



BILAN 2020



ÉDITORIAL

3

1. LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

5

2. CINÉMA

2.1	La fréquentation des films en salles	14
2.2	La distribution	35
2.3	Le public du cinéma	49
2.4	L'exploitation	59
2.5	La production cinématographique	68

3. AUDIOVISUEL

3.1	L'audience de la télévision	84
3.2	Les films à la télévision	91
3.3	Les fictions à la télévision	102
3.4	La production audiovisuelle aidée	107
3.5	La télévision de rattrapage	117

4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

4.1	Le marché de la vidéo	126
4.2	La vidéo à la demande (VàD)	129
4.3	DVD et Blu-ray	140
4.4	Le jeu vidéo	150
4.5	Les industries techniques	160

5. INTERNATIONAL

5.1	L'exportation des films et des programmes audiovisuels	171
5.2	Les entrées des films français à l'étranger	180
5.3	Le cinéma dans le monde	184

6. ACTION PUBLIQUE

6.1	Les financements publics	200
6.2	L'égalité femmes / hommes	221
6.3	L'emploi	226

Éditorial

2020 a été marquée par une épidémie qui a frappé le monde entier et tous les secteurs d'activité.

Selon les données de l'INSEE, la filière cinématographique française a vu son chiffre d'affaires diminuer de 33 % en 2020 et perdre 1,5 Md€ de recettes. En effet, le niveau de fréquentation des salles françaises a atteint, en 2020, celui de l'année 1917, soit 65 millions d'entrées, une année noire en plein drame de la Première Guerre mondiale.

Le CNC s'est entièrement mobilisé pour venir en aide aux professionnels du secteur du cinéma et de l'audiovisuel dans ce contexte exceptionnel de crise sanitaire et les aider à se préparer pour l'avenir. Telle est sa vocation depuis sa création à la fin de la Seconde Guerre mondiale.

Les dotations exceptionnelles allouées par l'Etat au CNC pour financer des mesures de soutiens liées à la crise sanitaire s'élèvent à ce jour à plus de 400 M€ pour 2020 et 2021, en plus des dispositifs transversaux de soutiens de l'Etat (PGE, fonds de solidarité, activité partielle...), qui ont représenté 827 M€ en 2020.

Grâce à tous ces efforts exceptionnels, le CNC dispose des outils nécessaires pour répondre aux défis majeurs posés à nos filières. Car non seulement, les mutations au sein de toute l'industrie audiovisuelle ont été accélérées, mais aussi accentuées par la crise. Alors que la bataille des contenus et des géants du numérique va reprendre de plus fort dans les semaines et mois à venir, nous ne pouvons laisser notre avenir, celui de notre création française et européenne, celui de notre culture, dépendre essentiellement d'une poignée de géants nord-américains ou chinois de la distribution et des médias.

Au-delà du poids économique de la filière cinéma-audiovisuelle (0,8 % du PIB et près de 300 000 emplois), comme à la Libération, il s'agit pour la France de :

- garantir sa souveraineté et son indépendance culturelle, en intégrant rapidement les plateformes étrangères à notre modèle, via la transposition en droit français de la directive dite SMA, ce qui a été fait avant la fin de l'année 2020 pour la partie législative ;
- renforcer nos sociétés d'exploitation de salles, de production et de distribution d'une part, et miser sur la «R&D créative» d'autre part, avec un soutien accru aux auteurs, aux nouvelles écritures et aux écoles ;
- intensifier l'attractivité de la France comme terre de tournage et le rayonnement international de nos œuvres : à cet effet, nos studios sont en train d'être rehaussés au meilleur niveau international et la promotion de nos sa-

voir-faire et de notre cadre fiscal sera dotée de moyens inédits, notamment à travers la création d'une « maison unique » dédiée à l'exportation de nos œuvres cinématographiques aussi bien qu'audiovisuelles ;
- reconquérir, enfin, le jeune public qui se détourne de notre création.

À l'heure actuelle, la situation est toujours complexe mais l'espoir renaît, en France et dans le monde. Cette relance, qui reprend en mai 2021, est une opportunité unique dans l'histoire de notre pays pour ouvrir un nouveau temps de réforme à long terme, nous projeter avec les entreprises, les créateurs, dans un nouveau pacte culturel.

Dominique Boutonnat
Président du CNC

Dépenses des ménages en programmes audiovisuels en 2020 :

11,3 Md€

(-4,1 % par rapport à 2019)

dont :



47,2 %

télévision



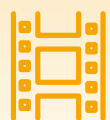
32,5 %

jeu vidéo



16,4 %

vidéo



3,8 %

cinéma





chapitre un

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels reculent de plus de 4 % à 11,3 Md€ en 2020

En 2020, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) diminuent de 4,1 % (-476,6 M€) par rapport à 2019 à 11,3 Md€ (toutes taxes comprises). Sur la même période, les dépenses totales de consommation des ménages reculent de 6,5 % selon l'INSEE. Les dépenses pour la vidéo (+23,0 %) et le jeu vidéo (+10,1 %) progressent alors que les dépenses pour la télévision (-2,7 %) et le cinéma en salles (-70,1 %) reculent. L'année 2020 a été marquée par l'épidémie de Covid-19, qui a eu des répercussions très importantes sur certains marchés, en particulier celui du cinéma.

En 2020, chaque foyer français (dont le nombre s'élève à 28,8 millions) dépense, en moyenne, 392 € en programmes audiovisuels (-5,2 % par rapport à 2019). En 2020, les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 185 € par foyer (-3,8 %), contre 128 € pour le jeu vidéo (+8,8 %), 64 € pour la vidéo (+21,5 %) et 15 € pour le cinéma (-70,5 %).

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français¹ (M€)

	2019 ²	2020
cinéma	1 448,7	432,6
télévision	5 473,4	5 327,8
abonnements TV	3 081,9	3 020,3
contribution audiovisuel public ²	2 391,5	2 307,6
vidéo	1 509,7	1 856,5
vidéo à la demande	1 102,9	1 560,3
vidéo physique	406,8	296,2
jeu vidéo	3 336,2	3 674,5
jeu vidéo dématérialisé	2 637,5	3 000,3
jeu vidéo physique	698,7	674,2
total	11 768,0	11 291,4

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

² Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur.

³ Données mises à jour.

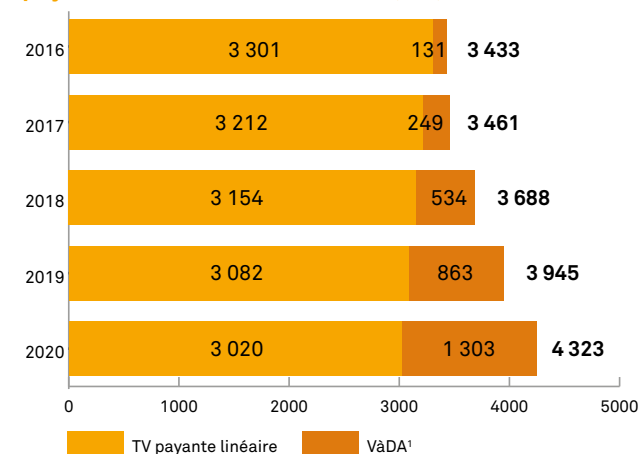
Source : CNC / AQQA, DGMIC, GfK, IDATE, SELL.

Le jeu vidéo constitue près du tiers des dépenses totales

La télévision est le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels. La part de la télévision dans les dépenses des ménages en programmes audiovisuels s'établit à 47,2 % en 2020 (46,5 % en 2019) dont 26,7 % pour les abonnements (26,2 % en 2019) et 20,4 % pour la contribution à l'audiovisuel public (20,3 % en 2019). La part des dépenses de jeu vidéo s'élève à 32,5 % (28,4 % en 2019) dont 26,6 % pour le jeu vidéo dématérialisé (22,4 % en 2019) et 6,0 % pour le jeu vidéo physique (5,9 % en 2019). La part des dépenses de vidéo atteint 16,4 % (12,8 % en 2019) dont 13,8 % pour la vidéo à la demande (9,4 % en 2019) et 2,6 % pour la vidéo physique (3,5 % en 2019). La part des dépenses consacrées au cinéma s'établit à 3,8 % (12,3 % en 2019).

En 2020, les programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) représenteraient 40,4 % des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels (31,8 % en 2019).

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



¹ Vidéo à la demande par abonnement (données mises à jour).

Source : CNC

Les dépenses pour le cinéma en salles sont à leur plus bas niveau depuis 1980

En raison de l'épidémie de Covid-19, les salles de cinéma sont restées fermées pendant 162 jours en 2020 (entre le 15 mars et le 21 juin, puis entre le 30 octobre et le 31 décembre), soit près de la moitié de l'année. En 2020, la consommation cinématographique des foyers français diminue de 70,1 % par rapport à 2019 à 432,6 M€ (soit une baisse de plus de 1 Md€). Elle atteint ainsi son plus bas niveau depuis 1980 (430,7 M€). Le nombre d'entrées en salles s'établit à 65,2 millions (-69,4 %) et le prix moyen de la place de cinéma recule à 6,63 € (-2,4 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent en moyenne à 2,3 entrées par foyer en 2020, contre 7,5 entrées en 2019.

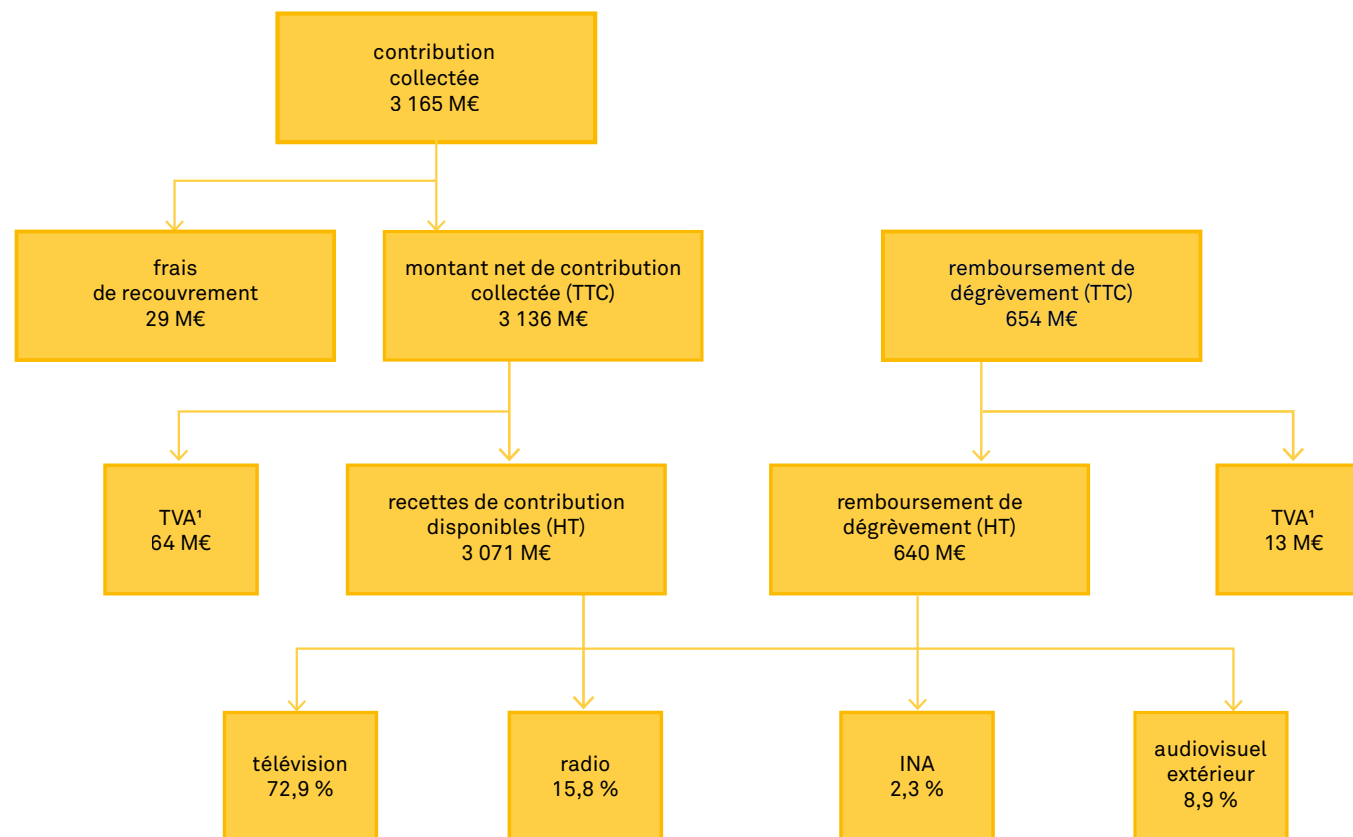
Les dépenses pour la télévision linéaire diminuent

En 2020, les dépenses des ménages consacrées à la télévision (télévision publique et télévision payante) baissent de 2,7 % par rapport à 2019 à 5 327,8 M€. La télévision publique et la télévision payante présentent des évolutions similaires.

En 2020, les dépenses directes des ménages consacrées à la télévision publique (part télévisuelle de la contribution à l'audiovisuel public, hors audiovisuel extérieur) diminuent de 3,5 % par rapport à 2019, à 2 307,6 M€. En 2020, le montant de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public est en baisse de 3,1 % à 3 164,5 M€. Les télévisions publiques nationales bénéficient de 72,9 % des ressources nettes issues de la contribution à l'audiovisuel public (73,2 % en 2019). Les dépenses des ménages sur ce poste ne traduisent pas directement un comportement de consommation. Elles reflètent les objectifs de la politique fiscale de l'État en matière de financement du secteur public de l'audiovisuel. Les dépenses de contribution à l'audiovisuel sont fonction du niveau de cette taxe, de ses modalités de perception, de l'évolution du parc de téléviseurs, de la politique d'exonération conduite et, enfin, de la répartition de la contribution entre les différents acteurs de l'audiovisuel public.

En 2020, les dépenses des ménages en matière de télévision payante linéaire baissent de 2,0 % par rapport à 2019 à 3 020,3 M€. En incluant la vidéo à la demande par abonnement, les dépenses des ménages en matière de télévision payante linéaire et non linéaire apparaissent en revanche en hausse de 9,6 % à 4 322,9 M€. Les dépenses pour la télévision payante n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de base de télévision par ADSL/fibre. En 2020, les revenus des services haut débit sur réseaux fixes (internet, télévision, téléphone) augmentent de 2,8 % par rapport à 2019 à 12,2 Md€ d'après l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP). Le nombre d'accès à la télévision couplés à un abonnement à internet augmente de 3,5 % sur un an à 21,7 millions.

La contribution à l'audiovisuel public en 2020



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

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

En 2020, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) progresse de 23,0 % par rapport à 2019 à 1 856,5 M€. Le marché de la vidéo à la demande, qui a bénéficié pendant le confinement strict du printemps 2020 d'un report des dépenses « empêchées » de divertissement des ménages (sorties au cinéma, théâtre, spectacle, etc.), continue à se développer (+41,5 % à 1 560,3 M€), porté principalement par la croissance des services par abonnement. Le marché de la vidéo physique accentue au contraire son recul (-27,2 % à 296,2 M€), notamment en raison de la fermeture de nombreux points de vente physiques pendant les deux confinements de l'année 2020 et de la réduction de l'offre de nouveautés, en lien avec la fermeture des salles de cinéma. En 2020, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) progressent de 10,1 % par rapport à 2019 à 3 674,5 M€. A l'image du marché de la vidéo, les dépenses de jeu vidéo dématérialisé sont en hausse (+13,8 % à 3 000,3 M€) alors que les dépenses de jeu vidéo physique diminuent (-3,5 % à 674,2 M€).

L'équipement audiovisuel des Français

93,2 % des Français sont équipés d'un téléviseur, 84,7 % d'un ordiphone, 76,0 % d'un ordinateur et 44,2 % d'une tablette

En 2020, chaque foyer est équipé en moyenne de 6 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et ordiphones). En 2020, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 93,2 % (-0,4 point par rapport à 2019) selon GfK. En 2020, les ventes de téléviseurs en France augmentent de 13,3 % par rapport à 2019 à 5,0 millions d'unités, en parallèle à l'augmentation de la durée d'écoute de la télévision en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19. En 2020, 36,2 % des foyers français sont équipés d'un écran ultra haute définition (UHD), contre 26,7 % en 2019.

5 millions de téléviseurs ont été vendus en 2020, soit le niveau le plus élevé depuis 2016.

En 2020, 38,9 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet, soit une progression de 5,8 points en un an. Par ailleurs, plus d'un foyer sur cinq est équipé d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT) dont les ventes sont en hausse de 14,5 % par rapport à 2019.

Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis 2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Au 2^e trimestre 2020, 59,2 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+1,0 point par rapport au 2^e trimestre 2019) selon le CSA, 48,9 % par le réseau hertzien (-0,4 point) et 19,9 % par le satellite (-2,0 points). La réception hertzienne concerne depuis 2019 moins de la moitié des foyers équipés d'un téléviseur.

Moins de la moitié des foyers sont désormais équipés d'un lecteur de DVD

En 2020, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec moins de 0,6 million d'unités vendues tous produits confondus, il diminue de 12,7 % par rapport à 2019. Les ventes de lecteurs de DVD baissent de 5,8 % à 0,3 million d'unités, les ventes de lecteurs de Blu-ray reculent de 12,2 % à 0,2 million d'unités et les ventes de lecteurs de vidéos portables sont en baisse de 36,2 % à moins de 0,1 million d'unités. En 2020, le taux d'équipement des foyers français s'établit à 45,6 % pour les lecteurs de DVD (-6,3 points par rapport à 2019) et à 25,5 % pour les lecteurs de Blu-ray (-1,5 point).

En parallèle, la part des foyers équipés en cinéma à domicile est en baisse pour la huitième année consécutive (8,0 % en 2020).

Plus d'un foyer sur cinq est équipé d'une passerelle multimédia (boîtier ou clé OTT) en 2020.

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

En 2020, le volume des ventes d'ordiphones baisse pour la cinquième année consécutive. L'ordiphone demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (16,1 millions d'unités vendues en 2020, contre 17,4 millions en 2019). En 2020, 84,7 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un ordiphone (+1,2 point par rapport à 2019) et 78,1 % possèdent un ordiphone 4G (+7,6 points). 1,2 million de téléphones compatibles avec la 5G, dont le lancement commercial est intervenu fin 2020, ont été vendus dans l'année (soit un taux d'équipement estimé à environ 2 % des individus). Les tablettes équipent 44,2 % des foyers français en 2020, contre 44,3 % en 2019. Après cinq années de baisse, les ventes de tablettes sont en hausse à 2,5 millions d'unités en 2020 (+3,9 % par rapport à 2019).

53,0 % des foyers français sont équipés d'une console de jeux en 2020.

En parallèle, le taux d'équipement des foyers français en ordinateur s'établit à 76,0 % (+0,2 point par rapport à 2019) avec un volume de ventes en hausse de 7,0 % à 4,0 millions d'unités. Et le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) s'élève à 53,0 % (+0,2 point) dont 49,5 % pour les consoles de salon (+0,5 point) et 24,2 % pour les consoles portables (+0,2 point). En 2020, le volume des ventes de consoles de jeux (tous types confondus) est stable par rapport à 2019 à 2,3 millions d'unités.

Équipement audiovisuel des foyers français

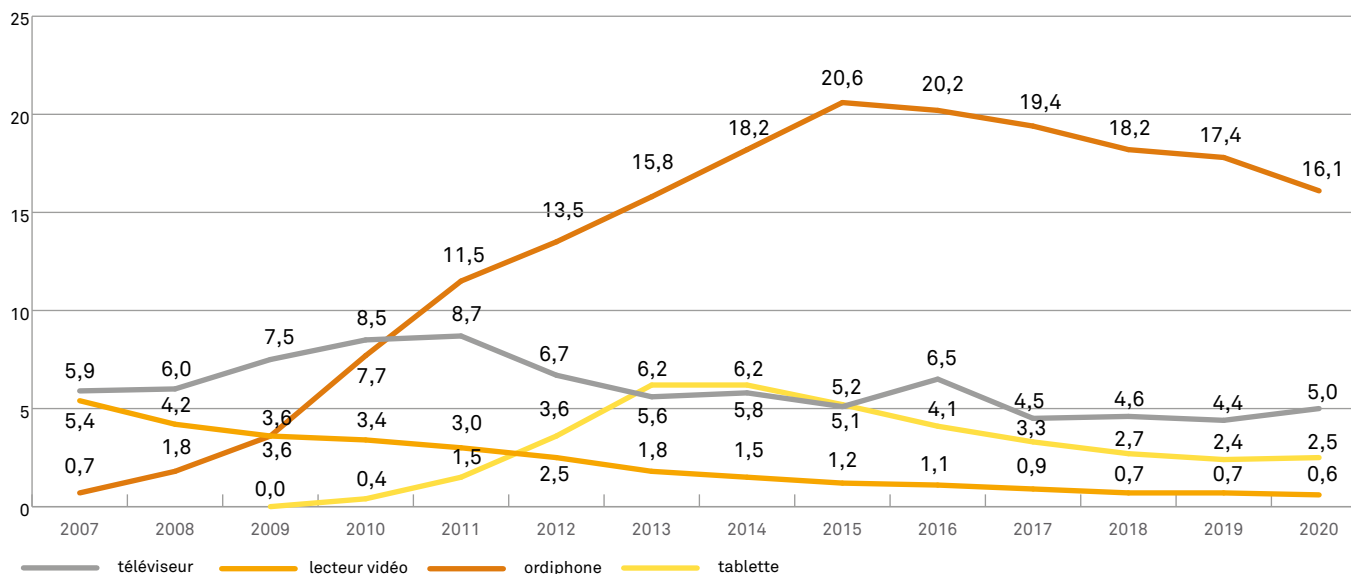
	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
téléviseur	26,6	26,6	26,6	26,6	26,8	94,9	94,1	94,0	93,6	93,2
téléviseur connectable	7,0	7,6	8,5	9,4	11,2	25,1	27,0	30,0	33,1	38,9
lecteur de DVD ¹	19,6	18,3	17,3	14,8	13,1	70,0	65,0	61,1	51,9	45,6
lecteur de Blu-ray ¹	8,0	8,1	8,2	7,7	7,3	28,5	28,8	29,0	27,0	25,5
cinéma à domicile	3,8	3,5	3,1	2,8	2,3	13,5	12,5	11,1	9,7	8,0
ordinateur	21,4	21,5	21,5	21,6	21,9	76,5	76,2	76,0	75,8	76,0
console de jeux	14,6	14,8	15,0	15,0	15,3	52,0	52,4	52,9	52,8	53,0
tablette	12,2	12,6	12,7	12,6	12,7	43,5	44,5	45,0	44,3	44,2
ordiphone ²	40,8	44,1	46,7	47,8	48,8	72,5	77,8	81,9	83,5	84,7

¹ Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.).

² % des individus de 11 ans et plus.

Source : GfK — Référence des équipements connectés.

Les ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)



Source : GfK.

Les usages audiovisuels des Français : télévision et internet

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

Le nombre d'internautes tend à se stabiliser. En 2020, 84,4 % des Français âgés de 2 ans et plus utilisent internet selon Médiamétrie (85,0 % en 2019).

Le temps passé quotidiennement sur internet sur ordinateur, tablette et téléphone atteint un record, notamment en raison de l'épidémie de Covid-19. En 2020, il s'établit à 2h25 chez les individus âgés de 2 ans et plus (+15 % par rapport à 2019) et à 4h23 chez les 15-24 ans (+24 %).

Le mobile représente les deux tiers du temps passé sur internet en 2020.

La durée d'écoute quotidienne de la télévision (+8 % par rapport à 2019 à 3h58), également portée par les conséquences de la crise sanitaire, demeure toutefois largement supérieure au temps passé sur internet (tous usages confondus) pour l'ensemble du public.

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

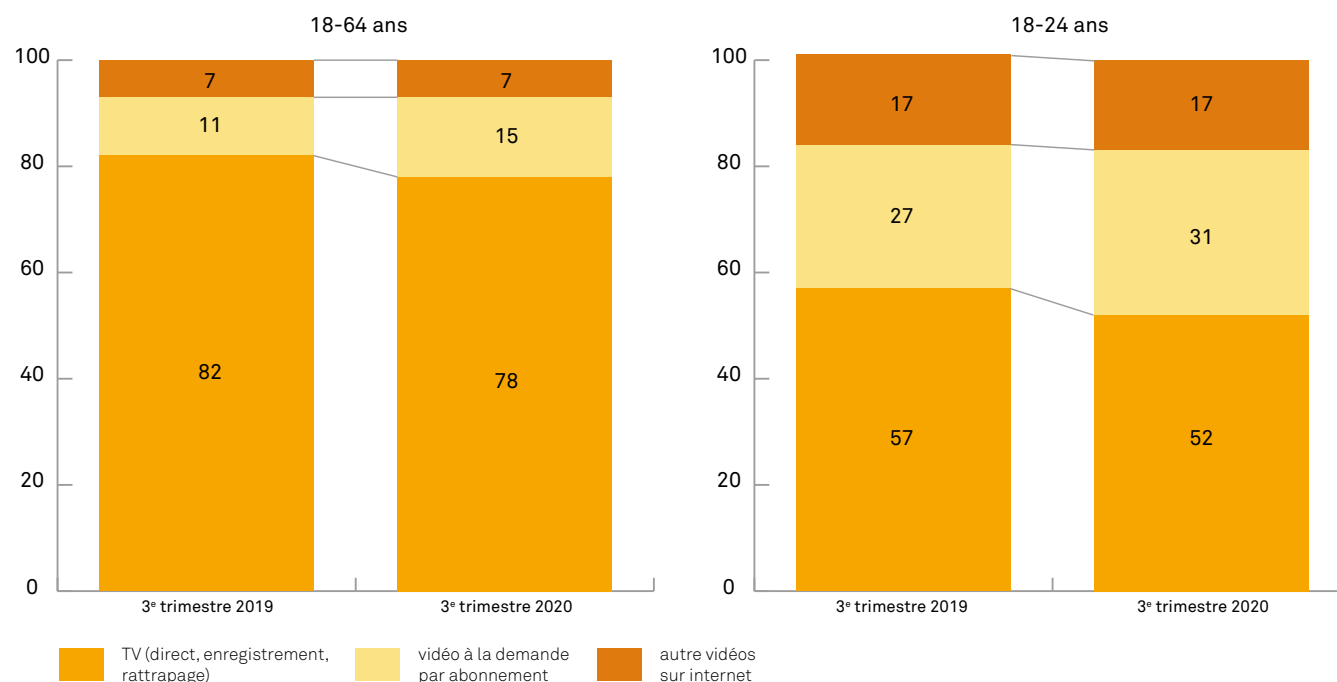
La consommation à la demande constitue près des trois quarts de la consommation vidéo des 18-24 ans

Les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale des Français. En prenant en compte l'ensemble des services audiovisuels (chaînes de télévision, vidéo à la demande par abonnement, autres vidéos sur internet) sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), les chaînes de télévision captent 78 % de la durée d'écoute totale de vidéo des 18-64 ans en France, contre 15 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et 7 % pour les autres vidéos sur internet au 3^e trimestre 2020 selon Ampere

Analysis. Pour les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 52 %, contre 31 % pour la VàDA et 17 % pour les autres vidéos sur internet. La part du temps passé sur les services de VàDA est toutefois en progression alors que la part de la télévision est en baisse par rapport au 3^e trimestre 2019.

Au 3^e trimestre 2020, la consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 44 % de la consommation vidéo des 18-64 ans (+8 points en un an) et 74 % de celle des 18-24 ans (+12 points).

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



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

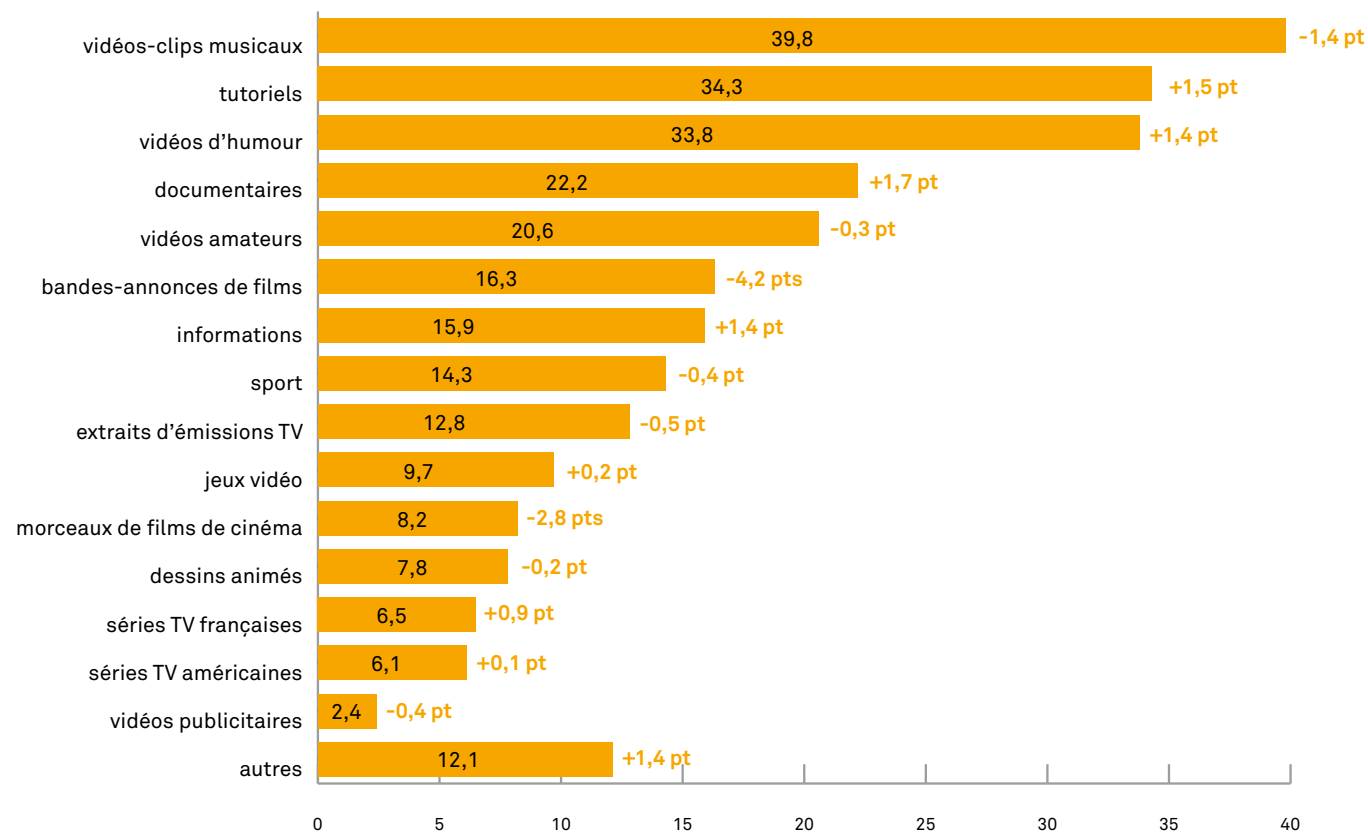
Remarques méthodologiques

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

Les vidéo-clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage devant les tutoriels

Les sites de partage de vidéos (comme YouTube, Dailymotion) captent la majorité de la consommation de vidéos sur internet (hors sites des chaînes de télévision et des services de vidéo à la demande). En 2020, 62,1 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà regardé des vidéos sur ce type de sites (-3,5 points par rapport à 2019). Cette proportion s'établit à 75,9 % pour les 3-14 ans (tranche d'âge intégrée à l'enquête en 2020), 86,8 % pour les 15-24 ans (-3,7 points), 79,8 % pour les 25-34 ans (+0,8 point), 66,0 % pour les 35-49 ans (-1,8 point) et 46,6 % pour les 50 ans et plus (-3,8 points). Pour le public âgé de 15 ans et plus, les vidéo-clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage : 39,8 % des utilisateurs de ces sites déclarent regarder ce type de contenus. Les tutoriels se placent en deuxième position (34,3 %), devant les vidéos d'humour (33,8 %). Alors que les salles de cinéma ont été fermées sur une longue période de l'année, les bandes-annonces de films enregistrent le plus fort recul (-4,2 points à 16,3 %). Pour le public de 3-14 ans, les dessins animés arrivent en première position, devant les vidéo-clips musicaux et les vidéos d'humour.

Genres de programmes regardés sur les sites de partage de vidéo sur internet en 2020 (% des utilisateurs, évolution en points par rapport à 2019)



Source : Vertigo (15 ans et plus).

La part du public qui regarde des bandes-annonces de films de cinéma sur les sites de partage de vidéo baisse à 16,3 %.

chapitre deux

CINÉMA



En 2020 :

65,2 millions d'entrées

(-69,4 % par rapport à 2019) dont :



8,6 millions d'entrées
pour les films d'autres nationalités
(-63,2 % par rapport à 2019),
soit une part de marché de 13,5 %



26,5 millions d'entrées
pour les films américains
(-76,6 % par rapport à 2019),
soit une part de marché de 41,6 %



28,6 millions d'entrées
pour les films français
(-60,8 % par rapport à 2019),
soit une part de marché de 44,9 %



2.1

La fréquentation des films en salles

Remarques méthodologiques

La fréquentation dans les salles de cinéma relève de la projection de films de long métrage, de films de court métrage et de programmes de hors film (captations de spectacles, programmes audiovisuels, etc.). Certaines analyses sont présentées sur l'ensemble des programmes, d'autres uniquement sur le long métrage.

Les recettes s'entendent toutes taxes comprises (TTC). La recette moyenne par entrée (RME) résulte de la division des recettes aux guichets des salles par les entrées payantes, déclarées par les exploitants. La RME tient compte à la fois des entrées payantes hors abonnements illimités et des entrées réalisées dans le cadre de ces abonnements, pour lesquelles les recettes sont valorisées conformément au prix de référence.

Plus bas niveau d'entrées depuis 1917

Avec 65,2 millions de billets vendus en 2020 en France métropolitaine, les entrées payantes en salles reculent de 69,4 % par rapport à 2019. L'année 2020 a été profondément marquée par la crise sanitaire entraînant la fermeture des lieux culturels, et donc des cinémas, pendant près de la moitié de l'année (162 jours au total allant du 14 mars au 21 juin et du 30 octobre au 31 décembre), et à des périodes où la fréquentation est d'habitude particulièrement dynamique comme les fêtes de fin d'année. De plus, les contraintes imposées par les gestes barrières, comme les jauges en nombre de spectateurs, et la crainte des Français de se rendre dans les lieux publics ont largement entamé les résultats à la réouverture.

En 2020, la fréquentation des salles de cinéma en France est toujours la plus élevée de l'Union Européenne. Dans tous les autres grands marchés européens, celle-ci est également en très forte baisse. L'Allemagne affiche un recul légèrement moins prononcé (-67,9 %) qu'en France à l'inverse de l'Italie (-71,2 %) et l'Espagne (-79,4 %). Au Royaume-Uni, les entrées en salles chutent de 75,0 % par rapport à 2019.

Depuis le 1^{er} janvier 2017, les cinémas des départements et régions d'Outre-mer sont soumis à la TSA et doivent déclarer leur fréquentation au CNC. En 2020, les 23 cinémas (sur 30) ayant communiqué leurs entrées cumulent 1,1 million d'entrées (-71,4 % par rapport à 2019).

Chute des recettes de plus d'1 Md€

En 2020, la recette aux guichets des salles de cinéma atteint 432,6 M€ (-70,1 %), soit 1 016,1 M€ de moins par rapport à 2019. La recette hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 363,4 M€ en 2020.

Fréquentation des salles de cinéma¹

	entrées (millions)		recettes guichets ² (M€)		recette moyenne par entrée ² (€)		séances (millions)	
	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage
2011	217,2	214,7	1 374,7	1 356,9	6,33	6,32	7,0	7,0
2012	203,6	201,1	1 306,5	1 288,8	6,42	6,41	7,2	7,1
2013	193,7	191,1	1 250,9	1 232,7	6,46	6,45	7,3	7,2
2014	209,1	205,7	1 333,3	1 307,4	6,38	6,36	7,6	7,5
2015	205,4	202,2	1 331,7	1 309,7	6,48	6,48	7,8	7,7
2016	213,2	209,7	1 388,4	1 366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1 380,6	1 357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1 336,9	1 310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,2	209,4	1 448,7	1 422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,2	63,7	432,6	423,6	6,63	6,65	4,2	4,2
évol 20/19	-69,4%	-69,6%	-70,1%	-70,2%	-2,4%	-2,1%	-50,7%	-51,0%

¹ Données provisoire pour 2020. ² Recettes toutes taxes comprises (TTC). ³ Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.
Source : CNC

Une recette moyenne par entrée à 6,63 €

En 2020, la baisse des recettes est supérieure à celle des entrées. Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes recule de 2,4 % par rapport à 2019 pour s'établir à 6,63 € TTC en 2020. La RME hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 5,57 € en 2020, contre 5,71 € en 2019.

Plusieurs phénomènes peuvent être avancés pour expliquer ce recul. D'une part, nombre de cinémas, et notamment parisiens, acceptent les cartes d'abonnement à entrées illimitées et les cinéphiles sont les premiers à être retournés en salles, dont certains dès la première séance du matin. Ces entrées, valorisées en-deçà du tarif usuel, ont sans doute entraîné une baisse mécanique de la recette moyenne par entrée. D'autre part, plusieurs opérations ont été lancées pendant le premier confinement pour soutenir les cinémas avec, par exemple, l'achat de billets en prévente à des tarifs avantageux et permettant aux cinémas d'accumuler un niveau minimum de trésorerie. Ces opérations ont concerné tous les types d'établissements mais ont sans doute davantage bénéficié aux petits. Enfin, le nombre de films exploités en 3D avec supplément de prix a été divisé par trois en 2020.

65,2 millions d'entrées en 2020 (-69,4 % par rapport à 2019).

4,2 millions de séances

En 2020, la programmation cinématographique est divisée par deux. Les contraintes sanitaires ont obligé les exploitants à organiser leurs séances pour réduire au maximum les mouvements et contacts entre les spectateurs sortants et entrants. Le couvre-feu à 21h instauré à partir du 17 octobre 2020 en Ile-de-France et dans huit métropoles (Aix-Marseille, Grenoble, Lille, Lyon, Montpellier, Rouen, Saint-Etienne et Toulouse), ensuite étendu à 54 départements, réduit mécaniquement le nombre de séances. 4,2 millions de séances payantes sont organisées dans les salles de cinéma en 2020 (-50,7 % par rapport à 2019).

La recette moyenne par entrée s'élève à 6,63 € TTC (-2,4 % par rapport à 2019).

98 % des entrées générées par le long métrage

En 2020, les longs métrages cinématographiques occupent 98,3 % des séances. Ils génèrent 63,7 millions d'entrées (-69,6 % par rapport à 2019) et 423,6 M€ de recettes (-70,2 %), soit 97,6 % des entrées et 97,9 % des recettes totales. En 2020, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage s'élève à 6,65 € (6,80 € en 2019).

1 % des recettes générées par le hors film

À l'échelle nationale, le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, événements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,2 % des séances, 0,4 % des entrées et 1,0 % des recettes totales en 2020. Le genre représente 0,3 million d'entrées en 2020 (-73,6 % par rapport à 2019), tandis que les recettes correspondantes s'élèvent à 4,2 M€ (-73,3 %). La recette moyenne TTC par entrée du hors film est de 15,88 € en 2020 (15,68 € en 2019). En 2020, les trois meilleures performances sont réalisées par : *les Fourberies de Scapin* (captation d'une représentation de la Comédie Française - 36 570 entrées), *Petit ours brun le spectacle* (captation d'un spectacle pour enfants - 34 151 entrées) et *Porgy and Bess 2020* (captation d'un opéra au Metropolitan Opera - 21 437 entrées). A noter que le premier programme hors film de 2019, *Mylène Farmer 2019 le film*, enregistrait plus de 130 000 entrées.

1,5 % des séances consacrées au court métrage

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,5 % des séances et cumulent 1,3 million d'entrées (-55,2 % par rapport à 2019) et 4,8 M€ de recettes (-52,9 %). La recette moyenne TTC par entrée des programmes de courts métrages est de 3,75 € en 2020 (3,56 € en 2019).

Hausse de la part de marché des films français

La crise sanitaire a eu un impact particulièrement négatif sur la fréquentation cinématographique. Dans ce contexte difficile, la baisse de la fréquentation a été plus limitée pour les films français : -60,8 % à 28,6 millions d'entrées en 2020. La part de marché du cinéma français progresse à 44,9 % (34,8 % en 2019), soit le plus haut niveau depuis 2008 (45,5 % - année de la sortie en salles de *Bienvenue chez les Ch'tis*). Sur les dix dernières années, la part de marché des films français est de 38,4 %.

La crise sanitaire et la fermeture des salles sans visibilité de réouverture ont entraîné une sous-représentation des films américains dans l'offre, les distributeurs ayant préféré reporter leur sortie. À l'inverse, les distributeurs de films nationaux ont choisi de placer leurs films dès la réouverture des salles.

Les Enfants du temps, 1^{er} film non européen et non américain en termes d'entrées en 2020.

Plus bas niveau d'entrées pour les films américains

Les films américains enregistrent 26,5 millions d'entrées (-76,6 % par rapport à 2019), résultat le plus bas enregistré depuis 1949 (première année des statistiques par nationalité). La part de marché du cinéma américain s'établit à 41,6 % en 2020 (-12,4 points par rapport à 2019), niveau très inférieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (48,5 %).

C'est la première fois depuis 2008 que la part de marché des films français est supérieure à celle des films américains. Depuis 1981, ce phénomène s'est produit huit fois et seulement deux fois depuis 1991.

Recul sensible de la fréquentation des films européens non français

Les entrées des films européens non français reculent de 65,5 % en 2020 par rapport à 2019 pour s'établir à 5,9 millions. Leur part de marché augmente de 1,1 point à 9,3 %. La baisse est moins prononcée pour les films britanniques (-63,1 %, soit -6,6 millions), notamment grâce à la sortie en salles de *Tenet*, premier film au classement de l'année.

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains diminuent de 56,7 % par rapport à 2019 à 2,7 millions d'entrées en 2020, soit une part de marché de 4,2 % (2,9 % en 2019). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est le film d'animation japonais *les Enfants du temps* en 2020 (226 000 entrées).

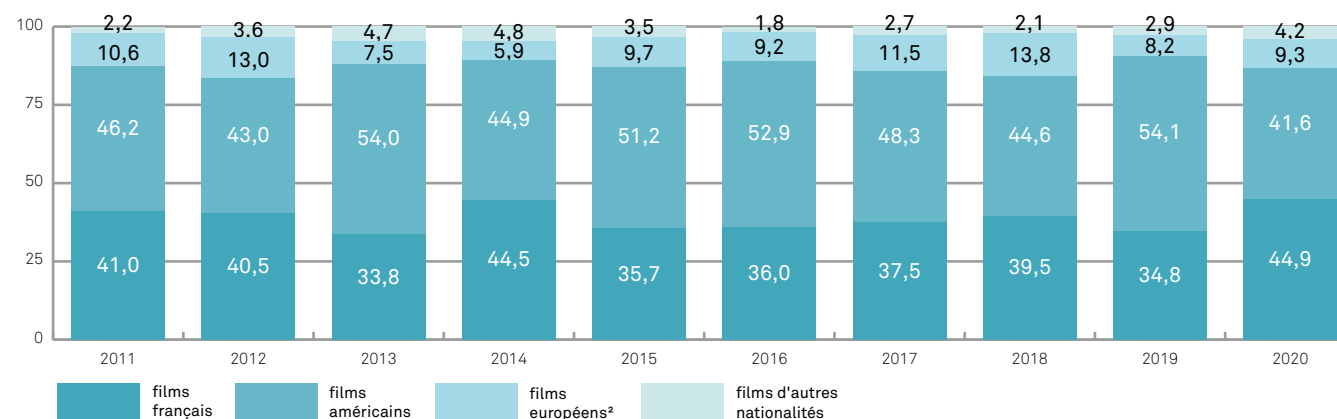
Une part de marché des films français en hausse à 44,9 % (+10,1 points par rapport à 2019).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol 20/19
films français	88,0	81,4	64,6	91,4	72,1	75,6	77,1	77,8	72,8	28,6	-60,8%
100% français	60,9	56,2	43,2	63,5	45,3	48,7	58,9	63,3	52,0	19,9	-61,8%
majoritaires français	21,1	19,4	17,7	23,3	21,5	19,2	14,7	9,4	16,7	6,8	-59,6%
minoritaires français	6,0	5,8	3,7	4,6	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	-52,9%
films américains	99,1	86,4	103,2	92,3	103,5	111,0	99,4	88,0	113,2	26,5	-76,6%
films européens²	22,9	26,1	14,3	12,1	19,6	19,3	23,7	27,2	17,2	5,9	-65,5%
allemands	2,0	0,9	1,8	2,0	2,9	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	-65,3%
britanniques	16,5	20,8	8,4	6,6	14,5	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	-63,1%
espagnols	2,8	1,2	1,4	0,3	0,6	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	-85,3%
italiens	0,5	0,8	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	-76,8%
films d'autres nationalités	4,7	7,2	8,9	9,9	7,0	3,9	5,6	4,2	6,2	2,7	-56,7%
total	214,7	201,1	191,1	205,7	202,2	209,7	205,9	197,2	209,4	63,7	-69,6%

¹ Données provisoire pour 2020. ² Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

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



¹ Données provisoires pour 2020. ² Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Forte baisse des recettes des films américains

En 2020, les films français réalisent 180,2 M€ de recettes guichets (-61,5 % par rapport à 2019), les films américains 185,5 M€ (-77,1 %), les films européens non français 41,2 M€ (-62,2 %) et les films d'autres nationalités 16,6 M€ (-55,9 %).

