	-
divers (information, extraits...)	-	-	-	3,1	2,9	-6,4%
total	112,5	115,0	118,8	110,0	100,4	-8,7%

B Exportations de programmes audiovisuels français par genre (M€)

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.

C L'Europe reste le premier partenaire des exportations françaises

L'Europe génère toujours la majeure partie des exportations de programmes français en 2009, malgré un recul de 2,2 points de sa part de marché à 73,1 % des ventes totales. Cette baisse est essentiellement due à la contraction du marché en Europe de l'Ouest. Les principaux territoires acheteurs sont l'Italie, l'Allemagne / Autriche et la Belgique.

Cœur de cible du marché international des programmes audiovisuels, l'Europe occidentale a beaucoup souffert de la crise en 2009, quel que soit le genre de programme considéré. Si les exportations à destination de cette zone représentent toujours la majeure partie (62,6 %) des recettes, ces dernières fléchissent à 62,9 M€, soit une baisse de 12,8 % par rapport à 2008. Pour la deuxième année consécutive, les ventes de programmes français en Italie reculent à 11,9 M€ (-17,9%), principalement sur l'animation. Si le marché italien reste le premier débouché international des programmes français, notamment de fiction, il reste difficile d'accès pour les vendeurs de documentaires. Deuxième partenaire de la France avec 10,6 M€ (-22,8 %), l'Allemagne a connu un sérieux ralentissement économique au cours du premier semestre 2009, qui se traduit par la baisse des ventes d'animation et, dans une moindre mesure, de documentaires. Les exportations audiovisuelles vers la Belgique atteignent 9,1 M€ en 2009 (-10,0 %). En dépit d'un premier semestre difficile, les chaînes belges conservent leur forte appétence pour les fictions françaises. L'Espagne présente une baisse significative de ses importations de programmes français en 2009 (-23,8 % à 8,9 M€) car la crise a contraint les chaînes hertziennes à réduire leurs achats, en privilégiant la production locale. Avec des achats en progression de 16,3 % à 4,7 M€, la Suisse maintient un volume d'affaires significatif, principalement grâce aux commandes de la Télévision Suisse Romande, et du groupe RTL. Le Royaume-Uni enregistre un recul prononcé de ses importations de programmes français, passées de 6,9 M€ en 2008 à 4,6 M€ en 2009.

Le marché britannique est de plus en plus difficile à pénétrer, en raison notamment de la disparition de certaines chaînes et de la réduction des cases dédiées aux programmes étrangers. Malgré d'importantes restructurations opérées par les chaînes publiques début 2009, les pays scandinaves restent un marché dynamique, avec des achats stables à 4,4 M€ (+0,6 %). Les pays d'Europe centrale et orientale n'ont pas été épargnés par la crise en 2009. Grâce à quelques contrats d'importance, la Russie enregistre une hausse de 32,6 % à 4,1 M€. Elle capte ainsi 38,6 % des exportations de programmes français en Europe centrale et orientale en 2009 (28,7 % en 2008). Après cinq années de progression régulière, les ventes de programmes français en Pologne marquent un fléchissement à 1,8 M€ en 2009 (-11,6 %). Touchées elles aussi par la crise, les ventes vers la zone « République Tchèque / Slovaquie » s'établissent à 1,4 M€ en 2009 (-28,3 % par rapport à 2008). Les recettes en provenance de la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovaquie, autres » sont stables à 1,3 M€ (-1,6 %).

Rebond des États-Unis et du Canada, dynamisme de la zone Asie / Océanie

En 2009, les ventes de programmes français aux États-Unis progressent (+8,5 % à 5,0 M€), après trois années consécutives de baisse. Cette croissance s'explique essentiellement par la vente de séries d'animation. Le Canada enregistre une hausse de ses achats de programmes français en 2009 (+17,7 % à 4,5 M€). Les chaînes publiques francophones Télévision Radio Canada et Télé-Québec concentrent leurs achats sur des séries d'animation fortes et des documentaires d'exception. Sur les territoires anglophones, les échanges commerciaux sont en revanche beaucoup plus limités du fait de la prépondérance des programmes américains. Au Japon, les ventes de programmes français s'élèvent à 2,0 M€ (+25,6 % par rapport à 2008). La majeure partie des ventes sont réalisées auprès de la NHK qui intervient également en tant que coproducteur sur certains documentaires. Si les montants à destination des zones « Chine, Hong-Kong, Taïwan » et « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » sont encore faibles, les exportateurs considèrent ces territoires comme dotés d'un fort potentiel. L'existence de quotas demeure néanmoins un important frein à l'exportation vers la Chine.

	recettes (M€)					évolution 09/08	parts de marché (%)				
	2005	2006	2007	2008	2009		2005	2006	2007	2008	2009
Europe de l'Ouest	66,8	72,0	77,7	72,1	62,9	-12,8%	59,4	62,6	65,4	65,5	62,6
Europe centrale et orientale	7,9	9,6	11,8	10,7	10,5	-1,4%	7,0	8,3	10,0	9,7	10,5
Amérique du Nord	16,8	14,2	10,3	8,4	9,5	+12,7%	15,0	12,3	8,7	7,6	9,4
Asie / Océanie	10,9	9,3	6,4	5,6	8,6	+53,5%	9,6	8,1	5,4	5,1	8,5
Afrique	2,9	3,7	5,9	5,2	2,1	-58,9%	2,6	3,2	5,0	4,7	2,1
Moyen-Orient	4,8	3,9	4,6	5,0	4,6	-7,8%	4,2	3,4	3,9	4,5	4,6
Amérique latine	2,4	2,3	2,0	3,1	2,3	-27,3%	2,1	2,0	1,7	2,9	2,3
total	112,5	115,0	118,8	110,0	100,4	-8,7%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

C Exportations de programmes audiovisuels français par zone géographique

¹ Y compris les ventes à TV5 et CFI.
Source : CNC – TV France International.

Les exportations vers l'Australie et la Nouvelle-Zélande sont multipliées par deux à 2,2 M€ en 2009 (1,0 M€ en 2008). L'essentiel des ventes portent sur des documentaires « événementiels », pour des sorties vidéo. En Corée du Sud, les exportations reculent de nouveau (-13,6 % à 0,5 M€) et concernent presque exclusivement des séries policières et des documentaires d'investigation.

Des territoires encore marginaux : Moyen-Orient, Afrique et Amérique latine

En 2009, les recettes issues de l'exportation de programmes français au Moyen-Orient sont en baisse de 7,8 % à 4,6 M€. Les programmes français qui y sont vendus sont souvent doublés en anglais, pour être ensuite sous-titrés dans les langues des différents pays de la zone (Israël, Liban, Qatar, Iran, Turquie, etc.).

Les exportations de programmes français en Afrique enregistrent un recul significatif en 2009 (-58,9 % à 2,1 M€). Dotées de très peu de moyens, les chaînes africaines préfèrent acheter des programmes locaux ou miser sur des séries américaines à succès.

Avec des achats en baisse de 27,3 % à 2,3 M€, l'Amérique latine reste une zone de second rang pour le marché français de l'exportation des programmes audiovisuels. La plupart des contrats sont conclus avec les chaînes pan-régionales et au cas par cas avec les chaînes payantes au Mexique (+53,2 % à 0,6 M€) et au Brésil (-25,1 % à 0,5 M€). Organisé fin 2009, le *Rendez-Vous de Mexico* a permis aux sociétés françaises de nouer des relations avec les territoires les plus difficiles d'accès, notamment le Venezuela et l'Argentine.

LES RECETTES À L'EXPORTATION DES LONGS MÉTRAGES FRANÇAIS

En 2004, le CNC a mis en place une enquête auprès des entreprises concernées, qui permet d'évaluer les recettes à l'exportation des films français. Ces derniers sont définis comme les films d'initiative française (incluant donc les coproductions majoritaires) et les coproductions minoritaires françaises. Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte sont celles effectivement encaissées au cours de l'année 2009. 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 2007, 2008 et début 2009. Ainsi, les résultats de cette enquête ne reflètent-ils pas l'activité des sociétés d'exportation en 2009, mais plutôt les ventes que ces sociétés ont réalisées sur les deux années précédentes. Les encaissements de recettes correspondent essentiellement aux recouvrements de minima garantis payés par les distributeurs étrangers. L'écart entre les données de cette étude du CNC et celles publiées par Unifrance s'explique par un périmètre d'analyse différent. Unifrance comptabilise les recettes guichets des films sortis en salles en 2009, tandis que le CNC prend en compte les encaissements nets réalisés par les exportateurs en 2009, tous droits confondus, sur des films sortis en salles en 2009 ou antérieurement.

Dans un environnement international difficile marqué par la crise économique, les recettes d'exportation des films français reculent de 3,1 % à 136,9 M€ en 2009. Cette diminution doit être mise en perspective avec le recul de la fréquentation des films français à l'étranger. En effet, selon Unifrance, le cinéma français voit ses entrées à l'étranger reculer de 19,2 % à 67,3 millions en 2009, pour un niveau de recettes guichets de 350,9 M€ (416,2 M€ en 2008). Fragilisés par la crise économique, de nombreux distributeurs étrangers préfèrent se tourner vers des « valeurs sûres » (*blockbusters*, films d'action, comédies) et vers des productions nationales, plutôt que d'investir dans des films tournés en langue française. Les minima garantis proposés par les acheteurs continuent de baisser et les revenus issus du marché de la vidéo à la demande sont encore loin de compenser le fléchissement du marché de la vidéo physique.

Après trois années consécutives de baisse, les recettes à l'exportation de films étrangers réalisées par les entreprises françaises progressent de 85,5 %, atteignant un niveau record de 89,6 M€ en 2009. La part des ventes de films étrangers à l'international représente 39,5 % des recettes d'exportation de films des sociétés françaises en 2009 (+14,1 points par rapport à 2008).

	recettes (M€)			parts de marché (%)		
	films français ¹	films étrangers	total	films français ¹	films étrangers	total
2005	153,2	86,4	239,5	63,9	36,1	100,0
2006	170,3	78,6	249,0	68,4	31,6	100,0
2007	131,4	62,7	194,1	67,7	32,3	100,0
2008	141,3	48,3	189,6	74,5	25,5	100,0
2009	136,9	89,6	226,5	60,5	39,5	100,0
évol. 09/08	-3,1%	+85,5%	+19,4%	-	-	-

Recettes d'exportation selon la nationalité des films

¹ Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises. Source : CNC.

En 2009, les recettes à l'exportation des films français récents (produits après le 1^{er} janvier 2006) sont en léger retrait (-2,8 % à 121,2 M€). Étant donné la baisse plus prononcée des recettes sur les films de catalogue (-5,9 % à 15,7 M€), la part des recettes d'exportation des films français récents progresse de 0,4 point à 88,6 % des recettes totales d'exportation des films français. Les films de catalogue pèsent 11,4 % des encaissements totaux réalisés sur les films français (11,8 % en 2008).

Les principaux clients

L'Allemagne est depuis 2007 le premier marché étranger pour le cinéma français en termes de chiffre d'affaires. En 2009, pour la deuxième année consécutive, les recettes d'exportation des films français en Allemagne progressent (+25,6 % à 22,0 M€), portant la part de marché du pays à 16,1 % des recettes totales d'exportation (12,4 % en 2008). Cette progression s'inscrit dans un contexte de hausse de la fréquentation et d'augmentation du prix de la place de cinéma en Allemagne en 2009.

Le cinéma français connaît en 2009 une nouvelle embellie aux États-Unis, avec une progression des recettes de 15,0 % à 15,7 M€ en provenance de la zone « États-Unis et / ou Canada anglophone ».

Après une année 2008 en creux, les contrats relatifs aux « États-Unis + grand pays européen et / ou Japon » génèrent 11,8 M€ de recettes.

Les recettes d'exportation des films français en provenance du bassin anglophone (Royaume-Uni et Irlande) continuent de progresser en 2009 (+3,2 % à 7,8 M€). Le secteur du cinéma au Royaume-Uni affiche un bilan positif en 2009, porté par une progression des entrées en salles et l'augmentation du prix des places de cinéma.

En 2009, les recettes d'exportation du cinéma français en Russie subissent une nouvelle contraction (-34,8 % à 6,4 M€), retrouvant un niveau proche de celui d'avant 2006. La hausse de la fréquentation des salles russes a essentiellement profité au cinéma américain et,

dans une moindre mesure, au cinéma national. Les encaissements de recettes générées par les films français au Japon continuent de baisser, atteignant 5,9 M€ en 2009 (-15,3 % par rapport à 2008). Le marché japonais de la salle reste très concentré et dominé par les multiplexes.

En 2009, les recettes générées par la vente des films français en Italie diminuent pour la deuxième année consécutive à 5,3 M€ (-26,5 %). Au cours des sept dernières années, ces recettes ont été divisées par trois. Le secteur du cinéma en Italie connaît d'importantes difficultés en 2009, avec notamment une chute brutale des investissements dans la production.

Les ventes de films français en Espagne sont stables à 5,3 M€ en 2009 (+0,6 %). Cette stabilité des recettes intervient dans un contexte de baisse des entrées des films français en Espagne.

En 2009, les exportations de films français en Belgique sont en baisse de 40,2 % à 5,1 M€. Cette diminution mérite d'être relativisée compte tenu d'une année 2008 exceptionnelle, marquée par le succès de *Bienvenue chez les Ch'tis*.

	recettes (M€)			parts de marché (%)		
	films de catalogue ¹	films récents ²	total	films de catalogue ¹	films récents ²	total
2005	30,3	122,9	153,2	19,8	80,2	100,0
2006	24,1	146,2	170,3	14,2	85,8	100,0
2007	18,8	112,6	131,4	14,3	85,7	100,0
2008	16,7	124,7	141,3	11,8	88,2	100,0
2009	15,7	121,2	136,9	11,4	88,6	100,0
évol. 09/08	-5,9%	-2,8%	-3,1%	-	-	-

Recettes d'exportation selon la date de production des films français

¹ Films produits avant 2002 pour l'année 2005, avant 2003 pour l'année 2006, avant 2004 pour l'année 2007, avant 2005 pour l'année 2008 et avant 2006 pour l'année 2009.

² Films produits après 2002 pour l'année 2005, après 2003 pour l'année 2006, après 2004 pour l'année 2007, après 2005 pour l'année 2008 et après 2006 pour l'année 2009.

Source : CNC

	recettes (M€)	part de marché (%)	évolution 09/08
Allemagne et/ou zones germanophones	22,0	16,1	+25,6%
États-Unis et/ou Canada anglophone	15,7	11,5	+15,0%
États-Unis + grand pays européen et/ou Japon ¹	11,8	8,7	-
Royaume-Uni et/ou Irlande	7,8	5,7	+3,2%
Russie	6,4	4,6	-34,8%
Japon	5,9	4,3	-15,3%
Italie	5,3	3,9	-26,5%
Espagne	5,3	3,9	+0,6%
Belgique	5,1	3,7	-40,2%
Scandinavie	4,8	3,5	+12,9%
Benelux	4,6	3,3	+36,0%
Suisse (hors région germanophone)	3,9	2,9	+3,6%
Grèce	2,6	1,9	-17,3%
Pologne	2,5	1,8	-13,4%
Australie et/ou Nouvelle-Zélande	2,3	1,7	+17,1%
total quinze premiers	106,2	77,5	-4,6%
total	136,9	100,0	-3,1%

Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2009

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. Source : CNC.

G Répartition géographique des exportations de films français

En 2009, l'Europe de l'Ouest est la première zone d'exportation du cinéma français avec 47,6 % des recettes totales (+2,3 %). Cette hausse est en grande partie imputable à l'Allemagne. Les recettes en provenance du Royaume-Uni et de l'Espagne se maintiennent, alors que la situation continue de se détériorer en Italie.

L'Amérique du Nord arrive au deuxième rang des importateurs de films français, avec 22,5 % des recettes totales et une progression de 7,7 % des exportations en 2009. Plus d'un tiers de ce montant est généré par le film *Taken*.

Avec 11,8 % des recettes en 2009, l'Europe centrale et orientale se place à la troisième place des acheteurs de films français. La diminution des recettes de 32,0 % par rapport à 2008 s'explique en grande partie par le recul de la Russie et des contrats de vente multi-territoires.

En 2009, les encaissements de recettes en provenance de la zone asiatique reculent de 17,3 % par rapport à 2008. Cette baisse est principalement imputable à la chute observée sur le Japon, que ne parvient pas à compenser la progression des importations de la Corée du Sud.

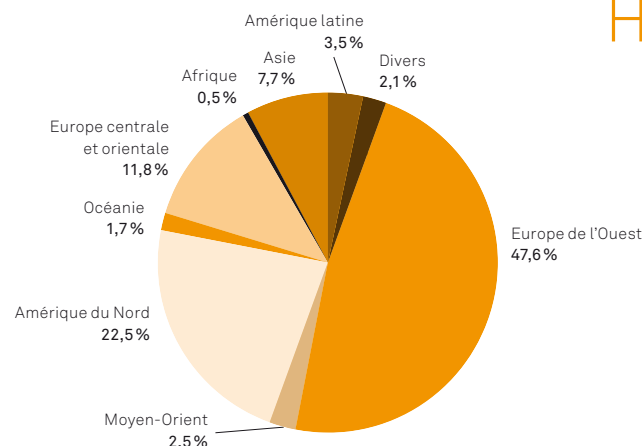
En 2009, les autres zones géographiques occupent une position plus limitée sur le marché français de l'exportation cinématographique. Les recettes des films français en Amérique latine progressent de 15,8 % à 4,8 M€ et représentent 3,5 % des recettes totales en 2009. L'Afrique arrive en dernière position, avec 0,7 M€ de recettes (-24,1 %), soit 0,5 % des recettes totales.

H Les sociétés exportatrices de films français

En 2009, les trois premières sociétés françaises d'exportation concentrent 58,0 % des recettes totales encaissées pour la vente de films français à l'étranger (58,8 % en 2008). Comme en 2008, cinq entreprises réalisent plus de 10 M€ de recettes et captent 75,0 % des recettes des films français (+0,7 point par rapport à 2008). Le nombre d'entreprises générant entre 1 M€ et 5 M€ de recettes passe de 11 en 2008 à 8 en 2009. Ces sociétés totalisent 15,4 % des encaissements de recettes (18,9 % en 2008).

Les résultats complets sur l'exportation des films français en 2009 ont été publiés en novembre 2010 et sont consultables sur www.cnc.fr.

	nombre de sociétés					parts des recettes totales (%)				
	2005	2006	2007	2008	2009	2005	2006	2007	2008	2009
plus de 10 M€	5	4	6	5	5	76,2	64,8	76,7	74,3	75,0
entre 5 M€ et 10 M€	2	7	1	1	1	9,4	29,8	5,8	6,4	7,0
entre 1 M€ et 5 M€	6	4	7	11	8	13,0	4,8	16,1	18,9	15,4
moins de 1 M€	6	4	3	3	8	1,5	0,5	1,5	0,4	2,6
total	19	19	17	20	22	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



G Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2009

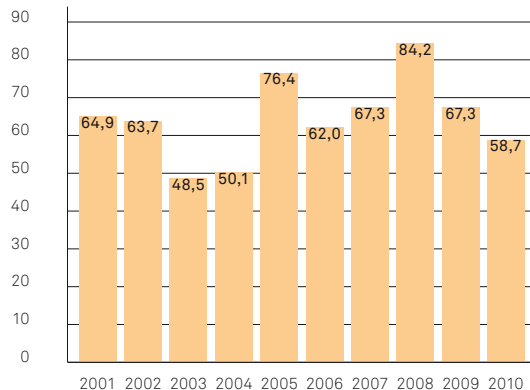
Source : CNC.

H Les sociétés selon leurs recettes d'exportation de films français

Source : CNC - TV France International.

LES ENTRÉES DES FILMS FRANÇAIS À L'ÉTRANGER EN 2010

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance dans le cadre de sa mission de suivi économique du cinéma français à l'étranger. Ces données proviennent d'organismes officiels et sont ensuite recoupées avec celles des distributeurs et des attachés audiovisuels, pour obtenir des résultats exhaustifs du marché. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 64 pays. Les films se classent en deux catégories : d'un côté les films à financement majoritaire français, de l'autre 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 2010 présentées ici sont arrêtées à début avril 2011. En ce qui concerne les résultats d'exportation des courts métrages français, les données présentées ci-après sont issues des déclarations des adhérents d'Unifrance au titre de l'année 2009.



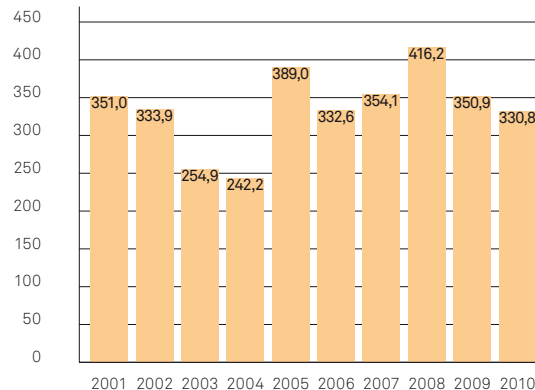
Entrées des films français à l'étranger (millions)

Source : Unifrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Recul des entrées des films français à l'étranger en 2010

En 2010, les films français réalisent 58,7 millions d'entrées à l'étranger, soit une baisse de 12,8 % par rapport à 2009. Les recettes aux guichets des salles diminuent dans une moindre mesure (-5,7 %) à 330,8 M€. Ce recul des films français à l'étranger s'explique principalement par l'absence de films très porteurs. Ainsi les trois premiers films (*The Ghost Writer*, *From Paris with Love* et *Océans*) réalisent-ils chacun aux alentours de 7 millions d'entrées à l'étranger, alors qu'en 2009, *Taken* enregistrait à lui seul 23 millions d'entrées. Néanmoins le nombre d'entrées réalisées par les films français progresse dans de nombreux pays européens, notamment grâce aux films en langue française qui génèrent 55,6 % des entrées totales en 2010.

En dépit de la baisse des résultats en salles, les films français continuent d'être achetés et de circuler dans le monde entier. Ainsi le nombre de films français programmés sur les écrans étrangers reste-t-il élevé (409 films en 2010, 418 films en 2009).



Recettes guichets des films français à l'étranger (M€)

Source : Unifrance (données mises à jour pour les années antérieures).

L'Europe occidentale redevient le premier consommateur étranger de films français en salles

Généralisant 35,0% des entrées des films français à l'étranger (+7,1 points par rapport à 2009), l'Europe occidentale retrouve la première place qu'elle avait perdu en 2009 au profit de l'Amérique du Nord. En 2010, les entrées des films français progressent en Italie (+142 %), en Espagne (+34 %) et au Royaume-Uni (+79 %). Dans ces deux derniers pays, la hausse des parts de marché des cinématographies nationales ne se fait plus au détriment de celle du cinéma français. *Le Concert*, *le Hérisson*, *Elle s'appelait Sarah*, *Océans*, *Des hommes et des dieux* ou *Un prophète* ont su attirer le public avec un résultat supérieur à 500 000 entrées en Europe occidentale. En 2010, l'Amérique du Nord redevient le deuxième marché pour les films français (-12,1 points à 24,9 % des entrées totales). Les États-Unis enregistrent 13,1 millions d'entrées (24 millions en 2009) et la fréquentation des films en langue française augmente de 38 % grâce au succès d'*Océans* (2,6 millions d'entrées), d'*Un prophète* (280 000 entrées) ou encore de *Coco Chanel & Igor Stravinsky* (213 000 entrées). Après deux années consécutives de baisse, les performances des films français au Québec se maintiennent à 900 000 entrées en 2010. Les territoires d'Amérique latine sont marqués par une stabilisation de leur part de marché (+1,4 point à 8,7 % des entrées). La zone Asie présente un bilan contrasté avec certains territoires en progression (+34 % au Japon) et d'autres en retrait (-31 % en Chine, où les succès sont moindres comparés aux 2,4 millions d'entrées de *Transporteur 3* en 2009). En Océanie, les entrées des films français sont en baisse en Australie (-26 %), malgré les succès de *From Paris with Love* (160 000 entrées) et de *Micmacs à tire-larigot* (85 000 entrées). La baisse se confirme en Nouvelle-Zélande, avec des entrées en chute de 35 % pour les films français.

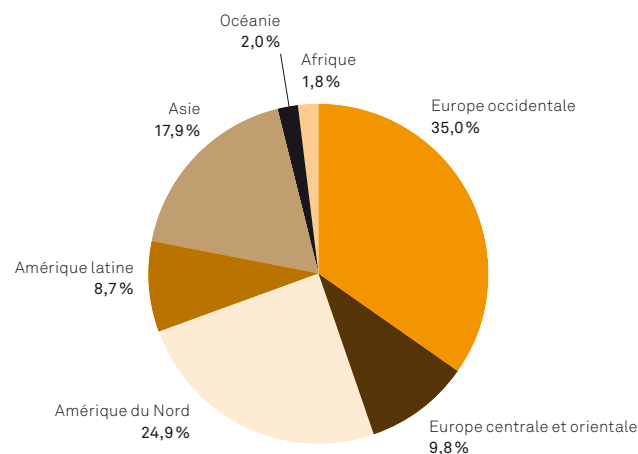
85% des entrées pour les films majoritairement français

En 2010, la part des entrées des films d'initiative française à l'étranger atteint près de 85%. À titre de comparaison, les films majoritaires ne représentaient que la moitié des entrées réalisées par l'ensemble des films français à l'étranger en 2006. En 2010, les seuls films français minoritaires ayant obtenu des résultats importants sont *SplICE* (3,3 millions d'entrées, hors France et Canada), *Solomon Kane* (2,0 millions d'entrées, hors France et Royaume-Uni) et *le Ruban blanc* (1,6 million d'entrées sur 2009 et 2010, hors France et Allemagne).

Les deux films d'initiative française les plus performants à l'étranger en 2010 sont des productions en langue anglaise : *From Paris with Love* (7,8 millions d'entrées) et *The Ghost Writer* (7,0 millions d'entrées). Avec 6,8 millions d'entrées à l'étranger, le documentaire *Océans* prend la troisième place. En 2010, les entrées des films français à l'étranger se répartissent sur un plus grand nombre de films : le film le plus performant génère 13,3% des entrées totales tandis qu'en 2009, *Taken* en enregistrait 46,1%.

Parmi les vingt premiers films en langue française, plusieurs démarrent leur carrière à l'étranger en fin d'année 2010. C'est le cas du film *Elle s'appelait Sarah*, plus gros succès français à ce jour aux Pays-Bas avec près de 500 000 entrées. C'est également le cas des films *Potiche* ou *Des hommes et des dieux*, dont les carrières étrangères se déploieront sur de nombreux territoires en 2011. En 2010, huit films en langue française enregistrent plus d'un million d'entrées à l'étranger (deux films de plus qu'en 2009). Huit des vingt premiers films en langue française réalisent davantage d'entrées à l'étranger qu'en France : *Coco Chanel & Igor Stravinsky* enregistre ainsi 5,5 fois plus d'entrées à l'étranger qu'en France.

Comme chaque année, les films en langue étrangère enregistrent davantage d'entrées à l'étranger qu'en France. C'est le cas de 5 des 10 films en langue étrangère les plus performants, et notamment de *From Paris with Love* : avec 23,7 fois plus d'entrées à l'international qu'en France, il enregistre le ratio le plus élevé de l'année.



J Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2010

Source : Unifrance.

Les ventes de courts métrages français à l'étranger se portent toujours bien en 2009

Les recettes nettes réalisées en 2009 par les courts métrages français à l'étranger sont estimées à plus de 495,1 K€ par Unifrance. La légère baisse observée par rapport à 2008 (-3,0%) n'est pas significative, l'étude 2009 n'incluant pas dans son périmètre les ventes de droits France + Allemagne à Arte et des ventes non commerciales auprès du Ministère des Affaires étrangères, qui étaient comptabilisées en 2008. En 2009, 734 ventes de courts métrages français sont répertoriées à l'étranger (+25,3% par rapport à 2008). Elles concernent 443 films différents (375 en 2008, soit une hausse de 18,1%).

Si la fiction reste le premier genre de court métrage exporté (62,0% des recettes et 45,4% des titres vendus), il convient de souligner la forte montée en puissance de l'animation. Cette dernière représente près d'un tiers des recettes (31,1%) et 43,3% des titres vendus en 2009. 8 films d'animation figurent parmi les 10 titres ayant fait l'objet du plus grand nombre de ventes et 4 films d'animation sont parmi les 10 films ayant généré le plus de recettes. *Oktapodi* (réalisé par des élèves de l'école des Gobelins) est ainsi l'un des grands succès de l'année à l'international, en nombre de ventes conclues comme en chiffre d'affaires : sans dialogues et de très courte durée (2 minutes 27), il a pu très facilement s'exporter. À signaler également, *le Printemps de Mélie* de Pierre-Luc Granjon et *l'Hiver de Léon* de Pierre-Luc Granjon et Pascal Le Nôtre, deux courts métrages d'animation tous publics qui ont généré, malgré un plus faible nombre de ventes, des recettes significatives grâce aux diffusions télévisuelles. Le documentaire représente 5,3% des recettes réalisées et 7,9% du nombre de titres vendus en 2009 (respectivement 8,1% et 3,0% en 2008).



Plus belle la vie. © France 3.



Red Johnson's chronicles. © Lexis Numérique.



Addict(s). © Mascaret Films 2010.

N.C.I.S. © M6.



Bones. © M6.

Titeuf, le film de Zep. © Pathé Distribution.



Grey's Anatomy. © TF1.



Heavy Rain. © Quantic Rain.

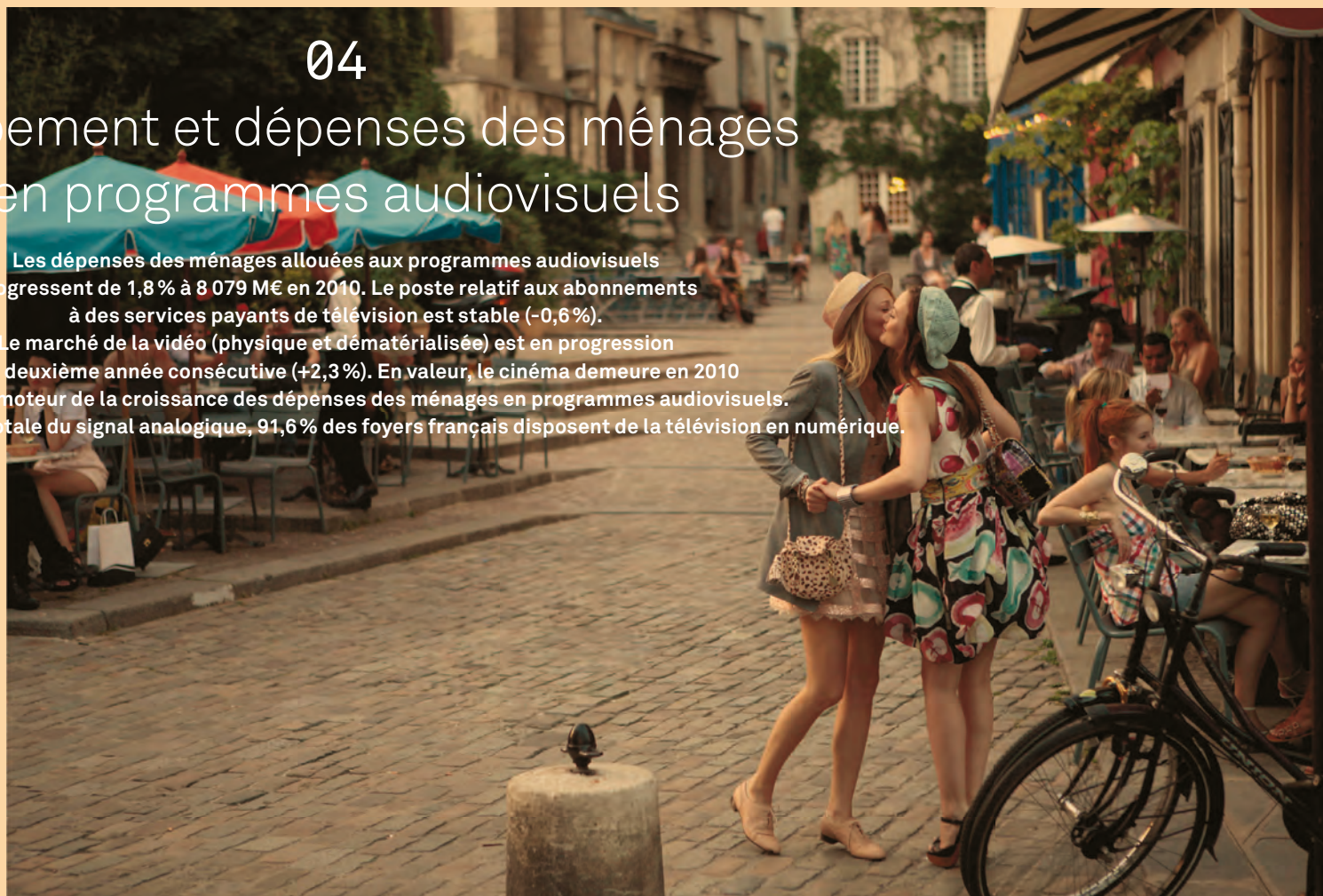


04

équipement et dépenses des ménages en programmes audiovisuels

Les dépenses des ménages allouées aux programmes audiovisuels progressent de 1,8% à 8 079 M€ en 2010. Le poste relatif aux abonnements à des services payants de télévision est stable (-0,6%).

Le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) est en progression pour la deuxième année consécutive (+2,3%). En valeur, le cinéma demeure en 2010 le principal moteur de la croissance des dépenses des ménages en programmes audiovisuels. À un an de l'extinction totale du signal analogique, 91,6% des foyers français disposent de la télévision en numérique.



Les Contes de la nuit de Michel Ocelot. © Studio Canal.



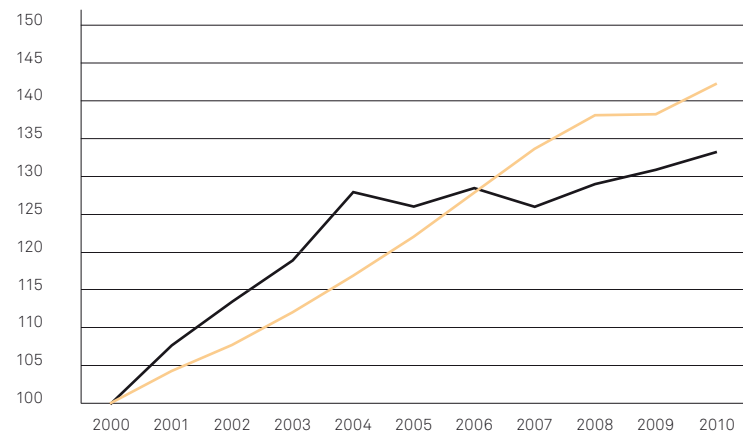
Gossip'Girl de Mark Piznarski. © Warner Bros Entertainment Inc.

LES DÉPENSES DES MÉNAGES EN PROGRAMMES AUDIOVISUELS

A En 2010, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels progressent plus rapidement (+1,8%) qu'en 2009 (+1,5%). Elles dépassent pour la première fois 8 000 M€ (8 079 M€ en 2010). La croissance des dépenses en programmes audiovisuels est toutefois inférieure à la croissance des dépenses totales de consommation des ménages (+2,9% en 2010).

L'augmentation des dépenses en programmes audiovisuels s'explique par la hausse des dépenses de contribution à l'audiovisuel public (+3,0%), de cinéma (+5,6%) et de vidéo à la demande (+39,5%), alors que les dépenses d'abonnements à des services de télévision (-0,6%) et les dépenses de vidéo physique (-0,3%) sont stables.

En 2010, chaque foyer français dépense en moyenne près de 300 € (297,7 €) en programmes audiovisuels. Les dépenses moyennes par ménage sont en hausse de 1,3% par rapport à 2009. Les dépenses consacrées à la télévision représentent en moyenne 193,0 € par foyer en 2010 (+0,3%). Les abonnements à des services payants de télévision demeurent le premier poste de dépenses en programmes audiovisuels. Ils s'élèvent à 121,1 € par foyer en moyenne en 2010 (-1,1%). Chaque foyer dépense en moyenne 71,8 € (+2,6%) pour la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur), 51,6 € (-0,7%) en achats et locations de vidéogrammes pré-enregistrés et 48,1 € (+5,1%) en achats de places de cinéma. Rapportée à chaque foyer, la dépense en vidéo à la demande atteint 5,0 € en 2010 (+39,1%), contre 3,6 € en 2009, 2,0 € en 2008 et 1,1 € en 2007.



Évolution des dépenses des ménages¹

¹ En indice base 100 en 2000, données mises à jour.

Sources : Canal+ - GfK - NPA Conseil - IDATE - Loi de finances - SEVN - CNC - INSEE.

— dépenses de consommation totale des ménages
— dépenses des ménages en programmes audiovisuels

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ⁴	2008 ⁴	2009 ⁴	2010
contribution audiovisuel public ¹	1 573	1 572	1 603	1 677	1 734	1 763	1 764	1 863	1 892	1 949
abonnements ²	2 691	2 801	2 841	2 895	2 990	3 157	3 245	3 351	3 308	3 288
vidéo physique ³	1 245	1 478	1 772	2 049	1 889	1 737	1 543	1 414	1 406	1 402
vidéo à la demande	-	-	-	-	-	14	29	53	97	136
cinéma	1 021	1 030	996	1 139	1 031	1 121	1 062	1 142	1 236	1 305
total	6 530	6 881	7 212	7 760	7 644	7 792	7 642	7 824	7 939	8 079

Dépenses des ménages en programmes audiovisuels (M€)

¹ Ex-redevance audiovisuelle, part télévisuelle.

² Canal+, câble et satellite (estimation).

³ Données GfK-SEVN retraçant les achats et locations de vidéogrammes pré-enregistrés. Jusqu'en 2003, le périmètre des ventes intègre les hypermarchés, les grandes surfaces spécialisées et la vente par correspondance. Les ventes par internet sont prises en compte à partir de 2004. Seules les ventes en kiosque demeurent exclues.

⁴ Données mises à jour.

Sources : Canal+ - GfK - NPA Conseil - IDATE - Loi de finances - SEVN - CNC.

B La télévision représente 64,8 % des dépenses

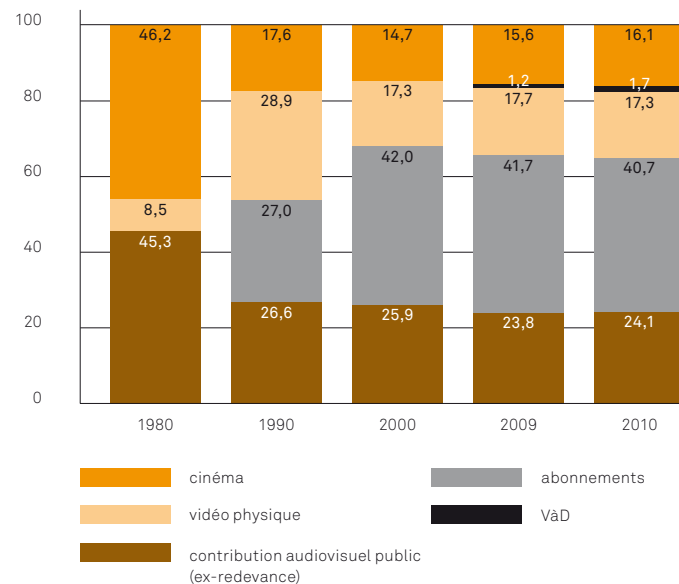
La part de la télévision à péage dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels est en baisse pour la deuxième année consécutive. Elle s'établit à 40,7 % en 2010, contre 41,7 % en 2009. Le poids de la contribution à l'audiovisuel public (ex-redevance audiovisuelle) atteint son plus haut niveau depuis 2001. Elle représente 24,1 % des dépenses totales en 2010, soit 0,3 point de plus qu'en 2009. Au total, les ménages consacrent 64,8 % de leurs dépenses audiovisuelles à la télévision (65,5 % en 2009).

La part des achats et locations de vidéogrammes est en diminution au sein des dépenses en programmes audiovisuels des ménages. La vidéo physique représente 17,3 % des dépenses totales en 2010, contre 17,7 % en 2009. Toutefois, en prenant en compte les dépenses allouées à la vidéo à la demande (VàD), la vidéo au sens large gagne 0,1 point à 19,0 % en 2010. Le poids de la VàD atteint 1,7 % des consommations audiovisuelles des ménages en 2010, contre 1,2 % en 2009.

La part des dépenses consacrées au cinéma est à son plus haut niveau depuis 1990. Elle progresse de 0,5 point en un an à 16,1 % des dépenses totales en 2010.

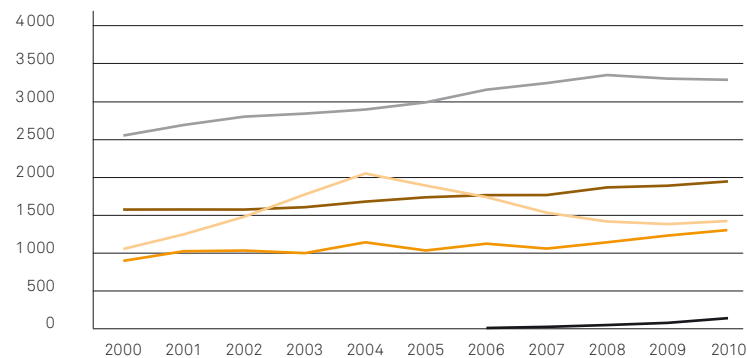
C Maturité du marché de la télévision payante

Vingt-cinq ans après le lancement des premières offres de télévision à péage en France, ce marché semble avoir atteint la maturité. Les dépenses des ménages en matière de télévision payante (Canal+, câble et satellite) sont stables en 2010 (-0,6 % à 3 288 M€), après un recul de 1,3 % en 2009. Les recettes d'abonnement à Canal+ sont stables (-0,5 %), après avoir diminué de 2,0 % en 2009. La progression des offres par satellite ne compense pas le recul du câble. Le nombre total d'abonnés à Canal+ France, qui inclut les clients de l'opérateur en France métropolitaine mais aussi dans les DOM et en Afrique, progresse de 3,1 %. Il s'élève à 11,1 millions en 2010 (10,7 millions en 2009) dont 5,4 millions d'abonnés à Canal+ (5,3 millions en 2009) et 5,7 millions à CanalSat (5,5 millions en 2009). En France, le groupe Canal+ compte 9,7 millions d'abonnés à ses offres de télévision payante en 2010, en progression de 1,6 % par rapport à 2009 (9,6 millions).



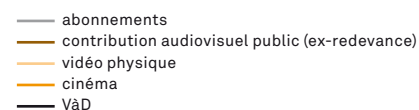
B Structure des dépenses des ménages en programmes audiovisuels (%)

Sources : Canal+ - GfK - NPA Conseil - IDATE - Loi de finances - SEVN - CNC.



C Évolution des dépenses des ménages en programmes audiovisuels (M€)

Sources : Canal+ - GfK - NPA Conseil - IDATE - Loi de finances - SEVN - CNC.



D Progression des dépenses pour l'audiovisuel public

Les dépenses des ménages consacrées à la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur) atteignent 1 949 M€ en 2010, soit une progression de 3,0 % par rapport à 2009. Depuis 2009, le montant de la contribution (ex-redevance audiovisuelle) est indexé sur l'évolution de l'indice des prix à la consommation.

En 2010, le montant de la contribution s'élève ainsi, pour tout foyer imposable à la taxe d'habitation équipé d'un poste de télévision (26,1 millions de redevables en 2010), à 121 € en métropole et 78 € dans les départements d'outre-mer. Ces montants représentent respectivement une progression de 2,5 % et de 4,0 % par rapport à 2009. Par ailleurs, le financement du groupement « France télé numérique » pour le passage à la télévision numérique terrestre n'est plus assuré par les ressources issues de la contribution à l'audiovisuel public.

Le montant de la redevance collectée, déduction faite des frais de recouvrement, progresse de 4,5 % à 2 561 M€ en 2010. Parallèlement, les remboursements d'exonérations, liés notamment au dégrèvement total en faveur des personnes âgées non imposables et pris en charge par le budget général de l'État, augmentent de 2,9 % à 562 M€ en 2010 (550 M€ HT). Au final, le montant versé aux télévisions publiques nationales, qui bénéficient des trois quarts des ressources (74,7 % en 2010), est en hausse de 2,8 %.

En raison de la nature de la contribution à l'audiovisuel public, les dépenses des ménages sur ce poste ne traduisent pas directement un comportement de consommation. Elles illustrent 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 secteurs télévisuel et radiophonique publics.

Reprise confirmée pour le marché de la vidéo

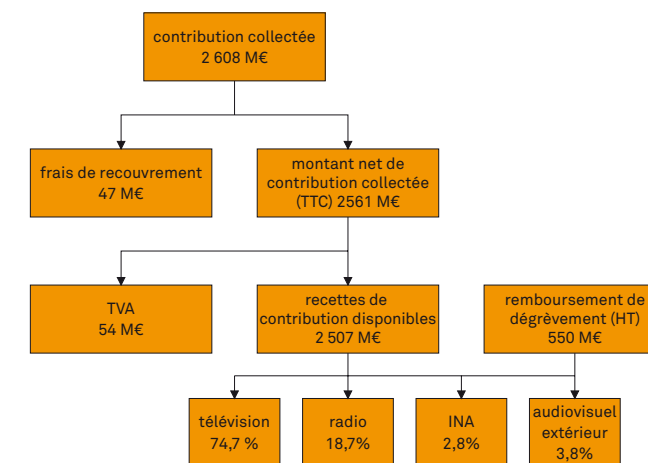
Si le marché de la vidéo physique est parvenu à endiguer son recul, la vidéo à la demande (VàD) est devenue depuis 2009 un relais de croissance du marché total de la vidéo. Le marché de la vidéo (location et vente, physique et dématérialisée) est en hausse de 2,3 % entre 2009 et 2010 à 1 537 M€, porté par le développement du Blu-ray et de la VàD.

Le marché de la vidéo physique (vente et location) s'est stabilisé depuis 2009. Les dépenses des ménages en vidéo physique s'élèvent à 1 402 M€ en 2010 (1 406 M€ en 2009). Les achats de vidéogrammes atteignent 1 385 M€ (+0,1 %), soutenus par la croissance du Blu-ray (+61,6 %) alors que le DVD poursuit son recul (-5,1 %). En revanche, les dépenses de location diminuent de 23,0 % à 16 M€ (1,2 % du marché de la vidéo physique). En 2010, le volume des ventes de DVD et de Blu-ray est en hausse de 2,3 % par rapport à 2009. Les ventes de supports haute définition représentent 9,7 millions d'unités, contre 5,3 millions l'année précédente, alors que les ventes de DVD reculent à 134,4 millions d'unités. Le prix moyen de vente d'un DVD diminue de 6,8 % pour les œuvres de catalogue et de 1,4 % pour les nouveautés. Le prix moyen d'un Blu-ray, qui reste plus élevé, recule de 20,7 % pour les œuvres de catalogue et de 1,3 % pour les nouveautés.

Selon le baromètre GfK-NPA Conseil publié en février 2011, le marché de la VàD est estimé à 135,7 M€ en 2010, soit une augmentation de 39,5 % par rapport à 2009. Le nombre de transactions s'élève à 39,4 millions (+52,0 %). Le prix moyen par transaction en VàD diminue de 8,1 % à 3,4 € en 2010.

Nouveau record de dépenses pour le cinéma en salles

La consommation cinématographique des ménages progresse pour la troisième année consécutive (+5,6 % à 1 305 M€ en 2010). Le niveau de dépenses des ménages dans les salles de cinéma atteint ainsi un nouveau record historique. Ce résultat s'explique par la croissance de la fréquentation des salles, qui atteint son plus haut niveau depuis 1967 (+2,4 % d'entrées par rapport à 2009), et par l'augmentation du prix moyen de la place de cinéma (+3,1 %), en raison notamment de la multiplication des films en 3D pour lesquels le prix de la place est généralement majoré de 1 € à 3 €. Les dépenses de cinéma correspondent en moyenne à 7,6 entrées par foyer en 2010 (7,5 entrées en 2009).



D La contribution à l'audiovisuel public en 2010¹

¹ Ex-redevance.

Source : Loi de finances pour 2010.

L'ÉQUIPEMENT AUDIOVISUEL DES FOYERS FRANÇAIS

E La numérisation des foyers avance à grands pas

Selon GfK et Médiamétrie, la proportion de foyers équipés d'au moins un poste de télévision s'établit à 98,4 % en 2010. Elle est stable depuis 2008. Le taux d'équipement des foyers TV en écran plat est supérieur à 50 % depuis 2009. Il progresse de 15,4 points en 2010 à 69,5 %.

L'équipement de cinéma à domicile (*home cinema*) concerne un public plus restreint : 3,8 millions de foyers en sont équipés, soit 14,1 % des foyers TV.

L'élargissement du public disposant de cet équipement est lent. Le taux d'équipement en cinéma à domicile a progressé de seulement trois points en cinq ans (+0,5 point en 2010).

L'intérêt des Français pour la télévision est intact, comme le démontre la progression de l'équipement pour recevoir la TNT, qui permet un élargissement du choix de programmes avec 19 chaînes nationales gratuites dont cinq chaînes en haute définition, des chaînes locales et des chaînes payantes. Pour la troisième année consécutive, le taux d'équipement en adaptateur TNT enregistre en 2010 la plus forte progression de tous les équipements audiovisuels d'après la Référence des équipements multimédias (GfK-Médiamétrie).

85,9 % des foyers TV sont équipés d'un adaptateur TNT (y compris intégré au téléviseur) fin 2010, contre 67,8 % fin 2009 et 12,7 % fin 2006.

D'après l'Observatoire de l'équipement des foyers pour la réception de la télévision numérique, publié en avril 2011, 91,6 % des foyers reçoivent la télévision numérique sur au moins un poste, quel que soit le mode d'accès, au second semestre 2010 (+13,2 points en un an, +27,8 points en deux ans). Plus des deux tiers des foyers sont entièrement numérisés. 69,0 % reçoivent en effet la télévision numérique sur tous leurs postes fin 2010. Ils étaient 47,7 % fin 2009 et un tiers fin 2008. Seuls 4,1 % des foyers reçoivent la télévision uniquement par voie hertzienne analogique fin 2010, contre 12,9 % fin 2009, 22,4 % fin 2008 et 36,3 % fin 2007. 25,8 % des foyers

utilisent toutefois l'hertzien analogique pour regarder la télévision dans les régions qui ne sont pas encore passées au tout numérique. La télévision numérique terrestre (TNT) demeure le principal moteur de la numérisation des foyers, devant la télévision par ADSL. La conversion des foyers se poursuit parallèlement au développement de la couverture numérique terrestre et à l'extinction de la télévision analogique. Dix régions sont passées au tout numérique en 2010.

L'extinction du signal analogique se poursuit en 2011 dans les autres régions métropolitaines et en outre-mer. L'extinction définitive de la diffusion analogique est fixée au 30 novembre 2011. D'après le Conseil supérieur de l'audiovisuel, 93 % des foyers métropolitains peuvent recevoir la télévision numérique par voie hertzienne au début de l'année 2011 (89 % début 2010, 87 % fin 2008). Onze mois avant l'arrêt du signal analogique sur l'ensemble du territoire, ce chiffre est proche de l'objectif fixé par la loi de couvrir au minimum 95 % de la population par voie hertzienne numérique à la date de l'extinction.

La télévision par ADSL (TVIP) est depuis 2009 le deuxième mode de réception de la télévision numérique devant le satellite et le câble. Près du quart (23,0 %) des foyers équipés de la télévision possèdent un boîtier ADSL relié à leur poste de télévision en 2010, contre 18,4 % en 2009 et 6,1 % en 2006 d'après GfK-Médiamétrie.

Ce développement est confirmé par l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) selon laquelle près de 10,7 millions de foyers (53,7 % des abonnés ADSL) ont la possibilité technique d'accéder à la télévision par ADSL au quatrième trimestre 2010. Le nombre d'abonnés pouvant disposer de la télévision par ADSL est ainsi en croissance de 20,8 % par rapport au quatrième trimestre 2009.

	millions de foyers					% des foyers TV				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
lecteur de DVD	19,4	21,6	22,7	24,0	24,6	78,5	85,8	88,9	90,1	92,0
magnétoscope	17,0	16,3	15,6	14,3	12,6	68,7	64,8	61,1	53,8	47,2
console de jeux	7,3	9,4	10,4	11,6	12,8	29,5	37,6	40,7	43,8	47,8
écran plat	4,3	6,8	10,3	14,4	18,6	17,5	27,2	40,3	54,1	69,5
adaptateur TNT ¹	3,1	7,1	12,5	18,0	22,9	12,7	28,2	49,0	67,8	85,9
cinéma à domicile ²	2,7	3,0	3,2	3,6	3,8	11,1	11,8	12,6	13,6	14,1
boîtier ADSL relié TV	1,5	2,7	3,7	4,9	6,2	6,1	10,6	14,4	18,4	23,0

E Équipement des foyers français

¹ Y compris intégré au téléviseur.

² Home cinema.

Source : GfK-Médiamétrie (Référence des Equipements Multimédias - octobre/décembre 2006 à 2010).

D'après les résultats provisoires de l'Observatoire des marchés des communications électroniques de l'ARCEP publiés en avril 2011, la croissance d'internet haut débit est de 6,7 % en 2010 (+10,7 % en 2009, +34,4 % en 2006). La France compte ainsi près de 20,9 millions d'abonnements à internet haut débit au 31 décembre 2010, dont 19,9 millions (soit 95,2 %) via l'ADSL, le reste étant constitué notamment d'abonnements par le câble ou le satellite. Le nombre d'abonnements au très haut débit demeure faible même s'il augmente de 61,1 % en un an. La France compte près d'un demi-million d'abonnements (464 000) à internet très haut débit en fin d'année 2010, contre 288 000 fin 2009 et 165 000 fin 2008. Les abonnements au très haut débit par la fibre optique jusqu'à l'abonné sont minoritaires : 118 000 abonnements fin 2010, contre 69 000 fin 2009. Le très haut débit constitue au final 2,2 % des accès internet haut et très haut débit en fin d'année 2010 (1,5 % fin 2009). D'après l'ARCEP, quarante agglomérations sont concernées par des déploiements de fibre optique en France métropolitaine et le nombre de logements éligibles au très haut débit par la fibre jusqu'à l'abonné progresse de 34,4 % à 1,1 million fin 2010.

F Le recul des achats d'équipement vidéo se poursuit

En 2010, le volume des ventes de lecteurs vidéo (magnétoscopes, lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec 3,4 millions d'unités vendues tous produits confondus, il diminue de 8,2 % par rapport à 2009. Tous les types d'équipement affichent des ventes en baisse, à l'exception des lecteurs vidéo haute définition. Il se vend presque autant de lecteurs de Blu-ray de salon que de lecteurs de DVD portables en 2010 mais les ventes de lecteurs de DVD de salon restent beaucoup plus conséquentes.

Les lecteurs de DVD de salon demeurent le type de lecteur vidéo le plus vendu en 2010 (1,6 million d'unités), même si leur volume de ventes recule de 11,1 % par rapport à 2009. Le taux d'équipement des foyers TV en lecteur de DVD augmente de 1,9 point d'après la Référence des équipements multimédias à 92,0 % en 2010. Les ventes de magnétoscopes sont en baisse de 42,9 % à 80 000 unités en 2010. Le taux d'équipement en magnétoscope se situe désormais en-deçà de 50 % : il diminue de 6,6 points par rapport à 2009 à 47,2 % des foyers TV. Les ventes de lecteurs combinés de DVD et VHS reculent de 16,7 %. Les ventes de lecteurs de DVD portables sont de nouveau en baisse en 2010 (-15,9 %). Ils restent toutefois la deuxième catégorie de lecteurs vidéo en termes de volume vendu (580 000 unités). Le taux d'équipement des foyers en lecteurs de DVD portables atteint 9,9 % fin 2010, contre 9,3 % fin 2009. Le marché des lecteurs-enregistreurs de DVD est toujours en recul. Les trois types de lecteurs-enregistreurs de DVD présents sur le marché (simples, combinés à un magnétoscope, avec disque dur) affichent des ventes totales en recul de 31,4 % en 2010 à moins de 500 000 unités. Les lecteurs-enregistreurs avec disque dur sont le modèle qui résiste le mieux (350 000 unités vendues). Le taux d'équipement des foyers TV en lecteurs-enregistreurs de DVD apparaît pour la première fois en recul. Il s'établit à 18,0 % en 2010, contre 18,4 % en 2009.

La croissance des ventes de lecteurs de DVD haute définition de salon est moins rapide que celle des lecteurs de DVD lors de leur lancement, qui marquait une rupture sensible par rapport au magnétoscope. Les ventes de lecteurs de Blu-ray de salon ont toutefois plus que doublé : 570 000 unités ont été vendues en 2010, contre 270 000 en 2009. Le taux d'équipement en lecteurs de Blu-ray de salon demeure faible (3,6 % fin 2010, contre 1,5 % fin 2009). Le taux d'équipement en lecteurs haute définition tous types confondus atteint 13,5 % fin 2010 (10,3 % fin 2009), la console de jeux PS3 étant le type de lecteur le plus répandu (10,5 %).

En 2010, les lecteurs de Blu-ray de salon représentent 17,0 % des ventes de lecteurs vidéo en volume et 25,6 % du chiffre d'affaires total (respectivement 7,4 % et 15,5 % en 2009). Les lecteurs-enregistreurs de DVD représentent 36,6 % du chiffre d'affaires généré par les ventes d'équipements vidéo hors téléviseurs en 2010 (43,2 % en 2009), contre 35,9 % pour les lecteurs de DVD (38,4 % en 2009) et 2,0 % pour les magnétoscopes (2,8 % en 2009).

2010 est une année record pour les ventes de téléviseurs en France. D'après le Syndicat des industries de matériels audiovisuels électroniques (Simavelec), les ventes d'écrans de télévision atteignent 8,5 millions d'unités en 2010, contre 7,5 millions en 2009. Cette évolution s'explique essentiellement par les achats de remplacement, liés en particulier au passage au tout numérique, par le besoin de multi-équipement et par l'attrait des écrans plats. Le Simavelec estime que les ventes d'écrans de télévision devraient encore progresser en 2011 à 9 millions d'unités, en relation avec les opérations d'extinction de l'analogique. En 2010, les écrans plats représentent la totalité des ventes d'écrans de télévision. Les téléviseurs à tube cathodique représentent toutefois 30 % du parc installé. D'après l'institut GfK, près des deux tiers des foyers français (62,8 %) sont désormais équipés d'un téléviseur compatible avec la haute définition, soit une progression de 17,4 points en un an.

G Les nouveaux écrans : TV 3D, TV connectable, ordiphone et tablette

Après les succès remportés dans les salles de cinéma par les films en relief, la 3D arrive en 2010 sur les écrans de télévision. En France, les éditeurs et distributeurs de services de télévision mettent en place les premières offres de télévision en 3D en 2010. Les ventes de téléviseurs 3D ont toutefois été inférieures aux prévisions. D'après le Simavelec, 150 000 postes 3D ont été vendus en 2010 (1,8 % des ventes totales de téléviseurs). Le prix des écrans et le port des lunettes représentent les principaux freins à l'adoption de la TV 3D. L'absence de norme unique (technologie active, passive ou sans lunettes) ainsi que la faible attractivité de l'offre de contenus en 3D constituent des obstacles supplémentaires. Selon le Simavelec, les ventes d'écrans 3D pourraient représenter 10,1 % des ventes de téléviseurs en 2011 et 17,5 % en 2012.

Les téléviseurs connectables, qui sont attendus comme les futurs moteurs du marché des ventes d'écrans avec la TV 3D après l'extinction de l'analogique, donnent accès à de nouveaux services sur l'écran de télévision par l'intermédiaire d'internet. Les ventes de téléviseurs connectables à internet ont également été inférieures aux prévisions. Selon le Simavelec, 775 000 téléviseurs connectables ont été vendus en 2010 (9,1 % des ventes totales de téléviseurs), contre 300 000 unités en 2009. Seul un quart des écrans connectables seraient toutefois effectivement connectés à internet fin 2010. Il existe d'autres façons de connecter son écran de télévision à internet : via le boîtier de son opérateur internet, par l'intermédiaire d'une console de jeu, d'un lecteur de DVD haute définition, d'un disque dur multimédia ou d'un boîtier tiers. Pour les chaînes de télévision, l'enjeu est de garder le contrôle de l'audience générée par les programmes qu'elles produisent ou qu'elles achètent. Selon le Simavelec, les écrans connectables pourraient représenter près de 30 % des ventes de téléviseurs en 2011 et 57,0 % en 2012.