Les films français captent 42,5 % des recettes et 44,9 % des entrées des films de long métrage en 2020. La part de marché du cinéma américain s'établit à 43,8 % des recettes et 41,6 % des entrées en 2020. Le différentiel

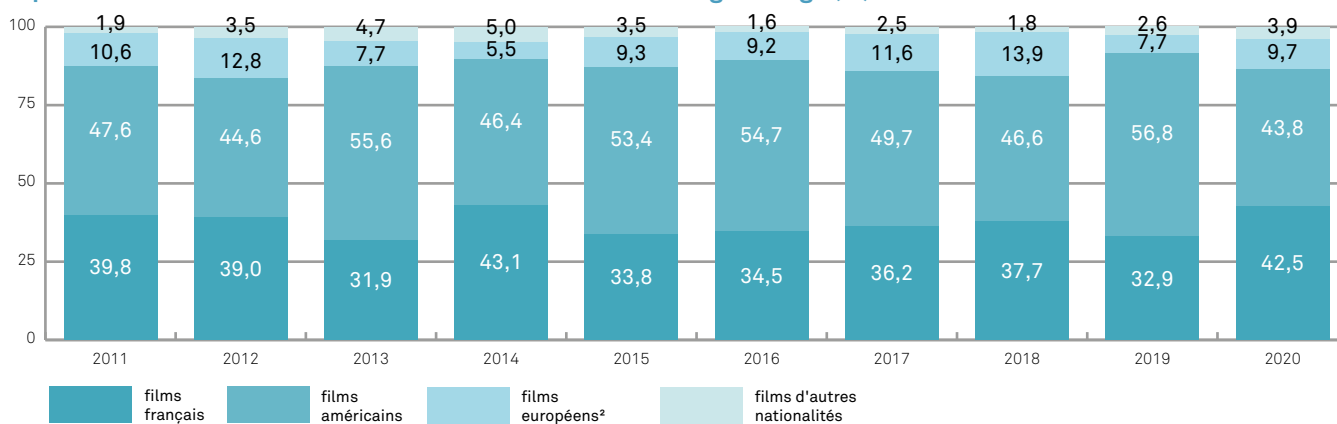
de part de marché entre recettes et entrées implique une recette moyenne par entrée plus élevée pour les films américains (7,00 € en 2020, -2,0 % par rapport à 2019) que pour les films français (6,31 €, -1,8 %). Sur les dix dernières années, cet écart se situe entre 0,39 € (2011) et 0,72 € (2019) et est souvent corrélé à l'offre de films en 3D (séance où le prix du billet est plus élevé) au sein de laquelle les films américains sont plus nombreux. En 2020, l'écart s'établit à 0,69 €.

Recettes selon la nationalité des films (M€)¹

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol 20/19
films français	540,1	502,6	393,3	564,0	442,9	471,4	491,9	493,5	467,7	180,2	-61,5%
films américains	646,4	575,4	685,8	606,9	699,0	747,9	675,2	611,0	808,5	185,5	-77,1%
films européens ²	144,3	165,3	95,4	71,5	122,4	125,9	157,5	182,1	108,9	41,2	-62,2%
autres films	26,2	45,4	58,2	65,0	45,4	21,2	33,3	24,0	37,6	16,6	-55,9%
total	1 356,9	1 288,8	1 232,7	1 307,4	1 309,7	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 422,7	423,6	-70,2%

¹ Données provisoires pour 2020. ² Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

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



¹ Données provisoires pour 2020. ² Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Près de 6 000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France reste particulièrement riche malgré la pandémie avec 5 726 films projetés en 2020 (-30,2 %), contre 8 200 en 2019. 365 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2020 (746 en 2019 et 637 en moyenne sur les dix dernières années), soit -51,1 %. Ils concentrent 82,0 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année (91,5 % en 2019). Il s'agit du niveau le plus bas depuis 1995 (80,5 %).

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

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2011	93,5	4,0	2,6	100,0
2012	90,1	5,9	4,0	100,0
2013	91,7	4,8	3,5	100,0
2014	91,5	5,5	3,0	100,0
2015	89,9	7,0	3,1	100,0
2016	91,7	5,4	3,0	100,0
2017	92,1	4,7	3,2	100,0
2018	89,3	6,5	4,1	100,0
2019	91,5	5,0	3,6	100,0
2020	82,0	12,9	5,1	100,0

¹ Données provisoires pour 2020.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Sept films inédits exploités en 3D

En 2020, sept films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (24 en 2019). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 2,3 % des entrées (61 400 entrées) et 4,1 % des recettes (735 000 €) des films concernés. En 2019, les projections en 3D assuraient 12,8 % des entrées (8,4 millions) et 19,4 % des recettes (92,0 M€) totales des 24 films inédits sortis intégralement ou partiellement en 3D.

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

Après un recul sensible entre 2015 et 2016, la concentration des entrées sur quelques titres progresse nettement. En 2020, les 30 films les plus performants totalisent 51,2 % des entrées annuelles (46,6 % en 2019), soit un niveau supérieur à la moyenne constatée sur les dix dernières années (45,6 %).

En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants progresse par rapport à 2019 mais reste à un niveau inférieur à la moyenne des dix dernières années. Les 30 films français les plus performants génèrent 62,3 % des entrées totales des films français de long métrage en 2020, contre 57,3 % en 2019 et 61,6 % en moyenne sur la période 2011-2020.

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

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2011	26,8	38,4	46,4	58,2	75,8
2012	23,3	36,6	45,9	58,6	76,1
2013	19,8	31,5	40,9	54,4	72,7
2014	22,8	34,8	44,0	57,6	74,8
2015	25,3	39,3	49,0	60,3	76,7
2016	19,1	32,6	42,5	55,9	73,3
2017	20,3	34,1	43,9	57,3	74,7
2018	22,7	36,2	45,4	57,0	73,2
2019	26,1	37,7	46,6	58,9	76,3
2020	26,0	40,2	51,2	64,1	81,2

¹ Données provisoires pour 2020.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Trois films français cumulent plus de 2 millions d'entrées

13 films dépassent le seuil du million d'entrées en 2020, contre 51 en 2019. C'est le niveau le plus bas enregistré depuis 1992 (première année des statistiques en termes de tranche d'entrées). Trois titres réalisent plus de deux millions d'entrées en 2020 (22 en 2019). Pour la première fois depuis 1992, aucun film ne cumule plus de quatre millions d'entrées.

Quatre films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2020, contre 17 en 2019. Aucun film français ne franchit le seuil des deux millions d'entrées, ce qui n'était jamais arrivé depuis 1992. Le premier film français en termes d'entrées est *Ducobu 3* (1,50 million).

Parallèlement, huit films américains enregistrent plus d'un million d'entrées en 2020 (32 en 2019) dont deux dépassent le seuil des deux millions (19 en 2019).

En 2020, un film européen non français franchit le seuil du million d'entrées, comme en 2019. Le premier film du classement 2020 est un titre britannique, *Tenet* (2,35 millions d'entrées).

Aucun titre non européen et non américain ne réalise plus de 500 000 entrées en 2020 (deux en 2019). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est *70°*, *les Enfants du temps* (226 000 entrées).

Films de long métrage atteignant un seuil d'entrées¹

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500 000	plus de 100 000
tous films					
2016	3	26	53	106	263
2017	4	24	56	94	252
2018	5	22	42	97	256
2019	7	22	51	100	249
2020	-	3	13	33	118
films français					
2016	1	6	18	44	119
2017	2	5	18	36	125
2018	3	7	11	38	127
2019	1	3	17	39	122
2020	-	-	4	14	63
films américains					
2016	2	18	31	56	106
2017	2	17	32	47	92
2018	2	12	27	48	86
2019	6	19	32	52	94
2020	-	2	8	17	36

¹ Données provisoires pour 2020.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Ducobu 3, 1^{er} film français en termes d'entrées et 6^e au classement général en 2020.

Un film britannique à la première place du classement des films

En 2020, la première place du box-office est occupée par le thriller britannique, *Tenet*, avec 2,35 millions d'entrées. Le film historique américain, *1917*, prend la deuxième place du classement 2020, avec 2,23 millions d'entrées. Le film d'aventures américain, *Sonic le film*, occupe la troisième place avec 2,12 millions d'entrées.

En 2020, les trois films les plus performants cumulent 6,7 millions d'entrées, soit 10,5 % du total annuel réalisé par les films de long métrage. En 2019, les trois films ayant réalisé le plus d'entrées cumulaient 11,0 % de la fréquentation annuelle des films de long métrage.

Parmi les 13 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2020, figurent deux films exploités partiellement ou intégralement en 3D, *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* (film de science-fiction américain sorti en décembre 2019) et *Le Voyage du Dr Dolittle* (comédie américaine sortie en février 2020). Un film est recommandé Art et Essai : *1917* (film historique américain).

Tenet, 1^{er} au classement des films en 2020.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2020

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées (millions)
1	<i>Tenet</i>	GB	26/08/20	2,35
2	<i>1917</i>	US	15/01/20	2,23
3	<i>Sonic le film</i>	US	12/02/20	2,12
4	<i>Bad boys for life</i>	US	22/01/20	1,73
5	<i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	US	18/12/19	1,69
6	<i>Ducobu 3</i>	FR / BE	05/02/20	1,50
7	<i>Le Voyage du Dr Dolittle</i>	US	05/02/20	1,32
8	<i>L'Appel de la forêt</i>	US	19/02/20	1,27
9	<i>10 jours sans maman</i>	FR	19/02/20	1,18
10	<i>30 jours max</i>	FR	14/10/20	1,14
11	<i>Les Blagues de Toto</i>	FR / LUX / BE	05/08/20	1,06
12	<i>Birds of prey et la fantastique histoire de Harley Quinn</i>	US	05/02/20	1,05
13	<i>Les Trolls 2 : tournée mondiale</i>	US	14/10/20	1,01

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

Six films à plus de cinq millions d'entrées depuis janvier 2019

Depuis janvier 2019, six films ont réalisé plus de cinq millions d'entrées : *Le Roi Lion*, *la Reine des neiges 2*, *Avengers : Endgame*, *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?*, *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* et *Joker*.

Au total, au cours des deux dernières années, 11 films génèrent plus de trois millions d'entrées dont un film français, *Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?* et un film recommandé Art et Essai, *Joker*.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2019 et décembre 2020

titre	nationalité ¹	sortie	entrées (millions)
1 <i>Le Roi Lion</i>	US	17/07/19	9,85
2 <i>La Reine des neiges 2</i>	US	20/11/19	7,53
3 <i>Avengers : Endgame</i>	US	24/04/19	6,83
4 <i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au Bon Dieu ?</i>	FR / BE	30/01/19	6,72
5 <i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	US	18/12/19	6,06
6 <i>Joker</i>	US	09/10/19	5,61
7 <i>Toy Story 4</i>	US	26/06/19	4,52
8 <i>Dragons 3 : le monde caché</i>	US	06/02/19	3,39
9 <i>Captain Marvel</i>	US	06/03/19	3,31
10 <i>Jumanji : next level</i>	US	04/12/19	3,26
11 <i>Spider-Man : far from home</i>	US	03/07/19	3,24

¹ FR: France / BE: Belgique / US: Etats-Unis.
Source: CNC.

Remarques méthodologiques

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

Près de 30 % des entrées pour les comédies

Jusqu'en 2017, la comédie générait la plus grande part de la fréquentation en France. En 2018 et 2019, ce sont les films d'aventures qui cumulaient le plus d'entrées. En 2020, la comédie reprend sa place et est de nouveau le genre qui cumule le plus d'entrées. Les 63 comédies sorties dans l'année (17,3 % de l'offre de films en première exclusivité) ont réalisé 29,2 % des entrées des films en première exclusivité (15,3 millions). Cinq comédies dépassent le million d'entrées en 2020, dont quatre sont des films français.

La comédie, genre incontournable du cinéma français.

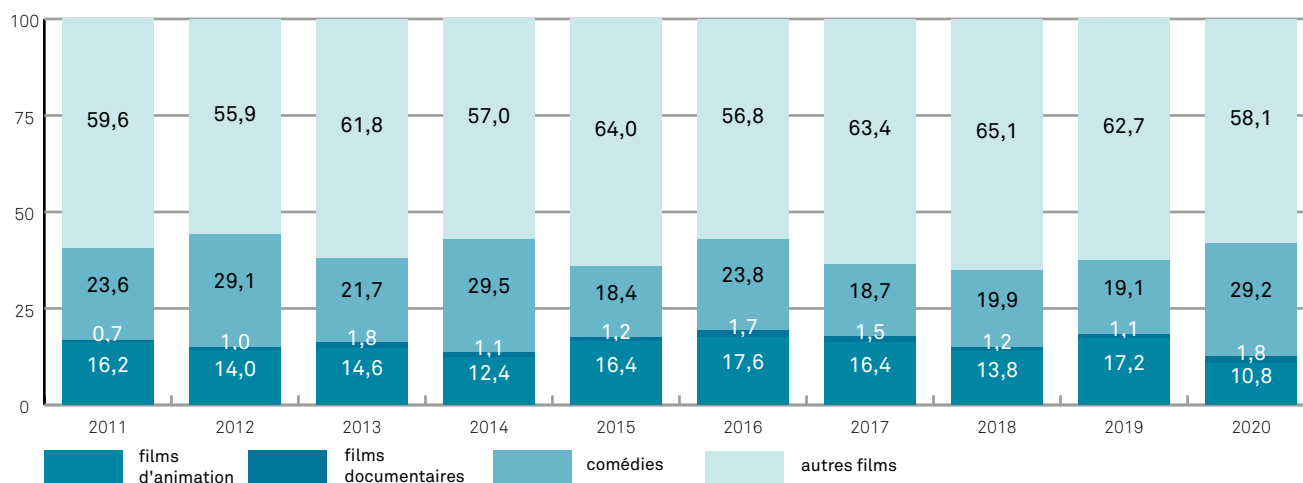
Moins de 6 millions d'entrées pour l'animation

En 2020, l'offre de films d'animation recule de moitié à 25 titres inédits, contre 52 en 2019. L'animation génère, en moyenne, davantage d'entrées par film que la plupart des autres genres. Elle représente 6,8 % des films inédits en 2020 et génère 10,8 % des entrées, soit 5,7 millions (82,8 % par rapport à 2019). Il s'agit du plus bas niveau depuis 2008 (9,1 % et 17,2 millions d'entrées). Un seul film d'animation réalise plus d'un million d'entrées en 2020 : *les Trolls 2 : tournée mondiale* (13^e au classement avec 1,01 million d'entrées).

Un million d'entrées pour le documentaire

L'offre de documentaires en première exclusivité recule en 2020 pour atteindre 75 films (153 en 2019). Ils représentent 20,5 % des films en première exclusivité et génèrent 1,8 % des entrées, soit 1,0 million. Le film français *Marche avec les loups* est le documentaire qui réalise le plus d'entrées (0,18 million).

Répartition des entrées selon le genre du film¹ (%)



¹Données provisoires pour 2020.

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

Source : CNC.

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

En 2020, les entrées des films Art et Essai reculent de 67,9 % par rapport à 2019 à 19,0 millions. Celles des films non recommandés reculent de 70,2 %. La part des films recommandés dans la fréquentation totale s'élève à 29,8 % en 2020 (28,3 % en 2019), soit le plus haut niveau depuis 2005 (34,8 %, année de la sortie en salles de *Charlie et la chocolaterie* qui a réalisé 4,24 millions d'entrées). 3 430 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2020 (4 640 en 2019), dont 188 films inédits (420 en 2019).

Un film recommandé Art et Essai réalise plus d'un million d'entrées en 2020 (12 en 2019), *1917* avec 2,23 millions d'entrées (1^{er} au classement des films Art et Essai et 2^e au classement général des films). En 2019, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *Joker* (5,57 millions d'entrées).

En 2020, 48,7 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français (47,7 % en 2019). La part de marché des films français est plus élevée en 2020 sur le segment des films recommandés que sur l'ensemble des films exploités. 1 535 films recommandés Art et Essai français sont projetés sur les écrans en 2020, contre 2 240 en 2019 (-31,5 %). Ils cumulent 9,2 millions d'entrées en 2020 (28,2 millions en 2019), soit une baisse de 67,3 %. *De Gaulle* est le film français Art et Essai qui réalise le plus d'entrées avec 0,87 million d'entrées (2^e au classement des films Art et Essai et 16^e au classement général des films). En 2019, *Au nom de la terre* était le premier film français Art et Essai en termes d'entrées avec 1,98 million (5^e au classement des films Art et Essai et 24^e au classement général des films).

795 films américains recommandés Art et Essai sont exploités en 2020, contre 956 en 2019 (-16,8 %). Ils cumulent 6,1 millions d'entrées (-70,0 % par rapport à 2019). Les films américains sont à l'origine de 32,1 % des entrées des films recommandés (34,3 % en 2019).

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

	films Art et Essai	films non recommandés	total
2011	52,7	162,0	214,7
2012	44,9	156,2	201,1
2013	50,4	140,7	191,1
2014	44,0	161,6	205,7
2015	41,4	160,8	202,2
2016	48,1	161,6	209,7
2017	42,1	163,7	205,9
2018	43,5	153,7	197,2
2019	59,2	150,2	209,4
2020	19,0	44,7	63,7
évol 20/19	-67,9%	-70,2%	-69,6%

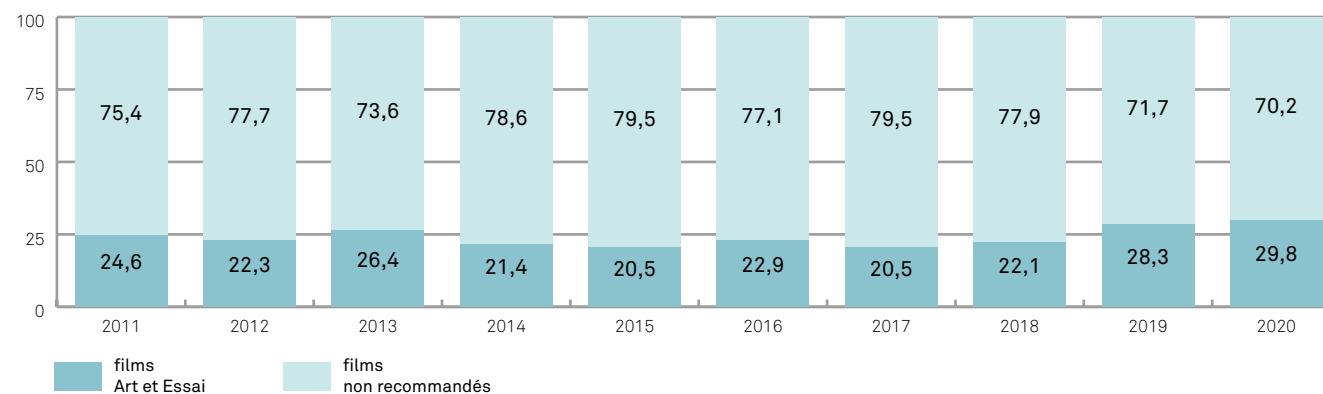
¹Données provisoires pour 2020.
Base : long métrage.
Source : CNC

Hausse des entrées des films en version originale

En 2020, 19,5 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (16,5 % en 2019), soit le plus haut niveau de la décennie (16,9 % en moyenne chaque année). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère reculent (-63,8 %) à 12,7 millions d'entrées en 2020. *1917* est le premier film en termes d'entrées en version originale avec 0,90 million (soit 40,4 % des entrées totales du film en 2020). En 2019, *Joker* prenait la première place de ce classement avec 1,97 million d'entrées (35,4 % des entrées totales du film en 2019).

De Gaulle, 1^{er} film recommandé Art et Essai français en termes d'entrées en 2020.

Répartition des entrées selon la recommandation des films¹ (%)



¹Données provisoires pour 2020.
Base : long métrage.
Source : CNC.

1917, 1^{er} film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2020.

Plus des ¾ des cinémas réouvrent dès le 22 juin

En 2020, les salles de cinéma ont été normalement ouvertes et la distribution des films normalement orchestrée seulement en janvier et février. Ces deux mois affichent une fréquentation en recul de 19,8 % par rapport à 2019, qui était une année record avec le troisième plus haut niveau d'entrées depuis 1966. La baisse de la fréquentation sur le premier semestre, bien que cumulant davantage de jours de fermeture (100, contre 62 pour le deuxième semestre), est moins prononcée que pour le deuxième semestre (respectivement -62,5 % et -80,1 %). En effet, le second semestre, et notamment le dernier trimestre, sont des périodes de très forte fréquentation cinématographique.

1 448 cinémas ont transmis un bordereau pour la semaine cinématographique du 24 juin 2020, soit 77,3 % des cinémas actifs la semaine du 14 mars, semaine précédant la fermeture pour raisons sanitaires. Dès le 1^{er} juillet, 1 669 cinémas ouvrent, soit 89,1 % des cinémas actifs le 14 mars. Entre le 24 juin et le 29 octobre, 1 972 cinémas ont renvoyé au moins un bordereau au CNC et ont donc organisé au moins une séance. Les cinémas ouverts ont organisé 2,3 millions de séances entre le 24 juin et le 29 octobre, soit 78,5 % de la moyenne observée entre 2015 et 2019. Les exploitants ont ainsi maintenu une offre de séances conséquente malgré les conditions sanitaires et les déprogrammations à répétition. Sur la période, 26,45 millions d'entrées ont été enregistrées, soit 38,4 % de la moyenne observée entre 2015 et 2019.

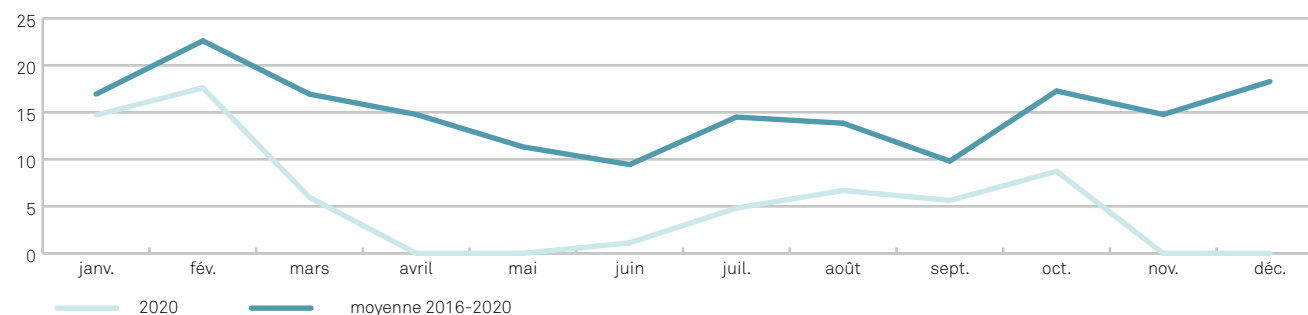
Deux phénomènes méritent d'être relevés concernant 2020 : la fréquentation suivait une tendance à la hausse au moment de la fermeture de salles fin octobre, limitée mais réelle, et l'offre de films à fort potentiel a permis de dynamiser le marché. En effet, le public est venu massivement la semaine du 26 août pour la sortie de *Tenet*, la semaine du 14 octobre pour la sortie de *30 jours max* et les *Trolls 2 : tournée mondiale* et la semaine du 21 octobre pour la sortie de *Adieu les cons*.

Entrées mensuelles¹ (millions)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol 20/19
janvier	14,6	16,2	14,6	17,7	16,8	16,8	16,6	18,3	18,3	14,7	-19,8%
février	21,7	17,6	14,4	17,6	22,5	26,0	24,9	22,5	22,0	17,6	-19,9%
mars	17,0	16,4	19,1	21,1	17,5	19,7	19,4	20,9	18,8	6,0	-68,3%
avril	13,8	20,9	16,6	19,3	18,0	18,3	19,4	18,1	18,1	0,0	-100,0%
mai	15,7	16,3	17,2	19,7	14,3	14,2	13,0	13,9	15,5	0,0	-100,0%
juin	14,6	14,5	13,8	11,4	12,2	11,9	11,6	10,0	12,5	1,1	-91,1%
juillet	20,1	17,0	13,7	15,6	18,3	17,6	17,9	13,9	18,3	4,8	-73,7%
août	17,4	14,1	14,9	19,5	15,2	15,5	16,2	14,6	16,1	6,7	-58,6%
septembre	11,3	11,1	10,2	9,3	9,5	10,0	11,3	10,9	11,2	5,6	-49,9%
octobre	19,0	18,1	17,7	18,5	19,5	21,3	18,0	18,3	19,9	8,7	-56,2%
novembre	26,6	22,8	18,4	17,2	17,3	17,5	17,3	18,7	20,4	0,0	-100,0%
décembre	25,3	18,7	23,1	22,1	24,2	24,3	23,8	21,1	22,2	0,0	-100,0%
total	217,2	203,6	193,7	209,1	205,4	213,2	209,4	201,2	213,2	65,2	-69,4%

¹ Données provisoires pour 2020.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Saisonnalité de la fréquentation¹ (millions d'entrées)



¹ Données provisoires pour 2020.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Près de 80 % des séances assurées sur la période de réouverture des salles.

Plus de la moitié des entrées le week-end

Les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma au cours du week-end. 53,2 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2020 (53,7 % en 2019). Le poids du mercredi s'établit à 12,9 % des entrées (13,1 % en 2019). En 10 ans, la part du week-end recule (-1,7 point) tandis que celles du mardi (+1,3 point) et du jeudi (+1,0 point) progressent.

La concentration des recettes est toujours élevée. En 2020, 55,4 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (55,5 % en 2019). Le mercredi représente 12,6 % des recettes en 2020, contre 12,9 % en 2019.

Hausse sensible de la fréquentation dans la petite couronne

En 2020, la baisse de la fréquentation touche l'ensemble du territoire de la même façon. Toutefois, le recul des entrées dans les cinémas parisiens est légèrement moins élevé à -66,9 % (-69,4 % sur l'ensemble de la France). Cette chute est, à l'inverse, plus importante dans la grande couronne (-70,9 %).

Dans les cinémas des autres régions, la fréquentation diminue de 69,8 % à 47,9 millions. Les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants enregistrent la plus forte baisse (-70,6 %).

Répartition des entrées et des recettes par jour¹ (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
entrées										
lundi	10,3	10,3	10,2	9,9	10,0	10,0	9,9	10,1	9,8	9,4
mardi	11,0	11,8	12,4	13,2	12,7	12,2	12,2	12,2	12,2	12,3
mercredi	12,6	12,3	12,6	12,7	13,2	13,0	13,1	12,6	13,1	12,9
jeudi	11,2	10,7	10,7	11,1	10,8	11,0	10,8	11,2	11,2	12,1
vendredi	13,7	13,1	13,2	13,2	13,2	13,3	12,8	12,9	12,9	13,3
samedi	20,7	20,6	20,3	20,1	20,3	20,4	20,7	20,3	20,1	20,4
dimanche	20,4	21,2	20,5	19,8	19,8	20,2	20,5	20,7	20,8	19,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
recettes										
lundi	9,7	9,7	9,6	9,3	9,4	9,4	9,5	9,6	9,2	8,9
mardi	10,4	11,1	11,6	12,4	12,0	11,4	11,4	11,5	11,3	11,4
mercredi	12,5	12,1	12,4	12,4	12,8	12,5	12,7	12,2	12,9	12,6
jeudi	10,9	10,5	10,5	11,0	10,7	10,8	10,5	11,0	11,1	11,7
vendredi	13,6	12,9	13,1	13,2	13,2	13,3	12,8	12,7	12,7	13,1
samedi	21,9	21,9	21,8	21,5	21,6	21,8	22,1	21,8	21,5	21,9
dimanche	21,0	21,8	21,0	20,3	20,2	20,7	21,0	21,2	21,2	20,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2020. Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film). Source : CNC.

Entrées selon les zones géographiques¹ (millions)

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2011	60,3	28,3	16,2	15,9	156,9	96,5	38,1	22,2	217,2
2012	57,6	27,3	15,4	14,9	146,0	90,0	35,9	20,0	203,6
2013	55,5	26,6	14,8	14,1	138,2	85,3	34,2	18,7	193,7
2014	57,3	26,2	16,0	15,0	151,8	90,8	39,1	21,9	209,1
2015	53,9	24,0	15,7	14,2	151,5	88,6	40,5	22,4	205,4
2016	55,2	24,2	16,5	14,5	158,0	91,4	42,6	23,9	213,2
2017	54,5	23,9	16,3	14,3	154,9	88,4	42,5	24,0	209,4
2018	51,2	22,2	14,8	14,2	150,0	85,5	40,8	23,7	201,2
2019	54,8	22,6	17,2	15,1	158,4	89,2	43,6	25,6	213,2
2020	17,4	7,5	5,5	4,4	47,9	26,7	12,8	8,3	65,2
évol 20/19	-68,3%	-66,9%	-68,0%	-70,9%	-69,8%	-70,0%	-70,6%	-67,6%	-69,4%

¹ Données provisoires pour 2020. Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film). Source : CNC/INSEE— recensement 2015.

1,01 entrée par habitant en 2020

En 2020, la fréquentation cinématographique moyenne s'élève à 1,01 entrée par habitant en France, contre 3,32 en 2019. Cet indice, en très forte baisse en raison de la crise sanitaire, reste plus fort dans la capitale (3,39) que dans le reste du territoire. Le recul de l'indice de fréquentation est plus marqué à Paris (-6,84) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (-3,73).

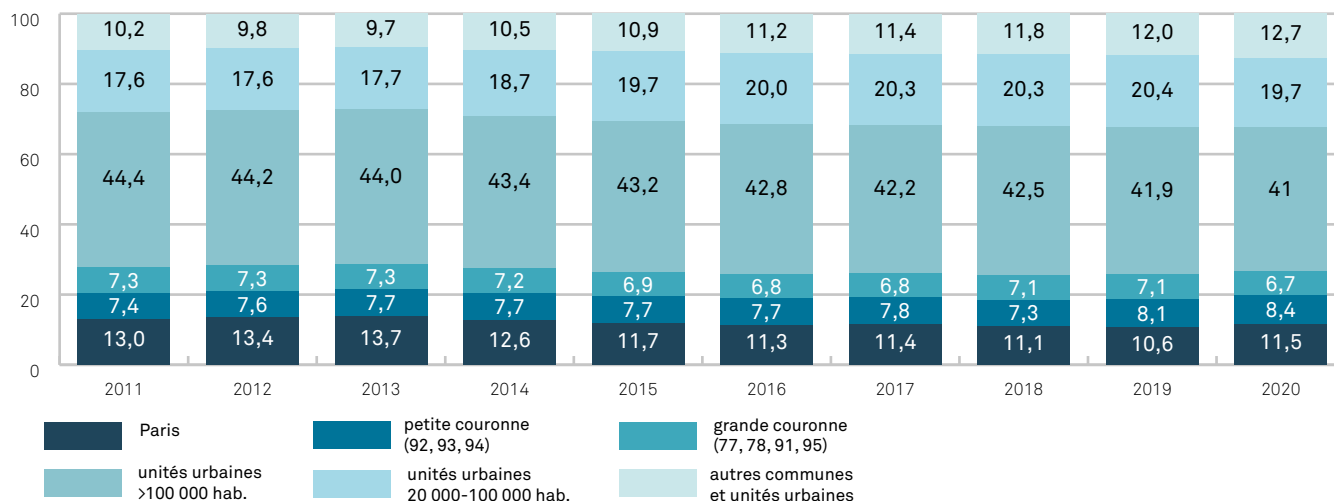
Plus haut niveau de part de marché en entrées depuis 10 ans pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales en 2020.

Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2011	4,99	12,81	3,54	2,99	3,00	2,90	4,63	2,09	3,38
2012	4,77	12,37	3,38	2,80	2,80	2,70	4,36	1,88	3,17
2013	4,60	12,05	3,25	2,66	2,65	2,56	4,15	1,76	3,01
2014	4,74	11,90	3,51	2,82	2,91	2,72	4,75	2,06	3,25
2015	4,46	10,87	3,44	2,67	2,90	2,66	4,91	2,10	3,19
2016	4,57	10,96	3,62	2,74	3,03	2,74	5,17	2,25	3,32
2017	4,51	10,83	3,56	2,70	2,97	2,65	5,16	2,25	3,26
2018	4,24	10,08	3,23	2,68	2,87	2,57	4,95	2,22	3,13
2019	4,54	10,23	3,76	2,85	3,03	2,68	5,29	2,40	3,32
2020	1,44	3,39	1,20	0,83	0,92	0,80	1,56	0,78	1,01

¹ Données provisoires pour 2020. Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2015.

Répartition des entrées selon les zones géographiques¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2020.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2015.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- les séries statistiques sur la fréquentation des films en salles
- la synthèse du CNC : la réouverture des salles de cinéma

La moitié des entrées entre 5,00 € et 7,00 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques. Une proportion importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2020, 52,2 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 € (48,1 % en 2019). Cette tranche de prix comprend aussi bien les entrées des cartes à entrées illimitées que les tarifs réservés aux jeunes. 16,2 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 € (16,9 % en 2019).

Hausse de la part des entrées entre 5,00 € et 7,00 € à 52,2 % en 2020 (48,1 % en 2019).

Près de 10 % des entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités

Les entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités sont valorisées conformément au prix de référence. Celui-ci a évolué sur la période pour la carte UGC (5,03 € jusqu'à janvier 2012, 5,10 € jusqu'à février 2016, 5,23 € jusqu'à mars 2018 puis 5,12 €) et pour la carte Pathé Gaumont ! (5,03 € jusqu'à janvier 2012, 5,10 € jusqu'à octobre 2016, 5,19 € jusqu'à octobre 2017 puis 5,08 €).

En 2020, les entrées des cartes illimitées s'élèvent à 6,3 millions, en baisse de 61,0 % par rapport à 2019 (-69,4 % pour l'ensemble des entrées). Elles captent 9,7 % de la fréquentation totale (7,6 % en 2019). La hausse de la part des entrées associées aux cartes illimitées confirme que les cinéphilés sont les premiers à être retournés en salles.

Recul plus sensible des entrées à plus de 10 €

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 7,6 millions d'entrées en 2020, en recul de 72,8 % par rapport à 2019, dans un contexte où la fréquentation globale diminue de 69,4 %. Ils représentent 11,6 % des entrées totales en 2020 (13,1 % en 2019). Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € recule encore plus sensiblement (-79,8 % par rapport à 2019) pour atteindre 115 436 entrées. Ces entrées concernent notamment le hors film et plus précisément les captations d'opéras.

Recul des entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2020, 1,7 million d'entrées gratuites sont enregistrées (5,0 millions en 2019), ce qui porte la fréquentation totale des salles à 66,9 millions (218,3 millions en 2019). Les entrées gratuites représentent 2,5 % de l'ensemble des entrées en 2020 (2,3 % en 2019). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 6,47 € en 2020 (6,64 € en 2019).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
moins de 3,00 €	2,6	3,3	2,9	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	2,9	3,1
3,00 € à 3,99 €	4,8	3,7	5,3	4,8	3,3	2,0	2,0	2,0	1,9	2,4
4,00 € à 4,99 €	12,2	10,7	9,0	15,8	17,5	17,8	14,7	13,3	12,2	10,7
5,00 € à 5,99 €	30,6	31,4	31,2	27,2	24,7	25,5	28,4	29,5	28,7	32,6
6,00 € à 6,99 €	19,2	19,2	19,8	17,7	17,6	18,0	18,0	18,2	19,4	19,6
7,00 € à 7,99 €	10,1	10,6	10,7	10,3	11,5	11,8	11,5	10,7	10,6	9,9
8,00 € à 8,99 €	8,3	8,2	7,8	6,7	6,3	5,6	5,4	5,8	5,9	5,3
9,00 € à 9,99 €	5,9	4,5	4,4	5,2	6,2	6,3	6,6	6,0	5,3	4,8
10,00 € et plus	6,3	8,4	8,9	9,5	10,3	10,2	10,5	11,4	13,1	11,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2020.

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

Source : CNC

1,7 million d'entrées gratuites en 2020 (-66,4 %).

41,0 % de la recette guichets conservés par l'exploitant

La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes : la TVA à taux réduit (5,5 %) et la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le fonds de soutien du CNC (10,72 %). Déduction faite de ces taxes, la recette (appelée base film) est partagée entre l'exploitant et le distributeur, selon un taux de location négocié de gré à gré pour chaque film et chaque établissement. La rémunération du distributeur est calculée en multipliant le taux de location par la « base film ». En 2020, le taux moyen de location s'établit à 46,4 % (47,2 % en 2019).

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

Répartition de la recette guichets¹

	2016	2017	2018	2019	2020
(M€)					
recettes guichets	1 388,45	1 380,60	1 336,89	1 448,66	432,59
T.S.A.	148,85	148,01	143,32	155,30	46,37
T.V.A.	73,45	73,04	70,70	76,57	22,86
sacem ²	17,63	17,55	17,00	18,40	5,50
recettes HT	1 148,51	1 142,01	1 105,87	1 198,39	357,85
rémunération distributeurs ³	588,79	584,50	565,48	614,10	180,67
rémunération exploitants ⁴	559,72	557,51	540,39	584,29	177,18
(%)					
recettes guichets	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
T.S.A.	10,72	10,72	10,72	10,72	10,72
T.V.A.	5,29	5,29	5,29	5,29	5,29
sacem ²	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs ³	42,4	42,3	42,3	42,4	41,8
rémunération exploitants ⁴	40,3	40,4	40,4	40,3	41,0
taux de location ⁵	47,2%	47,1%	47,0%	47,2%	46,4%

¹ Données provisoires pour 2020. ² 1,515 % de la recette guichets hors TVA et hors TSA. ³ Toutes taxes comprises avec une TVA à 10,0 % ⁴ Rémunération exploitants = recette guichet-TSA-TVA-Sacem-rémunération distributeurs. TVA Standard 5,5% France métropolitaine hors Corse. TVA Réduite 2,1% Corse, Guadeloupe, Martinique, Réunion. ⁵ Taux de location = (encaissement distributeur HT + part Sacem distributeur)/base film.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film)
Source : CNC.

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (en M) ²
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998	US	21,80
2	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	2008	FR	20,44
3	<i>Intouchables</i>	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,51
4	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966	FR/GB	17,33
5	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950	US	16,73
6	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969	IT	14,89
7	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968	US	14,80
8	<i>Avatar</i>	J. Cameron	2009	US	14,78
9	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961	US	14,70
10	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002	FR	14,41
11	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960	US	13,86
13	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993	FR	13,67
14	<i>Le Pont de la rivière Kwai</i>	D. Lean	1957	GB	13,48
15	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950	US	13,27
16	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
17	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971	US	12,74
18	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	P. De Chauveron	2014	FR	12,36
19	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962	US	11,93
20	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965	FR/IT	11,74
21	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955	US	11,25
22	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,75
23	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948	US	10,72
24	<i>Star Wars : Episode 7, le reveil de la force</i>	J. J. Abrams	2015	US	10,35
25	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
26	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985	FR	10,25
27	<i>Les Bronzés 3 - amis pour la vie</i>	P. Leconte	2006	FR	10,23
28	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
29	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962	FR	10,05
30	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
31	<i>Le Roi Lion</i>	J. Favreau	2019	US	9,85
32	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966	US	9,82
33	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982	US	9,82
34	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955	US	9,63
35	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001	US	9,54

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (en M) ²
36	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953	US	9,49
37	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,44
38	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998	FR	9,25
39	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988	FR	9,20
40	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
41	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
42	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002	US	8,86
43	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
44	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,78
45	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
46	<i>La Grande Evasion</i>	R. Walsh	1963	US	8,76
47	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947	FR	8,65
48	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,53
49	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004	FR/CH	8,47
50	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945	US	8,40
51	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947	US	8,27
52	<i>Rien à déclarer</i>	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
53	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
54	<i>Les Couloirs du temps - les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
55	<i>Le Boulanger de Valorgue</i>	H. Verneuil	1953	FR	7,89
56	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994	FR	7,89
57	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946	US	7,85
58	<i>L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures</i>	C. Saldanha	2009	US	7,84
59	<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999	US	7,84
60	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
61	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
62	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
63	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
64	<i>Ratatouille</i>	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,73
65	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997	FR	7,71
66	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	M. Newell	2005	GB	7,71
67	<i>La famille Bélier</i>	É. Lartigau	2014	FR	7,70
68	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972	GB	7,63
69	<i>La Reine des neiges 2</i>	C. Buck, J. Lee	2019	US	7,53
70	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971	FR	7,46
71	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (en M) ²
72	<i>Le Seigneur des anneaux - le retour du roi</i>	P.Jackson	2003	NZ	7,42
73	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001	FR	7,41
74	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949	FR	7,39
75	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993	US	7,35
76	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953	US	7,35
77	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
78	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991	US	7,28
79	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977	US	7,24
80	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986	FR	7,23
81	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	2005	US	7,21
82	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004	GB	7,15
83	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
84	<i>Le Seigneur des anneaux - les deux tours</i>	P.Jackson	2002	NZ	7,13
85	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951	US	7,12
86	<i>Star Wars les derniers Jedi</i>	R. Johnson	2017	US	7,09
87	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949	US	7,09
88	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
89	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947	FR	7,06
90	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961	US	7,04
91	<i>Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau</i>	P.Jackson	2001	NZ	7,01
92	<i>Skyfall</i>	S. Mendes	2012	GB	7,01
93	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954	FR	6,99
94	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
95	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
96	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
97	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
98	<i>Avengers : Endgame</i>	A. Russo, J. Russo	2019	US	6,83
99	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
100	<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ES/IT	6,81
101	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946	FR	6,78
102	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993	US	6,75
103	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
104	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974	US	6,73
105	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?</i>	P. de Chauveron	2019	FR / BE	6,72
106	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981	US	6,72
107	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965	GB	6,68

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (en M) ²
108	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
109	<i>les Minions</i>	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,66
110	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950	FR	6,66
111	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986	FR	6,65
112	<i>L'Age de glace 4 : la dérive des continents</i>	M. Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
113	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956	AT	6,64
114	<i>L'Age de glace 2</i>	C. Saldanha	2006	US	6,63
115	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989	US	6,60
116	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959	US	6,59
117	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 2^e partie</i>	D. Yates	2011	GB	6,57
118	<i>Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit</i>	G. Verbinski	2006	US	6,52
119	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998	FR	6,49
120	<i>Robin des bois</i>	W. Reitherman	1974	US	6,48
121	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989	US	6,48
122	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977	US	6,46
123	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957	AT	6,43
124	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981	US	6,40
125	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954	US	6,40
126	<i>Arthur et les Minimoys</i>	L. Besson	2006	FR	6,40
127	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
128	<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	2002	US	6,38
129	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946	FR	6,37
130	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952	US	6,36
131	<i>Le Bon, la brute et le truand</i>	S. Leone	1968	IT	6,35
132	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976	US	6,33
133	<i>Spider-Man 3</i>	S. Raimi	2007	US	6,32
134	<i>Quo Vadis</i>	M. Le Roy	1953	US	6,31
135	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990	FR	6,30
136	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979	FR	6,28
137	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989	US	6,26
138	<i>Harry Potter et l'ordre du Phénix</i>	D. Yates	2007	GB	6,22
139	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984	FR	6,17
140	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
141	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964	US	6,16
142	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
143	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993	FR/BE	6,15

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (en M) ²
144	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946	FR	6,14
145	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	D. Yates	2009	GB	6,14
146	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952	US	6,14
147	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967	FR	6,12
148	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
149	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 1^{re} partie</i>	D. Yates	2010	GB	6,10
150	<i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	J.J. Abrams	2019	US	6,06
151	<i>Terminator 2 - le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991	US	6,01
152	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978	GB	5,97
153	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983	ZA	5,95
154	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
155	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988	US	5,91
156	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Fairman	1987	AU	5,89
157	<i>Guerre et Paix</i>	K. Vidor	1956	US	5,89
158	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984	FR	5,88
159	<i>L'Odyssée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946	US	5,87
160	<i>Rambo 2 - la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
161	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
162	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976	FR	5,84
163	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958	AT	5,79
164	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953	FR	5,78
165	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994	GB	5,78
166	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,78
167	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
168	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952	US	5,76
169	<i>Moi, moche et méchant 3</i>	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
170	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978	US	5,74
171	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972	FR	5,74
172	<i>Les Indestructibles 2</i>	B. Brad	2018	US	5,74
173	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949	GB	5,74
174	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965	GB	5,74
175	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
176	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
177	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974	FR	5,73
178	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946	FR	5,73
179	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963	GB	5,72

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

¹AT : Autriche / AU : Australie / BE : Belgique / CH : Suisse / DE : Allemagne / ES : Espagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / MX : Mexique / NZ : Nouvelle Zélande / US : Etats-Unis / ZA : Afrique du Sud. ² Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 31 décembre 2020.
Source : CNC.

En 2020 :

5 726 films projetés

au total dont 365 inédits



57

autres nationalités



58

films européens



55

films américains



195

films français



2.2

La distribution

Remarques méthodologiques

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

Typologie des films inédits

Les films en première exclusivité : 6,4 % des films projetés en salles

L'année 2020 a été profondément marquée par la pandémie de coronavirus qui a conduit à la fermeture des salles de cinéma en France et à l'international. Seulement 365 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit moitié moins qu'en 2019 (746 films). Il s'agit du plus bas niveau depuis 1975 (première année de la série statistique sur les films en première exclusivité).

Au total, 5 726 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2020. Les films en première exclusivité représentent 6,4 % de l'offre de films en salles (9,1 % en 2019).

Plus de la moitié des films en première exclusivité sont français

Au cours de cette année très particulière, le nombre de films français inédits exploités en salles a été divisé par deux, passant de 391 en 2019 à 195 en 2020. Les œuvres 100 % françaises représentent les deux tiers des films français : 131 films en 2020 (270 l'année passée). L'offre de coproductions majoritaires et minoritaires françaises est quasi équivalente puisqu'elle est respectivement de 33 et 31 films, même si les films minoritaires ont subi la plus forte baisse entre 2019 et 2020 (-34, contre -23 pour les coproductions majoritaires). La part des films agréés dans l'offre de films français s'établit à 67,9 %, soit 131 films. De l'autre côté, le nombre de films français non agréés sortis en salles s'établit à 32,1 % de l'offre de films français, soit 64 films. La part des films français sortis en première exclusivité en 2020 augmente légèrement par rapport à 2019 : +1,0 point, soit 53,4 %. Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité atteint

41,4 %. Toutefois, elle atteignait 35,8 % de l'offre entre 1975 et 1999 et s'établit à 47,1 % entre 2000 et 2020.

Fort recul du nombre de films américains en première exclusivité

En 2020, les films américains représentent 15,1 % du total des films sortis en première exclusivité (17,6 % en 2019), soit le niveau le plus bas enregistré depuis 1975. En 2020, le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans en France s'effondre à 55 films (-58,0 % par rapport à 2019). Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 143 titres chaque année (26,0 % de l'offre globale). La forte réduction de l'offre de films américains observée en 2020 s'explique par le report en 2021, voire en 2022, de la sortie de nombreux titres. En effet, la pandémie a conduit les majors américaines à revoir le calendrier mondial de sortie de leurs films et même parfois à envisager des sorties exclusivement en vidéo à la demande.

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
films français	283	299	330	344	321	364	361	355	391	195
100% français ¹	172	179	197	219	206	208	252	234	270	131
majoritairement français ¹	54	63	76	64	54	81	60	53	56	33
minoritairement français ¹	57	57	57	61	61	75	49	68	65	31
films américains	139	149	150	151	140	150	124	127	131	55
films européens²	109	100	107	103	125	118	122	124	103	58
allemands	15	8	18	14	16	12	12	13	17	8
britanniques	32	34	25	28	40	38	37	40	37	12
espagnols	13	11	9	6	8	11	9	10	8	4
italiens	11	7	13	9	13	8	7	15	8	4
films d'autres nationalités	57	66	67	65	66	84	86	77	121	57
canadiens	1	9	9	5	7	12	9	5	12	4
chinois	4	4	4	4	5	5	1	5	4	6
indiens	2	7	8	11	6	17	12	14	42	12
japonais	6	11	10	7	10	5	12	12	19	7
total	588	614	654	663	652	716	693	683	746	365

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

Une offre de films européens non français en recul

L'offre inédite de films européens non français recule nettement entre 2019 et 2020 (58 films, 45 de moins en un an), soit le plus bas niveau observé depuis 1996 (58 films). Malgré les difficultés, 12 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2020, soit environ 20 % des films européens. L'offre de films italiens et espagnols (4 titres chacun) recule (-4 films chacun) tout comme l'offre de films allemands (8 films, soit 9 de moins). Avec 57 titres, le nombre de films d'autres nationalités est en forte baisse (-64 films). L'offre de films indiens s'élève à 12 films (21,1 % de l'offre de films non européens et non américains). L'offre de films japonais s'élève à 7 titres en 2020. Les films canadiens et chinois sont, quant à eux, respectivement à 4 films et 6 films.

365 films inédits dont 53,4 % de films français et 15,1 % de films américains.

La part des documentaires se stabilise

En 2020, la part des documentaires en première exclusivité reste équivalente à celle de 2019, 20,5 % soit 75 films. La moitié des documentaires sont français (56 films), 10 sont européens non français, quatre sont américains et cinq sont d'autres nationalités. 22 des 55 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 60,0 % de l'offre de documentaires français et 44,6 % de l'offre globale de documentaires.

La part des documentaires a presque doublé entre 2008 et 2020.

Plus du tiers des films d'animations projetés en exclusivité sont français

En 2020, seulement 25 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français, soit moitié moins que l'année précédente (52 films). Neuf films d'animation français sont distribués (11 en 2019). Parmi ces films, se trouvent *Yakari*, *Bigfoot Family* ou encore, *l'Extraordinaire Voyage de Marona*. Trois films d'animation américains sortent en 2020 (14 en 2019) : *Scooby*, *les Trolls 2* et *En avant*. Trois films d'animation sont européens (16 en 2019), cinq sont japonais, deux sont sud-coréens, deux sont canadiens et un est australien (*100% Loup*). Les premiers distributeurs de films d'animation sont Eurozoom (4 films) et Alba Films (3 films).

Un tiers des films en première exclusivité sont des drames

120 drames (dont 56 français et 12 américains) sont distribués pour la première fois sur les écrans français (223 en 2019, soit 103 de moins). Ils représentent 32,9 % de l'offre en 2020 (29,9 % en 2019). En 2020, le nombre de comédies diminue à 63 films (-36 films par rapport à 2019), mais leur part s'élève à 17,3 % des films sortis (13,2 % en 2019). À noter que 65,1 % des comédies sont françaises (41 films).

Le drame reste le premier genre avec 120 films inédits.

Genres des films en première exclusivité

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
animation	34	31	33	29	34	35	36	36	52	25
aventure	38	14	15	21	19	31	39	53	44	13
comédie	122	100	108	98	70	111	89	84	99	63
comédie dramatique	104	64	85	74	71	65	74	55	68	14
documentaire	84	91	87	100	104	118	119	127	153	75
drame	141	204	200	212	228	235	215	212	223	120
fantastique	28	39	47	42	47	45	34	36	38	4
musical	4	5	6	5	2	3	7	2	4	3
policier	29	62	69	64	55	51	43	44	38	3
autres genres	4	4	4	18	22	22	37	34	27	45
total	588	614	654	663	652	716	693	683	746	365

Source : CNC.

Plus faible part de films Art et Essai en première exclusivité depuis 1992

En 2020, 51,5 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit la plus faible part depuis 1992 (première année de la série statistique sur les films Art et Essai).

188 films recommandés Art et Essai dont 95 films français.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
films français	185	210	218	220	222	227	210	230	241	95
films américains	30	43	42	44	38	34	36	32	41	23
films européens ¹	78	77	81	74	94	73	75	82	70	39
autres films	50	56	50	44	54	59	59	59	68	31
total	343	386	391	382	408	393	380	403	420	188

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

Près de 7 % des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction

En 2020, 337 films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics (92,3 %) dont 188 films français (96,4 % de l'offre de films français) et 43 films américains (78,2 % de l'offre de films américains). 27 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont six films français et 12 films américains) et un seul film est interdit aux moins de 16 ans (*Irréversible*, version intégrale du film de Gaspar Noé dont la première version est sortie en 2002). Aucun film n'est interdit aux moins de 18 ans en 2020.

Pour 24 films, le visa d'exploitation est assorti d'un avertissement, soit 6,6 % des films en première exclusivité en 2020 (14,2 % en 2019).

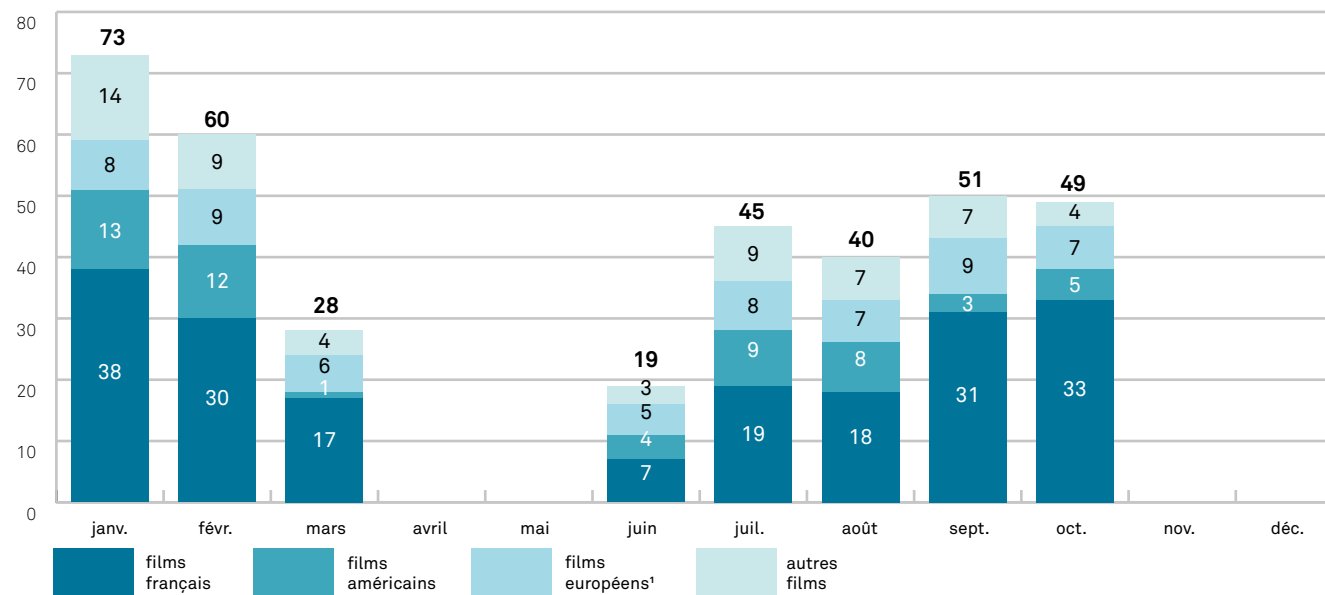
12 nouveaux films chaque semaine sur les périodes d'ouverture

En raison de la crise liée au coronavirus, les salles de cinéma ont subi deux périodes de fermeture en 2020 : l'une allant du 15 mars au 22 juin et l'autre du 30 octobre au 31 décembre. Par conséquent, il n'y a eu aucune sortie de films au cours des mois d'avril, mai, novembre et décembre et des sorties limitées aux mois de mars et de juin.

Sur les périodes d'ouvertures des cinémas, en moyenne, 46 films sortent chaque mois en salles en 2020, soit 12 films par semaine. Les deux mois les plus chargés en termes de sortie sont les mois de janvier (73 films) et février (60 films), qui correspondent aux mois précédant le premier confinement lié à la crise sanitaire. Deux semaines se partagent la palme de la plus chargée : celle du 05 février et du 07 octobre, avec 17 films.

En moyenne, 24 films français sortent chaque mois en 2020 (sept films par semaine), contre sept films américains, européens et autres nationalités (deux films par semaine). Les films français représentent entre 36,8 % (juin) et 67,3 % (octobre) des sorties mensuelles, contre entre 3,6 % (mars) et 21,1 % (juin) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2020



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

Depuis 3 ans, plus de 90 % des films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics.

Exposition des films inédits

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

En 2020, 39 films sont distribués dans 500 établissements ou plus, mais aucun au-delà de 800, en première semaine d'exploitation (59 films en 2019) dont 25 films français, 11 films américains, un film britannique (*Tenet*) et deux films d'animation danois (*Dreams* et *Mon ninja et moi*). Parmi ces titres, cinq ont été distribués dans plus de 700 établissements : *Tenet* (thriller britannique), *le Lion* (comédie française), *le Prince oublié* (film fantastique français), *De Gaulle* (film biographique français) et *En avant* (film d'animation américain). En 2020, 113 films disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 20 établissements), contre 252 en 2019. 65 films français et six films américains sont programmés dans moins de 20 établissements en première semaine.

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

La moitié des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine en 2020 (36 titres). Ils composent 47,4 % des films projetés dans moins de 10 établissements.

68,0 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2020 sont projetés dans 200 établissements ou plus (17 titres sur 25). Ils représentent 15,7 % de l'ensemble des films projetés dans 200 cinémas ou plus en première semaine.

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

28 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2020 (13,3 % des films recommandés). Ces 28 films représentent 36,8 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. Comme en 2019, huit films Art et Essai sont programmés dans 500 établissements ou plus en première semaine (six films français et deux américains) : *De Gaulle* (film biographique français), *Effacer l'histoire*, ainsi que

les Parfums (deux comédies françaises), *la Bonne Epouse* (drame français), *1917* (film historique américain), *le Cas Richard Jewell* (drame américain), *Yakari* (film d'animation français) et *Eté 85* (drame français).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
moins de 5	75	87	87	97	76	89	98	80	118	48
5 à 9	52	72	76	57	66	68	47	56	62	28
10 à 19	69	73	89	85	68	88	82	64	72	37
20 à 49	99	95	87	91	109	117	109	131	133	50
50 à 99	52	67	62	76	82	87	92	87	88	53
100 à 199	69	65	80	81	97	91	87	78	87	41
200 à 499	133	110	124	133	112	118	123	133	127	69
500 à 799	34	39	45	36	34	52	49	48	54	39
800 et plus	5	6	4	7	8	6	6	6	5	-
total	588	614	654	663	652	716	693	683	746	365

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

En moyenne, 160 établissements par film en première semaine

La diminution du nombre de films en première exclusivité particulièrement de films américains a conduit à un élargissement des combinaisons de sortie afin de répondre à la demande des exploitants. Par rapport à 2019, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine en 2020 est en progression (160 contre 140, +20 établissements).

En moyenne, un film français est distribué dans 172 établissements (+35,3 %, 45 de plus en un an), un film agréé sort dans 239 établissements (+34,3 %, 61 de plus qu'en 2019) et un film non agréé dans 28 établissements (+47,4 %, neuf de plus qu'en 2019). Un film américain sort, en moyenne, dans 257 cinémas (45 de moins par rapport à 2019). Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français augmente en 2020, passant ainsi à 110 (100 en 2019). Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 78 établissements en 2020 (36 en 2019), soit une hausse de 117 %.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2020 est un thriller britannique : *Tenet* avec 762 établissements. Dans le classement des 10 premiers films en termes d'établissements en première semaine, sept sont français, deux américains et un britannique.

En moyenne, un film sort dans 160 établissements en première semaine, un film français dans 172 établissements et un film américain dans 257 établissements.

La plus large exposition pour les films fantastiques et la plus faible pour les documentaires

En 2020, les films fantastiques disposent, de la plus large exposition en première semaine : 379 établissements en moyenne. Suivent les films d'animation (341 établissements en première semaine), les films d'aventures (320 établissements) et les comédies, (281 établissements). À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité (respectivement 29 et 82 établissements).

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film¹

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ensemble	145	135	140	138	137	140	145	148	140	160
nationalité										
films français	129	125	118	120	118	116	135	133	127	172
films américains	270	230	267	257	265	298	291	280	302	257
films européens ²	84	81	73	70	88	90	100	117	100	110
autres films	41	48	75	64	49	36	37	43	36	78
Art et Essai										
films recommandés	58	58	59	59	61	69	70	76	84	101
films non recommandés	269	267	262	246	264	227	236	251	213	222
genre										
animation	374	335	326	361	341	349	343	338	317	341
aventure	333	381	356	395	422	326	318	309	302	320
comédie	193	230	200	230	259	232	262	276	238	281
comédie dramatique	92	101	96	104	117	124	118	138	162	220
documentaire	17	14	25	23	23	21	28	23	22	29
drame	71	68	69	66	67	67	73	74	79	82
fantastique	320	280	326	325	289	286	354	277	238	379
musical	130	136	128	121	95	140	198	173	106	108
policier	170	171	189	146	156	154	140	159	120	262

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

Au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine, sont présents en 2020 quatre comédies, trois films d'animation, un film fantastique, un thriller et un biopic. Le documentaire cumulant le plus d'établissements première semaine est *Woman* (311 établissements, 74^e) et le premier drame, *la Bonne Epouse* (630 établissements, 15^e).

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

À leur sortie et par rapport aux films non recommandés, les films Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans deux fois moins d'établissements. En effet, un film Art et Essai est projeté dans 101 établissements en 2020, contre 222 établissements pour un film non recommandé. Les films français recommandés Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans 112 établissements en première semaine (84 en 2019), contre 138 établissements pour les films américains recommandés (161 en 2019). La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le biopic français *De Gaulle* (4^e). En 2019, le premier film Art et Essai était 8^e (*Dumbo*).

Sept films projetés en 3D numérique

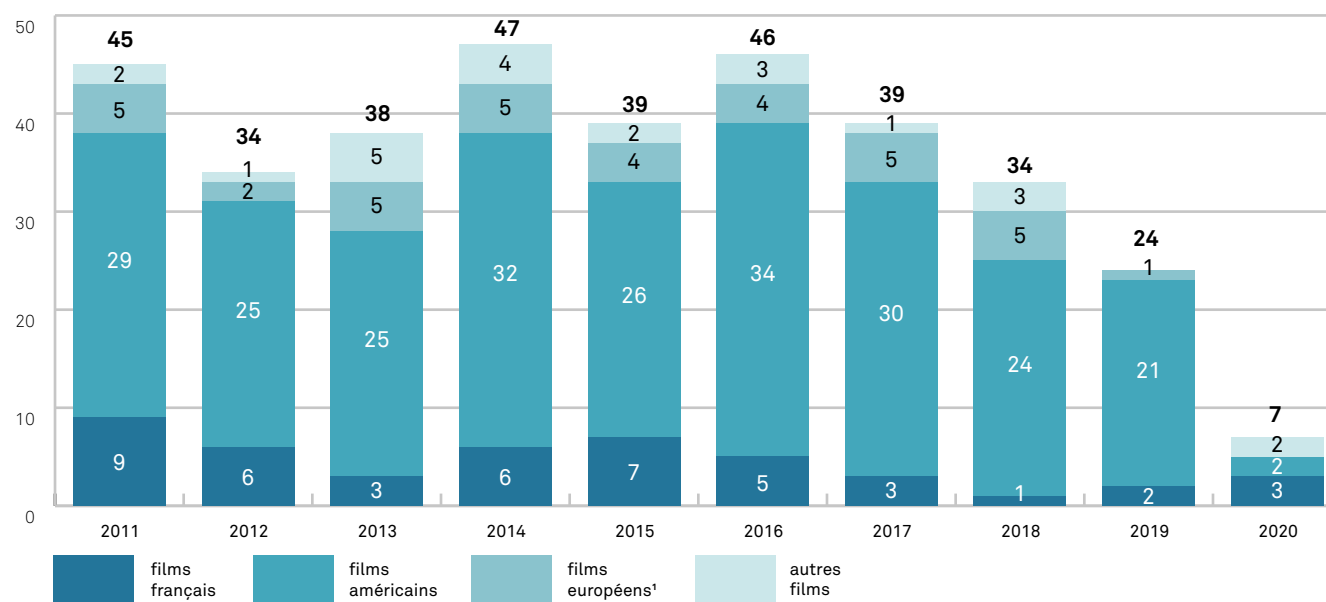
En 2020, seulement sept films inédits sont disponibles en numérique 3D, alors qu'ils étaient 24 en 2019. Trois sont des films français (*Cunningham*, *Bigfoot Family* et *Vivante*), deux sont américains (*le Voyage du Dr. Dolittle* et *En avant*) et deux sont indiens (*Tanhaji* et *Street Dancer 3*). Trois films en 3D sont projetés dans 500 établissements ou plus en première semaine et les quatre autres dans moins de 50 établissements, dont un dans un seul (*Vivante*). Parmi les sept films sortis en 3D en 2020, sont dénombrés deux films d'animations, deux documentaires, un film historique, un film musical et une comédie.

Les 10 premiers films en termes de nombre d'établissements première semaine en 2020

titre	nationalité ¹	distributeur	sortie	étab. ²	copies ³
<i>Tenet</i>	GB	Warner Bros.	26/08/20	762	678
<i>Le Lion</i>	FR / BE	Pathé Films	29/01/20	756	715
<i>Le Prince oublié</i>	FR	Pathé Films	12/02/20	738	698
<i>De Gaulle</i>	FR	SND	04/03/20	722	608
<i>En avant</i>	US	The Walt Disney Company	04/03/20	704	579
<i>Mon cousin</i>	FR	Pathé Films	30/09/20	685	699
<i>Les Trolls 2</i>	US	Universal Pictures International	14/10/20	682	637
<i>Adieu les cons</i>	FR	Gaumont	21/10/20	681	632
<i>Bigfoot family</i>	BE / FR	Apollo Films Distribution	05/08/20	671	542
<i>Les Blagues de Toto</i>	FR / LUX / BE	SND	05/08/20	648	545

¹ BE = Belgique / FR = France / GB = Grande-Bretagne / LUX = Luxembourg / US = Etats-Unis ² Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation. ³ Source distributeurs.
Source : CNC.

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



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

Classement des distributeurs

113 distributeurs actifs en 2020

En 2020, 113 distributeurs participent à la sortie des 365 nouveaux films. Trois distributeurs distribuent plus de 10 films chacun et totalisent 9,6 % de l'offre totale de films inédits. Cinq distributeurs assuraient plus de 20 sorties chacun en 2019 et totalisaient 18,0 % de l'offre totale de films inédits. Parmi les 113 distributeurs actifs sur la sortie de films nouveaux en 2020, 41 n'avaient pas distribué de films en 2019 (36,3 % des distributeurs actifs, 46,7 % en 2019). 44 ne distribuent qu'un seul film dans l'année (38,9 % des distributeurs actifs, 34,2 % en 2019).

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

En 2020, The Walt Disney Company est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films à succès tels que *Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker* (sorti le 18 décembre 2019) et de films d'animation, tel que *En avant* (sorti le 4 mars) lui permet de réaliser une part de marché de 10,9 % (25,0 % en 2019). En deuxième position, Warner Bros capte 10,4 % des encaissements distributeurs en 2020, notamment grâce à *Tenet* (1^{er} film en termes d'encaissements en 2020, sorti le 26 août). SND, premier distributeur français, occupe la 4^e place avec 7,0 % de part de marché. La société distribue notamment *les Blagues de Toto*.

En 2020, les dix premiers distributeurs réalisent 66,3 % de l'ensemble des encaissements (75,9 % en 2019). Les cinq premiers en captent 43,8 % (55,3 % en 2019). La crise sanitaire a réduit la concentration sur le marché de la distribution.

Baisse de l'encaissement moyen par entrée

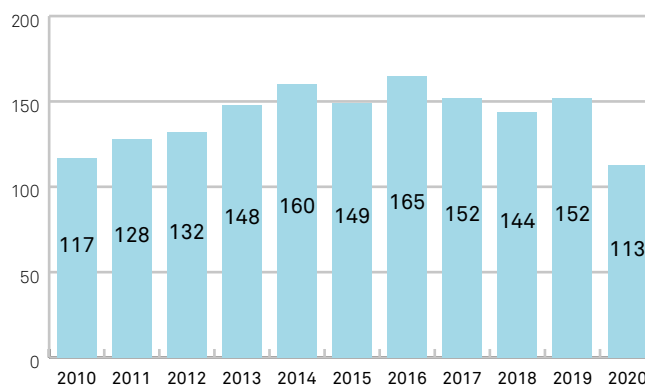
En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 2,78 € en 2020, soit une baisse de 4,5 % par rapport à 2019 (2,91 €). Pour un film français, il s'élève à 2,62 € (-4,4 % par rapport à 2019), contre 2,93 € pour un film américain (-5,8 %), 3,00 € pour un film européen non français (+25,5 %) et 2,55 € pour un film d'autres nationalités (identique à 2019). Il s'agit, pour les films européens non français, de leurs meilleurs résultats sur la décennie.

Les 10 premiers distributeurs en 2020

	part de marché ¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
1 The Walt Disney Company	10,9	149	5
2 Warner Bros.	10,4	247	9
3 Universal Pictures International	9,8	170	11
4 SND	7,0	56	9
5 UGC Distribution	5,7	56	8
6 StudioCanal	5,4	59	7
7 Pathé Films	4,4	127	7
8 Sony Pictures Home Entertainment	4,4	21	6
9 Gaumont	4,4	183	6
10 Metropolitan FilmExport	3,8	97	9

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

Évolution du nombre de distributeurs actifs¹



¹ Distributeurs de films inédits.
Source: CNC.

Un quart de distributeurs actifs en moins en 2020.

38,9 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2020.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- les séries statistiques sur les films distribués

La promotion des films

Remarques méthodologiques

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

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

Au total, 244 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2020 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média (63,5 % des films en première exclusivité en 2020, contre 66,8 % pour les films de 2019). Sur les 195 films français sortis pour la première fois en salles en 2020, 66,2 % font l'objet d'une promotion sur au moins un media, comme en 2019. 72,7 % des films américains en première exclusivité en 2020 sont également dans ce cas (89,3 % pour les films de 2019). Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2020 s'élèvent à 187,0 M€, en baisse de 63,9 % par rapport aux films de 2019.

Un investissement moyen 1,5 fois plus élevé pour les films américains que pour les films français

En raison de la crise sanitaire, les investissements publicitaires sont en très forte baisse par rapport à l'année 2019. Les films français captent 59,0 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2020 pour 52,9 % des films. 129 films français font l'objet d'une promotion sur au moins un media pour un investissement global de 110,2 M€ (-48,2 % par rapport aux films français de 2019).

Les investissements publicitaires en faveur des films américains en première exclusivité chutent drastiquement en 2020 (-79,3 % à 52,2 M€) pour un nombre de films concernés également en forte baisse (-77 titres à 40 films). En moyenne, l'investissement publicitaire brut est de 854,5 K€ pour un film français de 2020 et de 1,3 M€ pour un film américain. L'investissement moyen pour un film français est ainsi 1,5 fois moins élevé que pour un film américain. Les investissements publicitaires en faveur du cinéma européen non français baissent de 55,1 % en 2020 à 18,0 M€ pour un nombre de films concernés en recul (-32 titres à 43 films en 2020). Les investissements publicitaires pour les films non européens et non américains chutent pour les titres de 2020 à 6,6 M€ (-53,1 %) pour un nombre de films moins élevé (32 films en 2020, contre 45 en 2019).

Divorce club, 1^{er} au classement des films

Divorce club (comédie française) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2020, suivi de *Petit pays* (drame français) et *En avant* (film d'animation américain). 12 films français, six films américains et deux films européens figurent parmi les 20 premiers du classement. Cinq comédies et quatre films d'aventures apparaissent parmi les 20 premiers. Le premier documentaire, *Adolescentes* (film français), est 77^e de ce classement.

Le cinéma, premier support de promotion des films en 2020 avec 71,9 M€ d'investissements publicitaires bruts

Malgré la très forte diminution des investissements, le cinéma reste le premier support de promotion des films en 2020. Les investissements sur ce média baissent de 73,2 % et atteignent 71,9 M€ pour les films en première exclusivité de 2020. La part du cinéma dans les investissements totaux s'élève à 38,4 % pour les films inédits de 2020. Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l'affichage diminuent à 47,9 M€ en 2020 (-60,9 %). L'affichage capte 25,6 % des dépenses publicitaires totales des films de 2020 (23,6 % pour les films de 2019).

244 films de 2020 ont bénéficié d'un investissement publicitaire brut de 766,2 K€ en moyenne par film.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
films français	107,3	114,7	137,8	160,7	133,3	163,7	204,6	195,7	212,9	110,2
films américains	172,3	175,4	198,0	225,7	212,0	287,1	219,8	215,5	251,6	52,2
films européens ¹	33,0	36,1	31,8	30,8	44,6	49,2	66,1	73,6	39,9	18,0
autres films	7,8	10,1	15,9	15,6	11,9	10,1	11,0	8,1	14,1	6,6
total	320,4	336,3	383,5	432,8	401,8	510,1	501,5	492,8	518,6	187,0

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

Près de 81 % des films bénéficiant d'une promotion font l'objet d'un encart dans la presse

En moyenne, la promotion d'un film sorti pour la première fois en salles en 2020 coûte 766,2 K€. L'investissement moyen est très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 131,8 K€ pour une publicité radiophonique et 816,8 K€ pour une promotion en salles de cinéma. La presse est le média le plus plébiscité. 197 films font l'objet d'un encart dans la presse (80,7 % des films faisant l'objet d'une promotion) notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables à 184,7 K€ pour un film de 2020 en moyenne. De plus, les distributeurs concluent régulièrement des partenariats avec certains titres de presse. La publicité en faveur du cinéma était interdite à la télévision jusqu'en 2020.

Depuis l'été 2020, une expérimentation est en cours sur l'ouverture de la publicité en faveur du cinéma sur ce média, elle doit durer 18 mois. En 2020, 25 films ont bénéficié d'une campagne publicitaire sur les chaînes nationales de la TNT dont 17 films français, cinq films américains, deux films européens et un film d'autres nationalités. Par ailleurs, le parrainage est quant à lui autorisé. Les majors américaines, les sociétés de distribution filiales de chaînes de télévision et les distributeurs intégrés à un groupe d'exploitants y ont plus souvent recours que les autres. En 2020, l'investissement moyen par film réalisé sur ce média est de 299,7 K€. 23,4 % des films sortis en salles en 2020 bénéficient d'une promotion télévisuelle.

Des investissements largement freinés par le coronavirus

La pandémie mondiale de coronavirus a eu pour conséquence de réduire de moitié le nombre de films sortis en salles en 2020. Ainsi, le nombre de films promus a été divisé par deux (244 en 2020, contre 498 en 2019), et l'investissement moyen par film s'est réduit de 26,4% (766,2 K€ contre 1 041,3 K€).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
affichage	87,2	100,6	78,2	82,9	76,5	150,5	146,0	126,6	122,4	47,9
cinéma	89,7	88,5	142,5	173,5	173,3	208,8	217,5	235,4	268,0	71,9
presse	100,7	107,2	114,4	122,8	101,5	100,6	92,7	78,1	75,5	36,4
radio	41,7	38,4	45,8	48,1	41,6	40,8	37,5	35,5	34,8	13,7
télévision	1,2	1,6	2,5	5,5	8,8	9,4	7,8	17,2	17,9	17,1
total	320,4	336,3	383,5	432,8	401,8	510,1	501,5	492,8	518,6	187,0

Source : Kantar Media — CNC.

Les coûts de distribution des films d'initiative française sortis en salles en 2019

Remarques méthodologiques

Les données qui suivent donnent un éclairage sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés par le CNC et sortis en salles. Plusieurs sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées de ces coûts : le soutien automatique à la distribution, la contribution Canal+ à la distribution, la contribution CNC à la distribution et les données déclarées par les distributeurs via un questionnaire pour les films qui ne sont couverts ni par les aides Canal+ et CNC, ni par le soutien automatique du CNC. Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pu être recensées.

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

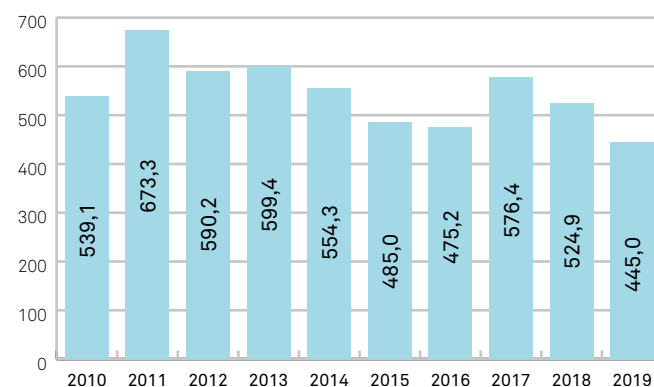
- les frais techniques de distribution : tirage de copies (argentiques et numériques), stockage et transport de copies, frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce, dépenses liées à la distribution des films en numérique (notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message)). À partir de 2012, les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques ;
- les achats d'espaces publicitaires : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision ;
- les dépenses liées à la conception et à la fabrication du matériel publicitaire : conception et fabrication des affiches, création et réalisation de spots radio, clips vidéo, de contenus internet, etc. ;
- les frais divers de promotion : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation

d'avant-premières, frais de festivals et de représentation, honoraires, frais de tournée et déplacements, etc.

81,4 M€ de coûts totaux de distribution pour les films d'initiative française (-15,5 %)

Les coûts de distribution cumulés des 183 films d'initiative française agréés de l'échantillon sortis en salles en 2019 s'élèvent à 81,4 M€. Ils se réduisent de 15,5 % par rapport à l'année précédente, pour un nombre de films en baisse de 2,7 % et un nombre d'établissements en première semaine en recul de 11,2 %. Le coût moyen de distribution des films d'initiative française s'établit à 445,0 K€ en diminution de 13,2 % par rapport à 2018.

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



Source : CNC.

Coûts de distribution des films d'initiative française

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18
nombre de films	180	162	177	172	190	192	199	205	188	183	-2,7%
coûts de distribution (M€)	97,0	109,1	104,5	103,1	105,3	93,1	94,6	118,7	96,4	81,4	-15,5%
frais techniques	30,4	30,3	27,0	23,8	24,0	21,7	20,7	22,7	18,3	10,2	-43,9%
achats d'espaces	42,6	50,0	48,8	51,4	51,7	46,9	48,4	61,2	52,0	47,2	-9,3%
matériel publicitaire	9,4	11,0	11,5	11,5	11,4	9,4	9,2	12,7	9,7	8,7	-9,8%
frais divers de promotion	14,6	17,7	17,1	16,4	18,3	15,1	16,2	22,1	16,5	15,3	-7,2%

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

Entre 2018 et 2019, la structure des frais d'édition enregistre une progression de la part captée par les achats d'espaces publicitaires, passant de 53,9 % à 57,9 %. Pour la cinquième année consécutive, la part des frais liés aux achats d'espaces représente plus de 50 % des coûts de distribution et croît nettement en 2019 pour atteindre la part la plus élevée de la décennie. À l'inverse, la part captée par les frais techniques se réduit fortement, passant de 18,9 % à 12,6 %, soit le niveau le plus bas jamais atteint. Cette forte baisse s'explique notamment par la diminution des contributions numériques en 2019 liée au fait que nombre d'exploitants ont amorti le coût initial de leur équipement de projection numérique. La part captée par les frais liés à la conception du matériel publicitaire est relativement stable à 10,7 % en 2019 (10,0 % en 2018) et celle des frais divers de promotion progresse légèrement à 18,8 % (17,1 % en 2018).

Un coût moyen de distribution en diminution.

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

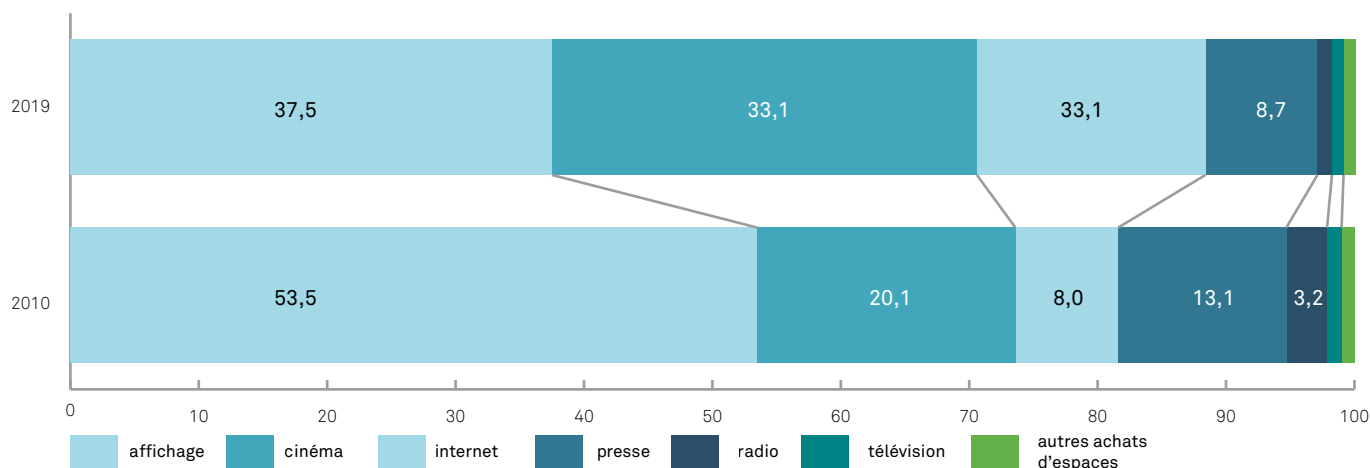
Au cours des dix dernières années, la répartition des achats d'espaces publicitaires a fortement évolué. La part des achats d'espaces dans les établissements cinématographiques progresse de 12,9 points entre 2010 et 2019, passant de 20,1 % des dépenses en achats d'espaces à 33,1 %. La part des dépenses sur internet connaît également une hausse significative entre 2010 et 2019 (+9,7 points). Les autres postes de dépenses en achats d'espaces diminuent sur la période, notamment les dépenses en affichage (-16,0 points entre 2010 et 2019).

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

L'analyse par genre révèle une forte disparité des coûts de distribution des films d'initiative française. En 2019, un film documentaire bénéficie en moyenne de 104,4 K€ de dépenses de distribution. Un film d'animation dispose de 4,1 fois plus (423,3 K€) et un film de fiction de 5,0 fois plus (521,8 K€). Au sein des fictions, les comédies bénéficient de frais de sortie supérieurs de 1,5 fois à la moyenne des fictions avec 793,2 K€ par film en 2019, alors que les drames présentent des frais d'éditions moyens de seulement 299,7 K€ en 2019.

En 2019, un film recommandé Art et Essai bénéficie en moyenne de 247,8 K€ de dépenses de distribution, soit 3,3 fois moins qu'un film non recommandé (820,6 K€).

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



Source: CNC

Plus de 1,2 M€ de frais d'édition en moyenne pour les films à plus de 400 établissements en première semaine

Les coûts de distribution d'un film progressent à mesure que le nombre d'établissements en première semaine augmente. En 2019, les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine présentent un coût de distribution moyen de 35,4 K€ et les films sortis dans 100 à 199 établissements en première semaine un coût de distribution 9,5 fois supérieur à 339,4 K€. Le coût moyen de distribution s'établit à 1 265,5 K€ en moyenne pour les films sortis dans 400 établissements ou plus en première semaine.

Les coûts de distribution représentent 10,1 % du coût définitif d'un film en 2019

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française (coût de production + coût de distribution) s'établit à 4,50 M€ pour les films de 2019 (5,43 M€ en 2018).

Le coût consacré à la distribution d'un film est étroitement corrélé à son coût de production. En 2019, un film dont le coût de production est inférieur à 1 M€ présente un coût moyen de distribution de 67,9 K€, quand un film dont le coût de production dépasse 15 M€ affiche en moyenne des frais d'édition près de 26 fois supérieurs (1,81 M€ en 2019). Toutefois, la part consacrée à la distribution dans le coût définitif est plus élevée pour les films à moins de 1 M€ (14,0 %) que pour les films à 15 M€ ou plus (8,1 %).

Le coût définitif moyen d'un film d'initiative française s'élève à 4,5 M€ en 2019.

Coûts de distribution des films d'initiative française selon le coût de production en 2019

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>=15 M€	ensemble
nombre de films	40	39	27	46	18	6	176
coût définitif¹ (M€)	19,4	72,1	93,6	268,8	203,9	133,3	791,2
coûts de distribution (M€)	2,7	7,1	9,2	28,6	21,6	10,9	80,0
frais techniques	0,4	0,8	1,1	3,9	2,6	1,4	10,1
achats d'espaces	0,9	3,9	5,0	16,7	13,1	6,7	46,4
matériel publicitaire	0,6	0,9	1,2	2,9	2,0	1,1	8,6
frais divers de promotion	0,9	1,5	1,8	5,2	3,9	1,7	15,0
part dans le coût définitif (%)	14,0	9,9	9,8	10,6	10,6	8,1	10,1
coût définitif moyen par film (M€)	0,5	1,8	3,5	5,8	11,3	22,2	4,5
coût de distribution moyen par film (K€)	67,9	182,9	339,1	621,2	1197,8	1809,4	454,5

Base : 176 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2019 pour lesquels les coûts de distribution et de production sont disponibles.

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

Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude *Les coûts de distribution des films français en 2019*

- les séries statistiques sur les coûts de distribution des films

En 2020 :

27,6 millions de spectateurs

43,6 % des Français vont au cinéma



3-14 ans

18,6 %

spectateurs de cinéma

14,9% population française



15-24 ans

15,5 %

spectateurs de cinéma

12,2% population française



25-49 ans

32,2 %

spectateurs de cinéma

31,5% population française

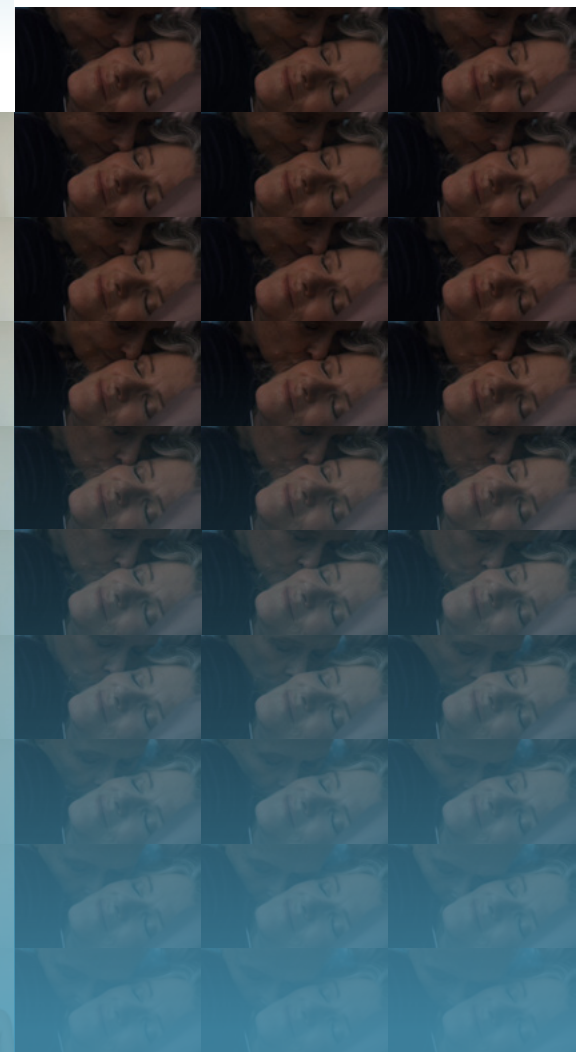
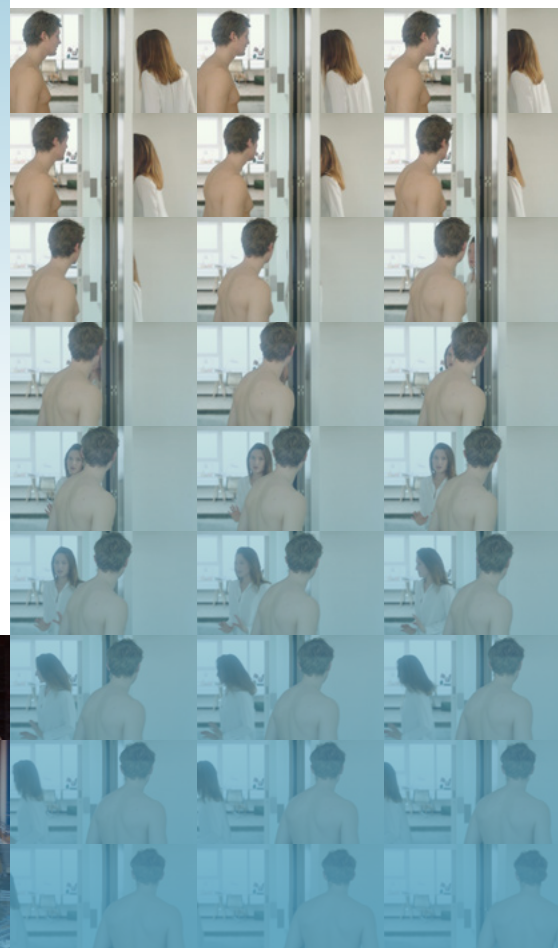
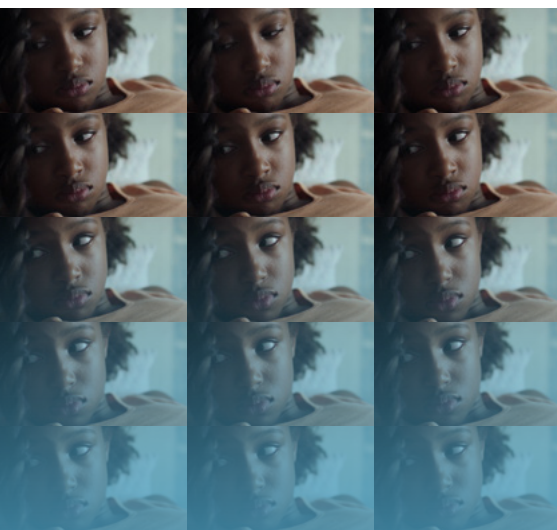


50 ans et plus

33,7 %

spectateurs de cinéma

41,4% population française



2.3

Le public du cinéma

Remarques méthodologiques

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

Le public des salles de cinéma en 2020

Définitions

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

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

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

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

- individus concernés / population cinématographique totale.