L'ordiphone (*smartphone* en anglais) est l'un des équipements audiovisuels ayant connu le plus fort développement en 2010. En plus des fonctions habituelles d'un téléphone mobile, ces téléphones dotés d'écrans plus larges permettent aisément de naviguer sur internet, de regarder la télévision et de visionner des vidéos. Selon l'institut GfK, les ventes d'ordiphones atteignent 7,7 millions d'unités en 2010, contre 3,6 millions en 2009. Leur prix diminue de près de 20 % en un an. D'après Médiamétrie, 9,7 millions de Français sont équipés d'un ordiphone au troisième trimestre 2010, soit 23,5% des équipés en téléphone mobile. Le développement de l'équipement des Français en ordiphones se traduit par une croissance rapide de l'usage d'internet sur le téléphone mobile. Selon l'observatoire sociétal du téléphone mobile réalisé par TNS Sofres pour l'AFOM, 18 % des Français équipés de téléphone mobile déclarent consulter des sites internet sur leur mobile en 2010, soit une progression de 6 points par rapport à 2009.

Positionnée entre l'ordiphone et l'ordinateur portable, la tablette multimédia (comme l'iPad d'Apple, la Galaxy Tab de Samsung et les tablettes d'Archos) constitue l'une des principales innovations technologiques de l'année 2010. Dotée d'un écran large et d'un clavier tactile virtuel, elle donne accès à internet (en wifi ou en 3G), elle permet de regarder des vidéos, de jouer à des jeux vidéo, d'écouter de la musique, de lire des livres numériques, etc. En France, les tablettes multimédia bénéficieraient d'intentions d'achat supérieures à celles des téléviseurs 3D. Selon l'institut GfK, 435 000 tablettes tactiles ont été vendues en France en 2010, une majorité d'iPad et essentiellement des tablettes wifi qui ne nécessitent pas d'abonnement 3G. 1,0 million d'unités devraient être écoulées en 2011, notamment en raison de la multiplication des modèles disponibles.

	2009	2010	2011 ¹
TV 3D	-	150	900
TV connectable	300	775	2 650
ordiphone	3 600	7 700	11 800
tablette multimédia	-	435	1 000

G Achats de nouveaux écrans (milliers d'unités)

¹ Prévisions.
Source : GfK, Simavelec.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
magnétoscopes	2 320	1 800	1 450	950	475	475	330	200	140	80
lecteurs de DVD de salon	1 634	2 480	4 130	5 250	4 450	3 500	2 800	2 100	1 800	1 600
lecteurs de DVD de salon haute définition ¹	-	-	-	-	-	-	28	127	270	570
lecteurs de DVD portables	-	5	9	75	350	700	850	680	690	580
lecteurs de DVD & magnétoscopes	-	1	350	550	550	310	190	120	60	50
lecteurs - enregistreurs de DVD	1	40	200	480	600	500	330	220	110	50
lecteurs - enregistreurs de DVD & magnétoscopes	-	-	-	30	200	300	220	180	130	80
lecteurs - enregistreurs de DVD avec disque dur	-	-	4	100	350	680	700	620	460	350

F Achats d'équipement vidéo (milliers d'unités)

¹ Le Blu-ray, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.
Source : GfK.



L'Italien de Olivier Baroux. © Eskwad / Pathé Distribution.



L'Immortel de Richard Berry. © 2009 EuropaCorp / TF1 Films Film Production / Marie Coline Films / SMTS.



Fatal de Michaël Youn.
© Universal Pictures International France.

The Ghost Writer de Roman Polanski. © Guy Ferrandis / RP Films / Pathé Distribution.



Tout ce qui brille de Géraldine Nakache et Hervé Mimran.
© Frédérique Barraja / Pathé Distribution.



La Tête en friche de Jean Becker. © Studio Canal.





05

le public du cinéma

Deux tiers des Français âgés de 6 ans et plus sont allés
au moins une fois au cinéma en 2010, soit plus de 38,6 millions d'individus.
Chaque spectateur a fréquenté en moyenne 5,3 fois
les salles de cinéma au cours de l'année.

Mammuth de Gustave Kervern et Benoît Delépine. © Ad Vitam.

L'Homme qui voulait vivre sa vie de Éric Lartigau.
© 2010 EuropaCorp / TF1 Films Productions / Ciby 2000.

Gainsbourg (vie héroïque) de Joann Sfar.
© Universal Pictures International France.



L'Amour c'est mieux à deux de Dominique Farrugia
et Arnaud Lemort. © Studio Canal.



LE PUBLIC DES SALLES DE CINÉMA EN 2010

Les enquêtes de Médiamétrie sur le cinéma

Les informations présentées sur le public des salles de cinéma sont issues de l'enquête *75 000 Cinéma* réalisée par l'institut Médiamétrie. La population de l'enquête est représentative de la population âgée de six ans et plus, résidant en France métropolitaine.

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 taux de pénétration pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :

population cinématographique de ce groupe
/ population totale de ce groupe.

La part d'un groupe d'individus dans la structure du public est le résultat de l'opération :

individus concernés
/ population cinématographique.

La part d'un groupe d'individus dans la structure des entrées est le résultat de l'opération :

entrées réalisées par les individus concernés
/ total des entrées.

Le nombre moyen d'entrées pour un groupe d'individus correspond au nombre moyen d'entrées annuelles d'un individu de la population cinématographique de ce groupe.

Les spectateurs assidus vont au moins une fois par semaine au cinéma, les spectateurs réguliers y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les occasionnels au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les habitués du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

A Un nombre record de spectateurs en 2010

Après un léger recul de la population cinématographique en 2009, 2010 est marquée par un élargissement significatif du nombre de spectateurs. 38,62 millions d'individus âgés de 6 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année, soit le nombre le plus élevé depuis la création de l'enquête *75 000 Cinéma* de Médiamétrie en 1993. Ce résultat dépasse le précédent record enregistré en 2008, qui s'établissait à 36,42 millions de spectateurs. La population cinématographique compte ainsi 2,39 millions d'individus de plus qu'en 2009 (+6,6%). En dix ans, elle a progressé de 15,7 %, soit une croissance plus rapide que celle de la population totale de référence (+6,2 %).

La population cinématographique représente 66,9 % de la population totale des 6 ans et plus en 2010, contre 63,1 % en 2009 et 63,7 % en 2008. Ainsi, les deux tiers des Français sont-ils allés au moins une fois au cinéma en 2010. En raison d'une progression plus lente de la fréquentation (+2,4 % entre 2009 et 2010) que du nombre de spectateurs (+6,6 %), le nombre moyen d'entrées par spectateur de 6 ans et plus diminue, passant de 5,6 en 2009 à 5,3 en 2010.

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées moyennes par spectateur
2001	54,38	33,38	61,4	5,6
2002	54,62	33,29	61,0	5,5
2003	54,85	32,35	59,0	5,4
2004	55,45	33,06	59,6	5,9
2005	55,45	33,20	59,9	5,3
2006	56,36	34,82	61,8	5,4
2007	56,66	34,59	61,1	5,2
2008	57,21	36,42	63,7	5,2
2009	57,41	36,23	63,1	5,6
2010	57,73	38,62	66,9	5,3

A La population cinématographique

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

B Un public diversifié

Comme en 2009, les femmes génèrent davantage d'entrées en salles (52,7 %, contre 54,5 % en 2009) que les hommes (47,3 %, contre 45,5 % en 2009) en 2010. En revanche, les entrées générées par les femmes reculent de 0,9 % entre 2009 et 2010 alors que la fréquentation masculine progresse de 6,5 % (+2,4 % toutes entrées confondues). Les femmes constituent 51,8 % de la population française âgée de 6 ans et plus et représentent 53,9 % des spectateurs (50,4 % en 2009). Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes augmente de 14,0 % entre 2009 et 2010, quand le nombre d'hommes diminue de 0,9 %. 69,6 % des femmes sont allées au moins une fois au cinéma au cours de l'année (61,4 % en 2009), contre 64,0 % des hommes (65,0 % en 2009). En 2010, les spectateurs fréquentent les salles plus souvent (5,5 fois en moyenne dans l'année) que les spectatrices (5,2 fois).

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
homme	48,2	64,0	46,1	47,3	5,5
femme	51,8	69,6	53,9	52,7	5,2
ensemble	100,0	66,9	100,0	100,0	5,3

B Fréquentation selon le sexe en 2010

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

Depuis 2006, les plus de 35 ans représentent plus de la moitié de la population cinématographique (53,7 % en 2010, 52,0 % en 2009, 54,0 % en 2008, 51,0 % en 2007, 51,1 % en 2006). Ils génèrent 50,2 % des entrées (49,3 % en 2009), soit 4,9 entrées par spectateur en moyenne. La part des seniors (50 ans et plus) dans la population cinématographique augmente à 31,9 % en 2010 (29,7 % en 2009), tandis que leur poids dans la population totale progresse très légèrement (39,9 % en 2010, 39,5 % en 2009). Le nombre de spectateurs de plus de 50 ans augmente de 14,5 % entre 2009 et 2010 et le nombre annuel moyen d'entrées par senior est plus faible en 2010 (5,1) qu'en 2009 (5,7). La pénétration du cinéma progresse chez les 35-49 ans. Elle passe de 63,2 % en 2009 à 66,2 % en 2010 et n'a jamais été aussi élevée depuis la première année d'enquête en 1993. En nombre, les spectateurs de 35 à 49 ans progressent de 4,2 % entre 2009 et 2010. Cependant, la part des 35-49 ans au sein du public baisse légèrement, passant de 22,3 % en 2009 à 21,8 % en 2010 tandis que leur contribution à la fréquentation est plus importante : les 35-49 ans génèrent 19,1 % des entrées en 2010, contre 18,2 % en 2009 et 19,3 % en 2008, soit une moyenne de 4,7 entrées annuelles par spectateur (4,5 en 2009 comme en 2008). Si la fréquentation globale progresse de 2,4 % entre 2009 et 2010, les entrées générées par les 35-49 ans augmentent de 7,7 %. Passant de 14,5 % en 2009 à 13,9 % en 2010, la part des 25-34 ans diminue sensiblement au sein du public du cinéma. Jusqu'en 2005, elle avait toujours été supérieure à 15 %. Le nombre de spectateurs de cette génération augmente de 2,2 % entre 2009 et 2010. En 2010, les 25-34 ans assurent 13,4 % des entrées, contre 12,5 % en 2009. Cette part apparaît en diminution structurelle depuis 2001. Jusqu'en 2000, elle était toujours supérieure à 17 %. Entre 2009 et 2010, la fréquentation générée par les 25-34 ans augmente de 10,2 % (+2,4 % pour la fréquentation totale). La pénétration du cinéma est en augmentation sur cette tranche d'âge et atteint le plus haut niveau de ces dix dernières années :

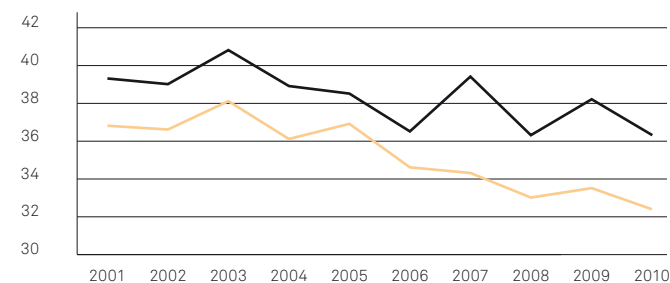
69,8 % des 25-34 ans vont au moins une fois au cinéma en 2010, contre 68,7 % en 2009 et 62,4 % en 2008. La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma diminue légèrement en 2010. Ils représentent 32,4 % des spectateurs, contre 33,5 % en 2009 mais leur nombre progresse de 3,0 % en un an. Les moins de 25 ans sont à l'origine de 36,3 % des entrées, contre 38,2 % en 2009. Jusqu'en 2000, ils mobilisaient toujours plus de 40 % des entrées. Ils génèrent 2,6 % d'entrées de moins en 2010 qu'en 2009. En termes de pénétration, le cinéma semble toucher davantage de jeunes : 87,5 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2010, contre 84,9 % en 2009.

Les différences de rythme de fréquentation demeurent élevées en 2010 selon les tranches d'âge. Ainsi, le seuil de 6 entrées annuelles en moyenne est-il déterminant. Les 15-24 ans se situent toujours au-delà de ce seuil (6,4 pour les 15-19 ans et 8,5 pour les 20-24 ans), tandis que les autres tranches d'âge réalisent moins d'entrées en moyenne (4,1 entrées pour les 6-10 ans et 4,4 pour les 50-59 ans notamment).

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
6-10 ans	6,7	81,4	8,1	6,3	4,1
11-14 ans	5,2	87,0	6,8	5,8	4,6
15-19 ans	6,4	93,4	8,9	10,6	6,4
20-24 ans	6,5	88,5	8,6	13,6	8,5
25-34 ans	13,3	69,8	13,9	13,4	5,2
35-49 ans	22,0	66,2	21,8	19,1	4,7
50-59 ans	14,3	59,9	12,8	10,6	4,4
60 ans et plus	25,6	49,9	19,1	20,5	5,7
ensemble	100,0	66,9	100,0	100,0	5,3

Fréquentation selon l'âge en 2010

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



Poids des moins de 25 ans dans le public et les entrées (%)

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

— structure du public
— structure des entrées

D En termes d'activité professionnelle, la population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec une stabilité de la pénétration (comme en 2009, 76,0 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2010). Toutefois, le nombre moyen d'entrées par CSP+ est en diminution en 2010 (5,8 en 2010, contre 6,0 en 2009) car le nombre de CSP+ augmente plus rapidement parmi les spectateurs (+4,1 %) que parmi les entrées qu'ils réalisent (+1,7 %).

En 2010, la pratique cinématographique progresse dans les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) : 61,0 % des CSP- fréquentent les salles de cinéma, contre 54,9 % en 2009. Ils vont au cinéma en moyenne 4,2 fois dans l'année (4,1 en 2009). Il en résulte une part d'entrées en hausse pour les CSP- qui génèrent 19,2 % de la fréquentation en 2010, contre 17,5 % en 2009.

La population cinématographique des CSP- augmente sensiblement (+9,8 % entre 2009 et 2010) et les entrées qu'ils réalisent également (+12,4 %).

Le taux de pénétration du cinéma chez les inactifs augmente de nouveau en 2010 : 66,0 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2010, contre 62,1 % en 2009. Après quatre années consécutives de baisse, la pénétration du cinéma chez les élèves et les étudiants poursuit sa progression entamée en 2009 : ils sont 88,3 % à fréquenter les salles de cinéma en 2010 (contre 86,9 % en 2009, 84,9 % en 2008, 85,2 % en 2007, 86,6 % en 2006 et 87,9 % en 2005). Entre 2009 et 2010, le nombre d'élèves et d'étudiants spectateurs de cinéma augmente de 1,3 % tandis que les entrées qu'ils génèrent diminuent de 4,8 %. Le taux de pénétration du cinéma connaît par ailleurs une hausse chez les retraités en 2010 à 47,7 %, contre 45,1 % en 2009.

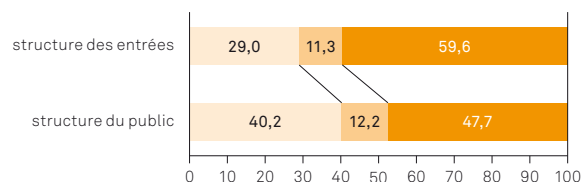
E Contrairement à 2009, les zones rurales et les agglomérations de moins de 20 000 habitants contribuent légèrement à l'élargissement de la population cinématographique en 2010. La pénétration du cinéma progresse dans les agglomérations de moins de 20 000 habitants (+1,4 point), et davantage dans les zones rurales (+4,8 points). En nombre, la population cinématographique de ces zones progresse de 7,0 % entre 2009 et 2010. Les zones rurales et les agglomérations de moins de 20 000 habitants concentrent 40,2 % du public (40,1 % en 2009) et 29,0 % des entrées en 2010 (31,1 % en 2009). Le nombre moyen d'entrées y diminue à 3,8 entrées par spectateur en 2010 (4,3 en 2009) en raison de la baisse des entrées réalisées dans ces zones (-4,4 %). Paris et les agglomérations de plus de 100 000 habitants ne concentrent plus la majorité des spectateurs depuis quelques années. Cependant, la reprise entamée en 2009 se poursuit en 2010 pour ces agglomérations qui rassemblent 47,7 % des spectateurs en 2010, contre 47,4 % en 2009. Elles captent toujours la plus grande part des entrées (59,6 % en 2010, 58,8 % en 2009). Le nombre de spectateurs des grandes agglomérations progresse de 7,2 % entre 2009 et 2010.

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	22,2	76,0	25,2	27,5	5,8
chefs d'entreprises, cadres...	8,0	83,3	10,0	11,0	5,9
professions intermédiaires	11,5	74,6	12,8	13,7	5,7
CSP -	26,5	61,0	24,2	19,2	4,2
agriculteurs	0,9	53,1	0,7	0,5	3,4
employés	14,5	66,1	14,3	13,1	4,9
ouvriers	11,1	55,0	9,1	5,7	3,3
inactifs	51,3	66,0	50,6	53,3	5,6
retraités	21,2	47,7	15,1	16,7	5,9
élèves, étudiants	21,8	88,3	28,7	31,8	5,9
ensemble	100,0	66,9	100,0	100,0	5,3



Fréquentation selon la profession en 2010

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



E Structure du public et des entrées selon l'habitat en 2010 (%)

Source : CNC – Médiamétrie, enquête 75000 Cinéma, 6 ans et plus.

- agglo. < 20000 hab. et zones rurales
- agglo. de 20000 à 100000 hab.
- agglo. > 100000 hab. et Paris

	pois dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	25,7	62,9	24,2	17,3	3,8
agglo. < 20000 hab.	16,9	63,3	16,0	11,7	3,9
agglo. de 20000 à 50000 hab.	6,2	62,1	5,8	5,5	5,1
agglo. de 50000 à 100000 hab.	6,8	63,4	6,4	5,8	4,8
agglo. > 100000 hab.	28,0	70,3	29,4	33,5	6,1
agglo. de Paris	16,4	74,5	18,3	26,1	7,6
ensemble	100,0	66,9	100,0	100,0	5,3

E Fréquentation selon l'habitat en 2010

Source : CNC – Médiamétrie, enquête 75000 Cinéma, 6 ans et plus.

F Recul du public occasionnel

En 2010, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 5,8% pour une population cinématographique totale en hausse de 6,6%. Il atteint 25,3 millions de spectateurs (24,0 millions en 2009). Les occasionnels composent ainsi 65,6% du public, soit un poids en baisse par rapport aux deux années précédentes (66,1% en 2009, 68,6% en 2008). Ils génèrent 28,1% de la fréquentation des salles (30,5% en 2009), soit 58,0 millions d'entrées. La fréquentation des occasionnels diminue de 5,6% entre 2009 et 2010, alors que les entrées totales augmentent de 2,4%. La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme *le Voyage extraordinaire de Samy* (53,3% d'entrées réalisées par les occasionnels), *Raiponce* (52,5%) ou *Arthur et la guerre des deux mondes* (50,9%).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel des entrées. Leur fréquentation augmente par rapport à 2009 à 148,3 millions d'entrées (+5,9%). Ils génèrent 71,9% de la fréquentation totale de l'année. Par rapport à 2009, la population cinématographique compte davantage de spectateurs réguliers (+910 100 individus) et de spectateurs assidus (+93 210 individus).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
structure des entrées (%)										
habitués	77,9	77,0	76,7	75,5	76,5	71,3	69,4	68,3	69,5	71,9
assidus	27,7	29,3	28,9	27,7	25,5	24,0	23,3	21,0	21,6	23,3
réguliers	50,2	47,7	47,8	47,8	51,0	47,3	46,1	47,3	48,0	48,6
occasionnels	22,1	23,0	23,3	24,5	23,5	28,7	30,6	31,7	30,5	28,1
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure du public (%)										
habitués	41,2	36,1	37,7	36,7	37,5	34,8	32,5	31,4	33,9	34,4
assidus	4,9	3,9	4,8	4,5	4,5	3,6	3,8	3,1	3,9	3,9
réguliers	36,2	32,2	32,9	32,2	33,0	31,2	28,7	28,2	30,0	30,5
occasionnels	58,8	63,9	62,3	63,3	62,5	65,2	67,5	68,6	66,1	65,6
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

F Habitudes du public du cinéma

Source : CNC – Médiamétrie, enquête 75000 Cinéma, 6 ans et plus.

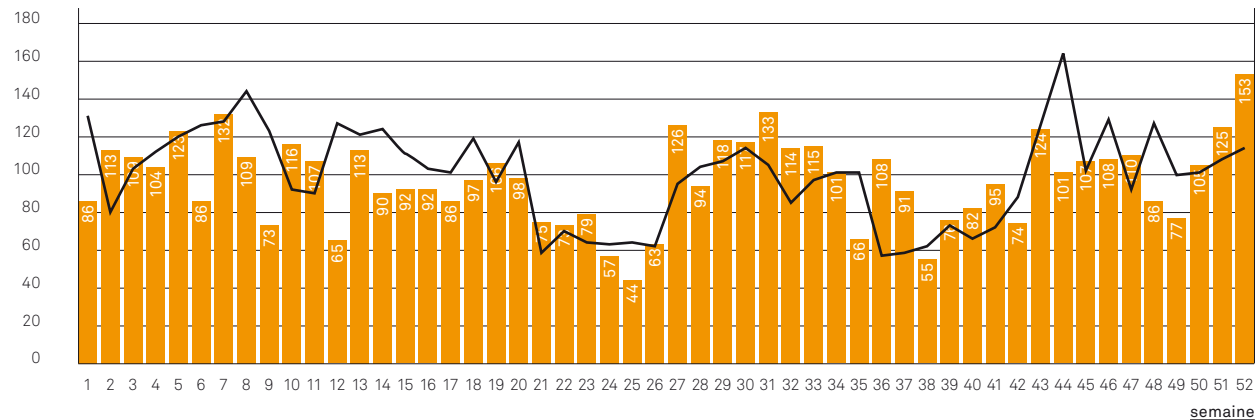
Publixiné : l'outil barométrique de référence du public du cinéma

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 par internet auprès de 800 à 1 000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Opérationnel depuis le début de l'année 2005, cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de la composition hebdomadaire de l'audience du cinéma en général et de celle du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède 50 copies). En 2010, le public de 292 films a été étudié.

G Le niveau de fréquentation hebdomadaire des salles de cinéma est généralement corrélé à la part des occasionnels dans le public : plus ces derniers sont nombreux, plus le nombre d'entrées est élevé. Ceci se vérifie, notamment, entre le 10 et le 23 février 2010 (semaines 7 et 8), avec le succès de *Percy Jackson et le voleur de foudre* (sorti le 10 février) et du *Mac* (17 février) qui provoquent un pic de fréquentation ainsi qu'une progression du nombre de spectateurs occasionnels au sein du public de la période.

L'été fait généralement apparaître une fréquentation portée par les spectateurs occasionnels, ce qui se confirme en 2010. Du 14 juillet au 24 août (semaines 29 à 34), une très forte proportion d'occasionnels (indices compris entre 101 et 133) contribue aux taux élevés de fréquentation (indices 85 à 114), notamment grâce à la sortie de films américains et britanniques tels que *Shrek 4 – il était une fin* (sorti le 30 juin), *Twilight 3 : hésitation* (07 juillet), *Toy Story 3* (14 juillet) et *Inception* (21 juillet).

À partir du 20 octobre (semaine 43) et jusqu'à la fin de l'année 2010, les indices de fréquentation sont particulièrement importants. La sortie en salles de films français, américains et britanniques attirant un large public d'occasionnels contribue à cette forte fréquentation : *les Petits Mouchoirs* (sorti le 20 octobre), *Raiponce* (17 novembre), *Harry Potter et les reliques de la mort : 1^{re} partie* (24 novembre), *le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore* (08 décembre) et *Megamind* (15 décembre).



G Part des occasionnels dans le public hebdomadaire et évolution de la fréquentation en 2010 (en indices)

Source : Harris Interactive (Publixiné) – CNC.

■ indice hebdomadaire des occasionnels =
part des occasionnels dans le public d'une semaine
/ part moyenne des occasionnels
sur l'ensemble des semaines de l'année 2010
x 100

— indice hebdomadaire de fréquentation =
entrées d'une semaine
/ moyenne des entrées hebdomadaires
sur l'ensemble des semaines de l'année 2010
x 100

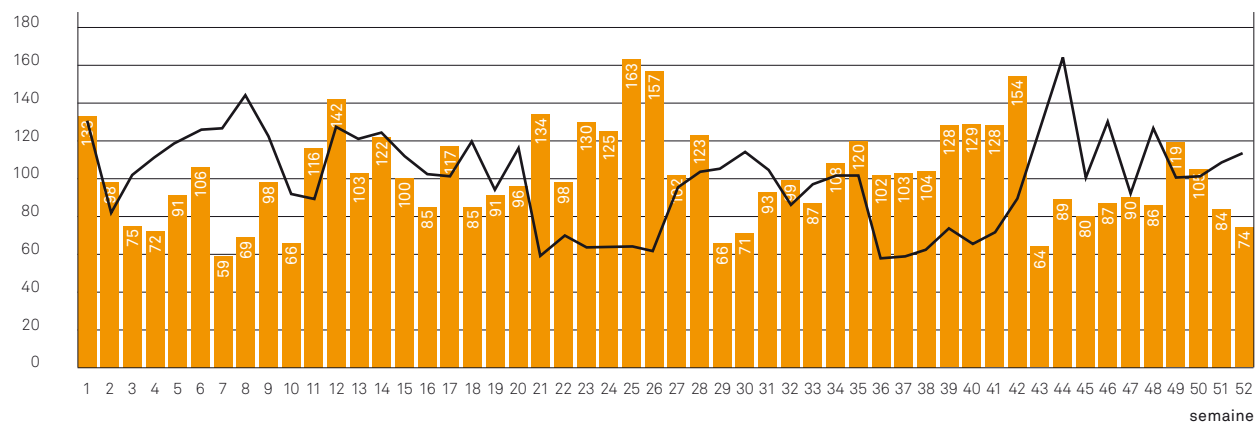
Les variations de la part des spectateurs assidus sont généralement opposées à celles de la part des spectateurs occasionnels et à l'évolution du niveau hebdomadaire de fréquentation. Néanmoins, entre le 17 mars et le 13 avril 2010 (semaines 12 à 15), de forts indices de fréquentation (compris entre 111 et 128) laissent apparaître également de forts indices d'assidus. Ceci est le fait du Printemps du Cinéma (du 21 au 23 mars) et de films tel que *Tout ce qui brille* (sorti le 24 mars) qui ont attiré un public assidu plus important (indices compris entre 100 et 142).

Du 19 mai au 29 juin (semaines 21 à 26), la fréquentation est limitée (indices 59 à 70), de même que la part des occasionnels (indices 44 à 79) malgré une offre attractive (sorties de *Sex and the City 2* le 02 juin et de *l'Agence tous risques* le 16 juin). Durant cette période, la part des assidus se porte à des niveaux plus élevés que la moyenne (indices 98 à 163), notamment grâce à *la Tête en friche* (sorti le 02 juin) et à la Fête du Cinéma qui a débuté le 26 juin (semaine 26). Après les semaines 25 et 26, le plus fort indice d'assidus (indice 154) est relevé du 13 au 19 octobre (semaine 42) où l'indice des occasionnels atteint un faible niveau (74). Cette semaine est marquée par la sortie en salles de *The Social Network*, largement soutenu par les spectateurs assidus (indice 115, contre 59 pour les occasionnels).

LE PUBLIC DES FILMS EN 2010

Dispersion du public des films français

Tout comme en 2009, les films français sont particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) en 2010 et, dans une moindre mesure, par les CSP+. Les indices relatifs aux films français augmentent pour ces deux populations, passant de 152 en 2009 à 159 en 2010 pour les seniors et de 107 en 2009 à 112 en 2010 pour les CSP+. En revanche, les moins de 25 ans sont sous-représentés au sein du public des films français. Les indices concernant les spectateurs de moins de 20 ans diminuent pour chaque catégorie : les enfants (indice 80 en 2009, 45 en 2010) et les adolescents (indice 78 en 2009, 73 en 2010). Néanmoins, certains films français ont touché en profondeur ces deux tranches d'âge : *Camping 2* et *le Mac* en sont les meilleurs exemples. Ils attirent particulièrement les 3-14 ans (indices respectifs de 164 et 112) et les 11-19 ans (indices respectifs de 147 et 210). Comme en 2009, les assidus sont plus sensibles aux films français en 2010 (+1,0 point d'indice entre 2009 et 2010). Des films tels que *The Ghost Writer* ou *la Tête en friche* rassemblent de nombreux spectateurs (plus d'un million d'entrées) dont de très fortes proportions d'assidus (indices respectifs de 137 et 125).



Part des assidus dans le public hebdomadaire et évolution de la fréquentation en 2010 (en indices)

Source : Harris Interactive (Publixiné) – CNC.

■ indice hebdomadaire des assidus =
part des assidus dans le public d'une semaine
/ part moyenne des assidus
sur l'ensemble des semaines de l'année 2010
x 100

— indice hebdomadaire de fréquentation =
entrées d'une semaine
/ moyenne des entrées hebdomadaires
sur l'ensemble des semaines de l'année 2010
x 100

Comme les années précédentes, le public des films américains est jeune. Le cinéma américain gagne 21,6 points d'indice chez les 3-14 ans (indice 140 en 2010) et 3,9 points chez les 11-19 ans (indice 120). Cette progression s'explique par la sortie en salles en 2010 de sept films d'animation dont *Raiponce* (indice 391 chez les 3-14 ans), *la Princesse et la grenouille* (indice 377), *Dragons* (indice 369) ou encore *Moi, moche et méchant* (indice 351). Les CSP+ (indice 89 en 2010) et les seniors (indice 61) sont moins représentés dans le public du cinéma d'Outre-Atlantique. Ces derniers apparaissent encore moins nombreux au sein du public des films américains en 2010 qu'en 2009 (-4,3 points d'indice pour les CSP+ et -2,2 points pour les seniors).

Le profil du public des films européens est très dépendant de l'offre de films britanniques. En 2009, les films européens attiraient un public de jeunes (indice 110), de CSP+ (indice 107), de Parisiens (indice 103) et d'assidus (indice 109). En 2010, ces films attirent toujours un public de jeunes (indice 111), de CSP+ (indice 107) et de Parisiens (indice 109). En revanche, les assidus sont moins représentés dans le public des films européens en 2010 (-10,7 points d'indice entre 2009 et 2010). Les quatre films britanniques sortis en salles en 2010 ont davantage attiré un public occasionnel: *Harry Potter et les reliques de la mort: 1^{re} partie* (indice 181), *Inception* (indice 129), *le Choc des Titans* (indice 121) et *Sherlock Holmes* (indice 108).

Les films non américains et non européens, dits « autres films », rassemblent en 2010 comme en 2009 un public plutôt masculin (indice 119), de seniors (indice 175), de CSP+ (indice 134), de Parisiens (indice 127) et particulièrement assidu (indice 165).

	2009				2010			
	films français	films américains	films européens	autres films	films français	films américains	films européens	autres films
sexe								
hommes	96,7	103,1	93,9	106,9	99,2	99,7	101,9	118,7
femmes	103,2	97,0	105,8	93,4	100,7	100,3	98,2	81,9
âge								
enfants (3-14 ans)	80,2	118,8	78,4	91,9	45,4	140,4	101,9	13,5
adolescents (11-19 ans)	77,7	115,7	108,6	81,1	73,3	119,6	101,9	43,1
jeunes (15-24 ans)	70,1	119,4	109,6	109,7	76,5	114,0	111,4	75,3
adultes (25-49 ans)	93,6	104,4	99,3	107,5	97,3	101,6	101,3	98,3
seniors (50 ans et plus)	151,8	63,1	101,6	82,3	159,3	60,9	83,3	174,6
profession								
CSP+	106,9	93,2	107,1	108,5	111,8	88,9	106,7	133,9
CSP-	89,3	108,3	95,7	104,3	94,1	106,1	95,2	80,1
inactifs	101,5	99,6	98,4	93,7	97,0	102,5	99,1	92,9
habitat								
Paris RP	98,8	99,8	103,1	108,4	101,7	95,6	109,2	127,0
province	100,5	100,1	98,7	96,5	99,2	102,0	96,0	88,1
habitudes de fréquentation cinéma								
assidus	114,2	86,9	108,6	120,9	115,2	88,7	97,9	165,4
réguliers	100,7	100,3	94,2	103,8	99,1	100,7	100,2	91,0
occasionnels	86,5	111,0	102,4	73,1	84,3	111,6	102,1	45,1

Public des films selon la nationalité¹

¹ En indice, base 100: ensemble des 280 films de l'échantillon en 2009 et des 292 films en 2010. Source: Publinixé – Harris Interactive.

J Les occasionnels sont particulièrement présents dans le public des documentaires en 2010

Le public annuel des documentaires est fortement dépendant du nombre et de la nature des films. Contrairement à 2009, la sortie en salles de *Océans* fait apparaître en 2010 un public regroupant davantage de CSP+ (indice 114, 98 en 2009) et d'inactifs (indice 110, 97 en 2009) en 2010. Cependant, les films documentaires attirent toujours largement les seniors (indice 166, 112 en 2009) et les occasionnels (indice 119, 105 en 2009).

Parmi les principaux genres de longs métrages, seule l'animation présente un public très spécifique. Les enfants y sont largement sur-représentés (indices 297 en 2009, 343 en 2010). Pour des films tels que *le Voyage extraordinaire de Samy*, *Planète 51*, *Raiponce* ou *la Princesse et la grenouille*, la part des 3-14 ans atteint des niveaux très élevés (indices supérieurs à 370). Au sein du public des films d'animation, les spectateurs de province sont plus représentés (indice 108 en 2010) que ceux de Paris et sa région (indice 82). Les spectateurs occasionnels y figurent également davantage (indice 172) que les réguliers (indice 91) et les assidus (indice 50).

Les films de fiction constituant 90 % de l'échantillon des 292 films de 2010, la structure de leur public correspond globalement à celle de l'ensemble du public des films. La proportion des enfants de 3 à 14 ans y est toutefois moins importante que la moyenne (indice 50), à l'opposé des seniors qui privilégient les films de fiction (indice 111) aux films d'animation (indice 42).

	2009				2010			
	films d'anim.	films docum.	films de fiction	dont comédies	films d'anim.	films docum.	films de fiction	dont comédies
sexe								
hommes	97,0	101,6	100,5	92,8	96,6	97,1	100,8	95,7
femmes	102,9	98,5	99,5	106,8	103,3	102,8	99,3	104,1
âge								
enfants (3-14 ans)	297,4	81,1	63,4	83,3	343,1	98,6	49,7	40,5
adolescents (11-19 ans)	99,6	87,6	100,3	113,5	106,0	67,4	99,4	93,9
jeunes (15-24 ans)	73,5	83,7	105,3	106,5	65,6	53,3	108,1	106,0
adultes (25-49 ans)	91,2	109,9	101,5	96,9	88,6	94,3	102,5	102,0
seniors (50 ans et plus)	42,3	112,1	110,6	106,1	41,6	166,0	110,8	118,5
profession								
CSP+	73,0	97,9	105,1	94,7	68,6	113,6	106,2	103,4
CSP-	83,9	107,9	102,9	101,5	79,9	67,2	104,8	108,0
inactifs	121,1	97,4	96,1	102,0	127,1	110,4	94,2	94,0
habitat								
Paris RP	84,3	103,7	102,9	102,4	81,9	98,9	103,8	106,6
province	106,6	98,4	98,8	99,0	108,0	100,5	98,3	97,1
habitudes de fréquentation cinéma								
assidus	53,1	88,5	109,0	108,8	50,3	85,1	110,6	119,1
réguliers	90,5	102,5	101,7	102,2	91,3	97,4	101,8	102,7
occasionnels	157,9	104,6	89,1	89,0	172,3	118,9	84,7	73,6

J Public des films selon le genre¹

¹ En indice, base 100 : ensemble des 280 films de l'échantillon en 2009 et des 292 films en 2010. Source : Publixiné – Harris Interactive.

K Un public plus jeune et occasionnel pour les films à large combinaison de sortie

La structure du public d'un film dépend de sa combinaison de sortie. De façon générale, plus le nombre de copies d'un film est important, plus son public est jeune.

Le public des films édités sur moins de 100 copies intègre plus de seniors (indice 154) que d'enfants (indice 23), le rapport s'inversant pour les films à très large combinaison : indice 61 pour les seniors, 195 pour les enfants.

Globalement, la proportion de moins de 15 ans dans le public d'un film augmente à mesure que la combinaison de sortie progresse ; à l'exemple de *Shrek 4 – il était une fin*, sorti sur plus de 800 copies et rassemblant une part importante d'enfants (indice 300, contre un indice 43 pour les seniors). À l'inverse, la part des seniors, celle des CSP+ et celle des habitants de la région parisienne diminue quand le nombre de copies augmente.

Les habitudes de fréquentation du public diffèrent également selon les combinaisons de sortie : jusqu'à 500 copies, les assidus sont sur-représentés (indices 157 pour les films à moins de 100 copies, 146 pour ceux de 100 à 200 copies et 114 pour ceux de 200 à 500 copies). À partir de 500 copies, leur part décroît fortement (indice 58). Pour les spectateurs occasionnels, le constat est opposé : ils sont sous-représentés au sein du public des films dont le tirage est inférieur à 500 copies (indices 49 à 78) et figurent largement dans le public des films à très large combinaison (indice 147).

	2009				2010			
	moins de 100	100 à 200	200 à 500	500 et plus	moins de 100	100 à 200	200 à 500	500 et plus
sexe								
hommes	102,7	98,6	101,6	97,2	109,1	106,2	100,0	96,2
femmes	97,4	101,3	98,5	102,7	91,2	94,0	100,0	103,6
âge								
enfants (3-14 ans)	37,2	30,4	69,8	185,3	22,8	40,3	46,3	194,5
adolescents (11-19 ans)	52,0	66,2	99,6	118,4	61,7	77,4	84,7	132,1
jeunes (15-24 ans)	72,2	80,4	107,4	97,0	78,7	98,9	103,9	100,4
adultes (25-49 ans)	100,0	92,5	102,6	97,7	105,4	104,0	101,8	95,6
seniors (50 ans et plus)	161,5	167,4	103,4	63,8	154,2	123,8	118,5	60,8
profession								
CSP+	131,5	121,0	103,6	82,3	124,7	114,4	106,2	83,5
CSP-	82,1	85,1	105,0	98,2	88,5	100,4	105,8	95,8
inactifs	92,4	96,3	95,8	109,8	93,3	92,3	93,7	110,9
habitat								
Paris RP	146,4	128,0	101,9	80,9	124,6	119,1	106,2	82,0
province	80,5	88,2	99,2	108,0	89,1	91,6	97,3	107,9
habitudes de fréquentation cinéma								
assidus	174,2	170,4	105,7	57,0	157,2	146,2	114,3	57,8
réguliers	92,7	94,3	103,8	96,1	93,6	93,0	103,1	100,1
occasionnels	46,8	48,6	88,1	145,2	49,2	61,6	78,1	146,9

K Public des films selon le nombre de copies¹

¹ En indice, base 100 : ensemble des 280 films de l'échantillon en 2009 et des 292 films en 2010. Source : Publixiné – Harris Interactive.

Le succès d'un film est porté par les occasionnels

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 (indice 155 pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2010). À l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public (indice 155 pour les films à plus de quatre millions d'entrées en 2010).

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 2010, tels que *Shutter Island* ou *l'Arnacœur* (plus de 3 millions d'entrées chacun), attirent-ils moins d'occasionnels que la moyenne des films, avec respectivement des indices s'élevant à 77 et 99. Le succès de ces films repose davantage sur un public de réguliers (indice 119 pour *Shutter Island* et 117 pour *l'Arnacœur*).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (chez les enfants, indice 27 pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2010, indice 197 pour les films à plus de quatre millions d'entrées) et provincial (indice 94 pour les films ayant enregistré moins de 100 000 entrées, indice 108 pour les films à plus de quatre millions d'entrées).

Les 15 films réalisant le plus d'entrées en 2010 (plus de 3 millions d'entrées) présentent un public plus jeune (indice 191 pour les 3-14 ans), plus provincial (indice 108) et composé de davantage d'occasionnels (indice 155).

Parmi ces titres, les films américains assurent leur réussite presque exclusivement grâce aux enfants, aux adolescents et aux jeunes adultes. En effet, ces films américains sont souvent destinés à un public jeune :

Raiponce, la Princesse et la grenouille, Twilight 3 : hésitation ou *Toy Story 3*. En revanche, la réussite des films français s'appuie sur un éventail plus large de publics, notamment en ce qui concerne *Des hommes et des dieux* ou *les Petits Mouchoirs*, qui comptent par exemple plus de seniors que la moyenne des films.

	2009						2010					
	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	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
sexe												
hommes	109,9	102,6	100,8	98,8	97,9	96,6	110,1	102,3	101,6	100,1	94,8	95,3
femmes	90,5	97,5	99,3	101,1	102,0	103,2	90,3	97,8	98,5	99,9	105,0	104,5
âge												
enfants (3-14 ans)	54,2	53,0	55,1	110,0	140,2	185,1	27,2	42,3	62,6	85,3	187,6	197,0
adolescents (11-19 ans)	55,6	69,8	88,2	106,1	125,2	137,0	59,7	79,2	69,3	122,0	129,3	134,4
jeunes (15-24 ans)	72,8	83,9	106,7	103,4	112,0	105,0	86,5	95,3	100,9	113,2	90,5	110,8
adultes (25-49 ans)	103,7	97,8	103,5	101,7	95,7	98,8	101,6	104,0	99,8	106,8	93,6	92,1
seniors (50 ans et plus)	146,8	144,5	110,1	88,7	73,3	53,5	148,9	127,0	117,6	80,0	79,3	53,1
profession												
CSP+	115,5	112,8	107,0	95,3	90,6	84,2	111,9	111,3	106,4	93,4	89,8	85,4
CSP-	94,2	95,7	105,9	103,9	92,7	99,9	96,7	100,6	102,0	117,1	90,8	89,5
inactifs	94,9	95,6	93,7	100,6	108,1	108,0	95,6	93,8	95,6	94,3	110,2	113,2
habitat												
Paris RP	153,4	112,5	107,3	92,4	94,6	77,1	114,7	114,3	107,8	96,0	83,5	81,6
province	77,6	94,8	96,9	103,2	102,3	109,6	93,5	93,7	96,6	101,7	107,3	108,1
habitudes de fréquentation cinéma												
assidus	187,2	144,6	120,5	87,5	66,9	38,1	155,3	138,0	115,8	90,1	57,9	47,0
réguliers	87,2	96,7	105,1	105,3	101,2	92,9	90,9	97,1	102,1	105,4	99,2	101,9
occasionnels	46,1	66,7	72,7	101,1	128,5	166,8	55,7	63,2	78,6	101,3	148,3	154,8

Public des films selon le nombre d'entrées¹

¹ En indice, base 100 : ensemble des 280 films de l'échantillon en 2009 et des 292 films de l'échantillon en 2010. Source : Publixiné – Harris Interactive.

M 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 copies sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie est généralement limitée.

Les seniors (indice 152), les CSP+ (indice 125), les habitants de Paris et sa région (indice 118) et les assidus (indice 129) sont sur-représentés dans le public des films Art et Essai. Ce constat est légèrement moins marqué en 2010 qu'en 2009. Parallèlement, la structure du public des films non recommandés est totalement à l'opposé de celle des films Art et Essai : un public plus jeune, plus provincial et plus occasionnel.

Les assidus plébiscitent notamment certains films recommandés Art et Essai réalisés par des auteurs reconnus. C'est le cas pour *The Ghost Writer* de Roman Polanski (indice 137 pour les assidus) ou *The Social Network* de David Fincher (indice 115). Parmi les 110 films recommandés Art et Essai de l'étude Publixiné de 2010, huit seulement présentent un public où les occasionnels figurent plus largement que la moyenne dont trois sont des films d'animation.

	2009		2010	
	films Art et Essai	films non recommandés	films Art et Essai	films non recommandés
sexe				
hommes	101,7	99,4	102,4	99,1
femmes	98,4	100,6	97,7	100,9
âge				
enfants (3-14 ans)	32,5	125,3	36,9	123,9
adolescents (11-19 ans)	66,0	112,7	75,7	109,2
jeunes (15-24 ans)	89,4	103,9	83,9	106,1
adultes (25-49 ans)	95,8	101,6	98,9	100,4
seniors (50 ans et plus)	151,7	80,7	151,8	80,4
profession				
CSP+	126,4	90,1	125,2	90,5
CSP-	84,0	106,0	86,0	105,3
inactifs	94,1	102,2	94,4	102,1
habitat				
Paris RP	120,3	92,4	117,6	93,3
province	91,5	103,2	92,2	102,9
habitudes de fréquentation cinéma				
assidus	143,6	83,7	127,8	89,5
réguliers	101,0	99,6	100,0	100,0
occasionnels	59,6	115,1	68,7	111,8

M Public des films Art et Essai¹

¹ En indice, base 100 : ensemble des 280 films de l'échantillon en 2009 et des 292 films en 2010. Source : Publixiné – Harris Interactive.

N Les films diffusés en 3D attirent un public de jeunes assidus

Il convient de préciser que seuls les films diffusés en salles à la fois en 2D et en 3D sont étudiés ici, soit 17 films au sein de l'échantillon Publixiné (23 films diffusés en 3D au total en 2010). L'analyse permet de comparer la structure du public de ces 17 films selon le format dans lequel ils ont été vus.

Le public des films diffusés en 3D au cinéma présente des caractéristiques particulières. Les hommes (indice 105), les 15-24 ans (indice 112), les CSP- (indice 105) et les assidus (indice 109) constituent majoritairement le public des films diffusés en 3D. Parallèlement, la structure du public des mêmes films diffusés en 2D apparaît très différente : un public plus féminin, de moins de 20 ans ou de plus de 50 ans, résidant à Paris ou dans sa région et occasionnel.

Les occasionnels plébiscitent certains films diffusés en 3D, tels que *le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore* (indice 188 pour les occasionnels) ou *Toy Story 3* (indice 171).

	films en 2D	films en 3D
sexe		
hommes	92,9	104,9
femmes	106,5	95,5
âge		
enfants (3-14 ans)	109,1	93,7
adolescents (11-19 ans)	100,3	99,8
jeunes (15-24 ans)	83,2	111,6
adultes (25-49 ans)	97,8	101,5
seniors (50 ans et plus)	122,5	84,4
profession		
CSP+	95,6	103,1
CSP-	92,4	105,2
inactifs	104,5	96,9
habitat		
Paris RP	107,7	94,7
province	97,6	101,7
habitudes de fréquentation cinéma		
assidus	86,6	109,3
réguliers	101,1	99,3
occasionnels	103,0	98,0

N Public des films diffusés en 3D en 2010¹

¹ En indice, base 100 : ensemble des 17 films de l'échantillon 2010 ayant été diffusés en salles à la fois en 2D et en 3D.
Source : Publixiné – Harris Interactive.



Entre nos mains de Mariana Otero. © Diaphana Distribution.



Les Yeux de sa mère de Thierry Klifa. © Mars Distribution.



L'Ordre et la morale de Mathieu Kassovitz.
© Nord-Ouest Films / UGC Distribution.



Les Femmes du 6^e étage de Philippe Le Guay. © SND.



Ma part du gâteau de Cédric Klaplich. © Studio Canal.



Un amour de jeunesse de Mia Hansen-Løve.
© Les Films du losange.



Rien à déclarer de Dany Boon. © Pathé Distribution.



Si tu meurs, je te tue de Hiner Saleem. © Océan Films.

Poupoupidou de Gérald Hustache-Mathieu. © Diaphana distribution



La Source des femmes de Radu Mihaileanu.
© Julian Torrès / Elzévir Films / Oi Oi Oi Productions / Europacorp.



06

la production cinématographique

261 films de long métrage ont obtenu l'agrément du CNC au cours de l'année 2010, soit 31 films de plus que l'année précédente et le niveau de production le plus haut depuis 1981. En 2010, les investissements dans la production française atteignent 1,4 milliard d'euros.

Précisions méthodologiques

Les données présentées dans cet article portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2010. Ainsi, seuls apparaissent dans ces résultats les films ayant reçu en 2010 l'agrément des investissements ou directement l'agrément de production. En sont exclus 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 de l'État et dont la production n'est pas terminée.

A Un record historique pour la production de films français

En 2010, l'activité de production de films cinématographiques atteint un record historique : 261 films ont été agréés, soit 13,5% de plus qu'en 2009 (+31 films).

Cette augmentation concerne surtout les films produits et financés intégralement ou majoritairement par des partenaires français, films dits « d'initiative française » (+21 films), et dans une moindre mesure les films à majorité étrangère (+10 films). 203 films d'initiative française sont agréés en 2010, contre 182 films en 2009. Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 143 en 2010, contre 137 en 2009. En 2010, 60 films d'initiative française ont été réalisés en coproduction avec l'étranger (45 films en 2009). Le nombre de films de coproduction où la France est un partenaire minoritaire est en hausse à 58 films (48 films en 2009).

En 2010, la proportion de films d'initiative française tournés en langue française baisse très légèrement à 94,6% (95,6% en 2009). 13 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère (8 films en 2009), dont 8 en langue anglaise (5 en 2009).

15 films ont été agréés une fois terminés (après l'obtention du visa d'exploitation). Ils étaient 12 en 2009. En 2010, 14 d'entre eux présentent un devis inférieur à 1 M€ (9 en 2009).

B 1,4 milliard d'euros d'investissements

En 2010, les investissements dans les films agréés sont en hausse de 31,0% et atteignent 1,44 Md€, soit un niveau proche de celui de 2008 (1,49 Md€). Les investissements dans les films d'initiative française progressent de 19,9% pour atteindre 1,11 Md€ pour un nombre de films en progression de 11,5%. Cette évolution résulte d'une augmentation du nombre de films à plus de 7 M€ (46 en 2009, 52 en 2010) dont les devis cumulés progressent de 14,9%. Entre 2001 et 2010, les investissements totaux sur les films d'initiative française progressent en moyenne de 4,5% par an.

Sur ces mêmes films, les investissements français augmentent de 19,6% et dépassent pour la deuxième fois en trois ans le seuil historique du milliard d'euros. En dix ans, ces investissements progressent de 4,5% par an en moyenne.

Les investissements étrangers dans les films d'initiative française progressent de 24,0% par rapport à 2009, en parallèle à la hausse du nombre de films de coproduction (+15 films, soit +33,3%). En dix ans, ces investissements affichent une augmentation moyenne de 4,8% par an.

En 2010, le devis moyen des films d'initiative française s'établit à 5,48 M€, contre 5,10 M€ en 2009.

	films d'initiative française	dont films intégralement français	et films de coproduction	films à majorité étrangère	total films agréés
2001	172	125	47	32	204
2002	163	106	57	37	200
2003	183	105	78	29	212
2004	167	130	37	36	203
2005	187	126	61	53	240
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

A Évolution de la production cinématographique (nombre de films)

	investissements français	investissements étrangers	investissements totaux
2001	728,73	176,42	905,15
2002	678,24	182,47	860,71
2003	789,34	363,96	1 153,30
2004	819,79	229,04	1 048,83
2005	916,98	369,15	1 286,13
2006	834,25	314,22	1 148,47
2007	951,74	249,34	1 201,08
2008	1 223,76	266,69	1 490,45
2009	891,87	206,81	1 098,68
2010	1 089,74	349,28	1 439,01

B Investissements dans les films agréés selon leur provenance (M€)

	films d'initiative française	films à majorité étrangère	total
2001	749,12	156,04	905,15
2002	724,17	136,55	860,71
2003	847,04	306,26	1 153,30
2004	892,41	156,42	1 048,83
2005	933,67	352,46	1 286,13
2006	865,04	283,43	1 148,47
2007	1 003,63	197,45	1 201,08
2008	1 259,20	231,26	1 490,45
2009	927,48	171,20	1 098,68
2010	1 112,15	326,86	1 439,01

B Investissements totaux dans les films agréés (M€)

	devis médian			devis moyen		
	M€ courants	indice € courant ¹	indice € constant ¹	M€ courants	indice € courant ¹	indice € constant ¹
2001	2,42	75,3	74,0	4,36	92,9	91,3
2002	2,82	88,0	84,9	4,44	94,7	91,4
2003	2,60	81,0	76,6	4,63	98,7	93,3
2004	3,92	122,2	113,1	5,34	113,9	105,5
2005	2,80	87,2	79,3	4,99	106,5	96,8
2006	2,82	87,8	78,5	5,27	112,5	100,6
2007	3,08	95,8	84,5	5,43	115,7	102,0
2008	3,40	105,9	90,8	6,42	137,0	117,5
2009	3,06	95,4	81,7	5,10	108,7	93,1
2010	3,99	124,2	104,8	5,48	116,8	98,6

B Devis médian et devis moyen des films d'initiative française

¹ Indice base 100 en 2000.

Source : CNC - INSEE (indice des prix à la consommation, ensemble hors tabac).

	films d'initiative française	films à majorité étrangère	total
2001	687,89	40,84	728,73
2002	644,33	33,92	678,24
2003	720,61	68,73	789,34
2004	789,07	30,72	819,79
2005	837,36	79,62	916,98
2006	777,02	57,23	834,25
2007	907,37	44,37	951,74
2008	1 174,06	49,70	1 223,76
2009	851,99	39,89	891,87
2010	1 018,55	71,19	1 089,74

B Investissements français dans les films agréés (M€)

C Documentaires et films d'animation

27 films documentaires dont 25 d'initiative française sont agréés en 2010 (30 dont 27 d'initiative française en 2009). En 2010, 20,20 M€ sont investis dans la production de films documentaires, contre 33,62 M€ en 2009. Parmi les 25 documentaires d'initiative française agréés en 2010, 21 présentent un devis inférieur à 1 M€ (18 en 2009). En 2010, le devis moyen des documentaires d'initiative française s'établit à 0,67 M€ (1,13 M€ en 2009).

9 films d'animation, tous d'initiative française, sont agréés en 2010 (5 films dont 4 d'initiative française en 2009). En 2010, l'investissement total dans les films d'animation d'initiative française atteint 92,57 M€ (38,15 M€ en 2009). Parmi les 9 films d'animation d'initiative française agréés en 2010, 2 films présentent un devis supérieur à 15 M€ et 2 autres un devis inférieur à 5 M€. En 2009, tous affichaient des devis compris entre 5 M€ et 15 M€. En 2010, le devis moyen des films d'animation d'initiative française est de 10,29 M€ (9,54 M€ en 2009).

D Augmentation significative des coproductions internationales

118 films sont coproduits avec au moins un partenaire étranger en 2010 (93 en 2009). Les films de coproduction internationale composent 45,2% de l'ensemble des films agréés, contre 40,4% en 2009. Ils ont été coproduits avec 36 pays différents.

Le nombre de films coproduits majoritairement par la France s'établit à 60 films en 2010, contre 45 en 2009. À 365,58 M€, les investissements totaux dans les films de coproduction à majorité française augmentent de 29,8% par rapport à 2009, cette hausse étant proportionnelle à celle du nombre de films (+15 films). En 2010, le devis moyen de ces films s'élève à 6,09 M€ (6,26 M€ en 2009). Les partenaires privilégiés de la France pour la coproduction d'initiative française restent la Belgique (28 films), l'Allemagne (10 films) et l'Italie (7 films). Le Canada occupe également une place de choix avec 5 coproductions en 2010.

À 58 titres en 2010, le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger augmente de dix unités par rapport à 2009. Les investissements totaux sur ces films progressent de 90,9%, pour atteindre 326,86 M€. Il s'agit du plus haut niveau observé depuis 2005. Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 5,64 M€ en 2010, contre 3,57 M€ en 2009. Les premiers pays partenaires de la France pour les coproductions à majorité étrangère sont l'Italie (14 films), l'Allemagne (13 films) et la Belgique (11 films). À noter que la première coproduction franco-chinoise officielle a été agréée en 2010, suite à la signature de l'accord de coproduction avec la Chine le 25 septembre 2010.

La France a signé des accords autorisant les coproductions financières bilatérales avec trois pays : l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni. Il s'agit de coproductions sans apport artistique et technique du pays minoritaire, contrairement aux coproductions traditionnelles. Parmi les 8 coproductions financières bilatérales de 2010, une est une coproduction majoritaire française et 7 sont des coproductions minoritaires.

	2006	2007	2008	2009	2010
films de fiction	177	194	196	195	225
dont FIF ¹	141	156	155	151	169
films documentaires	21	29	34	30	27
dont FIF ¹	20	28	32	27	25
films d'animation	5	5	10	5	9
dont FIF ¹	3	1	9	4	9
total	203	228	240	230	261
dont FIF ¹	164	185	196	182	203

C Nombre de films produits selon le genre

¹ Films d'initiative française.

Depuis la ratification par la France de la Convention européenne sur la coproduction en 2002, les coproductions réunissant au minimum trois pays en application de cette convention sont en progression. Cette convention permet notamment l'élargissement des coproductions financières à tous les pays parties à la Convention. Parmi les 118 films de coproduction agréés en 2010, 41 sont coproduits dans le cadre de la Convention, soit plus d'un tiers. 16 d'entre eux sont des films d'initiative française et 25 des films à majorité étrangère. La participation française est uniquement financière pour 16 des 25 films à majorité étrangère.

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	60	58	118
investissements français (M€)	271,98	71,19	343,16
investissements étrangers (M€)	93,60	255,67	349,28
investissements totaux (M€)	365,58	326,86	692,44

D Coproductions internationales en 2010

	2006	2007	2008	2009	2010
Belgique	11	18	22	21	28
Allemagne	6	10	8	8	10
Italie	9	9	13	5	7
Canada	2	8	2	4	5
Luxembourg	1	3	7	3	5
Suisse	4	3	7	3	4

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

E Nouvelle réduction de la bipolarisation des devis de production

L'année 2010 est de nouveau marquée par une réduction de la bipolarisation des devis de production. Cette évolution est essentiellement due à la progression du nombre de films dont le devis est compris entre 4 M€ et 7 M€ (+19 films) et, en parallèle, à la stabilité du nombre de films à devis inférieur à 4 M€ (105 films en 2010, 109 films en 2009).

40 films d'initiative française présentent un devis inférieur à 1 M€ en 2010, soit 19,7 % de l'ensemble (15,4 % en 2009). Le nombre de films au devis compris entre 1 M€ et 2 M€ passe de 36 en 2009 à 18 en 2010. Ainsi, en 2010, 58 films présentent-ils un devis inférieur à 2 M€. Leur poids dans l'ensemble des films d'initiative française diminue à 28,6 %, contre 35,2 % en 2009.

Le nombre de films au devis compris entre 2 M€ et 4 M€, passe de 45 en 2009 à 47 en 2010. L'ensemble des films présentant un devis inférieur à 4 M€ représente ainsi 51,7 % de la production d'initiative française en 2010, contre 59,9 % en 2009.

46 films d'initiative française présentent un devis compris entre 4 M€ et 7 M€ en 2010 (27 en 2009). Ils représentent 22,7 % de l'ensemble des films d'initiative française, soit la part la plus importante constatée depuis 2004 (29,4 %).

52 films présentent un budget supérieur à 7 M€ en 2010 (46 films en 2009). Le nombre de films dont le devis est compris entre 7 M€ et 10 M€ se maintient à un niveau élevé avec 24 films (21 films en 2009). Le nombre de films dont le devis est compris entre 10 M€ et 15 M€ passe de 14 films en 2009 à 16 en 2010. Parmi les 12 films de 2010 à plus de 15 M€ (11 films en 2009), 5 présentent un devis compris entre 15 M€ et 20 M€ (7 en 2009) et 7 films un devis supérieur à 20 M€ (4 en 2009).

Globalement, 25,6 % des films d'initiative française affichent un devis supérieur à 7 M€ en 2010, contre 25,3 % en 2009. Jusqu'en 2004, cette part n'excédait jamais 20 %.

F Premiers et deuxièmes films

31,0 % des films d'initiative française agréés en 2010 sont des premiers films (63 titres), contre 42,3 % en 2009 (77 titres). Si le devis moyen des films d'initiative française s'élève à 5,48 M€, celui des premiers films s'établit à 3,65 M€ en 2010 (3,27 M€ en 2009). 28 premiers films présentent un devis supérieur à 3 M€ (24 films en 2009) dont 13 films un devis supérieur à 6 M€ (12 films en 2009). Parmi ces 13 derniers, 4 affichent un devis supérieur à 10 M€ (4 films en 2009). Par ailleurs, alors que 28,6 % de l'ensemble des films d'initiative française présentent un devis inférieur à 2 M€ en 2010 (35,2 % en 2009), 42,9 % des premiers films sont dans ce cas (48,1 % en 2009).