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

- entrées réalisées par les individus concernés / total des entrées.

Le nombre moyen d'entrées pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :

- entrées réalisées par les individus concernés / population cinématographique de ce groupe.

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

Plus faible nombre de spectateurs en 2020

En raison de la crise sanitaire et de la fermeture des salles de cinéma, l'année 2020 compte moins de spectateurs que 2019. 27,6 millions d'individus âgés de 3 ans et plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (43,0 millions en 2019), soit le nombre le plus faible des six dernières années. La population cinématographique compte 15,39 millions d'individus de moins qu'en 2019 (-35,8 %). La population cinématographique représente 43,6 % de la population totale des 3 ans et plus en 2020, contre 68,3 % en 2019. Moins de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2020. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 2,4 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2020, un nombre divisé par deux par rapport aux années précédentes.

Sur la population des 6 ans et plus, 2020 compte 26,7 millions de spectateurs de cinéma (-8,9 % par rapport à 1993), soit le nombre le plus faible jamais enregistré depuis 1993 (début des enquêtes sur le public). Pour la première fois depuis cette date, la pénétration du cinéma passe sous la barre des 50 % : 43,8 % de la population totale des 6 ans et plus sont allés au cinéma en 2020.

Moins de la moitié des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2020.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées moyennes par spectateur
2016	62,7	42,5	67,8	5,0
2017	62,9	42,6	67,7	4,9
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,0	68,3	5,0
2020	63,2	27,6	43,6	2,4

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

Un public plus féminin

En 2020, les femmes constituent 51,7 % de la population française âgée de 3 ans et plus et représentent 51,7 % des spectateurs (52,5 % en 2019). Toutefois, au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes diminue davantage (-36,8 % en 2020) que le nombre d'hommes (-34,8 %). En 2020, 43,6 % des femmes sont allés au moins une fois au cinéma au cours de l'année (69,3 % en 2019), contre 43,7 % des hommes (67,3 % en 2019).

En 2020, les femmes génèrent légèrement plus d'entrées en salles (50,4 %) que les hommes (49,6 %). Le nombre d'entrées généré par les hommes diminue plus fortement (-70,4 %) entre 2019 et 2020, que celui des femmes (-68,4 %). En 2020, les spectateurs sont allés en moyenne 2,4 fois au cinéma dans l'année, contre 2,3 fois pour les spectatrices.

Fréquentation selon le genre en 2020

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
hommes	48,3	43,7	48,3	49,6	2,4
femmes	51,7	43,6	51,7	50,4	2,3
ensemble	100,0	43,6	100,0	100,0	2,4

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

Les seniors génèrent 41,3 % des entrées en salles en 2020 (37,4 % en 2019).

Les 25-49 ans, tranche d'âge la plus impactée par la crise sanitaire

Les plus de 35 ans représentent plus de la moitié de la population cinématographique (53,6 % en 2020, 54,4 % en 2019). En 2020, ils génèrent 54,7 % des entrées (55,6 % en 2019), soit 2,4 entrées par spectateur en moyenne. La part des seniors (50 ans ou plus) dans la population cinématographique progresse à 33,7 % en 2020 (32,2 % en 2019), alors que leur poids dans la population totale de référence gagne 0,2 point à 41,4 % en 2020. Le nombre moyen annuel d'entrées par senior atteint 2,9. Les seniors génèrent 41,3 % des entrées en salles en 2020 (+3,9 points par rapport à 2019).

La pénétration du cinéma chez les 25-49 ans perd 30,4 points entre 2019 et 2020, passant de 75,0 % à 44,5 %, contre -28,5 points pour les moins de 25 ans et -17,9 points pour les 50 ans ou plus. La part des 25-49 ans au sein du public s'élève à 32,2 % (34,8 % en 2019) et ils génèrent 24,8 % des entrées en 2020 (32,1 % en 2019), soit une moyenne de 1,8 entrée annuelle par spectateur.

55 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2020.

Un public composé à 34,1 % de moins de 25 ans en 2020

La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma progresse légèrement en 2020. Ils représentent 34,1 % des spectateurs, contre 33,0 % en 2019. Ils sont 9,4 millions à s'être rendus au cinéma (14,2 millions en 2019), soit -33,6 %. Les moins de 25 ans sont à l'origine de 33,9 % des entrées (30,5 % en 2019). En termes de pénétration, le cinéma touche toujours plus les jeunes malgré le contexte sanitaire : 55,0 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2020 (83,5 % en 2019), contre 44,5 % des 25-49 ans et 35,5 % des 50 ans ou plus. La pénétration est plus impor-

tante chez les 15-19 ans (58,2 %) et chez les 11-14 ans (64,3 %). Elle s'avère particulièrement élevée pour les filles âgées de 11 à 19 ans (plus de 67 % d'entre elles sont allées au cinéma en 2020).

Légère progression de la part des moins de 14 ans dans le public et dans les entrées en 2020

Au global, le nombre de moins de 14 ans à être allés au cinéma atteint 5,1 millions. 54,6 % des moins de 14 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2020 (83,8 % en 2019). La part dans le public du cinéma des moins de 14 ans s'établit à 18,6 % en 2020 (18,3 % en 2019) et la proportion des entrées qu'ils réalisent à 15,3 % (14,8 % en 2019). Les moins de 14 ans se sont rendus 1,9 fois dans les salles en 2020.

Fréquentation selon l'âge en 2020

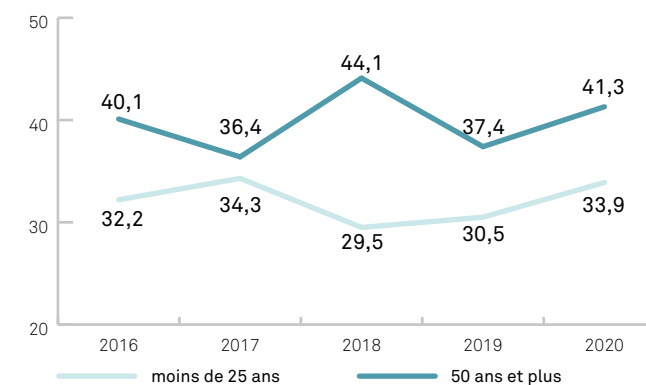
	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,7	49,5	11,0	9,8	2,1
11-14 ans	5,2	64,3	7,6	5,6	1,7
15-19 ans	6,3	58,2	8,4	10,0	2,8
20-24 ans	5,9	52,4	7,0	8,5	2,9
25-34 ans	11,9	45,2	12,3	11,4	2,2
35-49 ans	19,6	44,2	19,8	13,5	1,6
50-59 ans	13,5	40,6	12,5	15,2	2,9
60 ans et plus	28,0	33,0	21,2	26,1	2,9
ensemble	100,0	43,6	100,0	100,0	2,4

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

Davantage d'entrées réalisées par les seniors

La part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma progresse de 1,5 point et celle des moins de 25 ans de 1,1 point. La part des seniors (33,7 %) demeure inférieure à celle des moins de 25 ans (34,1 %) dans le public du cinéma en 2020. En revanche, les seniors réalisent 41,3 % des entrées en salles en 2020, tandis que les jeunes n'en réalisent que 33,9 %.

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



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

Plus de 50 % des CSP+ sont allés au moins une fois au cinéma en 2020

En termes d'activité professionnelle, la population des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) demeure la plus largement concernée par le cinéma avec la pénétration la plus élevée (50,6 % d'entre eux vont au moins une fois au cinéma en 2020, contre 80,4 % en 2019), malgré le contexte particulier. Cela touche un peu plus les CSP+ femmes qui sont 51,4 % à être allées au moins une fois au cinéma en 2020 (50,0 % des CSP+ hommes). Le nombre moyen d'entrées par CSP+ s'établit à 2,6 en 2020. En 2020, 41,3 % des catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) fréquentent les salles de cinéma, contre 65,2 % en 2019. Ils vont au cinéma en moyenne 1,9 fois dans l'année. Les CSP- génèrent 17,2 % de la fréquentation en 2020 (16,9 % en 2019) et représentent 21,4 % de la population cinématographique en 2020 (22,2 % en 2019).

Le taux de pénétration du cinéma chez les inactifs s'élève à 41,6 % en 2020 (41,7 % des femmes et 41,4 % des hommes), contre 64,6 % en 2019. La pénétration du cinéma chez les retraités connaît la baisse la moins prononcée de toutes les catégories socioprofessionnelles. Ils sont 32,4 % à fréquenter les salles de cinéma en 2020 (48,0 % en 2019). Les retraités représentent 17,8 % du public du cinéma en 2020 (+1,1 point). Le taux de pénétration du cinéma chez les élèves et étudiants s'établit à 55,8 % en 2020, contre 85,4 % en 2019. Par rapport à 2019, leur part dans le public gagne 0,7 point à 27,9 %.

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2020

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	23,4	50,6	27,2	29,8	2,6
chefs d'entreprises, cadres...	8,7	53,5	10,7	12,7	2,8
professions intermédiaires	11,7	51,8	13,9	11,0	1,9
artisans, commerçants	3,0	37,8	2,6	6,1	5,5
CSP -	22,6	41,3	21,4	17,2	1,9
employés	12,8	44,0	13,0	14,3	2,6
ouvriers	9,1	38,4	8,0	2,5	0,7
agriculteurs	0,7	27,1	0,4	0,4	2,6
inactifs	54,0	41,6	51,4	53,0	2,4
retraités	24,0	32,4	17,8	19,0	2,5
élèves, étudiants	21,8	55,8	27,9	29,1	2,5
autres inactifs (chômeurs,...)	8,2	30,6	5,8	4,9	2,0
ensemble	100,0	43,6	100,0	100,0	2,4

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

Légère progression de la part des spectateurs retraités dans le public en 2020 (+1,1 %).

Un public plus important dans les grandes agglomérations

La pénétration du cinéma dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (-27,5 points entre 2019 et 2020) et dans les zones rurales (-28,2 points) connaît la plus forte baisse en 2020. Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants concentrent 36,7 % du public (39,8 % en 2019) et 33,8 % des entrées en 2020 (31,6 % en 2019). Le nombre moyen d'entrées s'établit à 2,2 entrées par spectateur de ces zones en 2020. Paris et les unités urbaines de plus de 100 000 habitants concentrent la majorité des spectateurs. Ces unités urbaines rassemblent 51,0 % des spectateurs en 2020, contre 47,7 % en 2019. Elles captent également la plus grande part des entrées (55,6 % en 2020, contre 57,2 % en 2019). Les spectateurs de ces zones sont allés 2,6 fois au cinéma en moyenne en 2020.

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2020

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	22,4	39,4	20,3	24,0	2,8
unités urbaines < 20 000 hab.	17,5	41,0	16,4	9,8	1,4
unités urbaines de 20 000 à 50 000 hab.	6,3	42,2	6,1	4,3	1,7
unités urbaines de 50 000 à 100 000 hab.	7,0	38,4	6,2	6,4	2,4
unités urbaines > 100 000 hab.	30,0	44,4	30,6	36,4	2,8
unité urbaine de Paris	16,7	53,3	20,4	19,2	2,2
ensemble	100,0	43,6	100,0	100,0	2,4

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

Progression du nombre de spectateurs assidus (+13,5 %)

En 2020, le nombre de spectateurs occasionnels est divisé par deux pour atteindre 14,6 millions. Les occasionnels composent ainsi 53,0 % du public en 2020, contre 69,2 % en 2019. Ils génèrent 31,4 % de la fréquentation des salles en 2020 (20,5 millions d'entrées) et sont allés en moyenne 1,4 fois au cinéma dans l'année. La fréquentation des occasionnels s'appuie notamment sur des films touchant un large public comme *les Trolls 2 : tournée mondiale* (49,9 % des entrées réalisées par les occasionnels), *Sonic, le film* (47,8 %) ou *10 jours sans maman* (43,1 %).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la fréquentation. Ils génèrent 68,6 % des entrées totales de l'année (-5,0 points par rapport à 2019), soit 44,7 millions d'entrées. Ils sont allés en moyenne 3,5 fois au cinéma dans l'année, contre 11,9 fois en 2019. Par rapport à 2019, la population cinématographique compte plus de spectateurs assidus (+0,22 million d'individus, soit +13,5 %) mais moins de spectateurs réguliers (-0,50 million d'individus, soit -4,3 %). Les spectateurs habitués composent ainsi 47,0 % du public des salles de cinéma en 2020, contre 30,8 % en 2019.

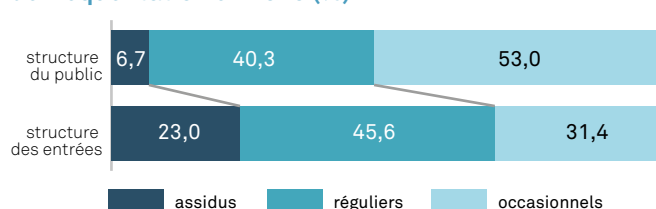
Les habitués composent 68,6 % de la fréquentation et 47,0 % du public de l'année.

Habitudes du public du cinéma

	2016	2017	2018	2019	2020
structure du public (%)					
habitués	35,2	35,0	31,0	30,8	47,0
assidus	4,2	3,8	3,1	3,8	6,7
réguliers	31,0	31,2	27,9	27,0	40,3
occasionnels	64,8	65,0	69,0	69,2	53,0
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)					
habitués	67,1	67,0	65,1	73,6	68,6
assidus	23,0	22,2	22,5	23,8	23,0
réguliers	44,1	44,8	42,6	49,8	45,6
occasionnels	32,9	33,0	34,9	26,4	31,4
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2020 (%)



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

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont liées aux critères sociodémographiques. En 2020, 40,1 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (28,1 % pour les occasionnels), 29,3 % sont des CSP+ (25,3 % pour les occasionnels) et 58,0 % habitent Paris ou des unités urbaines de plus de 100 000 habitants (44,8 % pour les occasionnels).

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2020 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
hommes	47,2	49,3	48,3
femmes	52,8	50,7	51,7
âge			
3-14 ans	12,7	23,9	18,6
15-24 ans	15,9	15,1	15,5
25-49 ans	31,3	32,9	32,2
50 ans et plus	40,1	28,1	33,7
activité professionnelle			
CSP+	29,3	25,3	27,2
CSP-	21,6	21,2	21,4
inactifs	49,1	53,5	51,4
agglomération de résidence			
zones rurales	15,1	24,8	20,3
UU <20 000 hab.	15,8	17,0	16,4
UU de 20 000 à 50 000 hab.	5,5	6,7	6,1
UU de 50 000 à 100 000 hab.	5,6	6,8	6,2
UU >100 000 hab.	33,7	27,8	30,6
UU de Paris	24,3	16,9	20,4

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

Voir aussi sur www.cnc.fr

- les séries statistiques sur le profil du public des salles de cinéma

- l'étude *Le public du cinéma en 2019*

Le public des films en 2020

Plus de 50 % du public des films français a 50 ans et plus.

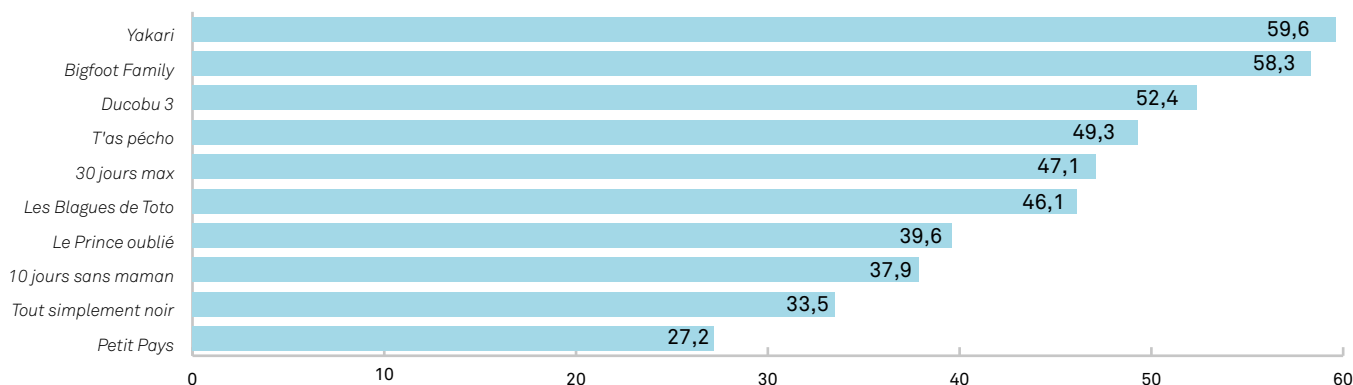
Les films français sont particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) en 2020. La part de cette population dans le public des films français est supérieure de 9,6 points à sa part dans le public de l'ensemble des films. En 2020, le public des films français se compose à 50,8 % de seniors (-10,5 points par rapport à 2019). Les moins de 25 ans restent sous-représentés au sein du public des films français : ils composent 28,1 % du public de ces films en 2020, contre 34,0 % de celui de l'ensemble des films. Toutefois, 2020 marque une forte progression (+9,4 points) de la part des moins de 25 ans au sein du public des films nationaux. La crise sanitaire a eu un effet sur le public des films français, certains d'entre eux ont eu un réel impact sur la composante la plus jeune de cette tranche d'âge, c'est le cas notamment de *Yakari* (59,6 % de moins de 25 ans), *Bigfoot Family* (58,3 %) ou encore *Ducobu 3* (52,4 %).

Les assidus sont plus friands de films français. En 2020, ils représentent 28,2 % des spectateurs de ces films, contre 26,5 % du public tous films confondus. Des films tels que *Effacer l'historique* ou *Petit Pays* rassemblent de nombreux spectateurs (plus de 300 000 entrées) et une forte proportion d'assidus (respectivement 36,3 % et 31,8 %).

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

Le public des films américains demeure jeune. 43,0 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans, contre 34,0 % pour l'ensemble des films. Ce sont surtout les films d'aventures que les jeunes ont prisé en 2020 : *Sonic, le Film* (59,2 % de 3-24 ans), *Birds of Prey et la fantastique histoire de Harley Quinn* (54,6 %), ou encore *The Hunt* (51,5 %). Les seniors (28,5 %) et les spectateurs assidus (21,9 %) sont moins représentés dans le public du cinéma d'Outre-Atlantique, en raison, notamment, des principaux genres de films produits (animation, aventures, science-fiction, horreur) qui attirent moins ces catégories de population.

Films français enregistrant une part importante de moins de 25 ans en 2020 (%)



Base : Films français sortis en salles en 2020 dans 50 établissements en première semaine ou plus et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées. Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Public des films selon la nationalité en 2020 (%)

	films français	films américains	films européens ¹	autres films	tous films
genre					
hommes	46,3	48,5	55,5	54,3	48,4
femmes	53,7	51,5	44,5	45,7	51,6
âge					
enfants (3-14 ans)	13,4	20,7	5,9	15,5	15,6
jeunes (15-24 ans)	14,7	22,3	20,5	18,1	18,3
adultes (25-49 ans)	21,2	28,5	29,6	22,8	24,9
seniors (50 ans et plus)	50,8	28,5	44,1	43,6	41,1
activité professionnelle					
CSP+	29,0	26,8	39,4	29,4	29,1
CSP-	16,7	18,9	16,7	16,6	17,6
inactifs	54,3	54,3	44,0	54,0	53,3
habitat					
région parisienne	20,8	21,6	26,1	27,6	22,0
autres régions	79,2	78,4	73,9	72,4	78,0
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	28,2	21,9	30,7	37,0	26,5
réguliers	47,3	46,2	46,0	44,2	46,7
occasionnels	24,5	31,8	23,3	18,8	26,8

¹ Europe au sens continental, hors France. Base : échantillon de 194 films en 2020 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine. Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

En 2020, progression de la part des jeunes dans le public des films français.

En 2020, 43,0 % des spectateurs de films américains ont moins de 25 ans.

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

Parmi les principaux genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les enfants constituent 44,7 % du public de ces films, contre 15,6 % de celui de l'ensemble des films. Pour des films tel que *En avant*, les 3-14 ans représentent plus de 49,6 % des spectateurs. Au sein du public des films d'animation, les spectateurs résidant en régions sont sur-représentés (80,2 % en 2020, contre 78,0 % tous genres confondus). 37,8 % des spectateurs de films d'animation sont des occasionnels, contre 26,8 % de ceux de l'ensemble des films. Les réguliers composent 41,9 % du public de ces films (46,7 % tous genres confondus) et les assidus 20,3 % (26,5 % tous genres confondus).

Un public de CSP+ et de seniors pour les documentaires

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée (29 établissements première semaine en moyenne pour les documentaires sortis en 2020).

L'analyse du public des documentaires met en évidence une réelle segmentation par rapport aux autres genres. Elle fait apparaître une part importante de seniors (43,1 % du public, contre 41,1 % tous films confondus), de CSP+ (37,3 %, contre 29,1% tous films) et de Parisiens (23,8 %, contre 22,0 % tous films). En 2020, la part des spectateurs assidus dans le public des documentaires est supérieure (28,7 %) à celle tous films confondus (26,5 %). Les occasionnels composent 14,3 % du public des documentaires (26,8 % tous films confondus).

Public des films selon le genre en 2020 (%)

	films d'animation	films documentaires	films de fiction	dont comédies	tous films
genre					
hommes	46,3	49,8	48,6	48,1	48,4
femmes	53,7	50,2	51,4	51,9	51,6
âge					
enfants (3-14 ans)	44,7	10,8	11,6	15,9	15,6
jeunes (15-24 ans)	15,3	22,6	18,7	17,0	18,3
adultes (25-49 ans)	26,5	23,5	24,7	23,7	24,9
seniors (50 ans et plus)	13,5	43,1	45,0	43,5	41,1
activité professionnelle					
CSP+	18,6	37,3	30,5	27,6	29,1
CSP-	15,5	13,5	17,9	18,7	17,6
inactifs	65,9	49,2	51,6	53,7	53,3
habitat					
région parisienne	19,8	23,8	22,1	19,8	22,0
autres régions	80,2	76,2	77,9	80,2	78,0
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	20,3	28,7	27,0	25,6	26,5
réguliers	41,9	56,9	46,9	46,2	46,7
occasionnels	37,8	14,3	26,0	28,3	26,8

Base : échantillon de 194 films en 2020 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

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

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie est généralement limitée.

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. En 2020, le public des films recommandés Art et Essai se compose à 59,0 % de seniors, à 35,7 % de CSP+, à 26,6 % d'habitants de Paris et sa région et à 35,7 % d'assidus. A l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et habite davantage en régions.

Les assidus ont notamment plébiscité certains films recommandés Art et Essai tels que *Eté 85* de François Ozon (38,4 % d'assidus) ou *la Bonne Epouse* de Martin Provost (37,3 %). Toutefois, probablement un effet de la crise sanitaire, parmi les 95 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2020, 70 présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne (16,3 %), contre 12 films sur 171 en 2019. *Yakari*, film d'animation Art et Essai français, présente ainsi une part d'occasionnels importante à 36,2 %.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2020 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
hommes	48,0	48,5	48,4
femmes	52,0	51,5	51,6
âge			
enfants (3-14 ans)	5,9	18,5	15,6
jeunes (15-24 ans)	14,1	19,6	18,3
adultes (25-49 ans)	21,0	26,1	24,9
seniors (50 ans et plus)	59,0	35,7	41,1
activité professionnelle			
CSP+	35,7	27,1	29,1
CSP-	14,3	18,6	17,6
inactifs	50,0	54,3	53,3
habitat			
région parisienne	26,6	20,3	22,0
autres régions	73,4	79,7	78,0
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	35,7	23,3	26,5
réguliers	48,0	46,2	46,7
occasionnels	16,3	30,5	26,8

Base : échantillon de 194 films en 2020 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le succès d'un film toujours porté par les occasionnels

De façon corrélée, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film varient en fonction de sa performance d'entrées. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante (40,3 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2020). 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 (37,9 % pour les films à plus de deux millions d'entrées en 2020). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille ou les blockbusters américains. Deux films américains ayant réalisé plus d'un million d'entrées en salles sont composés à près de 50 % d'occasionnels : *les Trolls 2 : Tournée mondiale* (49,9 % d'occasionnels, contre 26,8 % en moyenne tous films) et *Sonic, le Film* (47,8 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (8,1 % d'enfants pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2020, 22,5 % pour les films à plus de 2 millions d'entrées), inactif (44,7 % d'inactifs pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 54,1 % pour les films à plus de 2 millions d'entrées) et réside en régions (72,6 % de personnes résidant en régions pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 81,0 % pour les films à plus de 2 millions d'entrées).

Plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune : 45,5 % du public des films à plus de 2 millions d'entrées a moins de 25 ans.

Public des films selon le nombre d'entrées en 2020 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions et plus	tous films
genre						
hommes	48,5	49,0	44,2	48,0	59,2	48,4
femmes	51,5	51,0	55,8	52,0	40,8	51,6
âge						
enfants (3-14 ans)	8,1	9,9	15,3	23,7	22,5	15,6
jeunes (15-24 ans)	18,2	17,0	15,7	21,4	23,0	18,3
adultes (25-49 ans)	26,9	23,0	22,1	28,1	29,9	24,9
seniors (50 ans et plus)	46,8	50,0	46,9	26,8	24,6	41,1
activité professionnelle						
CSP+	38,1	31,0	28,0	25,0	29,3	29,1
CSP-	17,1	16,3	17,9	19,5	16,7	17,6
inactifs	44,7	52,7	54,1	55,5	54,1	53,3
habitat						
région parisienne	27,4	24,9	20,5	17,9	19,0	22,0
autres régions	72,6	75,1	79,5	82,1	81,0	78,0
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	40,3	32,3	25,5	16,8	16,8	26,5
réguliers	46,3	47,3	47,0	45,8	45,3	46,7
occasionnels	13,4	20,4	27,5	37,5	37,9	26,8

Base : échantillon de 194 films en 2020 dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

En 2020 :

2 041 établissements actifs
(-4 établissements par rapport à 2019)
dont :



233

multiplexes
(11,4 % des établissements),
57,3 % des entrées



1 131

établissements mono-écran
(55,4 % des établissements)



6 127

écrans actifs
(+13 écrans par rapport
à 2019)



677

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



2.4

L'exploitation

Définition d'une salle active

Afin de mesurer l'évolution de l'activité des salles de cinéma sur le territoire, le CNC recense le nombre annuel de salles actives, c'est-à-dire celles qui effectuent, au cours de l'année, au moins une projection ayant donné lieu à une déclaration de recettes. Cette déclaration est effectuée auprès du CNC par les exploitants de salles. Elle fait foi pour le contrôle des recettes, le calcul de la TSA et celui du soutien automatique. C'est à partir de ces déclarations que sont produites l'ensemble des statistiques de l'exploitation des films en salles. Les exploitants sont tenus d'effectuer une déclaration de recettes pour chaque semaine, chaque écran et chaque film. Ils y inscrivent notamment le titre du film diffusé au cours de la semaine cinématographique écoulée, le nombre de séances programmées, les entrées et la recette réalisées.

Le parc cinématographique

Plus de 6 000 salles actives

6 127 salles sont actives en France métropolitaine en 2020, soit 13 de plus qu'en 2019 (+0,2 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 92 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de 79 écrans. L'expansion du parc des cinémas de 4 à 7 écrans explique en partie les ouvertures de salles. En 2020, 37,0 % des nouveaux écrans se situent dans ce type d'établissements (31,0 % des nouveaux écrans de 2019), contre 32,6 % dans des multiplexes (41,9 % en 2019) et 30,4 % dans des établissements de 1 à 3 écrans (27,1 % en 2019).

Parmi les 92 écrans ouverts en 2020, 11 résultent de l'extension de cinémas préexistants (35 sur 203 en 2019). Même si depuis 2013, les extensions d'établissements préexistants concernent 25 écrans ou plus chaque année (30 écrans par an en moyenne sur la période 2013-2019), la crise sanitaire a ralenti leur développement en 2020.

Parmi les 6 127 écrans actifs en 2020 figurent 107 circuits itinérants (108 en 2019).

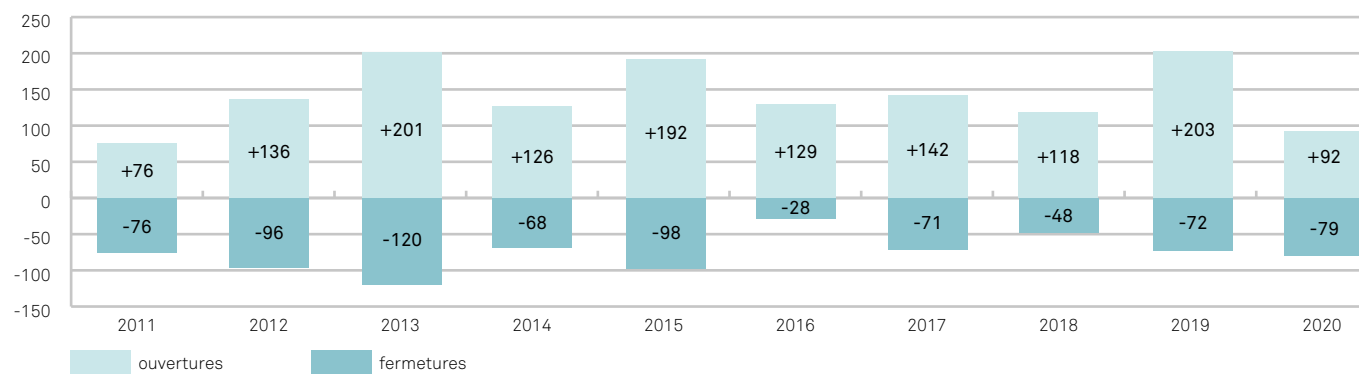
Parc cinématographique français ¹

	établissements	écrans	fauteuils	nombre moyen de fauteuils par établissement	nombre moyen de fauteuils par écran
2011	2 034	5 468	1 047 166	515	192
2012	2 035	5 508	1 053 643	518	191
2013	2 027	5 589	1 065 929	526	191
2014	2 020	5 647	1 071 305	530	190
2015	2 033	5 741	1 094 883	539	191
2016	2 044	5 842	1 099 471	538	188
2017	2 046	5 913	1 118 916	547	189
2018	2 040	5 983	1 126 162	552	188
2019	2 045	6 114	1 140 999	558	187
2020	2 041	6 127	1 138 530	558	186
évol. 20/19	-0,2%	+0,2%	-0,2%	-	-0,5%

¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine.

2 041 établissements (-4 par rapport à 2019) et 6 127 écrans (+13 par rapport à 2019) actifs en 2020.

Evolution des ouvertures et fermetures d'écrans¹



¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine.

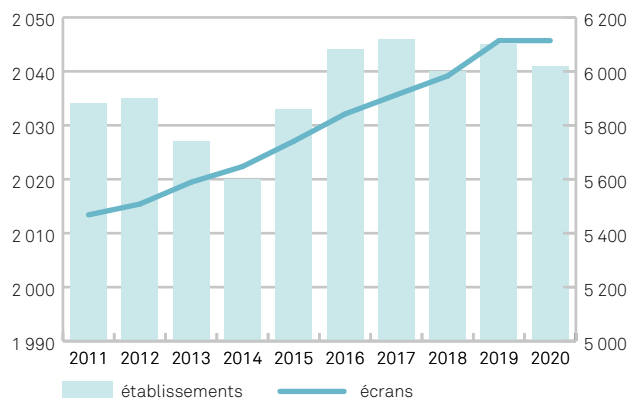
2 041 établissements cinématographiques

En 2020, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2 041, soit quatre de moins qu'en 2019. 27 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 31 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement.

En 2020, un cinéma de neuf salles, un de sept salles, un de six salles, trois de cinq salles, un de quatre salles, cinq de deux salles et 19 mono-écrans ferment, provisoirement ou définitivement.

59,3 % des établissements ouverts en 2020 comptent un écran (16 établissements). Trois comptent huit écrans ou plus. Ouvrent également en 2020, un cinéma de deux écrans, deux de trois écrans, deux de cinq écrans, un de six écrans et deux de sept écrans.

Evolution du nombre d'établissements et d'écrans actifs¹



¹Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine.

30 établissements dans les DROM

En 2020, 30 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer dont quatre multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Ils regroupent 78 écrans. La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec 14 cinémas dont deux multiplexes et 34 écrans, devant la Guadeloupe (huit établissements dont un multiplexe et 21 écrans), la Guyane (quatre cinémas et 10 écrans), la Martinique (trois cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant et 12 écrans) et Mayotte (un cinéma mono-écran).

78 établissements à Paris

En 2020, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 400, contre 411 en 2019. La capitale compte quatre établissements de moins en 2020 par rapport à 2019, sans que ces fermetures ne soient liées à la crise sanitaire. Le Gaumont Opéra Capucines (sept salles) dans le 9^e arrondissement a notamment fermé ses portes pour rénovation et devrait rouvrir en 2022.

Le parc parisien compte 78 établissements dont 13 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Le VII^e arrondissement est le seul à ne pas abriter de cinéma depuis la fermeture de la Pagode en 2015. Le cinéma a été racheté en 2017, ses très ambitieux travaux de rénovation étant toujours en cours. Le VI^e et le XIX^e arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 49 écrans regroupés dans 15 établissements et 43 écrans regroupés dans quatre établissements.

La capitale dispose de 70 700 fauteuils cinématographiques en 2020. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 906 fauteuils en 2020 (831 en 2011, soit +9,1 % en 10 ans) et une salle en contient 177 (189 en 2011, soit -6,7 % en 10 ans). En dix ans, le parc parisien compte cinq établissements de moins, 36 écrans de plus et 1 751 fauteuils supplémentaires.

Parc cinématographique parisien¹

	établissements	écrans	fauteuils
2011	83	364	68 949
2012	86	373	70 649
2013	88	401	75 790
2014	87	404	75 263
2015	85	389	72 528
2016	87	419	78 826
2017	84	406	74 939
2018	85	417	76 081
2019	82	411	74 052
2020	78	400	70 700
évol. 20/19	-4,9%	-2,7%	-4,5%

¹Données provisoires pour 2020.
Source : CNC.

Un recul des entrées moyennes plus forte pour les multiplexes que pour l'ensemble des cinémas

Compte tenu de l'évolution de la fréquentation en 2020 en raison de la crise sanitaire (-69,4 % par rapport à 2019), le nombre moyen d'entrées par établissement décline pour atteindre 31 955 entrées, soit -69,3 % par rapport à 2019. Le nombre moyen d'entrées par écran baisse à 10 645 entrées (-69,4 %). En moyenne, un multiplexe enregistre 160 335 entrées en 2020 (552 563 en 2019, -71,0 %), soit une baisse plus importante que pour l'ensemble des établissements.

Nombre moyen d'entrées¹

	par établissement	par écran
2011	106 784	39 722
2012	100 041	36 962
2013	95 580	34 665
2014	103 504	37 025
2015	101 013	35 771
2016	104 308	36 495
2017	102 352	35 416
2018	98 634	33 631
2019	104 168	34 842
2020	31 955	10 645
évol. 20/19	-69,3%	-69,4%

¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France Métropolitaine.

89 % des cinémas réalisent moins de 80 000 entrées

En raison de la forte baisse de la fréquentation, liée à la crise sanitaire, le nombre d'établissements par niveau d'entrées a été bouleversé en 2020. Si 88,6 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 80 000 entrées en 2020, ils totalisent 58,3 % des écrans actifs, 55,8 % des fauteuils et 39,8 % des entrées. Les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 0,2 % des établissements, 1,4 % des écrans, 1,7 % des fauteuils et 4,0 % de la fréquentation globale.

La part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées est en nette augmentation par rapport à 2019 (+14,2 points) à 88,6 % quand celle des cinémas réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées par an recule de 8,0 points et celle des cinémas à 450 000 entrées annuelles et plus de 6,1 points. La hausse de la part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées par an est nettement plus prononcée en termes d'écrans et de fauteuils (respectivement +23,8 points et +20,4 points), ce qui indique que des grands cinémas se retrouvent dans cette tranche en 2020.

Etablissements selon le nombre d'entrées¹

		établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 80 000 entrées	2018	1 537	2 135	415 154	33,73	21 947
	2019	1 522	2 106	404 432	34,77	22 846
	2020	1 808	3 571	635 745	25,92	14 339
	évol. 20/19	+18,8%	+69,6%	+57,2%	-25,4%	-37,2%
	pois dans le total 2020	88,6%	58,3%	55,8%	39,7%	
de 80 000 à 450 000 entrées	2018	388	2 348	393 885	80,19	206 669
	2019	394	2 341	389 182	81,47	206 767
	2020	229	2 471	483 303	36,64	159 995
	évol. 20/19	-41,9%	+5,6%	+24,2%	-55,0%	-22,6%
	pois dans le total 2020	11,2%	40,3%	42,4%	56,2%	
plus de 450 000 entrées	2018	115	1 500	317 123	87,30	759 100
	2019	129	1 667	347 385	96,86	750 839
	2020	4	85	19 482	2,63	657 865
	évol. 20/19	-96,9%	-94,9%	-94,4%	-97,3%	-12,4%
	pois dans le total 2020	0,2%	1,4%	1,7%	4,0%	

¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine..

En 2020, la part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées progresse à 88,6 % des cinémas actifs (+14,2 points par rapport à 2019).

Plus de 55 % des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2020, 233 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France dont trois ont ouvert dans l'année. Le nombre de créations est inférieur à la moyenne des dix dernières années (six ouvertures en moyenne chaque année). Un multiplexe ferme définitivement, l'UGC Toulouse (juillet 2019), et un multiplexe ferme un écran.

11,4 % des établissements français sont des multiplexes en 2020. Ces derniers regroupent 43,7 % des écrans et 45,6 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 57,3 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2020 (60,2 % en 2019). Au total, leur fréquentation ralentit de 70,9 % par rapport à 2019, contre -69,4 % pour l'ensemble des cinémas.

En moyenne, un multiplexe compte 11 écrans et 2 227 fauteuils en 2020.

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 131 établissements mono-écran en 2020 (18,5 % des écrans et 55,4 % des établissements). Ces salles totalisent 21,5 % des fauteuils et réalisent 9,5 % des entrées. Les 677 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,8 % des écrans et 32,9 % des fauteuils en 2020. Ils génèrent 33,3 % des entrées de l'année.

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2020

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
Etoile Béthune	Etoile Cinéma Développement	Béthune	Béthune	mars 2020	9	1 483
Cap Cinéma Nanterre	CGR	Nanterre	Paris	février 2020	10	1 525
Ciné Vauban	Cinédiffusion	Saint-Malo	Saint-Malo	janvier 2020	8	1 450

Source : CNC – France métropolitaine.

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

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement	
nombre	2016	209	2 405	478 754	127,23	608 778
	2017	219	2 505	495 876	125,77	574 288
	2018	226	2 582	505 840	120,95	535 188
	2019	232	2 666	519 431	128,19	552 563
	2020	233	2 677	518 905	37,36	160 335
	<i>évol. 20/19</i>	+0,4%	+0,4%	-0,1%	-70,9%	-71,0%
poids dans le total (%)	2016	10,2	41,2	43,5	59,7	
	2017	10,7	42,4	44,3	60,1	
	2018	11,1	43,2	44,9	60,1	
	2019	11,3	43,6	45,5	60,2	
	2020	11,4	43,7	45,6	57,3	

¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2020¹

	établissements	écrans	fauteuils	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 131	1 131	244 675	9,5%	5 452
2 à 3 écrans	435	1 037	171 585	12,6%	18 882
4 à 5 écrans	144	643	99 532	9,7%	44 083
6 à 7 écrans	98	639	103 833	10,9%	72 809
8 à 11 écrans	125	1 162	208 499	21,2%	110 441
12 écrans et plus	108	1 515	310 406	36,1%	218 082
total	2 041	6 127	1 138 530	100,0%	31 955

¹ Données provisoires.
Source : CNC – France métropolitaine.

56,8 % des établissements équipés pour la projection numérique 3D

À fin décembre 2020, 1 160 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 56,8 % du parc total d'établissements cinématographiques (57,1 % à fin 2019). 19 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection en 2020 (19 en 2019).

Tout comme en 2019, 17,8 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2020 sont des multiplexes et 44,5 % sont des mono-écrans (44,6 en 2019). Si 88,8 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2020, ce taux d'équipement atteint 68,2 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 62,5 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 45,6 % pour les mono-écrans.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total (%)
2016	1 211	59,2
2017	1 221	59,7
2018	1 203	59,0
2019	1 167	57,1
2020	1 160	56,8
évol. 20/19	-0,6%	-0,2pt

Source : CNC – Cinégo – France métropolitaine.

90 établissements disposent d'au moins une salle premium

De nombreuses technologies se déploient aujourd'hui : projection laser, 4K, écrans enveloppants, très grands écrans, son 3D, fauteuils 4DX. Aujourd'hui, sept technologies sont utilisées en France : ICE (Immersive Cinema Experience, technologie développée par CGR qui associe la projection Laser 4K, le son Dolby Atmos et la technologie LightVibes), IMAX (contraction de « image maximum », projection immersive qui conduit à oublier les limites de l'écran créée aux Etats-Unis en 1973), Dolby cinéma (utilise les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos, sentiment d'être au cœur de l'action avec des sons enveloppants), 4DX (créée en 2009 en Corée, association du mouvement des sièges et d'effets sensoriels), Screen X (système de projection « augmentée », l'image s'étend sur les murs latéraux pour entourer le spectateur à 270 degrés), Sphera (utilise les technologies Dolby Atmos, EclairColor et l'ajout de bandes LED sur les murs qui retranscrivent en live les couleurs du films sur les murs) et Laser ULTRA (offre une image de qualité bien supérieure).

En 2020, 90 établissements disposent d'au moins une salle premium, soit 4,4 % des cinémas actifs en France. Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 42 établissements et 34 établissements équipés.

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

Les exploitants organisent de plus en plus d'animation dans leurs salles avec plus de 8 000 événements chaque année et proposent des lieux plus ou moins alternatifs. Au-delà des traditionnelles avant-premières et différents festivals, les exploitants multiplient les animations pour toucher un public varié tels les ciné-goûter, les retransmissions sportives, les captations de spectacles vivants ou encore les séances de jeux vidéo en réseau. Ils offrent également, pour certains, des espaces de diffusion de contenus en réalité virtuelle. De plus en plus, les salles de cinéma s'inscrivent comme des lieux de loisirs et de divertissement au sens large.

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2020 exploitent 2 568 écrans, soit 41,9 % de l'ensemble des écrans actifs. Elles concentrent 55,9 % des entrées en 2020.

Les cinémas Pathé Gaumont ! exploitent 895 salles de cinéma (14,6 % du parc national). Avec 11,2 % du parc (684 écrans), CGR est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 501 salles (8,2 % des écrans français).

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

Principaux exploitants de salles¹

		nombre					% du total				
		2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
écrans	CGR	474	531	668	686	684	8,1%	9,0%	11,2%	11,2%	11,2%
	Les cinémas Pathé Gaumont !	774	783	779	913	895	13,2%	13,2%	13,0%	14,9%	14,6%
	Kinépolis	128	128	138	145	141	2,2%	2,2%	2,3%	2,4%	2,3%
	Megarama (Lemoine)	124	132	151	161	161	2,1%	2,2%	2,5%	2,6%	2,6%
	MK2	65	68	68	70	70	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%
	SAS Cinéville	106	106	106	120	116	1,8%	1,8%	1,8%	2,0%	1,9%
	UGC	394	415	419	510	501	6,7%	7,0%	7,0%	8,3%	8,2%
	sous-total	2 065	2 163	2 329	2 605	2 568	35,3%	36,6%	38,9%	42,6%	41,9%
	total	5 842	5 913	5 983	6 114	6 127	100%	100%	100%	100%	100%
	établissements	CGR	47	53	73	73	72	2,3%	2,6%	3,6%	3,6%
Les cinémas Pathé Gaumont !		71	70	69	89	86	3,5%	3,4%	3,4%	4,4%	4,2%
Kinépolis		11	11	12	13	12	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%
Megarama (Lemoine)		22	23	25	22	22	1,1%	1,1%	1,2%	1,1%	1,1%
MK2		12	13	13	13	13	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
SAS Cinéville		13	13	13	16	15	0,6%	0,6%	0,6%	0,8%	0,7%
UGC		36	39	39	51	50	1,8%	1,9%	1,9%	2,5%	2,4%
sous-total		212	222	244	277	270	10,4%	10,9%	12,0%	13,5%	13,2%
total		2 044	2 046	2 040	2 045	2 041	100%	100%	100%	100%	100%
entrées (millions)		CGR	19,0	19,3	23,1	25,0	6,8	8,9%	9,2%	11,5%	11,8%
	Les cinémas Pathé Gaumont !	47,2	45,3	43,3	50,3	14,6	22,1%	21,6%	21,5%	23,6%	22,3%
	Kinépolis	6,8	6,9	6,4	7,2	2,0	3,2%	3,3%	3,2%	3,4%	3,0%
	Megarama (Lemoine)	4,4	4,4	4,6	6,1	1,7	2,1%	2,1%	2,3%	2,8%	2,6%
	MK2	4,4	4,4	4,0	4,1	1,6	2,1%	2,1%	2,0%	1,9%	2,4%
	SAS Cinéville	5,3	5,3	5,0	5,3	1,6	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%
	UGC	26,1	25,9	23,4	26,3	8,2	12,2%	12,4%	11,6%	12,4%	12,5%
	sous-total	113,2	111,5	109,8	124,3	36,5	53,1%	53,2%	54,6%	58,3%	55,9%
	total	213,2	209,4	201,2	213,0	65,2	100%	100%	100%	100%	100%

¹ Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2020. Données provisoires pour 2020. Source : CNC – France métropolitaine.

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

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

En 2020, les 13 groupements et ententes nationaux existants programment 3 665 écrans, soit 59,8 % de l'ensemble des écrans. En 2019, les 13 groupements nationaux programmaient 58,8 % du parc (3 594 écrans). Les cinémas Pathé Gaumont ! programment le plus grand nombre d'écrans : 957 en 2020.

Groupements nationaux de programmation¹

	nombre d'écrans					% du parc total				
	2016	2017	2018	2019	2020	2016	2017	2018	2019	2020
Agora Cinémas	124	128	164	164	164	2,1	2,2	2,7	2,7	2,7
CinéDiffusion	271	268	278	282	301	4,6	4,5	4,6	4,6	4,9
Cineode	-	-	-	68	68	-	-	-	1,1	1,1
Cineprofilms	32	31	30	29	34	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6
Les cinémas Pathé Gaumont !	871	855	836	953	957	14,9	14,5	14,0	15,6	15,6
Exhanthus	-	26	26	26	26	-	0,4	0,4	0,4	0,4
Les Films de la Rochelle	-	537	684	677	675	-	9,1	11,4	11,1	11,0
GPCI	191	182	180	194	201	3,3	3,1	3,0	3,2	3,3
MC4	166	179	106	164	165	2,8	3,0	1,8	2,7	2,7
Micromegas	88	86	86	83	85	1,5	1,5	1,4	1,4	1,4
NOE Cinéma	67	70	73	82	82	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3
UGC	446	470	457	516	542	7,6	7,9	7,6	8,4	8,8
VEO	319	318	319	356	365	5,5	5,4	5,3	5,8	5,6

¹ Données provisoires pour 2020.
Source : CNC – France métropolitaine.

En 2020 :

783,9 M€ d'investissements dans la production cinématographique

(-29,8 % par rapport à 2019)

239

films agréés,

(-62 films par rapport à 2019)



151

films intégralement français

(-34 films par rapport à 2019)



88

films en coproduction internationale

avec 39 pays différents

(-28 films par rapport à 2019)



2.5

La production cinématographique

Le financement de la production

Remarques méthodologiques

Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2020 (agrément des investissements ou agrément de production pour les films pour lesquels l'agrément des investissements n'est pas requis). Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes ainsi que les films qui ne font appel à aucun financement encadré ni au soutien financier du CNC et dont la production n'est pas terminée en sont exclus.

Une production de films français en nette baisse

La suspension des tournages au début de la crise pandémique et les incertitudes liées à la reprise ont eu un impact sur la production de longs métrages français en 2020. 239 films ont obtenu l'agrément du CNC au cours de l'année 2020, soit 62 films de moins par rapport à 2019. En 2020, le nombre de films d'initiative française produit recule à 190 films (-20,8 %). Le nombre de coproductions à majorité étrangère diminue également de 19,7 % à 49 films. Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 151 en 2020, contre 185 en 2019. 39 films d'initiative française agréés en 2020 ont été réalisés dans le cadre d'une coproduction officielle avec l'étranger, contre 55 en 2019. La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est de 95,8 % en 2020 (comme en 2019). Huit films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère. Parmi ces films, trois ont été tournés en langue anglaise : *Carmen* de Benjamin Millepied, *Une barque sur l'océan* d'Arnold de Parscau et *The Deep House* de Julien Maury et Alexandre Bustillo.

Une production cinématographique en recul à 239 films agréés.

Les investissements dans les films d'initiative française reculent de 28,8 %

Avec 643,7 M€ en 2020, les investissements dans les films d'initiative française diminuent de 28,8 % par rapport à 2019. Les investissements français dans les films d'initiative française s'établissent à 605,8 M€, en recul de 26,2 % en 2020. Avec 37,9 M€ en 2020, les investissements étrangers dans les films d'initiative française diminuent

643,7 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2020.

nettement de 54,1 % par rapport à 2019, alors que le nombre de coproductions à majorité française baisse de 29,1 % à 39 films.

Nombre de films agréés

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
films d'initiative française	206	209	208	203	234	221	222	237	240	190	79,5%	-20,8%
dont films intégralement français	151	150	153	152	158	159	177	182	185	151	63,2%	-18,4%
et films de coproduction	55	59	55	51	76	62	45	55	55	39	16,3%	-29,1%
films à majorité étrangère	65	70	61	55	66	62	78	63	61	49	20,5%	-19,7%
total films agréés	271	279	269	258	300	283	300	300	301	239	100,0%	-20,6%

Source : CNC.

Investissements dans les films agréés (M€)

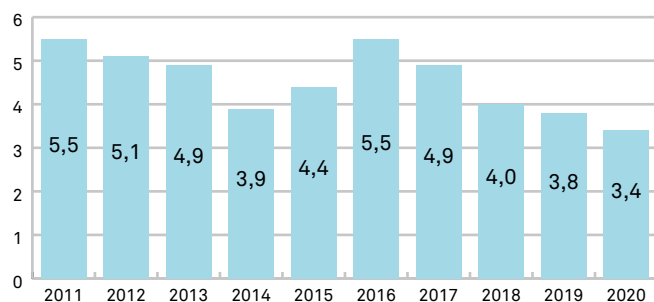
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19	
films d'initiative française	investissements français	1 009,4	966,9	931,5	753,2	923,7	1 123,8	1 034,3	890,5	820,9	605,8	94,1%	-26,2%
	investissements étrangers	118,2	98,7	87,7	45,9	100,1	85,0	54,6	66,4	82,5	37,9	5,9%	-54,1%
	total	1 127,6	1 065,7	1 019,2	799,2	1 023,8	1 208,8	1 088,9	956,9	903,4	643,7	100,0%	-28,8%
films à majorité étrangère	investissements français	52,9	58,6	50,7	44,2	46,5	40,8	53,2	36,1	39,1	24,9	17,7%	-36,4%
	investissements étrangers	207,9	218	184,1	150,8	153,9	138,9	185,8	132,5	174,1	115,4	82,3%	-33,7%
	total	260,8	276,7	234,7	195,0	200,4	179,7	239	168,6	213,2	140,3	100,0%	-34,2%
total films agréés	investissements français	1 062,3	1 025,6	982,2	797,4	970,2	1 164,6	1 087,5	926,7	860,0	630,7	80,5%	-26,7%
	investissements étrangers	326,1	316,8	271,8	196,7	254	223,9	240,4	198,9	256,6	153,2	19,5%	-40,3%
	total	1 388,4	1 342,3	1 253,9	994,1	1 224,2	1 388,5	1 327,9	1 125,5	1 116,6	783,9	100,0%	-29,8%

Source : CNC.

Un devis moyen à 3,4 M€ en 2020

Le devis moyen des films d'initiative française diminue de 10,0 % par rapport à 2019 pour atteindre 3,4 M€ en 2020 soit le plus bas niveau depuis plus de 25 ans. Depuis 2016, l'évolution du devis moyen est orientée à la baisse. 66,8 % des films d'initiative française ont un devis inférieur à 4 M€ en 2020 (67,1 % en 2019).

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



Source : CNC

Une production documentaire qui demeure élevée

À 49 films sur les 53 agréés (56 films sur 65 en 2019), le nombre de documentaires d'initiative française se maintient à un niveau élevé en 2020. Le devis moyen des documentaires d'initiative française s'établit à 566,4 K€, comme en 2019.

Augmentation du nombre de films d'animation

En 2020, 12 films d'animation, dont sept d'initiative française, sont agréés (dix films dont cinq d'initiative française en 2019). Le devis moyen des films d'animation d'initiative française atteint 6,9 M€ (+17,0 % par rapport à 2019).

88 films sont coproduits avec 39 partenaires étrangers en 2020.

Nombre de films agréés selon le genre

	2016	2017	2018	2019	2020
films de fiction	229	252	237	226	174
dont FIF ¹	170	180	183	179	134
films documentaires	44	43	56	65	53
dont FIF ¹	41	37	49	56	49
films d'animation	10	5	7	10	12
dont FIF ¹	10	5	5	5	7
total	283	300	300	301	239
dont FIF¹	221	222	237	240	190

¹Films d'initiative française.

Source : CNC.

Diminution des coproductions internationales

Alors que les déplacements à l'étranger des équipes de tournages de films français ont été fortement restreints en 2020 en raison de la crise sanitaire, le nombre de coproductions internationales recule de 24,1 % en 2020 à 88 films soit le plus bas niveau depuis 2006 (76 films). Ces coproductions ont été réalisées avec 39 pays différents (116 films avec 35 partenaires en 2019). En 2020, les films de coproduction internationale composent 36,8 % de l'ensemble des films agréés, contre 38,5 % en 2019. Les financements (français et étrangers) alloués aux coproductions internationales diminuent de 45,8 % à 276,0 M€. Le nombre de films coproduits majoritairement par la France s'établit à 39 titres en 2020 avec 21 pays différents, contre 55 titres en 2019 avec 15 pays. A 135,8 M€, les investissements totaux dans ces films reculent de 54,1 %. En 2020, le devis moyen des films de coproduction à majorité française s'établit à 3,5 M€, soit une baisse de 35,2 % par rapport à 2019 (5,4 M€). À 49 titres en 2020, soit le plus bas niveau depuis 2009 (48 films), le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger diminue de 12 films par rapport à 2019. 33 partenaires étrangers participent au financement de la production de ces films en 2020, contre 30 partenaires en 2019. Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 2,9 M€ en 2020 (3,5 M€ en 2019).

Coproductions internationales en 2020

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	39	49	88
investissements français (M€)	97,9	24,9	122,8
investissements étrangers (M€)	37,9	115,4	153,2
investissements totaux (M€)	135,8	140,3	276,0

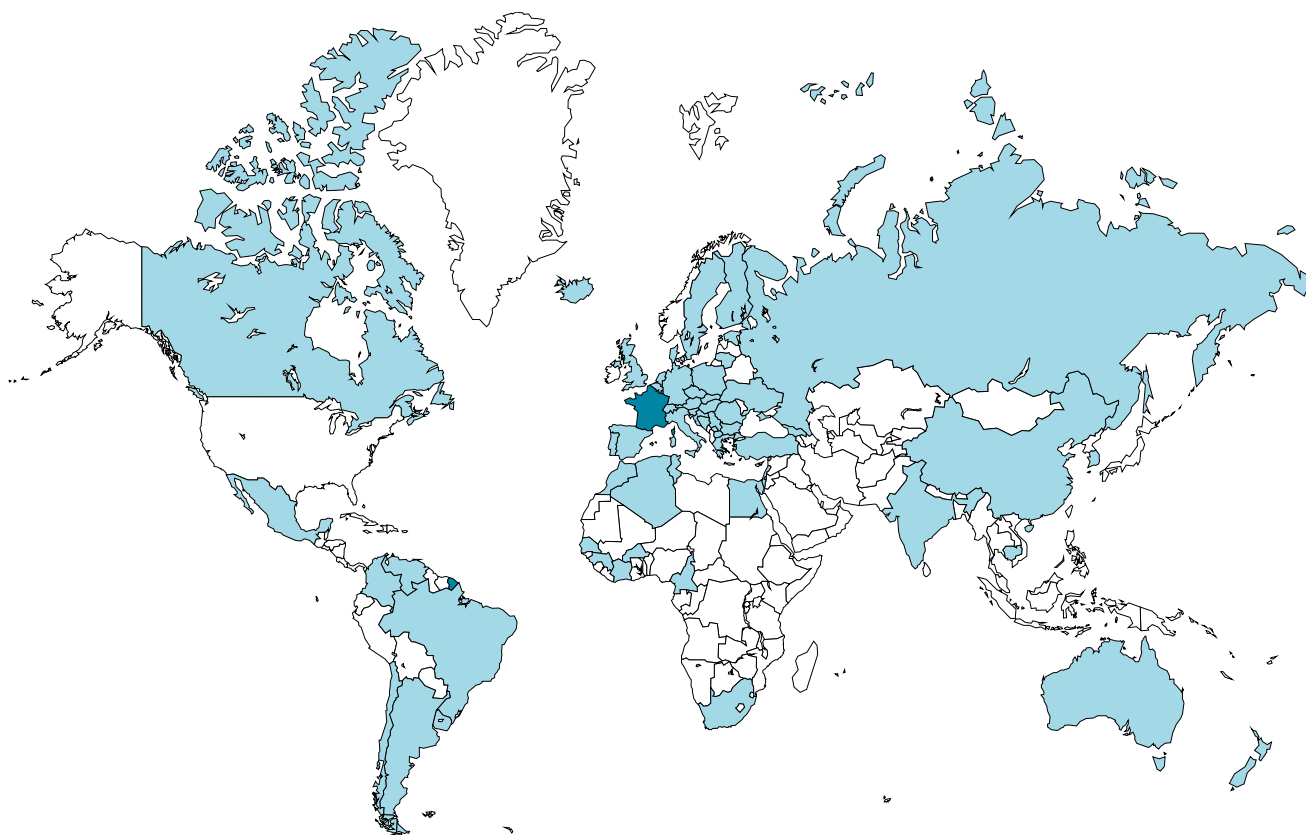
Source : CNC.

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

	2016	2017	2018	2019	2020
Belgique	28	22	27	34	19
Allemagne	11	6	5	14	9
Suisse	2	4	4	4	6
Canada	1	3	2	5	3
Italie	3	2	2	4	3
Argentine	-	1	1	-	2
Espagne	1	-	2	2	2
Luxembourg	3	4	7	3	2
Sénégal	1	-	1	-	2

Source : CNC.

Carte des 58 accords de coproduction en 2020



Nombre de films coproduits en 2020

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

Europe

Allemagne	14
Belgique	28
Espagne	7
Finlande	2
Grèce	6
Hongrie	1
Italie	10
Lituanie	1
Luxembourg	4
Macédoine du Nord	1
Pays-Bas	2
Pologne	2
Portugal	3
République tchèque	3
Roumanie	2
Royaume-Uni	2
Russie	1
Serbie	1
Slovaquie	2
Suède	2
Suisse	8

Hors Europe

Algérie	1
Argentine	4
Australie	1
Brésil	3
Burkina Faso	1
Canada	4
Chili	1
Colombie	3
Israël	3
Liban	1
Maroc	2
Mexique	1
Sénégal	2
Tunisie	2
Turquie	2

Source : CNC

Source : CNC

Une production 2020 marquée par le recul du nombre de films dans quasiment toutes les tranches de devis

La production de films en 2020 est marquée par la forte baisse du nombre de films d'initiative française dont le devis est compris entre 1 M€ et 4 M€ : -29 films pour un volume de 58 films en 2020, soit le niveau le plus faible depuis 2002 (56 films). Ils représentent 30,5 % des films d'initiative française en 2020, contre 36,3 % en 2019. De la même manière, avec 44 films agréés, la production de films d'initiative française à devis supérieur à 5 M€ a atteint son niveau le plus faible depuis 2000 (40 films). Le nombre de films dont le devis est compris entre 4 M€ et 5 M€ passe de 9 en 2019 à 19 en 2020. Le nombre de films dont le devis est inférieur à 1 M€ est relativement stable à 69 titres (-6,8 %). Ils représentent 36,3 % des films d'initiative française en 2020 (+5,5 points par rapport à 2019).

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

59 premiers films d'initiative française sont agréés en 2020, contre 70 en 2019. 31,1 % des films d'initiative française agréés en 2020 sont des premiers films, contre 29,2 % en 2019. Le devis moyen d'un premier film d'initiative française s'établit à 2,1 M€ en 2020 (+23,6 % par rapport à 2019). Trois premiers films présentent un devis supérieur à 7 M€ : *Carmen* de Benjamin Millepied et les deux films d'animation *le Tour du monde en 80 jours* de Samuel Tourneux et *les Aventures de Pil* de Julien Fournet. 38 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2020 (-16 films par rapport à 2019), soit 20,0 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés (22,5 % en 2019). Le devis moyen des deuxièmes films s'établit à 2,6 M€, en baisse de 17,3 % par rapport à 2019.

Films d'initiative française selon le devis

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
plus de 10 M€	28	33	19	17	27	24	22	15	23	13
7 M€ à 10 M€	24	22	29	19	24	16	27	18	13	13
5 M€ à 7 M€	26	22	17	22	26	37	35	33	34	18
4 M€ à 5 M€	12	3	11	3	7	6	14	23	9	19
2 M€ à 4 M€	41	46	47	61	50	43	52	50	52	41
1 M€ à 2 M€	29	25	32	22	36	28	24	29	35	17
moins de 1 M€	46	58	53	59	64	67	48	69	74	69
total	206	209	208	203	234	221	222	237	240	190

Source : CNC.

59 premiers films en 2020, soit 31,1 % des films d'initiative française agréés.

Premiers et deuxièmes films

	premiers films		deuxièmes films	
	total	% des FIF ¹	total	% des FIF ¹
2011	73	35,4	37	18,0
2012	77	36,8	36	17,2
2013	67	32,2	39	18,8
2014	60	29,6	35	17,2
2015	75	32,1	38	16,2
2016	80	36,2	34	15,4
2017	72	32,4	40	18,0
2018	80	33,8	37	15,6
2019	70	29,2	54	22,5
2020	59	31,1	38	20,0
<i>évol. 20/19</i>	-15,7%	+1,9pt	-29,6%	-2,5pts

¹ Films d'initiative française.
Source : CNC.

Remarques méthodologiques

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

La crise sanitaire a fortement impacté les principales sources de financement en 2020

En 2020, les investissements des chaînes de télévision dans le financement des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction) reculent de 23,4 % à 201,6 M€. La part du financement apporté par les chaînes de télévision progresse néanmoins et passe de 29,1 % en 2019 à 31,3 % en 2020. Malgré des apports en baisse de 26,8 % à 245,0 M€, les producteurs français demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française pour la cinquième année consécutive (38,1 % des devis). En 2020, les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française diminuent de 31,0 % pour atteindre 80,1 M€. L'ensemble des mandats finance 12,4 % des devis des films d'initiative française en 2020, contre 12,8 % en 2019. Les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales, hors plan de relance lié à la crise sanitaire) baissent de 37,3 % à 51,5 M€ et représentent 8,0 % des financements des films d'initiative française en 2020 (9,1 % en 2019). La contribution des collectivités territoriales (y compris apports

du CNC) au financement des films d'initiative française diminue de 19,5 % en 2020 et atteint 2,7 % du total des devis. Afin de protéger et de redynamiser l'activité, le CNC a mis en place en 2020 un plan de relance en faveur de la production cinématographique doté de 12,2 M€, renforcé de 11,8 M€ à la suite du deuxième confinement. Au total, le CNC a mobilisé, en 2020, 24 M€ de soutiens supplémentaires en faveur de la production cinématographique en raison de la crise sanitaire.

La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française s'élève à 4,4 % en 2020 (3,6 % en 2019). Les apports des SOFICA diminuent de 12,9 % par rapport à 2019 et s'élèvent à 28,6 M€.

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
investissements français	89,5	90,7	91,4	94,3	90,2	93,0	95,0	93,1	90,9	94,1
apport des producteurs français ¹	28,4	29,7	29,2	29,7	30,5	38,1	34,9	37,8	37,0	38,1
apports des SOFICA	3,0	4,0	3,1	3,9	3,4	2,4	3,8	3,6	3,6	4,4
soutien automatique du CNC ²	2,7	2,7	2,9	3,3	2,5	2,2	3,8	3,9	3,5	2,1
aides sélectives du CNC et aides régionales ³	3,9	3,8	4,8	5,6	4,8	4,2	4,6	5,4	5,5	5,9
chaînes de TV ⁴	32,4	32,0	27,3	34,6	35,5	25,4	31,9	28,6	29,1	31,3
mandats ⁵	19,1	18,6	24,1	17,2	13,6	20,7	16,0	13,8	12,0	12,3
investissements étrangers	10,5	9,3	8,6	5,7	9,8	7,0	5,0	6,9	9,1	5,9
mandats étrangers (part étrangère)	0,6	0,7	0,5	0,2	0,6	0,3	0,3	0,2	0,9	0,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

En 2020, les financements publics atteignent 51,5 M€.

Remarques méthodologiques

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films ayant obtenu l'agrément du CNC en 2020 (agrément des investissements ou agrément de production quand l'agrément des investissements n'est pas requis). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions sont donc à considérer avec les précautions d'usage, notamment au regard des obligations de production des chaînes.

Baisse du nombre de films financés par les chaînes

Dans un contexte d'incertitude générale et de chute des recettes publicitaires des chaînes privées durant la crise, les chaînes de télévision (payantes et gratuites) ont financé 127 films en 2020 (53,1 % des films agréés), soit le plus bas niveau depuis 1996 (112 films), dont 119 d'initiative française (62,6 % des films d'initiative française agréés), plus bas niveau depuis 2003 (119 films également). 27 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne de télévision en 2020 (22 en 2019). À l'inverse, un film est financé par cinq chaînes, contre cinq en 2019.

Baisse de 23,8 % des investissements des chaînes en clair

En 2020, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des chaînes (gratuites et payantes) passe de 44,5 % à 45,1 % pour se fixer à 92,7 M€ (-23,8 %) pour un nombre de films en baisse de 15,7 % (-17 films). En 2020, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 61,1 % par des préachats de droits de diffusion (63,1 % en 2019). La part des apports en coproduction s'établit à 38,9 % (36,9 % en 2019). En 2020, les chaînes en clair (6ter, Arte, C8, CStar, France 2, France 3, M6, TF1, TFX, TMC et W9) financent 91 films au total dont 86 d'initiative française, soit 38,1 % des films agréés et 45,3 % des films d'initiative française. 62 films d'initiative française sont financés par une seule chaîne en clair. À l'inverse, deux films sont financés par trois chaînes en clair en 2020.

Participation des chaînes en clair¹

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
nombre de films	125	111	100	104	135	105	128	116	108	91	-15,7%
dont FIF ²	115	96	88	93	123	98	117	107	99	86	-13,1%
coproductions (M€)	48,5	48	36	42,1	57,6	43,9	52,4	45,8	44,9	36	-19,8%
préachats (M€)	96,9	79,9	65,6	71,1	100,4	80,7	99,4	75,4	76,7	56,7	-26,1%
total des apports (M€)	145,4	127,9	101,5	113,2	157,9	124,7	151,8	121,2	121,6	92,7	-23,8%
apport moyen par film (M€)	1,2	1,2	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,0	1,1	1,0	-9,5%
devis moyen des films concernés (M€)	8,1	8,6	8,0	6,7	6,5	9,2	7,4	6,8	6,8	6,1	-9,6%
% du devis des films concernés	14,4	13,4	12,7	16,3	18,1	13	16,1	15,4	16,6	16,6	=

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

Les chaînes en clair financent 91 films au total et représentent 45,1 % de l'ensemble des investissements des chaînes.

Les chaînes de télévision financent 127 films au total soit 53,1 % des films agréés.

Les investissements des chaînes en clair s'établissent à 92,7 M€ pour 91 films.

En moyenne, ces chaînes apportent 1,0 M€ aux films qu'elles financent en 2020 (1,1 M€ en 2019) : 1,1 M€ pour les films d'initiative française (1,2 M€ en 2019) et 0,3 M€ pour les coproductions minoritaires (0,5 M€ en 2019). En 2020, France 2 est la première chaîne en clair en termes d'apports avec 35,7 % du total des apports, loin devant France 3 (19,0 %) et TF1 (18,7 %). En 2020, 27 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite (6ter, C8, CStar, TFX, TMC et W9), tous d'initiative française (30 films, dont 29 d'initiative française en 2019). Ces chaînes apportent 6,5 M€ (8,4 M€ en 2019), soit 241 900 € par film en moyenne (279 800 € en 2019). Leurs investissements couvrent, en moyenne, 3,3 % des devis des films qu'elles préachètent en 2020, contre 2,9 % en 2019. Les chaînes de la TNT occupent une place toujours limitée dans le financement des films agréés. Seules six chaînes investissent, à hauteur de 7,0 % de l'ensemble des apports des chaînes en clair

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2020¹

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT ²	total
nombre de films	8	30	24	6	19	27	91
total des apports (M€)	17,3	33,1	17,6	10,9	7,3	6,5	92,7
préachats (M€)	12,9	18,0	9,0	8,2	2,5	6,2	56,7
coproductions (M€)	4,5	15,1	8,7	2,7	4,8	0,4	36,0
apport moyen par film (M€)	2,2	1,1	0,7	1,8	0,4	0,2	1,0
devis moyen des films concernés (M€)	9,5	6,9	6,2	9,6	3,7	7,2	6,1
% du devis des films	22,8	16,1	11,9	19,0	10,4	3,3	16,6

¹ 22 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair et deux films par trois chaînes en clair, tous d'initiative française. ² Six chaînes de la TNT gratuite investissent en 2020 : 6ter, C8, CStar, TFX, TMC et W9.
Source : CNC.

Remarque méthodologique

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

Diminution des investissements totaux des chaînes payantes

En 2020, les investissements des chaînes payantes (Canal+, Ciné+, OCS et TV5) reculent de 25,5 % à 113,1 M€. Le nombre de films préachetés est également en baisse de 24,4 % à 121 films au total (50,6 % des films agréés), dont 110 d'initiative française (57,9 % des films d'initiative française). 30 films d'initiative française font l'objet d'un préachat d'une seule chaîne payante en 2020 et 80 films de deux chaînes payantes. Pour la première fois depuis 2011, aucun film n'a été préacheté par trois chaînes payantes en 2020 (quatre en 2019). Le devis moyen des films d'initiative française préachetés par les chaînes payantes atteint 5,2 M€ en 2020. Elles apportent, en moyenne, 1,0 M€ aux films d'initiative française qu'elles financent et couvrent 19,1 % de leur devis. En 2020, la part de Canal+ dans le total atteint son plus bas niveau historique à 67,8 %. OCS représente 20,7 % des apports des diffuseurs payants, soit son plus haut niveau depuis 2008 (année de sa première participation à la production des films agréés).

Participation des chaînes payantes¹

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
films	163	155	142	136	168	150	177	164	160	121	-24,4%
dont FIF ²	141	134	128	122	152	141	154	154	147	110	-25,2%
préachats (M€)	234,7	231,7	190,2	178,2	220,0	190,4	211,5	160,5	151,6	113,1	-25,5%
apport moyen par film (M€)	1,4	1,5	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	-1,4%
devis moyen des films concernés (M€)	7,3	7,3	7,2	6,1	6,2	8,1	6,2	5,8	5,8	5,4	-6,6%
% du devis	19,7	20,3	18,7	21,6	21,1	15,7	19,3	17,0	16,4	17,3	+0,9pt

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

Participation des chaînes payantes au financement des films agréés en 2020¹

	Canal+	Ciné+	OCS	autres chaînes payantes ²	total
films	86	94	24	1	121
dont FIF ³	78	88	23	1	110
préachats (M€)	76,6	13,0	23,4	0,1	113,1
préachat moyen par film (M€)	0,9	0,1	1,0	0,1	0,9
devis moyen des films concernés (M€)	5,9	5,3	6,6	1,1	5,4
% du devis des films	15,1	2,6	14,8	4,4	17,3

¹ 84 films sont financés simultanément par deux chaînes payantes, dont 80 films d'initiative française. ² En 2020, TV5 investit dans la production cinématographique. ³ Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les chaînes payantes préachètent 121 films au total, soit 50,6 % des films agréés, et investissent 113,1 M€.

Les films sans financement de chaîne de télévision

En 2020, 71 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement d'une chaîne de télévision, soit plus d'un tiers des films d'initiative française agréés (37,4 %). Plus de 40 % des films d'initiative française sans chaîne de télévision sont des premiers films (42,3 %). En 2020, la très grande majorité des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision présentent des devis inférieurs à 2 M€ (91,5 %) et 87,3 % affichent un devis inférieur à 1 M€. Le devis moyen des films d'initiative française sans financement de chaîne de télévision s'établit à 705,6 K€, contre 3,4 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française.

Le nombre de jours de tournage en France atteint 3 590 jours en 2020 (-25,6 % par rapport à 2019).

Remarque méthodologique

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

4 267 jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française

Le nombre cumulé des jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 4 267 jours, soit -30,2 % par rapport à 2019 pour 45 films de moins (-25,1 %). Cette diminution affecte particulièrement les tournages à l'étranger dont le nombre de jours diminue de 47,4 % à 677 jours. Les jours de tournage en France reculent de 25,6 % à 3 590 jours, dont 3 388 en extérieur (-25,3 %) et 202 en studios (-30,6 %). La durée moyenne d'un tournage est de 32 jours en 2020 (34 jours en 2019).

Nombre de jours de tournage selon le lieu

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
jours de tournage en France	5 002	4 243	4 602	4 359	4 692	4 473	5 064	4 722	4 827	3 590
dont :										
extérieur en France	4 693	3 979	4 229	4 072	4 511	4 191	4 725	4 456	4 536	3 388
studios en France	309	264	373	287	181	282	339	266	291	202
jours de tournage à l'étranger	1 877	1 821	1 497	1 359	2 155	1 566	1 496	1 524	1 288	677
total	6 879	6 064	6 099	5 718	6 847	6 039	6 560	6 246	6 115	4 267

Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *La production cinématographique en 2020*

- les séries statistiques sur la production cinématographique

Les coûts de production

Remarques méthodologiques

Les données présentées ci-après appréhendent les coûts définitifs de production, c'est-à-dire une fois le tournage du film achevé. Elles sont issues de l'agrément de production du CNC. Il s'agit d'un périmètre différent de celui du bilan annuel de la production cinématographique, qui s'appuie sur l'année d'agrément des investissements. Il se passe, en moyenne, 18 mois entre les deux agréments. Aucun film ayant reçu l'agrément de production en 2020 a obtenu un agrément des investissements préalable la même année, 30,4 % l'ont obtenu en 2019, 58,9 % en 2018 et 10,7 % avant 2018.

Baisse des dépenses en 2020

En 2020, 181 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production, soit 38 films de moins qu'en 2019. Ces films cumulent 712,1 M€ de dépenses de production, soit un recul de 25,5 % par rapport à 2019. Il convient de souligner que le nombre de longs métrages agréés en 2020 est en partie impacté par la pandémie de Covid-19 car la sortie de plusieurs films a été repoussée en 2021, ou annulée. Cette stratégie de déprogrammation touche notamment les films à coûts élevés.

Diminution des dépenses réalisées à l'étranger

En 2020, 99,3 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, soit un recul de 48,3 % par rapport à 2019. Le nombre de films ayant réalisé des dépenses à l'étranger est également en baisse : 131 films, tous genres confondus, soit 29 films de moins qu'en 2019. Cette évolution peut également s'expliquer par la pandémie mondiale de Covid-19 qui a limité les possibilités de déplacement à l'étranger des équipes de tournages de films français.

La fiction et l'animation concentrent respectivement 90,3 % et 7,9 % des dépenses totales réalisées hors de France (95,4 % et 3,0 % en 2019). Parmi les 138 films de

fiction ayant reçu un agrément de production en 2020, 105 films, soit 76,1 %, font l'objet de dépenses à l'étranger (75,9 % en 2019). Le volume total des dépenses hors de France des films de fiction baisse de 51,1 % en 2020, à 89,7 M€. En 2020, 13 films de fiction effectuent plus de 2 M€ de dépenses hors de l'hexagone alors qu'ils étaient 20 en 2019.

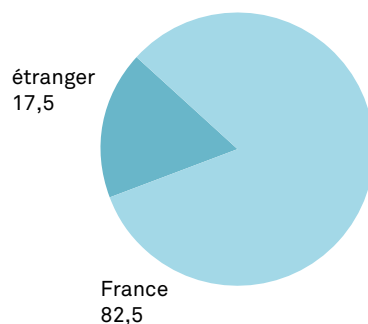
19 des 36 documentaires d'initiative française agréés en 2020 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit 52,8 % des documentaires agréés. Ces dépenses extranationales représentent 9,4 % des coûts totaux du genre. En valeur, les dépenses extranationales des films documentaires diminuent de 40,4 % en 2020, tandis que les dépenses françaises augmentent de près d'un quart (+23,8 % par rapport à 2019).

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

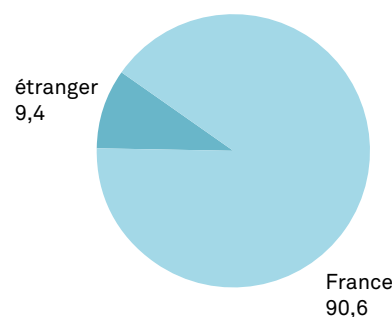
Sur l'ensemble de la période 2011-2020, le montant total de crédit d'impôt atteint 692,4 M€, soit 24,0 % des dépenses totales éligibles et 12,3 % du coût total des films de fiction. En 2020, le montant total du crédit d'impôt sur les films de fiction s'élève à 82,8 M€, soit un montant moyen de 0,8 M€ par film bénéficiaire. En 2020, le crédit d'impôt représente en moyenne 16,4 % du coût des films de fiction qui en bénéficient.

Dépenses de production en 2020 (%)

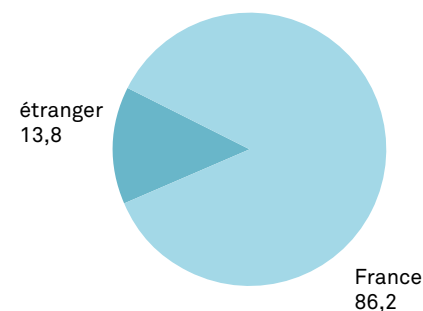
animation



documentaire



fiction



Source : CNC

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2020 : 4,7 M€

En 2020, le poids des principaux postes de coût varie peu par rapport à 2019. Les dépenses de rémunération (droits artistiques, frais de personnel, rémunérations des producteurs, dépenses d'interprétation et charges sociales) composent 59,6 % du coût total d'un film (58,2 % en 2019). Au sein de cet ensemble, les principaux coûts de fabrication sont : le personnel (20,7 % du coût total en 2020), les charges sociales (13,1 %) et l'interprétation (12,2 %). La part des dépenses de tournage représente 29,6 % des coûts de production des films de fiction en 2020 (31,1 % en 2019) et celle des dépenses techniques 10,8 %, une part stable sur un an (10,7 % en 2019).

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2020 : 536,3 K€

36 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2020, soit trois films de moins qu'en 2019. Le coût total de ces films s'élève à 19,3 M€, soit une augmentation de 12,4 % par rapport à 2019. En 2020, la part des dépenses techniques est plus élevée pour le documentaire (18,1 % du coût total) que pour la fiction (10,8 % du coût total). De même, la part des dépenses de rémunération est plus élevée pour le documentaire (65,0 % du coût total) que pour la fiction (59,6 % du coût total). La part des dépenses de tournage est, en revanche, inférieure pour le documentaire (16,9 %, contre 29,6 % pour la fiction).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2020 : 6,4 M€

Entre 2011 et 2020, 60 films d'animation d'initiative française ont reçu un agrément de production. Les dépenses totales de production de ces films s'élèvent à 691,9 M€. Sur les dix années étudiées, les frais techniques représentent le premier poste de dépenses (25,5 % du coût total). Ils sont suivis par les dépenses de personnel (22,9 %). Viennent ensuite les frais divers (17,8 %). L'interprétation (voix des personnages) représente 10,5 M€ et 1,5 % des coûts totaux de production du genre sur la période 2011-2020.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
rémunérations	371,7	547,6	534,5	535,3	459,2	428,2	558,4	518,1	504,3	386,3	59,6%	-23,4%
droits artistiques	57,1	87,8	76,4	88,3	69,5	63,9	90,0	91,6	69,7	58,4	9,0%	-16,2%
personnel	119,5	187,0	178,0	180,6	153,8	150,0	202,3	177,6	185,2	134,1	20,7%	-27,6%
rémunération producteur	32,5	51,8	48,3	46,7	38,1	38,0	42,6	44,2	38,7	29,8	4,6%	-23,0%
interprétation	80,0	103,7	121,7	107,6	100,3	81,9	104,3	88,5	101,4	79,0	12,2%	-22,1%
charges sociales	82,6	117,3	110,1	112,1	97,5	94,4	119,3	116,2	109,3	85,0	13,1%	-22,3%
technique	76,1	114,4	103,3	105,9	89,1	80,3	101,7	190,3	92,7	70,2	10,8%	-24,3%
tournage	189,6	272,7	275,0	283,3	216,9	225,1	306,1	268,1	269,5	191,7	29,6%	-28,9%
décors et costumes	48,7	66,6	71,5	75,6	58,8	58,0	84,5	73,3	81,3	51,3	7,9%	-36,9%
transports, défraiements, régie	64,9	94,2	84,7	96,0	72,3	74,6	99,3	78,9	87,0	63,8	9,9%	-26,6%
assurances et divers	36,1	56,9	62,8	56,5	38,7	46,0	60,3	62,7	51,4	38,0	5,9%	-26,1%
divers ¹	39,9	55,0	56,0	55,2	47,1	46,5	61,9	53,2	49,8	38,6	5,9%	-22,6%
total	637,4	934,7	912,8	924,5	765,1	733,6	966,1	976,6	866,5	648,2	100,0%	-25,2%

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

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude *Les coûts de production des films en 2020*

- les séries statistiques sur les coûts de production des films

Les plans de financement

Remarques méthodologiques

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

Plan de financement définitif des films

En 2020, la part des financements des chaînes de télévision est en hausse de 2,3 points à 31,0 %. Sur la période 2016-2020, la part des soutiens publics (soutiens automatiques et sélectifs du CNC, aides régionales, crédit d'impôt cinéma) se renforce, passant de 19,2 % en 2016 à 27,6 % en 2020. La part du crédit d'impôt notamment augmente sur la période et atteint 12,2 % en 2020, contre 7,7 % en 2016. La part des financements sous forme de mandat s'établit à 12,2 % en 2020, contre 16,5 % en 2016. L'apport des producteurs progresse sur la période, passant de 14,2 % en 2016 à 15,9 % en 2020.

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
apports producteurs français	14,2	12,5	23,5	15,6	15,9
crédit d'impôt	7,7	9,8	11,9	12,2	12,2
SOFICA	3,5	3,7	3,1	3,5	3,8
aides publiques	11,5	10,8	10,7	12,0	15,4
apports chaînes TV	31,9	35,2	28,7	28,7	31,0
mandats France ²	16,5	13,2	15,1	16,8	12,2
autres financements français	3,5	1,5	0,8	0,7	1,3
financements étrangers ³	11,3	13,3	6,1	10,5	8,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Aides automatiques, sélectives et régionales.

² Incluent les mandats étrangers portés par les coproducteurs français.

³ Incluent les apports des coproducteurs étrangers, les aides publiques étrangères, les mandats et les apports des chaînes TV étrangères.

Base : 1 015 films d'initiative française avec agrément de production.

Source : CNC.

Le court métrage

Remarque méthodologique

L'analyse de la production de films de court métrage s'appuie sur deux catégories de films ayant obtenu un visa d'exploitation entre 2010 et 2019 : d'une part, les films candidats à l'aide après réalisation du CNC et d'autre part, les films ayant bénéficié d'une aide sélective du CNC en amont de leur production (aide sélective avant réalisation ou aide au programme de production).

Durée moyenne des courts métrages : 23 minutes

En 2019, 210 films français de court métrage sont candidats à l'aide après réalisation (180 films en 2018) et 111 films sont aidés en production (94 films en 2018). 68,5 % des courts métrages produits en 2019 sont des fictions (70,4 % en 2018), 13,4 % des œuvres d'animation (14,2 % en 2018) et 18,1 % des documentaires de création / expérimentaux (15,3 % en 2018). La durée moyenne d'un court métrage est de 23 minutes en 2019 (comme en 2018). Les films d'animation sont sensiblement plus courts (en moyenne 13 minutes en 2019) et les documentaires comptent parmi les plus longs (en moyenne 35 minutes en 2019). En moyenne, la durée de tournage d'un court métrage est de 28 jours en 2019 (33 jours en 2018).

Un coût moyen de production en retrait de 7,7 % à 89,2 K€

En 2019, les courts métrages présentent un coût moyen de production de 89,2 K€, soit un coût moyen en baisse après avoir atteint le plus haut niveau en 2018 (96,6 K€). En 2019, la part des courts métrages affichant un coût inférieur à 100 K€ progresse à 63,6 % (59,9 % en 2018) mais reste très en-deçà des niveaux de 2011 et 2012 (plus de 70 %). Celle des films à plus de 200 K€ se réduit à 5,6 % (10,2 % en 2018), niveau inférieur à la moyenne de la période (6,4 %). Le coût d'un court métrage varie en fonction du genre. En 2019, il s'établit en moyenne à 48,6 K€ pour le documentaire de création / expérimental (58,4 K€ en 2018), à 78,1 K€ pour la fiction (84,8 K€ en 2018) et à 200,5 K€ pour l'animation (196,0 K€ en 2018), soit le coût moyen le plus élevé des neuf dernières années pour le genre.