33 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2010 (37 en 2009), soit 16,3 % de l'ensemble (20,3 % en 2009). Le devis moyen des deuxièmes films s'établit à 4,38 M€, contre 4,69 M€ en 2009.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
plus de 10 M€	20	14	18	24	22	24	28	35	25	28
7 M€ à 10 M€	14	12	12	9	17	21	21	25	21	24
5 M€ à 7 M€	15	31	20	33	21	12	20	11	18	30
4 M€ à 5 M€	9	9	17	16	7	7	9	17	9	16
2 M€ à 4 M€	40	35	38	32	46	37	43	41	45	47
1 M€ à 2 M€	32	21	37	33	33	35	29	23	36	18
moins de 1 M€	42	41	41	20	41	28	35	44	28	40
total	172	163	183	167	187	164	185	196	182	203

E Films d'initiative française selon l'importance du devis

	premiers films			deuxièmes films		
	total	% des FIF ¹	avec ASR ²	total	% des FIF ¹	avec ASR ²
2001	53	30,8	21	36	20,9	15
2002	67	41,1	33	31	19,0	13
2003	68	37,2	31	27	14,8	7
2004	54	32,3	24	35	21,0	16
2005	69	36,9	26	34	18,2	16
2006	56	34,1	23	27	16,5	7
2007	73	39,5	23	32	17,3	9
2008	74	37,8	23	31	15,8	7
2009	77	42,3	24	37	20,3	10
2010	63	31,0	22	33	16,3	10

F Premiers et deuxièmes films

¹ Films d'initiative française.

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

G Renforcement des aides du CNC et de la contribution des SOFICA

En 2010, les sociétés de production et les chaînes de télévision demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française. La part des apports des producteurs français diminue très légèrement à 27,2 % hors soutien automatique (-0,7 point par rapport à 2009). La contribution des diffuseurs est stable à 32,4 %. Les montants des apports des chaînes de télévision augmentent de 19,9 % entre 2009 et 2010 et ceux des sociétés de production de 16,9 %.

Les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française avaient connu une forte croissance sur la période récente, en particulier les mandats salles et étrangers. Cette tendance a marqué le pas en 2009.

En 2010, les mandats vidéo et les mandats étrangers semblent renouer avec la croissance, en restant, toutefois, à des niveaux nettement inférieurs à ceux observés en 2008. À l'inverse, les mandats de distribution en salles continuent de baisser (-9,2 %). Ces derniers financent 9,7 % des devis des films d'initiative française en 2010, contre 12,9 % en 2009. La part des devis des films d'initiative française couverte par les mandats étrangers passe de 2,6 % en 2009 à 6,5 % en 2010. Les mandats ne constituant pas des financements encadrés, ces évolutions sont à appréhender avec prudence.

Les aides sélectives du CNC apparaissent en nette hausse entre 2009 et 2010 (+28,8 %). Leur incidence sur le financement global des films d'initiative française, qui se réduisait régulièrement depuis 2002, connaît une nouvelle augmentation depuis 2009 et s'établit à 2,7 % en 2010.

La part de la contribution des aides publiques régionales au financement des films d'initiative française est relativement stable sur les trois dernières années (1,9 % en 2010). Les montants dédiés à ces aides augmentent de 12,7 % entre 2009 et 2010. Ils atteignent un niveau relativement élevé mais inférieur à celui observé en 2008.

La contribution des SOFICA passe de nouveau au-delà des 4 % en 2010 (4,3 %). Les apports des SOFICA sont en très forte augmentation (+36,9 % entre 2009 et 2010).

H La structure de financement des films d'initiative française est étroitement corrélée au montant total du devis. Les aides sélectives du CNC et les aides régionales assurent 16,6 % du financement total des films dont le devis est inférieur à 4 M€ en 2010 et seulement 1,1 % de celui des films à plus de 7 M€. À contrario, les mandats (salles, vidéo et étranger) concourent à hauteur de 22,1 % au financement des films à plus de 7 M€ et contribuent seulement à 5,3 % à celui des films en deçà de 4 M€.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
producteurs français	42,8	26,7	22,8	25,8	26,8	31,9	25,7	26,7	27,9	27,2
SOFICA	3,3	4,6	4,5	3,1	3,1	3,5	3,9	2,8	3,8	4,3
soutien automatique	7,0	9,8	8,7	7,9	7,9	7,9	6,3	5,5	7,1	6,0
aides sélectives	3,2	3,6	3,5	3,5	3,0	2,6	2,6	2,1	2,5	2,7
aides régionales	-	1,0	1,1	1,2	1,3	1,5	1,6	1,8	2,0	1,9
coproductions TV	3,7	4,6	3,8	4,3	3,8	3,3	3,8	3,2	3,7	3,6
préachats TV	31,9	29,7	26,2	28,1	25,5	25,3	26,8	24,5	28,7	28,9
distributeurs France	-	7,5	6,8	6,0	9,8	7,4	9,5	12,1	12,9	9,7
éditeurs vidéo France	-	1,5	2,0	2,0	3,1	2,2	2,1	1,7	0,6	0,7
mandats étrangers ¹	-	-	5,6	6,5	5,3	4,2	8,2	12,8	2,6	6,5
apports étrangers	8,2	11,0	14,9	11,6	10,3	10,2	9,6	6,8	8,1	8,4
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

G Financement des films d'initiative française (%)

¹ Mandats pour la vente des films sur les marchés étrangers hors des pays coproducteurs.

	<1 M€	1-4 M€	4-7 M€	7 M€ et plus	total
producteurs français ¹	59,0	37,7	31,2	32,1	33,3
SOFICA	0,8	4,4	7,2	3,2	4,3
aides sélectives et aides régionales	19,5	16,2	5,1	1,1	4,6
chaînes de TV ²	10,0	27,9	32,1	34,4	32,4
mandats ³	5,2	5,3	12,3	22,1	17,0
apports étrangers	5,5	8,4	12,1	7,1	8,4
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

H Financement des films d'initiative française selon le devis en 2010 (%)

¹ Soutien automatique inclus.

² Coproductions + préachats.

³ Salles + vidéo + étranger.

Investissements des chaînes en clair

Précisions méthodologiques

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films dont la production a débuté (agrément des investissements) ou s'est achevée durant l'année (agrément de production). Ce calendrier explique les éventuelles distorsions avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec précaution, notamment au regard des obligations de production.

En 2010, parmi les 261 films agréés, les chaînes historiques en clair ont financé au total 121 films dont 102 d'initiative française (87 films dont 77 d'initiative française en 2009). Un seul film d'initiative française est financé simultanément par deux diffuseurs en clair (3 en 2009). En 2010, un film d'initiative française fait l'objet d'un préachat de droits de diffusion de la part d'une chaîne en clair sans qu'il soit accompagné d'une coproduction. Aucun film n'était dans ce cas en 2009.

Le volume global d'investissement des chaînes en clair enregistre une progression de 21,9 % en 2010, pour un nombre de films concernés en augmentation de 39,1 % (+34 films). La hausse constatée profite principalement aux films d'initiative française pour lesquels les investissements des chaînes en clair progressent de 17,6 % par rapport à 2009. Les investissements des chaînes en clair en faveur des films à majorité étrangère passent de 5,05 M€ en 2009 à 10,74 M€ en 2010. En 2010, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 67,1 % par des préachats de droits de diffusion (66,7 % en 2009). La part des apports en coproduction est relativement stable à 32,9 % (33,3 % en 2009).

TF1 et M6 apportent en moyenne plus de 2 M€ par film (respectivement 2,44 M€ et 2,42 M€ en 2010). Les apports moyens de France 2 se situent autour d'un million d'euros (1,01 M€). France 3 et Arte interviennent respectivement à hauteur de 0,85 M€ et de 0,34 M€ par film.

TF1 et M6 financent des films aux devis élevés. En 2010, les films coproduits par TF1 présentent un devis moyen de 14,23 M€ (15,04 M€ en 2009), ceux coproduits par M6 un devis moyen de 14,41 M€ (10,95 M€ en 2009). France 2 s'engage sur des films au devis moyen de 9,61 M€ (9,47 M€ en 2009). France 3 investit dans des films au devis moyen en légère baisse à 7,54 M€, contre 8,58 M€ en 2009. Arte investit dans des films dont le devis moyen est stable à 2,90 M€ (2,86 M€ en 2009).

Les diffuseurs peuvent consacrer jusqu'à 0,7 % de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres européennes tournées dans une autre langue que le français. En 2010, l'intervention des chaînes dans ce type de films augmente fortement et s'élève à 16,40 M€ pour 21 films (3,70 M€ pour 10 films en 2009).

En 2010, deux chaînes de la TNT privée gratuite (NRJ12 et W9) ont préacheté 5 films, tous d'initiative française, pour un montant total de 850 000 €. En 2009, TMC et W9 avaient préacheté 7 films, tous d'initiative française, pour un montant total de 480 000 €.

Le nombre de films sans financement de chaîne de télévision est stable en 2010 à 63 films agréés (+2 films). En 2010, 38 films d'initiative française (37 en 2009) ne bénéficient d'aucun financement d'une chaîne de télévision, soit 18,7 % des films d'initiative française. Cette part est en léger recul par rapport à 2009 (20,3 %). En 2010, l'intégralité des films d'initiative française sans apport de chaîne de télévision présentent des devis inférieurs à 4 M€ (94,6 % en 2009) et 81,6 % affiche un devis inférieur à 1 M€ (64,9 % en 2009).

Le devis moyen des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision s'établit à 0,69 M€ (1,06 M€ en 2009), contre 5,48 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française (5,10 M€ en 2009). 42,1 % de ces films sont des premiers films (56,8 % en 2009) et 26,3 % sont des deuxièmes films (10,8 % en 2009).

	coproductions (M€)	préachats (M€)	total des apports (M€)	% du devis des films agréés	% du devis des films concernés
2001	27,57	72,38	99,95	11,0	15,5
2002	34,32	73,66	107,98	12,5	16,2
2003	34,19	75,59	109,78	9,5	11,7
2004	39,69	84,73	124,42	11,9	15,4
2005	37,99	81,45	119,45	9,3	14,3
2006	30,40	71,51	101,91	8,9	13,1
2007	39,96	84,97	124,92	10,4	14,9
2008	41,64	102,61	144,24	9,7	13,6
2009	36,94	73,96	110,90	10,1	15,4
2010	44,45	90,77	135,22	9,4	13,5

Participation des chaînes en clair¹

¹ TF1, France 2, France 3, M6 et Arte

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	total
nombre de films	20	35	31	6	30	121
total des apports (M€)	48,83	35,34	26,27	14,52	10,27	135,22
préachats (M€)	40,05	20,88	14,02	11,97	3,86	90,77
coproductions (M€)	8,78	14,46	12,25	2,55	6,42	44,45
apport moyen par film (M€)	2,44	1,01	0,85	2,42	0,34	1,12

Participation des chaînes en clair¹ au financement des films agréés en 2010

¹ Un film est financé simultanément par deux chaînes en clair.

J Investissements de Canal+

155 films agréés en 2010 ont fait l'objet d'un investissement de Canal+ pour un montant global de 194,57 M€, en hausse de 18,1 % par rapport à 2009. L'investissement de Canal+ augmente de 2,7 % par an en moyenne entre 2001 et 2010. Ces données n'incluent ni les indexations de prix calculés sur les recettes salles, ni les films financés avec Canal+ et sans financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans les statistiques 2010.

133 films d'initiative française ont été préachetés par Canal+ en 2010, contre 121 en 2009. Sur l'ensemble des films d'initiative française, la part des films financés par Canal+ est de 65,5 % en 2010 (66,5 % en 2009). Les investissements de Canal+ couvrent 17,0 % de l'ensemble des investissements dans les films agréés en 2010. Cette proportion était de 18,5 % en 2009.

L'apport moyen de la chaîne sur les films d'initiative française est relativement stable et s'établit à 1,35 M€ (1,30 M€ en 2009).

Canal+ intervient toujours dans des films aux devis variés. En 2010, la chaîne achète 77,5 % des films d'initiative française dont le devis est compris entre 1 M€ et 15 M€ (74,8 % en 2009). Elle préachète également 10,0 % des films dont le devis est inférieur à 1 M€ (10,7 % en 2009) et l'ensemble des films d'initiative française dont le devis est supérieur à 15 M€ (comme en 2009). Pour répondre à sa clause de diversité, Canal+ finance 48 des 105 films d'initiative française dont le devis est inférieur à 4 M€ en 2010 (56 sur 109 en 2009). En 2010, parmi les 133 films d'initiative française préachetés par Canal+, 127 ont été achetés par la chaîne pour la première diffusion payante et 6 pour la deuxième diffusion payante.

K Investissements de TPS Star

En 2010, TPS Star finance 15 films agréés, tous d'initiative française. Le nombre de films préachetés est divisé par plus de deux entre 2009 et 2010.

Les investissements de TPS Star dans les films d'initiative française sont en hausse de 6,7 % par rapport à 2009 mais restent à un niveau relativement bas à 12,70 M€.

Les achats de première fenêtre de diffusion payante sur les films d'initiative française (12,02 M€, soit 94,6 % du total) sont en augmentation de 43,4 % par rapport à 2009 et concernent 11 films (comme en 2009). TPS Star mobilise 0,65 M€ dans les films d'initiative française pour les préachats de deuxième fenêtre de diffusion payante de 3 films en 2010. L'investissement de TPS Star pour les préachats de deuxième diffusion cryptée est en recul de 79,0 % par rapport à l'année précédente (3,10 M€ pour 15 films d'initiative française en 2009). En 2010, TPS Star préachète un film d'initiative française pour la troisième fenêtre de diffusion payante (sept films en 2009).

L'investissement moyen de TPS Star par film d'initiative française est de 0,85 M€ en 2010 (0,36 M€ en 2009). Il connaît toutefois des variations importantes selon le type de diffusion. Pour une première fenêtre de diffusion payante, le montant moyen d'investissement s'élève à 1,09 M€ (0,76 M€ en 2009) ; pour une deuxième fenêtre, il est de 0,22 M€ (0,21 M€ en 2009).

Le devis moyen des films d'initiative française financés par TPS Star s'établit à 5,92 M€ en 2010, contre 5,86 M€ en 2009.

	films	dont FIF ¹	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)	% du devis des films agréés	% du devis des films concernés
2001	122	111	153,10	1,25	16,9	22,9
2002	109	98	122,99	1,13	14,3	21,0
2003	108	99	129,31	1,20	11,2	15,1
2004	124	114	136,65	1,10	13,0	17,4
2005	120	106	126,04	1,05	9,8	15,4
2006	125	109	138,32	1,11	12,0	14,7
2007	140	127	160,28	1,14	13,3	16,0
2008	142	125	173,96	1,23	11,7	14,8
2009	134	121	164,79	1,23	15,0	18,5
2010	155	133	194,57	1,26	13,5	17,0

J Préachats de Canal+

¹ Films d'initiative française.

	films	dont FIF ¹	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)
2001	22	20	23,81	1,08
2002	17	16	23,69	1,39
2003	16	16	21,92	1,37
2004	46	44	31,87	0,69
2005	45	38	34,06	0,76
2006	30	26	14,00	0,47
2007	45	41	20,46	0,45
2008	53	46	22,27	0,42
2009	34	33	11,90	0,35
2010	15	15	12,70	0,85

K Préachats de TPS Star

¹ Films d'initiative française.

L Investissements de Ciné Cinéma

En 2010, Ciné Cinéma investit 23,01 M€ dans 139 films dont 121 d'initiative française. Sur ces derniers, l'intervention de Ciné Cinéma progresse par rapport à 2009 : +18 films et des investissements en hausse de 14,3 %.

Ciné Cinéma finance parallèlement 18 films de coproduction à majorité étrangère en 2010 (9 en 2009), à hauteur de 1,24 M€ (+34,4 % par rapport à 2009).

L'investissement moyen de la chaîne sur les films d'initiative française s'établit à 179 900 € en 2010, contre 184 800 € en 2009.

En 2010, Ciné Cinéma consacre 0,38 M€ à l'achat de la première diffusion payante de six films d'initiative française (0,81 M€ pour 7 films en 2009).

L'investissement moyen sur ces films s'établit à 64 000 € (115 000 € en 2009). Ciné Cinéma réserve 21,2 M€ (soit 97,5 % du total) à l'achat de la deuxième fenêtre de diffusion payante pour 112 films d'initiative française (91 en 2009), soit une moyenne de 189 500 € par film.

Ciné Cinéma consacre enfin 0,15 M€ au préachat de la troisième fenêtre de diffusion payante pour 3 films d'initiative française en 2010, soit une moyenne de 50 500 € par film.

Le devis moyen des films d'initiative française financés par Ciné Cinéma s'établit à 7,06 M€ en 2010, contre 6,01 M€ en 2009.

	films	dont FIF ¹	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)
2002	19	18	2,78	0,15
2003	40	36	7,22	0,18
2004	48	46	9,41	0,20
2005	67	65	11,90	0,18
2006	59	57	9,32	0,16
2007	81	77	13,75	0,17
2008	97	89	16,79	0,17
2009	112	103	19,96	0,18
2010	139	121	23,01	0,17

L Préachats de Ciné Cinéma

¹ Films d'initiative française.

M Investissements de Orange Cinéma Séries

Orange Cinéma Séries finance 26 films dont 24 d'initiative française de la production 2010 (13 films dont 12 d'initiative française en 2009), pour un montant total de 23,38 M€ (7,22 M€ en 2009).

La chaîne investit 22,85 M€ dans les films d'initiative française dont 21,32 M€ pour les droits de première fenêtre payante de 17 films (6 films en 2009) et 1,53 M€ pour les droits de deuxième fenêtre de 7 films (3 en 2009). Orange Cinéma Séries ne fait pas de préachat en troisième fenêtre en 2010 ; trois films étaient concernés en 2009.

Le devis moyen des films d'initiative française préachetés par Orange Cinéma Séries s'établit à 5,18 M€ en 2010, contre 5,77 M€ en 2009. 84,8 % des investissements dans les films d'initiative française sont concentrés sur des films dont le devis est compris entre 4 M€ et 15 M€.

	films	dont FIF ¹	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)
2008	3	3	4,93	1,64
2009	13	12	7,22	0,56
2010	26	24	23,38	0,90

M Préachats de Orange Cinéma Séries

¹ Films d'initiative française.

Financement par les mandats

Le financement des films agréés par des mandats d'exploitation augmente de 27,8 % à 204,7 M€ en 2010. Cette hausse s'explique notamment par la structure de production des films. En effet, 11 films présentent un devis supérieur à 20 M€ en 2010, contre 5 en 2009. En 2009, 24,20 M€ étaient investis sous forme de mandats sur 4 des 5 films à devis supérieur à 20 M€. En 2010, 80,02 M€ de mandats concernent 8 des 11 films à plus de 20 M€. Cette augmentation concerne principalement les mandats étrangers qui sont multipliés par 2,8 entre 2009 et 2010.

Le crédit d'impôt

En 2010, parmi les 203 films d'initiative française agréés, 137 font l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt (125 sur 182 films d'initiative française en 2009).

Le total cumulé des devis de ces 137 films s'élève à 773,93 M€ dont 728,29 M€ sont intégralement dépensés en France, soit 94,1 %. À titre de comparaison, cette part de dépenses en France s'établit à 55,9 % pour les 66 films d'initiative française de 2010 qui n'ont pas fait l'objet d'une demande de crédit d'impôt.

Globalement, les dépenses réalisées en France par les films bénéficiaires du crédit d'impôt représentent 79,4 % de l'ensemble des dépenses effectuées en France par les films d'initiative française en 2010 (83,7 % en 2009).

N Intervention des SOFICA

Les SOFICA sont intervenues sur 105 films agréés en 2010, soit 7 films de plus qu'en 2009. L'investissement global s'établit à 48,88 M€, en hausse de 35,0% par rapport à l'année précédente.

L'investissement moyen des SOFICA par film s'établit à 465 500 €, contre 369 500 € en 2009. Il couvre en moyenne 7,9 % du devis des films considérés (5,6 % en 2009).

En 2010, les SOFICA investissent dans des films dont le budget est supérieur à la moyenne : le devis moyen des films dans lesquels interviennent les SOFICA est de 5,89 M€. Ce devis moyen est en recul par rapport aux années précédentes : il était de 6,65 M€ en 2009 et de 8,25 M€ en 2008.

14 SOFICA sont actives en 2010, comme en 2009.

La concentration de leur intervention est plus forte qu'en 2009 : les trois SOFICA les plus actives fournissent 41,4 % de l'investissement total en 2010, contre 35,4 % en 2009.

O L'avance sur recettes

En 2010, 56 films agréés sont produits avec l'aide en amont de l'avance sur recettes. Parmi ces films, quatre sont des coproductions minoritaires françaises.

Les films d'initiative française aidés par l'avance sur recettes représentent 25,6 % de l'ensemble des films d'initiative française produits en 2010 (23,1 % en 2009).

Parmi les films bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation, 19 sont des premiers films (17 en 2009) dont 18 d'initiative française. 8 deuxièmes films ont reçu l'avance avant réalisation en 2010 (tous d'initiative française), contre 9 en 2009.

Le total des avances accordées aux films agréés en 2010 s'élève à 24,57 M€ et couvre, en moyenne, 13,3 % des devis des films aidés. Pour les films d'initiative française de fiction, l'avance moyenne s'établit à 494 000 €, contre 484 000 € en 2009. Par ailleurs, deux films d'animation ont bénéficié de cette aide pour un montant moyen de 550 000 € en 2010 (aucun en 2009).

Neuf films agréés en 2010 bénéficient de l'avance sur recettes après réalisation (10 films en 2009).

Le montant total des allocations s'élève à 691 200 € (1 042 300 € en 2009), soit une moyenne de 76 800 € par film. Le devis moyen de ces films s'élève à 0,84 M€ (1,2 M€ en 2009). L'avance après réalisation représente 9,2 % du devis des films aidés (8,7 % en 2009).

Parmi les films aidés figurent 4 premiers films (8 en 2009) et 3 deuxièmes films (1 en 2009). 7 films bénéficiaires de l'avance sur recettes après réalisation sont des documentaires (6 films en 2009).

6 921 jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française

Précision méthodologique

Pour l'analyse concernant la durée des tournages, sont exclus tous les films d'animation et documentaires.

Le nombre cumulé des jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 6 921 jours, soit une hausse de 17,5 % par rapport à 2009 pour 18 films supplémentaires (+11,9 %). La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française est de 41 jours (39 jours en 2009).

Le nombre de jours de tournage dans l'hexagone s'établit à 4 959 jours, soit une hausse de 12,2 % par rapport à 2009. Cette augmentation concerne principalement les tournages dans les studios français (+38,5 %) et, dans une moindre mesure, les tournages en décors naturels qui totalisent 4 657 jours (+10,9 %).

72 films d'initiative française, soit 42,6 % des 169 films pris en compte, sont partiellement ou intégralement tournés à l'étranger (54 films, soit 35,8 % en 2009). Ces 72 films génèrent 1 962 jours de tournage à l'étranger en 2010 (1 474 jours en 2009), soit une moyenne de 27 jours par film (comme en 2009). Le choix du tournage à l'étranger est, dans la majorité des cas, lié à des exigences d'ordre artistique. Néanmoins, ce choix répond parfois à une logique financière, la localisation à l'étranger permettant des économies sur les coûts

	films	dont FIF ¹	apports (M€)	% du devis des films concernés	apport moyen par film (M€)
2001	59	59	24,78	8,6	0,42
2002	56	56	33,26	10,9	0,59
2003	61	58	39,23	7,7	0,64
2004	55	53	27,67	6,8	0,50
2005	78	70	31,63	6,9	0,41
2006	78	72	32,78	6,7	0,42
2007	88	81	40,59	7,2	0,46
2008	97	86	38,34	4,8	0,40
2009	98	91	36,21	5,6	0,37
2010	105	100	48,88	7,9	0,47

N Participation des SOFICA au financement des films agréés

¹ Films d'initiative française.

	films agréés avec avance	dont FIF ¹	montant accordé (M€) ²
2001	52	50	17,92
2002	50	48	17,07
2003	60	56	21,62
2004	63	59	23,53
2005	61	58	20,96
2006	52	46	19,49
2007	54	49	20,05
2008	46	44	17,69
2009	44	42	20,07
2010	56	52	24,57

O Avance sur recettes avant réalisation

¹ Films d'initiative française.

² Montant d'avance sur recettes obtenu par les films agréés de chaque année. Ces montants sont donc différents de ceux figurant dans la loi de finances.

(République Tchèque, par exemple) ou l'accès à des financements locaux au travers des coproductions (Belgique, Luxembourg, Allemagne, Canada). En 2010, 24 films d'initiative française sont partiellement tournés dans les studios français (20 films en 2009). La durée moyenne de tournage en studio est de 13 jours, contre 11 jours en 2009. Le devis moyen des 24 films d'initiative française partiellement tournés dans les studios français en 2010 s'établit à 10,3 M€. 10 films de coproduction minoritaire sont partiellement tournés en France, contre 9 en 2009. Parmi eux, deux films sont intégralement tournés en France.

Le secteur de la production : une atomisation structurelle

175 entreprises différentes produisent les 203 films d'initiative française agréés en 2010, parmi lesquels 28 productions co-déléguées sont dénombrées. Le secteur de la production cinématographique reste donc peu concentré. Les Films d'Ici est la société la plus active en 2010 avec 7 films d'initiative française produits dont le devis moyen s'élève à 0,86 M€. Parmi ces films, quatre sont des documentaires. Deux sociétés ont produit 5 films chacune. Il s'agit de Europacorp (22,62 M€ de devis moyen par film) et Fidélité Films (7,8 M€ de devis moyen par film). Pathé Production (devis moyen de 14,4 M€ par film) et les Films Péleas (devis moyen de 2,4 M€ par film) ont produit chacune 4 films en 2010. Huit sociétés ont produit 3 films et 22 sociétés ont produit 2 films dans l'année. Enfin, 140 sociétés ont produit un seul film en 2010 (elles étaient 128 en 2009).

P Coûts de production des films d'initiative française

Précisions 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. Les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements, avant tournage, peuvent en effet subir des évolutions non négligeables.

En 2010, 189 films d'initiative française ont reçu un agrément de production (175 films en 2009), pour un volume de dépenses de 1 092,0 M€ (873,8 M€ en 2009). Cinq films présentent un coût de production supérieur à 30 M€ en 2010 (aucun en 2009). Avec un total de 196,3 M€ en 2010, les dépenses à l'étranger enregistrent une progression significative par rapport à 2009 (+46,4%), en raison notamment de la croissance du nombre de films. La proportion de films ayant recours à de telles dépenses se maintient à un niveau élevé (61,9%, contre 63,4% en 2009). Ces dernières années, les dépenses extranationales représentent une part croissante des coûts totaux de production des films d'initiative française (18,0% en 2010, 15,3% en 2009). La progression des dépenses à l'étranger concerne la fiction et le documentaire, qui concentrent respectivement 87,6% et 10,5% des dépenses totales réalisées hors de France (86,5% et 1,8% en 2009). En raison de l'absence de coproductions internationales à plus de 30 M€, l'animation voit ses dépenses étrangères reculer de 76,3% à 3,7 M€ en 2010. Pour les seuls films de fiction, le poids des dépenses à l'étranger atteint 18,3% des coûts totaux de production, soit une progression de 3,8 points par rapport à 2009 (14,5%). En excluant les cinq titres de fiction réalisant le plus de dépenses extranationales en 2010, le montant des dépenses à l'étranger des films de fiction atteint 101,5 M€, soit 10,8% des coûts totaux de la fiction (9,7% en 2009).

	fiction	documentaire	animation	total
dépenses en France				
2006	569,31	5,57	15,33	590,21
2007	567,17	17,48	72,88	657,53
2008	715,85	21,65	31,52	769,02
2009	685,94	21,04	32,75	739,73
2010	768,81	66,71	60,20	895,72
dépenses à l'étranger				
2006	102,46	1,10	14,10	117,66
2007	78,89	4,40	3,21	86,50
2008	122,67	2,28	7,61	132,56
2009	116,00	2,36	15,74	134,10
2010	171,91	20,65	3,73	196,28
dépenses totales				
2006	671,77	6,67	29,43	707,87
2007	646,06	21,87	76,09	744,02
2008	838,52	23,93	39,13	901,58
2009	801,93	23,40	48,50	873,83
2010	940,71	87,36	63,93	1092,00

P Dépenses en France et à l'étranger (M€)

Base : Films d'initiative française ayant obtenu un agrément de production : 141 films en 2006, 167 films en 2007, 170 films en 2008, 175 films en 2009, 189 films en 2010.

Q Sur l'ensemble des films d'initiative française de fiction ayant reçu l'agrément de production en 2010, la structure des dépenses de production est stable par rapport à 2009. Les postes relatifs aux rémunérations représentent toujours plus de la moitié du coût moyen d'un film (56,1 % en 2010, 56,3 % en 2009). La part des dépenses de tournage est stable à 30,4 % et celle des dépenses techniques à 13,5 % (13,3 % en 2009).

En 2010, la part des rémunérations varie entre 49,7 % des dépenses totales pour les films de fiction dont le coût est inférieur à 1 M€ et 56,1 % pour les films au coût supérieur à 15 M€. Parmi les postes de rémunérations, seule l'interprétation connaît une évolution directement corrélée au coût total. Sa part s'échelonne de 5,9 % pour les films à coût inférieur à 1 M€ à 12,2 % pour les films dont le coût est supérieur à 15 M€. En 2010, le poids de l'interprétation dans le coût des films continue de se réduire. À 10,9 % des coûts totaux des films de fiction, il atteint son niveau le plus bas depuis 2003 (11,4 % en 2009, 12,9 % en 2008). La part des rôles principaux reste stable à 6,8 % ; celle des rôles secondaires s'élève à 1,6 % (1,7 % en 2009). Selon les tranches de budget, la part des dépenses de rémunération du producteur varie entre 4,5 % et 5,8 % du coût total d'un film.

	dépenses (M€)					répartition (%)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
rémunérations	388,68	364,2	458,5	451,4	528,0	57,9	56,4	54,7	56,3	56,1
droits artistiques	63,76	49,00	59,39	64,91	83,65	9,5	7,6	7,1	8,1	8,9
dont dépenses d'écriture	24,26	19,54	26,05	24,68	35,91	3,6	3,0	3,1	3,1	3,8
personnel	120,70	122,02	155,08	156,20	184,94	18,0	18,9	18,5	19,5	19,7
producteurs	37,47	31,33	35,24	40,29	45,68	5,6	4,8	4,2	5,0	4,9
interprétation	88,14	80,77	108,39	91,68	102,52	13,1	12,5	12,9	11,4	10,9
dont rôles principaux	57,82	52,13	67,20	54,35	64,15	8,6	8,1	8,0	6,8	6,8
rôles secondaires	11,79	9,77	13,56	13,83	14,62	1,8	1,5	1,6	1,7	1,6
agents artistiques	6,02	5,86	16,77	6,51	6,91	0,9	0,9	2,0	0,8	0,7
charges sociales	78,61	81,13	100,42	98,31	111,19	11,7	12,6	12,0	12,3	11,8
technique	94,79	92,58	119,93	106,92	126,94	14,1	14,3	14,3	13,3	13,5
moyens techniques	60,78	56,38	82,07	68,75	84,21	9,0	8,7	9,8	8,6	9,0
pellicules - laboratoires	34,01	36,20	37,86	38,17	42,73	5,1	5,6	4,5	4,8	4,5
tournage	188,30	189,24	260,08	243,61	285,80	28,0	29,3	31,0	30,4	30,4
décors et costumes	50,27	52,09	73,37	66,59	85,52	7,5	8,1	8,8	8,3	9,1
transports, défraiements, régie	60,44	60,27	81,65	74,83	88,25	9,0	9,3	9,7	9,3	9,4
assurances et divers	38,10	39,30	57,02	50,92	53,78	5,7	6,1	6,8	6,3	5,7
divers ¹	39,49	37,58	48,03	51,27	58,24	5,9	5,8	5,7	6,4	6,2
total	671,77	646,06	838,52	801,93	940,71	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0



Répartition des coûts de production des fictions cinématographiques

¹ Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : Fictions d'initiative française ayant obtenu un agrément de production :

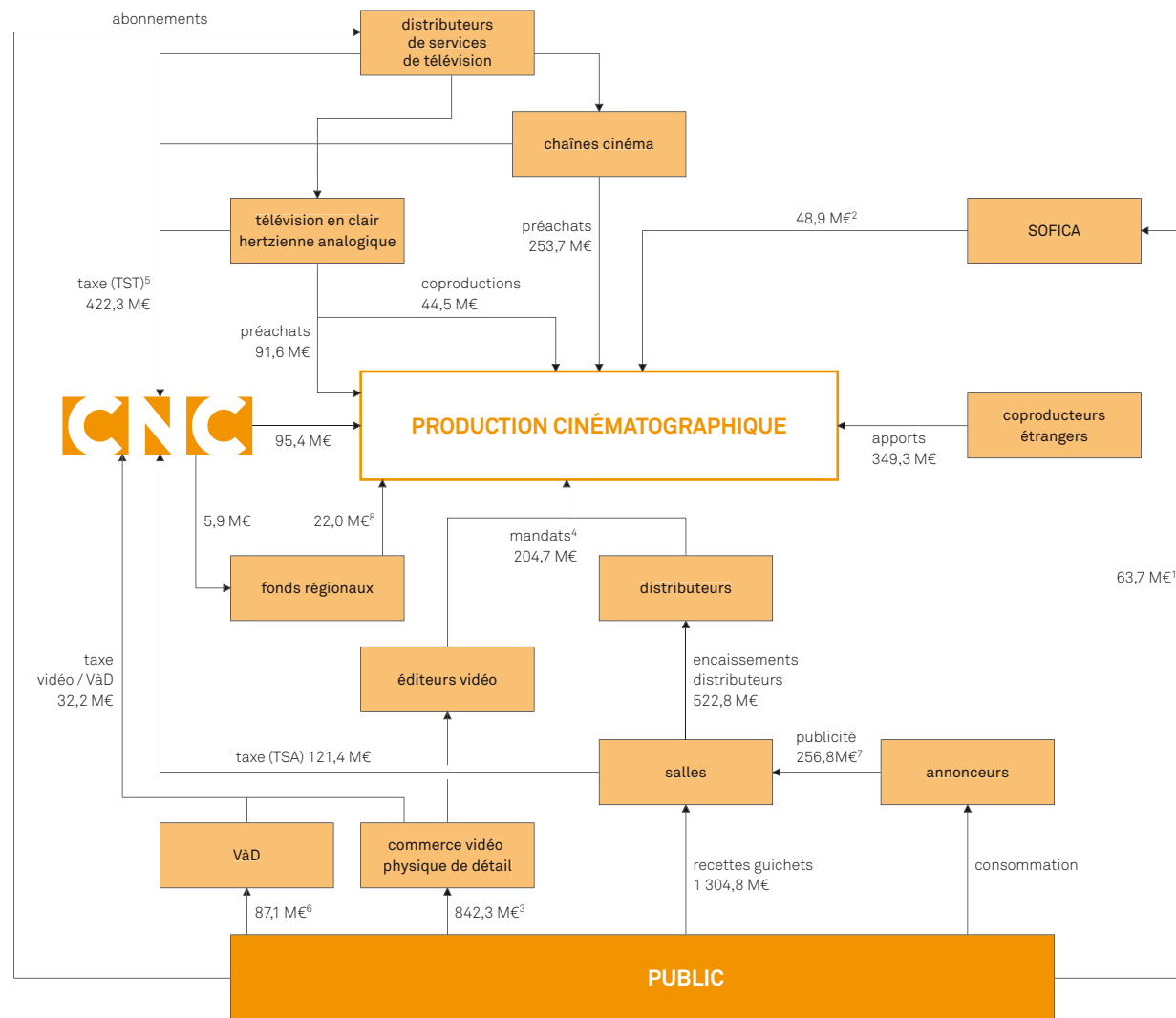
126 films en 2006, 142 films en 2007, 141 films en 2008, 140 films en 2009, 160 films en 2010.

25 documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2010 (30 en 2009). Le coût total de production de ces films s'élève à 87,36 M€, soit un niveau près de quatre fois supérieur à celui de 2009 (23,40 M€). Cette augmentation est liée à la présence du film *Océans*, qui capte à lui seul 65,4 % des coûts de production du genre. En 2010, les postes liés aux rémunérations captent toujours près de la moitié des dépenses de production des documentaires d'initiative française (49,7 %, contre 46,5 % en 2009). Les frais de tournage constituent la deuxième catégorie de coûts avec 26,4 % des dépenses totales du genre (25,3 % en 2009). Enfin, les coûts techniques représentent 23,9 % du budget de production des documentaires en 2010, contre 28,2 % en 2009. 14 documentaires enregistrent des dépenses à l'étranger en 2010 (18 en 2009). Les dépenses extranationales représentent 23,6 % des coûts totaux du genre, soit une progression importante par rapport à 2009 (10,1 %). En excluant les titres *Océans* et *Home*, les dépenses réalisées hors de France pour les documentaires s'élèvent à 2,88 M€, soit un montant relativement proche de celui de 2009.

Entre 2003 et 2010, 31 films d'animation d'initiative française ont reçu un agrément de production. Les dépenses totales de production de ces films s'élèvent à 325,70 M€.

Sur les huit années étudiées, le personnel s'impose comme le premier poste de dépenses pour l'animation (33,5 % du coût total en moyenne), suivi par les moyens techniques (19,9 %), les frais divers (9,5 %) et la sous-traitance (8,2 %). L'interprétation (voix des personnages) ne représente que 2,4 % des coûts totaux de production du genre sur la période 2003-2010.

L'intégralité des résultats sur la production cinématographique est disponible dans deux études : « La production cinématographique en 2010 » et « Les coûts de production des films français en 2010 ». Les deux études, publiées en mars 2011, sont consultables sur www.cnc.fr.



Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2010

¹ Collecte 2009 correspondant aux investissements réalisés en 2010 et janvier 2011 (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 2010.
³ Ventes au détail des œuvres cinématographiques.
⁴ Mandats pour la distribution en salles et l'édition 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 des œuvres cinématographiques en vidéo à la demande (hors abonnements illimités).
⁷ Investissements publicitaires bruts tarifés.
⁸ Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2010.

Sources :
 Agréments des investissements délivrés par le CNC ;
 Investissements publicitaires bruts – Kantar Média ;
 Loi de Finances 2010 ;
 Déclarations de recettes des salles au CNC ;
 Baromètre vidéo CNC-GfK ;
 Baromètre VaD GfK-NPA.



L'Été de Boniface. © Folimage.

Le Rossignol et autres fables. © E. Carecchio / Bel Air Média / Arte.



Le Carnaval des animaux.
© Camera Lucida / France 2.

Les Beaux Meccs. © Lincoln Productions / France 2.



Sur les traces de Tintin. © Gédéon programmes / Arte.



Clem. © David Merle / TF1.

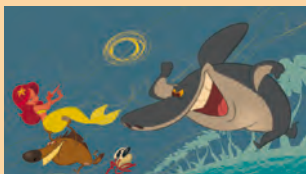
Françafrique. © Compagnie des phares et balises / France 2.



Scènes de ménages.
© Cécile Rogue / M6.



Zig & Sharko. © Xilam.



07

la production audiovisuelle aidée

En 2010, le CNC a soutenu la production de 4 413 heures de programmes audiovisuels français (+4,0% par rapport à 2009). Le volume de production de fiction, d'animation et de magazine est en baisse tandis que celui des autres genres augmente.

Mafiosa, saison 3. © Images et compagnie / Canal+.

Une mesure de la production aidée

Les résultats relatifs à la production de 2010 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2010. 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.

L'intégralité des résultats de la production audiovisuelle aidée par le CNC est disponible dans l'étude sur « La production audiovisuelle aidée en 2010 », publiée en avril 2011 et consultable sur le site internet www.cnc.fr.

A UN VOLUME DE PRODUCTION AIDÉE EN HAUSSE DE 4,0 %

En 2010, le CNC a soutenu la production de 4 413 heures de programmes audiovisuels français (+4,0% par rapport à 2009). Le volume de production de fiction, d'animation et de magazine est en baisse tandis que celui des autres genres augmente. Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC progressent de 3,5% à 1 365,3 M€, alors que les subventions allouées par le CNC à ces programmes sont stables à 203,8 M€ (-0,8%). Ces aides se répartissent entre 196,6 M€ d'aides à la production (-0,6%) et 7,1 M€ d'aides au développement (-6,1%). Les investissements des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée par le CNC progressent de 4,2% à 793,5 M€ en 2010. 87,2% de ce total provient des chaînes nationales gratuites, contre 86,0% en 2009. Cette proportion varie selon les genres, mais demeure toujours majoritaire (92,4% pour la fiction en 2010, 79,4% pour le documentaire, 76,8% pour l'animation et 69,7% pour le spectacle vivant). Les chaînes privées de la TNT gratuite occupent encore un poids restreint (0,2% pour la fiction en 2010, 2,4% pour le documentaire, 4,8% pour l'animation et 0,6% pour le spectacle). Le poids des chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) dans les apports totaux des diffuseurs varie davantage selon le genre. S'il est relativement limité sur la fiction (7,4%), il est en revanche nettement plus élevée sur le documentaire (15,6%), l'animation (22,1%) et le spectacle vivant (14,3%). Mis à part pour le documentaire (4,8% des investissements des diffuseurs) et le spectacle vivant (13,2%), les chaînes locales occupent un rôle secondaire dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC. Les financements en provenance de partenaires étrangers sont stables à 93,3 M€ en 2010 tous genres confondus (-0,4% par rapport à 2009).

	durée (heures)	devis (M€)	diffuseurs (M€)	aide à la production (M€)	aides au développement (M€)
2006					
fiction	835	713,6	519,1	81,6	1,8
animation	395	214,9	56,1	38,2	0,6
documentaire	1 998	321,5	148,8	58,4	1,6
magazine	396	37,3	25,8	3,7	0,0
spectacle vivant	434	65,4	20,7	16,4	0,0
total	4 058	1 352,8	770,4	198,3	4,0
2007					
fiction	807	691,9	487,3	76,7	3,0
animation	314	176,5	50,0	25,6	1,3
documentaire	1 832	286,3	137,3	52,9	1,7
magazine	405	25,4	16,4	3,6	0,1
spectacle vivant	321	51,4	16,6	12,8	0,0
total	3 678	1 231,5	707,5	171,6	6,0
2008					
fiction	912	741,6	528,6	87,2	2,9
animation	259	151,6	40,1	27,9	1,7
documentaire	2 059	320,0	147,1	61,7	1,8
magazine	354	27,9	16,6	4,2	0,0
spectacle vivant	401	60,9	21,2	15,9	0,0
total	3 985	1 301,9	753,4	197,0	6,4
2009					
fiction	752	664,3	493,4	71,7	2,9
animation	347	199,1	55,97	34,8	2,5
documentaire	2 225	345,0	163,1	66,8	2,1
magazine	435	34,5	23,9	4,7	0,0
spectacle vivant	486	75,7	25,0	19,8	0,1
total	4 245	1 318,6	761,3	197,8	7,6
2010					
fiction	732	677,7	499,3	67,9	3,2
animation	320	177,0	50,7	29,5	2,1
documentaire	2 454	395,3	194,0	73,6	1,7
magazine	377	30,8	22,1	3,6	0,0
spectacle vivant	529	84,5	27,3	22,2	0,1
total	4 413	1 365,3	793,5	196,6	7,1



Production audiovisuelle aidée

FICTION

B Financement de la fiction

Le volume de fiction produite est en baisse pour la deuxième année consécutive en 2010 (-2,6 % à 732 heures). Cette évolution résulte essentiellement de la diminution du volume commandé par les chaînes privées nationales gratuites. La fiction représente 16,6 % des durées totales de programmes audiovisuels aidés en 2010, contre 17,7 % en 2009.

Les devis de fiction progressent de 2,0 % à 677,7 M€ en 2010. Par conséquent, le coût horaire moyen est en augmentation de 4,8 % à 925,5 K€ (883,3 K€ en 2009). Cette évolution s'explique d'une part, par la progression du volume des fictions de 90 minutes et d'autre part, par la diminution du volume des fictions de 26 minutes, de 52 minutes et de format court.

En 2010, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction augmente de 1,2 % par rapport à 2009, à 499,3 M€. Elle représente toutefois 73,7 % des devis de fiction en 2010. L'apport horaire des diffuseurs progresse de 3,9 % entre 2009 et 2010. Les diffuseurs apportent en moyenne 681,9 K€ par heure de fiction produite en 2010, contre 656,1 K€ en 2009.

La part des apports du CNC, qui constituent la deuxième source de financement de la fiction, diminue de 0,8 point à 10,0 % en 2010. La part des apports des producteurs dans le financement de la fiction s'établit en-deçà de 10 % pour la deuxième année consécutive (9,5 % en 2010).

Les apports étrangers (apports en coproduction et préventes) enregistrent une nette progression en 2010, pour un volume horaire concerné en baisse de 19,1 %. Ils s'élèvent à 21,5 M€ (17,2 M€ en 2009), soit une hausse de 24,9 % en un an.

308 heures de programmes de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2010 (381 heures en 2009). La progression des apports étrangers est essentiellement liée à la hausse des préventes.

Les œuvres majoritairement françaises constituent la quasi-totalité des fictions qui bénéficient d'apports étrangers. En 2010, 306 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 19,5 M€ d'apports étrangers dont 11,9 M€ d'apports en coproduction et 7,6 M€ de préventes. Les apports en coproduction augmentent de 68,4 % entre 2009 et 2010 sur les œuvres majoritairement françaises. En revanche, ils diminuent de 83,1 % sur les œuvres minoritaires françaises.

Le volume des coproductions minoritaires françaises est constitué d'une seule œuvre de moins de 2 heures en 2010 (deux œuvres pour un volume de 6 heures en 2009).

Depuis 2005, les apports étrangers sont marginaux dans le financement de la fiction. En 2010, ils couvrent 3,2 % du financement global de la production de fiction française.

	2006	2007	2008	2009	2010
financements français	696,3	667,8	715,9	647,0	656,2
producteurs français	75,4	78,6	76,0	61,1	64,3
préventes en France	6,3	5,8	6,5	4,3	3,4
diffuseurs	519,1	487,3	528,6	493,4	499,3
SOFICA	0,8	2,2	2,6	1,2	1,2
CNC	81,6	76,7	87,2	71,7	67,9
autres	13,0	17,2	15,0	15,4	20,1
financements étrangers	17,4	24,1	25,8	17,2	21,5
coproductions étrangères	10,6	16,5	10,3	12,2	12,8
préventes à l'étranger	6,7	7,6	15,5	5,0	8,7
total des financements	713,6	691,9	741,6	664,3	677,7

B Financement de la fiction (M€)

C Formats de fiction

Le volume d'unitaires de 90 minutes augmente de 33,5 % en 2010 à 179 heures (134 heures en 2009). Il progresse sur l'ensemble des commandes des chaînes hertziennes historiques à l'exception de TF1 (-32,3 % à 21 heures). Il est en hausse de 39,3 % sur France 2 (72 heures en 2010), de 46,8 % sur France 3 (50 heures), de 64,1 % sur Canal+ (5 heures), de 51,4 % sur M6 (9 heures) et de 157,6 % sur Arte (22 heures). Les unitaires de 90 minutes représentent 24,5 % du volume de fiction aidée (+6,6 points).

En 2010, la part des séries et feuilletons au sein du volume total de fiction aidée diminue de 7,6 points à 72,0 % (527 heures, -11,9 %). Cette catégorie se décompose de la manière suivante :

_ 7 heures de collection : France 2 est à l'origine de 86,7 % des heures initiées dans cette catégorie en 2010. Le volume horaire total des collections est en baisse de 54,6 % par rapport à 2009.

_ 79 heures de séries et mini-séries de 90 minutes (-13,5 %) : TF1 demeure le principal commanditaire de cette catégorie de fiction avec dix séries, soit 46 heures produites en 2010 (+27,5 %) dont *Affaires étrangères* (2x90' - Les Films de l'Astre), *Clem* (3x90' - Merlin Productions) et *la Loi selon Bartoli* (2x90' - Little Big). Elle est suivie par France 2 avec 20 heures de programmes (-46,0 %), France 3 (-33,2 %) et M6 (aucune heure en 2009) avec 6 heures de fiction chacune. Les séries et mini-séries de 90 minutes constituent 10,7 % des heures de fiction aidée en 2010 (12,1 % en 2009).

_ 159 heures de séries et mini-séries de 52 minutes (-11,4%): TF1 commande 51 heures en 2010 (+14,4 % par rapport à 2009), France 2 35 heures (-13,4 %), France 3 28 heures (+22,7 %), Canal+ 17 heures (-31,3 %) et Arte 7 heures (-50,0 %). TMC contribue à cette catégorie avec 23 heures de programmes. M6 n'initie aucune série dans ce format en 2010 (29 heures en 2009). Les séries et mini-séries de 52 minutes représentent 21,8 % du volume de fiction mis en production en 2010 (23,9 % en 2009).

_ 219 heures de séries et mini-séries de 26 minutes (-6,0%): le volume horaire des fictions de cette catégorie est à son plus bas niveau depuis 2006, notamment en raison de l'arrêt de la production de deux séries sur TF1 et M6 en 2009. *Plus belle la vie* (268x26' – Rendez-vous Production Série / Telfrance Série), qui représente la moitié du volume horaire total des séries et mini-séries de 26 minutes produites en 2010 (46,1 % en 2009), est désormais l'unique feuilleton quotidien diffusé sur les chaînes historiques. La catégorie intègre également en 2010 la troisième saison de *Baie des flamboyants* (100x26' – JLA Productions) pour RFO, qui constitue 20,2 % du volume total. Le volume des séries de 26 minutes est stable sur France 3, mais il diminue de 36,6 % sur France 2.

France 2 est le troisième commanditaire de séries de 26 minutes en 2010 avec le renouvellement de la production de trois séries destinées à la jeunesse : *Foudre* (26x26' – Adventure Line Productions / Terence Films), *Chante* (26x26' – Télé Images / Marathon) et *Cœur océan* (16x26' – Scarlett Production). Le volume des séries et mini-séries de 26 minutes augmente de 75,7 % sur Canal+. Comédie! compte quatre séries représentant 18 heures en 2010. Malgré un volume en baisse, les séries et mini-séries de 26 minutes demeurent, pour la quatrième année consécutive, la première catégorie de fiction en 2010 (-1,1 point à 29,9%).

_ 63 heures de séries de format court (-20,4%): le volume des séries de format court diminue pour la première fois depuis 2006. Cette évolution s'explique essentiellement par la baisse des heures initiées par les chaînes payantes (-55,1 %). Canal+ diminue ses commandes de 38,5 %. Quatre chaînes thématiques initient des fictions de format court en 2010 (sept chaînes en 2009) dont Téva avec 6 heures de programmes. Le volume des séries de format court diminue également de 42,8 % sur les chaînes locales. Il progresse au contraire de 22,1 % sur les chaînes nationales gratuites. Deux antennes régionales de France 3 (Corse et Ouest) commandent notamment 11 heures de fiction de cette catégorie en 2010. M6, qui est le premier commanditaire des séries de format court, diminue son volume de 5,6 % en 2010. Cette catégorie intègre notamment pour la chaîne la deuxième saison de *Scènes de ménages* (480x3' – Noon). Les séries de format court représentent 8,7 % des heures de fiction aidée en 2010, contre 10,6 % en 2009.

	heures					coût horaire (K€)				
	2006	2007	2008	2009	2010	2006	2007	2008	2009	2010
unitaires de format court	13	12	16	14	20	266,0	336,3	359,2	335,0	352,9
unitaires de 52 minutes	0	14	5	5	6	-	1334,2	1210,0	876,6	655,3
unitaires de 90 minutes	177	138	152	134	179	1226,5	1490,2	1399,1	1461,7	1469,4
séries et feuilletons	645	642	739	599	527	764,3	720,9	699,5	766,4	765,1
collections	-	9	27	15	7	-	1345,4	1742,0	1367,1	1602,4
séries de 90 minutes	98	70	39	55	76	1208,8	1285,7	1304,1	1422,7	1394,2
mini-séries de 90 minutes	52	7	10	36	3	1434,8	1487,7	1272,1	1589,3	1279,5
séries de 52 minutes	240	180	215	117	156	953,0	1020,7	1133,2	1170,0	1260,0
mini-séries de 52 minutes	-	63	19	62	3	-	1174,0	1122,1	1173,1	1201,1
séries de 26 minutes	207	250	358	232	218	246,8	276,1	327,7	304,5	279,9
mini-séries de 26 minutes	-	-	-	1	1	-	-	-	415,5	890,3
séries de format court	48	63	71	80	63	417,5	371,2	340,2	261,2	319,8
total	835	807	912	752	732	854,6	857,5	813,1	883,3	925,5

C Évolution des formats de fiction¹

¹ Un unitaire est une fiction unique ou composée, pour les besoins de la diffusion télévisuelle, de deux parties dont l'histoire est bouclée. Les unitaires de format court sont des programmes unitaires dont la durée est généralement inférieure à 30 minutes.

Une série est une suite de fictions composées d'éléments communs (tels que les personnages et les décors). Un feuilleton est une série dans laquelle l'histoire se poursuit d'un épisode à l'autre. Les séries de format court sont des séries dont la durée par épisode est inférieure à 15 minutes. Une mini-série est définie comme une série comprenant au moins trois épisodes et n'étant pas destinées à être prolongées. Une collection correspond à un ensemble de fictions réunies autour d'un même sujet, d'un même auteur ou d'une même ambition artistique et qui n'intègrent pas d'éléments récurrents.

D Investissements des chaînes dans la fiction

Les chaînes nationales gratuites

En 2010, le volume de fiction initiée par les chaînes nationales gratuites diminue de 6 heures par rapport à 2009 (-1,0%). En revanche, leur investissement total augmente de 3,3%. Les chaînes publiques nationales augmentent leur apport financier de 10,3% pour un volume d'heures initiées en hausse de 11,3%. Au contraire, les chaînes privées nationales gratuites diminuent leur investissement de 6,8% pour un volume d'heures initiées en baisse de 22,3%. Le volume de production initié par les chaînes (publiques et privées) de la TNT gratuite s'élève à un niveau jamais atteint précédemment (23 heures en 2010, contre 5 heures en 2009) mais leur investissement est en baisse de 39,2% à 1,3M€ en 2010. Les chaînes de la TNT gratuite représentent 0,3% des investissements totaux des diffuseurs dans le genre (0,4% en 2009).

_ Les chaînes publiques nationales

En 2010, France Télévisions participe à la production de 441 heures de fiction dont 434 en tant que premier diffuseur (+12,1%), pour un apport total en hausse de 9,5% à 270,6M€. France Télévisions fournit ainsi 54,2% des investissements totaux des chaînes dans la production de fiction en 2010 (50,1% en 2009). France 2 apporte 150,2M€ en 2010 (-1,9%) et commande 183 heures de fiction dont 182 heures en tant que premier diffuseur (-12,5%). La chaîne engage la production de plusieurs séries, parmi lesquelles *les Beaux Mecs* (8x52' – Lincoln TV). Elle met également en production des unitaires de 90 minutes, comme *le Temps du silence* (1x90' – Flach Film Production). France 2 poursuit également trois séries matinales de 26 minutes, dont la quatrième saison de *Foudre* (26x26' – Adventure Line Productions / Terence Film). Le volume de fiction commandée par France 2 en 2010 est composé à 54,3% de séries et feuilletons (72,5% en 2009) et à 41,6% d'unitaires (26,4% en 2009).

En 2010, la participation de France 3 (hors France 3 Régions) à la production de fiction concerne 198 heures dont 195 heures en tant que premier diffuseur (+11,7%), pour un investissement total en hausse de 26,1% à 117,0M€. *Plus belle la vie* (268x26' – Rendez-vous Production Série / TelFrance Série) totalise 54,1% du volume commandé par France 3 en 2010. La chaîne poursuit la production de plusieurs séries dont *Famille d'accueil* (8x52' – GMT Productions) et engage celle de 32 unitaires de 90 minutes dont *La République des enfants* (1x90' – Capa Drama). Le volume de fiction commandée par France 3 est composé à 73,8% de séries et feuilletons (79,5% en 2009) et à 24,0% d'unitaires (19,3% en 2009). France 4 et France 5 interviennent essentiellement en tant que deuxièmes diffuseurs dans la production de fiction. Leur investissement total représente respectivement 0,5M€ (-59,7%) et 0,3M€ (+87,0%) en 2010. En 2010, Arte participe à la production de 42 heures de fiction dont 30 en tant que premier diffuseur (+0,2% par rapport à 2009), pour un apport total en hausse de 23,8% à 19,7M€ (15,9M€ en 2009). Le volume de fiction commandée par Arte en 2010 est composé à 74,5% d'unitaires (29,0% en 2009), comme *le Piège afghan* (1x90' – Raspail Productions), et à 23,1% de séries et feuilletons (64,1% en 2009).

_ Les chaînes privées nationales gratuites

En 2010, TF1 apporte 143,5M€ (-3,3% par rapport à 2009) à la production de 119 heures de fiction, toutes en tant que premier diffuseur (-19,5%). Le volume de fiction commandé par TF1 en 2010 est composé à 82,4% de séries et feuilletons (77,9% en 2009) et à 17,6% d'unitaires (22,1% en 2009). La chaîne met notamment en production *Bienvenue aux Edelweiss* (1x90' – TelFrance) et la première saison de *Doc Martin* (6x52' – Ego Productions). Les œuvres de fiction commandée en 2010 par M6 représentent 60 heures dont 44 heures en tant que premier diffuseur. Le volume de fiction initiée par la chaîne diminue ainsi de 49,5% par rapport à 2009. Cette baisse s'explique par la non reconduction d'une série de 26 minutes et de trois séries de 52 minutes. Les investissements de la chaîne sont en retrait de 21,7% à 26,8M€. En volume horaire, les séries et feuilletons représentent 79,2% des programmes commandés par M6 en 2010 (93,1% en 2009). La part des unitaires atteint 20,8% (6,9% en 2009). Les séries de format court constituent 65,2% du volume de fiction initiée par M6 en 2010 (-2 heures en un an). Hors formats courts, la chaîne a initié uniquement des fictions de 90 minutes dont *Ma femme, ma fille, 2 bébés* (1x90' – DEMD Productions). TMC est la seule chaîne privée de la TNT gratuite à intervenir dans la production de fiction en 2010. La chaîne apporte 0,8M€ correspondant à un volume horaire de 23 heures, toutes en tant que premier diffuseur. Elle initie la production de la série *les Mystères de l'amour* (26x52' – JLA Productions). Les chaînes privées de la TNT gratuite ne participent pas à la production de fiction en tant que deuxièmes ou troisièmes diffuseurs en 2010 (ces interventions représentaient 30 heures au total en 2009).

Les chaînes payantes

En 2010, le volume des fictions initiées par les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) diminue de 10 heures par rapport à 2009 (-11,8 % à 74 heures). Leur investissement total baisse de 20,1 % à 36,8 M€ en 2010 (46,0 M€ en 2009). En revanche, le volume horaire total de fiction sur lequel les chaînes payantes interviennent est toujours en croissance (214 heures en 2010, contre 175 heures en 2009), en raison de la progression des volumes horaires de fiction pour lesquelles elles sont deuxièmes, troisièmes voire quatrièmes diffuseurs. Les chaînes payantes totalisent 7,4 % des investissements totaux des chaînes dans la production de fiction en 2010 (9,3 % en 2009) et initient 10,1 % des heures produites (11,2 % en 2009).

En 2010, Canal+ apporte 28,8 M€ (-29,5 % par rapport à 2009) à la production de 40 heures de fiction dont 34 heures en tant que premier diffuseur (-23,3 %).

En volume horaire, les séries et feuilletons représentent 79,9 % des programmes commandés par la chaîne en 2010 (88,4 % en 2009). La part des unitaires s'élève à 15,5 % (7,2 % en 2009) et le volume des séries et feuilletons diminue de 12 heures. Canal+ initie notamment la production de *Mon père, Francis le Belge* (1x90' – Aeternam Films, LGM) et de la série *XIII* (13x52' – EuropaCorp Télévision).

En 2010, 16 chaînes thématiques diffusées sur le câble, l'ADSL, le satellite ou la TNT payante investissent dans des œuvres de fiction (18 chaînes en 2009). L'investissement de ces chaînes dans la production de fiction atteint un niveau record. Il augmente de 53,4 % à 8,0 M€ en 2010 (5,2 M€ en 2009). Leur contribution représente 1,6 % de l'ensemble des investissements des diffuseurs dans la fiction aidée par le CNC en 2010 (1,1 % en 2009) et correspond à 196 heures dont 40 heures en tant que premiers diffuseurs (+1,4 %).