Courts métrages produits¹

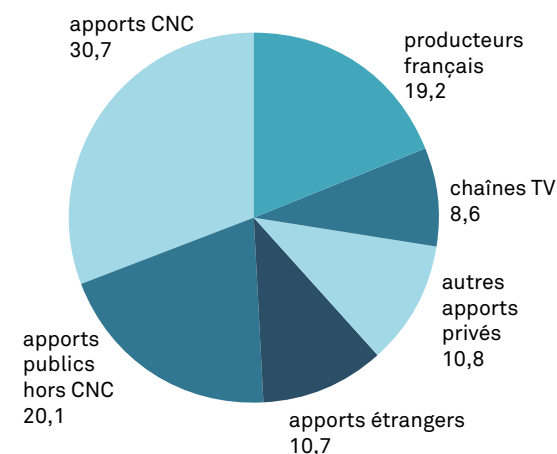
	2015	2016	2017	2018	2019
nombre de films	342	318	305	274	321
durée moyenne (minutes)	20	21	22	23	23
coût moyen (K€)	85,6	90,5	86,1	96,6	89,2

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

Les financements publics couvrent la moitié du financement

En 2019, les financements privés français couvrent 38,5 % du financement de la production des courts métrages (41,6 % en 2018), contre 50,7 % pour les financements publics (48,7 % en 2018) et 10,7 % pour les financements étrangers (9,7 % en 2018). Depuis 2011, la part des financements publics a progressé de près de 8 points, quand celle des financements privés français s'est réduite de plus de 10 points. En 2019, les producteurs apportent 19,2 % des financements (20,2 % en 2018) et les chaînes de télévision 8,6 % (9,4 % en 2018). En parallèle, les aides du CNC représentent 30,7 % du financement de la production (31,3 % en 2018), soit la deuxième part la plus importante d'apport sur la période, et les aides des collectivités territoriales 20,1 % (17,4 % en 2018).

Répartition du financement en 2019 (%)



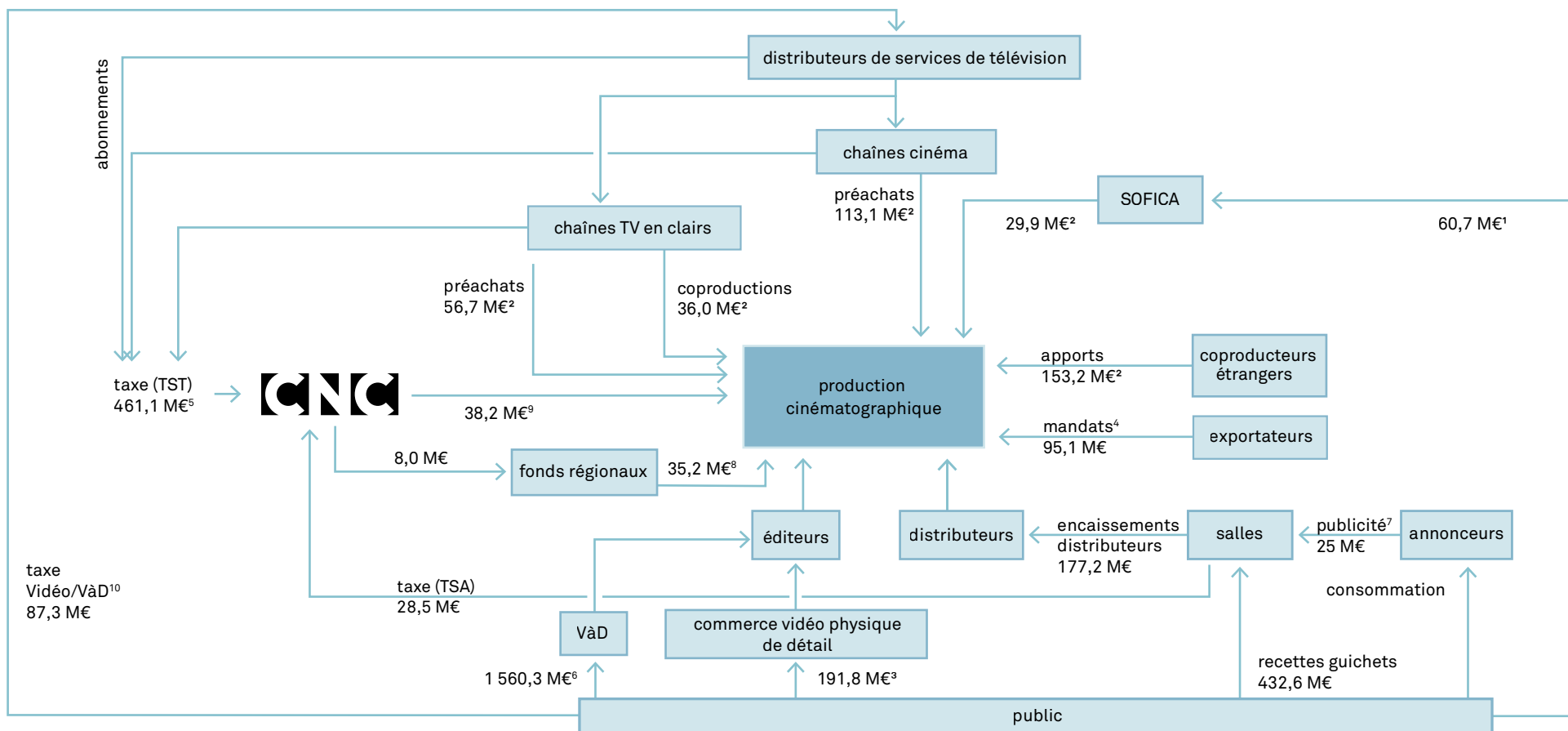
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2019*

- les séries statistiques sur le court métrage

Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2020 (M€)



¹ Collecte 2019 correspondant à des investissements réalisés en 2020 et 2021 (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 2020.

³ Ventes au détail d'œuvres cinématographiques (TTC).

⁴ Mandats pour la distribution en salles et l'édition en vidéo (en France et/ou à l'étranger).

⁵ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et distributeurs de services de télévision

⁶ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en vidéo à la demande sur les plates-formes généralistes

⁷ Recettes publicitaires nettes après remises.

⁸ Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2020.

⁹ Ensemble des aides sélectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2020.

¹⁰ Taxe sur le chiffre d'affaires final de vidéo et vidéo à la demande, toutes œuvres confondues.

Sources : Agréments des investissements délivrés par le CNC ; Le Marché Publicitaire Français en 2020 - IREP ; Recettes du CNC exécutées 2020 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK ; Baromètre VàD GfK-NPA Conseil ; SEVN

chapitre trois

AUDIOVISUEL



En 2020 :

3h58 de durée d'écoute TV en France

(+8,2 % par rapport à 2019)



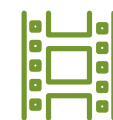
22 %
pour la fiction



17 %
pour les magazines



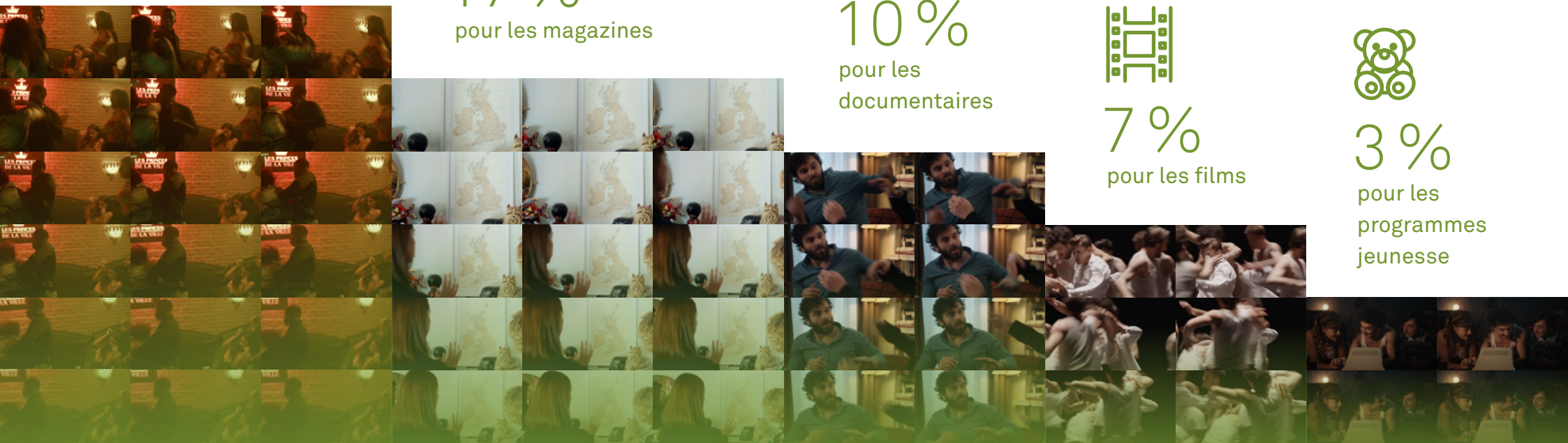
10 %
pour les
documentaires



7 %
pour les films



3 %
pour les
programmes
jeunesse



3.1

L'audience de la télévision

La durée d'écoute de la télévision en France atteint un record en 2020

La durée d'écoute de la télévision, qui était tendanciellement en recul depuis 2013, atteint son plus haut niveau historique en 2020 en raison de l'épidémie de Covid-19. En 2020, la durée d'écoute totale de la télévision en France (sur tous les écrans : téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone, et quels que soient le lieu et le mode de consommation : direct, différé enregistré, rattrapage) s'établit à 3h58 par individu chaque jour selon Médiamétrie. Elle est en hausse de 18 minutes (+8,2 %) par rapport à 2019. Cette progression est liée essentiellement à l'augmentation de la consommation en direct. La durée d'écoute de la télévision, qui était en baisse en janvier 2020, a significativement augmenté pendant les confinements (environ 1 heure de plus par jour pendant le premier confinement et 25 minutes de plus par jour pendant le deuxième confinement) et s'est maintenue au-delà de son niveau de l'année 2019 en phase de déconfinement (environ 10 minutes de plus par jour), notamment en raison du maintien des restrictions sanitaires sur les loisirs hors domicile.

La durée d'écoute de la télévision est stable chez les 4-14 ans et en hausse chez les 15 ans et plus.

Chez les 4-14 ans, l'épidémie de Covid-19 a stoppé l'érosion de l'audience de la télévision sans entraîner toutefois d'augmentation de leur consommation. La durée d'écoute de la télévision chez les 4-14 ans s'établit à 1h28 par jour en 2020. Elle est stable par rapport à 2019 et diminue de 50 minutes (-36,2 %) par rapport au record de 2011. Chez les 4-14 ans, l'audience a en effet progressé uniquement entre mars et juin 2020 (période de fermeture des écoles et d'enseignement à distance), avant d'être à nouveau en recul à partir de juillet. Chez les 15-49 ans, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 2h46 par jour en 2020. Elle augmente de 16 minutes (+10,7 %) par rapport à 2019 mais elle diminue de 33 minutes (-16,6 %) par rapport au record de 2012.

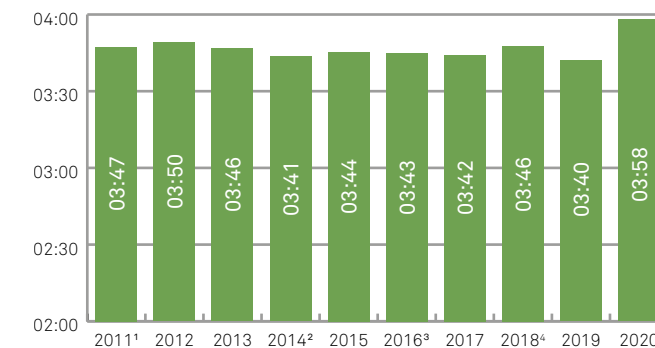
Chez les 50 ans et plus, la durée d'écoute de la télévision s'établit à 5h46 par jour en 2020. Elle augmente de 34 minutes (+10,9 %) par rapport à 2019. La progression globale de l'audience de la télévision est ainsi à relativiser : si celle-ci établit un nouveau record pour les 50 ans et plus, elle demeure inférieure à leurs plus hauts niveaux pour les moins de 50 ans.

En 2020, la durée d'écoute quotidienne de la télévision est également en hausse dans les autres principaux pays européens. A titre de comparaison, elle s'établit en moyenne à 3h12 au Royaume-Uni (+9 minutes), à 3h40 en Allemagne (+9 minutes), à 3h57 en Espagne (+15 minutes) et à 4h32 en Italie (+28 minutes).

La consommation en direct représente plus de 90 % de la consommation totale de la télévision

Le téléviseur demeure le support principal de consommation de la télévision. Les autres supports d'écoute (ordinateur, téléphone, tablette) et modes de consommation des programmes (dont la télévision de rattrapage) constituent une consommation complémentaire à l'usage linéaire traditionnel. En 2020, la consommation en direct représente 94 % de la durée d'écoute totale de la télévision chez les individus de 4 ans et plus, contre 3 % pour la consommation en rattrapage et 3 % pour la consommation en différé via un enregistrement personnel.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France



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

La consommation en différé (rattrapage et enregistrement) représente 6 % de la durée d'écoute totale de la télévision chez les 4 ans et plus.

Remarques méthodologiques

Répartition des chaînes nationales par groupe :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 5, France 4, Franceinfo

Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 séries films, LCI

Groupe M6 : M6, W9, Gulli, 6ter

Groupe Canal+ : Canal+, C8, CNews, CStar

Groupe NRJ : NRJ12, Chérie 25

Groupe NextRadioTV : BFMTV, RMC Story, RMC Découverte

En 2020, les chaînes nationales historiques représentent 59,3 % de l'audience de la télévision

Les parts d'audience des chaînes nationales historiques et de l'ensemble des autres chaînes gratuites lancées à partir de 2005 sont relativement stabilisées quinze ans après le démarrage de la TNT. En 2020, la part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) est en hausse de 0,2 point par rapport à 2019 à 59,3 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD/autres TNT s'établit à 30,6 % (+0,4 point) dont 19,0 % (-0,1 point) pour les chaînes TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, BFMTV, CNews, CStar, Gulli), 9,7 % (+0,1 point) pour les chaînes TNT HD (TF1 séries films, l'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) et 1,9 % (+0,4 point) pour les autres chaînes TNT (LCI, Franceinfo). En 2020, la part d'audience des chaînes thématiques diminue de 0,7 point à 9,6 %. En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 7,7 points alors que la part d'audience des chaînes nationales gratuites lancées entre 2005 et 2016 progresse de 9,7 points.

La part d'audience de l'ensemble des chaînes TNT s'établit à 30,6 % en 2020.

En 2020, dix chaînes nationales présentent une hausse de leur part d'audience par rapport à 2019. BFMTV (2,9 %) et CNews (1,4 %) enregistrent la plus forte progression (+0,6 point chacune) devant Arte (+0,3 point à 2,9 %).

France 2 (14,1 %), RMC Story (1,5 %), LCI (1,2 %) et Franceinfo (0,7 %) gagnent 0,2 point chacune. Trois chaînes sont en hausse de 0,1 point : France 3 (9,4 %), M6 (9,0 %) et W9 (2,6 %). Les parts d'audience de TF1 séries films (1,8 %), 6ter (1,7 %), RMC Découverte (2,3 %) et Chérie 25 (1,1 %) sont stables. Onze chaînes présentent une part d'audience en baisse. France 4 (1,2 %), dont la ligne éditoriale a évolué en parallèle à l'épidémie de Covid-19 avec le développement des programmes éducatifs, enregistre le plus fort recul (-0,4 point). TF1 (19,2 %) et C8 (2,6 %) perdent 0,3 point chacune. TFX (1,6 %) et NRJ12 (1,3 %) reculent de 0,2 point. Six chaînes sont en baisse de 0,1 point : Canal+ (1,2 %), France 5 (3,5 %), TMC (3,0 %), CStar (1,1 %), Gulli (1,3 %) et l'Equipe (1,3 %). TF1 enregistre sa plus faible part d'audience historique. Arte, BFMTV, CNews, RMC Story, LCI et Franceinfo enregistrent au contraire leur meilleure performance historique.

En 2020, TF1 est la première chaîne nationale devant France 2, France 3, M6, France 5, TMC, Arte, BFMTV, C8, W9, RMC Découverte, TF1 séries films, 6ter, TFX, RMC Story, CNews, NRJ12, Gulli, l'Equipe, Canal+, France 4, LCI, CStar, Chérie 25 et Franceinfo.

France Télévisions demeure en 2020 le premier groupe en part d'audience devant le groupe TF1.

Part d'audience nationale des chaînes (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
chaînes nationales¹	90,0	90,0	89,9	89,7	90,4
TF1	20,4	20,0	20,2	19,5	19,2
France 2	13,4	13,0	13,5	13,9	14,1
France 3	9,1	9,1	9,4	9,3	9,4
Canal+	1,7	1,2	1,2	1,3	1,2
France 5	3,4	3,6	3,5	3,6	3,5
M6	10,2	9,5	9,1	8,9	9,0
Arte	2,3	2,2	2,4	2,6	2,9
C8	3,4	3,3	3,0	2,9	2,6
W9	2,5	2,6	2,6	2,5	2,6
TMC	3,0	3,2	3,0	3,1	3,0
TFX	1,9	2,0	1,9	1,8	1,6
NRJ12	1,7	1,6	1,5	1,5	1,3
France 4	1,9	1,8	1,6	1,6	1,2
BFMTV	2,3	2,7	2,6	2,3	2,9
CNews	0,9	0,6	0,7	0,8	1,4
CStar	1,2	1,2	1,1	1,2	1,1
Gulli	1,6	1,6	1,7	1,4	1,3
France Ô	0,8	0,6	nd	nd	nd
TF1 séries films	1,8	1,9	1,8	1,8	1,8
l'Equipe	0,9	1,1	1,2	1,4	1,3
6ter	1,4	1,7	1,6	1,7	1,7
RMC Story	0,8	1,2	1,4	1,3	1,5
RMC Découverte	1,8	2,1	2,2	2,3	2,3
Chérie 25	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1
LCI	0,3	0,6	0,7	1,0	1,2
Franceinfo	nd	0,3	0,4	0,5	0,7
autres chaînes²	10,0	10,0	10,1	10,3	9,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

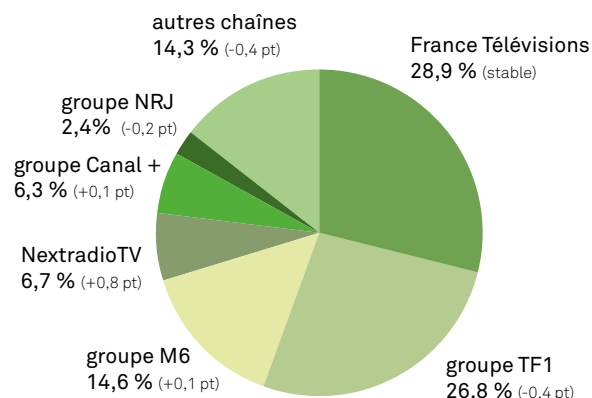
¹ Y compris chaînes non souscriptrices à la mesure d'audience.

² Chaînes thématiques, locales et étrangères.

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

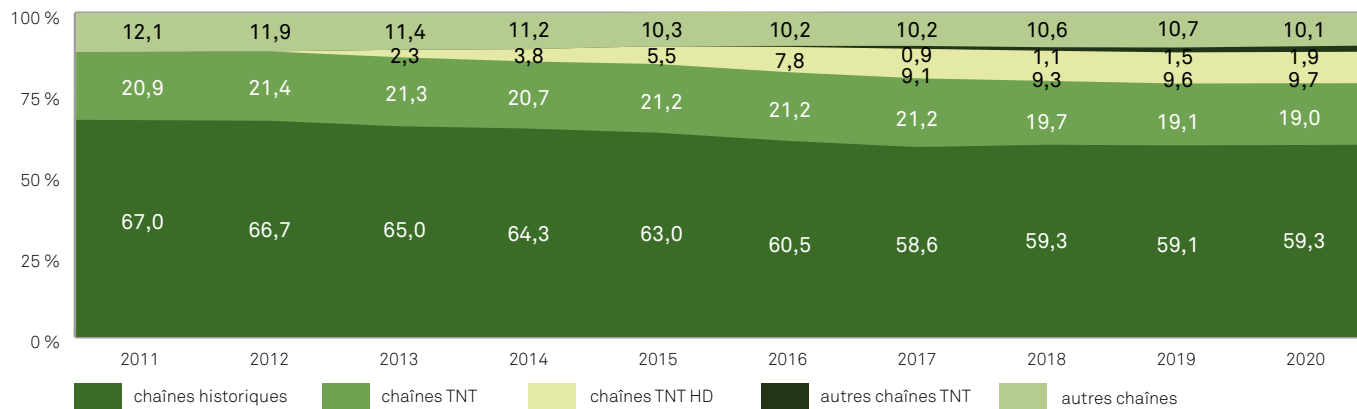
En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, le groupe France Télévisions (stable à 28,9 % de part d'audience) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2020 devant le groupe TF1 (-0,4 point à 26,8 %), le groupe M6 (+0,1 point à 14,6 %, y compris Gulli cédée par le groupe Lagardère en 2019), le groupe NextRadioTV (+0,8 point à 6,7 %), qui passe à nouveau devant le groupe Canal+ (+0,1 point à 6,3 %) et le groupe NRJ (-0,2 point à 2,4 %). Les chaînes nationales privées représentent 58,1 % de l'audience de la télévision (+0,3 point), contre 31,8 % pour les chaînes nationales publiques (+0,3 point). Les chaînes gratuites composent 89,2 % de l'audience de la télévision (+0,8 point), contre 10,8 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus).

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2020 (évolution par rapport à 2019)



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

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



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

Le cinéma et la fiction télévisuelle sont surconsommés à la télévision

En 2020, la fiction télévisuelle constitue le premier genre de programmes proposés sur les chaînes nationales (21 % de l'offre en volume horaire) devant les magazines (19 %) et les documentaires (18 %). En termes de consommation, la fiction télévisuelle (22 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus), les magazines (17 %) et les journaux télévisés (14 %) se placent en tête, suivis des documentaires et des jeux (10 % chacun). Le cinéma est surconsommé à la télévision (7 % de la consommation pour 3 % de l'offre). Au contraire, les programmes jeunesse (animation et autres programmes) apparaissent proportionnellement moins consommés par l'ensemble des spectateurs par rapport à leur poids dans l'offre (3 % de la consommation pour 10 % de l'offre) car ils sont destinés à un public spécifique. Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 52 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 42 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2020. En 2020, la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 a eu notamment pour effet une augmentation de la part de l'information dans la consommation télévisuelle par rapport à 2019 (+3 points) et une diminution de la part de la publicité (-2 points) en raison de la chute du marché publicitaire. Conjuguée avec la modification du régime de diffusion des œuvres cinéma à la télévision mettant fin à l'interdiction de diffusion des films certains jours et horaires, la part du cinéma dans la consommation apparaît en hausse (+2 points).

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2020 (%)¹

	offre	consommation
fictions télévisuelles	21	22
magazines	19	17
journaux télévisés	2	14
jeux	3	10
documentaires	18	10
publicité	9	9
films	3	7
variétés	7	3
émissions jeunesse	10	3
sport	1	2
autres	6	3
total	100	100

¹ Sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25).

Lecture : en 2020, les journaux télévisés représentent 2 % de l'offre des chaînes nationales en volume horaire et 14 % du temps d'écoute des téléspectateurs sur ces chaînes.

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

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

Remarques méthodologiques

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

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

En février 2021, 45,8 millions de personnes reçoivent une offre élargie de chaînes selon Médiamétrie (-0,7 % par rapport à février 2020) dont 37,9 millions par câble, ADSL ou fibre optique (+2,4 %) et 12,0 millions par satellite (-11,4 %). La durée d'écoute de la télévision des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie est moins élevée que celle de l'ensemble des Français équipés d'un téléviseur. Elle s'établit à 3h54, contre 4h03 pour l'ensemble des équipés TV, sur la période allant de septembre 2020 à février 2021. Parmi l'ensemble des personnes recevant une offre élargie de chaînes (abonnées ou non à des chaînes payantes), la part d'audience des chaînes nationales s'établit à 88,8 % (+2,0 points sur un an), contre 10,7 % pour les chaînes thématiques (-2,2 points). La part d'audience des chaînes thématiques atteint ainsi un nouveau point bas.

Parmi les 91 chaînes thématiques étudiées par Mediamat'Thématic, TV Breizh est la première chaîne en part d'audience (0,8 % sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant Paris Première (0,7 %) et RTL9 (0,5 %) sur la période allant de septembre 2020 à février 2021. En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les six chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 0,8 %, contre 0,2 % par chaîne pour Action et Paramount Channel et 0,1 % pour TCM Cinéma.

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

	chaînes nationales	chaînes thématiques	autres chaînes	total
janv. - juin 2014	85,2	14,1	0,7	100,0
sept. 2014 - févr. 2015	85,4	13,8	0,8	100,0
janv. - juin 2015	85,6	13,7	0,7	100,0
sept. 2015 - févr. 2016	86,8	12,6	0,6	100,0
janv. - juin 2016	86,2	13,2	0,6	100,0
sept. 2016 - févr. 2017	86,3	13,0	0,7	100,0
janv. - juin 2017	86,7	12,7	0,6	100,0
sept. 2017 - févr. 2018	87,0	12,5	0,5	100,0
janv. - juin 2018	86,7	13,1	0,2	100,0
sept. 2018 - févr. 2019	87,5	12,1	0,4	100,0
janv. - juin 2019	86,8	12,9	0,3	100,0
sept. 2019 - févr. 2020	86,8	12,9	0,3	100,0
janv. - juin 2020	87,2	12,6	0,2	100,0
sept. 2020 - févr. 2021	88,8	10,7	0,5	100,0

Source : Médiamétrie - Mediamat'Thématic, individus de 4 ans et plus, ensemble univers.

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

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- les séries statistiques sur l'audience de la télévision

En 2020: **2 433** œuvres cinématographiques
différentes diffusées à la télévision
(+111 films par rapport à 2019)



TV privées gratuites

1 109 films



TV publiques

921 films



Canal +

471 films



3.2

Les films à la télévision

L'offre de cinéma à la télévision

Remarques méthodologiques

Les résultats présentés dans cette étude sont issus d'une base de données commune au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes des groupes publics (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes des groupes privés (Groupes TF1, M6, NRJ, Next Radio TV et La Chaîne L'Equipe) et sur les chaînes du groupe Canal+. La partie consacrée à Canal+ concerne uniquement les diffusions de films sur la chaîne historique (hors Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family, Canal+ Décalé et Canal+ Séries).

Depuis le 12 décembre 2012, six nouvelles chaînes Haute Définition sont arrivées sur la TNT privée gratuite : 6ter, Chérie 25, La Chaîne L'Equipe, RMC Découverte, RMC Story et TF1 Séries Films. Depuis le 1^{er} janvier 2013, le recensement des films diffusés sur France Ô est pris en compte. L'antériorité des diffusions n'est cependant pas disponible. La diffusion de la chaîne a pris fin le 23 août 2020.

De façon à avoir des données historiques, les tableaux et graphiques qui vont suivre tiennent compte de l'antériorité des films diffusés par une chaîne avant son appartenance au groupe audiovisuel.

Les films de long métrage pris en compte pour cette étude sont ceux qui relèvent de la définition de l'œuvre cinématographique au sens de l'article 2 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié : « Constituent des œuvres cinématographiques :

1° Les œuvres qui ont obtenu un visa d'exploitation au sens de l'article 19 du code de l'industrie cinématographique susvisé à l'exception des œuvres documentaires

qui ont fait l'objet d'une première diffusion en France à la télévision.

2° Les œuvres étrangères qui n'ont pas obtenu ce visa mais qui ont fait l'objet d'une exploitation cinématographique commerciale dans leur pays d'origine ».

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

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

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

À compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films et supprimant les jours interdits.

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

Progression de l'offre de films à la télévision sous l'effet de la crise sanitaire

Après quatre années consécutives de baisse, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) progresse en 2020 à 2 433 œuvres cinématographiques différentes diffusées (+111 titres par rapport à 2019, soit +4,8 %). Cette hausse est à mettre en parallèle de la crise sanitaire où certaines chaînes ont fait évoluer leurs offres, notamment pendant le premier confinement. Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 921 films différents en 2020 (+76 titres par rapport à 2019, +9,0 %) et les chaînes nationales privées gratuites (chaînes des groupes TF1, M6, NRJ Group, Next Radio TV et les chaînes C8, CStar, La Chaîne L'Equipe) 1 109 films (+32 titres par rapport à 2019, +3,0 %). En 2020, l'offre de la chaîne payante Canal+ progresse de 20 titres à 471 films (+4,4 %).

Nombre de films diffusés à la télévision

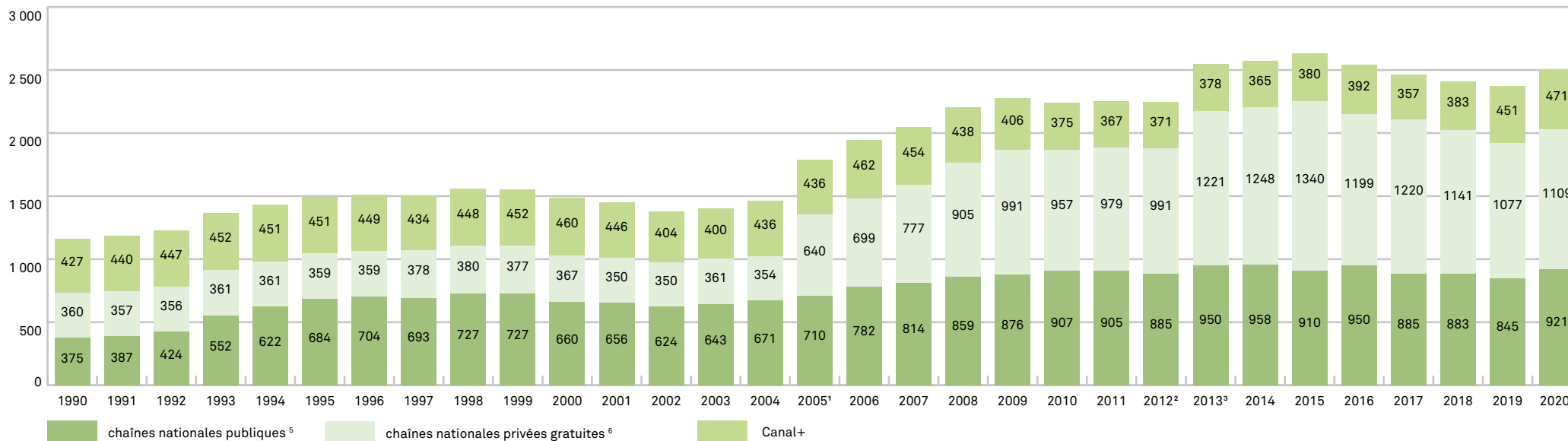
	2011	2012 ¹	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
France Télévisions²	518	501	515	524	511	487	451	414	415	465	+12,0
France 2	161	141	150	153	129	99	93	96	119	176	+47,9
France 3	229	224	196	181	186	178	148	128	106	153	+44,3
France 4	125	147	138	149	150	145	152	130	115	91	-20,9
France 5	12	3	3	6	2	27	24	31	71	65	-8,5
France Ô ²	nd	nd	50	50	50	50	51	46	34	14	-58,8
Groupe TF1³	400	415	512	450	435	427	425	405	398	432	+8,5
TF1	138	132	142	131	133	145	133	139	115	162	+40,9
TMC	153	156	153	128	138	138	134	124	111	122	+9,9
TFX	153	168	151	145	127	119	109	116	122	103	-15,6
TF1 Séries Films	-	12	141	130	110	121	121	130	121	105	-13,2
Groupe M6³	265	307	368	403	400	340	352	334	345	369	+7,0
M6	103	103	104	129	115	91	93	91	85	107	+25,9
W9	128	143	131	126	121	116	119	117	120	131	+9,2
6ter	-	13	125	120	112	108	124	123	117	129	+10,3
Gulli	64	79	99	100	102	72	75	63	73	84	+15,1
Groupe Canal+³	596	551	576	567	581	568	540	569	606	637	+5,1
Canal+	367	370	378	365	380	392	357	393	451	471	+4,4
C8	123	134	155	160	158	145	141	136	112	121	+8,0
CStar	110	50	52	52	51	49	52	49	61	55	-9,8
NRJ Group³	138	151	129	119	242	245	249	196	184	166	-9,8
NRJ12	138	149	97	77	119	118	114	90	80	69	-13,8
Chérie 25	-	3	41	46	140	147	143	116	107	107	0,0
Groupe Next Radio TV³	-	-	93	138	154	81	85	76	42	2	-95,2
RMC Découverte	-	0	1	1	1	1	0	0	0	0	-
RMC Story	-	0	92	137	153	80	85	76	42	2	-95,2
autres chaînes											
Arte	384	378	429	425	399	459	434	470	432	452	+4,6
LCP-AN	9	9	15	15	10	9	9	8	0	6	-
La Chaîne L'Equipe	-	0	3	15	12	5	4	1	5	17	+240,0
total³	2 204	2 199	2 496	2 520	2 566	2 479	2 428	2 365	2 322	2 433	+4,8

¹ Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012. ² Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020. ³ Total hors double compte.

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

Source : CNC-CSA (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision selon agrégats de chaînes



¹ Début de la diffusion sur les chaînes gratuites de la TNT le 31 mars 2005. ² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012. ³ Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. ⁴ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020. ⁵ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte). ⁶ Groupe TF1 + groupe M6 + groupe Canal+ (hors Canal+) + NRJ Group + groupe Next RadioTV + La Chaîne L'Equipe (total hors double compte).
 Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
 Source : CNC-CSA (données provisoires).

16 films inédits de plus sur les chaînes nationales publiques en 2020 (+6,8 %)

Au total, 27,7 % des films diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (29,5 % en 2019), c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair. Toutes chaînes confondues, la part de films inédits français s'élève à 46,2 % et celle des films américains à 28,0 %. Malgré 16 titres inédits supplémentaires, la part de films inédits est en baisse sur les chaînes nationales publiques pour atteindre 27,5 % (-0,5 point par rapport à 2019). 10,6 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (118 films en 2020). Cette part, réduite par rapport à celle dégagée par les chaînes nationales publiques, s'explique par la politique de programmation des chaînes de la TNT privée gratuite qui diffusent en majorité des films de catalogue (93,4 % de films non inédits sur les chaînes de la

TNT privée gratuites). Sur ces chaînes, un film est programmé en clair, en moyenne, pour la neuvième fois en 2020 (comme en 2019). Canal+ programme 304 films inédits en 2020, soit 64,5 % de son offre (68,5 % en 2019).

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

Multidiffusion toujours stable

L'ensemble des chaînes programme 2 433 films différents qui donnent lieu à 5 575 diffusions. La fréquence de multidiffusion demeure globalement stable. Un film est diffusé en moyenne 2,3 fois en 2020 (comme en 2019). Canal+, La Chaîne L'Equipe, France Ô et Gulli sont les chaînes qui ont le plus recours à la multidiffusion. Chaque film est programmé quatre fois en moyenne sur Canal+ et plus de deux fois sur La Chaîne L'Equipe, France Ô et Gulli. France 5 demeure la seule chaîne à ne pas pratiquer la multidiffusion en 2020. Toutes chaînes confondues, 47,9 % des multidiffusions concernent des films français (46,7 % en 2019).

Nombre de diffusions des films à la télévision

	2011	2012 ¹	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
France Télévisions	623	606	686	690	669	652	613	584	570	598	+4,9
France 2	161	141	150	153	129	99	95	102	122	198	+62,3
France 3	231	224	198	181	189	178	148	132	107	158	+47,7
France 4	215	237	230	244	243	241	243	216	191	144	-24,6
France 5	16	4	4	8	4	31	24	31	71	65	-8,5
France Ô ²	nd	nd	104	104	104	103	103	103	79	33	-58,2
Groupe TF1	550	558	792	761	748	803	762	749	736	782	+6,3
TF1	138	134	148	153	160	191	187	183	191	236	+23,6
TMC	210	206	201	199	203	205	199	183	177	205	+15,8
TFX	202	201	204	194	192	196	186	192	187	166	-11,2
TF1 Séries Films	-	17	239	215	193	211	190	191	181	175	-3,3
Groupe M6	435	495	721	704	706	618	671	634	673	803	+19,3
M6	103	103	106	133	131	103	116	108	100	148	+48,0
W9	192	191	191	191	191	188	187	191	192	222	+15,6
6ter	-	15	191	184	188	169	192	191	191	238	+24,6
Gulli	140	186	233	196	196	158	176	144	190	195	+2,6
Groupe Canal+	2 223	2 222	2 260	2 212	2 200	2 124	2 129	2 169	2 094	2 226	+6,3
Canal+	1 840	1 926	1 936	1 883	1 876	1 821	1 825	1 866	1 783	1 922	+7,8
C8	213	208	221	225	222	199	200	199	192	194	+1,0
CStar	170	88	103	104	102	104	104	104	119	110	-7,6
NRJ Group	203	224	235	230	420	421	410	367	360	324	-10,0
NRJ12	203	219	164	150	203	197	200	162	154	124	-19,5
Chérie 25	-	5	71	80	217	224	210	205	206	200	-2,9
Groupe Next Radio TV	-	0	180	222	234	130	133	124	76	2	-97,4
RMC Découverte	-	0	1	1	1	1	0	0	0	0	-
RMC Story	-	0	179	221	233	129	133	124	76	2	-97,4
autres chaînes											
Arte	800	741	801	875	831	860	815	822	754	785	+4,1
LCP-AN	45	43	65	55	46	38	40	36	0	9	-
La Chaîne L'Equipe	-	0	10	31	24	13	5	2	10	46	+360,0
total	4 879	4 889	5 750	5 780	5 878	5 659	5 578	5 487	5 273	5 575	+5,7

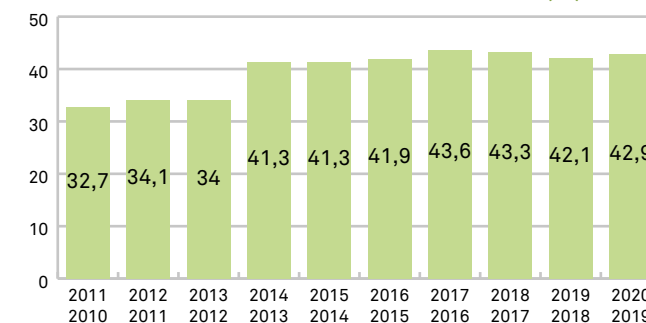
¹ Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012. ² Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

La part des rediffusions progresse

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 11,9 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2020 (11,3 % en 2019). Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. Ainsi, 42,9 % des films programmés à la télévision en 2020 étaient-ils déjà diffusés en 2019, taux qui repart légèrement à la hausse. Cette part s'élevait à 32,7 % en 2011. En 2020, cette pratique est plus répandue sur France 4 (52,7 % des films programmés par France 4 en 2020 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2019), Gulli (45,2 %) et W9 (45,0 %).

Légère hausse du taux de rediffusion des films à 42,9 %.

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-CSA.

Une offre et une part de films français en hausse

En 2020, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), 1 157 films français sont diffusés, soit 126 films de plus qu'en 2019 (sans double compte des œuvres). Les films français représentent 47,6 % de l'offre cinématographique à la télévision, contre 44,4 % en 2019. Cette part dépasse 50 % sur les chaînes du groupe France Télévisions (67,3 %), sur C8 (60,3 %) et sur LCP-AN (66,7 %). Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe M6 (47,4 %) et celles du groupe TF1 (43,8 %). Au total, les films d'Outre-Atlantique représentent 33,0 % de l'offre cinématographique en 2020, soit 802 films (+9 titres par rapport à 2019). En 2020, le nombre de films européens diffusés à la télévision est en baisse à 422 films, soit 17,3 % (431 films en 2019, soit 18,6 %). Arte se distingue des autres chaînes en proposant une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (40,5 %). Les films d'une autre nationalité sont également en baisse en 2020 à 52 titres (-15 titres par rapport à 2019).

Nombre de films diffusés à la télévision en 2020 selon la nationalité¹

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
France Télévisions²	313	67,3	110	23,7	34	7,3	8	1,7	465
France 2	124	70,5	36	20,5	11	6,3	5	2,8	176
France 3	119	77,8	31	20,3	2	1,3	1	0,7	153
France 4	44	48,4	26	28,6	21	23,1	0	-	91
France 5	42	64,6	19	29,2	4	6,2	0	-	65
France Ô ³	7	50,0	5	35,7	0	-	2	14,3	14
Groupe TF1²	179	41,4	189	43,8	59	13,7	5	1,2	432
TF1	67	41,4	77	47,5	15	9,3	3	1,9	162
TMC	51	41,8	55	45,1	16	13,1	0	-	122
TFX	47	45,6	33	32,0	18	17,5	5	4,9	103
TF1 Séries Films	43	41,0	45	42,9	17	16,2	0	-	105
Groupe M6²	144	39,0	175	47,4	44	11,9	6	1,6	369
M6	50	46,7	44	41,1	13	12,1	0	-	107
W9	59	45,0	62	47,3	10	7,6	0	-	131
6ter	47	36,4	66	51,2	15	11,6	1	0,8	129
Gulli	35	41,7	32	38,1	12	14,3	5	6,0	84
Groupe Canal+²	330	51,8	201	31,6	92	14,4	14	2,2	637
Canal+	235	49,9	142	30,1	81	17,2	13	2,8	471
C8	73	60,3	43	35,5	5	4,1	0	-	121
CStar	24	43,6	23	41,8	7	12,7	1	1,8	55
NRJ Group²	75	45,2	68	41,0	20	12,0	3	1,8	166
NRJ12	30	43,5	28	40,6	9	13,0	2	2,9	69
Chérie 25	53	49,5	41	38,3	12	11,2	1	0,9	107
Groupe Next Radio TV²	1	50,0	1	50,0	0	0,0	0	0,0	2
RMC Découverte	0	-	0	-	0	-	0	-	0
RMC Story	1	50,0	1	50,0	0	-	0	-	2
autres chaînes									
Arte	151	33,4	102	22,6	183	40,5	16	3,5	452
LCP-AN	4	66,7	1	16,7	0	-	1	16,7	6
La Chaîne L'Equipe	7	41,2	9	52,9	1	5,9	0	-	17
total²	1 157	47,6	802	33,0	422	17,3	52	2,1	2 433

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuées par le CSA. ² Total hors double compte. ³ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

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

Source : CNC-CSA (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision selon la nationalité¹ (hors double compte)

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
2011	971	44,1	790	35,8	379	17,2	64	2,9	2 204
2012 ²	950	43,2	811	36,9	370	16,8	68	3,1	2 199
2013 ³	1 037	41,5	952	38,1	440	17,6	67	2,7	2 496
2014	1 071	42,5	946	37,5	438	17,4	65	2,6	2 520
2015	1 078	42,0	972	37,9	428	16,7	88	3,4	2 566
2016	1 035	41,8	891	35,9	463	18,7	90	3,6	2 479
2017	1 071	44,1	817	33,6	459	18,9	81	3,3	2 428
2018	1 043	44,1	802	33,9	464	19,6	56	2,4	2 365
2019	1 031	44,4	793	34,2	431	18,6	67	2,9	2 322
2020 ⁴	1 157	47,6	802	33,0	422	17,3	52	2,1	2 433

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuées par le CSA. ² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012. ³ Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. ⁴ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

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

Progression de l'offre cinématographique en première partie de soirée

Comme pour l'offre globale, l'offre cinématographique en première partie de soirée progresse mais de manière moins prononcée : 2 032 diffusions sont comptabilisées en 2020, 25 diffusions de plus par rapport à 2019 (+1,2 %). Cette hausse est essentiellement portée par Canal+ (+68 diffusions par rapport à 2019). L'offre cinématographique en première partie de soirée est stable sur les chaînes nationales privées gratuites (1 256 diffusions en 2019 et 2020), mais se réduit de 43 diffusions sur les chaînes nationales publiques.

C'est en journée que l'offre cinématographique a fortement augmenté en 2020 (+207 diffusions par rapport à 2019, soit +14,1 %), notamment sur les chaînes nationales publiques (+121 diffusions, soit +37,9 %). Cette hausse est notamment due au premier confinement où certaines chaînes ont modifié leur grille de programmation.

Il convient également de rappeler qu'à partir du 7 août 2020, les jours et horaires interdits jusqu'alors ont été

supprimés, permettant désormais aux chaînes une plus large diffusion de leurs films.