Comédie! apporte 3,1 M€ en 2010 (montant multiplié par cinq par rapport à 2009) pour 22 heures de fiction dont 21 en tant que premier diffuseur (volume multiplié par trois en un an). La chaîne initie notamment la production de *la Chanson du dimanche, la série* (15x26' – Making Prod). Orange Cinéma Séries investit 1,7 M€ en 2010 (0,3 M€ en 2009) pour 37 heures de fiction dont 5 en tant que premier diffuseur (6 heures en 2009).

TV5 Monde participe à la production de 76 heures de fiction (+2,1 % par rapport à 2009), toutes en tant que deuxième, troisième ou quatrième diffuseur, pour un montant total de 0,8 M€ (+13,8 %). Il s'agit majoritairement d'unitaires de 90 minutes (61,0 % du volume horaire total).

Les chaînes locales

En 2010, 11 chaînes locales investissent dans des œuvres de fiction, soit le même nombre qu'en 2009. Elles participent au financement de 76 heures de fiction dont 9 heures en tant que premiers diffuseurs (13 heures dont 12 en tant que premiers diffuseurs en 2009). Tous rangs de diffusion confondus, leur apport est en augmentation de 124,8 % à 0,9 M€. Il représente 0,2 % de l'ensemble des investissements des diffuseurs dans la fiction aidée par le CNC en 2010 (0,1 % en 2009). En 2010, l'intervention des chaînes locales dans la fiction porte sur 15 unitaires de format court, deux séries de format court, une série de 26 minutes et une série de 52 minutes. Toutefois, les chaînes locales initient uniquement la production d'unitaires et de séries de format court.

	heures initiées ¹		heures totales ²		apports des diffuseurs ²	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
France 2	208	182	215	183	153,1	150,2
France 3 ³	175	207	184	210	92,8	117,7
France 4	2	1	57	25	1,1	0,5
France 5	1	-	2	3	0,2	0,3
RFO-France Ô	1	44	2	44	0,0	1,9
France Télévisions	387	434	405	441	247,2	270,6
Arte	30	30	45	42	16,0	19,7
total chaînes publiques nationales⁴	417	464	429	467	263,2	290,3
Direct 8	-	-	2	-	0,0	-
NRJ12	3	-	11	-	0,7	-
TMC	-	23	3	23	0,1	0,8
W9	-	-	17	-	0,1	-
TNT privée gratuite⁵	3	23	33	23	1,0	0,8
TF1	148	119	148	119	148,4	143,5
M6	88	44	91	60	34,2	26,8
total chaînes privées nationales gratuites⁶	239	186	251	201	183,6	171,1
total chaînes gratuites	656	650	670	668	446,7	461,4
Canal+	45	34	45	40	40,8	28,8
chaînes thématiques	39	40	151	196	5,2	8,0
total chaînes payantes	84	74	175	214	46,0	36,8
chaînes locales	12	9	13	76	0,4	0,9
chaînes du web	-	-	3	2	0,2	0,2
total général	752	732	752	732	493,4	499,3

D Heures commandées et investissements dans la fiction selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ Y compris France 3 Régions.

⁴ France Télévisions + Arte car LCP-AN et Public Sénat n'ont pas investi dans la fiction en 2009 et 2010.

⁵ Direct 8 + NRJ12 + TMC + W9 car Gulli, NT1 et Direct Star (ex Virgin 17) n'ont pas investi dans la fiction en 2009 et 2010.

⁶ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

	coût horaire ¹ (K€)		apport horaire ¹ (K€)		taux de financement ¹ (%)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
France 2	1042,7	1168,9	734,2	824,7	70,4	70,6
France 3 ²	651,9	728,8	524,9	567,0	80,5	77,8
France 4	217,4	335,8	103,8	32,7	47,8	9,7
France 5	415,5	-	104,2	-	25,1	-
RFO-France Ô	391,8	106,0	25,0	43,2	6,4	40,8
France Télévisions	858,5	848,6	633,0	620,2	73,7	73,1
Arte	809,8	1082,2	453,5	601,0	56,0	55,5
total chaînes publiques nationales³	855,0	863,7	620,1	619,0	72,5	71,7
Direct 8	-	-	-	-	-	-
NRJ12	258,3	-	150,0	-	58,1	-
TMC	-	114,0	-	36,9	-	32,4
W9	-	-	-	-	-	-
TNT privée gratuite⁴	258,3	114,0	150,0	36,9	58,1	32,4
TF1	1252,1	1464,1	1003,0	1204,9	80,1	82,3
M6	535,6	645,3	388,7	452,1	72,6	70,1
total chaînes privées nationales gratuites⁵	974,4	1105,2	765,0	883,8	78,5	80,0
total chaînes gratuites	898,6	932,8	672,9	694,8	74,9	74,5
Canal+	1418,3	1689,8	908,9	833,2	64,1	49,3
chaînes thématiques	235,7	271,4	95,3	115,7	40,4	42,6
total chaînes payantes	868,7	931,7	530,8	449,7	61,1	48,3
chaînes locales	159,7	326,7	29,9	75,0	18,7	23,0
chaînes du web	-	-	-	-	-	-
total général	883,3	925,5	646,7	662,7	73,2	71,6

D Coût et investissement horaire dans la fiction selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Y compris France 3 Régions.

³ France Télévisions + Arte car LCP-AN et Public Sénat n'ont pas investi dans la fiction en 2009 et 2010.

⁴ Direct 8 + NRJ12 + TMC + W9 car Gulli, NT1 et Direct Star (ex Virgin 17) n'ont pas investi dans la fiction en 2009 et 2010.

⁵ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

DOCUMENTAIRE

E Financement du documentaire

Avec un total de 2 454 heures aidées en 2010 (+10,3 % par rapport à 2009), le documentaire poursuit sa reprise entamée en 2008. Les devis des programmes documentaires suivent la même tendance que les volumes (+14,6 % à 395,3 M€), soit un coût horaire moyen en légère augmentation à 161,1 K€ (+3,9 %).

Les engagements financiers des diffuseurs dans le documentaire augmentent de 19,0 % par rapport à 2009 à 194,0 M€. En 2010, ils couvrent 49,1 % des devis totaux du genre (+1,8 point), soit un apport horaire moyen en nette hausse à 79,1 K€ (73,3 K€ en 2009).

Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaire s'élèvent à 73,6 M€ en 2010, soit une hausse de 10,1 % par rapport à 2009.

En 2010, les aides du CNC couvrent 18,6 % de l'ensemble des financements du genre (-0,8 point par rapport à 2009). Par ailleurs, 55,6 % des heures de programmes audiovisuels aidées par le CNC concernent des documentaires. Ce pourcentage atteignait 52,4 % en 2009.

	2006	2007	2008	2009	2010
financements français	296,7	270,4	298,4	324,4	372,6
producteurs français	55,5	49,5	54,0	56,2	67,3
préventes en France	5,5	5,2	5,8	4,2	5,5
diffuseurs	148,8	137,3	147,1	163,1	194,0
SOFICA	0,1	0,1	0,4	0,3	0,2
CNC	58,4	52,9	61,7	66,8	73,6
autres	28,5	25,4	29,4	33,9	32,0
financements étrangers	24,9	16,0	21,5	20,6	22,6
coproductions étrangères	15,8	9,5	15,5	12,9	13,7
préventes à l'étranger	9,1	6,5	6,1	7,7	9,0
total des financements	321,5	286,3	320,0	345,0	395,3

E Financement du documentaire (M€)

Les financements étrangers dans la production française de documentaire sont en hausse de 10,0 % à 22,6 M€ dont 9,0 M€ au titre des préventes (+16,6 %) et 13,7 M€ au titre des apports en coproduction (+6,1 %). 467 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2010, pour un total d'apports étrangers de 18,0 M€, répartis entre apports en coproduction (9,9 M€) et préventes (8,1 M€). 20 heures de programmes minoritaires français sont financés par des partenaires étrangers à hauteur de 4,7 M€ dont 3,8 M€ d'apports en coproduction et 0,8 M€ de préventes. En 2010, la part des apports étrangers dans le documentaire atteint 5,7 % des devis totaux du genre, contre 6,0 % en 2009.

F Investissements des chaînes dans le documentaireLes chaînes nationales gratuites

En 2010, le niveau de commande des chaînes nationales gratuites dans le genre documentaire continue de progresser et s'établit à 1 471 heures (+12,9 % par rapport à 2009). Cette hausse est la conséquence du dynamisme des chaînes de la TNT privée gratuite et de M6, dont les commandes augmentent respectivement de 94,3 % et de 98,8 % entre 2009 et 2010. Les programmes de documentaire reçoivent 154,1 M€ de la part des chaînes nationales gratuites en 2010, soit une progression de 22,3 % par rapport à 2009.

Les chaînes publiques nationales

Les chaînes publiques nationales sont à l'origine de 1 132 heures de documentaire en 2010, contre 1 109 heures en 2009 (+2,0 %). Leurs investissements progressent de 15,6 % à 123,6 M€ tous rangs de diffusion confondus. En 2010, les chaînes publiques sont à l'initiative de 46,1 % des heures de documentaire aidées et de 63,7 % des apports de l'ensemble des diffuseurs dans le genre (respectivement 49,9 % et 65,6 % en 2009). Toutes chaînes confondues, France Télévisions commande 863 heures de documentaire (+4,1 % par rapport à 2009) dont 833 en tant que premier diffuseur (+5,1 %) pour un investissement total de 93,4 M€ (+26,5 %). France 3 (France 3 Régions inclus) commande 332 heures de documentaire dont 312 en tant que premier diffuseur (373 heures dont 352 en tant que premier diffuseur en 2009). Ce recul des volumes s'accompagne d'une croissance de 5,7 % des investissements à 32,2 M€. En 2010, France 3 et ses antennes régionales assurent 12,7 % des commandes de documentaire et 16,6 % des financements consacrés au genre (respectivement 15,8 % et 18,7 % en 2009). Les antennes régionales de la chaîne investissent 7,3 M€ dans 152 heures de programmes documentaires dont 137 en tant que premiers diffuseurs (9,2 M€ dans 196 heures dont 166 en tant que premiers diffuseurs en 2009). France 2 augmente significativement le niveau de ses commandes de documentaire, qui passent de 140 heures en 2009 (dont 134 en tant que premier diffuseur) à 174 heures en 2010 (dont 168 en tant que premier diffuseur). Les investissements de la chaîne dans ses programmes croissent de 76,4 % à 31,5 M€. En 2010, France 5 commande 254 heures dont 243 en tant que premier diffuseur (238 heures dont 221 en tant que premier diffuseur en 2009). Sa participation financière augmente de 15,6 % pour atteindre 25,3 M€. Arte finance 284 heures de documentaire en 2010 dont 277 en tant que premier diffuseur (292 heures dont 288 en tant que premier diffuseur en 2009). La chaîne investit 29,7 M€ dans le financement de ses programmes, soit une baisse de 8,2 % par rapport à 2009.

	heures initiées ¹		heures totales ²		apports des diffuseurs ²	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
France 2	134	168	140	174	17,9	31,5
France 3 ³	352	312	414	360	30,5	32,2
France 4	22	29	22	30	1,0	1,7
France 5	221	243	238	254	21,9	25,3
RFO-France Ô	64	81	95	113	2,6	2,7
France Télévisions	793	833	830	863	73,8	93,4
Arte	288	277	292	284	32,4	29,7
LCP-AN	19	13	30	21	0,5	0,3
Public Sénat	9	8	19	20	0,2	0,2
total chaînes publiques nationales⁴	1 109	1 132	1 145	1 161	106,9	123,6
Direct 8	2	8	2	8	0,1	0,4
Gulli	1	1	3	1	0,1	0,1
NRJ12	48	67	55	73	1,5	2,3
TMC	14	36	18	36	0,6	1,2
Virgin 17	1	8	1	8	0,0	0,2
W9	5	18	5	18	0,2	0,6
TNT privée gratuite⁵	71	138	83	143	2,5	4,7
TF1	41	40	43	40	8,6	9,0
M6	82	163	82	164	8,0	16,8
total chaînes privées nationales gratuites⁶	194	341	208	346	19,0	30,5
total chaînes gratuites	1 303	1 472	1 351	1 507	126,0	154,1
Canal+	85	80	90	80	10,0	9,7
chaînes thématiques	584	613	827	916	18,0	20,6
total chaînes payantes	668	693	855	941	28,1	30,3
chaînes locales	253	286	332	376	8,8	9,4
chaînes du web	3	3	9	9	0,1	0,1
total général	2 225	2 454	2 225	2 454	163,1	194,0

F Heures commandées et investissements dans le documentaire selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ Y compris France 3 Régions.

⁴ France Télévisions + Arte + LCP-AN + Public Sénat.

⁵ Direct 8 + Gulli + NRJ12 + TMC + Direct Star (ex Virgin 17) + W9 car NT1 n'a pas investi dans le documentaire en 2009 et 2010.

⁶ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

	coût horaire ¹ (K€)		apport horaire ¹ (K€)		taux de financement ¹ (%)	
	2009	2010	2009	2010	2009	2010
France 2	237,7	337,5	129,5	187,0	54,5	55,4
France 3 ²	175,3	191,5	82,5	98,8	47,1	41,6
France 4	93,5	125,1	44,0	57,5	47,1	46,0
France 5	205,1	211,5	96,6	102,1	47,1	48,3
RFO-France Ô	116,0	103,1	36,8	31,0	31,8	30,1
France Télévisions	187,1	215,7	89,6	109,4	47,9	50,7
Arte	251,3	237,3	112,0	105,3	44,6	44,4
LCP-AN	70,5	86,7	25,7	17,7	36,4	20,4
Public Sénat	98,8	121,5	17,1	17,0	17,3	14,0
total chaînes publiques nationales³	201,0	218,8	93,7	106,7	46,6	48,8
Direct 8	114,1	66,1	46,2	41,8	40,4	63,3
Gulli	107,5	138,1	69,3	52,9	64,4	38,3
NRJ12	64,0	71,1	29,5	32,9	46,1	46,3
TMC	90,1	89,0	37,9	33,9	42,1	38,1
Virgin 17	125,1	84,1	16,4	26,6	13,1	31,6
W9	96,8	94,5	37,1	34,5	38,3	36,5
TNT privée gratuite⁴	74,1	79,6	32,5	33,7	43,8	42,3
TF1	268,7	289,0	206,8	227,5	76,9	78,7
M6	151,4	157,5	98,0	102,7	64,7	65,2
total chaînes privées nationales gratuites⁵	147,8	141,3	96,9	89,3	65,5	63,2
total chaînes gratuites	193,1	200,9	94,2	102,7	48,8	51,1
Canal+	192,1	230,5	111,5	121,4	58,0	52,7
chaînes thématiques	87,6	82,0	26,2	28,6	29,9	34,8
total chaînes payantes	100,8	99,1	37,0	39,2	36,7	39,6
chaînes locales	102,6	107,4	27,2	26,2	26,6	24,4
chaînes du web	60,8	60,8	6,8	6,8	11,2	11,2
total général	155,1	161,1	69,4	75,7	44,7	47,0

F Coût et investissement horaire dans le documentaire selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Y compris France 3 Régions.

³ France Télévisions + Arte + LCP-AN + Public Sénat.

⁴ Direct 8 + Gulli + NRJ12 + TMC + Direct Star (ex Virgin 17) + W9 car NT1 n'a pas investi dans le documentaire en 2009 et 2010.

⁵ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

Les chaînes privées nationales gratuites

Les commandes des chaînes privées nationales gratuites progressent fortement en 2010 (341 heures initiées, contre 194 en 2009). Leur participation financière s'accroît également mais dans une moindre mesure (+60,0 % à 30,5 M€).

Les commandes de documentaire de M6 doublent, passant de 82 heures initiées en 2009 à 163 heures en 2010. Les investissements de la chaîne augmentent dans les mêmes proportions pour atteindre 16,8 M€, contre 8,0 M€ en 2009.

Le volume horaire de documentaires commandé par TF1 est en léger recul à 40 heures en 2010, toutes en tant que premier diffuseur (43 heures dont 41 en tant que premier diffuseur en 2009). La chaîne apporte un total de 9,0 M€ pour la production de documentaires (+5,6 %).

En 2010, six chaînes de la TNT privée gratuite investissent dans des programmes documentaires, comme en 2009. Prises dans leur ensemble, ces chaînes doublent quasiment leurs investissements (4,7 M€, contre 2,5 M€ en 2009), pour un nombre d'heures en forte croissance à 143 heures dont 138 en tant que premiers diffuseurs (83 heures dont 71 heures en tant que premiers diffuseurs en 2009). Elles assurent 5,6 % des volumes horaires commandés par les diffuseurs en documentaire et 2,4 % des apports de ces derniers (respectivement 3,2 % et 1,5 % en 2009). 7,9 % des subventions du CNC sont versés aux producteurs de documentaires destinés aux chaînes privées gratuites de la TNT, contre 4,2 % en 2009.

Avec 2,3 M€ investis dans 73 heures de programmes dont 67 en tant que premier diffuseur (1,5 M€ dans 55 heures dont 48 en tant que premier diffuseur en 2009), NRJ12 accentue sa participation dans le genre. TMC augmente également ses apports avec 1,2 M€ alloués à 36 heures de documentaire en 2010, toutes en tant que premier diffuseur (0,6 M€ pour 18 heures dont 14 heures en tant que premier diffuseur en 2009).

Les chaînes payantes

En 2010, le niveau de commande d'œuvres documentaires des chaînes payantes progresse de 10,1 % à 941 heures dont 693 en tant que premiers diffuseurs (855 heures dont 668 en tant que premiers diffuseurs en 2009). Ces chaînes financent leurs programmes à hauteur de 30,3 M€, soit 8,1 % de plus qu'en 2009. L'ensemble des chaînes payantes est à l'initiative de 28,2 % du total des heures commandées par les diffuseurs en 2010 et de 15,6 % des investissements de ces derniers (respectivement 30,0 % et 17,2 % en 2009). Les aides versées par le CNC aux producteurs ayant travaillé avec des chaînes payantes en tant que premiers diffuseurs diminuent de 1,8 % à 17,5 M€. Ces aides couvrent 25,5 % des devis des programmes commandés par ces chaînes (26,5 % en 2009).

Canal+ maintient son volume de commande de documentaires à un niveau élevé (-5,9 % à 80 heures, toutes en tant que premier diffuseur). Les investissements de la chaîne dans le documentaire s'élèvent à 9,7 M€, soit un recul de 3,5 % par rapport à 2009. 49 chaînes thématiques participent au financement d'au moins un programme documentaire en 2010 (47 en 2009).

Planète finance 199 heures dont 44 en tant que premier diffuseur pour un investissement total de 3,0 M€ (181 heures dont 40 en tant que premier diffuseur pour 2,0 M€ en 2009). Voyage investit 2,1 M€ (+15,6 %), pour un nombre d'heures relativement stable (65 heures dont 58 en tant que premier diffuseur, contre 62 heures dont 55 en tant que premier diffuseur en 2009).

Les chaînes locales

En 2010, 48 diffuseurs locaux investissent 9,4 M€ dans la production de 376 heures de documentaire dont 286 en tant que premiers diffuseurs (46 diffuseurs apportaient 8,8 M€ dans 332 heures de documentaire en 2009 dont 253 en tant que premiers diffuseurs). Les chaînes locales sont à l'origine de 11,7 % des volumes de documentaires produits en 2010 (11,4 % en 2009). Les subventions du CNC versées aux producteurs ayant travaillé avec des chaînes locales en 2010 atteignent 7,4 M€ (+12,3 % par rapport à 2009). Ces aides couvrent 24,2 % des devis des programmes commandés par ces chaînes (25,5 % en 2009).

Vosges TV (ex Images Plus Epinal) finance 42 heures dont 37 en tant que premier diffuseur pour un investissement total de 1,0 M€ (50 heures dont 32 en tant que premier diffuseur pour 1,2 M€ en 2009). Cap Canal (Lyon) investit 0,9 M€ (-21,0 %), pour un nombre d'heures également en baisse (30 heures dont 29 en tant que premier diffuseur, contre 42 heures toutes en tant que premier diffuseur en 2009).

Les chaînes du web

Arte Live Web est la seule chaîne du web à commander des documentaires aidés par le CNC en 2010. Elle finance 9 heures dont 3 en tant que premier diffuseur pour un montant total de 0,1 M€.

ANIMATION

G Financement de l'animation

L'évolution de la production d'animation est rythmée par des cycles biennaux ou triennaux. 2010 est la deuxième année du cycle entamé en 2009. Elle se traduit par une diminution du volume de production de 7,8 % (-27 heures par rapport à 2009). Cette évolution résulte essentiellement de la baisse du volume de commande des chaînes privées nationales gratuites. Toutefois, la diminution observée en deuxième année de cycle en 2010 est nettement moins marquée qu'au cours des cycles précédents (-19,9 % en moyenne lors des trois cycles précédents). Le volume de production d'animation représente ainsi 320 heures en 2010, contre 347 heures en 2009. L'animation représente 7,3 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2010, contre 8,2 % en 2009.

La baisse des devis des programmes d'animation est plus marquée que celle du volume horaire produit. En effet, le montant total des devis des œuvres d'animation diminue de 11,1 % à 177,0 M€ en 2010 (199,1 M€ en 2009). Par conséquent, le coût horaire de l'animation recule de 3,7 % à 552,9 K€, contre 573,8 K€ en 2009. Ces évolutions s'expliquent essentiellement par la diminution de 48,6 % du volume des séries de 23 à 26 minutes, dont le coût horaire est plus élevé que celui des autres séries, et par la progression de 32,6 % du volume des séries de moins de 8 minutes.

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation sont en baisse de 9,0 % à 134,4 M€ en 2010 (147,8 M€ en 2009). Ils représentent pour la première fois plus des trois quarts (76,0 % en 2010) des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (74,2 % en 2009). Les apports des producteurs français diminuent faiblement (-3,5 %) à 36,2 M€ en 2010 (37,5 M€ en 2009). En revanche, la contribution des diffuseurs recule de 9,4 % à 50,7 M€ (56,0 M€ en 2009). Leur part dans le financement des programmes d'animation continue de se renforcer. Elle passe de 28,1 % en 2009

à 28,7 % en 2010. En moyenne, les diffuseurs apportent 158,5 K€ par heure d'animation en 2010, contre 161,3 K€ en 2009 (-1,7 %). Après une forte progression en 2009, les préventes en France diminuent de 22,3 % en 2010.

L'apport du CNC pour les programmes d'animation diminue de 15,3 % en 2010. Il couvre 16,7 % des devis (17,5 % en 2009).

L'animation est le genre de programmes aidés par le CNC pour lequel les interventions étrangères sont les plus conséquentes. Les apports étrangers représentent 24,0 % des devis des programmes d'animation en 2010, contre 25,8 % en 2009 et 45,6 % en 2001.

Les financements étrangers diminuent de 17,2 % à 42,5 M€ en 2010. Cette évolution s'explique par la diminution de 44,3 % des préventes à l'étranger alors que les apports en coproduction sont stables (+0,4 %).

229 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger en 2010 (coproduction et prévente), soit 71,7 % du volume total produit. L'année précédente, 69,6 % du volume d'animation mis en production avaient bénéficié d'un financement étranger (242 heures).

En 2010, 177 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 23,4 M€ dont 14,0 M€ d'apports en coproduction et 9,3 M€ de préventes (198 heures avec un apport étranger de 27,1 M€ en 2009).

Parallèlement, 53 heures de coproductions minoritairement françaises ont été produites, financées par un apport étranger total de 19,2 M€ dont 17,2 M€ d'apports en coproduction et 1,9 M€ de préventes (43 heures avec un apport étranger de 24,2 M€ en 2009).

	2006	2007	2008	2009	2010
financements français	158,1	123,0	108,7	147,8	134,4
producteurs français	42,3	32,6	27,4	37,5	36,2
préventes en France	10,2	9,2	6,4	12,2	9,5
diffuseurs	56,1	50,0	40,1	56,0	50,7
SOFICA	5,5	1,2	2,1	3,7	2,9
CNC	38,2	25,6	27,9	34,8	29,5
autres	5,8	4,4	4,7	3,7	5,7
financements étrangers	56,7	53,5	42,9	51,4	42,5
coproductions étrangères	32,7	35,2	25,7	31,1	31,3
préventes à l'étranger	24,0	18,3	17,2	20,2	11,3
total des financements	214,9	176,5	151,6	199,1	177,0

G Financement de l'animation (M€)

H Investissements des chaînes dans l'animation

Les chaînes nationales gratuites

En 2010, le volume d'animation initiée par les chaînes nationales gratuites diminue de 29 heures par rapport à 2009 (-11,1 %). Leur investissement total est en baisse de 15,2 %. Les chaînes publiques nationales présentent un recul de 12,8 % de leur apport financier et un volume d'heures initiées en légère baisse (-1,8 %). La diminution du volume initié par les chaînes privées nationales gratuites est plus marquée (-19,7 %) mais elle fait suite à une forte progression en 2009 (+145,3 %). Sur la TNT gratuite, le volume de production initié par Gulli augmente de 63,0 % à 27 heures en 2010. Son investissement total atteint 2,4 M€ (+51,8 %).

Les chaînes publiques nationales

En 2010, France Télévisions participe à la production de 123 heures d'animation, toutes en tant que premier diffuseur (-2,4 %). Son apport total est en baisse de 13,0 % à 21,5 M€. France Télévisions apporte ainsi 42,3 % des investissements de l'ensemble des chaînes dans la production de programmes d'animation en 2010 (44,1 % en 2009).

France 3 (hors France 3 Régions) diminue son investissement de 38,3 % à 11,4 M€ en 2010, pour un total de 59 heures, toutes en tant que premier diffuseur (-38,8 %). La chaîne commande notamment la production de deux séries : *Charlot* (104x6' – Method Animations, LP Animation) et la deuxième saison de *Wakfu* (26x23' – Ankama Animations).

France 5 investit 10,0 M€ dans 64 heures de programmes d'animation, toutes en tant que premier diffuseur (3,4 M€ pour 31 heures dont 21 en tant que premier diffuseur en 2009). France 5 initie notamment la production de *B.R.I.C.O. Club* (52x11' – Futurikon).

Les chaînes privées nationales gratuites

TF1 apporte 10,1 M€ (-6,1 % par rapport à 2009) pour 59 heures d'animation dont 48 en tant que premier diffuseur (-22,8 %). En tant que premier diffuseur, TF1 met en production six séries dont l'adaptation de *Sherlock Yack* (52x12' – Mondo TV France) et la première saison de *Rekkitt the rabbit* (52x12' – Marathon Media). L'apport de M6 dans l'animation diminue de 45,0 % à 4,9 M€ en 2010, après une forte progression en 2009. Son apport se situe en-deçà de sa contribution annuelle moyenne des cinq dernières années. La chaîne finance 35 heures dont 34 en tant que premier diffuseur (73 heures dont 57 en tant que premier diffuseur en 2009). M6 initie notamment la production de la série *Martine* (52x12' – Les Armateurs / Expand Drama). En 2010, Gulli demeure la seule chaîne de la TNT gratuite à investir dans l'animation. Son investissement augmente de 51,8 % à 2,4 M€, pour 38 heures dont 27 en tant que premier diffuseur (+63,0 %). La chaîne initie la production de cinq séries dont *les Gees* (52x3' – Studio Hari) et *Fish'n Chips* (52x12' – Timoon Animation).

Les chaînes payantes

En 2010, l'investissement total des chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) dans la production de programmes d'animation aidés par le CNC est en hausse de 14,6 % à 11,2 M€ (9,8 M€ en 2009). Le volume total de programmes d'animation sur lequel les chaînes payantes interviennent augmente de 2,5 % à 179 heures. Les chaînes payantes totalisent 22,1 % des investissements totaux des diffuseurs dans la production d'animation en 2010 (17,5 % en 2009) et initient 25,5 % des heures (23,9 % en 2009). Les investissements de Canal+ dans l'animation progressent de 12,2 % à 5,3 M€ en 2010. La participation de la chaîne concerne 37 heures de programmes dont 36 en tant que premier diffuseur (50 heures de programmes, toutes en tant que premier diffuseur en 2009). Canal+ met en production neuf séries dont la deuxième saison de *Kaeloo* (52x7' – Cube Creative Productions) et *Plankton Invasion* (39x7' – TeamTO).

Neuf chaînes thématiques diffusées sur le câble, l'ADSL, le satellite ou la TNT payante participent au financement de programmes d'animation (le même nombre qu'en 2009). Ces chaînes financent 158 heures de programmes d'animation (+4,9 % par rapport à 2009) dont 45 en tant que premiers diffuseurs (+38,9 %). Leur apport total est en hausse de 16,7 % à 6,0 M€. La contribution de ces chaînes représente 11,8 % de l'ensemble des apports des diffuseurs sur le genre (9,1 % en 2009).

La participation de Disney Channel, premier investisseur parmi les chaînes thématiques dans l'animation en 2010, augmente de 95,1 % à 3,4 M€ pour 85 heures de programmes (52 heures en 2009) dont 21 en tant que premier diffuseur (10 heures en 2009). L'apport de Télétoon passe de 0,3 M€ en 2009 à 0,8 M€ en 2010 pour 26 heures en tant que deuxième diffuseur (22 heures au total dont 1 heure en tant que premier diffuseur en 2009).

L'investissement de Canal J diminue de 64,2 % à 0,7 M€. La chaîne finance au total 27 heures d'animation dont 11 en tant que premier diffuseur (37 heures dont 14 en tant que premier diffuseur en 2009).

Les chaînes locales

En 2010, les chaînes locales investissent 0,5 M€ dans les programmes d'animation aidés par le CNC, contre 0,2 M€ en 2009. Huit chaînes (quatre chaînes en 2009) participent à la production de 16 heures de programmes dont 6 en tant que premiers diffuseurs (3 heures dont 2 en tant que premiers diffuseurs en 2009). Elles participent uniquement à la production d'unitaires ou de séries de moins de 8 minutes.

	heures initiées ¹		heures totales ²		apports des diffuseurs ²	
	2009 ⁴	2010	2009 ⁴	2010	2009 ⁴	2010
France 2	7	0	16	0	2,7	0,0
France 3 ³	98	59	108	59	18,5	11,4
France 5	21	64	31	64	3,4	10,0
France Télévisions	126	123	136	123	24,7	21,5
Arte	-	1	-	1	-	0,1
total chaînes publiques nationales⁵	126	123	136	123	24,7	21,5
Gulli	16	27	42	38	1,6	2,4
TNT privée gratuite⁶	16	27	42	38	1,6	2,4
TF1	62	48	65	59	10,8	10,2
M6	57	34	73	35	8,9	4,9
total chaînes privées nationales gratuites⁷	136	109	180	131	21,3	17,5
total chaînes gratuites	262	233	304	249	46,0	39,0
Canal+	50	36	50	37	4,7	5,3
chaînes thématiques	33	45	151	158	5,1	6,0
total chaînes payantes	83	82	175	179	9,8	11,2
chaînes locales	2	6	3	16	0,2	0,5
chaînes du web	-	-	-	-	-	-
total général	347	320	347	320	56,0	50,7



Heures commandées et investissements dans l'animation selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ Y compris France 3 Régions.

⁴ Données corrigées.

⁵ France Télévisions + Arte car LCP-AN et Public Sénat n'ont pas investi dans l'animation en 2009 et 2010.

⁶ Seule Gulli figure dans ce sous-total car les autres chaînes de la TNT privée gratuite n'ont pas investi dans l'animation en 2009 et 2010.

⁷ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

	coût horaire ¹ (K€)		apport horaire ¹ (K€)		taux de financement ¹ (%)	
	2009 ³	2010	2009 ³	2010	2009 ³	2010
France 2	548,0	693,1	194,4	80,0	35,5	11,5
France 3 ²	571,7	674,9	170,1	193,8	29,8	28,7
France 5	446,2	525,6	129,8	157,7	29,1	30,0
France Télévisions	549,6	597,5	164,9	174,8	30,0	29,3
Arte	-	861,9	-	70,8	-	8,2
total chaînes publiques nationales⁴	549,6	598,9	164,9	174,3	30,0	29,1
Gulli	334,9	530,5	45,2	74,9	13,5	14,1
TNT privée gratuite⁵	334,9	530,5	45,2	74,9	13,5	14,1
TF1	685,4	591,0	170,5	176,5	24,9	29,9
M6	657,5	581,8	129,8	142,5	19,7	24,5
total chaînes privées nationales gratuites⁶	631,3	573,3	138,3	140,9	21,9	24,6
total chaînes gratuites	592,1	586,9	151,0	158,6	25,5	27,0
Canal+	578,4	583,7	93,0	144,3	16,1	24,7
chaînes thématiques	442,5	393,2	49,0	45,5	11,1	11,6
total chaînes payantes	524,9	477,6	75,7	89,3	14,4	18,7
chaînes locales	241,6	247,0	60,7	60,2	25,1	24,4
chaînes du web	-	-	-	-	-	-
total général	573,8	552,9	132,4	139,2	23,1	25,2



Coût et investissement horaire dans l'animation selon les diffuseurs

¹ En tant que premier diffuseur.

² Y compris France 3 Régions.

³ Données corrigées.

⁴ France Télévisions + Arte car LCP-AN et Public Sénat n'ont pas investi dans l'animation en 2009 et 2010.

⁵ Seule Gulli figure dans ce sous-total car les autres chaînes de la TNT privée gratuite n'ont pas investi dans l'animation en 2009 et 2010.

⁶ TF1 + M6 + TNT privée gratuite.

SPECTACLE VIVANT

Financement du spectacle vivant

En 2010, le nombre d'heures aidées de spectacle vivant progresse de 8,9 % pour atteindre 529 heures, soit le plus haut niveau depuis 10 ans. Les devis de ces œuvres augmentent dans une proportion légèrement supérieure à celle des volumes (+11,6 % à 84,5 M€). Ainsi, le coût horaire moyen augmente-t-il de 2,5 % à 159,7 K€. Le spectacle vivant représente 12,0 % du total des heures de programmes aidées en 2010 (+0,6 point par rapport à 2009) et capte 11,3 % des apports du CNC (+1,3 point). En 2010, la participation des diffuseurs au financement de la production de spectacle vivant augmente de 9,4 % à 27,3 M€. Leur apport horaire est quasi-stable à 51,6 K€ (51,4 K€ en 2009). Les diffuseurs couvrent 32,3 % des devis de production du genre (33,0 % en 2009). La participation des producteurs français augmente de 7,0 % en 2010 (25,0 M€). Leur part dans les devis de production baisse de 1,3 point à 29,6 %. Les subventions versées par le CNC augmentent de 12,0 % à 22,2 M€ en 2010. La part des aides du CNC dans le financement des œuvres de spectacle vivant aidées reste stable à un peu plus d'un quart (26,2 %).

	2006	2007	2008	2009	2010
financements français	61,3	47,5	57,1	71,3	78,3
producteurs français	19,2	14,4	16,5	23,4	25,0
préventes en France	0,6	1,1	0,9	0,8	0,8
diffuseurs	20,7	16,6	21,2	25,0	27,3
SOFICA	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
CNC	16,4	12,8	15,9	19,8	22,2
autres	4,5	2,6	2,6	2,2	2,9
financements étrangers	4,1	3,9	3,7	4,5	6,3
coproductions étrangères	2,0	2,5	2,2	2,4	4,5
préventes à l'étranger	2,1	1,4	1,5	2,1	1,7
total des financements	65,4	51,4	60,9	75,7	84,5

Financement
du spectacle vivant (M€)

Au total, les financements français consacrés aux captations et créations de spectacle vivant progressent de 9,8 % en 2010. Ils couvrent toujours la plus grande partie (92,6 %) des devis de production du genre. Les apports étrangers progressent de près de 40 % (39,9 % à 6,3 M€). La part des apports étrangers dans le devis total est de 7,4 % en 2010 (+1,5 point par rapport à 2009). Le montant des apports étrangers en coproduction augmente de 109,6 % pour atteindre 5,0 M€ en 2010. Les préventes à l'étranger sont en baisse de 39,0 % à 1,3 M€. Au total, 86 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2010 (69 heures en 2009) dont 67 heures de coproductions majoritaires (51 heures en 2009) et 19 heures de coproductions minoritaires (18 heures en 2009).

Investissements des chaînes dans le spectacle vivant

Les chaînes nationales gratuites

En 2010, les chaînes nationales gratuites investissent 19,1 M€ dans la production de programmes de spectacle vivant, soit une progression de 8,5 % par rapport à 2009. Le volume d'heures initié par les chaînes nationales gratuites reste stable à 251 heures en 2010 (+0,6 %).

_ Les chaînes publiques nationales

En 2010, les chaînes publiques nationales investissent 18,8 M€ (+16,9 %) dans la production de 302 heures de spectacle vivant (+29,7 %) dont 245 heures en tant que premiers diffuseurs (+11,8 %). Elles concentrent ainsi plus des deux tiers (68,8 %) de l'ensemble des apports des diffuseurs sur le genre et 57,1 % des heures aidées (respectivement 64,4 % et 48,0 % en 2009).

Le volume horaire de spectacle vivant commandé par Arte baisse de 18,0 % à 61 heures en 2010 dont 41 heures en tant que premier diffuseur (-43,9 %). La chaîne diminue son apport financier à 3,9 M€ (-16,0 %). France Télévisions accroît fortement son volume de commande de spectacle vivant en 2010 à 245 heures dont 204 en tant que premier diffuseur (respectivement

49,9 % et 39,7 % de plus qu'en 2009). Les apports financiers du groupe progressent de 30,3 % pour atteindre 14,9 M€. En 2010, France 2 continue d'accroître son volume de commande de spectacle vivant à 96 heures dont 73 en tant que premier diffuseur (respectivement 20,0 % et 24,4 % de plus qu'en 2009). Les apports financiers de la chaîne progressent de 11,0 % pour atteindre 7,8 M€. France 3 (y compris France 3 Régions) augmente fortement son apport au spectacle vivant en 2010. Ainsi, la chaîne apporte-elle 4,9 M€ à la production de 96 heures de spectacle vivant dont 69 en tant que premier diffuseur (57 heures dont 55 en tant que premier diffuseur en 2009). France 4 apporte 845,4 K€ (+17,8 %) au financement de 28 heures de programmes (+23,6 %) dont 18 en tant que premier diffuseur.

_ Les chaînes privées nationales gratuites

Les chaînes privées nationales gratuites commandent 11 heures de spectacle vivant en 2010 (soit une baisse de 70,1 % par rapport à 2009), pour un apport financier de 0,2 M€ (-83,1 %). TF1 diminue son investissement dans le spectacle vivant de plus des deux tiers en 2010. La chaîne investit 87,5 K€ dans 5 heures de spectacle vivant (317,7 K€ pour 14 heures en 2009). Il s'agit uniquement de captations de concerts (un concert de musique classique et deux concerts de jazz). M6 ne commande aucune heure de spectacle vivant en 2010. Elle avait investi 512,0 K€ dans 4 heures de spectacle vivant en 2009. Parmi les chaînes de la TNT privée gratuite, Direct 8 investit 101,0 K€ dans 5 heures de spectacle vivant en 2010 (19,0 K€ pour 3 heures en 2009). Plus de 40 % des apports de la chaîne dans ce genre est consacré à la seule production de la captation du spectacle de cirque *KDO* (1x88' – Euro Media France / Comédie).
Les chaînes payantes
En 2010, treize chaînes thématiques investissent dans des captations et créations de spectacles vivants, soit trois de plus qu'en 2009. Les apports totaux de ces chaînes s'élèvent à 3,9 M€ (+ 8,5 % par rapport à 2009)

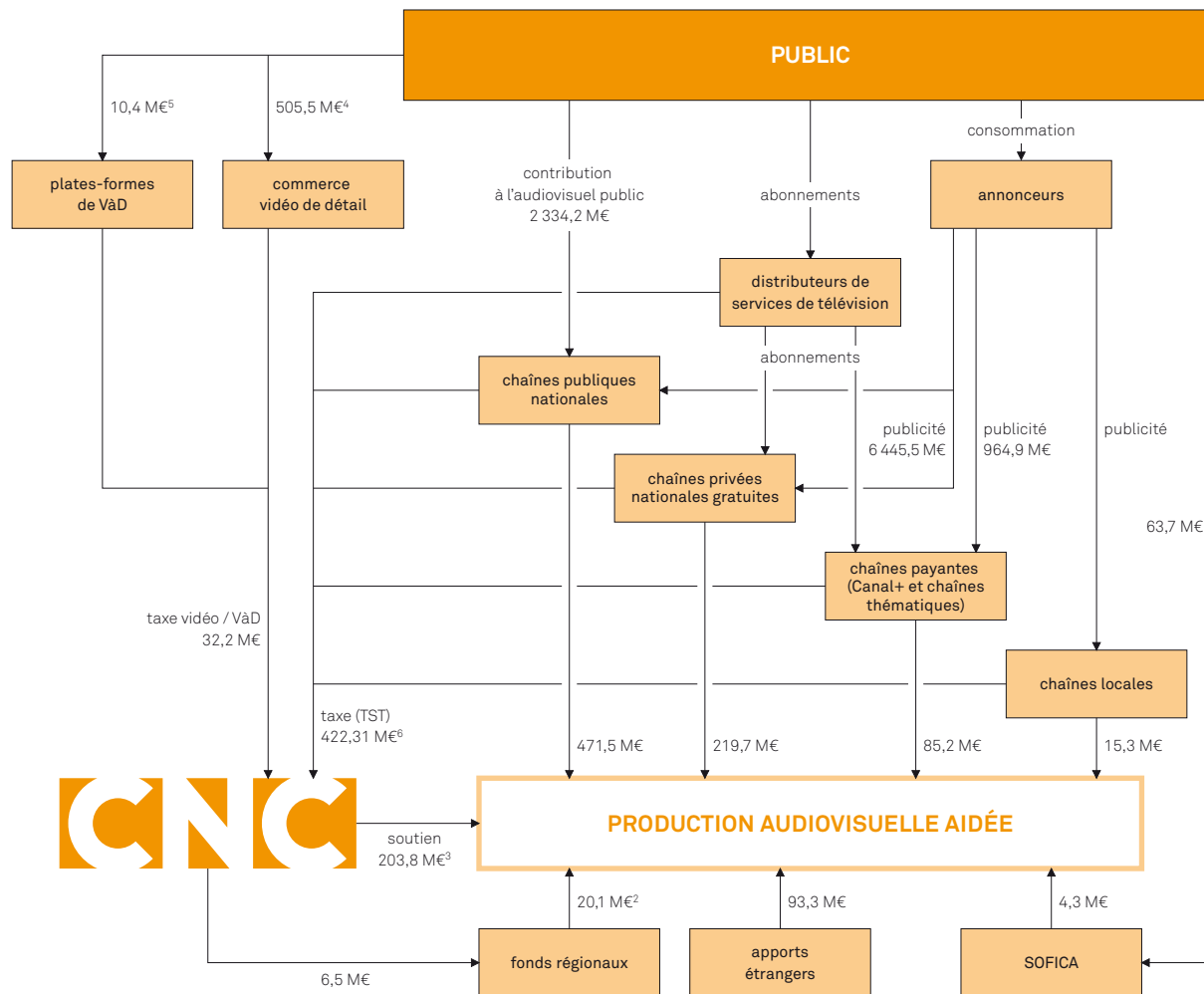
et financent 294 heures de spectacle vivant dont 214 en tant que premiers diffuseurs (239 heures dont 160 heures en tant que premiers diffuseurs en 2009). Les chaînes payantes totalisent 40,4 % de l'ensemble des commandes de spectacle vivant et 14,3 % des apports des diffuseurs dans le genre (respectivement 32,8 % et 14,4 % en 2009). L'apport du CNC aux programmes de spectacle vivant commandés par les chaînes payantes augmente de 41,3 % à 6,7 M€ en 2010. Mezzo reste la chaîne payante la plus active sur le spectacle vivant. Elle investit 1,8 M€ dans 197 heures dont 141 en tant que premier diffuseur (1,4 M€ dans 142 heures dont 79 en tant que premier diffuseur en 2009). MCM est la deuxième chaîne payante participant au financement du spectacle vivant. En 2010, son apport baisse de 37,0 % à 0,7 M€ pour 27 heures de spectacle (43 en 2009). Comme en 2009, il s'agit exclusivement d'apports en tant que premier diffuseur dans des captations de concerts.

Les chaînes locales

26 chaînes locales financent des œuvres de spectacle vivant en 2010 (27 en 2009). 13 d'entre elles investissent en tant que premiers diffuseurs, les autres intervenant exclusivement en tant que deuxièmes ou troisièmes diffuseurs. En 2010, les chaînes locales investissent 3,6 M€ dans 188 heures de programmes dont 52 en tant que premiers diffuseurs (3,7 M€ dans 184 heures dont 76 en tant que premiers diffuseurs en 2009). Les aides du CNC versées aux producteurs de spectacle vivant ayant travaillé avec des chaînes locales sont en baisse de 35,2 % à 1,6 M€.

Les chaînes du web

Arte Live Web est la chaîne internet qui commande le plus d'heures de spectacle vivant : elle participe en 2010 au financement de 48 heures dont 12 en tant que premier diffuseur. Elle investit 154,0 K€ dans le genre, contre 48,5 K€ en 2009.



Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2010 (M€)

- ¹ Collecte 2009 correspondant aux investissements réalisés en 2010 et janvier 2011. Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.
- ² Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2010.
- ³ Soutien total du CNC : aides à la production + aides au développement (hors compléments de subventions réaffectés sur les exercices précédents).
- ⁴ Vente au détail hors film.
- ⁵ Estimations 100 % du chiffre d'affaires TTC des programmes audiovisuels en V&D (hors abonnements illimités)
- ⁶ Taxe sur le chiffre d'affaires en provenance des éditeurs et distributeurs de services de télévision.

Sources :
Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant, magazine d'intérêt culturel).
Kantar Media (investissements publicitaires bruts, parrainage inclus).
Loi de Finances 2010.
Baromètre vidéo CNC-GfK.
Baromètre de la V&D GfK-NPA Conseil.



Pieds nus sur les limaces de Fabienne Berthaud. © Haut et court.

La Princesse de Montpensier
de Bertrand Tavernier. © Studio Canal.



Les Émotifs anonymes de Jean-Pierre Améris. © Studio Canal.

Le Nom des gens de Michel Leclerc. © Michaël Crotto / UGC Distribution.



L'illusionniste de Sylvain Chomet. © Pathé Distribution.



Un balcon sur la mer de Nicole Garcia. © Jean-Marie Leroy / 2010
Les Productions du Trésor / EuropaCorp / France 3 Cinéma / Pauline' Angel.

Tournée de Mathieu Amalric. © Le Pacte.



Vénus Noire d'Abdellatif Kechiche. © MK2 Distribution.



08

la distribution

En 2010, 575 films sont distribués
en première exclusivité, soit 2,2 % de moins qu'en 2009.
Cette baisse est imputable aux films
non européens et non américains
(-19 films) et aux films américains (-19 films).



Un homme qui crie de Mahamat-Saleh Haroun.
© Pyramide Distribution.



Elle s'appelait Sarah de Gilles Paquet-Brenner.
© Julien Bonet / UGC Distribution / 2010 Hugo Productions /
Studio 37 / TF1 Droits audiovisuels / France 2 Cinéma.

Précisions 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 mais également les films inédits exploités commercialement lors d'événements ponctuels (festivals et rétrospectives notamment). Les nombres de copies et les genres qui figurent dans ce chapitre proviennent d'informations relevées dans la presse.

Le nombre de copies pour un film correspond aux copies éditées pour la première semaine d'exploitation en salles. Il inclut les copies sur pellicule argentique et les copies et fichiers destinés à la projection numérique.

TYPOLOGIE DES FILMS INÉDITS

A En 2010, 575 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit 13 films de moins qu'en 2009. L'année 2010 affiche néanmoins un niveau relativement élevé au regard des résultats de la décennie. Cette baisse est imputable aux films non européens et non américains (-19 films) et aux films américains (-19 films). Le nombre de films français progresse de deux titres et atteint son niveau le plus élevé de la décennie. Toutefois, parmi les films nationaux, les coproductions majoritairement françaises sont en net recul à 50 films en 2010, contre 64 films en 2009. Cette baisse est compensée par la hausse significative de l'offre de films 100 % français (+9 titres par rapport à 2009 à 163 films) et de l'offre de coproductions minoritaires (+7 titres à 57 films). 47,0 % des films en première exclusivité sont français en 2010. Ce poids est le plus élevé de la décennie. Il connaît une progression constante depuis 2001 (40,7 %).

En 2010, la part des films américains dans le total des films sortis en première exclusivité s'élève à 25,0 % (27,7 % en 2009 et 28,1 % en 2008). 144 films américains sortent sur les écrans français en 2010, contre 163 en 2009. C'est le niveau le plus bas enregistré sur les dix dernières années.

L'offre de films européens inédits est en nette augmentation (+23 films) et atteint son niveau le plus élevé de la décennie à 120 films. Cette hausse reflète une présence nettement plus importante des cinématographies espagnole (+8 films), italienne (+6 films) et allemande (+4 films) sur les écrans français.

À 41, le nombre de films d'autres nationalités décroît significativement (-19 films), notamment en raison du retrait de l'offre de films japonais (-6 films) et chinois (-3 films).

						%										
	films français	films américains	films européens	autres films	total	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2010
2001	205	157	81	61	504	157	147	155	169	152	176	175	156	163	144	25,0
2002	208	147	75	57	487	145	146	132	134	141	142	171	155	154	163	28,3
2003	217	155	76	61	509	38	34	51	73	52	55	38	43	64	50	8,7
2004	238	169	81	71	559	22	28	34	31	43	45	53	42	50	57	9,9
2005	236	152	104	58	550	33	19	28	27	35	33	30	25	34	34	5,9
2006	242	176	103	68	589	13	13	9	15	10	12	9	13	10	18	3,1
2007	262	175	78	58	573	11	9	8	11	16	12	13	16	9	13	2,3
2008	240	156	98	61	555	4	15	10	9	13	6	3	11	7	13	2,3
2009	268	163	97	60	588	11	11	13	16	17	15	10	7	13	7	1,2
2010	270	144	120	41	575	5	7	4	4	4	6	6	4	4	3	0,5
						9	9	5	8	4	12	7	8	5	2	0,3
						56	49	60	62	63	75	58	75	75	71	12,3
						504	487	509	559	550	589	573	555	588	575	100,0

A Nombre de films sortis en première exclusivité

A Nationalité des films sortis en première exclusivité

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

B Près de 23 % des films inédits sont des comédies

En 2010, 131 comédies (dont 57 films français et 52 films américains) sont distribuées pour la première fois sur les écrans français. Les comédies composent 22,8 % des films inédits en salles en 2010. 110 comédies dramatiques sortent, dont 61 films français et 15 films américains. À eux seuls, ces deux genres regroupent 41,9 % des films en première exclusivité. Le drame occupe la deuxième place du classement des genres avec 126 films sortis en 2010.

Le nombre de documentaires sortis en salles en première exclusivité s'établit à 76 en 2010, contre 71 en 2009 et 58 en 2008. 52 documentaires sont français, 14 sont européens, 8 sont américains, un est canadien (*l'Encerclement*) et un est nigérien (*Al'leessi... une actrice africaine*).

24 films d'animation sortent en 2010, soit 11 films de moins qu'en 2009. L'animation française reste dynamique avec sept films distribués dont *Arthur et la guerre des deux mondes*, *l'Apprenti Père Noël* ou encore *Une vie de chat*. Dix films d'animation américains sortent sur les écrans dont *Shrek 4 – il était une fin*, *Toy Story 3* et *Dragons*. Quatre films d'animation sont européens, deux sont japonais (*Summer Wars* et *Tamagotchi le film*) et un est argentin (*Boogie*). Gebeka Films, Buena Vista International et Paramount Pictures France sont les premiers distributeurs de films d'animation inédits en 2010 avec trois films chacun. Colifilms Diffusion et Eurozoom distribuent deux nouveaux films d'animation chacun.

C Près de 60 % des films inédits sont recommandés

Art et Essai

58,1 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit 24 films de moins qu'en 2009. L'offre de films recommandés reste à un niveau relativement élevé (334 œuvres), derrière celle de 2009 (358 films) et celle de 2004 (345 films).

En 2010, 66,7 % des nouveaux films français sont recommandés Art et Essai (70,9 % en 2009), contre 20,1 % des nouveaux films américains (28,8 % en 2009), 73,3 % des nouveaux films européens (72,2 % en 2009) et 90,2 % des nouveaux films d'autres nationalités (85,0 % en 2009).

Classification des films

Chaque année, plus de 80 % des films en première exclusivité bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics. En 2010, 516 films sont dans ce cas (89,7 %) dont 250 films français (92,6 % de l'offre de films français) et 125 films américains (86,8 % de l'offre de films américains).

48 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans et 11 films sont interdits aux moins de 16 ans dont 4 films français et 2 films américains. Aucun film n'est interdit aux moins de 18 ans en 2010.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
animation	16	21	22	23	22	30	24	22	35	24
aventures	43	32	35	38	39	38	23	36	20	26
comédie	125	105	118	133	134	128	94	116	127	131
comédie dramatique	117	110	111	125	122	117	70	86	105	110
documentaire	35	35	42	77	57	52	67	58	71	76
drame	94	82	88	96	102	136	172	138	139	126
fantastique	25	30	34	27	27	35	35	34	40	32
musical	5	8	6	6	10	12	7	9	3	7
policier	38	42	45	31	30	38	66	48	40	41
divers	6	22	8	3	7	3	15	8	8	2
total	504	487	509	559	550	589	573	555	588	575

B Genres des films en première exclusivité

	films français	films américains	films européens	autres films	total	% tous films
2001	151	43	52	50	296	58,7
2002	146	27	61	44	278	57,1
2003	155	34	58	54	301	59,1
2004	168	49	60	68	345	61,7
2005	158	47	79	47	331	60,2
2006	160	46	68	57	331	56,2
2007	172	34	54	52	312	54,5
2008	144	41	69	47	301	54,2
2009	190	47	70	51	358	60,9
2010	180	29	88	37	334	58,1

C Films Art et Essai en première exclusivité

EXPOSITION DES FILMS INÉDITS

D En 2010, les 575 films en première exclusivité sont distribués sur 77 675 copies* au total au cours de leur première semaine d'exploitation (-3,3 % par rapport à 2009). Les films américains captent 44,4 % des copies en circulation, contre 39,6 % pour les films français, 14,8 % pour les films européens et 1,2 % pour les films non européens et non américains. 29,7 % des copies éditées en 2010 concernent des comédies (32,1 % en 2009), contre 12,8 % pour les drames (11,0 % en 2009), 11,5 % pour les films d'animation (12,8 % en 2009) et 2,5 % pour les documentaires (2,4 % en 2009). Les films Art et Essai totalisent 19 965 copies en première semaine en 2010, soit 25,7 % des copies en circulation (22 214 copies en 2009, soit 27,7 % des copies totales).

* Argentiques et fichiers pour la projection numérique.

	films français	films américains	films européens	autres films	total
2001	24 201	32 249	5 603	2 519	64 572
2002	23 652	36 499	4 872	2 492	67 515
2003	25 768	38 280	4 532	3 362	71 942
2004	30 483	36 735	6 315	2 383	75 916
2005	29 185	34 091	8 897	2 060	74 233
2006	32 530	37 113	7 108	2 569	79 320
2007	32 194	35 471	8 113	1 583	77 361
2008	33 104	34 550	7 511	2 292	77 457
2009	34 462	35 844	7 030	2 965	80 301
2010	30 789	34 467	11 511	908	77 675

D Copies des films sortis en première exclusivité¹

¹ Copies argentiques et fichiers pour la projection numérique en circulation au cours de la première semaine d'exploitation des films inédits.

E Légère augmentation du nombre de films distribués sur plus de 500 copies

En 2010, 35 films sont distribués sur plus de 500 copies (32 films en 2009) dont 21 films américains, 8 films français et 6 films européens (cinq films britanniques et un film belge, *le Voyage extraordinaire de Samy*). Ils concentrent 28,9 % de l'ensemble des copies en circulation. Parmi ces titres, deux films disposent de plus de 800 copies : *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie* (film britannique) et *Shrek 4 – il était une fin* (film américain). Ils étaient trois en 2009 et cinq en 2008. En 2010, 25,2 % des films sont disponibles sur plus de 200 copies (145 films) et 37,4 % sur plus de 100 copies (215 films). À l'inverse, 115 films disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 10 copies), contre 142 en 2009. La part des films dont la combinaison de sortie est inférieure à 10 copies est en baisse à 20,0 % en 2010, contre 24,1 % en 2009 et 21,8 % en 2008.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
moins de 5 copies	89	90	88	101	89	94	87	82	87	71
5 à 9 copies	47	46	46	61	65	53	42	39	55	44
10 à 19 copies	37	41	42	50	63	61	62	45	75	66
20 à 49 copies	87	73	69	88	74	87	98	99	86	101
50 à 99 copies	67	49	61	50	48	68	57	66	56	78
100 à 199 copies	68	68	62	74	69	73	86	88	68	70
200 à 499 copies	70	87	109	93	109	122	112	105	129	110
500 à 799 copies	35	26	26	38	26	23	23	26	29	33
800 copies et plus	4	7	6	4	7	8	6	5	3	2
total	504	487	509	559	550	589	573	555	588	575

E Films en première exclusivité selon le nombre de copies¹

¹ Copies argentiques et fichiers pour la projection numérique en circulation au cours de la première semaine d'exploitation des films inédits.

39 documentaires sont distribués sur moins de 10 copies en 2010, soit 51,3 % des documentaires sortis dans l'année et 33,9 % des films distribués sur moins de 10 copies. À l'inverse, 59,9 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2010 sont édités sur plus de 200 copies. Ils représentent 9,7 % des films sortis sur plus de 200 copies.

91 films recommandés Art et Essai sortent sur moins de 10 copies en 2010 (27,2 % des films recommandés) dont 49 films français (27,2 % des films français recommandés) et 4 films américains (13,8 % des films américains recommandés). Ces 91 films représentent par ailleurs 79,1 % des films édités sur moins de 10 copies (83,1 % pour les films français sortis sur moins de 10 copies et 44,4 % pour les films américains). Huit films Art et Essai sortent sur plus de 400 copies (5 en 2009 et 4 en 2008) et 27 sur plus de 200 copies (39 en 2009 et 15 en 2008).

F 135 copies par film en moyenne

Le nombre moyen de copies par film diminue. Un film inédit dispose, en moyenne, de 135 copies en 2010, contre 137 en 2009 et 140 en 2008. L'année 2010 retrouve ainsi le niveau de 2007. En moyenne, un film français est distribué sur 114 copies, soit 15 de moins qu'en 2009. C'est le niveau le plus bas enregistré depuis 2002 (114 copies également). Le nombre moyen de copies par film pour une œuvre américaine passe de 220 en 2009 à 239 en 2010. Associé à une offre de films en nette augmentation, le nombre moyen de copies par film européen croît significativement en 2010 à 96 copies, contre 72 en 2009. Un film non européen et non américain dispose, en moyenne, de 22 copies (49 en 2009). Cette contraction résulte d'une offre inexistante de films à plus de 100 copies (7 en 2009 et 5 en 2008).

Les films d'animation disposent en moyenne du plus grand nombre de copies en 2010 (373 copies). Les films d'aventures et les films fantastiques présentent également d'importantes combinaisons de sortie : respectivement 333 copies (288 copies en 2009) et 294 copies (292 copies en 2009) en moyenne. À l'inverse, les documentaires, les comédies dramatiques et les drames sortent en moyenne sur un nombre de copies restreint.

À leur sortie, les films Art et Essai sont, en moyenne, programmés dans un nombre de salles près de 4 fois inférieur à celui des films non recommandés.

Un film Art et Essai sort dans 60 salles, en moyenne, en 2010 (62 en 2009), contre 239 salles pour un film non recommandé (253 en 2009).

En 2010, les 180 films français recommandés Art et Essai sont distribués sur 67 copies en moyenne (60 copies pour 190 films en 2009), contre 126 copies pour les 29 films américains recommandés (117 copies pour 47 films en 2009).

<u>nationalité</u>	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
films français	118	114	119	128	124	134	123	138	129	114
films américains	205	248	247	217	224	211	203	221	220	239
films européens	69	65	60	78	86	69	104	77	72	96
autres films	41	44	55	34	36	38	27	38	49	22

<u>Art et Essai</u>	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
films recommandés	54	58	60	51	64	60	48	52	62	60
films non recommandés	233	246	259	272	242	230	238	243	253	239

<u>genre</u>	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
animation	264	279	230	274	334	355	328	316	293	373
aventures	287	268	297	336	315	306	388	370	288	333
comédie	179	185	212	175	186	178	177	196	203	176
comédie dramatique	57	72	65	82	53	73	86	90	70	73
documentaire	20	11	10	36	14	24	29	28	27	25
drame	51	82	46	51	71	74	74	52	64	79
fantastique	240	301	262	266	326	171	226	193	292	294
musical	149	80	192	91	84	95	125	158	227	147
policier	131	164	196	234	144	182	175	187	158	160
divers	275	94	115	228	157	124	195	111	215	4

<u>copies</u>	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
moins de 5 copies	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
de 5 à 9 copies	7	7	7	6	7	7	7	7	7	7
de 10 à 19 copies	14	14	14	14	14	13	14	13	13	13
de 20 à 49 copies	33	32	33	33	33	32	33	33	33	32
de 50 à 99 copies	73	71	67	73	71	74	70	70	71	70
de 100 à 199 copies	147	141	147	145	147	143	151	148	140	147
de 200 à 499 copies	308	335	308	324	322	314	322	331	320	318
de 500 à 799 copies	600	607	629	620	598	628	637	623	632	626
800 copies et plus	835	880	902	913	884	876	862	911	915	907

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ensemble	128	139	141	136	135	135	135	140	137	135

F Nombre moyen de copies par film¹

¹ Copies argentiques et fichiers pour la projection numérique en circulation au cours de la première semaine d'exploitation des films inédits.

G 121 films disponibles en numérique

En 2010, 121 films sont partiellement ou intégralement diffusés en numérique (83 en 2009 et 57 en 2008), soit 21,0% des films sortis en première exclusivité (14,1% en 2009 et 10,3% en 2008).

64 de ces 121 films sont américains (49 films en 2009) et 41 sont français (26 films en 2009). La plupart des films diffusés en numérique dispose d'un grand nombre de copies au global (numérique + argentique). 53 films sortent sur au moins 400 copies (43 films en 2009), mais 9 films sortent sur moins de 100 copies (4 films en 2009). 20th Century Fox, Warner Bros France et Metropolitan Film Export sont les distributeurs les plus actifs sur le segment de la distribution des films en numérique en 2010 avec plus de 10 films chacun.

23 films projetés en 3D

En 2010, 23 films inédits sont disponibles en 3D numérique. 17 sont des films américains. Dix films sortent sur plus de 500 copies au total (8 en 2009) et deux sur moins de 100 copies (3 en 2009), *Une nuit au cirque* (documentaire français) et *Boogie* (film d'animation argentin).

	2006	2007	2008	2009	2010
films français	5	10	20	26	41
films américains	8	15	33	49	64
films européens	1	4	3	7	15
autres films	-	1	1	1	1
total	14	30	57	83	121

G Films en première exclusivité disponibles en numérique

Source : CNC, Manice.

titre	nationalité	distributeur	sortie
<i>Alice au pays des merveilles</i>	États-Unis	Buena Vista International	24-mars-10
<i>Alpha et Omega</i>	États-Unis	Metropolitan Film Export	20-oct.-10
<i>Boogie</i>	Argentine	Colifilms Diffusion	17-nov.-10
<i>Les Chimpanzés de l'espace 2</i>	États-Unis	SND	22-déc.-10
<i>Le Choc des Titans</i>	Grande Bretagne	Warner Bros France	7-avr.-10
<i>Comme chiens et chats : la revanche de Kitty Galore</i>	États-Unis	Warner Bros France	4-août-10
<i>Le Dernier Maître de l'air</i>	États-Unis	Paramount Pictures France	28-juil.-10
<i>Dragons</i>	États-Unis	Paramount Pictures France	31-mars-10
<i>Jackass</i>	États-Unis	Paramount Pictures France	3-nov.-10
<i>Megamind</i>	États-Unis	Paramount Pictures France	15-déc.-10
<i>Moi, moche et méchant</i>	États-Unis	Universal Pictures International	6-oct.-10
<i>Le Monde de Narnia - l'odyssée du passeur d'aurore</i>	États-Unis	20 th Century Fox France Inc.	8-déc.-10
<i>Piranha</i>	États-Unis	Wild Bunch	1-sept.-10
<i>Raiponce</i>	États-Unis	Buena Vista International	1-déc.-10
<i>Resident Evil: Afterlife</i>	Allemagne / France	Metropolitan Film Export	22-sept.-10
<i>Le Royaume de Ga'Hoole - la légende des gardiens</i>	États-Unis	Warner Bros France	27-oct.-10
<i>Saw chapitre final</i>	États-Unis	Metropolitan Film Export	10-nov.-10
<i>Sexy Dance 3 : the Battle</i>	États-Unis	Universal Pictures International	18-août-10
<i>Shrek 4 - il était une fin</i>	États-Unis	Paramount Pictures France	30-juin-10
<i>Streetdance</i>	Grande Bretagne	Metropolitan Film Export	19-mai-10
<i>Toy Story 3</i>	États-Unis	Buena Vista International	14-juil.-10
<i>Une nuit au cirque</i>	France	Numevent	26-mai-10
<i>Le Voyage extraordinaire de Samy</i>	Belgique	StudioCanal	11-août-10

G Films en première exclusivité projetés en 3D numérique en 2010

Précisions méthodologiques

Sur un panel de 15 sociétés de distribution, la Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) a relevé, pour chacun des films distribués par ces entreprises en 2010, le nombre total de copies mises en circulation au cours de la première semaine d'exploitation, en isolant dans ce total, le cas échéant, le nombre de copies numériques (en nombre d'écrans programmés).

Les 15 sociétés de distribution concernées sont 20th Century Fox, Buena Vista International, Diaphana Distribution, EuropaCorp, Metropolitan Film Export, Pathé Distribution, Pyramide, Rezo Films, SND, Studio 37, StudioCanal, UGC Distribution, Universal Pictures France, Warner Bros France et Wild Bunch. Ces entreprises représentent 36,0% de l'offre totale de films en première exclusivité en 2010 (207 films) et diffusent 65,4% des copies totales (argentiques + numériques). Le poids en copies des films retenus dans le panel montre qu'il s'agit de films bénéficiant de combinaisons de sortie sensiblement plus larges que la moyenne des films inédits sortis en 2010. En effet, les films du panel affichent un nombre moyen de copies de 245 en première semaine d'exploitation, contre 135 pour l'ensemble des films inédits de l'année. Les résultats issus de ce panel sont donc à considérer avec prudence et ne doivent pas être extrapolés à l'ensemble des films en première exclusivité.

H 18,7% des copies en circulation sont des copies numériques

Sur le périmètre des 207 films inédits de 2010 suivis par la Ficam, le poids des copies numériques dans l'ensemble des copies mises en circulation au cours de la première semaine d'exploitation s'établit à 18,7%, étant entendu que certains des 207 films étudiés ne disposent d'aucune copie numérique. Cette part de copies numériques augmente dans le temps : elle s'établissait à 10,7% au premier trimestre 2010 et atteint 28,3% au quatrième trimestre.

La part des copies numériques dans le total des copies en circulation est fortement dépendante de la combinaison initiale de sortie prévue par le distributeur. Pour les films distribués sur plus de 500 copies en première semaine d'exploitation (26 films dans le panel), le taux de copies numériques dépasse un quart (25,4 %). À l'autre extrême, pour les 66 films de l'échantillon dont la sortie s'effectue sur moins de 100 copies au total, seuls 8,9 % des copies sont numériques en moyenne.

Si, pour l'ensemble des 207 films du panel, la part des copies numériques est de 18,7 %, cette part est nettement plus importante pour les 85 films américains concernés (25,7 %) que pour les 78 films français (10,9 %) et les 44 films d'autres nationalités (15,3 %).

	films français	films américains	autres films	total
nombre de films du panel	78	85	44	207
poids des films du panel dans le total (%)	28,9	59,0	27,3	36,0
poids des copies des films du panel dans le total (%)	58,2	67,1	78,5	65,4
copies moyennes par film du panel	230	272	222	245
copies numériques moyennes par film du panel	25	70	34	46
poids des copies numériques dans le total des copies des films du panel (%)	10,9	25,7	15,3	18,7

H Poids des copies numériques selon la nationalité des films en 2010¹

¹ Panel de 207 films distribués par 15 sociétés de distribution en 2010.
Source : Ficam, CNC

	1 ^{er} trimestre	2 ^e trimestre	3 ^e trimestre	4 ^e trimestre	total
nombre de films du panel	57	40	57	53	207
poids des films du panel dans le total (%)	36,1	30,3	44,9	33,5	36,0
poids des copies des films du panel dans le total (%)	66,5	62,3	69,2	63,4	65,4
copies moyennes par film du panel	253	255	219	258	245
copies numériques moyennes par film du panel	27	35	47	73	46
poids des copies numériques dans le total des copies des films du panel (%)	10,7	13,7	21,4	28,3	18,7

H Poids des copies numériques selon le trimestre de sortie des films en 2010¹

¹ Panel de 207 films distribués par 15 sociétés de distribution en 2010.
Source : Ficam, CNC

	moins de 100 copies	de 100 à 199 copies	de 200 à 499 copies	500 copies ou plus	total
nombre de films du panel	66	35	80	26	207
poids des films du panel dans le total (%)	18,3	50,0	72,7	74,3	36,0
poids des copies des films du panel dans le total (%)	29,6	50,6	73,7	75,2	65,4
copies moyennes par film du panel	45	148	322	650	245
copies numériques moyennes par film du panel	4	19	53	165	46
poids des copies numériques dans le total des copies des films du panel (%)	8,9	12,8	16,5	25,4	18,7

H Poids des copies numériques selon la combinaison de sortie des films en 2010¹

¹ Panel de 207 films distribués par 15 sociétés de distribution en 2010.
Source : Ficam, CNC

Moins de films sur les écrans en juillet et en août

En moyenne, 48 films sortent chaque mois en salles en 2010 (11 films par semaine). Deux mois traduisent une activité plus soutenue : mars (11,7 % de l'ensemble des sorties de l'année, soit 17 films par semaine) et novembre (10,3 % des sorties, soit 15 films par semaine). Juillet et août sont les mois où le nombre de sorties est le plus faible avec respectivement 9 films et 10 films par semaine.

En moyenne, 23 films français sortent chaque mois en 2010 (5 films par semaine), contre 12 films américains (3 films par semaine). Les films français représentent entre 25,0 % (juillet) et 60,9 % (avril) des sorties mensuelles, contre 14,6 % (mai) à 35,0 % (août) pour les films américains.

En 2010, l'offre de films français en première exclusivité recule significativement pendant la période estivale (juillet et août) : -13 films par rapport à 2009. En juillet, seuls 9 films nationaux (3,3 % des films français en première exclusivité) sortent sur les écrans, contre 20 en 2009 (7,5 %).

	films français	films américains	films européens	autres films	total
janvier	20	14	5	3	42
février	23	12	11	3	49
mars	36	13	12	6	67
avril	28	9	7	2	46
mai	21	6	9	5	41
juin	25	10	5	5	45
juillet	9	10	12	5	36
août	15	14	10	1	40
septembre	28	13	8	2	51
octobre	22	13	7	1	43
novembre	24	15	16	4	59
décembre	19	15	18	4	56
total	270	144	120	41	575

Nombre mensuel de films sortis en 2010

CLASSEMENT DES DISTRIBUTEURS

En 2010, 116 distributeurs participent à la sortie des 575 nouveaux films. Les dix plus actifs assurent la distribution de 32,7 % des films inédits (32,3 % en 2009). Metropolitan Film Export et 20th Century Fox en distribuent plus de 20 chacun et totalisent 9,0 % des films diffusés pour la première fois en salles en 2010. Deux distributeurs assuraient au moins 20 sorties en 2009 et totalisaient 8,8 % de l'offre totale de films inédits.

En 2010, Warner Bros France prend la tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie* et d'*Inception*, entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 13,1 % (9,4 % en 2009). En deuxième position, Buena Vista International capte 10,3 % des encaissements distributeurs en 2010, notamment grâce à *Alice au pays des merveilles*, *Toy Story 3*, *la Princesse et la grenouille* et *Raiponce*. 20th Century Fox occupe la 3^e place. La société distribue des films ayant rencontré un large succès en salles comme *le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore* ou encore *Percy Jackson le voleur de foudre*.

	part de marché (%)	films distribués	dont films inédits
1 Warner Bros France	13,1	119	17
2 Buena Vista International	10,3	115	7
3 20 th Century Fox	9,7	111	23
4 Paramount Pictures France	9,4	150	13
5 EuropaCorp	7,4	43	11
6 Universal Pictures International	6,6	48	15
7 Pathé Distribution	6,1	152	13
8 Metropolitan Film Export	5,0	138	29
9 StudioCanal	4,6	110	19
10 Sony Pictures Releasing	3,9	56	18

Les 10 premiers distributeurs en 2010¹

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

EuropaCorp, premier distributeur français du classement, réalise une part de marché de 7,4 %. La distribution des *Petits Mouchoirs* et d'*Arthur et la guerre des deux mondes* permet à la société de passer de la 14^e place en 2009 à la 5^e place en 2010.

En 2010, les dix premiers distributeurs réalisent 76,1 % de l'ensemble des encaissements (71,5 % en 2009). Les cinq premiers en captent 49,9 % (44,8 % en 2009).

PROMOTION DES FILMS

Précisions méthodologiques

L'institut Kantar Media pige la publicité sur les cinq grands médias : affichage, cinéma, presse, radio et télévision. Depuis 2002, la publicité sur internet est également prise en compte. En 2004, l'institut a intégré de nouveaux médias : les médias tactiques. Ces derniers regroupent les supports non conventionnels tels que les voitures ou les tables de bistros.

Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur les sept médias analysés. Il s'agit des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support. Par conséquent, ces données doivent être considérées avec précaution.

K 473 M€ de dépenses de promotion en 2010

En 2010, les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films s'élèvent à 473,21 M€, en recul de 10,9 % par rapport à 2009. L'affichage, qui demeure le premier support de promotion des films, enregistre une baisse très importante de ses investissements à 156,5 M€ (-12,9 %). Son poids dans les investissements totaux reste relativement stable et s'élève à 33,1 % (33,8 % en 2009). Il est toutefois en nette diminution par rapport à 2001 (62,9 %).

Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur d'internet, deuxième support de promotion en valeur, passent de 153,6 M€ en 2009 à 144,5 M€ en 2010 (-5,9%). Internet capte 30,5% des dépenses publicitaires totales (28,9% en 2009 et 31,3% en 2008).

Les investissements publicitaires destinés à promouvoir les films dans les salles de cinéma diminuent entre 2009 et 2010 (-44,1% à 33,3 M€), pour un nombre de films également en repli mais dans une moindre mesure (-7,6%). La presse est le seul média pour lequel les investissements publicitaires pour la promotion des films sont en hausse en 2010 (+1,7%) atteignant 90,0 M€ (88,5 M€ en 2009). Aucune promotion pour des films n'est réalisée sur les médias tactiques depuis 2009.

Les films français captent 28,1% des investissements publicitaires bruts en 2010 (hors publicité groupée), contre 56,5% pour les films américains. En moyenne, l'investissement publicitaire brut est de 424 800€ pour un film français (494 200€ en 2009) et de 1 190 000€ pour un film américain (1 265 300€ en 2009). Il existe une grande disparité entre les budgets de promotion : l'indice de dispersion varie de 1 à 5 000 pour les films français et de 1 à 8 600 pour les films américains.

Dragons prend la tête du classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts réalisés en 2010, suivi de *Iron Man 2* et de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*. Un film français figure parmi les 20 premiers du classement : *les Aventures extraordinaires d'Adèle Blanc-Sec* (11^e) (un en 2009 et en 2008). Cinq films d'animation apparaissent parmi les 20 premiers : *Dragons* (1^{er}), *Megamind* (5^e), *Shrek 4 – il était une fin* (6^e), *Moi, moche et méchant* (15^e) et *Toy Story 3* (19^e).

En ce qui concerne les films en première exclusivité de 2010, 481 films font l'objet d'une campagne publicitaire sur au moins un média, soit 83,7% de l'ensemble des films sortis (84,5% en 2009). L'investissement publicitaire brut total pour ces films atteint 385,3 M€, soit 97,0% des investissements globaux (hors publicité groupée). Sur ces 385,3 M€, 109,8 M€ sont consacrés à la promotion de 218 films français et 216,4 M€ à celle de 131 films américains.

La différence entre les investissements réalisés en 2010 (473,2 M€) et les investissements réalisés sur les films sortis en 2010 (385,3 M€) s'explique par le fait que les distributeurs peuvent effectuer des investissements publicitaires sur des films non inédits (films de patrimoine, films des années antérieures, films dont la sortie est déjà programmée en 2011).

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
affichage	121,62	141,73	139,36	160,74	158,46	160,14	151,64	175,67	179,80	156,54
presse	27,99	30,47	38,24	51,44	61,22	72,44	75,30	74,32	88,48	89,97
radio	29,82	33,99	38,23	41,46	43,58	42,89	37,47	37,88	48,93	47,97
cinéma	12,56	19,24	17,34	34,05	41,17	54,14	44,91	48,23	59,51	33,28
internet	-	0,46	1,13	2,38	19,99	60,10	114,07	153,86	153,61	144,50
télévision	1,21	1,23	0,35	0,63	1,33	1,86	2,23	1,39	0,98	0,96
médias tactiques	-	-	-	0,34	0,24	0,36	0,05	0,10	-	-
total	193,21	227,12	234,63	291,04	325,99	391,93	425,67	491,45	531,30	473,21

K Investissements publicitaires bruts tarifés selon le média (M€)

Source : Kantar Media – CNC.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
films français	45,90	46,80	51,28	72,78	85,24	114,55	129,60	127,84	130,84	111,60
films américains	79,27	94,58	102,65	120,50	129,30	168,15	182,99	225,45	254,95	224,30
films européens	11,16	14,04	11,53	20,92	31,96	23,52	33,44	35,75	37,31	57,18
autres films	6,25	7,82	8,17	9,26	8,57	9,50	8,04	14,56	14,03	4,06
sous-total	142,57	163,23	173,63	223,46	255,06	315,72	354,06	403,60	437,13	397,14
publicité groupée ¹	50,64	63,88	61,01	67,58	70,93	76,21	71,60	87,85	94,17	76,07
total	193,21	227,12	234,63	291,04	325,99	391,93	425,67	491,45	531,30	473,21

L Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité des films (M€)

¹ Les distributeurs font parfois de la publicité pour un groupe de films.

Source : Kantar Media – CNC.

LES FRAIS D'ÉDITION DES FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE EN 2009

Précisions méthodologiques

Les données qui suivent donnent un éclairage sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés par le CNC sortis en salles. Trois sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées des frais d'édition : 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 par le CNC, les films agréés minoritairement coproduits par la France et quelques films pour lesquels le distributeur n'a pas répondu au questionnaire.

Les frais d'édition sont répartis en quatre catégories :

- _ les frais de laboratoire : tirage de copies, stockage, doublage, sous-titrage et frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce ;
- _ les achats d'espaces publicitaires : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision ;
- _ les dépenses liées à la conception et à la fabrication du matériel publicitaire : conception et fabrication de l'affiche, création et réalisation de spots radio, clips vidéo, sites internet, etc.
- _ les dépenses de presse : 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, voyages et déplacements, etc.

M 648 000 € de frais d'édition en moyenne pour les films français en 2009

Après avoir progressé de 12,2 % entre 2004 et 2006, le coût moyen de distribution par film enregistre une baisse de 10,6 % entre 2006 et 2007. Il se stabilise ensuite pour atteindre 664,1 K€ en 2008 et baisse légèrement pour s'établir à 648,0 K€ en 2009 (-2,4 % par rapport à l'année précédente). Entre 2004 et 2009, quasiment tous les postes connaissent une hausse de leurs dépenses moyennes par film : +0,8 % pour les frais divers de promotion, +1,1 % pour les achats d'espaces et +15,6 % pour le matériel publicitaire. Le seul poste en diminution est celui des frais de laboratoire : 203,0 K€ y sont alloués en moyenne par film en 2009, contre 208,4 K€ en 2004 (-2,6 %). Entre 2008 et 2009, la tendance inverse apparaît. À l'exception des achats d'espaces (+1,0 %), tous les postes de dépenses diminuent : -6,4 % pour les frais de laboratoire, -4,2 % pour les frais divers de promotion et -1,6 % pour les dépenses en matériel publicitaire.

Un film d'initiative française de fiction sort en moyenne avec un montant de frais d'édition de 705,26 K€ (718,78 K€ en 2008). Les frais d'édition moyens investis sur le genre sont relativement stables depuis 2004.

Chaque année, l'animation est un genre peu représenté parmi les sorties de films d'initiative française. En revanche, le genre concentre d'importants frais d'édition (1 322,28 K€ en moyenne par film en 2009, 975,66 K€ en 2008). L'année 2009 compte six films d'animation d'initiative française dont *Arthur et la vengeance de Maltazard* et *Lascars*. Les frais d'édition investis par film d'animation ont été multipliés par 3,4 au cours de ces six dernières années.

Le documentaire est un genre à l'économie plus maîtrisée avec un montant moyen de frais d'édition de 130,87 K€ par film (202,42 K€ en 2008). Le budget alloué à la sortie d'un documentaire d'initiative française baisse significativement par rapport aux années précédentes. En 2009, seul deux films présentent des dépenses de distribution d'envergure, *Home* et *le Syndrome du Titanic*.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
coûts de distribution	108,49	100,49	114,49	106,16	112,89	114,04
frais de laboratoire	35,23	31,57	35,41	33,15	36,86	35,73
achats d'espaces	48,63	45,39	50,13	48,23	48,95	51,18
fabrication matériel pub.	8,31	8,23	11,82	9,51	9,82	10,00
divers presse	16,32	15,30	17,12	15,26	17,26	17,13
nombre de films	169	150	159	165	170	176
coûts de distribution moyens / film (K€)	642,0	669,9	720,0	643,4	664,1	648,0
nombre de copies	28 689	25 601	29 299	27 632	30 425	31 126
coûts de distribution moyens / copie (€)	3 782	3 925	3 908	3 842	3 711	3 664

M Coûts de distribution des films d'initiative française (M€)

N Les frais d'édition : 10,7% du coût définitif d'un film français en 2009

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française (coût de production + coût de distribution) s'établit à 5,98 M€ en 2009 (6,96 M€ en 2008). Le budget consacré à la distribution d'un film est étroitement corrélé à son coût de production. En 2009, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente un total moyen de 89,0 K€ de frais d'édition (112,5 K€ en 2008), quand un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche en moyenne des frais d'édition plus de 20 fois supérieurs (2,47 M€ en 2009, 2,15 M€ en 2008).

La part des frais d'édition dans le coût définitif d'un film varie de manière non linéaire selon le montant du coût de production. En effet, les coûts de distribution pèsent davantage sur les petites sorties (budget de production inférieur à 1 M€), représentant 14,0% du coût définitif du film en 2009 (17,1% en 2008). Au-delà d'un budget de production de 7 M€, la part des frais d'édition dans le coût définitif diminue progressivement à mesure que le budget de production du film augmente : 11,4% pour les films dont le budget de production est compris entre 7 M€ et 15 M€ (11,6% en 2008) et 9,4% pour ceux dont le budget de production est supérieur à 15 M€ (7,2% en 2008).

	< 1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	> 15 M€
coût définitif total (production + distribution) =	16,47	64,92	102,54	163,34	380,41	210,73
coût de production	14,15	59,24	91,52	145,11	337,08	191,00
+ coûts de distribution	2,31	5,67	11,03	18,22	43,34	19,73
frais de laboratoire	0,80	1,90	3,45	6,04	13,92	5,33
achats d'espaces	0,62	2,09	4,92	7,70	20,32	9,55
fabrication matériel pub.	0,26	0,46	0,75	1,77	3,56	1,87
divers presse	0,64	1,23	1,90	2,72	5,54	2,98
nombre de films	26	34	28	27	34	8
coûts de distribution moyens / film (K€)	89,0	166,8	393,8	674,9	1 274,6	2 465,9

N Coûts de distribution des films d'initiative française selon le coût de production en 2009 (M€)

O La répartition des frais d'édition dépend étroitement du nombre de copies

Les coûts de distribution d'un film progressent à mesure que le nombre de copies augmente. En 2009, les films sortis sur moins de 10 copies présentent un coût de distribution moyen de 69,6 K€ (63,9 K€ en 2008) et les films sortis sur 100 à 200 copies un coût de distribution plus de sept fois supérieur à 527,6 K€ (564,3 K€ en 2008). Le coût moyen de distribution dépasse 1 M€ en moyenne pour les films sortis sur 200 à 400 copies et ce budget double lorsque le film dispose d'au moins 400 copies.

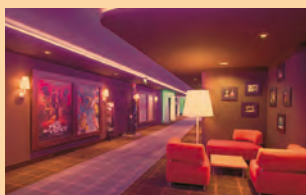
La structure des coûts de distribution d'un film d'initiative française varie selon sa combinaison de sortie. La part des frais de laboratoire est supérieure à la moyenne pour les films sortis sur moins de 50 copies (plus de 33,5% en moyenne, contre 31,3% pour l'ensemble des films en 2009), alors qu'elle ne représente que 29,1% pour les films sortis sur plus de 400 copies. L'envergure du film et son niveau d'exposition dans les salles sont des facteurs qui pèsent sur les frais techniques. En effet, il convient de rappeler que les économies d'échelle réalisées sur les larges combinaisons de sortie permettent au distributeur de bénéficier de remises, parfois non négligeables,

de la part des laboratoires. En 2009 cependant, la part des frais de laboratoires ne baisse pas de manière linéaire à mesure que le nombre de copies augmente.

La part des moyens financiers dévolus à la promotion des films et plus particulièrement aux achats d'espaces publicitaires augmente à mesure que le nombre de copies croît. Ainsi, un film français sortant sur plus de 100 copies bénéficiera-t-il d'une campagne publicitaire d'envergure, afin d'optimiser la visibilité du film sur les différents médias (45,7% des frais d'édition totaux sont consacrés aux achats d'espaces publicitaires pour les films à plus de 100 copies en 2009, contre 44,6% en 2008). Au contraire, les films à petite combinaison de sortie (moins de 10 copies) vont davantage miser sur les relations presse et effectuer un travail de proximité avec les salles (organisation d'avant-premières, rencontres avec le réalisateur, etc.). Ces frais de promotion divers représentent près d'un tiers des frais d'édition en moyenne pour cette catégorie de films (30,8% en 2009). Acheter de l'espace publicitaire représente un coût important pour ces films à petite combinaison de sortie dont le budget de distribution atteint en moyenne 69 578 € en 2009 (63 869 € en 2008).

	1-9	10-49	50-99	100-199	200-399	> 400
coûts de distribution	1,46	5,90	2,82	16,88	44,31	42,67
frais de laboratoire	0,49	2,01	0,88	5,47	14,48	12,40
achats d'espaces	0,34	1,88	1,22	7,53	20,00	20,21
fabrication matériel pub.	0,18	0,56	0,20	1,24	3,98	3,84
divers presse	0,45	1,45	0,52	2,63	5,85	6,23
nombre de films	21	47	11	32	44	21
coûts de distribution moyens / film (K€)	69,6	125,6	256,0	527,6	1 007,0	2 031,9

O Coûts de distribution des films d'initiative française selon le nombre de copies en 2009 (M€)



Le Palace, Martigues (13). © DR / FNCF.

Le Navire, Valence (26).
© DR / FNCF.



Cap'Cinéma, Beaune (21). © DR Ava du Parc / FNCF.



Cinéquai, Saint Dizier (52).
© Philippe Maillot / FNCF.



Cinéville, Vannes (56). © DR / FNCF.





Les Toiles du lac, Aix-les-Bains (73). © DR / FNCF.

L'Arlequin, Paris (75).
© DR / FNCF.



Cinéma Olympia, Dijon (21).
© DR Ava du Parc / FNCF.

09 l'exploitation

En 2010, 5 478 salles de cinéma regroupées dans 2 050 établissements sont actives.

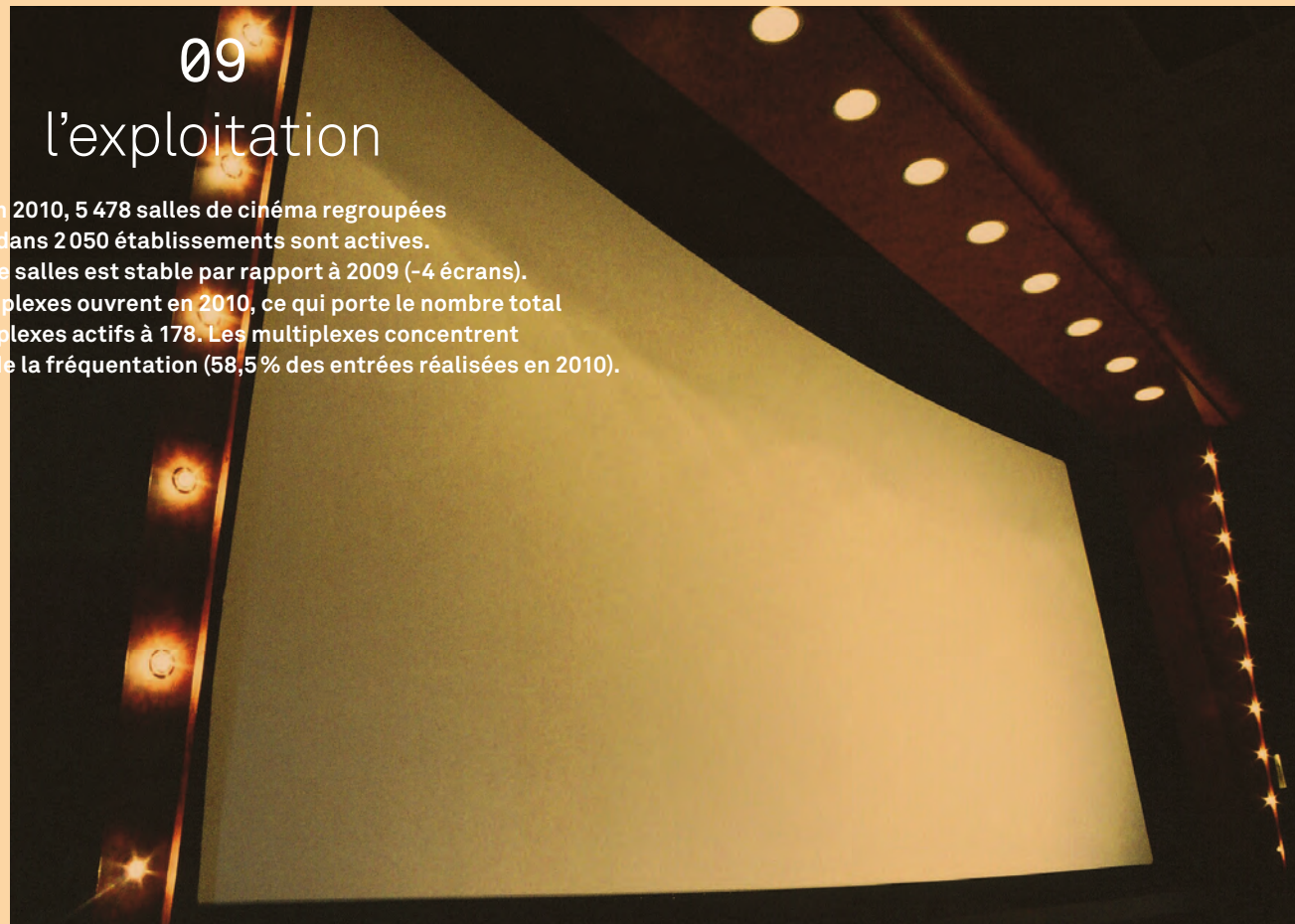
Le parc de salles est stable par rapport à 2009 (-4 écrans).

Quatre multiplexes ouvrent en 2010, ce qui porte le nombre total de multiplexes actifs à 178. Les multiplexes concentrent plus de la moitié de la fréquentation (58,5 % des entrées réalisées en 2010).

Le Majestic, Lille (59). © DR / FNCF.



Le Mimosa, Noirmoutier-en-Île (85). © Philippe Gras / ADRC.



Définition d'une salle active

Afin de mesurer l'évolution de l'activité des salles de cinéma sur le territoire, le CNC recense, depuis 1992, 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, en outre, 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 vidéo-transmission, ne diffusant pas de films cinématographiques, sont exclus des analyses de l'exploitation.

Définition d'un multiplexe

Les textes législatifs et réglementaires en vigueur ne donnent pas de définition juridique du « multiplexe ». Jusqu'au dernier abaissement des seuils (2 juillet 2003), tous les établissements soumis à la réglementation – autorisation d'une commission départementale d'équipement commercial (CDEC) – étaient réputés multiplexes en France. Depuis, la condition de 795 fauteuils est ajoutée à cette définition réglementaire.

La notion de multiplexe recouvre ainsi des réalités économiques qui peuvent être très contrastées. Le décret n°2010-781 du 8 juillet 2010, relatif aux groupements, ententes et engagements de programmation cinématographique, étend le champ d'application du dispositif, jusqu'alors réservé aux exploitants de multiplexes, à tout exploitant détenant un établissement comportant au moins huit salles, désormais soumis à la souscription d'engagements de programmation. Cette nouvelle mesure, fondée sur le principe de l'égalité de traitement entre opérateurs, permet d'intégrer au sein du dispositif des établissements cinématographiques qui, bien que présentant des caractéristiques communes avec les multiplexes échappaient jusqu'alors aux obligations de programmation.

Par conséquent, ce chapitre présente, en parallèle aux résultats des multiplexes, ceux des établissements comptant 8 écrans et plus, quelles que soient la date et les conditions de leur ouverture.

A Un parc de salles stable

5 478 salles sont actives en France en 2010, soit quatre de moins qu'en 2009. Ce solde résulte de la fermeture, provisoire ou définitive, de 80 écrans et de l'ouverture ou réouverture de 76 écrans. Depuis 2007, l'expansion du parc de multiplexes explique majoritairement les ouvertures de salles : 51,3 % des nouveaux écrans sont situés dans ce type d'établissements en 2010 (74,8 % des nouveaux écrans de 2009 et 56,5 % des nouveaux écrans de 2008). Parallèlement, l'implantation de certains établissements est parfois à l'origine de la fermeture de salles. Pour exemple, la fermeture

d'un établissement de 4 écrans à Saint-Lô (50) fait suite à l'ouverture d'un multiplexe de 9 écrans dans la même ville. À Saint-Nazaire (44), un établissement de 5 salles ferme ses portes suite à l'ouverture d'un complexe de 6 salles à Guérande. À Montivilliers (76), le groupe Europalaces remplace un cinéma de 10 écrans par un multiplexe de 12 écrans situé au Havre. Les exploitants à l'initiative des multiplexes procèdent régulièrement à des transferts d'activité en fermant des établissements existants lors de l'ouverture de nouvelles salles.

Par ailleurs, 32 des 76 écrans ouverts en 2010 le sont au sein d'établissements de 8 écrans et plus (110 des 143 écrans ouverts en 2009). Enfin, parmi les 76 écrans ouverts en 2010, 12 résultent de l'agrandissement de cinémas préexistants (15 en 2009). Parmi les 5 478 écrans actifs en 2010 figurent 128 circuits itinérants (130 en 2009 et 132 en 2008) et 8 écrans en plein air (8 en 2009 et 9 en 2008).

Parallèlement au léger recul du nombre d'écrans, le nombre d'établissements actifs diminue (20 de moins qu'en 2009). En effet, 20 cinémas ouvrent ou ré-ouvrent, tandis que 40 ferment, provisoirement ou définitivement. Par le passé, les fermetures portaient majoritairement sur des établissements de petite taille. Désormais, pour les raisons déjà évoquées, les cinémas de taille moyenne sont également touchés par ce phénomène. Un cinéma de 10 salles, un de 5 salles et deux de 4 salles ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement, en 2010.

60,0 % des établissements ouverts en 2010 comptent un écran (12 établissements). Trois comptent 8 écrans ou davantage. Ouvrent également en 2010, un cinéma de 2 écrans, un de 3 écrans, deux de 4 écrans et un de 7 écrans. Par ailleurs, quatre des établissements ouverts en 2010 sont des multiplexes.

En dix ans, la capacité d'accueil des établissements cinématographiques en nombre de fauteuils progresse de 1,1 % et la capacité moyenne par établissement de 6,8 %.

B En 2010, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 363 écrans, contre 362 en 2009. Paris compte un établissement mono écran supplémentaire, le Club de l'Étoile (dans le 17^e arrondissement). Par ailleurs, les trois salles du Miramar à Montparnasse ont été annexées au Gaumont Parnasse, ce qui engendre la disparition d'un établissement et un nombre stable de cinémas dans la capitale.

Le parc parisien compte 84 établissements dont 7 établissements de plus de 8 écrans. La capitale dispose de plus de 70 000 fauteuils cinématographiques en 2010. En dix ans, la capacité d'accueil des établissements parisiens diminue de 4,9 %.

C Hausse des entrées moyennes par établissement

Compte tenu de l'évolution de la fréquentation en 2010 (+2,4 %), les entrées moyennes par établissement augmentent pour atteindre 100 649, soit +3,4 % par rapport à 2009. Le nombre moyen d'entrées par écran croît également (+2,5 %). En moyenne, un multiplexe réalise 677 559 entrées en 2010 (+3,2 % par rapport à 2009). Parallèlement, un établissement de 8 écrans ou plus enregistre en moyenne 698 482 entrées en 2010, contre 677 556 en 2009 (+3,1 %).

	établissements	écrans actifs	fauteuils
2001	2 166	5 221	1 065 059
2002	2 151	5 261	1 072 948
2003	2 136	5 299	1 075 984
2004	2 108	5 293	1 065 818
2005	2 084	5 308	1 065 767
2006	2 070	5 300	1 060 074
2007	2 057	5 332	1 059 345
2008	2 081	5 424	1 072 887
2009	2 070	5 482	1 079 330
2010 ¹	2 050	5 478	1 076 538

A

Salles actives en France

¹ Données provisoires.

	établissements	écrans actifs	fauteuils
2001	93	373	73 766
2002	91	368	72 752
2003	90	381	74 628
2004	89	378	73 918
2005	89	383	75 100
2006	88	379	74 097
2007	87	376	72 914
2008	85	363	70 509
2009	84	362	69 979
2010 ¹	84	363	70 140

B

Salles actives à Paris

¹ Données provisoires.

	entrées moyennes par établissement	entrées moyennes par écran
2001	86 544	35 904
2002	85 732	35 052
2003	81 207	32 734
2004	92 833	36 972
2005	84 223	33 067
2006	91 194	35 617
2007	86 733	33 460
2008	91 388	35 062
2009	97 308	36 743
2010 ¹	100 649	37 665

C

Entrées moyennes

¹ Données provisoires.

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. Ainsi, 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. 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.

D 66,9 % des entrées réalisées dans les établissements de la grande exploitation

Si 74,9 % des établissements cinématographiques relèvent de la petite exploitation en 2010, ils totalisent 37,8 % des écrans actifs, 39,4 % des fauteuils et 15,0 % des entrées. À l'inverse, la grande exploitation représente 14,1 % des établissements, 43,0 % des écrans, 44,2 % des fauteuils et 66,9 % de la fréquentation globale.

En moyenne, un cinéma de la grande exploitation enregistre 476 289 entrées en 2010, contre 165 496 entrées pour un cinéma de la moyenne exploitation et 20 176 entrées pour un cinéma de la petite exploitation.

Dans un contexte de légère hausse de la fréquentation globale (+2,4 %), seuls les établissements relevant de la moyenne exploitation enregistrent un léger recul de leurs entrées à -0,6 %, contre +1,9 % pour la petite exploitation et +3,4 % pour la grande exploitation.

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)
petite exploitation				
2006	1 551	2 098	441 940	32,56
2007	1 560	2 132	444 026	31,73
2008	1 579	2 172	449 102	32,04
2009	1 547	2 070	426 343	30,40
2010 ¹	1 535	2 069	423 796	30,97
poids dans le total 2010 (%)	74,9	37,8	39,4	15,0
moyenne exploitation				
2006	227	1 025	175 261	35,26
2007	218	1 027	174 924	33,69
2008	221	1 033	175 146	35,11
2009	234	1 084	181 914	37,47
2010 ¹	225	1 053	176 638	37,24
poids dans le total 2010 (%)	11,0	19,2	16,4	18,0
grande exploitation				
2006	292	2 176	442 754	120,95
2007	279	2 173	440 395	112,99
2008	281	2 219	448 639	123,03
2009	289	2 328	471 073	133,56
2010 ¹	290	2 356	476 104	138,12
poids dans le total 2010 (%)	14,1	43,0	44,2	66,9

D Résultats d'exploitation des établissements selon la catégorie

¹ Données provisoires.

E 521 établissements équipés en projecteur numérique

À fin janvier 2011, 521 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 2K en France, soit 25,4 % du parc total d'établissements cinématographiques. 171 d'entre eux sont des multiplexes. La hausse significative des installations en 2010 est surtout le fait des grands groupes d'exploitation. Europalaces compte au total 65 établissements équipés d'au moins un projecteur numérique (87,8 % des établissements détenus par le groupe). Trois cinémas sont nouvellement équipés en 2010 (9 écrans) et 51 cinémas élargissent leur nombre de salles équipées (+185 écrans). 21 des 35 établissements détenus par UGC disposent d'au moins un équipement de projection numérique. En 2010, le groupe équipe 12 établissements pour la première fois (46 écrans) et poursuit l'équipement de 9 cinémas (+82 écrans). Sur les 37 cinémas dont CGR est le propriétaire, trois ne sont pas encore équipés en numérique en 2010. Le groupe, qui avait entamé l'équipement de ces établissements dès 2008, équipe pour la première fois trois établissements en 2010 (31 écrans) et poursuit l'équipement d'un établissement (+2 écrans).

1 821 des 3 048 salles que regroupent les 521 établissements partiellement ou totalement numérisés sont équipées pour ce nouveau mode de projection, soit 59,7 % de l'ensemble des écrans des cinémas concernés et 33,2 % de l'ensemble des écrans actifs en 2010.

F 32,2 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique comptent 8 écrans ou plus en 2010 (47,4 % en 2009). Les nouveaux équipements profitent davantage aux petits cinémas : 41,5 % des établissements équipés en numérique ont moins de 4 écrans en 2010, contre 26,0 % en 2009. Ces derniers représentent 136 des 213 nouveaux établissements équipés. Toutefois, si 97,1 % des cinémas de 8 écrans et plus disposent d'au moins un projecteur numérique en 2010, seuls 13,2 % des établissements de moins de 4 écrans sont dans ce cas.

G En termes de catégorie d'exploitation, le parc d'établissements numériques est relativement bien réparti. 34,7 % des cinémas équipés d'au moins un projecteur numérique relèvent de la petite exploitation en 2010, contre 25,9 % pour la moyenne exploitation et 39,3 % pour la grande exploitation. En 2009, le poids de la grande exploitation s'élevait à 52,6 %, contre 26,6 % pour la moyenne exploitation et 20,8 % pour la petite exploitation.

54,9 % des établissements nouvellement équipés en 2010 font partie de la petite exploitation (117 cinémas). Le parc numérique de cette catégorie d'exploitation a ainsi presque triplé entre 2009 et 2010. Au total, 70,7 % des établissements de la grande exploitation disposent d'au moins un projecteur numérique en 2010. 60,0 % des cinémas de la moyenne exploitation sont également dans ce cas ainsi que 11,8 % de ceux de la petite exploitation.

	établissements	écrans actifs
2006	15	27
2007	38	57
2008	134	429
2009	308	964
2010 ¹	521	1 821
poids dans le total 2010 (%)	25,4	33,2

E Établissements équipés en projecteur numérique 2K

¹ Arrêté au 31 janvier 2011.
Source : CNC – Cinégo – Manice.

	2006	2007	2008	2009	2010 ¹	poids dans le total 2010 (%)
1 écran	3	11	23	32	101	8,5
2 à 3 écrans	1	4	19	48	115	26,3
4 à 5 écrans	1	3	18	48	83	51,6
6 à 7 écrans	3	3	13	34	54	64,3
8 à 11 écrans	2	4	25	73	83	95,4
12 écrans et plus	5	13	36	73	85	98,8
total	15	38	134	308	521	25,4

F Établissements équipés en projecteur numérique 2K selon le nombre total d'écrans

¹ Arrêté au 31 janvier 2011.
Source : CNC – Cinégo – Manice.

	2006	2007	2008	2009	2010 ¹	poids dans le total 2010 (%)
petite exploitation	5	13	35	64	181	11,8
moyenne exploitation	2	7	28	86	140	60,0
grande exploitation	8	18	71	158	200	70,7
total	15	38	134	308	521	25,4

G Établissements équipés en projecteur numérique 2K selon la catégorie d'exploitation

¹ Arrêté au 31 janvier 2011.
Source : CNC – Cinégo – Manice.

H Plus de la moitié des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2010, 178 multiplexes sont actifs en France. Le nombre de créations est très inférieur à celui enregistré les années précédentes : 4 multiplexes ouvrent en 2010. Ils étaient 11 en 2009 et en 2008. 8,7 % des établissements français sont des multiplexes en 2010. Ces derniers regroupent 36,3 % des écrans et 37,8 % des fauteuils.

Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 58,5 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2010 (57,0 % en 2009, 54,8 % en 2008 et 0,9 % en 1993). Leur fréquentation augmente de 5,0 % en 2010, contre 2,4 % pour l'ensemble des salles.

173 établissements actifs (8,4 % du parc) comptent 8 écrans et plus en 2010. Ils regroupent 37,7 % des fauteuils et 36,4 % des écrans et concentrent 58,6 % des entrées.

Parallèlement, le parc cinématographique français compte 1 195 établissements mono écran (21,8 % des écrans). Ces salles totalisent 25,5 % des fauteuils et réalisent 8,3 % des entrées.

enseigne	opérateur	commune	agglomération	implantation ²	inauguration	écrans	fauteuils
Monciné	indépendant	Béziers	Béziers	centre-ville	septembre 2010	9	1 462
Méga CGR Le Français ³	CGR	Bordeaux	Bordeaux	centre-ville	mai 2010	12	1 979
Cinema Lido	indépendant	Saint-Raphaël	Fréjus	périphérie	juin 2010	7	1 318
Méga CGR	CGR	Tarbes	Tarbes	excentré	avril 2010	11	2 054

H Quatre multiplexes ouverts en 2010¹

¹ Sont appelés multiplexes les établissements dont l'ouverture est conditionnée par une CDEC (avant l'abaissement des seuils) et les établissements de plus de 795 fauteuils (après l'abaissement).

² Périphérie : sur le territoire d'une autre commune que la commune centre de l'agglomération ; excentré : sur le territoire de la commune centre mais éloigné du centre-ville.

³ Pour cet établissement, il s'agit d'une réouverture après restructuration.

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)
2006	146	1 661	344 799	97,72
2007	153	1 734	357 276	94,53
2008	164	1 838	377 225	104,21
2009	175	1 952	400 273	114,88
2010 ¹	178	1 987	406 862	120,61
poids dans le total 2010 (%)	8,7	36,3	37,8	58,5

H Résultats d'exploitation des multiplexes

¹ Données provisoires.

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	établissements	écrans	fauteuils	entrées (%)	
2006	152	1 745	359 067	101,08	1 écran	1 195	274 131	8,3	
2007	158	1 810	369 798	96,89	2 à 3 écrans	437	1 027	179 735	11,0
2008	165	1 887	383 829	106,46	4 à 5 écrans	161	715	117 614	10,8
2009	171	1 968	400 748	115,86	6 à 7 écrans	84	545	99 039	11,3
2010 ¹	173	1 996	406 019	120,84	8 à 11 écrans	87	802	152 308	18,4
poids dans le total 2010 (%)	8,4	36,4	37,7	58,6	12 écrans et plus	86	1 194	253 711	40,2
					total	2 050	5 478	1 076 538	100,0

Résultats d'exploitation des établissements de 8 écrans et plus

¹ Données provisoires.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2010¹

¹ Données provisoires.

LES ENTREPRISES D'EXPLOITATION

J En termes d'équipement, l'exploitation est un secteur peu concentré. Les dix entreprises ayant réalisé plus de 1 % du total des recettes guichets en 2010 exploitent 2 096 écrans, soit 38,2 % de l'ensemble des écrans actifs. En 2010, EuroPalaces exploite 760 salles de cinéma, soit 13,9 % du parc national. Le groupe compte 17 écrans de plus qu'en 2009. Avec 7,3 % du parc, CGR est le deuxième exploitant avec 401 écrans. En troisième position, UGC détient 365 salles (6,7 % des écrans français).

Définition d'un groupement national de programmation

La programmation de salles, lorsqu'elle n'est pas assurée directement par les entreprises propriétaires du fond de commerce, est effectuée par un groupement ou une entente de programmation. Les groupements et ententes de programmation sont nationaux si leur activité s'exerce soit dans l'agglomération parisienne, soit dans au moins deux des régions cinématographiques telles que définies par le CNC.

K À l'instar de l'activité d'exploitation, la programmation des salles n'est pas une activité concentrée en France. En 2010, les huit groupements et ententes nationaux programment 2 130 écrans, soit 38,9 % de l'ensemble des écrans. En 2009, les huit groupements nationaux programmaient 38,8 % du parc national. EuroPalaces programme le plus grand nombre d'écrans (780 en 2010).

	nombre d'écrans					% du parc total				
	2006	2007	2008	2009	2010 ²	2006	2007	2008	2009	2010 ²
Aubert	51	51	51	60	60	1,0	1,0	0,9	1,1	1,1
Cap'Cinéma (Dejust)	58	79	78	75	75	1,1	1,5	1,4	1,4	1,4
CGR	365	381	372	375	401	6,9	7,1	6,9	6,8	7,3
CinéAlpes (Davoine)	159	146	146	145	143	3,0	2,7	2,7	2,6	2,6
EuroPalaces	616	632	671	743	760	11,6	11,9	12,4	13,6	13,9
Kinèpolis	48	87	87	87	87	0,9	1,6	1,6	1,6	1,6
Lemoine	60	60	60	56	59	1,1	1,1	1,1	1,0	1,1
MK2	64	64	58	58	58	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1
SAS Cinéville	84	88	88	88	88	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6
UGC	371	371	359	371	365	7,0	7,0	6,6	6,8	6,7

Principaux exploitants de salles¹

¹ Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2010.

² Données provisoires.

	nombre d'écrans					% du parc total				
	2006	2007	2008	2009	2010 ¹	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
Agora Cinémas	66	67	67	63	75	1,2	1,3	1,2	1,1	1,4
CinéDiffusion	234	257	255	247	255	4,4	4,8	4,7	4,5	4,7
EuroPalaces	650	686	702	770	780	12,3	12,9	12,9	14,0	14,2
GPCI	166	149	152	173	153	3,1	2,8	2,8	3,2	2,8
MC4	93	117	115	110	112	1,8	2,2	2,1	2,0	2,0
Micromegas	52	54	54	60	66	1,0	1,0	1,0	1,1	1,2
UGC	418	418	407	428	417	7,9	7,8	7,5	7,8	7,6
VEO	248	279	275	274	272	4,7	5,2	5,1	5,0	5,0

Groupements nationaux de programmation

¹ Données provisoires.



Un prophète de Jacques Audiard.
© Roger Arpajou / UGC Distribution.



Arthur et la vengeance de Maltazard de Luc Besson. © EuropaCorp / TF1 Films productions.



Neuilly sa mère ! de Gabriel Julien-Laferrrière. © UGC Distribution.



Inglorious Basterds de Quentin Tarantino.
© Universal Pictures International France.

Avatar de James Cameron. © Twentieth Century Fox France.



Inception de Christopher Nolan. © Warner Bros France.





Le Petit Nicolas de Laurent Tirard. © Wild Bunch Distribution.

10
la vidéo physique

En 2010, les Français dépensent
1,39 milliard d'euros en achats de vidéogrammes.
La dépense des ménages en vidéo physique est stable par rapport à 2009.
Le cinéma français génère 180,2 M€ de recettes,
en hausse de 1,9% par rapport à 2009.

Le Concert de Radu Mihaileanu. © Les Productions du Trésor / EuropaCorp.



Shutter Island de Martin Scorsese. © Paramount Pictures France.



Twilight 2: tentation
de Chris Weitz. © SND.

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 ni les ventes en kiosques ni dans les stations services. Ils excluent également le segment de la location. Les évaluations de GfK sur les dépenses des ménages français en vidéo physique s'entendent hors films ou programmes pour adultes.

À chaque support (VHS, DVD, Blu-ray) sont associés un genre (film ou hors film, fiction, animation, documentaire, humour,...) et une nationalité. Ce rapprochement est effectué à partir des données du CNC. Sont considérées comme « films » toutes les œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation en salles préalable à l'exploitation sur le marché de la vidéo. Les nationalités et les genres retenus pour les œuvres cinématographiques sont ceux enregistrés par le CNC. Depuis 2007, les données de GfK présentent deux modifications par rapport aux années précédentes :

- le segment de la VHS est exclu du périmètre d'analyse car il ne génère quasiment plus de recettes et les supports haute définition sont inclus.
- en ce qui concerne les points de vente, le marché des ventes sur internet est désormais distingué de l'ensemble des « autres points de vente ».

Évolution du marché: +2,3% en volume, +0,1% en valeur

En 2010, les Français ont dépensé 1,39 Md€ en achats de DVD et de Blu-ray. Pour la deuxième année consécutive, la dépense des ménages en vidéo physique est stable (+0,1 %).

Sur l'ensemble vidéo constitué par le DVD et les supports haute définition, le DVD capte 87,5 % du marché en 2010 (92,2 % en 2009) et ses recettes reculent de 5,1 %.

En volume, 134,4 millions de DVD sont vendus en 2010, soit un nombre stable par rapport à 2009 (-0,9%). La reprise du marché entamée en 2009 s'explique notamment par la commercialisation des supports haute définition : le chiffre d'affaires du Blu-ray est multiplié par 1,6 entre 2009 et 2010 pour atteindre 173,4 M€ et près de 9,7 millions de disques vendus. Les ventes de Blu-ray (+61,6 %) compensent la baisse du chiffre d'affaires des DVD (-5,1 %).

En raison de la quasi disparition du support, les ventes de VHS sont désormais exclues de l'analyse du marché de la vidéo. En 2010, la VHS génère 0,9 M€ de recettes pour un peu plus de 131 000 unités vendues, contre 1,1 M€ et 162 000 unités en 2009.

	VHS	DVD	Blu-ray ²	total
2004	10,38	121,73	—	132,11
2005	3,62	139,79	—	143,41
2006	1,01	135,36	—	136,37
2007	—	130,50	0,54	131,04
2008	—	126,02	2,16	128,18
2009	—	135,58	5,28	140,87
2010	—	134,42	9,66	144,08
évol. 10/09	—	-0,9%	+82,8%	+2,3%

Vidéogrammes vendus selon le support (millions)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

Source : CNC – GfK.

En 2010, le prix moyen de vente d'un DVD de catalogue vendu à l'unité diminue de 3,5 % à 8,35 € (8,65 € en 2009). Celui des nouveautés (références vendues depuis moins de six mois) recule de 2,0 % à 18,37 €. Tous conditionnements inclus, le prix moyen des nouveautés présente également une diminution de 1,4 % à 13,93 € en 2010.

Les ventes de DVD dont le prix est compris entre 17 € et 20 € représentent 28,3 % du chiffre d'affaires total, soit autant qu'en 2009. Parallèlement, les DVD vendus à plus de 20 € captent 31,3 % du marché en 2010, contre 33,1 % en 2009. En 2010, les ventes de DVD à moins de 3 € représentent 0,8 % du chiffre d'affaires (1,0 % en 2009) et 5,7 % des volumes (7,2 % en 2009). Le prix moyen d'un support Blu-ray de nouveauté vendu à l'unité est de 24,37 €. La majorité des Blu-ray sont vendus entre 20 € et 25 € (29,2 % des volumes et 32,5 % du chiffre d'affaires HD en 2010). 18,1 % sont toutefois vendus entre 25 € et 30 € et représentent 23,8 % du chiffre d'affaires total du Blu-ray.

	VHS	DVD	Blu-ray ²	total
2004	114,23	1844,58	—	1958,82
2005	26,88	1757,30	—	1784,18
2006	4,48	1654,69	—	1659,17
2007	—	1479,86	14,27	1494,13
2008	—	1330,98	51,45	1382,44
2009	—	1277,06	107,33	1384,39
2010	—	1211,86	173,41	1385,27
évol. 10/09	—	-5,1%	+61,6%	+0,1%

Chiffre d'affaires vidéo selon le support (M€)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

Source : CNC – GfK.

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.

B Nouvelle diminution des recettes du hors film

Pour la quatrième année consécutive, le hors film affiche un recul de ses recettes vidéo (-5,1 % par rapport à 2009). Il représente 36,5 % du marché (505,5 M€), contre 38,5 % en 2009. En volume, les ventes de hors film sont stables à près de 66 millions d'unités vendues en 2010 (+0,8 %) et sont inférieures à celles du film pour la deuxième année consécutive.

En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les films cinématographiques réalisent 842,3 M€ de recettes, soit 60,8 % du total en 2010. Cette part de marché est en progression par rapport à 2009 (58,4 %). Soutenues par le Blu-ray (+58,7 % en valeur entre 2009 et 2010), les recettes des films en vidéo affichent une augmentation de 4,2 % par rapport à 2009. En volume, plus de 70 millions des supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2010, soit une évolution positive par rapport à l'année précédente (+5,7 %). 2010 est également marquée par une diminution du chiffre d'affaires des opérations promotionnelles (-13,2 %) qui représentent 2,7 % des recettes du secteur (3,1 % en 2009).

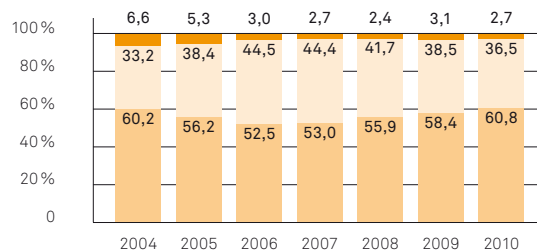
	films	hors film	opérations promotionnelles ²	total
2004	1 179,62	650,52	128,67	1 958,82
2005	1 003,23	685,63	95,32	1 784,18
2006	870,44	738,39	50,34	1 659,17
2007	791,20	663,20	39,73	1 494,13
2008	772,56	576,44	33,44	1 382,44
2009	808,40	532,74	43,24	1 384,39
2010	842,25	505,48	37,54	1 385,27
évol. 10/09	+4,2%	-5,1%	-13,2%	+0,1%

B Chiffre d'affaires vidéo selon le contenu (M€)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Opérations promotionnelles sans indication de titre.
Source : CNC - GfK.

	films	hors film	opérations promotionnelles ²	total
2004	65,43	43,40	23,28	132,11
2005	63,47	53,25	26,68	143,41
2006	59,62	65,10	11,65	136,37
2007	58,43	65,49	7,11	131,04
2008	58,45	63,47	6,26	128,18
2009	66,73	65,39	8,74	140,87
2010	70,54	65,95	7,59	144,08
évol. 10/09	+5,7%	+0,8%	-13,2%	+2,3%



B Répartition du chiffre d'affaires vidéo selon le contenu (%)¹

■ films ■ hors film ■ opérations promotionnelles²

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Opérations promotionnelles sans indication de titre.
Source : CNC - GfK.

B Vidéogrammes vendus selon le contenu (millions d'unités)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Opérations promotionnelles sans indication de titre.
Source : CNC - GfK.

C Légère croissance des recettes des films français

Le cinéma français génère 180,2 M€ de recettes en 2010, en hausse de 1,9 % par rapport à l'année précédente. La part de marché des films français sur le marché de la vidéo s'établit à 21,4 % en valeur, contre 21,9 % en 2009. 15,73 millions de DVD et de Blu-ray de films français sont vendus en 2010, contre 15,45 millions en 2009 (+1,8 %). Les films français réalisent 10,9 % du chiffre d'affaires des ventes de films en Blu-ray en 2010. Deux films français figurent parmi les vingt meilleures ventes en valeur de films en vidéo en 2010 (contre un seul en 2009) : *le Petit Nicolas* et *Arthur et la vengeance de Maltazard* occupent respectivement la quatrième et la treizième place du classement des films.

Progression des ventes de films américains

Le chiffre d'affaires des films américains en vidéo affiche une hausse de 5,2 % à 546,1 M€ en 2010. Leur part de marché est stable à 64,8 % (64,2 % en 2009). En volume, plus de 45 millions de DVD et Blu-ray de films américains sont achetés en 2010 (+6,6 % par rapport à 2009). Les films américains réalisent 72,1 % du chiffre d'affaires des ventes de films en Blu-ray en 2010. En 2010, les films américains réalisent huit des dix meilleures performances des films en vidéo (huit en 2009). *Avatar* se place en 1^{re} position du classement en valeur. *Twilight 2 : tentation* (2^e), *2012* (3^e), *This is it* (5^e), *Twilight 3 : hésitation* (6^e), *la Princesse et la grenouille* (8^e), *Alice au pays des merveilles* (9^e) et *Toy Story 3* (10^e) complètent la liste des meilleurs succès américains de l'année.