Malgré une offre globale en hausse, l'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** se réduit en 2020 à 271 films (315 films en 2019). Les films diffusés en première partie de soirée composent 45,3 % de l'offre de films de France Télévisions en 2020, contre 55,3 % en 2019 et 44,5 % en 2011. 58,7 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe France Télévisions est française et 26,9 % est américaine. Les chaînes du groupe proposent cinq cases régulières au cinéma en première partie de soirée, dont deux sur France 4. L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** progresse légèrement en 2020 à 453 films (448 films en 2019). Cette hausse est due à TF1 (+38 diffusions) et TMC (+14 diffusions). Les films diffusés en première partie de soirée composent 57,9 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2020, contre 60,9 % en 2019. Six cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2020 (deux sur TMC et TFX et une sur TF1 et TF1 Séries

Films). 46,4 % de l'offre du groupe en première partie de soirée est française et 37,3 % est américaine.

L'offre cinématographique des chaînes du **groupe M6** en première partie de soirée représente 429 diffusions, soit 53,4 % de l'ensemble des diffusions du groupe (398 diffusions et 59,1 % en 2019). Sur les quatre chaînes du groupe M6, M6 (+20 films), Gulli (+10 films) et 6ter (+8 films) font progresser leur programmation en première partie de soirée en 2020. Les chaînes du groupe proposent en 2020 de zéro à deux cases cinéma régulières en première partie de soirée (aucune pour M6, une case pour Gulli, deux cases pour W9 et 6ter). 47,3 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 41,0 % est américaine.

En 2020, l'offre cinématographique du **groupe Canal+** en première partie de soirée progresse de 68 diffusions à 489 films. A noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne Canal+ est plus large que sur les autres chaînes. Elle s'étale entre 18h00 et 23h00. Le groupe Canal+ propose plusieurs cases cinéma : quatre cases sur Canal+ (dont une le samedi sous certaines conditions), deux sur C8 et une sur CStar. Le groupe programme 48,9 % de films français (47,5 % en 2019) et 39,3 % de films américains (39,4 % en 2019) sur cette tranche horaire en 2020.

En 2020, 173 films sont programmés en première partie de soirée sur les chaînes de **NRJ Group**, soit 16 films de moins qu'en 2019. L'offre de films français en première partie de soirée perd deux titres à 85 films (87 films en 2019), soit 49,1 % de l'offre de films en première partie de soirée. Le nombre de films américains diffusés à cet horaire se réduit de huit titres (66 films en 2020, contre 74 en 2019) et représente 38,2 % de l'offre de films en première partie de soirée.

Le groupe **Next Radio TV** diffuse un seul titre américain en première partie de soirée en 2020, soit 39 films de moins qu'en 2019. Depuis 2015, seule RMC Story diffuse des films quel que soit l'horaire.

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée : le lundi, le mercredi et le dimanche. La chaîne diffuse 189 films à cet horaire en 2020 (191 films en 2019). Les films français représentent 42,3 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 34,4 % et les films européens non français 21,2 %. Arte demeure la première chaîne nationale gratuite pour le cinéma en première partie de soirée, tant en volume qu'en diversité d'offre.

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

	2011	2012 ²	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
France Télévisions	277	265	349	346	329	329	332	330	315	271	-14,0
France 2	52	53	59	53	49	47	47	50	52	62	+19,2
France 3	65	56	67	63	65	56	59	45	64	51	-20,3
France 4	155	155	149	154	143	132	138	146	122	96	-21,3
France 5	5	1	0	2	2	25	23	28	30	34	+13,3
France Ô ³	nd	nd	74	74	70	69	65	61	47	28	-40,4
Groupe TF1	353	353	470	426	422	470	467	472	448	453	+1,1
TF1	49	55	55	51	55	62	73	72	68	106	+55,9
TMC	149	144	134	118	126	144	144	130	115	129	+12,2
TFX	155	144	145	138	132	131	120	135	135	108	-20,0
TF1 Séries Films	-	10	136	119	109	133	130	135	130	110	-15,4
Groupe M6	291	327	463	458	413	405	394	386	398	429	+7,8
M6	40	43	40	55	35	35	35	38	35	55	+57,1
W9	144	144	143	144	139	138	133	134	141	134	-5,0
6ter	-	11	143	138	142	144	134	135	130	138	+6,2
Gulli	107	129	137	121	97	88	92	79	92	102	+10,9
Groupe Canal+	546	461	492	480	474	448	442	432	421	489	+16,2
Canal+	274	273	279	279	277	254	246	246	245	313	+27,8
C8	139	115	145	146	144	142	143	134	116	121	+4,3
CStar	133	73	68	55	53	52	53	52	60	55	-8,3
NRJ Group	139	137	146	140	254	260	251	203	189	173	-8,5
NRJ12	139	135	103	84	115	116	107	92	85	70	-17,6
Chérie 25	-	2	43	56	139	144	144	111	104	103	-1,0
Groupe Next Radio TV	-	0	130	168	164	67	54	53	40	1	-97,5
RMC Découverte	-	0	1	1	0	0	0	0	0	0	-
RMC Story	-	0	129	167	164	67	54	53	40	1	-97,5
autres chaînes											
Arte	189	200	201	200	197	193	194	190	191	189	-1,0
LCP-AN	0	0	14	27	18	14	15	12	0	3	-
La Chaîne L'Equipe	-	0	5	11	10	7	3	0	5	24	+380,0
total	1 795	1 743	2 270	2 256	2 281	2 193	2 152	2 078	2 007	2 032	+1,2

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+. ² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012. ³ Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.
Source : CNC-CSA (données provisoires).

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites entre 2011 et 2020¹

titre	année de production	nationalité ²	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont en première partie de soirée	nb. moyen de diffusions par an
<i>Delphine 1, Yvan 0</i>	1996	FR	2020	45	1	5,0
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	FR	2020	44	18	4,9
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	FR	2020	36	31	4,0
<i>Muhammad Ali, The Greatest</i>	1974	FR	2020	36	4	5,1
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	FR	2020	35	29	3,9
<i>Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ</i>	1982	FR	2020	35	22	3,9
<i>Kirikou et la Sorcière</i>	1995	FR / BE	2020	35	20	3,9
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	FR	2020	33	26	3,7
<i>Les 11 Commandements</i>	2003	FR	2020	32	26	3,6
<i>Nikita</i>	1989	FR / IT	2020	32	24	3,6

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues. ² BE : Belgique / FR : France / IT : Italie.

Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.

Source : CNC-CSA.

Delphine 1, Yvan 0, film le plus diffusé à la télévision au cours des dix dernières années.

Les français ont consommé 76 heures de films sur les chaînes nationales gratuites en 2020 (source : Médiamétrie).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- les séries statistiques sur la diffusion des films à la télévision
- l'étude *La diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision en 2019*.

L'audience des films à la télévision

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

Depuis 2016, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française. En 2020, la meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée par un film français pour sa treizième diffusion en clair, *les Visiteurs* avec 8,1 millions de téléspectateurs sur TF1 lors du premier confinement.

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision (2016-2020)

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2016	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	TF1	France	1	10,8	40,4
2017	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	TF1	France	3	8,8	34,3
2018	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	TF1	France	2	8,7	34,0
2019	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	TF1	France	4	6,7	30,9
2020	<i>Les Visiteurs</i>	TF1	France	13	8,1	28,0

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

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2020

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité ¹	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>Les Visiteurs</i>	30-avr.	FR	13	8,1	28,0
M6	<i>Coco</i>	29-oct.	US	1	4,8	20,1
France 2	<i>Les Choristes</i>	22-mars	FR / CH	8	5,4	19,3
France 3	<i>Le Mur de l'Atlantique</i>	18-juin	FR / IT	22	4,2	18,3
Arte	<i>Les Huit Salopards</i>	7-juin	US	1	2,1	9,8
W9	<i>Die Hard 4 : retour en enfer</i>	30-mars	US	9	2,5	9,6
C8	<i>La Famille Bélier</i>	11-mai	FR / BE	3	2,2	9,1
Canal+	<i>Rebelles</i>	31-mars	FR	1	2,3	7,8
France 5	<i>Bullitt</i>	20-avr.	US	9	2,0	7,2
TMC	<i>Mais où est donc passée la 7ème compagnie ?</i>	28-oct.	FR / IT	18	1,8	7,0
6ter	<i>Transformers : The Last Knight</i>	27-sept.	US	1	1,0	5,5
NRJ12	<i>On l'appelle Trinita</i>	21-juil.	IT / FR	24	1,1	5,5
TF1 Séries Films	<i>L'Arme fatale 4</i>	2-avr.	US	15	1,2	4,6
TFX	<i>Men in Black 3</i>	29-mars	US	7	1,3	4,5
France 4	<i>L'Espion qui m'aimait</i>	1-avr.	GB	19	1,2	4,3
CStar	<i>Homefront</i>	25-nov.	US	7	1,1	4,2
Gulli	<i>Shrek 4, il était une fin</i>	20-avr.	US	5	1,0	3,5
Chérie 25	<i>En équilibre</i>	6-nov.	FR	3	0,9	3,3

¹ BE : Belgique / CH : Suisse / FR : France / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / US : Etats-Unis.
Source : CNC, Médiamat-Médiamétrie (4 ans et plus).

En 2020 : **787** soirées sont dédiées
à la fiction sur les chaînes nationales historiques
(-27 soirées par rapport à 2019) dont :



45,6 %
de soirées
de fiction française



27,8 %
de soirées
de fiction américaine



26,6 %
de soirées de fiction
d'autres nationalités



3.3

Les fictions à la télévision

L'offre de fiction à la télévision

Remarques méthodologiques

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

36 202 heures de fiction sur l'ensemble de la journée

En 2020, l'épidémie de Covid-19 a eu un impact sur la programmation de fiction des chaînes de télévision (réduction de l'offre, recul de l'inédit et progression des rediffusions), notamment en raison de la forte baisse des recettes publicitaires, qui a conduit certaines chaînes à réaliser d'importantes économies sur leur coût de grille.

La fiction est le premier genre de programmes en termes d'offre et de consommation à la télévision. En 2020, les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 séries films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25) diffusent 36 202 heures de fiction sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie (-1,8 % à périmètre comparable par rapport à 2019).

En 2020, les Français regardent en moyenne 41 minutes de fiction par jour à la télévision.

La fiction représente 21,4 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (-0,4 point) et 22,4 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (-1,2 point) sur l'ensemble de la journée. En 2020, les Français âgés de 4 ans et plus regardent 254 heures de fiction en moyenne sur les chaînes nationales gratuites soit 41 minutes par jour (+4,9 %). Le différé constitue 8,5 % de l'audience de la fiction, contre 4,4 % tous programmes confondus.

En 2020, France 3 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée.

En 2020, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) consacrent 787 soirées à la fiction (-27 soirées par rapport à 2019, remplacées notamment par du cinéma), soit 35,8 % de l'ensemble de leurs soirées et le plus bas niveau depuis 2010. L'offre de fiction diminue de 31 soirées par rapport à 2019 sur TF1, de 6 soirées sur France 2 et de 5 soirées sur Canal+ alors qu'elle augmente de 2 soirées sur Arte, de 3 soirées sur France 3 et de 10 soirées sur M6. France 3 redevient le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée devant TF1, France 2, M6, Canal+ et Arte.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2016	2017	2018	2019	2020
TF1	191	173	173	179	148
France 2	145	144	150	148	142
France 3	169	177	188	173	176
Canal+	95	107	99	102	97
M6	145	140	128	126	136
Arte	83	80	86	86	88
total	828	821	824	814	787

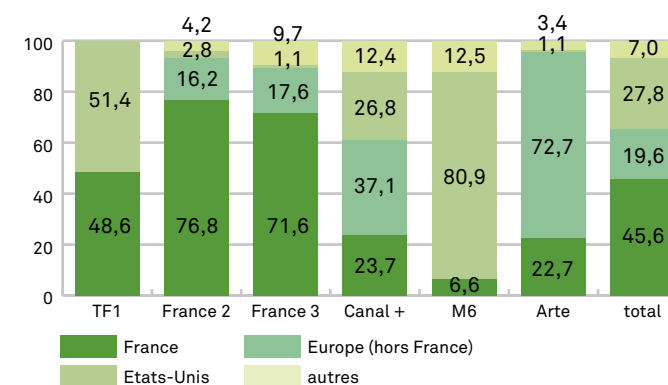
Source : CNC, Médiamétrie.

L'offre de fiction américaine en première partie de soirée baisse de 40 % en dix ans.

La fiction française occupe 45,6 % des soirées dédiées à la fiction

En 2020, le nombre de soirées de fiction française diminue de 4,8 % par rapport à 2019 (359 soirées) et l'offre de fiction étrangère est en baisse de 2,1 % (428 soirées). L'offre de fiction américaine recule de 7,6 % (219 soirées) et l'offre de fiction européenne non française diminue de 3,8 % (154 soirées) alors que l'offre de fiction étrangère hors Europe et Etats-Unis est en hausse (55 soirées). L'offre de fiction hors Europe et Etats-Unis (Canada, Australie, Israël, Nouvelle-Zélande), qui a doublé au cours des dix dernières années, atteint ainsi son plus haut niveau. En 2020, la fiction française occupe 45,6 % des soirées dédiées à la fiction, contre 54,4 % pour la fiction étrangère dont 27,8 % pour la fiction américaine, 19,6 % pour la fiction européenne non française et 7,0 % pour la fiction étrangère d'autres nationalités.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2020 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

La part de la fiction inédite en première partie de soirée diminue de 8,5 points à 69,9 %

Le taux de fiction inédite affiche une baisse historique sur un an principalement en raison des conséquences de l'épidémie de Covid-19 sur la programmation des chaînes de télévision. En 2020, la fiction inédite constitue 69,9 % de l'offre totale de fiction des chaînes nationales historiques en volume horaire en première partie de soirée, soit le plus bas niveau depuis 2010. La part de l'inédit diminue pour la fiction française et pour la fiction étrangère. En 2020, 78,3 % du volume horaire de fiction étrangère diffusée en première partie de soirée est inédit (-8,1 points par rapport à 2019), contre 60,0 % du volume de fiction française (-9,6 points). Le volume de fiction inédite en première partie de soirée sur les chaînes nationales historiques est en baisse de 14,4 % par rapport à 2019 (-19,9 % pour la fiction française et -10,4 % pour la fiction étrangère) alors que le volume de fiction en rediffusion augmente de 33,8 % (+21,8 % pour la fiction française et +58,5 % pour la fiction étrangère).

L'audience de la fiction à la télévision

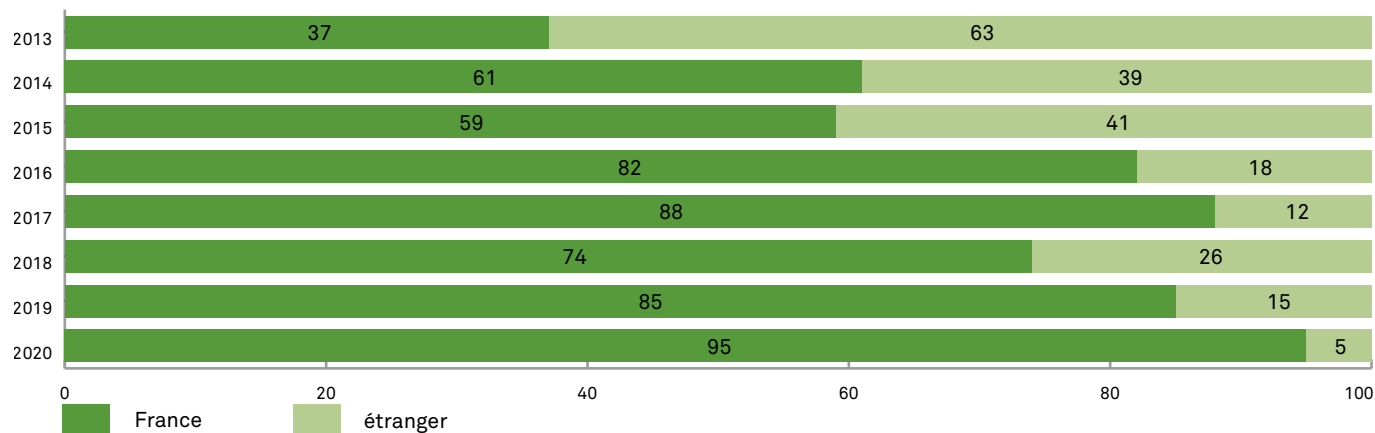
La fiction française réalise 95 des 100 meilleures audiences de fiction

La fiction française domine largement la fiction américaine. En 2020, la fiction française enregistre 95 des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sur l'ensemble de la journée (85 sur 100 en 2019), un résultat qui n'avait pas été atteint depuis au moins 15 ans. La fiction française occupe pour la sixième année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction. En 2020, la meilleure audience de fiction est enregistrée par la première partie du téléfilm biographique sur Grégory Lemarchal *Pourquoi je vis*, diffusé sur TF1, qui réunit 8,3 millions de téléspectateurs.

La part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les chaînes nationales historiques à l'exception de M6. En 2020, la part d'audience moyenne de la fiction française en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 20,2 % sur TF1 (contre 15,9 % pour la fiction étrangère), 18,9 % sur France 3 (contre 13,0 %), 16,0 % sur France 2 (contre 13,9 %), 9,5 % sur M6 (contre 10,0 %), 4,9 % sur Arte (contre 3,8 %) et 1,9 % sur Canal+ (contre 0,8 %).

La fiction française enregistre les meilleures audiences de fiction sur TF1, France 2, France 3, Canal+ et Arte.

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



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

Les meilleures audiences des fictions à la télévision par chaîne en 2020

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	télespectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>Pourquoi je vis</i>	07/09/2020	France	8,3	31,6
France 2	<i>Candice Renoir</i>	24/04/2020	France	7,1	24,5
France 3	<i>Capitaine Marleau</i>	13/10/2020	France	8,3	31,8
Canal+	<i>La Flamme</i>	12/10/2020	France	1,1	4,3
France 5	<i>Le Dernier Été</i>	03/02/2020	France	1,3	5,2
M6	<i>Why Women Kill</i>	26/03/2020	Etats-Unis	5,4	20,2
Arte	<i>Dérapages</i>	23/04/2020	France	2,7	10,6
C8	<i>Star Wars : The Mandalorian</i>	07/04/2020	Etats-Unis	1,7	5,8
W9	<i>La Petite Histoire de France</i>	08/11/2020	France	1,0	4,4
TMC	<i>La Ballerine de Noël</i>	08/11/2020	Etats-Unis	1,3	9,9
TFX	<i>Camping paradis</i>	25/03/2020	France	1,2	4,3
NRJ12	<i>The Big Bang Theory</i>	28/03/2020	Etats-Unis	0,7	2,5
France 4	<i>Castle</i>	02/04/2020	Etats-Unis	0,8	3,2
CStar	<i>6 Bullets</i>	27/05/2020	Etats-Unis	0,7	2,6
Gulli	<i>Le Pays de Noël</i>	09/11/2020	Etats-Unis	0,5	1,9
TF1 séries films	<i>Agatha Christie : Dix petits nègres</i>	26/04/2020	Grande-Bretagne	1,0	3,8
6ter	<i>La Vengeance aux deux visages</i>	05/05/2020	Australie	0,7	2,3
RMC Story	<i>Le Sang de la vigne</i>	25/12/2020	France	0,8	3,5
Chérie 25	<i>Jaune iris</i>	02/12/2020	France	1,0	4,0

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

En 2020 : **3 756** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC

(-11,6 % par rapport à 2019)

1,5 Md€ de devis (-5,8 %)



217,6 M€

d'apports du CNC
(-11,9 %)



157,9 M€

d'apports étrangers
(+21,7 %)



764,7 M€

d'apports des diffuseurs
(-10,1 %)



3.4

La production audiovisuelle aidée

Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2020 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2020. 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.

2020 : une année marquée par la crise sanitaire

La crise sanitaire a eu de multiples conséquences sur la production audiovisuelle française. Elle a notamment interrompu les tournages entre le 17 mars et le 10 mai 2020. Afin de permettre aux tournages de reprendre, le gouvernement et le CNC ont mis en place, à partir du 1er juin 2020, un fonds d'indemnisation et de garantie à hauteur de 100 M€, cofinancé par l'état et des assureurs privés, pour couvrir en partie le risque pandémique en cas d'interruption d'un tournage lié au Covid-19.

26,2 M€ pour la production audiovisuelle dans le cadre du plan de relance

Afin de protéger et de redynamiser l'activité, le CNC a mis en place un plan de relance en faveur de la production audiovisuelle de 26,2 M€. Ce plan est venu renforcer le système de soutien déjà en place autour de deux mesures en 2020 : un renforcement des avances à hauteur de 8 M€ et un rehaussement de l'enveloppe des aides sélectives à hauteur de 6 M€.

3 756 heures de programmes audiovisuels aidés

En 2020, le CNC soutient la production de 3 756 heures de programmes audiovisuels français (-11,6 % par rapport à 2019), pour un montant total de 217,6 M€ (-11,9 %). Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC baissent de 5,8 % à 1 511,9 M€, illustrant un impact limité de la crise sanitaire sur la production audiovisuelle. Les investissements des diffuseurs reculent de 10,1 % à 764,7 M€. En 2020, la fiction reste le genre le plus soutenu par le CNC avec 78,2 M€ (-14,0 %), devant le documentaire à 68,9 M€ (-7,2 %), l'animation à 48,5 M€ (-9,0 %), l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant à 18,7 M€ (-22,8 %) et le magazine à 3,2 M€ (-16,3 %).

En 2020, les chaînes nationales gratuites apportent 87,9 % des investissements totaux des chaînes de télévision, contre 82,0 % en 2019. Parmi ces diffuseurs, les chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) occupent

une place toujours restreinte. Elles représentent 2,8 % des apports globaux des diffuseurs et sont à l'initiative de 6,5 % des heures aidées (respectivement 2,5 % et 5,9 % en 2019). Les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) commandent 16,3 % des heures aidées et totalisent 8,9 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (respectivement 19,3 % et 14,3 % en 2019). Les services en ligne représentent 2,4 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée (2,8 % en 2019). La contribution des chaînes locales dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC s'établit à 0,9 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (comme en 2019).

Les financements en provenance de partenaires étrangers s'établissent à 157,9 M€, en hausse de 21,7 %. Ils explosent en fiction (+56,4 %), augmentent en animation (+11,0 %) ainsi qu'en documentaire (+8,1 %) et diminuent sensiblement en spectacle vivant (-45,5 %).

Production audiovisuelle aidée

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
durée (heures)	4 850	5 151	5 427	4 828	4 943	4 864	4 873	4 716	4 251	3 756	-11,6%
devis (M€)	1 485,5	1 412,9	1 552,2	1 436,4	1 386,3	1 584,9	1 536,7	1 552,1	1 604,8	1 511,9	-5,8%
diffuseurs (M€)	841,0	797,6	862,6	793,3	784,0	862,8	812,9	836,3	850,3	764,7	-10,1%
aides du CNC¹ (M€)	236,1	237,3	259,3	232,6	233,9	267,0	268,7	262,1	246,6	217,6	-11,9%
apports étrangers (M€)	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	+21,7%

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

Le CNC soutient la production de 3 756 heures de programmes audiovisuels français à hauteur de 217,6 M€ en 2020.

La fiction

Hausse des financements étrangers en fiction

En 2020, le volume de fiction aidée par le CNC s'établit à 930 heures. Il baisse de 10,6 % par rapport à 2019 (-110 heures) notamment en raison d'un effet calendaire lié à un feuilleton quotidien. Les devis de fiction baissent de 7,4 % entre 2019 et 2020 à 824,0 M€. Le coût horaire moyen de la fiction aidée progresse de 3,5 % à 886,2 K€. L'apport horaire moyen du CNC (y compris compléments) recule de 7,8 % à 80,5 K€. La fiction représente 24,8 % du volume total des programmes audiovisuels aidés par le CNC en 2020, contre 24,5 % en 2019.

En 2020, les financements français pour la fiction (765,2 M€) baissent de 10,2 % par rapport à 2019 et les financements étrangers (58,9 M€) sont en hausse de 56,4 %.

En 2020, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction baisse de 12,3 % par rapport à 2019 à 511,9 M€. Leur part dans le financement du genre s'établit à 62,1 % (-3,5 points). L'apport horaire des diffuseurs recule de 1,9 % entre 2019 et 2020 à 550,5 K€. La contribution des producteurs progresse de 9,6 % à 149,9 M€ en 2020. La part des apports des producteurs s'élève à 18,2 % (+2,4 points). Les apports du CNC (y compris compléments) diminuent de 17,6 % à 74,8 M€ en 2020. La part des apports du CNC (y compris compléments) dans le financement de la fiction s'établit à 9,1 % (-1,1 point). Les préventes en France reculent en 2020 (-53,2 % à 8,2 M€).

Les financements étrangers sont à leur plus haut niveau depuis 2001 à 58,9 M€. La progression (+56,4 %) des apports étrangers s'explique notamment par le lancement par l'Alliance (France Télévisions, RAI, ZDF) de la super-production européenne *le Tour du monde en 80 jours*, qui représente à elle seule plus de 40 % des apports étrangers totaux. La part des apports étrangers dans le financement de la fiction s'établit à 7,1 % (4,2 % en 2019). Les apports

en coproduction progressent de 43,0 % par rapport à 2019 à 39,9 M€ et les préventes (y compris minimums garantis) augmentent de 94,6 % à 19,0 M€. Le volume horaire total des programmes bénéficiant d'un financement étranger diminue de 11,0 %. 497 heures de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2020, soit plus de la moitié (53,4 %) du volume horaire total de fiction (558 heures, soit 53,6 % en 2019). En 2020, 486 heures d'œuvres majoritaires françaises sont produites avec un apport étranger de 29,3 M€ (16,9 M€ d'apports en coproduction et 12,4 M€ de préventes - y compris minimums garantis) et 10 heures de programmes minoritaires français ont bénéficié d'un apport étranger de 29,6 M€ (22,9 M€ d'apports en coproduction et 6,6 M€ de préventes - y compris minimums garantis).

Les chiffres clés de la fiction

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
volume horaire (heures)	774	768	782	748	743	897	871	995	1 040	930	-10,6%
devis (M€)	752,4	667,4	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	-7,4%
coût horaire (K€/heure)	972,0	869,5	909,5	958,3	859,3	868,6	826,5	800,8	855,9	886,2	+3,5%

Source : CNC.

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
financements français	715,8	620,3	683,8	671,9	619,2	727,7	691,1	767,8	852,5	765,2
producteurs français	75,4	58,2	78,2	69,8	57,2	80,6	85,4	104,7	133,4	149,9
préventes en France	9,1	5,6	5,7	15,8	10,2	8,5	7,5	10,2	17,5	8,2
diffuseurs	536,9	467,5	500,9	483,9	462,5	536,0	491,5	534,1	583,7	511,9
SOFICA	0,3	0,4	2,0	2,5	1,1	2,3	1,5	3,2	2,3	1,7
CNC	74,7	70,7	74,9	68,4	65,4	80,6	76,9	83,6	83,3	74,7
compléments CNC ¹	2,3	2,4	6,1	3,5	2,5	2,7	4,6	8,0	7,5	0,1
autres	17,1	15,5	15,9	28,0	20,4	16,9	23,7	24,0	24,9	18,6
financements étrangers	36,6	47,0	27,1	45,3	19,6	51,2	28,8	29,2	37,6	58,9
coproductions étrangères	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9
préventes à l'étranger ²	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0
total des financements	752,4	667,4	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0

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

En 2020, la part des diffuseurs dans le financement de la fiction s'établit à 62,1 % des devis.

Progression du volume de fiction de 90 minutes

En 2020, les volumes de fiction de 26 minutes (-22,7 % par rapport à 2019), de 52 minutes (-5,6 %) et de format court (-18,3 %) baissent alors que les volumes de 90 minutes (+18,6 %) augmentent. En 2020, le 52 minutes redevient le premier format de fiction (39,2 % des heures aidées), devant le 26 minutes (36,4 %), le 90 minutes (12,7 %), le format court (7,4 %) et la fiction destinée aux services sur internet (4,3 %). Le volume de format court atteint son plus bas niveau de la décennie.

L'animation

Hausse des apports des diffuseurs en animation

En 2020, le volume de production d'animation reste stable par rapport à 2019 à 295 heures. L'animation représente 7,9 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2020, contre 6,9 % en 2019.

En 2020, le montant des devis des programmes d'animation augmente de 3,2 % par rapport à 2019 à 245,1 M€, soit un niveau supérieur à la moyenne des dix dernières années (218,9 M€). En 2020, le coût horaire de l'animation atteint son plus haut niveau historique à 829,7 K€ (+3,0 % par rapport à 2019). Entre 2011 et 2020, le coût horaire moyen des programmes d'animation s'établit à 695,9 K€. En 2020, l'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 153,9 K€ (158,6 K€ en 2019).

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation augmentent de 0,5 % à 176,0 M€ en 2020, soit 71,8 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (73,8 % en 2019). Les apports des producteurs français reculent de 12,3 % à 53,6 M€, soit 21,9 % du montant total des devis (25,7 % en 2019). La contribution des diffuseurs est en hausse de 5,4 % à 51,7 M€. Leur part dans le financement de l'animation s'établit à 21,1 % (20,7 % en 2019). En 2020, les diffuseurs apportent, en moyenne, 175,1 K€ par heure d'animation (+5,2 % par rapport à 2019). L'apport total du CNC pour les programmes d'animation s'établit à 45,5 M€ (-2,8 %). Il couvre 18,5 % des devis en 2020 (19,7 % en 2019). Les préventes en France atteignent un niveau record à 12,3 M€ (6,8 M€ en 2019).

En 2020, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'établit à 28,2 % (26,2 % en 2019). Les financements étrangers augmentent de 11,0 % à 69,1 M€ en 2020. Les apports en coproduction baissent d'un tiers à 18,4 M€ et les préventes à l'étranger progressent de 49,8 % à 50,7 M€. En 2020, 250 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et prévente), soit 84,6 % du

volume total produit (252 heures, soit 85,5 % du volume total en 2019). En 2020, 200 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total de 39,4 M€ dont 10,2 M€ d'apports en coproduction et 29,2 M€ de préventes (226 heures avec un apport étranger de 49,0 M€ en 2019) et 50 heures d'animation minoritaire française ont bénéficié de 29,7 M€ de financement étranger dont 8,3 M€ en coproduction et 21,5 M€ en préventes (26 heures avec un apport étranger de 13,3 M€ en 2019).

En 2020, la part des investissements français dans le financement des programmes d'animation s'élève à 71,8 % des devis.

Les chiffres clés de l'animation

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
volume horaire (heures)	355	298	326	260	285	388	353	289	295	295	+0,2 %
devis (M€)	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	+3,2 %
coût horaire (K€/heure)	611,8	609,2	654,3	684,8	633,7	660,1	761,9	726,7	805,2	829,7	+3,0 %

Source : CNC

Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
financements français	156,4	139,8	161,0	132,5	137,2	198,3	208,3	166,8	175,1	176,0
producteurs français	38,2	36,5	43,4	34,0	38,8	51,5	64,1	54,2	61,1	53,6
préventes en France	6,1	5,5	7,2	8,7	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3
diffuseurs	57,9	49,7	58,0	46,7	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7
SOFICA	5,5	3,0	3,8	2,2	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1
CNC	30,7	31,0	33,6	29,6	28,2	49,2	45,8	30,5	34,1	33,0
compléments CNC ¹	12,9	6,9	7,5	5,2	8,4	11,0	10,3	11,9	12,7	12,5
autres	5,1	7,2	7,6	6,0	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8
financements étrangers	60,9	42,0	52,1	45,6	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1
coproductions étrangères	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4
préventes à l'étranger	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7
total des financements	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1

¹ Aides accordées après la première décision.
Source : CNC

Les séries de 11 à 13 minutes restent majoritaires

En 2020, les séries de 11 à 13 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (56,8 % du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes (21,0 %), les séries de 23 à 26 minutes (20,2 %), les séries de 52 minutes (1,2 %) et les unitaires (0,8 %). En 2020, le volume horaire des séries de 23 à 26 minutes augmente de 90,1 % par rapport à 2019 à 60 heures. Le volume des séries de 11 à 13 minutes est également en hausse de 1,5 % à 168 heures. Le volume des séries de moins de 8 minutes baisse de 26,6 % à 62 heures.

En 2020, le volume de production d'animation se maintient à 295 heures.

Le documentaire

Hausse de l'apport horaire des diffuseurs et du CNC en documentaire

Avec un total de 1 750 heures aidées en 2020, le volume de documentaires continue de diminuer (-10,7 % par rapport à 2019). Ce recul est, en partie, lié au recentrage du soutien du CNC vers le documentaire de création dans le cadre de la réforme de 2017.

En 2020, le montant des devis des programmes documentaires recule à 350,5 M€ (-3,4%). Le coût horaire moyen progresse de 8,2 % à 200,2 K€, soit le plus haut niveau depuis 1994 (224,9 K€). En 2020, le documentaire représente 46,6 % des heures totales de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 46,1 % en 2019.

Les engagements des diffuseurs diminuent de 6,1 % à 157,9 M€ et couvrent moins de la moitié des devis totaux du genre (-1,3 point à 45,1 %). L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 90,2 K€ en 2020 (+5,2 % par rapport à 2019). En 2020, les apports des producteurs français baissent (-7,3 %), à 55,5 M€. Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaires s'établissent à 66,8 M€ en 2020 (-8,1 % par rapport à 2019). L'apport horaire moyen du CNC est en augmentation constante depuis près de dix ans (+26,9 % par rapport à 2011) et s'élève à 38,2 K€ en 2020 (+2,9 % par rapport à 2019).

Les financements étrangers dans la production française de documentaires augmentent de 8,1 % à 27,5 M€ dont 7,8 M€ au titre des préventes (+2,7%) et 19,6 M€ au titre des apports en coproduction (+10,3 %). 375 heures de documentaires correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2020, pour un total d'apports étrangers de 18,9 M€ et 36 heures à des programmes minoritaires pour un apport de 8,6 M€.

Les chiffres clés du documentaire

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
volume horaire (heures)	2 665	2 921	3 092	2 590	2 480	2 253	2 266	2 141	1 960	1 750	-10,7 %
devis (M€)	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	-3,4 %
coût horaire (K€/heure)	145,6	149,9	158,3	153,9	165,0	179,9	175,4	181,9	185,0	200,2	+8,2 %

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

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
financements français	371,2	418,3	463,5	383,6	389,6	374,6	375,3	367,5	337,2	323,0
producteurs français	61,8	67,6	75,1	61,2	60,8	59,3	63,4	60,5	58,5	55,5
préventes en France	4,6	4,5	6,1	4,4	5,5	4,9	4,7	5,4	6,5	6,2
diffuseurs	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7	204,6	195,3	189,2	168,2	157,9
SOFICA	0,1	0,3	0,9	0,9	1,3	0,9	0,7	0,8	0,4	0,5
CNC	79,7	86,7	92,5	79,6	81,9	75,8	77,6	76,7	71,0	66,6
compléments CNC ¹	0,5	1,1	3,1	0,6	0,8	2,0	2,1	0,4	1,6	0,2
autres	35,1	34,9	42,8	32,7	29,6	27,1	31,5	34,6	31,1	36,0
financements étrangers	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4	30,6	22,3	21,9	25,4	27,5
coproductions étrangères	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6
préventes à l'étranger	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8
total des financements	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5

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

Hausse des volumes de documentaires historiques et scientifiques

Malgré un volume de commandes en baisse (-18,4 % à 760 heures), le documentaire de société conserve sa prééminence avec 43,4 % du volume total du genre en 2020. Les programmes historiques représentent la deuxième thématique la plus commandée. Le volume de production progresse de 2,3 % en 2020 à 330 heures (322 heures en 2019). En 2020, les commandes de documentaires sur la géographie et les voyages enregistrent une légère hausse de 5,7 % à 105 heures. Les diffuseurs participent au financement de 96 heures de documentaires scientifiques en 2020, contre 88 heures en 2019 (+9,3 % par rapport à 2019).

En 2020, l'apport horaire du CNC dans la production de documentaires atteint 38,2 K€ (+2,9 %)

L'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

Niveau record de l'apport horaire des diffuseurs

En 2020, le nombre d'heures aidées d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant recule de 25,8 % (-179 heures par rapport à 2019) pour atteindre 514 heures. L'année 2020 a été marquée par la crise sanitaire qui a conduit à la fermeture de nombreux lieux et à l'annulation d'événements culturels. Ce contexte a limité les possibilités de captations de spectacles vivants. De nombreux événements annuels d'envergure, faisant l'objet d'adaptations audiovisuelles avec des devis élevés, ont ainsi vu leur édition 2020 annulée en raison de la crise, notamment le *Festival d'Avignon*, les *Chorégies d'Orange*, les festivals *Rock en Seine*, les *Vieilles Charrues* ou encore le *Hellfest*, pour ne citer que quelques exemples. Toutefois, il convient de signaler que pour pallier l'absence de représentations en public, certains producteurs ont procédé à la captation de spectacle vivant sans public.

Les devis des œuvres de spectacle vivant diminuent de 20,7 % par rapport à 2019 pour atteindre 70,3 M€, soit un coût horaire moyen en hausse de 7,0 % à 136,8 K€. Les programmes de spectacle vivant représentent 13,7 % du total des heures de programmes aidés en 2020 et captent 9,5 % des aides du CNC (hors compléments).

En 2020, la participation des diffuseurs à la production d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant recule à 28,7 M€ (-11,7 %). Leur apport horaire est néanmoins en hausse de 19,1 % à 55,8 K€, soit le plus haut niveau depuis 2000 (59,3 K€) et première fois au-dessus des 50 K€ depuis 2011 (53,0 K€). France Télévision renforce son soutien au secteur du spectacle vivant en permettant la captation d'une quinzaine de spectacles joués sans public pendant la crise sanitaire. Son apport financier a augmenté de 14,8 % en 2020. Les diffuseurs couvrent 40,8 % des devis de production du genre (36,7 % en 2019). Les subventions versées par le CNC (y compris complé-

ments d'aides) reculent de 22,8 % à 18,7 M€ en 2020. Leur contribution aux financements d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant est en baisse par rapport à 2019 et couvre 26,6 % des devis du genre pour un apport horaire en hausse de 4,1 % à 36,3 K€ en moyenne.

L'apport horaire des aides du CNC progresse de 4,1 % par rapport à 2019 à 36,3 K€ en 2020.

En 2020, les apports étrangers reculent de 45,5 % à 2,4 M€. Leur part dans le total des devis diminue à 3,4 %

des financements totaux des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant (5,0 % en 2019). Les apports en coproduction baissent à 2,2 M€. Les préventes à l'étranger diminuent de 80,2 % à 0,2 M€. Au total, 54 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2020 (130 heures en 2019) dont 51 heures de coproductions majoritaires (121 heures en 2019) et trois heures de coproductions minoritaires (neuf heures en 2019). Les coproductions majoritaires reçoivent 2,2 M€ de financements étrangers (3,2 M€ en 2019) et les coproductions minoritaires 0,2 M€ (1,2 M€ en 2019).

Les chiffres clés du spectacle vivant

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
volume horaire (heures)	621	697	793	976	1 082	954	1 033	939	693	514	-25,8 %
devis (M€)	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	-20,7 %
coût horaire (K€/heure)	148,7	131,7	129,9	122,3	115,8	122,7	117,8	131,4	127,9	136,8	+7,0 %

Source : CNC.

Financement prévisionnel du spectacle vivant (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
financements français	86,4	85,2	96,5	112,7	117,2	109,9	113,2	115,2	84,2	67,9
producteurs français	26,8	23,4	28,1	31,7	31,9	30,6	31,8	35,7	25,4	18,5
préventes en France	1,2	1,1	1,3	1,2	1,6	1,2	1,3	1,3	0,8	0,3
diffuseurs	32,9	32,5	35,9	42,4	46,0	42,3	42,8	43,0	32,5	28,7
SOFICA	-	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments ¹	24,3	26,5	29,3	35,4	36,4	34,3	35,0	33,3	24,2	18,7
autres	1,2	1,7	1,7	1,9	1,3	1,6	2,2	1,8	1,3	1,7
financements étrangers	6,0	6,6	6,6	6,7	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4	2,4
coproductions étrangères	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2
préventes à l'étranger	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2
total des financements	92,4	91,8	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3

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

Le spectacle musical domine le genre

En 2020, la baisse du volume de production de programmes de spectacle vivant concerne en particulier la musique (-148 heures) et notamment l'opéra (-55 heures), le jazz (-40 heures) et la variété/rock (-36 heures). La musique classique devient le premier genre musical en volume avec 135 heures (115 en 2019), devant la variété/rock avec 82 heures (118 en 2019). Le volume de production de programmes de danse diminue également de 18 heures, tout comme les enregistrements de théâtre (-6 heures).

Les adaptations audiovisuelles de spectacles musicaux représentent toujours une très grande majorité des heures aidées, même si leur part décroît à 74,2 % du volume en 2020 (76,4 % en 2019). En 2020, le CNC a soutenu à hauteur de 12,9 M€ l'enregistrement de spectacles musicaux, soit un montant en baisse de près d'un quart par rapport à 2019 (-25,2 %). La variété/rock représente 15,9 % des heures aidées, la musique classique 26,3 %, l'opéra 9,8 %, le jazz 7,4 %, le hip-hop/rap/électro 8,8 % et les musiques du monde/traditionnelles 5,4 %.

Le cirque reste le genre de spectacle vivant le plus coûteux en 2020 à 276,3 K€ par heure de programme (+1,8 %), devant le théâtre à 183,8 K€ (+8,6%), la danse à 166,9 K€ (-0,5 %) et l'opéra à 140,0 K€ (-6,5 %).

L'apport horaire des aides du CNC progresse de 4,2 % par rapport à 2019 à 36,3 K€ en 2020.

Le magazine d'intérêt culturel

Volume stable et hausse des devis des magazines d'intérêt culturel

Le CNC apporte un soutien exclusivement sélectif aux magazines d'intérêt culturel, après avis de la commission compétente. En 2020, le volume de production aidée augmente à 267 heures (+1,5 % par rapport à 2019).

45 magazines bénéficient d'un soutien financier en 2020 (51 en 2019). Au global, les devis de ces programmes s'élèvent à 22,0 M€ (-15,7 % par rapport à 2019), soit un coût horaire moyen de 82,3 K€ (-17,0 %).