En 2010, le chiffre d'affaires des films européens non français en vidéo augmente de 6,8 %, après une année 2009 en baisse (-3,5 %). La part de marché des films européens s'établit à 11,4 %, contre 11,1 % en 2009. Elle est notamment assurée par trois films britanniques : *Inception*, 7^e du classement des films en valeur, *Harry Potter et le Prince de sang-mêlé*, qui occupe la 16^e place et *Robin des bois* à la 18^e place. La part de marché des films non européens et non américains baisse à 2,4 % (2,7 % en 2009).

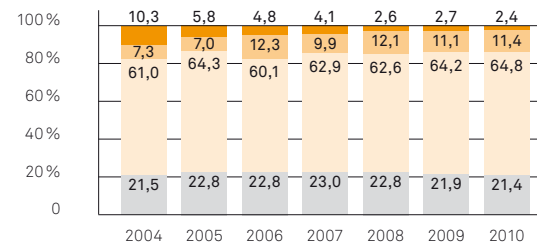
	films français	films américains	films européens ²	autres films	total
2004	253,37	719,00	85,59	121,67	1 179,62
2005	228,96	645,32	70,28	58,66	1 003,23
2006	198,69	523,31	106,84	41,60	870,44
2007	182,08	497,80	78,67	32,65	791,20
2008	176,03	483,52	93,29	19,71	772,56
2009	176,89	519,31	90,04	22,16	808,40
2010	180,17	546,10	96,14	19,84	842,25
évol. 10/09	+1,9%	+5,2%	+6,8%	-10,5%	+4,2%

C Chiffre d'affaires des films en vidéo selon la nationalité (M€)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Europe au sens continental (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.

Source : CNC – GfK.



C Répartition du chiffre d'affaires des films en vidéo selon la nationalité (%)¹

■ films français ■ films américains ■ films européens² ■ autres films

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Europe au sens continental (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.

Source : CNC – GfK.

D En 2010, les longs métrages d'animation réalisent 13,9 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo, contre 14,7 % en 2009. Les recettes associées au genre sont relativement stables à 117,0 M€ (-1,2 %). *La Princesse et la grenouille*, *Toy Story 3*, *L'Âge de glace 3 – le temps des dinosaures*, *Shrek 4 – il était une fin* et *Là-haut*, respectivement 8^e, 10^e, 12^e, 14^e et 19^e au classement des ventes de films en 2010, contribuent notamment au niveau atteint par l'animation cinématographique en vidéo.

Le documentaire cinématographique affiche une progression de son chiffre d'affaires vidéo (+21,0 %). Il génère plus de 10 M€ de recettes et réalise 1,2 % de l'ensemble des revenus des œuvres cinématographiques en vidéo. Cette hausse est due au documentaire américain *This is it* qui occupe le 5^e rang du classement 2010 des films en valeur.

	fiction	animation	documentaire	total
2004	1 027,39	147,35	4,88	1 179,62
2005	824,46	154,35	24,42	1 003,23
2006	736,13	125,32	8,99	870,44
2007	676,46	109,42	5,32	791,20
2008	654,72	109,71	8,13	772,56
2009	681,33	118,48	8,59	808,40
2010	714,84	117,02	10,40	842,25
évol. 10/09	+4,9%	-1,2%	+21,0%	+4,2%

D Chiffre d'affaires des films en vidéo selon le genre (M€)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Source : CNC – GfK.

E La fiction toujours en recul

Les recettes de la fiction en vidéo reculent de 3,0 % à 258,7 M€ en 2010. La fiction représente 51,2 % des recettes du hors film en vidéo et demeure le genre le plus vendu sur ce segment (50,1 % en 2009). Depuis 2004, la part de marché de la fiction au sein du hors film a progressé de 21,1 points. Les recettes de la fiction française diminuent de 2,1 % en 2010 (24,9 M€). Le chiffre d'affaires de la fiction étrangère recule de 3,1 % à 233,8 M€. Les œuvres étrangères, notamment américaines, sont largement majoritaires et génèrent 90,4 % des recettes de la fiction en vidéo (90,5 % en 2009). La cinquième saison de la série *Dr House* se classe au 9^e rang du classement en valeur des programmes hors film. Les saisons 5 et 6 de *Desperate Housewives*, la sixième saison des *Frères Scott* et la sixième saison de *Grey's Anatomy* contribuent également au succès de la fiction américaine en 2010.

En 2010, le segment des programmes de fiction et d'animation à destination des enfants reste le deuxième du hors film avec 19,4 % des ventes en valeur (19,0 % en 2009). Il affiche une baisse de 3,2 % par rapport à 2009. Les titres les plus performants en 2010 sont américains et se composent notamment des prolongements, uniquement sortis en vidéo, d'œuvres cinématographiques ayant rencontré un très grand succès en salles (*Clochette et l'expédition féérique* ou *La Fée Clochette et la pierre de lune*). La part de marché des programmes français est stable dans l'animation et la fiction jeunesse (18,5 % en 2010, comme en 2009). Le chiffre d'affaires des programmes français sur ce segment baisse de 3,1 % en 2010 et s'établit à 18,09 M€.

Le segment « musique » est le seul du hors film à présenter une très légère progression en 2010 (+1,8 %). Il occupe la troisième place du marché hors film en valeur avec 14,4 % (13,4 % en 2009). Après une première reprise en 2009, la part de marché des programmes français progresse de nouveau sur ce segment et atteint 59,0 % en 2010, contre 52,4 % en 2009. Elle s'appuie notamment sur les très bonnes ventes de DVD de *Mylène Farmer – Stade de France* et des *Enfoirés – 2010 – les enfoirés la crise de nerfs !*, respectivement 2^e et 3^e du classement hors film en valeur.

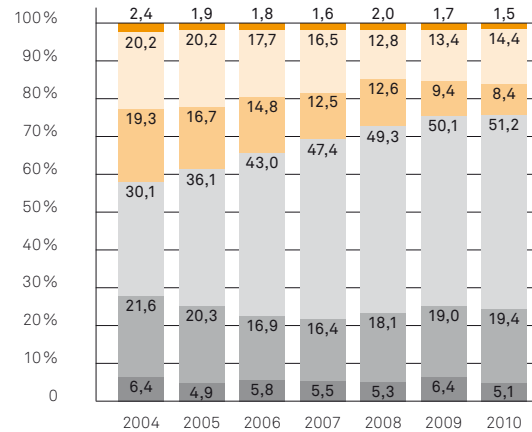
	documentaire	enfants	fiction	humour	musique	autres	total
2004	41,91	140,59	195,78	125,27	131,19	15,78	650,52
2005	33,72	139,03	247,25	114,28	138,44	12,90	685,63
2006	42,96	124,46	317,44	109,35	130,75	13,43	738,39
2007	36,28	108,74	314,38	83,17	109,71	10,92	663,20
2008	30,26	104,16	283,96	72,80	73,69	11,56	576,44
2009	34,26	101,08	266,70	50,19	71,54	8,97	532,74
2010	25,94	97,88	258,68	42,42	72,79	7,77	505,48
évol. 10/09	-24,3%	-3,2%	-3,0%	-15,5%	+1,8%	-13,3%	-5,1%

E Chiffre d'affaires du hors film en vidéo selon le genre (M€)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Source : CNC – GfK.

En quatrième position, les spectacles d'humour captent 8,4 % des recettes vidéo hors film en 2010 (9,4 % en 2009). À 42,4 M€ de chiffre d'affaires, le segment de l'humour perd 15,5 % de ses recettes par rapport à 2009. Les humoristes français assurent la quasi-totalité des ventes (99,3 % en 2010, 98,9 % en 2009). Les performances de Florence Foresti (1^{re} du classement hors film 2010), et de Jamel Debbouze (17^e) en sont les meilleurs exemples.

Le documentaire audiovisuel demeure un genre marginal du hors film en vidéo (5,1 % des recettes en 2010). Son chiffre d'affaires diminue de 24,3 % en 2010. Malgré une baisse significative de sa part de marché, le documentaire français demeure nettement majoritaire (80,3 % en 2010, 85,2 % en 2009).



Répartition du chiffre d'affaires du hors film en vidéo selon le genre (%)¹

■ documentaire ■ enfants ■ fiction
■ humour ■ musique ■ autres

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Source : CNC – GfK.

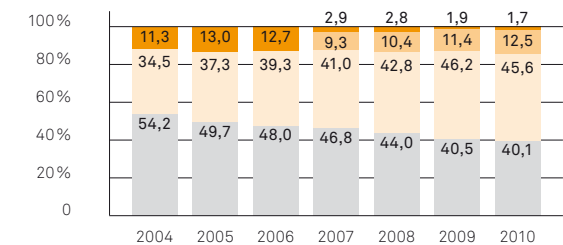
	documentaire	enfants	fiction	humour	musique	autres	total
2004	77,8	9,1	15,2	99,1	48,8	44,7	41,6
2005	98,1	17,0	16,9	98,8	48,3	84,3	42,2
2006	95,0	16,8	14,3	98,7	53,2	82,8	40,0
2007	92,9	20,7	9,9	98,2	49,4	81,1	35,0
2008	90,0	18,4	9,5	97,8	47,0	85,0	32,8
2009	85,2	18,5	9,5	98,9	52,4	83,8	31,5
2010	80,3	18,5	9,6	99,3	59,0	77,5	30,7

Part de marché des programmes français du hors film en vidéo selon le genre (%)¹

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Source : CNC – GfK.

Les grandes surfaces spécialisées demeurent le premier circuit de vente

En 2010, les hypermarchés et supermarchés captent 40,1 % du chiffre d'affaires total de la vente de vidéo (hors kiosques et stations services), contre 40,5 % en 2009. Les grandes surfaces spécialisées (FNAC, Virgin, etc.) dominent ainsi le marché vidéo pour la deuxième année consécutive : leur part de marché passe de 46,2 % en 2009 à 45,6 % en 2010. Depuis 2004 (34,5 %), la part du marché vidéo captée par les grandes surfaces spécialisées a progressé de 11,1 points. Observé séparément depuis 2007, le segment de la vente de vidéo physique par internet affiche une part de marché en valeur de 12,5 % en 2010, contre 11,4 % en 2009 (+3,2 points par rapport à 2007). Le poids des autres circuits de distribution (notamment la vente par correspondance) est en diminution et représente 1,7 % des achats en valeur en 2010 (1,9 % en 2009). À noter qu'internet est le seul circuit de distribution à voir son chiffre d'affaires augmenter en 2010 : +9,8 %, contre -0,9 % pour les grandes surfaces alimentaires et -1,2 % pour les grandes surfaces spécialisées.



Répartition du chiffre d'affaires vidéo selon les lieux de vente (%)¹

■ GSA² ■ GSS² ■ internet ■ autres points de vente

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées de la catégorie « autres points de ventes ».
² GSA = grandes surfaces alimentaires ; GSS = grandes surfaces spécialisées. Source : CNC – GfK.

G Une offre toujours plus large

Au total, environ 60 800 références de DVD et 3 200 références de Blu-ray sont proposées en 2010 dans les grandes surfaces spécialisées. Gage d'une plus grande diversité de l'offre, ces dernières mettent en vente 1,41 fois plus de références de vidéogrammes que les hypermarchés et supermarchés (1,39 en 2009). Pour la deuxième année consécutive, le nombre de références disponibles sur internet (plus de 58 100) est inférieur à celui des grandes surfaces spécialisées en 2010. Internet propose notamment près de 3 200 références Blu-ray, soit autant que les grandes surfaces spécialisées et 16,9 % de plus que dans les hypermarchés et supermarchés. À noter qu'en complément, près de 750 références de cassettes VHS ont été proposées dans les grandes surfaces spécialisées en 2010 (800 en 2009), contre 300 dans les grandes surfaces alimentaires (500 en 2009) et 50 sur internet (600 en 2009).

Les résultats complets du marché de la vidéo physique ont été publiés en mars 2011 dans le dossier n° 317 du CNC, consultable sur le site internet www.cnc.fr.

<u>DVD</u>	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
GSA ²	15 740	20 812	26 101	29 573	30 172	42 301	42 791
GSS ²	28 118	33 302	41 044	47 388	52 504	59 136	60 793
internet	-	-	-	49 790	52 312	57 146	54 941
autres points de vente	25 610	32 558	43 485	15 710	11 746	7 043	9 222
<u>Blu-ray</u> ³	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
GSA ²	-	-	-	350	894	1 707	2 733
GSS ²	-	-	-	373	1 064	2 065	3 248
internet	-	-	-	470	1 301	2 171	3 194
autres points de vente	-	-	-	108	369	430	720
<u>VHS</u>	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
GSA ²	6 629	4 407	3 008	-	-	-	-
GSS ²	10 667	5 976	2 380	-	-	-	-
internet	-	-	-	-	-	-	-
autres points de vente	6 780	4 659	1 837	-	-	-	-
<u>total</u>	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
GSA ²	22 369	25 219	29 109	29 923	31 066	44 008	45 524
GSS ²	38 785	39 278	43 424	47 761	53 568	61 201	64 041
internet	-	-	-	50 260	53 613	59 317	58 135
autres points de vente	32 390	37 217	45 322	15 818	12 115	7 473	9 942

G Offre vidéo selon les lieux de vente (nombre de références)¹

¹Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées de la catégorie « autres points de ventes ».

² GSA : grandes surfaces alimentaires ;
GSS : grandes surfaces spécialisées.

³ Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.
Source : CNC – GfK.



Dr House. © TF1.



Univers Ciné (www.univers.ciné.com), plate-forme de V&D. © Univers Ciné.

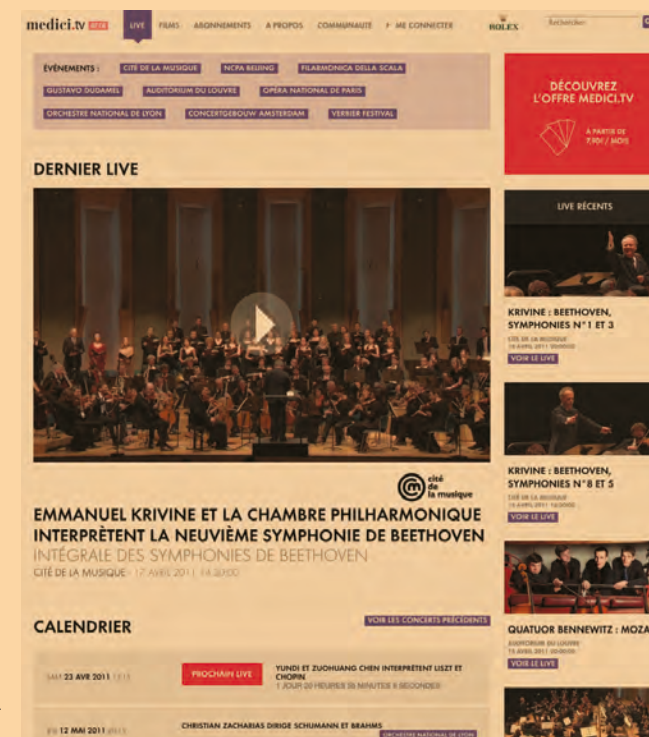
2012 de Roland Emmerich.
© Sony Pictures France Relasing.



RTT de Frédéric Berthe. © Studio Canal.



Lost : les disparus. © TF1.



Medici.tv (www.medici.tv) plate-forme de V&D. © Medici.tv.



11

la vidéo dématérialisée

En 2010, le chiffre d'affaires de la vidéo à la demande (VàD) est estimé à 135,66 M€, contre 97,07 M€ en 2009.

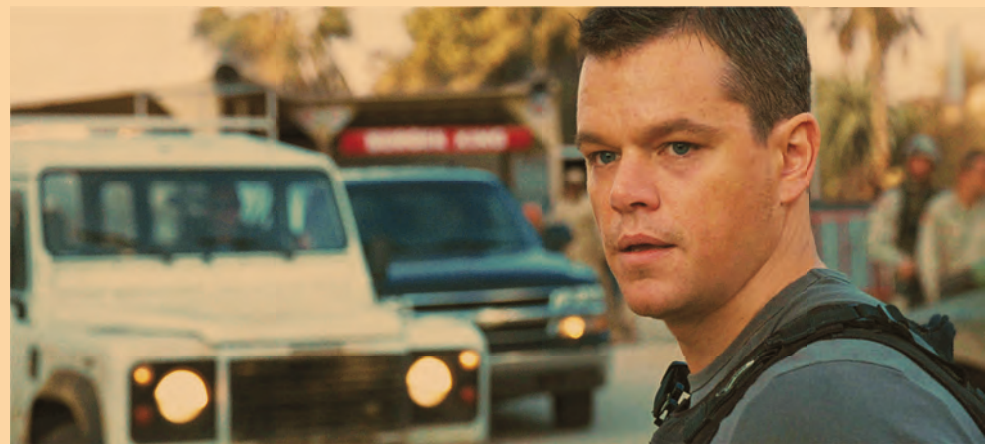
Avec une offre de films disponibles qui ne cesse de s'enrichir, la VàD touche un public de plus en plus large.

L'offre de programmes des chaînes nationales gratuites disponibles en télévision de rattrapage (TVR) sur internet est constituée de plus de 16 000 vidéos par mois en moyenne au quatrième trimestre 2010. 52,8 % des internautes interrogés déclarent avoir regardé des programmes en TVR au cours des 12 derniers mois.

Démineurs de Kathryn Bigelow. © SND.



Protéger et servir de Éric Lavaine. © Pathé Distribution.



Green Zone de Paul Greengrass. © Studio Canal.

LA VIDÉO À LA DEMANDE (VàD)

Le marché de la vidéo à la demande (VàD) poursuit la croissance amorcée depuis 2007. En février 2011, 52 éditeurs de services de VàD actifs sont recensés en France. Ce nombre d'éditeurs s'entend hors services de télévision de rattrapage et hors plates-formes spécialisées dans les films ou programmes pour adultes. Si les services sont accessibles via différents modes ou sur plusieurs sites internet en marque blanche, ils ne sont comptabilisés qu'une seule fois. La composition du catalogue d'un même éditeur peut varier selon son mode de distribution. La principale nouveauté de 2011 est l'émergence de portails dédiés pour les télévisions connectées.

Plus de 5500 films disponibles au premier semestre 2010

L'offre de films en VàD ne cesse de s'enrichir. Selon les données recueillies par le CNC dans le cadre de l'observatoire de la VàD, sur les huit plates-formes analysées (Arte VoD, Canalplay, Club Vidéo, France Télévisions, Orange, TF1 Vision, Universciné, Virgin Méga), plus de 5 500 films (5 561 films) étaient disponibles en vidéo à la demande au cours du premier semestre 2010. En juin 2010, ces plates-formes proposent 5 094 films de cinéma, soit 16,9 % de plus qu'en juin 2009 (4 356 films disponibles).

La répartition des différentes cinématographies évolue légèrement par rapport à juin 2009. Les films français composent toujours la part la plus importante de l'offre (2 330 films, soit une progression de 23,2 %), devant le cinéma américain, qui représente une œuvre sur trois (1 701 films, +6,5 %) et les films d'autres nationalités (1 063 films, +22,5 %).

Le nombre de films récents, sortis en salles depuis moins de 12 mois, progresse significativement (+85,0 %) et atteint 209 titres. La majeure partie (84,2 %) des œuvres disponibles en VàD en juin 2010 est néanmoins constituée de films de catalogue, sortis en salles depuis plus de trois ans.

94,6 % des films disponibles sont des films de fiction et près de la moitié (49,7 %) des œuvres sont recommandées Art et Essai. Près des deux tiers (65,4 %) des films disponibles ont réalisé moins de 500 000 entrées en salles (+1,1 point par rapport à juin 2009) et 21,4 % ont réalisé plus d'un million d'entrées (-0,9 point).

Les offres multi plates-formes ne cessent de progresser : parmi les 5 094 films disponibles en juin 2010, 40,2 % sont disponibles sur une seule plate-forme (-9,1 points par rapport à juin 2009). La plus grande part (42,6 %) des films est disponible sur deux ou trois plates-formes.

A La VàD payante : un marché de plus de 135 M€

Remarques méthodologiques

Le périmètre d'analyse du baromètre GfK-NPA Conseil sur la consommation de VàD a été modifié en 2009 avec l'ajout d'une plate-forme en cours d'année. L'ensemble des données de 2009 ont été retraitées afin d'envisager les évolutions entre 2009 et 2010 à périmètre constant. En revanche, les données antérieures ne tiennent pas compte de cette modification.

Les estimations 100 % « total marché » de la VàD payante en France sont calculées sur la base d'un taux de couverture « leaderpanel » réactualisé d'environ 80 % à compter d'avril 2008 (hors plates-formes spécialisées dans les films ou programmes pour adultes).

Selon le baromètre GfK-NPA Conseil publié en février 2011, le chiffre d'affaires de la VàD payante en France est estimé à 135,66 M€ en 2010, soit une augmentation de 39,5 % par rapport à 2009. Cette hausse du chiffre d'affaires se traduit par une croissance de 52,0 % du volume de transactions payantes effectuées en 2010 qui s'élève à 39,4 millions.

En décembre 2010, le chiffre d'affaires mensuel de la VàD franchit pour la première fois le seuil de 15 M€ avec plus de 4 millions d'actes payants.

Les prix moyens par transaction poursuivent leur tendance à la baisse : 3,42 € pour une location de programme (-8,1 % par rapport à 2009) et 7,38 € pour une vente (-33,0 %). L'analyse du prix moyen à l'acte fait apparaître des différences selon les genres : alors que le prix moyen d'une transaction pour un film de cinéma augmente à 4,11 € (+4,6 % par rapport à 2009), celui d'un programme pour adultes baisse légèrement à 7,71 € (-0,4 %).

Si le paiement à l'acte reste ultra-majoritaire (93,3 % du chiffre d'affaires en 2010), les formules par abonnement se développent rapidement. Les revenus générés par ces formules représentent 6,7 % des recettes totales de la VàD et 27,6 % des transactions en volume en 2010 (respectivement 3,3 % et 20,0 % en 2009). Les transactions payantes de VàD réalisées sous forme locative (streaming ou téléchargement temporaire) totalisent 98,8 % du chiffre d'affaires (-0,1 point par rapport à 2009).

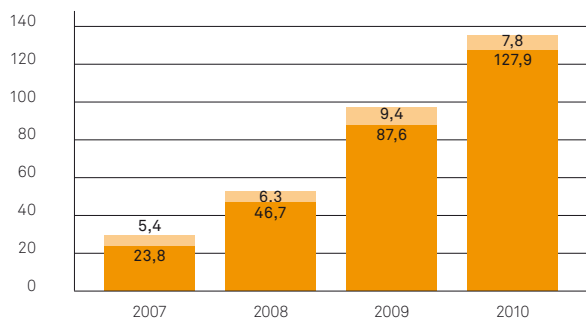
La VàD via le poste de télévision demeure largement plus répandue que via l'écran d'ordinateur. En 2010, 95,7 % des transactions payantes de VàD se font sur la TVIP et elles contribuent pour 94,3 % au total des recettes. Entre 2009 et 2010, les transactions payantes sur TVIP progressent de 56,7 % en volume et de 45,7 % en valeur, tandis que celles sur internet reculent de 8,5 % en volume et de 18,0 % en valeur.

B Le niveau élevé de la consommation de V&D n'est pas seulement le résultat de la performance de quelques titres, mais le signe d'un marché général dynamique. Ainsi, la concentration des titres apparaît-elle structurellement faible. Les dix films de cinéma les plus performants en V&D captent 4,8 % de l'ensemble des transactions en volume en 2010 (5,5 % en 2007). Depuis 2007, les 30 titres les plus performants représentent environ 11 % du volume total de transactions.

	top 10	top 20	top 30
2007	5,5	9,0	11,7
2008	5,1	8,5	11,2
2009	4,8	7,8	10,3
2010	4,8	8,4	11,2

B Résultats des films cinématographiques les plus performants en V&D¹ (% des transactions en volume)

¹ Sur les plates-formes généralistes.
Source : GfK – NPA Conseil.



A Évolution du chiffre d'affaires de la V&D¹ (M€)

■ TVIP ■ PC

¹ Sur les plates-formes généralistes.
Source : GfK – NPA Conseil (février 2011).

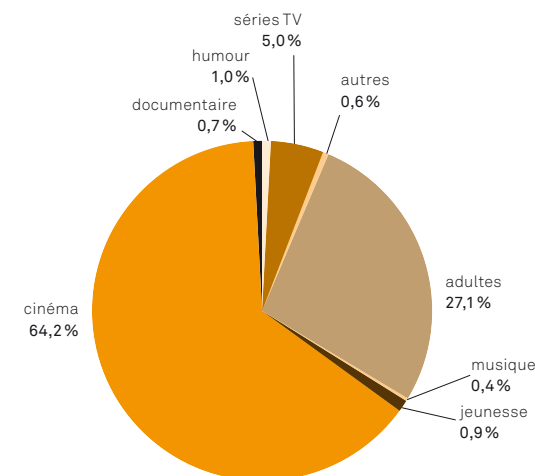
C Les films de cinéma génèrent plus de 60% des recettes

Le cinéma reste le premier contributeur au chiffre d'affaires de la V&D : la part des œuvres cinématographiques est stable et représente 64,2 % des recettes en 2010. En volume, les films américains restent majoritaires avec 56,2 % des titres achetés et leur part progresse de 1,2 point par rapport à 2009. En 2010, la part de marché en volume des films français baisse légèrement à 30,8 % (-0,7 point) et celle des autres cinématographies recule à 13,0 % (-0,5 point).

En 2010, les programmes audiovisuels (documentaires, séries télévisées, musique, humour, jeunesse) participent davantage au chiffre d'affaires de la V&D : 8,7 %, contre 4,8 % en 2009. Les séries télévisées génèrent plus de la moitié (57,5 %) du chiffre d'affaires des programmes audiovisuels, contre un tiers (35,6 %) en 2009.

En volume, les productions américaines restent majoritaires et composent 82,4 % des séries et programmes télévisés consommés en V&D en 2010. Le poids des programmes français est de 13,8 % et celui des programmes d'autres nationalités de 3,8 %. Les programmes français composent un peu plus du tiers des programmes jeunesse consommés en V&D en 2010 (34,0 %). La part des programmes américains s'élève à 26,2 % et celle des programmes d'autres nationalités à 39,8 %.

Les films pour adultes continuent de perdre des parts de marché en valeur sur les plates-formes généralistes et représentent 27,1 % des recettes de la V&D payante en 2010 (-4,6 points).



C Structure du chiffre d'affaires de la V&D selon le genre des programmes en 2010 (%)¹

¹ Sur les plates-formes généralistes – Hors abonnements illimités.
Source : GfK – NPA Conseil

Pratiques et usages de la VàD en France

Remarques méthodologiques

Les données qui suivent sont issues d'un baromètre sur les pratiques des internautes en matière de vidéo à la demande (VàD) mis en place par le CNC.

Cette enquête a été administrée en ligne par l'institut Harris Interactive auprès de 16 526 individus âgés de 15 ans et plus du 13 janvier au 21 décembre 2010 (13 vagues successives).

En 2010, la notoriété de la VàD continue de progresser. Près de 83 % des internautes français ont déjà entendu parler de la vidéo à la demande, soit une progression de 2,6 points par rapport à 2009.

L'usage de la VàD progresse également au cours de l'année 2010. En décembre 2010, 17,6 % des internautes déclarent avoir déjà utilisé la VàD payante sur leur téléviseur, contre 14,1 % en décembre 2009.

Sur l'ensemble de l'année 2010, près de 16 % des internautes ont été utilisateurs de VàD payante sur TVIP.

D La télévision confirme son statut de principal support de consommation de services payants de VàD. En 2010, 15,9 % des internautes ont déjà payé pour visionner un programme en VàD sur TVIP, contre 7,5 % sur internet. L'écart entre les deux supports se creuse : alors que la différence était de 5,3 points en faveur de la TVIP en 2009, elle est de 8,4 points en 2010.

Depuis 2009, les utilisateurs de VàD sur TVIP présentent un profil moins masculin qu'auparavant, avec des proportions comparables d'utilisateurs des deux sexes (51,5 % d'hommes, 48,5 % de femmes en 2010).

La répartition des utilisateurs de VàD sur TVIP par tranche d'âge reste stable par rapport à 2009 : 54,9 % ont entre 25 et 49 ans (55,5 % en 2009). Le poids des 50 ans et plus augmente légèrement (+0,8 point à 19,6 %) au détriment de celui des 35-49 ans (-0,6 point à 29,0 %).

Un taux différencié de pénétration de la VàD selon le sexe et l'âge

En 2010, l'utilisation de la VàD payante sur TVIP est plus répandue chez les hommes (17,3 % des internautes hommes) que chez les femmes (14,6 %). La classe d'âge au sein de laquelle la VàD payante sur TVIP est la plus répandue reste celle des 25-34 ans : plus d'un internaute de cette classe d'âge sur quatre (25,2 %) a déjà utilisé la VàD payante sur TVIP. Cette pratique est davantage répandue parmi les habitants de Paris et sa région (18,9 %) et parmi les CSP+ (20,5 %).

Plus de 40 % des utilisateurs de VàD sont des habitués du cinéma

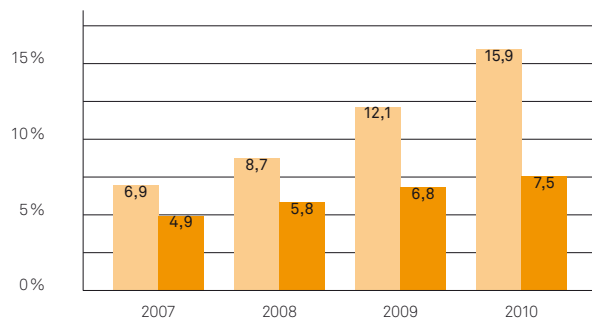
Parmi les utilisateurs de VàD payante sur TVIP qui vont au cinéma, la proportion d'habitués (allant au cinéma au moins une fois par mois) augmente en 2010 à 40,7 %, contre 37,7 % en 2009. Les spectateurs occasionnels demeurent néanmoins majoritaires au sein des consommateurs de VàD sur TVIP (59,3 % du total des utilisateurs qui vont au cinéma).

La pénétration de la VàD payante sur TVIP augmente particulièrement parmi les spectateurs réguliers du cinéma (allant au cinéma au moins une fois par mois mais moins d'une fois par semaine) : 21,0 % en 2010, contre 15,0 % en 2009. Au sein du reste de la population cinématographique, elle progresse également mais dans une moindre proportion, pour s'établir à 20,1 % des spectateurs assidus (allant au cinéma au moins une fois par semaine), en augmentation de 2,6 points par rapport à 2009 et à 16,5 % des spectateurs occasionnels (allant au cinéma moins d'une fois par mois), en hausse de 3,9 points.

En 2010, 3,0 programmes sont loués ou achetés en VàD en moyenne par mois et par utilisateur (contre 3,3 en 2009). Cette légère baisse masque de fortes variations mensuelles, liées à l'offre de films. En 2010, les disparités entre hommes et femmes en termes de volume de consommation de VàD sur TVIP se réduisent : 3,1 actes payants par mois sont déclarés par les hommes et 3,0 par les femmes (respectivement 3,7 et 3,2 en 2009). Comme en 2009, la très grande majorité (88,0 %) des utilisateurs qui ont déjà payé pour visionner un programme sur leur poste de télévision ou sur leur ordinateur en visionnent en moyenne entre un et cinq par mois.

E Les films de cinéma récents (hors films pour adultes) séduisent toujours une large part des utilisateurs. En 2010, une majorité d'utilisateurs payants de la VàD (52,8 %) ont consommé des films américains récents (+2,7 points par rapport à 2009). La proportion d'utilisateurs ayant consommé des films français récents progresse également à 37,3 % (+1,9 point).

Si les séries télévisées américaines demeurent des programmes attractifs, la part des utilisateurs de VàD payante qui ont regardé ce type de programme diminue légèrement à 14,0 % en 2010 (-0,8 point par rapport à 2009). La part d'utilisateurs concernés par les films pour adultes poursuit sa tendance à la baisse pour s'établir à 4,1 % des utilisateurs payants (5,2 % en 2009).



D Taux de pénétration de la V&D payante (% d'internautes)

■ TVIP ■ Internet

Source : CNC – Harris Interactive.

	2007	2008	2009	2010
films américains récents	44,3	48,5	50,1	52,8
films français récents	35,8	34,3	35,4	37,3
séries TV américaines	12,6	15,2	14,8	14,0
films américains anciens	9,6	11,0	10,9	11,1
documentaires	7,1	9,6	7,9	7,1
films français anciens	6,8	8,0	8,7	7,1
films d'autres nationalités	5,3	5,1	5,4	5,8
programmes pour enfants	6,4	6,1	5,2	5,2
films pour adultes	8,0	8,2	6,5	5,1
concerts, spectacles	6,0	6,5	4,3	4,3
séries TV françaises ou autres	4,4	4,4	4,0	3,3
autres	6,3	5,0	5,2	4,1

E Pénétration de la V&D payante selon le genre des programmes achetés (%)

Base : individus ayant payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en V&D sur internet ou sur TVIP.

Lecture : en 2010, 52,8% des utilisateurs payants de V&D ont payé pour regarder des films américains récents en V&D.

Source : CNC – Harris Interactive.

LA TÉLÉVISION DE RATTRAPAGE (TVR)

Remarques méthodologiques

Le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, deux nouveaux baromètres mensuels sur l'offre et l'usage de la télévision de rattrapage (TVR). L'étude de l'offre de télévision de rattrapage, réalisée par TV-replay.fr, présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites disponibles en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire. L'usage de la télévision de rattrapage est mesuré par un sondage en ligne réalisé par Harris Interactive auprès des internautes âgés de 15 ans et plus.

La télévision de rattrapage (TVR) correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, généralement pendant un temps limité, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement. Différents supports accueillent les offres de télévision de rattrapage des chaînes : l'ordinateur, la télévision et les écrans mobiles (téléphone ou baladeur multimédia). Sur l'ordinateur, l'accès aux programmes s'effectue via les sites internet des chaînes. Sur la télévision, les offres sont disponibles par l'intermédiaire des distributeurs de service de télévision (par câble, satellite ou ADSL). Enfin, sur les appareils mobiles, les programmes sont disponibles via des applications dédiées créées par les chaînes.

Les services sur ordinateur, sur la télévision et sur mobile

Toutes les chaînes nationales gratuites disposent d'un site internet mettant à disposition du public une partie de leurs programmes en télévision de rattrapage. Leur accès est entièrement gratuit. Sept sites reprennent dans leur nom le terme anglais « replay », lancé par M6 lors de la création de son site en 2008 (Direct 8 replay, Gulli replay, etc.). Les programmes mis à disposition par les chaînes des groupes TF1 et Canal+ et par les chaînes parlementaires sont regroupés dans la section « vidéos »

de leur site internet. Pluzz, la plate-forme de TVR de France Télévisions, a été lancée en juillet 2010 et regroupe l'offre des cinq chaînes du groupe audiovisuel public : France 2, France 3, France 4, France 5 et France Ô.

Sur la télévision, les offres de TVR sont hétérogènes selon les opérateurs et combinent des programmes accessibles à tous et d'autres réservés aux abonnés à des chaînes en option. Free propose l'offre de télévision de rattrapage la plus large des services de télévision inclus dans les offres multiservices des opérateurs de télécommunication. Depuis la fin du mois de juin 2010, le service Freebox replay permet aux abonnés de l'opérateur de voir ou revoir les programmes de 33 chaînes dans les sept jours qui suivent leur diffusion, sans compter les services du groupe Canal+ déjà disponibles auparavant (Canal+ à la demande et CanalSat à la demande). M6 replay est le seul service disponible auprès de tous les opérateurs. Toutefois, l'accès à la télévision par les réseaux ADSL des opérateurs de télécommunications ne constitue pas le principal mode d'accès à la télévision, ce qui réduit de fait la pénétration potentielle des offres de TVR sur le téléviseur.

L'ensemble des chaînes nationales historiques disposent désormais d'une application mobile (*a minima* sur iPhone) qui propose notamment d'accéder à des programmes en rattrapage. Ces applications sont disponibles dans les boutiques en ligne créées pour les mobiles : Android Market, App Store, BlackBerry App World, Ovi Store, Zune Store, etc. Après avoir mis sur le marché en juillet 2009 une application payante vendue 3,99 €, TF1 a lancé une nouvelle application gratuite financée par la publicité en janvier 2011. L'application de Canal+ est proposée à titre gratuit depuis décembre 2009. Celle de France Télévisions, qui regroupe les cinq chaînes du groupe, a été introduite en janvier 2010. L'application de M6 a été lancée le 29 septembre 2010. Arte propose son application dédiée depuis décembre 2010.

64 % des programmes diffusés sont disponibles en TVR sur internet

Les chaînes continuent d'enrichir leur offre de programmes mis à disposition en télévision de rattrapage. Selon l'indicateur TV-replay.fr – NPA Conseil, 64 % des programmes diffusés entre 17 heures et minuit sur les chaînes nationales historiques sont disponibles en TVR sur internet en mars 2010, soit une progression de 5 points par rapport à septembre 2009 (59 %) et de 11 points en un an (53 % en mars 2009). M6 propose l'offre la plus complète (88 % des programmes de la tranche). Cette proportion est moins élevée pour France Télévisions. 53 % des programmes de France 2 et 59 % de ceux de France 3 sont proposés en TVR en mars 2010. Avant le lancement de l'offre unifiée de France Télévisions sous la marque Pluzz, un contrat d'exclusivité liait France Télévisions et Orange pour une partie de son offre de TVR. L'offre de France Télévisions s'est donc enrichie à partir du mois de juillet, en proposant notamment le feuilleton de France 3 *Plus belle la vie*.

F 17 000 vidéos disponibles en TVR sur internet en décembre 2010

L'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites disponibles en télévision de rattrapage sur internet est constituée de plus de 16 000 vidéos par mois en moyenne au quatrième trimestre 2010, soit un volume horaire mensuel moyen de près de 5 900 heures. L'offre est en croissance continue depuis la mise en place du baromètre. Elle compte plus de 15 000 vidéos en octobre 2010, plus de 16 000 vidéos en novembre 2010 et plus de 17 000 vidéos en décembre 2010. Les journaux télévisés (50,0% des vidéos disponibles par mois en moyenne au dernier trimestre 2010) et les émissions de flux (42,4%) composent l'essentiel de l'offre. L'animation, le documentaire, la fiction et le cinéma constituent 7,5% des vidéos proposées par les chaînes nationales gratuites en TVR sur internet. L'offre est composée, en moyenne, de 544 fictions (382 heures), 416 programmes d'animation (115 heures), 256 documentaires (206 heures) et 9 films cinématographiques (12 heures) par mois au dernier trimestre 2010.

L'offre de programmes en TVR sur internet est généralement disponible entre 0 et 7 jours (42,9% des vidéos par mois en moyenne au quatrième trimestre 2010) ou plus de 30 jours (55,7%). L'augmentation du nombre de vidéos disponibles entre les mois d'octobre, de novembre et de décembre 2010 s'explique par la croissance de cette dernière catégorie de programmes, constituée en quasi-totalité de journaux télévisés et d'émissions de flux. Les programmes disponibles entre 0 et 7 jours sont par définition renouvelés chaque semaine. L'évolution des volumes de cette catégorie repose sur la programmation des chaînes (avec des effets de saisonnalité) et sur la part de la grille des programmes que chaque chaîne met à disposition en TVR. Elle dépend des droits dont disposent les chaînes et des choix qu'elles effectuent, notamment selon les genres. L'offre apparaît plus diversifiée pour la catégorie des programmes disponibles entre 0 et 7 jours.

Les journaux télévisés et les programmes de flux restent majoritaires (82,9% des vidéos) mais cette catégorie est également composée de fictions télévisées (7,7%), de programmes d'animation (5,9%), de documentaires (3,4%) et de films cinématographiques (0,1%). À la différence des programmes de flux, les programmes de stock sont dans la majorité des cas disponibles pour une durée comprise entre 0 et 7 jours (92,8% des documentaires, 98,1% des fictions, 99,6% des programmes d'animation et 100,0% des films).

	nombre de vidéos			volume horaire		
	oct. 10	nov. 10	déc. 10	oct. 10	nov. 10	déc. 10
0 à 7 jours	7 666	7 117	6 124	2 687	2 434	1 994
8 à 14 jours	130	210	154	74	159	144
15 à 30 jours	51	94	75	27	55	48
Plus de 30 jours	7 392	8 975	10 773	2 840	3 321	3 834
total	15 239	16 396	17 126	5 628	5 969	6 019

F L'offre de télévision de rattrapage sur internet selon la durée de disponibilité¹

¹ Chaînes nationales gratuites: TF1, France 2, France 3, Canal+ (clair), France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NRJ 12, LCP-AN, Public Sénat, France 4, Direct Star (ex Virgin 17), Gulli et France Ô.
Source: CNC - TV-replay.fr.

TF1 et France 3 proposent les offres les plus larges

TF1 et France 3 proposent les offres de télévision de rattrapage sur internet les plus larges. 37,6 % des vidéos disponibles en TVR sont proposées par TF1. France 3 met à disposition, en moyenne, 23,7 % de l'offre mensuelle au dernier trimestre 2010. Les journaux télévisés constituent respectivement 66,5 % et 74,2 % de leur offre de programmes en TVR sur internet. Gulli dispose de l'offre de programmes d'animation la plus développée (en moyenne 32,8 % de l'offre mensuelle totale d'animation au dernier trimestre 2010), devant TF1 (21,7 %) et France 5 (16,8 %). Arte présente l'offre la plus riche en documentaires (65,3 % de l'offre totale de documentaires), devant France 5 (21,7 %). M6 propose l'offre de fiction la plus importante (24,9 % de l'offre totale de fiction), devant TF1 (19,6 %) et France 2 (12,9 %).

La fiction française domine l'offre de fiction mise à disposition par les chaînes nationales gratuites en télévision de rattrapage sur internet (45,6 % des vidéos de fiction par mois en moyenne au dernier trimestre 2010). Elle précède la fiction américaine (36,7 %), la fiction européenne non française (10,4 %) et la fiction d'autres nationalités (7,4 %). La fiction américaine constitue 46,9 % de l'offre de fiction de TF1 en moyenne mensuelle au quatrième trimestre 2010, 62,8 % de celle de M6 et 73,0 % de celle de France 2. L'offre est quasi-intégralement française pour France 3 (98,2 %). La fiction française est majoritaire pour TF1 (52,5 %) et Arte (48,6 %). Cette dernière propose également une forte proportion de fiction européenne non française (42,2 %). La proportion de fiction française est de 27,0 % pour France 2 et de 35,0 % pour M6.

G 52,8 % des internautes utilisent la télévision de rattrapage

La consommation de programmes en télévision de rattrapage est une pratique majoritaire parmi les internautes. 52,8 % des internautes interrogés au quatrième trimestre 2010 déclarent avoir regardé des programmes en télévision de rattrapage au cours des 12 derniers mois. Cette pratique est autant développée chez les femmes (53,2 %) que chez les hommes (52,4 %). L'usage de la TVR décroît avec l'âge : 80,6 % des internautes âgés de 15 à 19 ans ont regardé des programmes sur un service de TVR, contre 32,7 % des 50 ans et plus. Il concerne autant les CSP+ (52,4 %) que les CSP- (52,6 %) et les inactifs (52,3 %).

36,4 % des internautes utilisateurs de télévision de rattrapage déclarent regarder des programmes en TVR au moins une fois par semaine. L'utilisation de la TVR est rarement une pratique quotidienne : seulement 6,5 % des internautes utilisateurs déclarent en faire usage chaque jour. L'usage quotidien apparaît toutefois en progression constante au cours des trois mois du quatrième trimestre 2010. 30,8 % en font usage une à trois fois par mois. Les autres internautes utilisateurs (32,9 %) regardent des programmes sur un service de TVR moins régulièrement.

H L'ordinateur est le principal support de la TVR

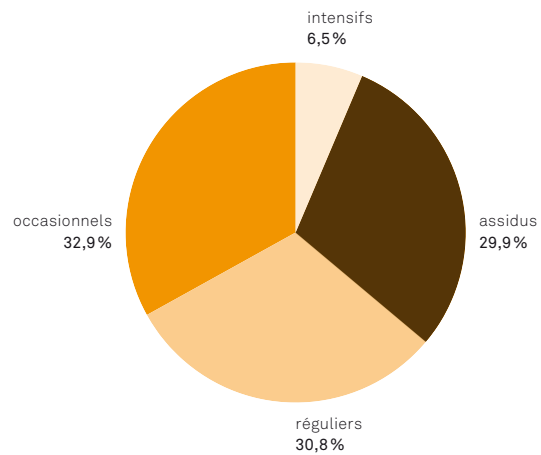
Sur les 30 derniers jours, 45,4 % des internautes ont utilisé un service de télévision de rattrapage pour regarder des programmes. L'ordinateur apparaît comme le support privilégié de visionnage. En effet, 78,7 % des internautes utilisateurs de TVR au cours des 30 derniers jours ont regardé des programmes sur un ordinateur. Sur les 30 derniers jours, la pénétration de la TVR est de 42,6 % sur le téléviseur. En revanche, les appareils mobiles sont encore peu utilisés pour la TVR (6,4 %). En évolution au cours des trois derniers mois de l'année 2010, le téléviseur apparaît en progression alors que l'ordinateur est en léger retrait.

Le pic d'audience de la TVR se situe entre 20 heures et 22 heures

D'après les déclarations des internautes, les séries et feuilletons américains sont les programmes les plus fédérateurs en télévision de rattrapage. 35,8 % des internautes utilisateurs de TVR au cours des 30 derniers jours déclarent avoir regardé des séries et feuilletons américains. Les divertissements et jeux arrivent en deuxième position (31,7 %), devant les magazines (30,2 %), les documentaires (28,9 %) et les séries et feuilletons français (18,3 %).

L'usage de la télévision de rattrapage présente une courbe temporelle proche de la courbe d'audience de la télévision. La tranche 20 heures – 22 heures constitue la principale tranche horaire de visionnage des programmes en TVR, devant la tranche 22 heures – minuit et la tranche 18 heures – 20 heures. 44,1 % des internautes utilisateurs de TVR au cours des 30 derniers jours déclarent avoir regardé des programmes entre 20 heures et 22 heures. Ce pourcentage s'établit à 52,3 % chez les 15-19 ans et à 32,4 % chez les 50 ans et plus.

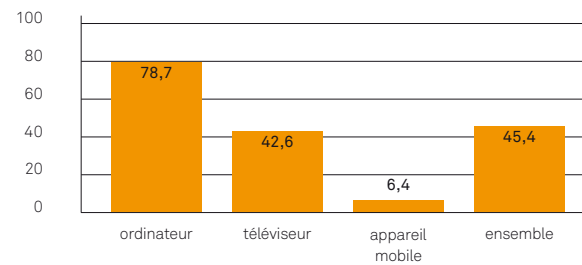
Les résultats complets des marchés de la vidéo à la demande et de la télévision de rattrapage ont été publiés en mars 2011 dans le dossier n° 317 du CNC, consultable sur le site internet www.cnc.fr.



G Habitudes des internautes en matière de TVR

Utilisateurs intensifs : au moins une fois par jour ;
 assidus : au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour ;
 réguliers : au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine ;
 occasionnels : moins souvent.

Source : CNC – Harris Interactive (quatrième trimestre 2010, utilisateurs au cours des 12 derniers mois).



H Pénétration de la télévision de rattrapage selon le support (%)

Base : internautes utilisateurs de la TVR au cours des 30 derniers jours.
 Source : CNC – Harris Interactive (quatrième trimestre 2010).

Louma 2 sur le tournage de *Coco avant Chanel* de Anne Fontaine.
© Loumasystems / Ficom.



Soul Man de Guillaume Ivnerel. © Blacklightmovies.

Caméra de cinéma numérique. © Ficom.



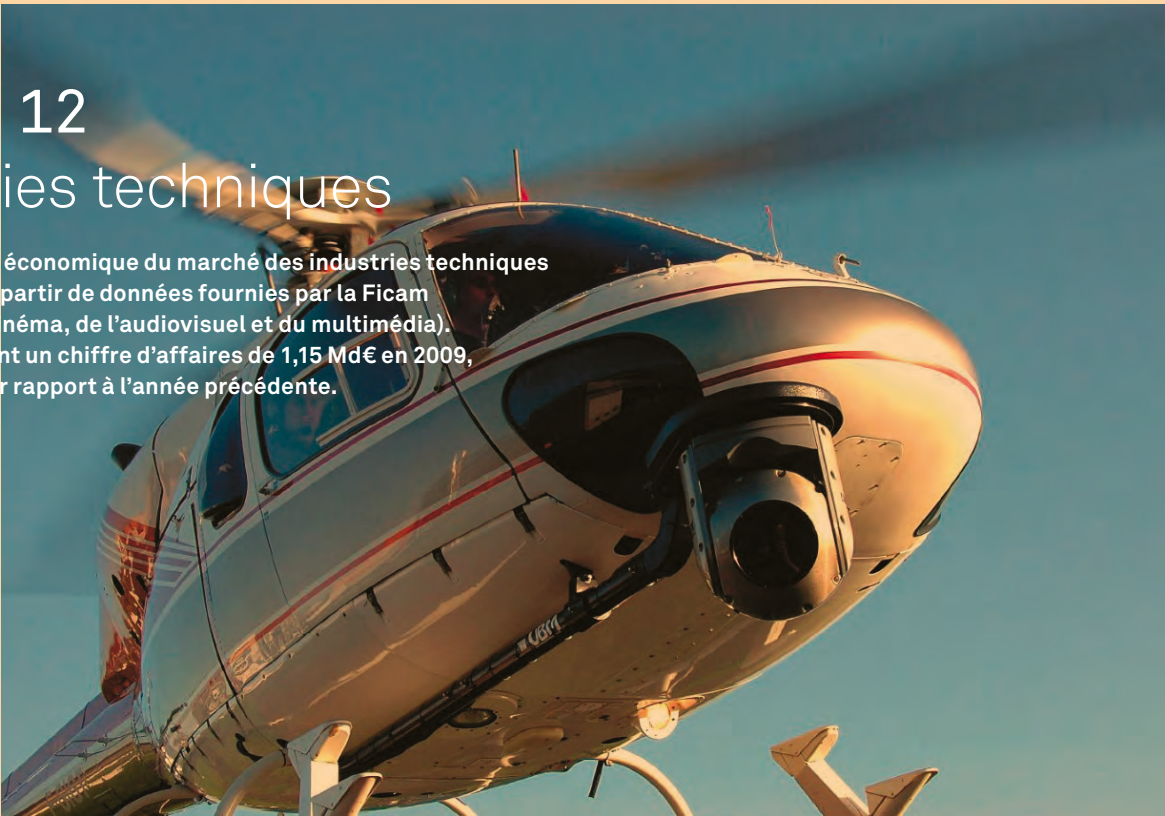
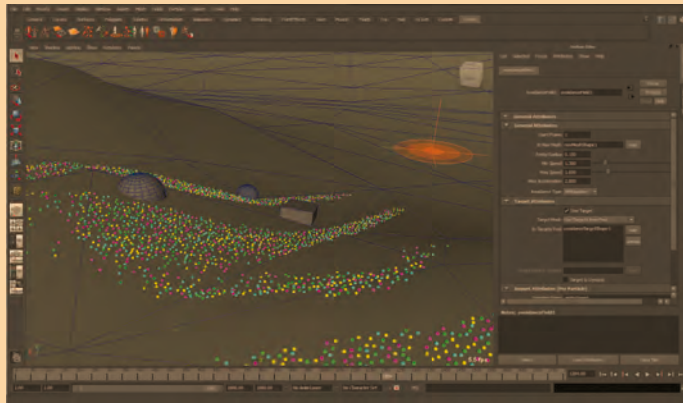
Speedtracks 3D. © ACS France / Ficom.



Caméra Penelope. © Aaton.



MiCrowd. © Golaem et Mikros Image.



Caméra gyrostabilisée Papa Sierra. © Papa Sierra / Ficam.

Nodame Cantabile de Hideki Takeuchi. © Fuji Television Network, Inc.

12

les industries techniques

Pour la cinquième année, une évaluation économique du marché des industries techniques est proposée dans ce bilan, à partir de données fournies par la Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia). Les industries techniques réalisent un chiffre d'affaires de 1,15 Md€ en 2009, en baisse de 6,6% par rapport à l'année précédente.



Contours des industries techniques

Dans la nouvelle nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous trois codes APE :

_ le code 5912Z correspond aux activités de postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; le terme de « postproduction » se conçoit ici de façon très large, puisqu'il englobe la quasi-totalité des industries techniques ;

_ le code 5911C regroupe les activités de production de films pour le cinéma ; les studios de tournage sont classés dans cette catégorie ;

_ le code 5920Z correspond à l'édition musicale et aux activités d'enregistrement sonore.

Parallèlement, les constructeurs et fabricants sont désormais référencés sous cinq codes distincts, relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques : 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.

Le segment des industries techniques compte près de 500 entreprises en France.

Les industries techniques assurent des prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment la matière support des œuvres originales (pellicule, cassette, disque dur), les équipements pour les tournages (prise de vue, prise de son, machinerie, éclairage...) et les installations fixes équipées pour les tournages (studios). Elles assurent également la modification des images imposée par le récit (postproduction et effets spéciaux) et la reproduction des œuvres originales pour la diffusion (copies, traitement dans les laboratoires, duplication). Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet et les outils nécessaires à la conservation des œuvres (numérisation, archivage, stockage).

Ainsi, les industries techniques intègrent :

_ les fabricants, qui regroupent eux-mêmes les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins de production) et les fabricants ou distributeurs de support de pellicule destiné à la prise de vue, la postproduction, le tirage de copies et la projection en salle de cinéma ;

_ les prestataires du 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 image et effets spéciaux) ;

_ les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent les laboratoires de production (développement des rushes de tournage), les laboratoires de postproduction et les laboratoires de série (tirage des copies) ;

_ les postproducteurs image, qui réalisent l'ensemble des finalisations d'une œuvre après son tournage (montage, effets visuels, étalonnage) ;

_ les postproducteurs son, qui effectuent le montage de bandes audio sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium) et, lorsqu'il s'agit d'une version internationale, assurent la prestation de doublage ;

_ 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).

Précisions méthodologiques

Les données qui figurent dans ce chapitre ont été collectées et analysées par la Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia), qui regroupe plus de 180 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers et du savoir-faire technique de l'image et du son du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, les dirigeants des entreprises adhérentes à la Ficam fournissent des données économiques et sociales concernant leurs structures. Ces informations, complétées de données publiées, sont analysées par la Ficam de manière à dégager les grandes tendances qui caractérisent le secteur. Pour constituer l'échantillon retenu ici pour l'étude du secteur, une sélection a été opérée parmi les adhérents de la Ficam au 1er juillet 2010 (panel de 109 sociétés ayant fourni des données exploitables sur plusieurs années). Il convient de préciser que, sauf mention expresse, chaque société est considérée indépendamment de son appartenance à un groupe.

A Des entreprises de taille modeste

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, plus de 80 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€ en 2009, comme les années précédentes. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 M€ et 5 M€ (48,6 % en 2009). De nombreux postproducteurs image et son figurent dans cette catégorie.

Considérées individuellement, très peu d'entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 50 M€. En revanche, considérées par groupe, les quatre premières structures dépassent 50 M€ de chiffre d'affaires et emploient plus de 500 salariés en 2009.

43,1 % des entreprises emploient moins de 10 salariés permanents en 2009 (37,6% en 2008) et 43,1 % en comptent entre 10 et 49 (49,5% en 2008). Les industries techniques sont très majoritairement des entreprises de taille modeste. Toutefois, leur taille moyenne est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 92 % des sociétés emploient 1 à 9 salariés et 7 % 10 à 49 salariés (champ ICS, hors entreprises agricoles et financières, source INSEE au 1^{er} janvier 2007). Pour le sous-secteur de la prestation de services en général, la répartition est du même ordre puisque 81 % des entreprises emploient 1 à 9 salariés.

B 1,15 Md€ de chiffre d'affaires en 2009

Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues ici.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,15 Md€ en 2009, en recul de 6,6 % par rapport à 2008.

Entre 2001 et 2003, ce chiffre d'affaires avait connu une baisse dont les causes étaient bien identifiées : délocalisation croissante des tournages à l'étranger, diminution des volumes de production sur les marchés des programmes de flux télévisuel et des films publicitaires, évolutions technologiques exigeant de lourds investissements alors que le matériel en place n'était pas encore amorti, délais de paiement pouvant atteindre six mois et nécessité d'employer une main d'œuvre qualifiée, donc coûteuse.

À partir de 2004, le chiffre d'affaires du secteur des industries techniques renoue avec la croissance. Cette évolution résulte notamment de la relocalisation des tournages sur le territoire national, favorisée par la mise en place du crédit d'impôt en matière d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles et par le développement des aides régionales.

Le redressement du marché a permis aux entreprises de reprendre leurs investissements et de rester à la pointe de l'innovation en s'appropriant les technologies les plus récentes (haute définition, dématérialisation des données, hausse des capacités de stockage, postproduction numérique en temps réel, etc.). Entre 2007 et 2009, le chiffre d'affaires de la filière recule de nouveau. Malgré les effets du crédit d'impôt qui limite la délocalisation des tournages hors du territoire national, certains facteurs pénalisent le marché. Le tournage à l'étranger s'avère plus fréquent pour les longs métrages dont le budget est supérieur à 10 M€. Les tournages hors de France concernent 70 % des films publicitaires. Suite aux investissements effectués dans le cadre des évolutions technologiques, les retours sur investissement ne sont pas à la hauteur des efforts consentis. Le numérique s'impose au détriment de la pellicule et ne constitue pas encore pour le secteur un relais de croissance suffisant. Les délais de paiement restent par ailleurs importants.

Sur le seul périmètre des entreprises retenues pour l'analyse du secteur (109 sociétés ayant fourni des données exploitables sur plusieurs années), la diminution du chiffre d'affaires des industries techniques entre 2008 et 2009 est plus importante que pour l'ensemble du secteur (- 8,6%). En 2009, les entreprises réalisant plus de 10 M€ de chiffre d'affaires captent 65,0% du chiffre d'affaires total des industries techniques.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
inférieur à 1 M€	19	22	25	21	29	24
entre 1 M€ et 5 M€	47	52	47	48	48	53
entre 5 M€ et 10 M€	15	14	17	19	15	14
entre 10 M€ et 20 M€	10	10	12	11	9	10
supérieur à 20 M€	10	11	8	10	8	8
total	101	109	109	109	109	109

A Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009. Source : Ficam.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
1 à 9 salariés	38	42	38	51	41	47
10 à 49 salariés	48	53	56	44	54	47
50 à 99 salariés	8	6	7	6	8	9
100 salariés et plus	7	8	8	8	6	6
total	101	109	109	109	109	109

A Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009. Source : Ficam.

	prestataires techniques ¹	évolution	entreprises répondantes ²	évolution
2001	1 270	-	-	-
2002	1 230	-3,1%	-	-
2003	1 170	-4,9%	669,0	-
2004	1 190	+1,7%	718,3	+7,4%
2005	1 250	+5,0%	776,0	+8,0%
2006	1 261	+0,9%	803,5	+3,5%
2007	1 307	+3,7%	805,0	+0,2%
2008	1 233	-5,7%	798,0	-0,9%
2009	1 151	-6,6%	729,0	-8,6%

B Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

¹ Entreprises adhérentes à la Ficam, soit environ 70 % du chiffre d'affaires total des industries techniques. Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.

² Entreprises ayant fourni l'ensemble des informations : 101 en 2004 et 109 en 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009. Source : Ficam.

C 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, 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 deux principales filières clientes des prestataires techniques sont le cinéma et la télévision. En 2009, le marché télévisuel (programmes de stock et de flux) génère 49,0 % des recettes des prestataires techniques (44,9 % en 2008). Depuis 2005, il constitue la première source de revenus pour les industries techniques. Le chiffre d'affaires généré par la télévision est stable en 2009 (-0,4 % par rapport à 2008).

La filière cinématographique génère 17,6 % de chiffre d'affaires de moins qu'en 2008. Le marché du cinéma est à l'origine de 32,6 % des recettes des industries techniques en 2009, contre 36,2 % en 2008 et 39,2 % en 2007.

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité qui génère 10,0 % du chiffre d'affaires total en 2009 (11,1 % en 2008, 11,6 % en 2007). Le chiffre d'affaires de ce segment accuse un recul de 17,3 % entre 2008 et 2009. Depuis 2000, la prestation technique en faveur du secteur publicitaire est progressivement délocalisée, en particulier l'activité de tournage (taux de délocalisation estimé à 70 %).

En 2009, la part générée par l'animation dans le chiffre d'affaires des prestataires techniques augmente à 3,7 %. En valeur, ce chiffre d'affaires progresse de 29,2 %. Ce phénomène s'explique notamment par l'existence de projets d'animation de grande envergure. Le marché du multimédia génère 2,7 % du chiffre d'affaires des prestataires techniques en 2009, contre 1,8 % en 2008.

D Les métiers 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.

Globalement, les métiers de la postproduction contribuent à hauteur de 48,2 % au chiffre d'affaires total des prestataires techniques en 2009 (47,1 % en 2008).

La postproduction image est à l'origine de 17,2 % du chiffre d'affaires total en 2009 (16,4 % en 2008). Ses recettes sont en baisse de 4,5 % par rapport à l'année précédente. L'intégration croissante des moyens de postproduction au sein même des entreprises de production n'est sans doute pas étrangère à cette tendance.

En 2009, l'activité des laboratoires affiche une baisse de revenus de 14,0 % par rapport à 2008. Cette baisse sensible s'explique notamment par l'amorce du déclin de la pellicule. Les laboratoires contribuent à hauteur de 14,2 % au chiffre d'affaires total des prestataires techniques en 2009, contre 15,1 % en 2008.

Le chiffre d'affaires global des métiers du tournage (fabricants, tournage studios, tournage loueurs et tournage vidéo mobile) enregistre une baisse de 9,6 % en 2009. Le chiffre d'affaires du tournage en studios subit une forte baisse de 38,3 % au profit du tournage vidéo mobile (+20,7 %). Le chiffre d'affaires de la location de moyens de tournage est en baisse de 5,6 %.

Globalement, les métiers du tournage contribuent à hauteur de 37,9 % au chiffre d'affaires total des prestataires techniques en 2009 (38,8 % en 2008).

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
télévision (stock + flux)	309,4	346,5	347,3	347,7	358,6	357,0
cinéma	317,6	305,7	318,5	315,9	289,0	238,0
publicité et institutionnel	72,2	78,2	89,6	93,6	88,3	73,0
animation	10,0	24,4	20,8	16,8	20,9	27,0
multimédia	-	-	-	-	14,0	20,0
autres ¹	9,1	21,2	27,3	31,0	27,2	14,0
total	718,3	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0

C Chiffre d'affaires des industries techniques selon les marchés (M€)

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.

¹(vidéo, spectacle vivant, formation...)

Source : Ficam.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
postproduction image	133,2	147,4	132,5	141,0	131,2	125,3
postproduction son	33,6	35,9	43,7	48,5	43,7	43,0
doublage et sous-titrage ¹	50,3	55,1	61,3	67,0	81,0	79,5
diffusion	24,7	27,7	4,0	5,0	12,7	6,9
tournage studios	61,9	54,6	99,7	106,7	120,0	74,0
tournage loueurs	64,2	63,4	71,0	78,6	63,0	59,5
tournage vidéo mobile	94,6	123,4	72,0	78,0	91,0	109,8
duplication	3,2	8,9	14,0	21,0	54,5	49,7
laboratoire ¹	129,2	141,9	172,5	154,4	120,3	103,5
DVD	-	-	-	7,4	6,5	6,2
fabricant	99,4	99,5	100,0	72,5	32,0	33,2
archivage, stockage, restauration	0,9	3,7	3,6	8,4	12,4	12,2
autres ²	23,1	14,5	29,2	16,5	29,7	26,2
total	718,3	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0

D Chiffre d'affaires des industries techniques selon les métiers (M€)

¹ Jusqu'en 2006, le sous-titrage est inclus dans les métiers de laboratoire. À partir de 2007, il est additionné aux prestations de doublage. Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.

² Génériques, trucages, logistique...

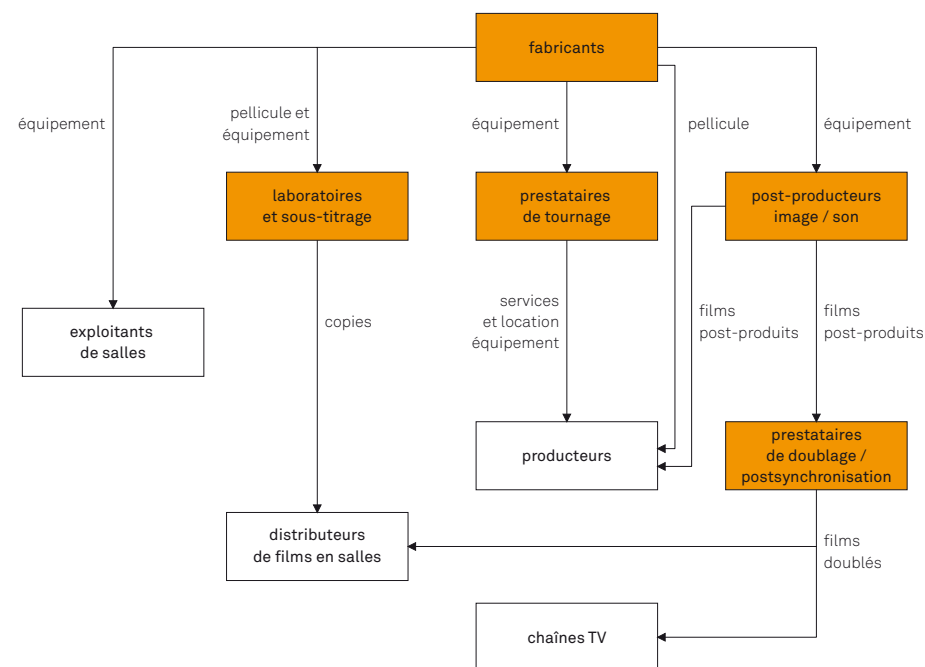
Source : Ficam.

E Baisse du chiffre d'affaires à l'exportation

Pour les industries techniques, l'exportation résulte essentiellement de prestations réalisées sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2009, le chiffre d'affaires des industries techniques à l'exportation affiche un recul sensible (-22,7%). Les exportations représentent 6,5% du chiffre d'affaires total des entreprises considérées, contre 7,7% en 2008. Cette part est en diminution depuis 2006. La mise en place du crédit d'impôt international par les décrets du 1^{er} décembre 2009 a pour principal objectif d'enrayer cette tendance.

F Des investissements de nouveau en retrait

En 2009, les investissements des prestataires techniques faiblissent pour retrouver un niveau proche de celui de 2005. Ils correspondent en moyenne à 7,3% du chiffre d'affaires des entreprises (7,5% en 2008). Chaque entreprise investit en moyenne 488 990 € en 2009, contre 550 500 € en 2008.



Principaux métiers et clients des industries techniques

Source: CNC - Ficam.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
exportations	62,7	76,8	71,7	68,7	61,2	47,3
chiffre d'affaires	718,3	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0
exportations / chiffre d'affaires	8,7%	9,9%	8,9%	8,5%	7,7%	6,5%

E Exportations des industries techniques (M€)

Champ: entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.
Source: Ficam.

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
investissements	34,5	47,0	63,3	92,5	60,0	53,3
chiffre d'affaires	718,3	776,0	803,5	805,0	798,0	729,0
investissements / chiffre d'affaires	4,8%	6,1%	7,9%	11,5%	7,5%	7,3%

F Investissements des industries techniques (M€)¹

¹ Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non prises en compte).
Champ: entreprises ayant fourni l'ensemble des informations en 2004, 2005, 2006, 2007, 2008 et 2009.
Source: Ficam.

OBSERVATOIRE DES MÉTIERS ET MARCHÉS DE LA FICAM

Remarques méthodologiques

Dans l'objectif de suivre l'évolution des tournages sur le territoire national et leurs caractéristiques, l'Observatoire des Métiers et Marchés de la Ficam recense depuis plusieurs années les tournages des films cinématographiques de long métrage d'initiative française. Ce recensement fait l'objet d'une publication trimestrielle par la Ficam. Les données annuelles sont reprises dans ce bilan. Sont comptabilisées au titre d'une année les œuvres dont le premier jour de tournage est situé pendant l'année considérée. Ce recensement est différent de celui habituellement proposé par le CNC (cf. chapitre 06 page 67) pour lequel les films sont en général catégorisés en fonction de l'année d'obtention de l'agrément des investissements qui intervient avant le début des prises de vues. Dans le même objectif, l'Observatoire des Métiers et Marchés de la Ficam opère un suivi trimestriel des tournages des programmes de fiction, unitaires ou séries, à destination de la télévision. Comme pour les films cinématographiques, l'année de référence est celle du premier jour de tournage. Le recensement apparaît donc également différent de celui effectué par le CNC pour lequel l'année de référence est celle de la demande de soutien financier (cf. chapitre 07 page 81).

G Érosion du 35 mm pour le tournage des fictions cinématographiques d'initiative française

La domination du support de tournage argentique 35 mm recule. Il était utilisé pour 72,6 % des semaines de tournage de fiction cinématographique d'initiative française en 2008 et ne concerne plus que 62,4 % de ces semaines en 2010. L'usage des caméras numériques grand capteur se substitue progressivement au traditionnel tournage en 35 mm. 15,7 % des semaines de tournage de longs métrages se font avec ce type de matériel en 2010, contre 11,4 % en 2009 et seulement 1,1 % en 2008.

À noter en 2010, l'apparition des appareils photos numériques comme supports de tournage de films (4,2 % du nombre total de semaines de tournage). Le choix de certains formats de tournage est principalement lié à des considérations économiques. En 2010, 73,4 % des films tournés en 16 mm, DVcam, HD ou sur appareil photo numérique disposent d'un budget de production inférieur à 4 M€. Parallèlement, 73,0 % des films affichant un budget supérieur à 4 M€ sont tournés en 35 mm.

H Progression rapide de la postproduction numérique

La part des fictions cinématographiques d'initiative française dont la postproduction est effectuée de manière traditionnelle en argentique diminue fortement, passant de 24 % en 2009 à 5 % en 2010. De manière globale, la postproduction numérique, qui concernait 71 % des œuvres en 2009, touche 86 % d'entre elles en 2010. La postproduction en numérique 2K concerne à elle seule 68 % des titres. En excluant les films pour lesquels le mode de postproduction est inconnu, la postproduction numérique concernerait près de 95 % des fictions cinématographiques d'initiative française en 2010.

I La HD : format de tournage dominant pour la fiction télévisuelle

La HD demeure le format de tournage dominant pour la fiction télévisuelle d'initiative française. Elle concerne 63,9 % des semaines de tournage en 2010. La prégnance de la HD est toutefois en légère diminution puisqu'elle concernait 65,9 % des semaines de tournage en 2008 et 64,5 % en 2009.

Le tournage avec caméra numérique grand capteur confirme sa percée en 2010. Il concerne 11,2 % des semaines de tournage de fiction télévisuelle d'initiative française. En 2009, cette part était de 1,5 % seulement (aucun tournage de fiction télévisuelle dans ce format en 2008).

La pellicule perd du terrain. Le 35 mm et le 16 mm représentent 21,0 % des semaines de tournage de fiction télévisuelle d'initiative française en 2010, contre 27,2 % en 2009 et 33,1 % en 2008. Quelques projets ambitieux tels que *Braquo* (8x52' – Capa Drama / Marathon) et *Pigalle* (8x52' – Lincoln TV) pour Canal+, avaient été tournés en 35 mm en 2009.

Il convient également de souligner l'apparition des appareils photos numériques comme supports de tournage de fictions télévisuelles en 2010 (2,2 % du nombre total de semaines de tournage).

	2008	2009	2010
caméra vidéo SD/HDV/XDCam/DVCam	2,1	1,2	2,3
appareil photo numérique	-	-	4,2
caméra vidéo HD	16,4	15,2	12,0
caméra cinéma numérique grand capteur	1,1	11,4	15,7
16 mm	6,9	3,6	3,4
35 mm	72,6	68,5	62,4
non renseigné	1,0	-	-
total	100,0	100,0	100,0

G Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques (%)¹

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam – Observatoire des Métiers et Marchés.

	2009	2010
traditionnel argentique	24	5
vidéo HD	27	16
vidéo numérique 2K	43	68
vidéo numérique 4K	1	2
vidéo SD	1	0
non renseigné	4	9
total	100	100

H Postproduction des fictions cinématographiques (% des films)¹

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam – Observatoire des Métiers et Marchés.

	2008	2009	2010
16 mm	29,1	17,5	14,0
35 mm	4,0	9,7	7,0
HD	65,9	64,5	63,9
Beta / DV / SD	1,0	-	0,5
caméra numérique grand capteur	-	1,5	11,2
appareil photo numérique	-	-	2,2
non renseigné	-	6,8	1,2
total	100,0	100,0	100,0

I Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions télévisuelles (%)¹

¹ Fictions télévisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam – Observatoire des Métiers et Marchés.

Le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore
de Michael Apted. © Twentieth Century Fox France.



A Bela e o Paparazzo de Antonio-Pedro Vasconcelos.
© MGN Filmes.



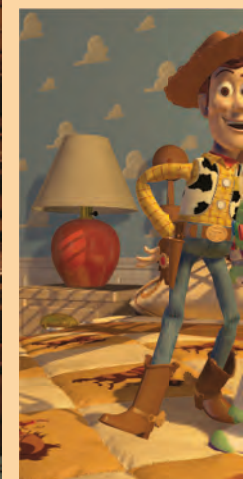
Benvenuti al Sud de Luca Minieri. © Pathé Distribution.



Raiponce de Byron Howard et Nathan Greno. © Walt Disney Studio Motion Pictures France.



Moi, moche et méchant de Pierre Coffin et Chris Renaud.
© Universal Pictures International France.





13 panorama mondial

Les premières estimations indiquent que les entrées dans les salles de l'Union Européenne reculent légèrement en 2010 (-2,0%) mais l'année présente un bilan contrasté selon les marchés.

La fréquentation progresse en Italie (+11,0%) et en France (+2,4%) mais diminue en Allemagne (-13,5%), en Espagne (-7,6%) et au Royaume-Uni (-2,4%).

Aux États-Unis, les entrées reculent également mais les films américains assurent de nouveaux records de recettes à l'international.

Le Japon affiche un excellent niveau de fréquentation et le film national conserve un niveau élevé de part de marché. La Chine bénéficie toujours d'une croissance importante.

Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie de David Yates. © Warner Bros France.



Alice au pays des merveilles de Tim Burton.
© Walt Disney Studio Motion Pictures France.



Toy Story 3 de Lee Unkrich.
© Walt Disney Studio Motion Pictures France.



The Man from Nowhere de Jeong-Beom Lee. © Opus Pictures.

Robin des bois de Ridley Scott.
© Universal Pictures International France.

UNION EUROPÉENNE

A Les premières estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel indiquent que les entrées dans les salles de l'Union Européenne reculent de 2,0 % en 2010. La fréquentation totale s'établit à 961 millions d'entrées (980 millions en 2009). 2010 est une année contrastée, la fréquentation variant sensiblement selon les marchés.

L'Italie affiche la plus forte progression (+12,3 millions d'entrées, soit +11,0 %), devant la France (+4,9 millions, soit +2,4 %). La fréquentation diminue sensiblement en Allemagne (-19,7 millions, soit -13,5 %) et plus modérément en Espagne (-8,4 millions, soit -7,6 %) et au Royaume-Uni (-4,3 millions, soit -2,4 %).

En dehors de l'Union Européenne, la Fédération de Russie présente, comme les années précédentes, une importante progression de ses entrées (+19,5 % à 165,5 millions). Elle devient le troisième plus grand marché cinématographique d'Europe en termes de fréquentation, presque à égalité avec le Royaume-Uni. Le marché turc augmente également de 11,3 % en 2010 et atteint 41,1 millions d'entrées.

Selon les premières informations disponibles, les recettes générées par les salles de cinéma en 2010 augmentent dans 14 pays de l'Union Européenne, confirmant que les films 3D continuent de soutenir la croissance des recettes, sans réussir, toutefois, à stimuler la croissance des entrées comme ils l'avaient fait en 2009.

En 2010, la part de marché du film national est en recul dans 13 et en hausse dans 10 des 23 pays membres de l'Union Européenne pour lesquels des données sont disponibles. Parmi les meilleurs résultats, les films italiens captent 32 % des entrées en Italie et les films tchèques réalisent 34,8 % des entrées en République Tchèque. Par ailleurs, les films allemands perdent près de la moitié de leurs entrées en Allemagne, avec une part de marché réduite à 16,8 % (27,4 % en 2009). En Espagne, les films nationaux affichent la plus faible part de marché de la décennie à 12,7 %.

B Allemagne

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), la fréquentation des salles de cinéma allemandes recule de 13,5 % en 2010. Les entrées passent de 146,3 millions en 2009 à 126,6 millions en 2010. Elles rejoignent à peu près le niveau de 2007. Après un début d'année prometteur (respectivement +6,2 % et +9,9 % en janvier et février), les entrées reculent pratiquement tout au long de l'année. Le meilleur résultat est réalisé au mois d'août (+24,0 %), notamment grâce à la sortie de *Inception* et de *Copains pour toujours*. Le plus mauvais résultat est enregistré en juin (-41,8 %), conséquence directe de la Coupe du monde de football. Malgré la présence sur les écrans de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Raiponce* et de *Alvin et les Chipmunks 2*, l'année se clôt sur de mauvais résultats (35,8 % d'entrées en moins en décembre).

	longs métrages produits ¹	écrans ²	entrées (millions) ²	indice de fréquentation ²	part du film européen (%) ⁴	part du film américain (%)
2000	602	23 555	844	2,3	23	73
2001	627	24 446	935	2,5	32	65
2002	644	25 234	938	2,5	28	70
2003	672	25 774	890	2,3	26	71
2004 ³	770	28 727	1 006	2,2	30	67
2005	815	29 020	894	1,9	38	60
2006	883	29 024	926	2,0	33	64
2007 ⁵	806	29 683	920	1,9	35	63
2008	848	29 716	925	1,9	33	66
2009	893	29 817	980	1,9	31	67

A Le cinéma dans l'Union Européenne

¹ Estimations hors coproductions minoritaires et films à capitaux américains au Royaume-Uni.

² Estimations.

³ À partir de 2004, Europe des 25.

⁴ Inclut des films produits en Europe, principalement au Royaume-Uni, à l'aide d'investissements américains.

⁵ À partir de 2007, Europe des 27.

Source : CNC d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA).

En raison du recul de la fréquentation, et malgré le développement de l'exploitation des films en 3D, les recettes en salles diminuent de 5,7 %. Elles passent de 976,1 M€ en 2009 à 920,4 M€ en 2010. Le prix moyen de la place s'établit à 7,27 € en 2010 (6,67 € en 2009), soit une augmentation de 9,0%. Conséquence de la baisse des entrées, l'indice de fréquentation par habitant recule à 1,55 entrée en 2010 (1,79 en 2009). En 2010, 24 films sont projetés en 3D en Allemagne (10 en 2009). Ils génèrent 18,4 millions d'entrées, soit 14,5 % de la fréquentation totale (4,7 % en 2009).

Le parc des salles allemandes poursuit sa décroissance amorcée en 2006. 4 699 écrans offrant 809 510 fauteuils sont actifs en 2010. Le nombre des multiplexes est stable à 143 établissements (142 en 2009).

En 2010, les films allemands perdent près de la moitié de leurs entrées. Impactée par la diminution du nombre de films allemands sortis (119, contre 144 en 2009) ainsi que par leur manque de succès, la part de marché du film national perd plus de dix points. Le nombre de films allemands en exploitation au cours de l'année s'élève à 1 008 dont 119 nouveaux films. Ils génèrent globalement 20,9 millions d'entrées en 2010 (-47,7 % par rapport à 2009) et assurent une part de marché de 16,8 % en termes d'entrées. En 2010, quatre films allemands dépassent le million d'entrées. Ils génèrent ensemble 5,2 millions d'entrées, soit 4,1 % des entrées totales. Par ailleurs, dix films nationaux réalisent entre 500 000 et un million d'entrées en 2010, contre neuf en 2009.

Selon les chiffres communiqués par «The Hollywood Reporter», Warner Bros conserve la tête du classement des distributeurs en 2010, avec une part de marché de 18,5 %, notamment grâce au succès de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Inception* et de *Sex and the City 2*. Le distributeur place trois films parmi les dix premiers du box-office annuel et quatre parmi les vingt premiers.

Concorde, premier distributeur local, réalise la plus belle année de son histoire, avec 8,0 % de part de marché, notamment grâce au succès de *Twilight 3 : hésitation* et de *Shutter Island*.

Avatar occupe la tête du box-office allemand des films en 2010 avec 7,9 millions d'entrées, devant *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie* qui en réunit 5,2 millions. Sorti en décembre 2009, *Avatar* génère 11,3 millions d'entrées en cumul.

Cinq des dix premiers films du classement 2010 sont projetés en 3D. Ils sont tous américains et génèrent ensemble 14,5 millions d'entrées, soit 11,4 % des entrées totales.

Le premier film allemand, *Friendship !*, occupe la 14^e place du classement avec 1,6 million d'entrées. Un second film allemand, *Konferenz der Tiere* (1,4 million d'entrées) est présent parmi les vingt premiers films de l'année.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
films nationaux sortis	83	84	80	87	103	122	129	125	144	119
écrans	4 792	4 868	4 868	4 870	4 889	4 848	4 832	4 810	4 734	4 699
entrées (millions)	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3	136,7	125,4	129,4	146,3	126,6
indice de fréquentation	2,2	2,0	1,8	1,9	1,5	1,7	1,5	1,6	1,8	1,6
recettes (M€)	987,2	960,1	850,0	892,9	745,0	814,4	757,9	794,7	976,1	920,4
part du film national (%)	15,7	9,5	16,7	20,8	13,9	21,5	15,1	21,0	27,4	16,8 ¹
part du film américain (%)	77,0	83,0	76,8	72,1	77,2	72,0	73,2	66,7	72,5	n.d.
part du film français (%)	1,6	2,6	0,9	2,2	2,9	1,0	3,9	3,5	2,5	n.d.
part du film européen (%) ²	11,9	13,3	8,1	13,6	22,2	13,8	19,5	15,8	12,4	n.d.

B Le cinéma en Allemagne

¹ En termes d'entrées.

² En termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA. Inclut des films produits en Europe, principalement au Royaume-Uni, à l'aide d'investissements américains.

Source : CNC d'après Filmförderungsanstalt, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft.

C Espagne

201 longs métrages sont produits en Espagne en 2010, contre 186 en 2009. C'est le meilleur résultat jamais enregistré. 152 films sont des œuvres intégralement espagnoles, contre 135 en 2009. En 2010, 49 coproductions internationales sont produites dont 31 majoritaires, 15 minoritaires et 3 paritaires.

Après une légère progression en 2009, la fréquentation des salles de cinéma baisse de nouveau en 2010. Les entrées s'établissent à 101,6 millions, soit 7,6 % de moins qu'en 2009. Après un premier trimestre en hausse (+7,2 %), la tendance négative s'installe au cours du deuxième trimestre, les mois de mai et de juin enregistrant les plus mauvais résultats, ce dernier étant pénalisé par l'intérêt du public pour la Coupe du monde de football (gagnée par l'Espagne). La tendance s'inverse de nouveau au cours de la période estivale (+13,7 % en août) mais la désaffection du public se manifeste à la fin de l'année (-28,0 % pour le dernier trimestre). Avec le recul des entrées, l'indice de fréquentation diminue à 2,2 entrées par habitant en 2010.

Bien que dynamisées par le succès des films exploités en 3D, les recettes diminuent également en 2010. Leur courbe suit pratiquement celle des entrées. Alors que la progression des recettes reste soutenue jusqu'à la fin du mois de septembre (+9,6 %), le dernier trimestre accuse une baisse de près de 26 %. L'année se clôt avec une recette globale de 662,3 M€, soit 1,3 % de moins qu'en 2009 (671,0 M€). Le prix moyen de la place augmente de 6,6 % à 6,50 € en 2010.

L'année 2010 n'est pas favorable aux films nationaux. En l'absence de grand succès, la part de marché des films espagnols s'établit à 12,7 % (15,9 % en 2009). C'est le plus faible résultat de la dernière décennie. La part de marché des films américains se maintient à un excellent niveau. Elle perd 1,5 point par rapport à l'année précédente et s'établit à 69,2 % en entrées. Hors films espagnols, les films européens captent 17,4 %

du marché en 2010 (12,5 % en 2009). Portée par la performance de *Inception*, de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Choc des Titans* et de *Robin des bois* (tous présents parmi les dix premiers films du box-office), la part de marché des films britanniques fait plus que doubler, passant de 6,0 % en 2009 à 12,6 % en 2010.

En 2010, le parc des salles et la concentration des écrans se stabilisent. 4 080 écrans sont recensés à la fin de l'année, répartis dans 860 établissements. Ils programment 1 555 films dont 367 films espagnols. Madrid compte 570 écrans, qui génèrent 21,3 millions d'entrées et une recette de 149,6 M€. Selon «Screendaily» (source britannique), il existe 820 écrans numériques en Espagne en 2010 dont 620 sont équipés pour la projection de films en 3D.

20th Century Fox conserve la tête du classement des distributeurs en 2010, notamment grâce au succès de *Avatar* (leader du box-office) et de *Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore*. Le distributeur réalise une recette de 112 M€, soit une part de marché de 17,0 %. Il place deux films parmi les vingt premiers titres de l'année. Notamment grâce au succès de *Twilight 3 : hésitation*, le premier distributeur indépendant, Aurum Producciones, occupe la 7^e place du classement des distributeurs, avec une part de marché de 7,3 %.

Les trois premiers films du box-office 2010 sont des films exploités en 3D. *Avatar* domine le box-office 2010 avec des résultats records (6,0 millions d'entrées et une recette de 50,4 M€). Le seul film national présent parmi les vingt premiers titres de l'année, *Tres Metros sobre el cielo*, occupe la 18^e place du classement (1,3 million d'entrées et 8,5 M€). Trois films espagnols dépassent le seuil du million d'entrées en 2010, contre cinq en 2009.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
longs métrages produits	106	137	110	133	142	150	172	173	186	201
écrans	3 770	4 039	4 253	4 390	4 383	4 299	4 296	4 140	4 082	4 080
entrées (millions)	146,8	140,7	137,5	143,9	127,6	121,6	116,9	107,8	110,0	101,6
indice de fréquentation	3,7	3,4	3,3	3,5	2,9	2,8	2,6	2,4	2,4	2,2
recettes (M€)	616,4	625,9	639,4	691,6	635,0	636,2	643,7	619,3	671,0	662,3
part du film national (%)	17,9	13,7	15,8	13,4	16,7	15,4	13,5	13,3	15,9	12,7
part du film américain (%)	62,2	66,1	67,3	69,8	60,3	71,2	67,6	71,5	70,8	69,2
part du film français (%)	3,6	3,7	2,6	1,5	3,9	2,2	1,8	2,1	2,3	3,0
part du film européen (%) ²	10,8	10,2	9,3	9,8	20,2	12,2	15,0	10,9	12,2	n.d.

C Le cinéma en Espagne

¹ Données provisoires.

² En termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA. Inclut des films produits en Europe, principalement au Royaume-Uni, à l'aide d'investissements américains.

Source : CNC d'après Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

Finlande

Selon la Finnish Film Foundation, la fréquentation des salles de cinéma progresse de 8 % en 2010 et s'établit à 7,3 millions d'entrées. Les entrées générées par les films nationaux atteignent un niveau jamais égalé depuis la mise en place de la veille statistique sur le cinéma en 1969. Les 23 films finlandais, incluant neuf documentaires, sortis au cours de l'année génèrent 2,015 millions d'entrées, soit une part de marché de 27 %. La performance de 2010 pulvérise le dernier record de 1978 (1,790 million d'entrées). Les deux premiers films du box-office 2010 sont finlandais : *Lapland Odyssey* (335 000 entrées) et *Ricky Rapper and the Bicycle Thief* (328 000 entrées). Ils devancent les superproductions hollywoodiennes telles que *Sex and the City 2*, *Inception*, et *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*.

D Italie

Selon les données communiquées par l'ANICA et Cinetel, le secteur de la production de films italiens renoue avec la croissance en 2010 et progresse aussi bien en volume de films produits qu'en termes d'investissements. 141 films sont produits en 2010, contre 131 en 2009. Le nombre de films 100 % italiens progresse à 114 en 2010 (97 en 2009) et celui des coproductions recule à 27 titres (34 en 2009). Le nombre des coproductions majoritaires est en baisse (14, contre 17 en 2009), de même que les coproductions minoritaires (13 contre 17). Si les investissements totaux progressent de 5,5 % à 312,2 M€ en 2010, le budget moyen d'un film 100 % italien fléchit de 1 % (2,23 M€).

Après sa réduction considérable en 2009, le désengagement de l'État dans le financement de la production se poursuit (-6,8 % en 2010). La contribution de l'État concerne 40 films en 2010, pour un budget total de 35,1 M€. En 2009, l'État finançait 38 films pour un budget de 38,0 M€. Sa contribution représente 11,3 % de l'ensemble des capitaux investis (12,8 % en 2009). Les investissements privés progressent de 7,3 % et contribuent à hauteur de 88,7 % au financement de la production italienne.

Selon Cinetel, 273 films italiens sont programmés en salles en 2010 dont 131 nouveaux films, coproductions comprises. 328 films américains sont programmés dont 161 nouveaux films. Au total, 833 films sont diffusés dans les salles italiennes en 2010 dont 380 films inédits.

Selon les premières estimations de l'ANICA, basées sur l'échantillon Cinetel (90 % du parc des salles), les entrées progressent fortement en 2010 (+11,0 %). Selon les estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, les entrées approchent 123,4 millions en 2010 (111,2 millions en 2009). C'est le meilleur résultat réalisé depuis 1986. Les recettes totales, basées sur l'échantillon Cinetel, présentent une progression de 17,9 % en 2010 et s'établissent autour de 797 M€. Portée par l'augmentation des entrées, la hausse record des recettes est également imputable à l'exploitation des films en 3D pour lesquels le prix de la place est systématiquement majoré.

Après un retrait en 2009, la part de marché du cinéma national progresse en 2010 pour atteindre 32,0 %, soit 35,1 millions d'entrées (24,1 millions en 2009). En termes de recettes, la part de marché gagne près de 6 points à 29,3 % (215 M€).

Cette progression s'effectue au détriment des films américains. Bien que leurs entrées progressent de 2,3 % en 2010, ils perdent près de 5 points de part de marché à 57,0 %. Leur part de marché en recettes s'établit à 60,2 % en 2010, contre 63,5 % en 2009. La part de marché des films européens recule également. Elle s'établit (hors film national) à 9,7 % des recettes totales en 2010 (11,5 % en 2009).

Medusa Film, société italienne, conserve sa place de leader dans le classement des distributeurs en 2010, notamment grâce au succès de *Benvenuti al Sud* (remake de *Bienvenue chez les Ch'tis*). Le distributeur réalise une recette de 122,3 M€, soit une part de marché de 16,7 %. Il place un titre parmi les dix premiers films de l'année et trois parmi les vingt premiers. Fort du succès de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Io, Loro e Lara*, de *Sherlock Holmes* et de *Inception*, Warner Bros occupe la deuxième place du classement, avec une part de marché de 13,8 %. Le distributeur place ces quatre films parmi les vingt premiers.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010 ¹
longs métrages produits	103	130	117	134	98	116	121	154	131	141
écrans	2 662	2 839	3 038	3 171	3 280	3 062	3 092	3 141	3 276	3 217
entrées (millions)	113,3	115,6	110,5	116,3	105,6	106,1	116,4	111,6	111,2	123,4
indice de fréquentation	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0
recettes (M€)	600,7	654,0	614,8	660,5	602,0	606,7	669,9	645,0	676,1	797,2
part du film national (%)	19,4	22,2	21,8	20,3	24,7	24,8	31,7	28,9	23,4	29,3
part du film américain (%)	59,7	60,2	64,5	61,9	53,8	61,9	55,4	60,2	63,5	60,2
part du film français (%)	3,8	6,1	4,4	2,5	4,1	3,1	2,1	4,3	1,1	n.d.
part du film européen (%) ²	19,3	16,3	12,3	10,7	21,2	14,2	14,8	8,9	12,5	n.d.

D Le cinéma en Italie

¹ Données provisoires.

² En termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA.

Inclut des films produits en Europe, principalement au Royaume-Uni, à l'aide d'investissements américains.

Source : CNC d'après ANICA, Cinetel, Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo, Giornale dello Spettacolo.

Avatar occupe la première place du box-office italien en 2010, avec une recette record de 65,7 M€. Quatre films exploités en 3D figurent parmi les dix premiers films de l'année. Le premier film national, *Benvenuti al Sud*, prend la 3^e place du classement (29,7 M€). Quatre films italiens se placent parmi les dix premiers titres de l'année et huit parmi les vingt premiers.

Pays-Bas

Selon les chiffres communiqués par les associations d'exploitants, de distributeurs et de producteurs, la fréquentation des salles de cinéma aux Pays-Bas progresse de 3 % en 2010. Avec plus de 28 millions d'entrées, elle affiche son meilleur résultat depuis trente ans. Les recettes progressent de 9 % et s'établissent à 207,3 M€. Cette progression est principalement due à l'augmentation du prix des places, issue de l'exploitation des films en 3D.

Les films américains dominent le marché néerlandais avec 139 titres sortis en 2010 et une part de marché de 75,9 % (153 titres et une part de marché de 69,8 % en 2009). Les 52 films nationaux sortis en 2010 génèrent une part de marché de 14,8 %, en recul par rapport à 2009 où 37 films généraient 16,4 % des recettes totales. *Avatar* occupe la première place du box-office 2010 avec une recette de 13,6 M€. Depuis sa sortie en 2009, le film génère une recette cumulée de 18,5 M€. Le premier film national, *New Kids Turbo!* (inspiré d'une série TV), occupe la 5^e place du classement (6,8 M€). Deux films néerlandais se placent parmi les dix premiers films de l'année.

Pologne

Selon les premiers chiffres disponibles, les entrées des salles de cinéma en Pologne reculent de 4,1 % en 2010. Elles s'établissent à 37,5 millions (39,1 millions en 2009), soit le second meilleur résultat des vingt dernières années. Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, les recettes totales progressent de 3,2 % en 2010 à 703,0 millions de zlotys (177 M€). La part de marché des films nationaux recule nettement à 12,9 % (21,5 % en 2009). *Avatar* occupe la première place du box-office 2010 avec 3 millions d'entrées.

Portugal

Selon les chiffres communiqués par l'Instituto do Cinema e do Audiovisual (ICA), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal progresse de 5,4 % en 2010 et s'établit à 16,6 millions d'entrées (15,7 millions en 2009). Les recettes totales progressent de 11,3 % à 82,2 M€ (73,8 M€ en 2009).

Les films nationaux réunissent 316 020 entrées pour une recette de 1,34 M€, soit un recul respectif de 25,3 % et de 27,6 %. Déjà très marginale, leur part de marché fléchit et représente 1,6 % des entrées (1,7 % en 2009) et 1,9 % des recettes (1,9 % en 2009). Les films américains, avec 12,13 millions d'entrées et une recette de 60,76 M€, captent 73,3 % des entrées et 73,9 % des recettes. Les films européens (Portugal inclus) représentent 7,4 % des entrées totales.

Zon Lusomundo Audiovisuais domine le classement des distributeurs avec 205 films en exploitation dont 98 nouveaux films, 8,3 millions d'entrées et une part de marché de 51,8 % en termes de recettes.

Avatar prend la tête du box-office 2010 avec 781 900 entrées et une recette de 4,5 M€. Le premier film portugais *A Bela e o Paparazzo* génère 98 800 entrées et une recette de 435 000 €. Cinq films exploités en 3D figurent parmi les dix premiers titres de l'année.

République Tchèque

Selon les chiffres communiqués par l'Union des distributeurs de films, les entrées dans les salles de cinéma en République Tchèque progressent de 8 % en 2010 à 13,5 millions d'entrées (12,5 millions en 2009). Les recettes totales progressent de 15,4 % à 1,5 milliard de couronnes tchèques (62 M€). Le succès des films en 3D ainsi que la bonne performance des films nationaux contribuent à ces bons résultats. Cinq films tchèques sont présents parmi les dix premiers titres de l'année. Le film tchèque *Women in Temptation* domine le box-office 2010 avec 1,2 million d'entrées, devant *Avatar* (954 000 entrées). En termes de recettes, *Avatar* arrive en première position (141,2 millions de couronnes), du fait de la majoration du prix de la place pour les films en 3D.

Royaume-Uni

Selon les chiffres communiqués par le UK Film Council, le secteur de la production au Royaume-Uni présente un bilan contrasté en 2010. Si le volume des œuvres produites diminue nettement, les investissements totaux progressent de près de 8 % par rapport à 2009 et atteignent un record absolu. La hausse la plus importante concerne les investissements étrangers, qui atteignent un niveau jamais égalé auparavant. Le financement des films 100 % britanniques recule de plus de 22 %, tandis que celui des coproductions progresse de près de 45 %.

Le Royaume-Uni produit 119 films en 2010 pour un investissement total de 1 155,0 M£ (1 346 M€). En 2009, 144 films étaient produits pour un investissement global de 1 071,0 M£ (1 248 M€). En 2010, les capitaux étrangers couvrent 80,4 % des investissements totaux (75,7 % en 2009). Les 119 films produits au Royaume-Uni incluent 72 films 100 % britanniques, 28 films étrangers produits principalement sur le territoire britannique et 19 coproductions.

Selon les premières estimations, les entrées dans les salles de cinéma au Royaume-Uni reculent de 2,4 % en 2010. Leur niveau reste toutefois élevé puisqu'il s'agit du second meilleur résultat depuis 1971. Des films sortis au mois de décembre 2009, tels qu'*Avatar*, *Sherlock Holmes* et *Alvin et les Chipmunks 2* poursuivent leur carrière début 2010. Le mois de mars réalise la meilleure performance du semestre (+21,8 %), notamment grâce à la sortie en 3D d'*Alice au pays des merveilles* et à celle de *Shutter Island* et de *Millenium*. La tendance s'inverse au mois de mai (-19,0 %) malgré le succès de *Iron Man 2* et *Streetdance 3D*. La combinaison de la Coupe du monde de football, d'une météo estivale et de l'absence de films porteurs affecte le mois de juin (-30,4 %). Les bonnes performances de *Toy Story 3*, de *Inception*, de *Shrek 4 – Il était une fin* et de *Twilight 3 : hésitation* dynamisent les résultats de l'été (+11,9 %). Le mois d'août est particulièrement performant (+30,3 %). Malgré la sortie de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Moi, moche et méchant* et du 3^e volet du *Monde de Narnia*, les entrées du dernier trimestre reculent de 13,6 %. L'année 2010 se clôt à 169,2 millions d'entrées, contre 173,5 millions en 2009.

Dynamisées par l'augmentation du prix des places et par le succès croissant des films exploités en 3D, les recettes des salles progressent de 4,7 % et atteignent 988,3 M€ (1 129 M€). Les vingt premiers films de l'année 2010 assurent près de 45 % de la recette totale. Ils génèrent ensemble 483,02 M€. Deux films passent la barre des 50 M€ (un en 2009), trois films dépassent les 40 M€ (deux en 2009) et neuf films dépassent les 20 M€ (douze en 2009).

La part de marché des films britanniques progresse en 2010. Selon les premières estimations, elle s'établit à 22,6 % (16,7 % en 2009). Ce chiffre inclut les productions à contenu britannique financées par des capitaux américains (considérées comme américaines dans d'autres pays dont la France), les films 100 % britanniques et les coproductions.

Notamment grâce au succès de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Inception*, et de *Sex and the City 2*, Warner Bros prend la tête du classement des distributeurs en 2010, avec une recette de 201,8 M€ (231 M€), soit une part de marché de 18,5 %. Le premier distributeur indépendant, eOne Films (*Twilight 3 : hésitation*), occupe la 7^e place du classement avec une recette de 60,1 M€ et une part de marché de 5,5 %.

Toy Story 3 domine le classement des films en 2010 avec une recette de près de 74 M€ (85 M€). Le film se place en 2^e position du classement britannique des « champions de tous les temps », derrière *Avatar*. Sept films britanniques bénéficiant d'une participation financière américaine se classent parmi les vingt premiers films de l'année (deux en 2009). Un film 100 % britannique, *Streetdance 3D*, figure à la 17^e place du classement (11,6 M€).

28 films en 3D sont sortis sur les écrans britanniques en 2010. Ils génèrent une recette de 237,4 M€, soit une part de marché de 24 % (16 % en 2009). Cinq des dix premiers films de l'année sont sortis en 3D.

Toy Story 3 prend également la tête du box-office des films en relief, avec une recette de 53,3 M€, représentant 72 % de sa recette globale. Le premier film britannique en relief, *Streetdance 3D*, génère 11,0 M€ sur les écrans 3D (95 % de sa recette globale). Quatre des dix premiers titres sortis en 3D sont des films d'animation.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
longs métrages produits ¹	83	119	196	174	164	134	127	126	144	119
écrans	3 164	3 258	3 316	3 342	3 357	3 440	3 514	3 610	3 651	3 741
entrées (millions)	155,9	175,9	167,3	171,3	164,7	156,6	162,4	164,2	173,5	169,2
indice de fréquentation	2,6	2,9	2,8	2,8	2,7	2,6	2,7	2,7	2,8	2,8
recettes (M€)	645,0	755,0	742,0	770,0	770,0	762,0	821,0	849,5	943,8	988,3
part du film national (%) ²	25,0	22,6	15,9	23,4	33,1	19,1	28,6	30,7	16,7	22,6
part du film américain (%)	73,9	71,3	73,5	73,2	63,1	77,1	67,7	65,2	81,0	n.d.
part du film européen (%)	4,2	1,2	2,1	0,6	1,6	1,2	1,8	2,3	1,2	n.d.

E Le cinéma au Royaume-Uni

¹ Ces chiffres incluent des films entièrement financés et tournés par des sociétés américaines au Royaume-Uni. À partir de 2002, source UK Film Council ; années antérieures, source British Film Institute.

² Inclut des films produits à l'aide d'investissements américains.

Source : CNC d'après UK Film Council, Nielsen EDI, Cinema Advertising Association.

AUTOUR DU MONDE

F Australie

Selon les chiffres communiqués par la Screen Australia, le volume de la production cinématographique australienne est stable en 2010¹ et celui des investissements progresse légèrement. Si les investissements dans la production 100 % australienne diminuent de plus d'un tiers, ceux des coproductions font plus que doubler. Le volume des investissements dans les films étrangers connaît une augmentation considérable. Coproductions et films étrangers compris, le nombre de films produits sur le territoire australien s'élève à 47 longs métrages en 2010 pour un investissement en Australie de 443 M\$A (319 M€). En 2009, 47 films étaient produits pour un investissement global en Australie de 387 M\$A (279 M€).

Parmi les 47 films de 2010, sont produits 32 longs métrages 100 % australiens pour un budget global de 243 M\$A (175 M€), cinq coproductions pour un coût global de 53 M\$A (45 M€) et cinq films étrangers pour un budget total de 169 M\$A (122 M€). La production de deux films américains à gros budget, *le Monde de Narnia – l'odyssée du passeur d'aurore* et *Don't Be Afraid of the Dark*, entraîne une forte augmentation des investissements étrangers. Par ailleurs, 5 films étrangers entreprennent des travaux de post-production, production numérique et effets spéciaux sur le territoire australien pour une valeur totale de 9 M\$A (6 M€).

La contribution financière de l'État couvre 17 % du coût total de la production australienne. 25 films en bénéficient. Cette part est en augmentation par rapport aux 9 % de 2009. Les investisseurs privés nationaux financent 10 % du coût de la production (1 % en 2009) et les investisseurs étrangers 23 % (52 % en 2009). Les acteurs du cinéma et de la télévision assurent la plus grande part du financement (50 %, contre 38 % en 2009).

Les premières estimations de la Motion Picture Distributors Association of Australia indiquent une progression des entrées pour la deuxième année consécutive et un nouveau record de recettes en 2010. Les 1 994 écrans actifs réalisent 92,0 millions d'entrées, contre 90,7 millions en 2009 (+1,4 %). L'indice de fréquentation progresse à 4,2 entrées annuelles par habitant. Portées par la performance de films particulièrement attractifs et par l'intérêt croissant pour les films en 3D, les recettes progressent de 4,2 % à 1 132,9 M\$A (816 M€). Le prix moyen de la place augmente de 2,3 % et s'élève à 12,26 \$A (8,80 €). En cinq ans, il a progressé de plus de 23 %.

Les films australiens génèrent une recette de 50,6 M\$A (36 M€), soit une part de marché de 4,5 % (54,8 M\$A et 5,0 % en 2009). Bien qu'en léger recul, ce résultat s'inscrit dans la bonne moyenne des dix dernières années. Les films américains génèrent 942,5 M\$A (678 M€), soit une part de marché de 83,2 % (82,8 % en 2009). Les films britanniques perdent près de deux points de part de marché, passant de 9,0 % en 2009 à 7,3 % en 2010.

Roadshow/Warner Bros conserve une nouvelle fois sa place de premier distributeur. Avec une recette de 267,5 M\$A (193 M€), le distributeur capte 24 % de part de marché en 2010, en partie grâce au succès de *Sex and the City 2* et des films australiens *Bran Nue Dae* et *le Royaume de Ga'Hoole – la légende des gardiens*.

Avatar occupe la première place du classement des films en 2010, avec une recette de plus de 75 M\$A (54 M€). Sorti en décembre 2009, le film génère une recette cumulée de 114 M\$A (82 M€) et devient le « champion de tous les temps » du box-office australien. Un film australien est présent parmi les vingt premiers films de 2010 : *Tomorrow When the War Began* occupe la 18^e place avec une recette de 13,5 M\$A (10 M€). Les dix premiers films du box-office concentrent 32,1 % de la recette globale en 2010.

¹ Les statistiques de production sont établies de juin à juin. Pour l'année 2010, lire juin 2009/juin 2010 ; pour l'année 2009, lire juin 2008/juin 2009.

	longs métrages produits ¹	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (M\$A)	part du film national(%)
2001	30	1 855	92,5	5,1	812,4	7,8
2002	33	1 872	92,5	4,7	844,8	4,9
2003	23	1 907	89,8	4,5	865,8	3,5
2004	29	1 909	91,5	4,6	907,2	1,3
2005	38	1 943	82,2	4,0	817,5	2,8
2006	36	1 964	83,6	4,0	866,6	4,6
2007	36	1 941	84,7	4,0	895,4	4,0
2008	45	1 980	84,6	4,0	945,4	3,8
2009	47	1 984	90,7	4,1	1 087,5	5,0
2010	47	1 994	92,0	4,2	1 132,9	4,5

F Le cinéma en Australie

¹ Y compris les films étrangers tournés en Australie.

Source : CNC d'après Screen Australia, Motion Picture Distributors Association of Australia.

Brésil

Selon les chiffres communiqués par Filme B, la fréquentation et les recettes des salles de cinéma au Brésil enregistrent une progression record en 2010. Les entrées s'établissent à 134,8 millions, soit une progression de 20,0%, et les recettes atteignent 1,26 million de real (576 M€, +30,0%). Cette augmentation est dynamisée par le développement des écrans 3D, qui sont passés de 97 en 2009 à 262 en 2010. Les films brésiliens génèrent 25,5 millions d'entrées, soit une progression de 60% par rapport à 2009. C'est le meilleur résultat réalisé depuis la renaissance du cinéma brésilien au début des années 1990. Les recettes du film national progressent de 71% à 225 millions de real (103 M€). La part de marché des films nationaux avoisine 18% en termes de recettes. *Tropa de Elite 2* domine le box-office des films en 2010, avec un record de 11 millions d'entrées et une recette de 102,5 millions de real, devant *Avatar* (72,8 millions de real). Deux autres films brésiliens figurent parmi les dix premiers titres de l'année.

Chine

Selon la State Administration for Radio, Film and Television (SARFT), les recettes des salles de cinéma en Chine progressent de 61% en 2010. Dynamisées par le succès, entre autres, de *Avatar* et du film chinois *Aftershock*, elles s'établissent à 10 milliards de yuan (1,2 Md€), contre 6,2 MdYuan en 2009. Les films étrangers, et notamment ceux exploités en 3D, jouent un rôle important dans cette performance. En 2010, le système de quota chinois a autorisé l'importation de 24 films étrangers, qui génèrent une recette de 2,8 MdYuan (325 M€). *Avatar* en rapporte la moitié. 500 films chinois sont produits en 2010 (456 en 2009). En volume, la Chine devient le troisième producteur mondial de films après Bollywood et Hollywood. Le parc de salles compte 5 690 écrans répartis dans 1 800 établissements. Trois nouveaux écrans, en moyenne, ouvrent leurs portes chaque jour. Le plus gros succès national de l'année, *Aftershock*, génère 662 MYuan (71 M€).

Colombie

Selon la société d'études locale Cadbox, la fréquentation dans les salles de cinéma en Colombie progresse de 24% en 2010 et atteint près de 34 millions d'entrées. Les recettes des salles progressent de 30% et s'établissent à 136,5 M\$ (97 M€), contre 104,8 M\$ en 2009. Les 19 films sortis en relief au cours de l'année captent 35,6% des entrées totales. Le pays dispose de 577 écrans dont 132 écrans numériques 3D. Cine Colombia, premier exploitant/distributeur indépendant, en possède 80. En l'absence de films porteurs, la part de marché des films nationaux reste modeste à 4,5%. Les trois premiers films du box-office 2010 sont des films en 3D. *Toy Story 3* domine le classement avec une recette de 10,3 M\$ (7,3 M€).

Corée du Sud

Selon les chiffres provisoires communiqués par le Korean Film Council (KOFIC), l'activité de la production cinématographique poursuit sa croissance en 2010. 152 films sont produits (138 en 2009) pour un investissement global de 328,3 Mdwon (208 M€), en hausse de 3,0% par rapport à 2009. Le coût moyen d'un film coréen recule de 6,5% et s'établit à 2,2 Mdwon (1,4 M€) en 2010, dont 1,42 Mdwon de coût de production (-9,0%) et 740 Mwon consacrés à l'édition des copies et aux frais de publicité (-1,3%). Les dépenses liées aux frais d'édition représentent ainsi 34,3% du budget total d'un film, soit une part en légère progression par rapport à 2009 (32,5%).

Signe de la maturité du marché, l'expansion du parc des salles se ralentit en 2010. 2 003 écrans offrent 349 640 fauteuils sont en activité à la fin de l'année, répartis dans 301 établissements (2 055 écrans pour 305 établissements en 2009). 1 639 écrans numériques sont recensés en 2010 dont 506 écrans équipés pour la projection en 3D. 482 films sont programmés au total dont 426 nouveaux titres. 168 d'entre eux sont des films coréens, 155 des films américains et 70 des films européens, dont respectivement 140, 135 et 64 films inédits.

Après la hausse enregistrée en 2009, la fréquentation dans les salles de cinéma sud-coréennes diminue en 2010. Selon les premières estimations du KOFIC, les entrées reculent de 6,5% pour atteindre 146,8 millions en 2010 (157,0 millions en 2009). C'est le plus faible résultat des cinq dernières années. Plus de 31% des entrées totales sont réalisées dans la capitale, Séoul.

Soutenues par l'importante augmentation du prix des places, liée au succès croissant des films exploités en 3D, les recettes des salles progressent de 5,1% et s'établissent à 1 150,1 Mdwon (728 M€) en 2010. Conséquence de la baisse des entrées, avec une population de 50,5 millions d'habitants, l'indice de fréquentation recule à 2,9 entrées annuelles par habitant. Le prix moyen de la place augmente de 12,4% à 7 874 won (près de 5 €).

26 films en 3D sont sortis sur les écrans coréens en 2010 (7 en 2009). Ils génèrent 16,8 millions d'entrées (11,4% des entrées totales) et une recette de 189,9 Mdwon (16,5% des recettes totales), contre respectivement 1,2% et 2,2% en 2009.

Pour la seconde fois au cours de la décennie, les films nationaux perdent leur place majoritaire sur le marché coréen en 2010. Bien que leur part de marché reste sous le seuil des 50%, son niveau demeure élevé. Avec 68,3 millions d'entrées (-9,7% par rapport à 2009), les films coréens captent 46,5% du marché (48,8% en 2009). À Séoul, la part de marché des films coréens recule également à 43,9% (46,0% en 2009). Ce repli profite aux films étrangers, en particulier aux films américains dont la part de marché progresse de plus de trois points à 47,3% en 2010. Les films japonais assurent 2,1% des entrées, les films chinois 1,4%. Les films européens se partagent 2,5% des entrées.

Notamment grâce au succès de *The Man from Nowhere*, de *Iron Man 2* et de *Dragons*, le distributeur local CJ Entertainment domine de nouveau le classement des distributeurs en 2010, avec une part de marché de 28%. Il place huit films parmi les vingt premiers titres de l'année. Le premier distributeur américain, 20th Century Fox, occupe la 2^e place avec une part de marché de 11% (*Avatar* et *Night and Day*).

Avatar prend la tête du box-office 2010 et génère 8,3 millions d'entrées et une recette de 83,3 Mdwn (53 M€). Sorti en décembre 2009, le film génère 13,41 millions d'entrées cumulées et devient le « champion de tous les temps » du box-office sud-coréen, devant *The Host* (13,02 millions d'entrées en 2006). Cinq des dix premiers films étrangers du box-office 2010 sont sortis en 3D. Le premier film coréen, *The Man from Nowhere*, occupe la 2^e place avec 6,2 millions d'entrées et une recette de 47,1 Mdwn (30 M€). Sept films coréens figurent parmi les dix premiers titres de l'année et dix parmi les vingt premiers.

G États-Unis

Selon les chiffres présentés par la Motion Picture Association of America, après une année de reprise, les entrées dans les salles de cinéma nord-américaines (États-Unis/Canada) reculent de 5,6% en 2010 à 1,34 milliard (1,42 milliard en 2009). Leur niveau rejoint celui de 2008. L'indice de fréquentation recule à 4,1 entrées annuelles par habitant en moyenne en 2010. Les recettes sont stables en 2010. Malgré une nouvelle augmentation du prix de la place dopé par l'exploitation des films en 3D, elles atteignent 10,6 Md\$ (7,6 Md€), comme en 2009. Le prix moyen de la place progresse de 5,2% à 7,89 \$ (5,6 €). Les recettes des films exploités en 3D doublent pratiquement en 2010. 25 films (20 films en 2009) génèrent une recette globale de 2,2 Md\$ (1,1 Md€ en 2009), soit 21% des recettes totales (11% en 2009).

En 2010, le secteur de l'exploitation se distingue par la croissance rapide du cinéma numérique. Le parc de salles progresse légèrement (+0,8%). 39 547 écrans sont recensés aux États-Unis (39 233 écrans en 2009) dont 79% se situent dans des multiplexes de 5 écrans et plus. La moyenne des entrées par salle recule, passant de 36 190 en 2009 à 33 880 en 2010.

Le nombre d'écrans numériques fait plus que doubler en 2010 et représente 40% des écrans du pays. Plus de 4 500 nouveaux écrans 3D sont dénombrés en 2010. Les 7 837 écrans 3D recensés représentent près de la moitié du total des écrans numériques existant aux États-Unis.

En 2010, le nombre de films produits aux États-Unis recule pour la quatrième année consécutive (-7,2%). 644 films sont produits, contre 694 en 2009. La baisse d'activité du secteur est particulièrement sensible pour les films dont le coût de production est supérieur à 1 M\$ produits par les compagnies non-membres de la MPAA.

Le nombre total de films distribués progresse très légèrement en 2010. 560 films inédits sont distribués dans les salles américaines (555 en 2009) dont 25 films en 3D (20 en 2009). Les majors assurent la distribution de 141 nouveaux films (158 en 2009), soit 25% du total. Les indépendants distribuent 75% des films inédits et 22 titres de moins qu'en 2009.

Cinq sociétés de distribution sont « milliardaires » en dollars en 2010, comme en 2009. Warner Bros domine le classement des distributeurs sur le marché domestique pour la troisième année consécutive, avec une recette de 1,92 Md\$ (1,4 Md€) et une part de marché de 18,2%, notamment grâce au succès de *Inception* et de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*. Le distributeur place trois films parmi les vingt premiers de l'année.

	longs métrages produits ¹	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (M\$)	part du film européen (%) ³
2001	611	36 764	1 437	4,8	8 125	5,7
2002	543	35 280	1 570	5,2	9 100	4,5
2003	593	36 146	1 520	4,9	9 165	3,3
2004	611	36 594	1 484	4,8	9 215	6,7
2005 ²	920	38 852	1 378	4,4	8 832	9,1
2006	928	38 415	1 395	4,4	9 200	6,2
2007	909	38 974	1 400	4,4	9 629	8,8
2008	704	38 834	1 340	4,2	9 600	8,8
2009	694	39 233	1 415	4,3	10 600	5,3
2010	644	39 547	1 340	4,1	10 600	n.d.

G Le cinéma aux États-Unis

NB : L'historique des données a été en partie mis à jour par la MPAA.

¹ Ces chiffres incluent des films qui ne sont jamais sortis en salles.

² À partir de 2005, données mises à jour par la MPAA. Contrairement aux années précédentes, les chiffres incluent l'ensemble des films entrepris, au cours de l'année considérée, par une compagnie américaine, y compris les coproductions. Les documentaires sont exclus.

³ Part du film européen, en termes d'entrées, d'après la base Lumière de l'OEA.

Source : CNC d'après Motion Picture Association of America.

Le marché nord-américain des salles de cinéma est insuffisant pour rentabiliser les films produits par les majors. Il ne couvre, en moyenne, qu'un tiers des coûts de production de ces films, l'amortissement complémentaire étant réalisé sur les marchés internationaux, le marché de la vidéo et les marchés annexes. Grâce à la faible parité du dollar sur certains marchés monétaires et à un nombre important de « suites » et de films franchisés¹ sortis au cours de la même année, les recettes mondiales des films américains atteignent un nouveau record en 2010. Elles progressent de 8,2 % et s'établissent à 31,8 Md\$ (22,8 Md€). À l'international, les recettes des seules majors atteignent 21,2 Md\$ (15,2 Md€) en 2010 (+12,8%). Elles représentent 67 % des recettes mondiales, une proportion en progression. Warner Bros prend également la tête du classement des distributeurs à l'international, avec une recette de 2,93 Md\$ (2,1 Md€) et une part de marché de 13,8 %, notamment grâce aux performances internationales de *Harry Potter et les reliques de la mort – 1^{re} partie*, de *Inception* et du *Choc des Titans*.

Avatar (sorti le 18 décembre 2009) occupe la première place du box-office américain en 2010, avec une recette de près de 477 M\$ (339 M€). Ce très bon résultat arrive en seconde position des « champions de tous les temps » après le record de *The Dark Knight* en 2009 (531 M\$). Depuis sa sortie en 2009, le film a généré une recette totale de 761 M\$. En 2010, les trois premiers films du box-office sont exploités en 3D. Six films en relief figurent parmi les dix premiers titres de l'année et onze parmi les vingt premiers. Le nombre de films dépassant les 100 M\$ de recettes recule en 2010 (26 films, contre 32 films en 2009). Les dix premiers films du classement dépassent 200 M\$ (huit en 2009) dont cinq dépassent 300 M\$.

¹ Un film franchisé est un film dont les personnages ou l'univers existaient auparavant sur un autre support (ex. littérature, bande-dessinée, série télévisée, jeux, etc.).

Hong Kong

Selon la Motion Picture Industry Association (MPIA), les recettes des salles de cinéma à Hong Kong progressent de 11 % en 2010 à 1,30 Md\$HK (152 M€) par rapport à 1,17 Md\$HK en 2009. Ce résultat est attribué au succès des films américains exploités en 3D et à la performance de quelques films locaux. 286 films sont sortis sur les écrans hongkongais en 2010, dont 54 films nationaux et 232 films étrangers. *Toy Story 3* domine le classement des films, avec une recette de 11,6 M\$. Le premier film national *Ip Man 2* génère une recette de 5,59 M\$. Un autre film hongkongais figure parmi les dix premiers titres de l'année. Quatre des dix premiers films du box-office 2010 sont exploités en 3D.

Inde

Selon un rapport de KPMG présenté lors de la dernière conférence de la Federation of Indian Chambers of Commerce and Industry (FICCI), l'industrie cinématographique représente un chiffre d'affaires de 83 milliards de roupies (1,3 Md€) en 2010, soit 6,7 % de moins qu'en 2009. Le secteur a souffert d'une baisse de son volume de production liée à des problèmes de financement. Selon le rapport, le chiffre d'affaire global de l'industrie du cinéma indien devrait passer de 83 Md à 132 Md de roupies d'ici 2015, grâce au développement des multiplexes, à l'investissement dans la recherche et au contrôle des coûts de production.

H Japon

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, l'expansion du parc des salles de cinéma, amorcée en 1993, se poursuit mais de façon ralentie. De tous les marchés cinématographiques majeurs, le Japon reste le moins densément équipé. Le parc de salles compte 3 412 écrans en 2010 (+0,5%). 81% des écrans sont implantés au sein de multiplexes. Selon Screendigest, 763 écrans sont équipés pour la projection en 3D (317 en 2009). Depuis 2006, le nombre de films distribués au Japon diminue. Les salles programment 716 nouveaux films en 2010 (762 en 2009) dont 408 films japonais. Pour la cinquième année consécutive depuis 1986, le nombre de films nationaux sortis dépasse celui des films importés. Bien que les exploitants considèrent que le nombre croissant de films nationaux sur les écrans sature le marché, le nombre moyen d'entrées par écran augmente en 2010 (51 100 entrées en 2010, contre 49 850 en 2009). Pour lutter contre sa réputation de loisir cher, les exploitants de salles de cinéma multiplient les opérations à prix réduit, provoquant, entre 2004 et 2008, une réelle diminution du prix moyen du billet. En 2010, la sortie de nombreux films en 3D induit une hausse de 4,0% du prix moyen de la place, qui s'établit à 1 266 yens (environ 11,20 €). Toho, premier exploitant du pays, vient d'annoncer qu'il projette de baisser le prix standard de la place de cinéma de 1 800 yens à 1 500 yens, dans l'objectif de dynamiser la fréquentation.

Les entrées progressent de 3,0% en 2010 et s'établissent à 174,4 millions. C'est le meilleur résultat depuis 1974. Conséquence de cette évolution, l'indice de fréquentation remonte légèrement à 1,37 entrée en 2010 par habitant (1,33 en 2009).

Les recettes en salles, dynamisées par l'exploitation des films projetés en 3D, progressent de 7,1% à 220,7 MdY en 2010 (1,959 Md€). Depuis 2005, les films les plus performants génèrent un volume de recettes inférieur à celui des années précédentes. 48 films franchissent la barre du milliard de yens en 2010 dont 29 films japonais et 19 films étrangers, américains pour la plupart.

Les films japonais génèrent 118,2 MdY (1 Md€) en 2010. Après la remarquable progression enregistrée en 2008, leur part de marché recule légèrement pour la seconde année consécutive, mais conserve un niveau très élevé (53,6%). C'est le troisième meilleur résultat des trente dernières années. Les films étrangers génèrent 102,5 MdY (893 M€) en 2010, soit 46,4% du marché (43,1% en 2009), au sein desquels le cinéma américain occupe une position dominante.

Toho prend, une fois encore, la tête du classement des distributeurs. Grâce à une recette record de 78,4 MdY (682 M€) en 2010, soit une progression de 14,3% par rapport à 2009, il s'assure une part de marché de 35,5%. Le distributeur place quatre films japonais parmi les dix premiers et douze parmi les vingt premiers.

Les trois premières places du box-office 2010 sont occupées par des films américains projetés en 3D, qui passent le seuil des 10 MdY de recettes. *Avatar* prend la tête du classement, avec une recette de 15,6 MdY (136 M€). Le premier film japonais, *The Borrowers*, occupe la 4^e place du classement (9,25 MdY). Cinq films japonais se placent parmi les dix premiers films de l'année et treize parmi les vingt premiers. À signaler la présence d'un film français, *Océans*, à la 19^e place (2,5 MdY).

	films nationaux sortis	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (MdY)	part du film national(%)
2001	281	2 585	163,3	1,3	200,2	39,0
2002	293	2 635	160,8	1,3	196,8	27,0
2003	287	2 681	162,3	1,3	203,3	33,0
2004	310	2 825	170,1	1,3	210,9	37,5
2005	356	2 926	160,5	1,3	198,2	41,3
2006	417	3 062	164,3	1,3	202,9	53,2
2007	407	3 221	163,2	1,3	198,4	47,7
2008	418	3 359	160,5	1,3	194,8	59,5
2009	448	3 396	169,3	1,3	206,0	56,9
2010	408	3 412	174,4	1,4	220,7	53,6

H Le cinéma au Japon

NB : Les films américains captent environ 95% de la recette réalisée par l'ensemble des films étrangers.

Source : CNC d'après Motion Picture Producers Association of Japan – EIREN.

Mexique

Selon les rapports annuels de la Chambre nationale du cinéma (Canacine) et de l'Institut gouvernemental du cinéma (Imcine), malgré la crise économique et l'épisode négatif de la grippe porcine, les entrées des salles de cinéma au Mexique enregistrent un record en 2010. Chiffres arrêtés au 21 décembre, elles progressent de 6,2%. La fréquentation 2010 est estimée à 191 millions d'entrées. Le pays dispose d'un parc de 5 032 écrans. 68 films sont produits au Mexique en 2010. 89% du financement public destiné au cinéma est consacré au secteur de la production et 11% au secteur de la distribution.

Les 54 films mexicains sortis au cours de l'année génèrent 12,1 millions d'entrées et une recette de 700 millions de pesos (43 M€), soit une part de marché de 5,6%. Les films américains dominent le marché. Sur les 310 films en exploitation en 2010, *Toy Story 3* prend la tête du classement avec une recette de 777,2 millions de pesos (48 M€). Aucun film mexicain ne figure parmi les dix premiers films du classement. Le premier film mexicain *No eres tu, soy yo* génère 126 millions de pesos (7,5 M€).

Norvège

Selon les statistiques provisoires du Norwegian Film Institute, les entrées des salles de cinéma en Norvège reculent de 13,4% en 2010 et s'établissent à 11 millions. Ce résultat est attribué, en grande partie, au manque de succès des films porteurs américains. Les suites n'attirent plus le public dans les salles. Même le dernier opus des aventures de Harry Potter a déçu. En 2010, et pour la troisième année consécutive, les films norvégiens (au nombre de 25) génèrent plus de 2,5 millions d'entrées, assurant une part de marché de 23,2%, en progression par rapport à 2009 (20,6%). Seuls deux films dépassent les 400 000 entrées : *Avatar* (530 000 entrées) et le film norvégien *Twigson Ties the Knot* (402 000 entrées). Deux autres films norvégiens figurent parmi les dix premiers films de l'année.

Nouvelle-Zélande

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributors' Association (MPDA), les recettes des salles de cinéma en Nouvelle-Zélande atteignent un nouveau record en 2010. Elles progressent de 3,8% et s'établissent à 176,5 M\$NZ (97 M€). Les films projetés en 3D représentent 17,5% de la recette totale. En 2010, 299 films sont programmés sur les 411 écrans du pays. *Boy*, un film néo-zélandais, domine le classement des films sortis en 2010 avec une recette de 9,3 M\$NZ (5,1 M€). Toutefois, *Avatar* (sorti en 2009) génère la plus grosse recette de l'année 2010 avec 12,3 M\$NZ (17,3 M\$NZ de recette cumulée depuis sa sortie en décembre 2009). Le succès des films en 3D, tels que *Alice au pays des merveilles*, *le Monde de Narnia 3*, *Shrek 4 – Il était une fin* et *Dragons*, confirme la demande du public pour cette nouvelle forme de divertissement. Les dix premiers films du box-office 2010 totalisent une recette de 52,918 M\$NZ (29 M€), soit 30,0% de la recette globale.

Russie

Selon les données communiquées par le Russian Film Business Today, les entrées dans les salles de cinéma de la Fédération de Russie progressent de 19,5% en 2010. Elles passent le seuil des 150 millions d'entrées pour la première fois de leur histoire et s'établissent à 165,5 millions (138,5 millions en 2009). Après le recul de 2009, les recettes repartent fortement à la hausse en 2010. Avec une progression de 43,3%, elles s'établissent à 1 055 M\$ (environ 763 M€), contre 736,4 M\$ en 2009. Ce résultat est lié au dynamisme des entrées ainsi qu'à la forte hausse du prix de la place (+24,5%). Le prix moyen se situe à 6,60 \$ en 2010 (5,30 \$ en 2009). Son augmentation est liée à l'exploitation des films en 3D pour lesquels le prix de la place est systématiquement majoré. 69 films nationaux génèrent une recette de 154 M\$ (110 M€), en recul de 12,5% par rapport à 2009. Leur part de marché recule pour la deuxième année consécutive. En 2010, les films russes perdent plus de neuf points de part de marché à 14,5% (23,9% en 2009). Les coûts de production de ces 69 films s'élèvent globalement à

244 M\$ (174 M€) et six d'entre eux seulement amortissent leur budget de production et réalisent des bénéfices. 338 nouveaux films sont programmés sur les écrans russes au cours de l'année 2010 (323 en 2009). 102 d'entre eux sont distribués en sortie « limitée » (moins de 30 copies). C'est notamment grâce au succès de *Shrek 4 – Il était une fin*, de *Dragons* et de *Nasha Russia: Yaytsa Sudby* que le distributeur russe indépendant Central Partnership/CP Classic domine, pour la première fois de son histoire, le classement des distributeurs, avec une part de marché de 26,6%.

Avatar occupe la tête du box-office, avec un record d'entrées et de recettes. Le film génère plus de 14 millions d'entrées et une recette de plus de 117,1 M\$ (83 M€). Le premier film russe, *Nasha Russia: Yaytsa Sudby*, occupe la 8^e place du classement (22,2 M\$). Trois films russes figurent parmi les vingt premiers titres de l'année. Six films exploités en 3D figurent parmi les dix premiers titres du classement. 146 films dépassent 1 M\$ de recettes en 2010 (119 en 2009) et 26 films dépassent 10 M\$ (22 en 2009). Pour la première fois dans l'histoire du cinéma russe, deux films dépassent 50 M\$ et un film dépasse 100 M\$.



Angèle et Tony de Alix Delaporte. © Pyramide Distribution.
Film bénéficiaire de l'avance sur recettes.

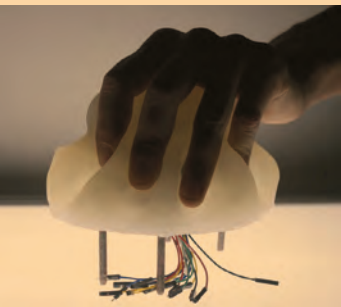


Ceux qui aiment la France de Ariane Ascaride. © France 2. Fiction télévisée
bénéficiaire de l'aide à la production audiovisuelle et du Fond Images de la diversité.

Jeanne la française de Carlos Diegues. © Luz Magica Produções.
Film restauré par les Archives françaises du film du CNC.



Rue Cases-Nègres de Euzhan Palcy. © DR / CNC.
Film du programme « Collège au cinéma ».



Tales of a Sea Cow
de Étienne De France, 2010.
© Étienne De France.
Projet bénéficiaire du DICRéAM.





14

les financements publics

Le CNC soutient le renouvellement de la création et le dynamisme des industries cinématographiques, audiovisuelles et multimédia grâce au fonds de soutien.

Les crédits destinés aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia s'élèvent à 575,88 M€ dans le budget 2010.



Prison Valley
(<http://prisonvalley.arte.tv>)
de David Dufresne
et Philippe Brault. © Upian / Arte.
Web-documentaire bénéficiaire
de l'aide aux projets
pour les nouveaux médias.

Pina de Wim Wenders. © Les Films du Losange.
Film bénéficiaire de l'aide à la coproduction franco-allemande,
et de l'aide aux nouvelles technologies en production (NTP).

Incendies de Denis Villeneuve. © Happiness.
Film bénéficiaire de l'aide à la coproduction franco-canadienne,
et de l'aide sélective à la distribution de films inédits.



Petit Tailleur de Louis Garrel. © Mezzanine Films / MK2 Distribution.
Court métrage bénéficiaire de la contribution financière.

Uncle Boonmee (celui qui se souvient de ses vies antérieures)
de Apichatpong Weerasethakul. © Pyramide Distribution.
Film bénéficiaire du Fonds Sud Cinéma.



Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques à la production, à la distribution, à l'exploitation et un soutien sélectif à l'ensemble des segments de la filière. Dans le secteur de l'audiovisuel, il concourt à la production de programmes destinés à une diffusion télévisuelle et soutient également les auteurs, notamment via le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle. Le CNC apporte un soutien à l'édition vidéo physique et à la vidéo à la demande. Il soutient la création de contenus numériques pour les nouveaux médias, encourage le développement de contenus multi-supports afin de favoriser les passerelles entre les nouveaux médias numériques, internet, la télévision et le cinéma. Par ailleurs, le CNC contribue à la formation professionnelle, aux festivals, à la sensibilisation des publics, à la promotion des œuvres à l'étranger et au soutien des industries techniques.

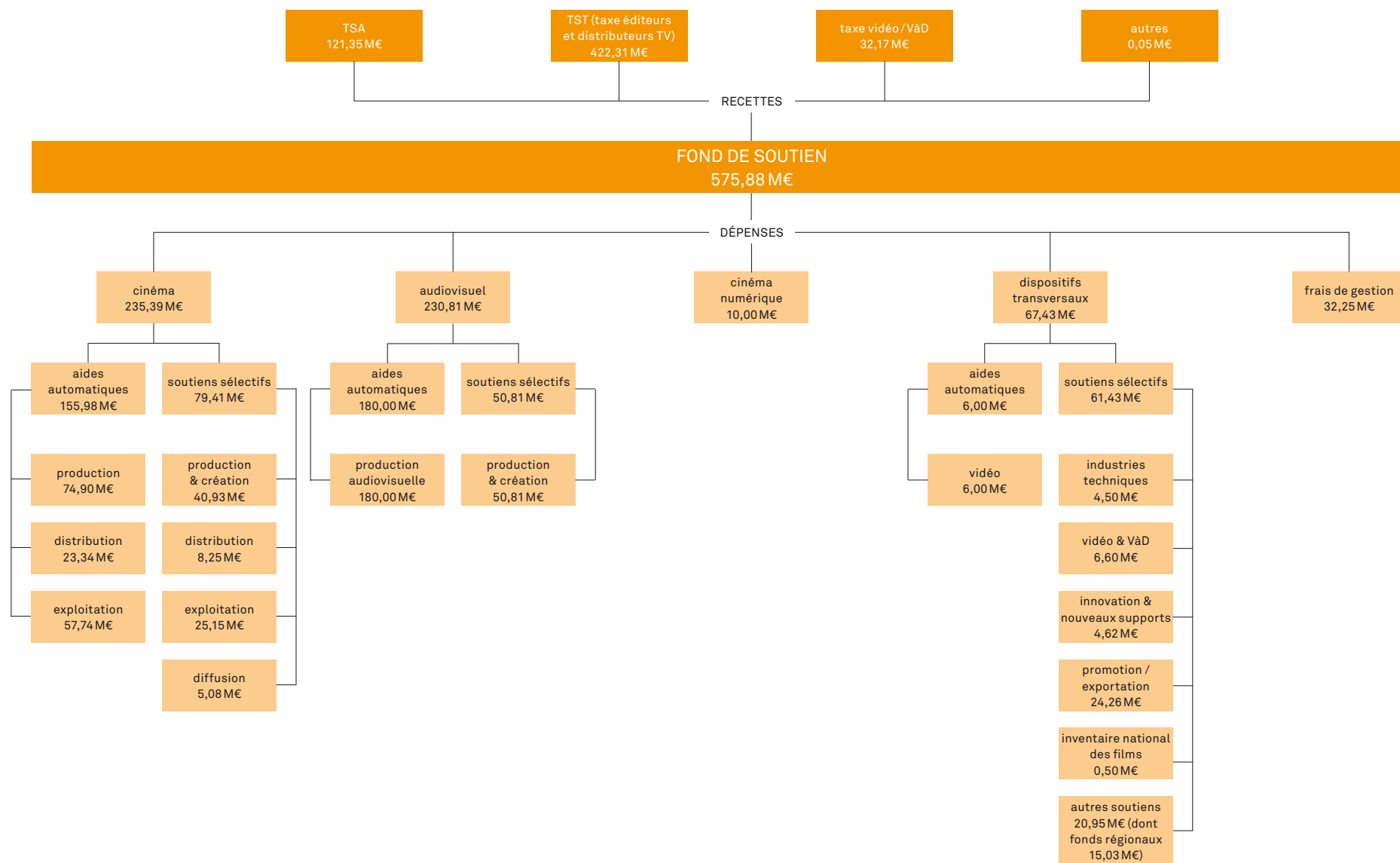
Le CNC contribue également à la recherche et à l'innovation dans le cinéma, l'audiovisuel et le multimédia. Depuis 2010, le CNC soutient de manière spécifique le cinéma numérique. Un plan d'investissement pluriannuel a été lancé fin 2010 portant sur la numérisation des salles et des œuvres. Enfin, le CNC a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique.

A LE FONDS DE SOUTIEN DU CNC

L'année 2010 a permis de poursuivre la modernisation du fonds de soutien. La loi de finances pour 2009 avait prévu l'affectation directe au CNC des taxes finançant les soutiens au cinéma et à l'audiovisuel. Depuis le 1^{er} janvier 2010, le CNC est chargé du recouvrement de la taxe sur les services de télévision (TST), en plus du recouvrement de la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA).

Cette modernisation s'accompagne d'une architecture budgétaire rénovée dans la présentation des soutiens dont les avantages sont, d'une part, une meilleure lisibilité du budget et de l'action du CNC, en identifiant plus clairement les soutiens au cinéma (235,39 M€) et à l'audiovisuel (230,81 M€) et d'autre part, une plus grande cohérence via l'identification de soutiens transversaux (67,43 M€), destinés indifféremment à l'univers du cinéma, de l'audiovisuel et des nouvelles technologies. Par ailleurs, depuis 2010, les premiers soutiens destinés au plan numérique sont spécifiquement identifiés dans le budget (10,00 M€).

Les moyens disponibles du fonds de soutien (budget primitif) s'établissent à 575,88 M€ en 2010 (567,68 M€ en 2009). Les recettes proviennent de la taxe sur le prix des places de cinéma (TSA), de celle prélevée sur le chiffre d'affaires des éditeurs et distributeurs de services de télévision (TST) et de la taxe sur les ventes et locations de vidéogrammes et d'œuvres disponibles en vidéo à la demande (VàD). Enfin, des remboursements d'aides viennent compléter ces recettes en cours d'année.



A Recettes et dépenses du fonds de soutien au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia en 2010

Source: Loi de finances pour 2010.

LES AIDES AU CINÉMA

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2010.

B 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.

Le crédit d'impôt en faveur de la production cinématographique

Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), sous un plafond de 1 M€ par film.

Il est subordonné à la délivrance d'un agrément à titre provisoire puis d'un agrément à titre définitif.

Ce dernier ne peut cependant être délivré que si l'œuvre a préalablement donné lieu à la délivrance d'un agrément de production au titre du soutien financier du CNC, constatant l'octroi définitif de celui-ci.

En 2010, parmi les 203 films d'initiative française ayant reçu un agrément des investissements au titre du soutien financier, 137 ont fait l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 137 films est estimé à 320,5 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense fiscale) estimé à 58,7 M€ après application du plafond (64,1 M€ hors plafond).

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
soutien au scénario	auteurs, accompagnés ou non de producteurs	_ écriture de scénario _ réécriture de scénario	1,01 M€ pré-engagés pour 26 aides à l'écriture et 11 aides à la réécriture
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	3,8 M€ pour 143 projets présentés par 109 sociétés
Associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation professionnelle) : le Groupe de Recherche et d'Essai Cinématographique (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Vidéadoc, l'Atelier du Cinéma Européen (A.C.E).			

B Les aides à la création cinématographique

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	55,70 M€ mobilisés dont 1,05 M€ de règlement de créances, 4,95 M€ d'aide à la préparation ¹ et 49,70 M€ d'investissements en production ¹ dont 107 160 € pour le court métrage (10 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	55 conventions avant réalisation pour un total de 24,35 M€ et 26 conventions après réalisation pour un total de 2,51 M€. Depuis mai 2007, ces avances sont remboursables uniquement sur le soutien automatique
aide aux films en langues étrangères	réalisateurs et producteurs	soutenir la réalisation de films tournés en langues étrangères par des réalisateurs français ou étrangers dotés d'une certaine notoriété	11 conventions pour un total de 0,95 M€. Depuis mai 2007, cette aide n'est plus remboursable sur les recettes d'exploitation. Il s'agit désormais d'une subvention
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	_ aide à la production des pays à la cinématographie fragile (fonds Sud) _ aide à la réalisation de coproductions internationales	_ 2,1 M€ pour 25 projets (fonds Sud) _ 9 conventions d'aide franco-allemande pour 1,53 M€ et 2 conventions d'aide franco-canadienne pour 237 000 €
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	3 conventions pour 145 000 €

B Les aides à la production cinématographique

¹ Remboursements déduits et hors majorations de soutien investi.

C Les aides sélectives à la distribution

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles. Depuis 2006, les aides sélectives à la distribution sont regroupées en une seule commission, dotée d'un président unique et constituée de trois collèges.

D Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques décrits ci-contre, les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre : aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aides aux nouvelles technologies en production et aides du Fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DOM – Saint Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage s'élève à 10,76 M€ en 2010. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation en salles) est de 675 films en 2010.

Le patrimoine cinématographique et les Archives françaises du film

Le CNC est en charge de la gestion des Archives françaises du film (AFF) et du suivi de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma. Au sein de la Commission du patrimoine cinématographique et dans plusieurs domaines relevant de la gestion des collections, le CNC assure notamment la coordination d'institutions privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse.

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	43 sociétés de distribution mobilisent 18,18 M€ sur 95 films
aide aux films inédits (1 ^{er} collège)	distributeurs de films inédits 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	7,40 M€ pour 239 films
aide aux films de répertoire (2 ^e collège)	distributeurs de films de patrimoine 2 procédures : _ aide aux films de répertoire et aux rétrospectives _ aide aux entreprises de films de répertoire	soutenir les entreprises distribuant des films de répertoire	650 000 € pour 43 films et 3 rétrospectives
aide aux films « jeune public » (3 ^e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public (films inédits et de reprise)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	197 000 € pour 16 films

C Les aides à la distribution cinématographique

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
« contribution financière » à la production de courts métrages	réalisateurs (aide avant réalisation)	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,26 M€ pour 45 films
« contribution financière » à la réécriture de courts métrages	réalisateurs	favoriser la réécriture de scénario	32 000 € pour 16 projets
aide au programme d'entreprise de courts métrages	producteurs (aide avant réalisation)	accompagner le développement de sociétés qui produisent régulièrement du court métrage	2,97 M€ pour 27 entreprises et 41 films
« prix de qualité » pour le court métrage	producteurs (aide après réalisation)	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque du producteur	380 000 € pour 26 films

D Les aides spécifiques au court métrage

Les AFF occupent une place essentielle au cœur de la politique patrimoniale cinématographique, avec pour mission la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films. Un plan pluriannuel de sauvegarde et de restauration des films anciens a été mis en œuvre en 1991. Il concerne tout particulièrement les films sur support nitrate, dit « flamme », produits entre 1895 et 1950, mais également des films produits après 1950 dont l'état physique nécessite une restauration. En 2010, le budget de sauvegarde et de restauration des films anciens s'élève à 1,3 M€. 152 films ont été restaurés et 250 copies tirées. Par ailleurs, 530 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections à la Bibliothèque nationale de France (BnF). Les collections s'enrichissent de 4 235 titres en 2010 dont 1 036 films déposés au titre du dépôt légal.

Les espaces de consultation des AFF, situés à la BnF et à Bois d'Arcy, ont accueilli 379 chercheurs pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. L'effort de numérisation a porté sur les films restaurés dans le cadre du plan nitrate et sur les courts métrages déposés au titre du dépôt légal.

De nombreux prêts pour des programmations extérieures contribuent également à la valorisation des collections des AFF : 870 films ont ainsi été prêtés en 2010 pour diverses manifestations en France, en Europe et dans le monde, ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique. Une base de données documentaire des œuvres est aujourd'hui partagée par quatre institutions cinématographiques patrimoniales : les Archives françaises du film, la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque de Grenoble. Les Archives françaises du film ont contribué à l'enrichissement de cette base en décrivant 4 528 nouveaux films et en documentant 1 233 œuvres en 2010.

AIDES À L'EXPLOITATION

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
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	64,69 M€ mobilisés dont 46,44 M€ sous forme d'avances ; 742 dossiers traités dont 593 concernent l'enregistrement et la prise en compte de 46,25 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	4,28 M€ pour 31 projets (79 écrans)
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	13,50 M€ pour 1 060 établissements classés
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	1,74 M€ pour 30 salles parisiennes et 9 salles de province
aide à la numérisation de salles de cinéma	exploitants de salles de cinéma (en priorité de 1 à 3 écrans) susceptibles de ne pas percevoir suffisamment de contributions des distributeurs pour financer au moins 75 % de leurs investissements	financer la transition numérique des salles	1,73 M€ pour 29 établissements (34 écrans) dont 748 000 € sous forme de subvention et 977 000 € sous forme d'avance remboursable
aide au tirage de copies supplémentaires	distributeurs et exploitants (aide gérée par l'ADRC)	favoriser l'accès aux films pour les salles de cinéma	2,42 M€ pour 1 765 copies de 123 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, 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), l'Association des trois mondes (diffusion de films de pays du Sud), la Ligue de l'enseignement (Fédération d'éducation populaire), Carrefour des festivals, les Lutins du court métrage.

AIDES À L'EXPORTATION

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
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	1,07 M€ pour 121 films et 18 catalogues
aide au sous-titrage et au doublage en anglais	producteurs et exportateurs de films agréés	favoriser les ventes d'un film à l'international	218 968 € pour 62 films

Conjointement avec le Ministère des affaires étrangères, le CNC finance Unifrance Film International, 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.

Les aides à la diffusion cinématographique

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.

Le crédit d'impôt en faveur de la production audiovisuelle

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20% de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), sous un plafond de 1 150€ par minute pour une œuvre de fiction ou un documentaire et de 1 200€ par minute pour une œuvre d'animation (le spectacle et le magazine ne sont pas concernés par ce dispositif).

Le crédit d'impôt est subordonné à la délivrance d'un agrément à titre provisoire puis d'un agrément à titre définitif. Ce dernier ne peut cependant être délivré que si l'œuvre a préalablement donné lieu à la délivrance d'une autorisation définitive (AD) au titre du soutien financier du CNC, constatant l'octroi définitif de celui-ci. En 2010, 310 œuvres audiovisuelles (37 œuvres d'animation, 101 documentaires et 172 œuvres de fiction) obtiennent un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles au crédit d'impôt pour ces œuvres est estimé à 356,7 M€. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 310 œuvres (dépense fiscale) est estimé à 48,5 M€ (71,3 M€ hors plafonds).

« Web COSIP »

Depuis 2008, les programmes destinés à des « éditeurs de services à la demande » (« chaînes web ») sont éligibles au soutien automatique à la production à condition qu'ils soient également préachetés par une chaîne de télévision. La réforme dite « web COSIP », dont le décret a été publié le 1^{er} avril 2011, permettra d'ouvrir ce soutien à des projets audiovisuels financés uniquement par un diffuseur ou une plate-forme internet.

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	_ 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 : _ 22 projets de fiction (en moyenne 19 230 € par projet) _ 6 projets d'animation (en moyenne 10 090 € par projet) _ 55 projets documentaires (7 000 € forfaitaires par projet) aide au développement : _ 6 projets de fiction (en moyenne 41 500 € par projet) _ 7 projets d'animation (en moyenne 32 860 € par projet) _ 43 projets documentaires (en moyenne 14 280 € par projet)
aide au développement	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire de création et de récréation de spectacle vivant	développer des projets en vue de la production d'une série	7,12 M€ pour 393 projets
aide spécifique à l'animation	producteurs de projets difficiles	favoriser la fabrication de pilotes en vue d'aider à démarcher des partenaires, notamment étrangers	235 000 € pour 18 pilotes d'animation
aide spécifique à la fiction (mise en place en décembre 2010)	producteurs de fiction	favoriser la fabrication de pilotes en vue d'aider à démarcher des diffuseurs	277 000 € pour 10 pilotes de fiction

Les aides à la création audiovisuelle

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
soutien automatique à la production	producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes françaises de télévision	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	133,74 M€ dont 50,02 M€ pour la fiction, 50,91 M€ pour le documentaire, 17,44 M€ pour l'animation et 15,37 M€ pour le 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	37,46 M€ dont 10,69 M€ pour la fiction, 14,66 M€ pour le documentaire, 7,12 M€ pour l'animation et 4,99 M€ pour le 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	25,43 M€ dont 7,15 M€ pour la fiction, 8,00 M€ pour le documentaire, 4,92 M€ pour l'animation, 1,80 M€ pour le spectacle vivant et 3,56 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
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	3 projets de développement : 2 projets documentaires et 1 projet d'animation
aide aux vidéomusiques (prime à la qualité)	producteurs de vidéo-clips	aider la production de vidéo-clips de qualité	420000 € pour 35 vidéo-clips primés sur 83 projets examinés et 238534 € pour 25 dossiers de réinvestissement instruits
Associations financées par le CNC: le Conservatoire Européen d'Écriture Audiovisuelle (formation de scénaristes), Eurodoc (formation à la production européenne de documentaires),...			

E Les aides à la production audiovisuelle

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	1,26 M€ pour 512 programmes
Le CNC, dans le cadre de <i>Regards sur le cinéma</i> , 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 <i>Images de la culture</i> , constitué de plus de 2500 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 2010, 6000 DVD ont été vendus pour la constitution de fonds et pour des représentations publiques gratuites. Le budget d'acquisition pour le catalogue <i>Images de la culture</i> s'élève à 150000 €.			
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.			

E Les aides à la diffusion audiovisuelle

LES DISPOSITIFS TRANSVERSAUX

Images de la diversité

Initié en 2006 et mis en place par le décret n°2007-181 du 9 février 2007, le fonds *Images de la diversité* est géré conjointement par le CNC et l'agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé). La commission *Images de la diversité* attribue, sur proposition de ces deux organismes et selon des modalités propres, des aides aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles contribuant à une meilleure représentation de la diversité culturelle en France et à la promotion de l'égalité des chances.

Les projets susceptibles d'être retenus par le CNC au titre de ce fonds doivent avoir préalablement obtenu une aide sélective du Centre. Cette aide complémentaire, distincte de celle de l'Acsé, 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, développement), à la production ou encore à la diffusion (distribution, édition vidéo). L'aide complémentaire peut atteindre 50 000 € par projet, dans la limite du montant de l'aide ou des aides sélective(s) initiale(s) accordée(s). En 2010, le fonds *Images de la diversité* dans son ensemble soutient 119 projets, pour un montant total de 3,4 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. Le dispositif est entré en vigueur en décembre 2009. 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 20 % des principales dépenses de production effectuées en France et peut atteindre 4,0 M€. En 2010, 24 projets ont été agréés : 13 longs métrages de fiction, 2 séries télévisuelles de fiction, 5 longs métrages d'animation et 4 séries d'animation télévisuelle. 13 de ces projets sont originaires des États-Unis. L'investissement prévisionnel total en France correspondant est estimé à 85 M€.

F Les aides à la vidéo

Le CNC a développé, depuis 1993, des aides à destination de l'édition vidéo physique. Depuis 2008, des majorations à l'aide sélective à l'édition vidéo encouragent l'édition conjointe sur support physique (DVD et Blu-ray) et en Vidéo à la Demande (VàD). Parallèlement, une aide sélective à la VàD a également été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de catalogues de droits VàD (aide à la numérisation et à l'enrichissement éditorial) et les éditeurs de services de VàD (mise en ligne et éditorialisation).

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 objet 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. Par délibération n° 2006-294 du 21 décembre 2006, l'ALPA a été autorisée par la CNIL à mettre en œuvre un traitement de données à caractère personnel en vue de la recherche de faits pouvant être constitutifs de telles infractions. L'ALPA participe également à la lutte contre le téléchargement illégal en communiquant à la Haute Autorité pour la diffusion et la protection des droits sur internet (HADOPI) les infractions qu'elle constate (loi « Création et internet » n° 2009-669 du 12 juin 2009 favorisant la diffusion et la protection de la création sur internet).

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
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	3,90 M€ mobilisés pour 37 dossiers
aide sélective à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	encourager le travail éditorial autour d'œuvres (cinéma et audiovisuel) présentant un intérêt culturel particulier	3,68 M€ pour 349 projets unitaires et 25 programmes éditoriaux (795 titres au total). 90 projets (unitaires et programmes éditoriaux) ont bénéficié d'une majoration VàD
aide sélective à la Vidéo à la Demande (VàD)	détenteurs de catalogue de droits VàD ou éditeurs de services de VàD	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD	1,48 M€ pour 34 projets, dont 12 bénéficiaires d'une aide aux détenteurs d'un catalogue de droits VàD et 22 d'une aide aux éditeurs de services de VàD

F Les aides à l'édition vidéo

G Les aides aux industries techniques et à l'innovation technologique

Les aides aux industries techniques accompagnent les investissements numériques des prestataires techniques de la création cinématographique et audiovisuelle.

Le RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia), partenariat entre le CNC et Oséo innovation, soutient les travaux de recherche et développement des PME de l'audiovisuel et du multimédia.

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'accent est mis depuis 2008 sur le développement et la production en relief. Le CNC a été autorisé fin 2010 par la Commission européenne à soutenir de manière accrue ce type de productions.

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel	accompagner les investissements liés aux technologies numériques, soutenir l'équipement, la modernisation, la restructuration des entreprises	4,58 M€ pour 100 projets
aide aux nouvelles technologies en production (NTP)	producteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles faisant appel à des techniques innovantes, notamment la production en relief	accompagner la prise de risque des producteurs	2,12 M€ pour 50 projets (37 dans le domaine du cinéma et 13 dans le secteur audiovisuel) dont 1,18 M€ pour les projets de production en relief (8 longs métrages, 9 pilotes de long métrage et 3 courts métrages)
aide à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)	PME menant des travaux de recherche et développement en audiovisuel et multimédia	favoriser l'activité de recherche et développement au sein des entreprises du secteur	1,62 M€ pour 26 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 en particulier, de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution.

G Les aides aux industries techniques et à l'innovation technologique

H Les aides à la création pour les nouveaux médias et le jeu vidéo

Les aides aux nouveaux médias soutiennent la création d'œuvres audiovisuelles spécifiques aux médias interactifs ou multi-supports.

En 2010, le CNC a fait évoluer le fonds d'aide au jeu vidéo. L'aide à la création de propriétés intellectuelles se substitue désormais à l'aide à la maquette. Il s'agit de favoriser des créations nouvelles et d'inciter les entreprises à créer une valeur patrimoniale autour des jeux vidéo qu'elles produisent en les engageant à conserver les droits de propriété intellectuelle.

Le crédit d'impôt pour les dépenses de création de jeux vidéo

Entré en vigueur en mai 2008, 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.

En 2010, 16 dossiers de production de jeux vidéo ont obtenu l'agrément préliminaire au bénéfice du crédit d'impôt sur les dépenses de création de jeux vidéo pour un montant total de dépenses éligibles de 43,6 M€ et un montant total de crédit d'impôt estimé à 8,7 M€.

AIDES	BÉNÉFICIAIRES	OBJECTIFS	BILAN 2010
fonds d'aide au jeu vidéo (aide CNC / Ministère de l'économie, de l'industrie et de l'emploi)	studios de développement	soutenir la recherche et le développement, l'innovation et la création dans le secteur du jeu vidéo	3,13 M€ pour 50 projets dont 0,96 M€ pour 11 projets de pré-production, 0,21 M€ pour 13 maquettes, 0,25 M€ pour 11 manifestations en relation avec le jeu vidéo et 1,70 M€ pour 15 aides à la création de propriétés intellectuelles
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	1,83 M€ pour 67 projets (28 bénéficiaires d'une aide à l'écriture et au développement pour trois supports, 21 d'une aide à l'écriture et au développement pour internet ou mobile, 18 d'une aide à la production internet)
aide à la création artistique multimédia (DICREAM)	créateurs dans l'univers du numérique, œuvrant de manière transdisciplinaire dans les domaines du spectacle vivant, de l'internet, des arts plastiques, de la vidéo	<ul style="list-style-type: none"> _ aider à la réalisation de maquettes _ aider à la réalisation de projets artistiques _ aider des manifestations collectives d'intérêt national ou international consacrées à la création numérique 	0,95 M€ pour 120 projets (45 aides à la maquette, 56 aides à la production et 19 aides aux manifestations)

H Les aides à la création pour les nouveaux médias et le jeu vidéo

LA COOPÉRATION AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales, initiée en 1989, vise à faire du secteur du cinéma et de l'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 ainsi que l'exploitation cinématographique.

Les conventions pluriannuelles de développement cinématographique et audiovisuel 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. Le bilan positif qui a été tiré de la première génération de conventions triennales (2004-2006) a conduit l'ensemble des partenaires à se prononcer en faveur de la poursuite et du renforcement de cet outil de coopération. Toutes les conventions ont ainsi été renouvelées en 2007 pour une nouvelle période triennale. En raison du calendrier électoral et à la demande de l'Association des Régions de France (ARF), les conventions 2007-2009 ont finalement été prolongées jusqu'au 31 décembre 2010. Une nouvelle génération de conventions triennales sera conclue pour la période 2011-2013.

Les conventions comprennent trois 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 telles que *Lycéens au cinéma* et *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, notamment dans le domaine de l'aide à la numérisation des salles.

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 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 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 bénéficiaires des aides audiovisuelles du CNC ; le « 1 € pour 2 € » s'applique également depuis 2006 à la production de court métrage ;

- _ le CNC limite son intervention financière à 2 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.

En 2010, le montant des engagements inscrits dans les 25 conventions conclues s'élève à 85,6 M€ (soit 0,2 % de plus qu'en 2009), se répartissant comme suit :

- _ 2,4 M€ pour l'écriture et le développement (2,3 M€ des collectivités et 0,1 M€ du CNC) ;
- _ 6,3 M€ pour la production de courts métrages (4,2 M€ des collectivités et 2,1 M€ du CNC) ;
- _ 25,7 M€ pour la production de longs métrages cinématographiques (19,8 M€ des collectivités et 5,9 M€ du CNC) ;
- _ 20,1 M€ pour la production audiovisuelle (13,6 M€ des collectivités et 6,5 M€ du CNC) ;
- _ 2,8 M€ pour l'accueil de tournages (2,7 M€ des collectivités et 0,1 M€ du CNC) ;
- _ 28,4 M€ pour l'éducation artistique et la diffusion culturelle (18,7 M€ des collectivités, 7,1 M€ des DRAC et 2,6 M€ du CNC).

Les engagements de l'État (CNC+DRAC) dans le cadre des conventions de développement cinématographique et audiovisuel passent ainsi de 10,1 M€ en 2004 à 24,3 M€ en 2010, soit une augmentation de 141 %. Sur la même période, les engagements des collectivités locales passent de 35,5 M€ à 61,4 M€ (+ 73 %). Tous partenaires confondus, la progression est de 88 % entre 2004 (45,6 M€) et 2010 (85,6 M€).

Fin 2010, le champ conventionnel couvre 34 collectivités territoriales : 25 des 26 Régions (ne manque que la Martinique), 7 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Haute-Savoie, Seine-Saint-Denis, Vienne), la Communauté urbaine 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 région, le Ministère de la culture et de la communication et le CNC ont engagé, depuis une dizaine 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 et par la constitution d'un réseau de conseillers pour le cinéma et l'audiovisuel.

En 2010, les crédits consacrés par les DRAC au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia s'élèvent à 10,8 M€ dont 7,1 M€ sont mis en œuvre dans le cadre des conventions tripartites État-CNC-Régions. Ils se répartissent ainsi :

- _ 3,5 M€ pour les actions en direction des jeunes (éducation artistique avec les dispositifs scolaires *École*, *Collège* et *Lycéens au cinéma*; classes à option cinéma dans les lycées; autres actions de formation);
- _ 0,8 M€ pour les pôles régionaux d'éducation à l'image (présents dans 13 régions);
- _ 1,2 M€ pour le dispositif *Passeurs d'images*;
- _ 2,6 M€ pour le soutien à la diffusion culturelle (festivals d'intérêt régional ou local, associations de diffusion du cinéma d'Art et Essai...);
- _ 1,3 M€ pour le soutien aux institutions patrimoniales en région (Institut Lumière à Lyon, Cinémathèque de Toulouse, ...);
- _ 0,6 M€ pour le soutien aux pratiques numériques;
- _ 0,8 M€ pour d'autres actions menées en partenariat avec les collectivités territoriales.

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 locale à une structure extérieure, que ce soit un établissement public de coopération culturelle comme Centre Images ou la Cité de l'image en mouvement d'Annecy (CITIA), ou bien une association comme le Centre régional de ressources audiovisuelles du Nord-Pas de Calais (CRRAV), 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 quatre dispositifs nationaux. Ces dispositifs scolaires touchent, au cours de l'année 2008-2009, 1 333 314 élèves, soit près de 10,5 % des élèves français et génèrent un total de 3,44 millions d'entrées en salles. Le dispositif *École*

et *cinéma* concerne 589 471 écoliers dans 93 départements et génère 1,585 million d'entrées. *Collège au cinéma* sensibilise 487 024 collégiens dans 91 départements et génère 1,249 million d'entrées. *Lycéens et apprentis au cinéma* concerne 256 819 lycéens, soit 612 744 entrées dans 25 régions. Le dispositif *Enseignement de spécialité cinéma-audiovisuel* du Baccalauréat implique près de 15 000 élèves. En 2010, hors temps scolaire, le dispositif *Passeurs d'images* concerne 553 sites dans des communes ou communautés de communes, rassemblant près de 2 000 partenaires dont 385 salles de cinéma, pour la mise en place de plus de 2 000 actions touchant près de 250 000 participants en France. Le CNC apporte également son soutien à la constitution de 13 pôles régionaux d'éducation artistique et de formation au cinéma et à l'audiovisuel. En 2010, le CNC consacre un budget de près de 2,5 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 (jeunes des quartiers défavorisés, hôpitaux, prisons...). Ces actions portent principalement sur la formation via les relais du secteur associatif. Dans cet esprit, le CNC subventionne l'association *Kyrnea*, dont le dispositif *Passeurs d'images* favorise l'accès aux pratiques cinématographiques et l'éducation à l'image. En relation avec la Direction de la protection judiciaire de la jeunesse (PJJ), la Délégation au développement et aux affaires internationales (DDAI) et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (Acsé), le dispositif *Des cinés, la vie* permet de faire découvrir le court métrage aux jeunes placés sous main de justice. 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'images* (diffusion de films pour sourds et malentendants) ou *Ciné-ma différence* (diffusion de films en salles auprès de personnes souffrant d'autisme ou d'un handicap avec troubles du comportement associés).

DIRECTION DU CINÉMA

Commission d'aide à l'écriture et à la réécriture des scénarios

Président : Georges Liria Béléja

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 04 – Fax : 01 44 34 38 40

Commission d'aide aux développements de projets de films de long métrage

Président : Manuel Carcassone

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 51 – Fax : 01 44 34 38 40

Commission du soutien financier sélectif à la production (avance recettes)

Président : Paul Otchakovsky-Laurence

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 02 – Fax : 01 44 34 38 40

Commission du soutien financier sélectif à la distribution

Président : Chahid-Nourai Noël

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 34 65 – Fax : 01 44 34 38 40

Commission du cinéma d'art et d'essai

Président : Bertrand Eveno

Service de l'exploitation
Tél. 01 44 34 38 62 – Fax : 01 44 34 34 79

Commission d'agrément des films de long métrage

Président : Frédéric Brillion

Service du soutien à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 39 – Fax : 01 44 34 37 24

Commission du soutien financier sélectif à l'exploitation cinématographique

Président : Philippe Levrier

Service de l'exploitation
Tél. 01 44 34 38 44 – Fax : 01 44 34 34 79

Commission d'aide aux salles de spectacles cinématographiques maintenant une programmation difficile

Président : Bertrand Eveno

Service de l'exploitation
Tél. 01 44 34 35 34 – Fax : 01 44 34 34 62

Commission de classification des œuvres cinématographiques

Président : Emmanuel Glaser

Présidente suppléante : Catherine Ruggeri
Secrétariat de la commission de classification des œuvres cinématographiques
Tél. 01 44 34 37 22 – Fax : 01 44 34 35 85

Commission d'agrément des formules d'accès au cinéma (entrées multiples)

Présidente : Marie Picard

Mission de la diffusion
Tél. 01 44 34 38 13 – Fax : 01 44 34 35 93

Commission nationale d'aménagement commercial siégeant en matière cinématographique

Président : François Lagrange

Mission de la diffusion
Tél. 01 44 34 38 13 – Fax : 01 44 34 36 59

Commission d'aide aux cinématographies peu diffusées

Président : Noël Chahid-Nourai

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 34 65 – Fax : 01 44 34 38 40

Commission franco-allemande

Service du soutien à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 36 61 – Fax : 01 44 34 37 24

Commission franco-canadienne

Service du soutien à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 36 61 – Fax : 01 44 34 37 24

Comité d'experts pour la production d'œuvres réalisées en langue étrangère

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 08 – Fax : 01 44 34 38 40

Comité du soutien financier à la musique d'œuvres cinématographiques de long métrage

Service des aides sélectives à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 38 02 – Fax : 01 44 34 38 40

Comité consultatif de la diffusion cinématographique

Président : Jean-Pierre Leclerc

Mission de la diffusion
Tél. 01 44 34 38 13 – Fax : 01 44 34 35 93

Comité d'experts (soutien financier à l'exploitation – avance majorée)

Président : Philippe Levrier

Service de l'exploitation
Tél. 01 44 34 36 96 – Fax : 01 44 34 34 79

Comité d'experts d'aide sélective pour les œuvres cinématographiques d'Outre-mer

Service du soutien à la production et à la distribution
Tél. 01 44 34 37 19 – Fax : 01 44 34 37 24

DIRECTION DE L'AUDIOVISUEL

Commission d'aide aux fictions, documentaires et animation

Présidente : Bénédicte Lesage

Service du soutien à l'industrie de programmes audiovisuels – COSIP
Tél. 01 44 34 13 18 – Fax : 01 44 34 34 52

Commission d'aide aux spectacles vivants

Président : Andy Sommer

Service du soutien à l'industrie des programmes audiovisuels – COSIP
Tél. 01 44 34 34 10 – Fax : 01 44 34 34 52

Commission d'aide aux vidéomusiques

Service du soutien à l'industrie des programmes audiovisuels – COSIP
Tél. 01 44 34 34 10 – Fax : 01 44 34 34 52

Comité d'aide à l'écriture d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant animation et fiction

Présidente : Macha Makeieff

Service du soutien à l'industrie des programmes audiovisuels – COSIP
Tél. 01 44 34 34 01 – Fax : 01 44 34 34 52

**DIRECTION DU MULTIMÉDIA
ET DES INDUSTRIES TECHNIQUES**

**Comité d'experts au soutien financier
aux industries techniques de la
cinématographie et de l'audiovisuel**

Président: Christian Guillon
Service des industries techniques
et de l'innovation
Tél. 01 44 34 38 53 – Fax: 01 44 34 34 62

**Commission du soutien financier
à l'édition de vidéogrammes destinés
à l'usage privé du public**

Président: Bertrand Tavernier
Service des contenus multimédia
Tél. 01 44 34 34 74 – Fax: 01 44 34 34 62

**Commission d'aide à la création
artistique multimédia (DICREAM)**

Service des contenus multimédia
Tél. 01 44 34 34 82 – Fax: 01 44 34 38 64

**Commission des nouvelles technologies
en production (NTP)**

Président: Gilles Marchand
Service des industries techniques
et de l'innovation
Tél. 01 44 34 35 34 – Fax: 01 44 34 34 62

**Commission recherche et innovation
en audiovisuel et multimédia (RIAM)**

Présidente: Jean Gaillard
Service des industries techniques
et l'innovation
Tél. 01 44 34 35 34 – Fax: 01 44 34 34 62

Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)

Présidente: Emmanuelle Guilbard
Service des contenus multimédia
Tél. 01 44 34 36 29 – Fax: 01 44 34 34 62

**Comité d'experts destiné aux nouveaux
médias, au cinéma et à la télévision**

Président: Alain Le Diberder
Service du jeu vidéo et de la création
numérique
Tél. 01 44 34 34 17 – Fax: 01 44 34 34 62

**DIRECTION DE LA CRÉATION,
DES TERRITOIRES ET DES PUBLICS**

**Commission des contributions
financières aux œuvres
cinématographiques de courte durée**

Président: Yann Gilbert
Vice-président: Chad Chenouga
Service de la création
Tél. 01 44 34 38 47 / 38 09 –
Fax: 01 44 34 38 64

**Commission des prix de qualité
aux œuvres cinématographiques
de courte durée**

Président: Serge Avédikian
Service de la création
Tél. 01 44 34 37 79 – Fax: 01 44 34 38 64

**Comité d'aide à l'écriture d'œuvres
audiovisuelles à caractère innovant
documentaire**

Service de la création
Tél. 01 44 34 33 39 – Fax: 01 44 64 38 40

Commission nationale « école et cinéma »

Service de la diffusion culturelle
(éducation artistique)
Tél. 01 44 34 38 24 – Fax: 01 44 34 37 68

Commission nationale « collège au cinéma »

Service de la diffusion culturelle
(éducation artistique)
Tél. 01 44 34 38 24 – Fax: 01 44 34 37 68

**Commission nationale
« lycéens au cinéma »**

Service de la diffusion culturelle
(éducation artistique)
Tél. 01 44 34 38 24 – Fax: 01 44 34 37 68

**DIRECTION DU PATRIMOINE
CINÉMATOGRAPHIQUE**

Commission des acquisitions et dépôts

Président: Gilles Jacob
Tél. 01 30 14 80 94 – Fax: 01 34 60 52 25

**DIRECTION DES AFFAIRES
EUROPÉENNES ET INTERNATIONALES**

**Commission d'aide à la production
des pays en développement
(Fonds Sud Cinéma)**

Présidente: Dora Bouchoucha
Fonds Sud Cinéma
Tél. 01 44 34 38 96 – Fax: 01 44 34 36 59

**Commission de sélection de l'œuvre
cinématographique de long métrage
représentant le cinéma français
pour l'attribution de l'Oscar du meilleur
film étranger**

Service de l'exportation
Tél. 01 44 34 35 46 – Fax: 01 44 34 37 23

**Commission d'aide sélective à la
promotion des films à l'étranger**

Président: Patrick Raude
Service de l'exportation
Tél. 01 44 34 35 46 – Fax: 01 44 34 37 23

**Commission promotion et vente
à l'étranger d'œuvres audiovisuelles**

Service de l'exportation
Tél. 01 44 34 35 46 – Fax: 01 44 34 37 23

**Fonds francophone d'aide
au développement cinématographique**

Tél. 01 44 34 37 80 / fax: 01 44 34 36 59

DIRECTION FINANCIÈRE ET JURIDIQUE

**Commission du contrôle des recettes
et de la réglementation**

Service du contrôle des recettes
Tél. 01 44 34 34 51 – Fax: 01 44 34 35 27

Commission Images de la diversité

Président: Alexandre Michelin
Service du budget et des interventions
financières
Tel. 01 44 34 38 46 – Fax 01 44 34 35 27

ALSACE

DRAC
Palais du Rhin
2 Place de la République
67082 Strasbourg cedex
Laurent Bogen
Tél. 03.88.15.57.05 – Fax 03.88.15.60.95
laurent.bogen@culture.gouv.fr

AQUITAINE

Marie-Hélène Rouaux
DRAC
54 rue Magendie
33074 Bordeaux cedex
Tél. 05.57.95.01.55 – Fax 05.57.95.01.25
marie-helene.rouaux@culture.gouv.fr

AUVERGNE

Agnès Barbier
(adjointe au directeur)
DRAC
Hôtel de Chazerat
4 rue Pascal B.P. 378
63010 Clermont-Ferrand cedex 1
Tél. 04.73.41.27.54 – Fax : 04.73.41.27.69
agnes.barbier@culture.gouv.fr

BOURGOGNE

Jacques Garreau
DRAC
Hôtel Chartraire de Montigny
39/41 rue de la Vannerie
21000 Dijon
Tél. 03.80.68.50.88 – Fax : 03.80.68.50.81
jacques.garreau@culture.gouv.fr

BRETAGNE

Laurence Deloire
DRAC
Hôtel de Blossac
6 rue du Chapitre CS 24405
35044 Rennes cedex
Tél. 02.99.29.67.80 – Fax : 02.99.29.67.99
laurence.deloire@culture.gouv.fr

CENTRE

Luc Noblet
DRAC
6 rue de la Manufacture
45043 Orléans cedex
Tél. 02.38.78.85.76 – Fax : 02.38.78.85.99
luc.noblet@culture.gouv.fr

CHAMPAGNE-ARDENNE

Laurent Innocenzi
DRAC
3 rue du Faubourg Saint-Antoine
51037 Châlons-en-Champagne
Tél. 03.26.70.36.94 – Fax : 03.26.70.63.48
laurent.innocenzi@culture.gouv.fr

CORSE

Laurent Ghilini
(Directeur régional)
Valérie Paoli
(Directrice adjointe)
DRAC
19 Cours Napoléon
B.P. 301
20181 Ajaccio cedex 1
Tél. 04.95.51.52.15 / 52.06 –
Fax : 04.95.21.20.69
laurent.ghilini@culture.gouv.fr /
valerie.paoli@culture.gouv.fr

FRANCHE-COMTÉ

Jacques Garreau
DRAC
7 rue Charles Nodier
25043 Besançon cedex
Tél. 03.81.65.72.61 – Fax : 03.81.65.72.72
jacques.garreau@culture.gouv.fr

GAUDELOUPE

Philippe Bon
DRAC
22 rue Auguste Perrinon
97100 Basse-Terre
Tél. (0590) 41.14.54 –
Fax : (0590) 81.72.30
philippe.bon@culture.gouv.fr

GUYANE

Aurore Wakselman
DRAC
95 av. du Général de Gaulle
B.P. 11
97321 Cayenne cedex
Tél. (0594) 25.54.13 – Fax : (0594) 25.54.10
aurore.wakselman@culture.gouv.fr

ÎLE-DE FRANCE

Matthieu Langlois
DRAC
98 rue de Charonne
75011 Paris
Tél. 01.56.06.50.93 – Fax : 01.56.06.52.60
matthieu.langlois@culture.gouv.fr

LANGUEDOC-ROUSSILON

Éric Bultel
DRAC
Hôtel de Grave
5 rue Salle-l'Evêque
34967 Montpellier cedex 2
Tél. 04.67.02.35.10 – Fax : 04.67.02.32.04
eric.bultel@culture.gouv.fr

LIMOUSIN

Marie-Hélène Virondeau
DRAC
6 rue Haute-de-la-Comédie
87036 Limoges cedex
Tél. 05.55.45.66.67 – Fax : 05.55.45.66.01
marie-helene.virondeau@culture.gouv.fr

LORRAINE

Laurent Bogen
DRAC
6 Place de Chambre
57045 Metz cedex 1
Tél. 03.87.56.41.69 – Fax : 03.87.75.28.28
laurent.bogen@culture.gouv.fr

MARTINIQUE

Serge Vert-Pré
DRAC
54 rue du Professeur Raymon Garcin
97200 Fort-de-France
Tél. (0596) 60.05.36 –
Fax : (0596) 64.27.84
serge.vert-pre@culture.gouv.fr

MAYOTTE**Jean-Michel Treguer**

(chargé de mission pour les affaires culturelles)
Préfecture, Représentation
du Gouvernement
B.P. 676
97600 Mamoudzou
Tél. (0269) 60.52.18 –
Fax : (0269) 63. 51.27
jean-michel.treguer@mayotte.pref.gouv.fr

MIDI-PYRÉNÉES**Marc Latané**

DRAC
32 rue de la Dalbade – BP 811
31080 Toulouse cedex 06
Tél. 05.67.73.20.39 – Fax : 05.61.23.12.71
marc.latane@culture.gouv.fr

NORD-PAS-DE-CALAIS**Philippe Tavernier**

DRAC
Hôtel Scrive – 1 rue du Lombard
59041 Lille cedex
Tél. 03.28.36.62.15 – Fax : 03.28.36.62.26
philippe.tavernier@culture.gouv.fr

BASSE-NORMANDIE**Laurent Fouquet**

DRAC
13 bis, rue Saint-Ouen
14052 Caen cedex 04
Tél : 02.31.38.39.70 – Fax : 02.31.23.84.65
laurent.fouquet@culture.gouv.fr

HAUTE-NORMANDIE**Laurent Fouquet**

DRAC
Cité Administrative
2 rue Saint-Sever
76032 Rouen cedex
Tél. 02.35.63.61.79 – Fax : 02.35.63.77.54
laurent.fouquet@culture.gouv.fr

NOUVELLE-CALÉDONIE**Emmanuelle Charrier**

(chef de la mission)
DRAC
BPC5
56 rue bataille
98844 Nouméa
Tél. (0687) 24.21.81 –
Fax : (0687) 24.21.80
emmanuelle.charrier@nouvelle-caledonie.gouv.fr

PAYS DE LA LOIRE**Frédérique Jamet**

DRAC
1 rue Stanislas Baudry
BP 63518 – 44035 Nantes cedex 1
Tél. 02.40.14.28.16 – Fax : 02.40.14.23.01
frederique.jamet@culture.gouv.fr

PICARDIE**Éric Halgand**

DRAC
5 rue Henri Daussy
80044 Amiens cedex 1
Tél. 03.22.97.34.54 – Fax : 03.22.97.34.46
eric.halgand@culture.gouv.fr

POITOU-CHARENTES**Frédérique Ehrmann**

DRAC
Hôtel de Rochefort
102 Grand'Rue
B.P. 553
86020 Poitiers cedex
Tél. 05.49.36.30.67 – Fax : 05.49.88.32.02
frederique.ehrmann@culture.gouv.fr

PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR**Isabel Martinez**

(par interim)
DRAC
23 boulevard du Roi-René
13617 Aix-en-Provence cedex 1
Tél. 04.42.16.14.13 – Fax : 04.42.16.19.52
isabel.martinez@culture.gouv.fr

RÉUNION**Christophe Pomez**

DRAC
23, rue Labourdonnais
97464 Saint-Denis Cedex
Tél. (0262) 21.91.48 – Fax : (0262) 41.61.93
christophe.pomez@culture.gouv.fr

RHÔNE-ALPES**Antoine Trotet**

DRAC
Le Grenier d'Abondance
6 Quai St Vincent
69283 Lyon cedex 01
Tél. 04.72.00.44.61 – Fax : 04.72.00.43.30
antoine.trotet@culture.gouv.fr

SAINT-PIERRE ET MIQUELON

DRAC
Conseil territorial
Place du Colonel Pigeaud
97500 Saint Pierre et Miquelon
Tél. (0508) 41.28.43 – Fax : (0508) 41.30.18



les dossiers du CNC
n° 318 – mai 2011
bilan 2010

une publication du Centre national
du cinéma et de l'image animée
12 rue de Lübeck – 75784 Paris Cedex 16
www.cnc.fr

direction des études, des statistiques et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26 / fax 01 44 34 34 55

direction de la communication
tél. 01 44 34 36 95 / fax 01 44 34 34 73

directeur de la publication
Éric Garandeau



comité de rédaction

Stéphane Bedin, Nicolas Besson, Fanny Beuré, Corisande Bonnin,
Benoît Danard, Sylvain Dandine, Sophie Daubard, Martine Doré,
Stéphanie Gavardin, Jean-Pierre Guerrieri, Sophie Jardillier,
Caroline Jeanneau, Clément Malherbe, Gérard Mesguich, Ariane Nouvet,
Milvia Pandiani-Lacombe, Cindy Pierron

Le CNC tient particulièrement à remercier Martine Doré
pour la rédaction pendant plus de 30 années
des chapitres relatifs aux données internationales.

conception
Anaïs Lancrenon et Julien Lelièvre

impression
Bialec, Nancy – D.L. n° 66792

dépôt légal à parution
commission paritaire n°1224-ADEP, ISSN 1551-0358

prix unitaire 5€ / abonnement 30€
souscription pour un an soit 4 dossiers et 10 lettres
n° de CCP de l'Agent comptable du CNC: 906137 Paris

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.





les dossiers du CNC
n° 318 – mai 2011
bilan 2010

une publication du Centre national
du cinéma et de l'image animée

12 rue de Lübeck
75784 Paris Cedex 16
www.cnc.fr

direction des études, des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26 / fax 01 44 34 34 55

direction de la communication
tél. 01 44 34 36 95 / fax 01 44 34 34 73