Les subventions versées par le CNC y compris compléments d'aides aux magazines d'intérêt culturel baissent à 3,2 M€ (-10,5 %), soit 14,4 % des devis en 2020 (13,5 % en 2019). L'apport des diffuseurs recule à 14,4 M€ (-14,7 % par rapport à 2019). Les diffuseurs représentent 65,5 % du total des financements du magazine d'intérêt culturel en 2020 (64,8 % en 2019). Ils apportent, en moyenne, 53,9 K€ par heure de programme (64,2 K€ en 2019).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
volume horaire (heures)	435	467	434	254	353	372	350	353	263	267	+1,5 %
devis (M€)	35,4	34,0	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	-15,7 %
coût horaire (K€/heure)	81,4	72,9	82,4	90,8	91,5	73,9	81,9	92,4	99,1	82,3	-17,0 %

Source : CNC.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
financements français	35,4	33,8	35,7	23,0	32,2	27,3	28,6	32,5	26,0	21,9
producteurs français	4,6	4,2	5,1	3,8	5,0	4,7	4,6	5,4	4,1	3,1
préventes en France	0,0	0,2	0,4	-	0,1	0,2	-	0,1	0,0	0,0
diffuseurs	24,0	24,7	24,9	16,0	22,4	18,5	19,6	21,9	16,9	14,4
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments ¹	4,3	4,0	3,9	2,7	3,4	2,5	3,2	3,9	3,5	3,2
autres	2,4	0,8	1,4	0,6	1,3	1,4	1,2	1,3	1,5	1,2
financements étrangers	-	0,2	0,1	-	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1
coproductions étrangères	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-
préventes à l'étranger	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-	0,1
total des financements	35,4	34,0	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0

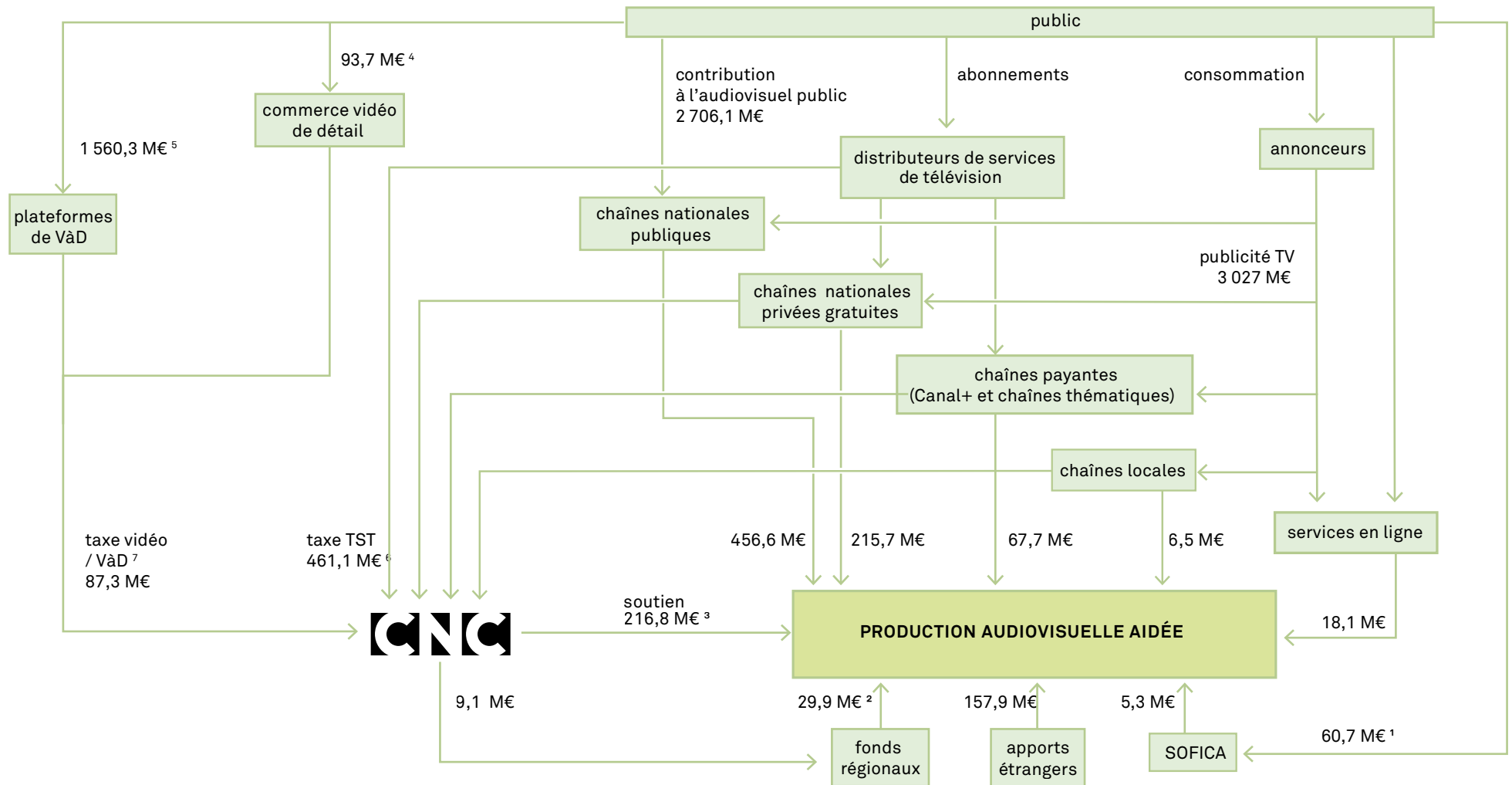
¹ Aides accordées après la première décision.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude sur *La production audiovisuelle aidée en 2020*

- les séries statistiques sur la production audiovisuelle soutenue par le CNC

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2020 (M€)



¹ Collecte 2019 correspondant à des investissements réalisés en 2020 et 2021 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle. ² Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales. ³ Soutien total du CNC : aides à la production + aides au développement (y compris les compléments d'aide). ⁴ Ventas au détail de programmes hors film (TTC). ⁵ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en V&D. ⁶ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et des distributeurs de services de télévision. ⁷ Taxe sur le chiffre d'affaires en vidéo et V&D, toutes œuvres confondues.
Sources : Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant, magazine d'intérêt culturel). Le marché publicitaire français en 2020 – IREP. Recettes du CNC exécutées en 2020. Baromètre vidéo CNC-GfK. Baromètre de la V&D GfK-NPA Conseil.

En 2020: **9,1** milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage
(-2,1 % par rapport à 2019)



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

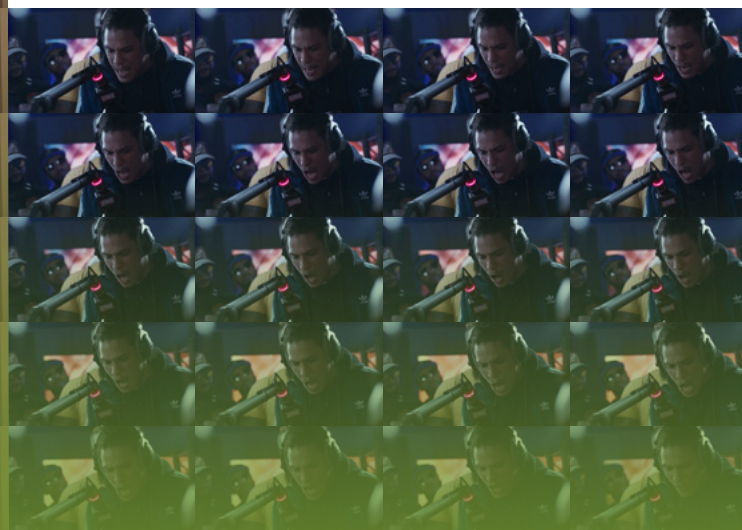


3,2 milliards
de vidéos vues sur un écran de
télévision *



1,8 milliard
de vidéos vues sur un ordinateur *

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



3.5

La télévision de rattrapage

L'offre de TVR

Plus de 140 chaînes en télévision de rattrapage

La télévision de rattrapage (TVR), ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

Les offres de TVR sont disponibles sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur et écrans mobiles) mais les services proposés sont différents, sur le téléviseur et sur les écrans mobiles, selon les opérateurs de télécommunication, les constructeurs de matériel et les plateformes de téléchargement d'applications. Sur l'ordinateur, l'accès aux services de TVR s'effectue par les sites internet édités par les chaînes. Sur la télévision, les offres de TVR sont accessibles de multiples façons : par les fournisseurs d'accès à internet, par les offres de télévision par satellite, par les services des téléviseurs connectés, par une console de jeux vidéo ou encore par un boîtier ou une clé externe proposant une offre audiovisuelle. Sur les appareils mobiles, la TVR est disponible via les applications des opérateurs pour les abonnés à une offre de télévision et via les applications développées par les chaînes, téléchargeables dans les magasins d'applications. Sur tous les supports, certains services de TVR sont également disponibles par les sites de partage de vidéo. Les offres de TVR sont composées de services accessibles gratuitement et de services réservés aux abonnés des chaînes en option. En février 2021, plus de 140 chaînes dont l'ensemble des chaînes nationales gratuites proposent leurs programmes en TVR sur au moins un écran.

Remarques méthodologiques

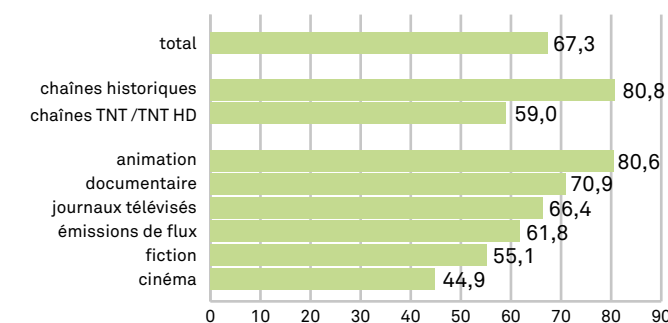
La part de l'offre de programmes disponibles en TVR est calculée par Plurimédia depuis janvier 2021 pour le CNC. L'analyse est réalisée tous les mois auprès des 21 chaînes nationales (hors chaînes d'information) : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP AN -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

La part des programmes disponibles en télévision de rattrapage s'établit à 67,3 %.

67,3 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en rattrapage

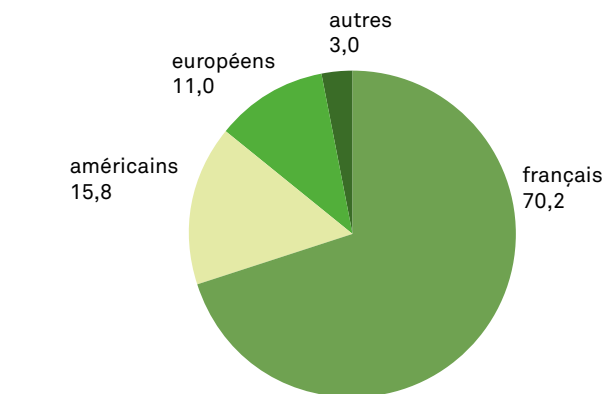
En février 2021, 67,3 % des programmes diffusés sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée sont disponibles en télévision de rattrapage. Cette proportion s'établit à 80,8 % pour les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte), contre 59,0 % pour les chaînes TNT / TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP AN - Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25). La part des programmes d'animation disponibles en TVR est plus élevée que la plupart des autres programmes avec 80,6 %. La part des programmes documentaires disponibles en TVR est de 70,9 % tandis que celles des journaux télévisés est de 66,4 %. Les émissions de flux disponibles en TVR représentent 61,8 % de l'offre totale d'émissions de flux diffusées sur les chaînes nationales. La part des films cinématographiques disponibles en TVR est élevée (44,9 %) car l'analyse inclut la chaîne payante Canal+ qui propose la majorité des contenus de cinéma disponibles en TVR (72,3 % en février 2021).

Part des programmes disponibles en rattrapage par catégorie¹ en février 2021 (%)



¹ Programmes diffusés sur les chaînes nationales. Source : Plurimédia.

Répartition des programmes disponibles en rattrapage par nationalité en février 2021 (%)



Source : Plurimédia.

La consommation de la TVR

Remarques méthodologiques

L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, est réalisée depuis janvier 2011 à la demande du CNC par NPA Conseil et GfK, associées à Canal+ Régie Digital, France TV Publicité, Gulli, M6 Publicité et TF1 Publicité à partir notamment des données de Médiamétrie eStat streaming, Comscore, Flurry Analytics, AT Internet et des données des opérateurs de télécommunication.

En juin 2019, le périmètre de l'étude a évolué avec l'intégration de 15 chaînes supplémentaires (payantes).

Fin 2020, le panel est ainsi constitué de 37 chaînes dont :

- 6 chaînes nationales historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6,

- 11 chaînes TNT / TNT HD : C8, W9, TMC, TFX, France 4, CNews, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, LCI,

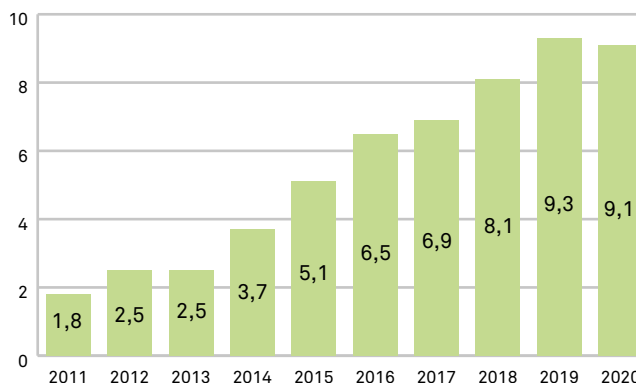
- 20 autres chaînes : Outre-mer 1ère, Paris Première, Téva, les six chaînes Ciné+ (Ciné+ Premier, Ciné+ Frisson, Ciné+ Emotion, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club et Ciné+ Classic), Clique TV, Comédie+, Golf+, Infosport+, Piwi+, les trois chaînes Planète+ (Planète+, Planète+ CI et Planète+ A&E), Polar+, Seasons, Télétoon+.

Pour la chaîne Gulli, les résultats sont des estimations entre octobre et décembre 2020.

9,1 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2020

En 2020, 9,1 milliards de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage, contre 9,3 milliards en 2019. Le nombre de vidéos visionnées en télévision de rattrapage est, en 2020, en légère baisse de 2,1 %. En 2020, 757,8 millions de vidéos sont visionnées, en moyenne, chaque mois en TVR (774,2 millions en 2019), soit 25,3 millions de vidéos vues en moyenne chaque jour (25,5 millions en 2019). La crise sanitaire et les confinements qui ont conduit les Français à regarder davantage la télévision en direct (+22 minutes par rapport à 2019 pour le direct et +1 minute pour la TVR selon Médiamétrie) peuvent expliquer ce recul.

Consommation de télévision de rattrapage¹ (milliards de vidéos vues)



¹ Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et TFX, en octobre 2012 avec C8 et CStar, en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+.

Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli

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

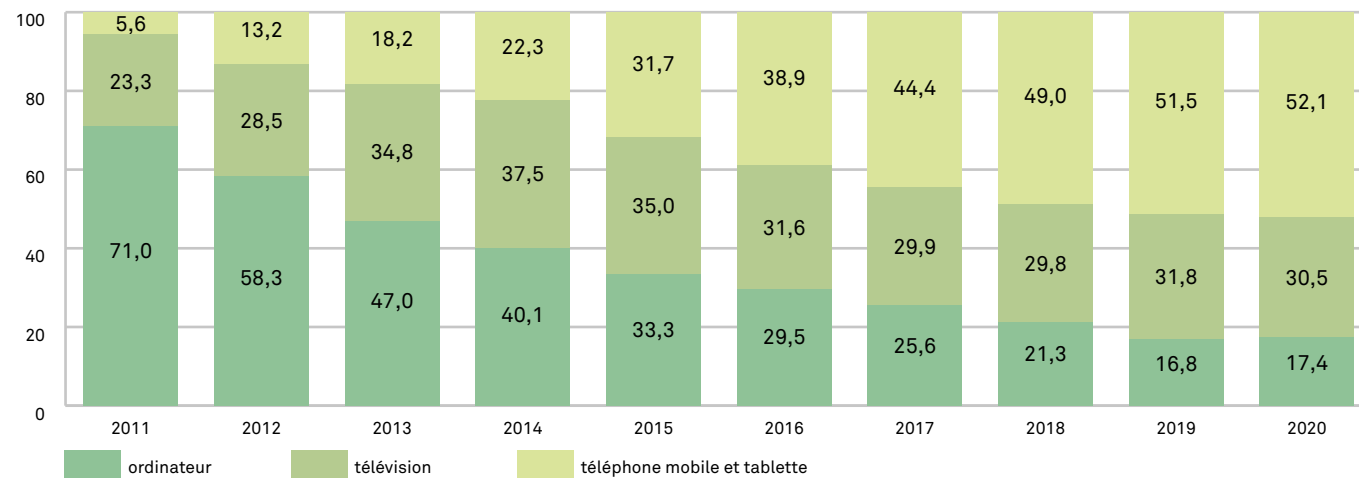
La majorité de la consommation est réalisée sur téléphone mobile et tablette

Les écrans mobiles (téléphone et tablette) représentent pour la deuxième année consécutive plus de la moitié de la consommation de télévision en ligne, qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, en nombre de vidéos vues. En 2020, 5,4 milliards de vidéos sont visionnées sur un appareil mobile (dont 4,3 milliards sur un téléphone mobile et 1,2 milliard sur une tablette), 3,2 milliards sur un écran de télévision et 1,8 milliard sur un ordinateur. En 2020, les supports mobiles totalisent 52,1 % des vidéos vues (dont 41,0 % pour le téléphone mobile et 11,1 % pour la tablette), l'écran de télévision 30,5 % et l'ordinateur 17,4 %.

Depuis 2011, la part de consommation de TVR sur ordinateur s'érode et passe de 71,0 % à 17,4 % en 2020. A l'inverse, la part du mobile augmente à 52,1 % en 2020 (5,6 % en 2011). La part du téléviseur progresse également (+7,2 points entre 2011 et 2020).

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

Consommation de télévision en ligne selon le support¹ (%)



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

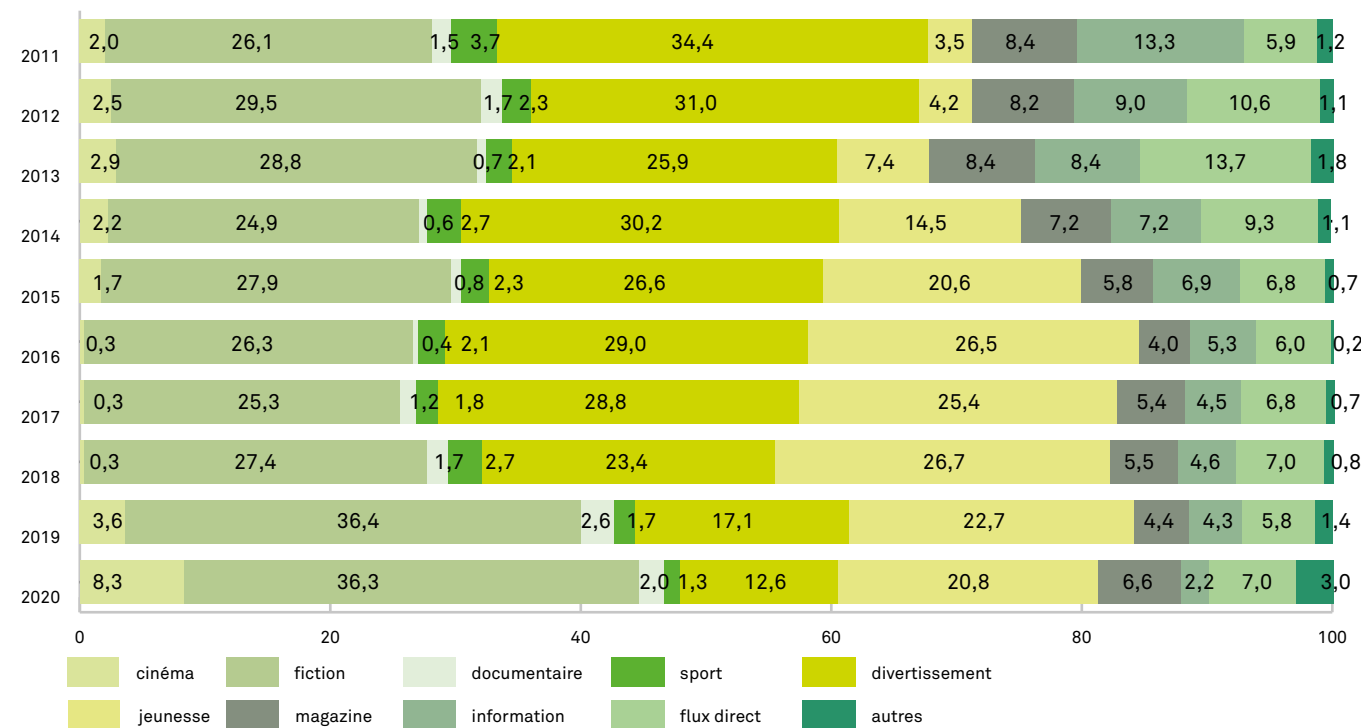
La fiction, genre le plus consommé devant les programmes jeunesse

En 2020, les programmes de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes jeunesse) composent 67,4 % de la consommation de télévision en ligne (qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision). En 2020, la fiction est le genre de programmes le plus consommé (36,3 % des vidéos vues), devant les programmes jeunesse (20,8 %), le divertissement (12,6 %), le cinéma (8,3 %), le magazine (6,6 %), l'information (2,2 %), le documentaire (2,0 %) et le sport (1,3 %).

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

En 2020, les meilleures audiences mensuelles de la télévision en ligne (rattrapage et bonus, hors consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision) sont réalisées par les feuilletons français *Demain nous appartient* pour le groupe TF1 et *Plus belle la vie* pour le groupe France Télévisions, par des séries pour le groupe Canal+ (notamment les créations originales de la chaîne comme *le Bureau des Légendes*, *Engrenages*, *Validé*, *la Flamme*), par des divertissements pour le groupe M6 (*les Marseillais*, *10 Couples Parfaits*, *Moundir* et *les Apprentis Aventuriers*, etc.) et par des fictions pour les jeunes et des programmes d'animation pour Gulli.

Consommation de télévision en ligne selon le genre¹ (%)



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

Le public de la TVR

Remarques méthodologiques

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

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

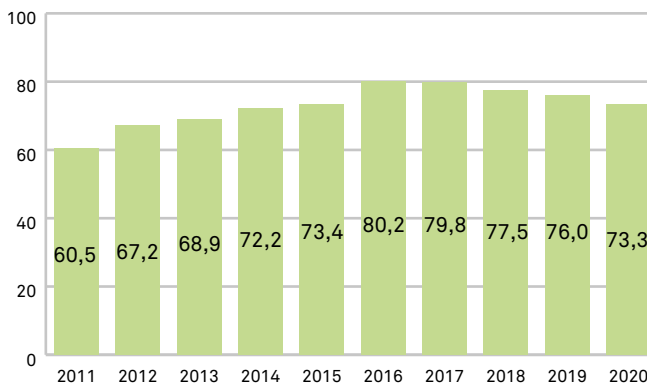
La pénétration de la TVR s'établit à 73,3 %

L'usage des services de télévision de rattrapage est largement répandu au sein de la population française. Cette pratique apparaît cependant en retrait pour la quatrième année consécutive. En 2020, 73,3 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en TVR (tous supports confondus) au cours des 12 derniers mois (-2,7 points par rapport à 2019). Le recul de la pénétration de la TVR concerne toutes les tranches d'âges. Il apparaît toutefois plus marqué chez les 25-34 ans (-3,9 points) et les 50 ans et plus (-2,8 points). Au second semestre 2020, la pénétration chez les 3-14 ans s'élève à 72,5 %, un taux identique à la tranche des 25-34 ans.

La démocratisation de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) peut expliquer en partie cette baisse. En effet, le temps consacré aux loisirs n'étant pas extensible, les Français sont obligés de faire des choix et de délaisser une pratique pour une autre. Selon Médiamétrie, 9,8 % des Français âgés de 15 ans et plus ont utilisé un service de VàDA au moins une fois par jour en décembre 2020, contre 5,5 % en décembre 2019 (+4,3 points).

Cette hausse est plus prononcée pour les 50 ans et plus (+5,3 points entre décembre 2019 et décembre 2020 à 7,3 %) et les 35-49 ans (+5,1 points à 11,1 %) que pour les 15-24 ans (+4,7 points à 12,8 %) et encore davantage que pour les 25-34 ans (+2,6 points à 12,5 %).

Pénétration de la télévision de rattrapage¹ (%)



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

Pénétration de la télévision de rattrapage selon l'âge¹ (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
15-24 ans	76,8	78,1	73,1	79,3	78,3	84,5	86,5	81,4	78,4	76,7
25-34 ans	70,8	76,9	77,0	78,5	79,0	83,0	83,7	80,6	76,3	72,4
35-49 ans	55,8	65,4	70,3	71,1	73,0	81,9	81,0	78,5	78,2	76,3
50 ans et plus	40,7	49,6	55,3	60,7	63,6	76,1	75,7	74,5	73,7	70,9

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

La pénétration de la télévision de rattrapage se réduit notamment chez les 25-34 ans.

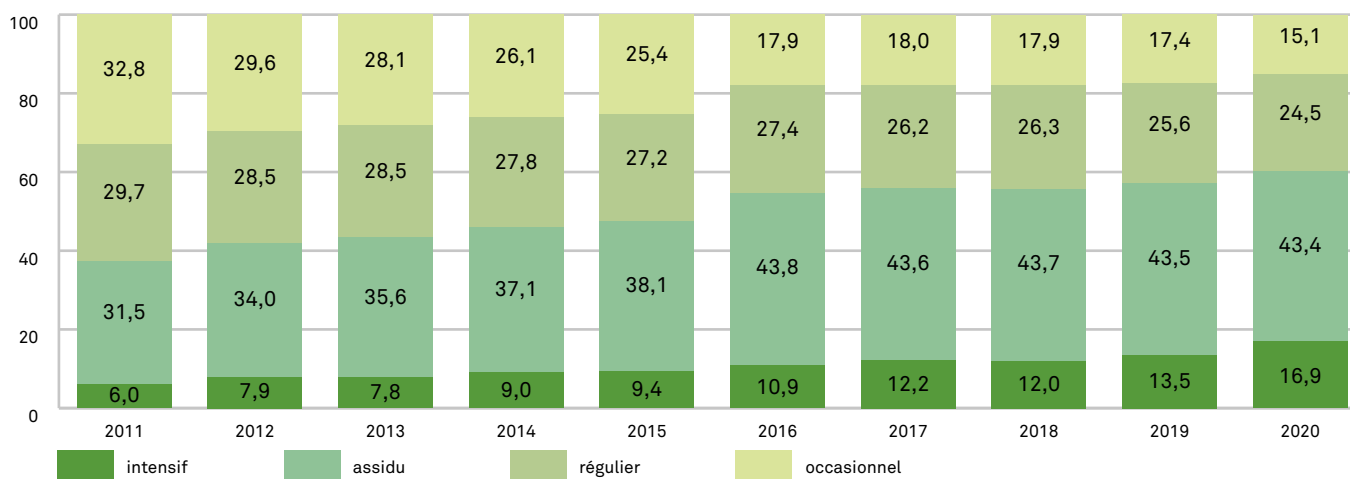
La majorité des utilisateurs regardent des programmes en rattrapage au moins une fois par semaine

En 2020, 60,3 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 57,0 % en 2019. La part des utilisateurs quotidiens progresse (+3,4 points par rapport à 2019) et s'élève à 16,9 %. Elle est plus importante chez les moins de 50 ans. En 2020, elle s'établit à 35,0 % pour les 15-24 ans, 26,0 % pour les 25-34 ans, 15,8 % pour les 35-49 ans et 7,5 % pour les 50 ans et plus.

La part des utilisateurs assidus (qui regardent des programmes au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour) s'établit à 43,4 % (-0,1 point). La proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) est en recul à 24,5 % (-1,1 point), ainsi que la proportion des utilisateurs occasionnels (moins d'une fois par mois) à 15,1 % (-2,3 points).

Depuis 2011, la consommation de TVR a considérablement changé. La part des intensifs et des réguliers progresse fortement, respectivement +10,9 points et +11,9 points. À l'inverse, celle des réguliers (-5,2 points) et des occasionnels (-17,7 points) reculent.

Habitudes du public de la télévision de rattrapage¹ (%)



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

Habitudes du public de la TVR selon l'âge en 2020¹ (%)

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

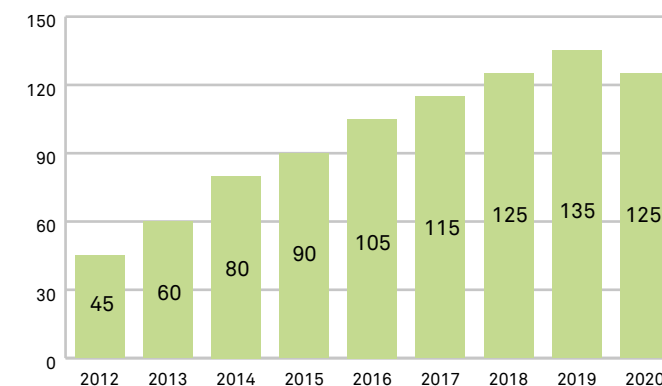
¹ Internaute utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans et plus). Source : Vertigo.

En 2020, le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 125 M€ (-7,4 % par rapport à 2019).

Les recettes publicitaires de la TVR sont estimées à 125 M€

L'accès aux services de TVR est généralement gratuit pour le public en ce qui concerne les chaînes nationales gratuites et inclus dans l'abonnement (sans supplément) pour les chaînes payantes. Les recettes publicitaires et les recettes de distribution constituent les principales sources de revenus des services de TVR. L'évolution des recettes publicitaires s'explique par différents facteurs : le nombre d'annonceurs, le volume de publicité diffusée, le prix de vente de l'espace publicitaire. En 2020, la crise sanitaire a entraîné une forte baisse des investissements publicitaires réalisés par certains annonceurs. Le chiffre d'affaires publicitaire de la TVR est estimé à 125 M€, contre 135 M€ en 2019 (-7,4 %). Selon l'IREP, le marché publicitaire recule de 11,0 % en 2020 par rapport à 2019 pour la télévision et de 11,4 % tous médias confondus.

Estimation des recettes publicitaires des services de TVR (M€)



Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude sur *L'économie de la télévision de rattrapage en 2020*
- les séries statistiques sur la télévision de rattrapage

chapitre quatre

VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

En 2020 :

1 856,5 M€ de ventes en vidéo

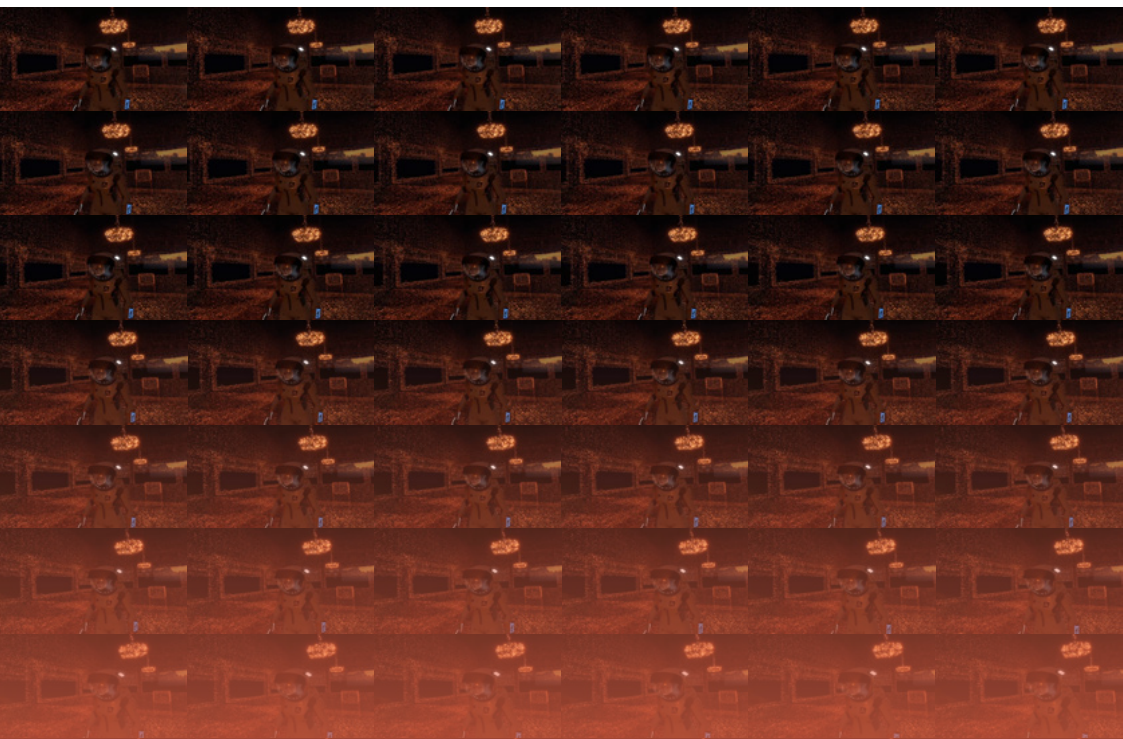
(+23,0 % par rapport à 2019)



1 560,3 M€

de ventes de vidéo à la demande

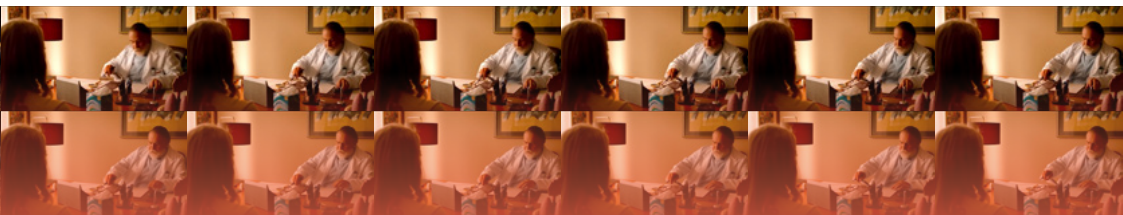
(+41,5 %)



296,2 M€

de ventes de vidéo physique

(-27,2 %)



4.1

Le marché de la vidéo

Remarques méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, par correspondance et sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location.

Pour la vidéo à la demande (VàD), les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (éditeurs vidéo et services de VàD) et par le CNC pour la VàD par abonnement notamment sur la base des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public. Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Le chiffre d'affaires total de la vidéo atteint son plus haut niveau depuis 2004

En 2020, les ventes totales de vidéo en France, qui comprennent les ventes de vidéo physique (DVD/Blu-ray, hors location) et de vidéo à la demande (paiement à l'acte et abonnement), augmentent de 23,0 % par rapport à 2019 à 1 856,5 M€. Elles sont en hausse pour la quatrième année consécutive.

En 2020, le marché de la vidéo à la demande dépasse pour la première fois 1,5 Md€.

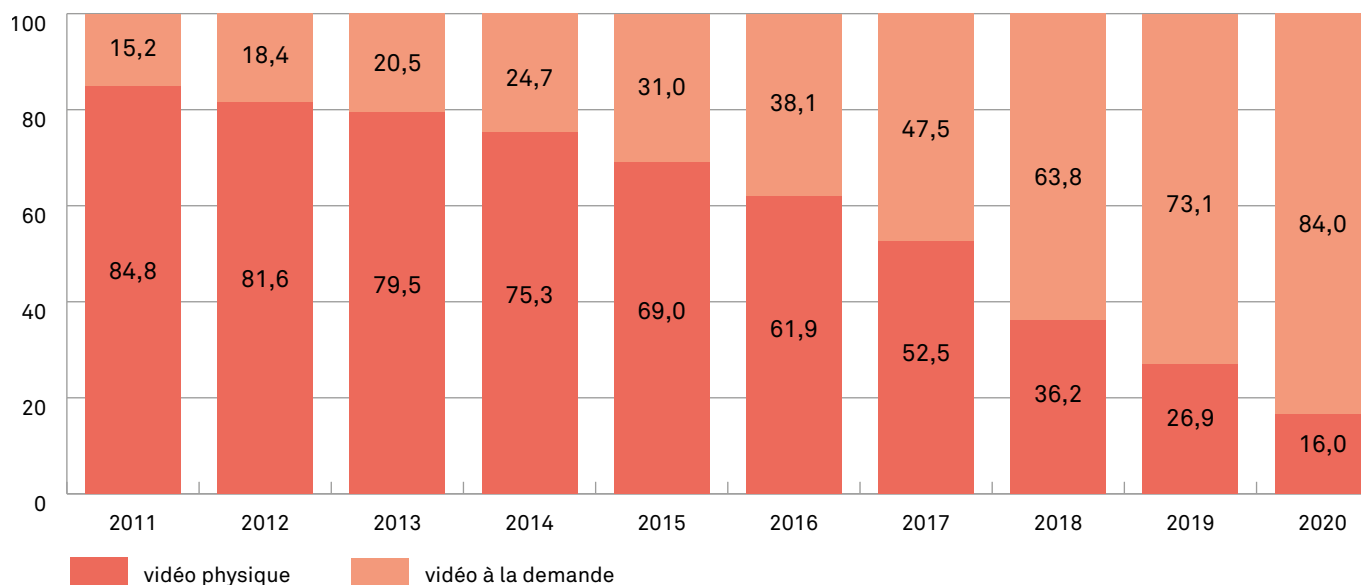
Le marché de la vidéo s'est profondément transformé au cours des dix dernières années, en passant d'un marché dominé par la vidéo physique à un marché dominé par la vidéo dématérialisée. En 2020, la vidéo à la demande représente 84,0 % du marché de la vidéo (15,2 % en 2011), contre 16,0 % pour la vidéo physique (84,8 % en 2011).

Marché de la vidéo en valeur¹ (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
vidéo physique	1 222,9	1 116,0	929,1	807,0	707,5	595,1	536,6	448,6	406,8	296,2	-27,2%
vidéo à la demande	219,5	251,7	239,6	265,0	317,6	366,6	485,1	789,5	1 102,9	1 560,3	+41,5%
total vidéo	1 442,4	1 367,7	1 168,7	1 072,0	1 025,1	961,7	1 021,7	1 238,1	1 509,6	1 856,5	+23,0%

¹ Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 et 2019 mises à jour. Source : CNC, AQOA, GfK.

Répartition du marché de la vidéo par segment¹ (%)



¹ En valeur (TTC), données 2018 et 2019 mises à jour. Source : CNC, AQOA, GfK.

En 2020 :

1 560,3 M€

de dépenses des ménages en vidéo à la demande

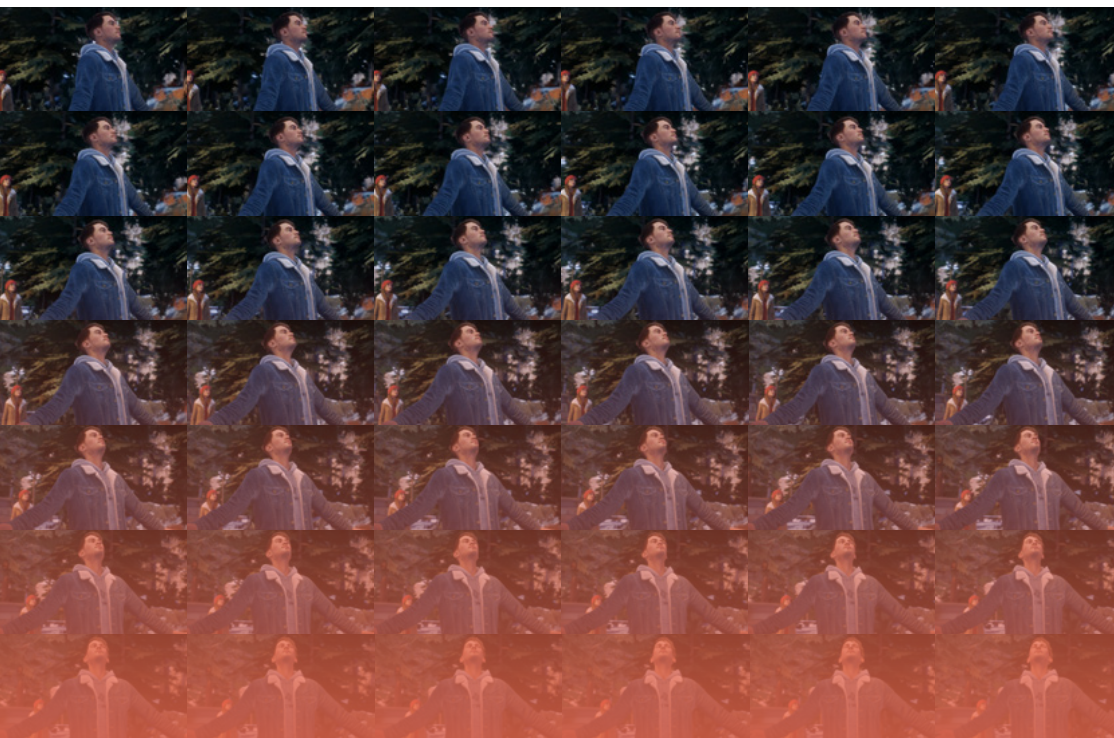
(+41,5 % par rapport à 2019)



1 302,6 M€

en abonnement

(+51,0 %)



257,7 M€

en paiement à l'acte

(+7,3 %)



4.2

La vidéo à la demande (VàD)

Le marché de la VàD

Remarques méthodologiques

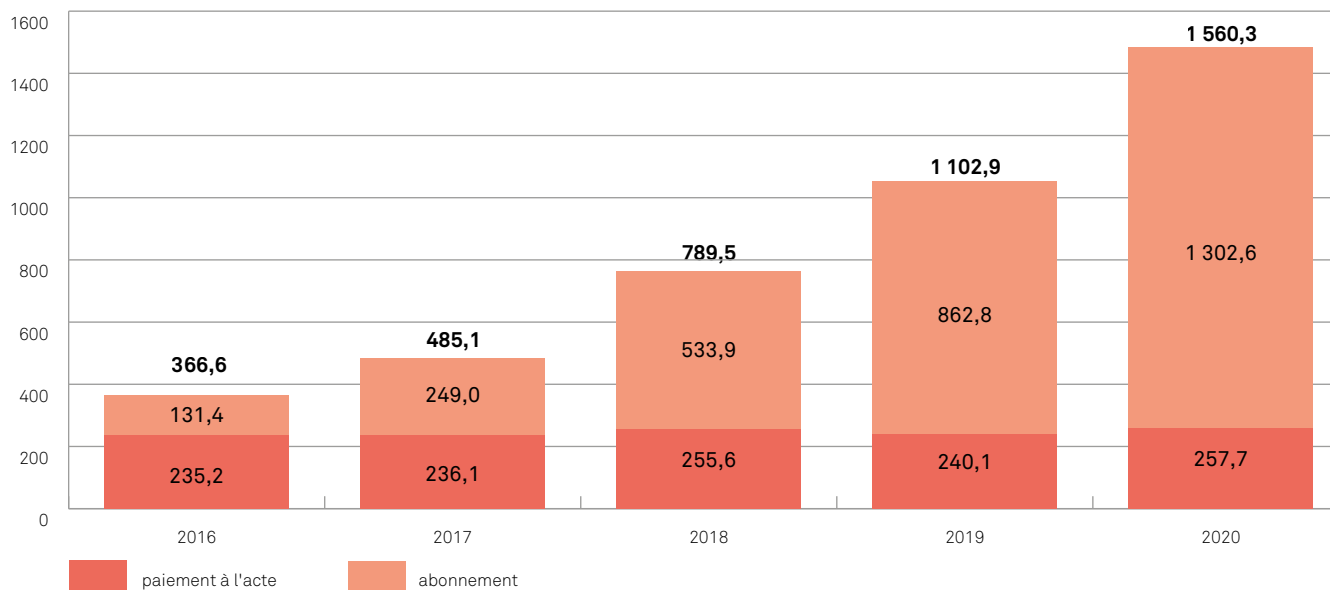
Pour la vidéo à la demande (VàD), les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD) et par le CNC pour la VàD par abonnement notamment sur la base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

En 2020, le marché de la VàD payante en France est en croissance de 41,5 % par rapport à 2019.

Un marché de plus de 1,5 Md€ dominé par l'abonnement

En 2020, le marché de la VàD payante en France est estimé à 1 560,3 M€ par le CNC et AQOA, en progression de 41,5 % par rapport à 2019. Le chiffre d'affaires de la VàD par abonnement (VàDA) est, depuis 2017, plus élevé que celui de la VàD en paiement à l'acte. En 2020, la VàDA capte 83,5 % du marché de la VàD (78,2 % en 2019). En parallèle, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 10,5 % (14,5 % en 2019) et la part de marché de la vente à l'acte à 6,1 % (7,3 % en 2019).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction¹ (M€)



¹ Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 et 2019 mises à jour. Source : CNC - AQOA (GfK - NPA Conseil avant 2018).

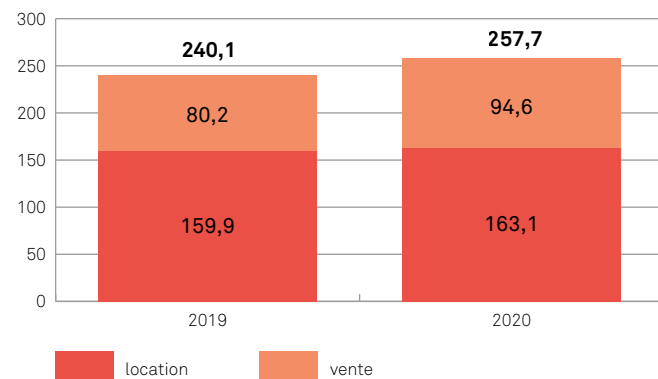
La VàD à l'acte (location et vente)

Progression du marché de la VàD à l'acte en 2020

Selon AQOA, le marché de la vidéo à la demande (VàD) en paiement à l'acte (location et vente) est en hausse de 7,3 % en 2020 par rapport à 2019 à 257,7 M€. La location à l'acte progresse de 2,0 % à 163,1 M€ et la vente à l'acte est en hausse de 17,9 % à 94,6 M€. La location représente 63,3 % du marché de la VàD en paiement en l'acte (66,6 % en 2019), contre 36,7 % pour la vente (33,4 % en 2019). Le marché de la VàD à l'acte, contrairement au marché de la vidéo physique, a bénéficié de la crise sanitaire. Les magasins étant fermés, les Français ont loué et/ou acheté des films et des œuvres audiovisuelles via les plateformes de VàD.

En 2020, le prix moyen d'une transaction de VàD s'établit à 3,97 € pour la location et à 9,51 € pour la vente. En 2020, 56,5 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte est réalisé en TVIP (c'est-à-dire via les distributeurs de services de télévision), contre 43,5 % en OTT (c'est-à-dire directement par internet). La majorité du chiffre d'affaires de la location est enregistrée en TVIP (72,6 %) alors que la majorité du chiffre d'affaires de la vente est enregistrée en OTT (66,2 %).

Marché de la VàD à l'acte¹ (M€)



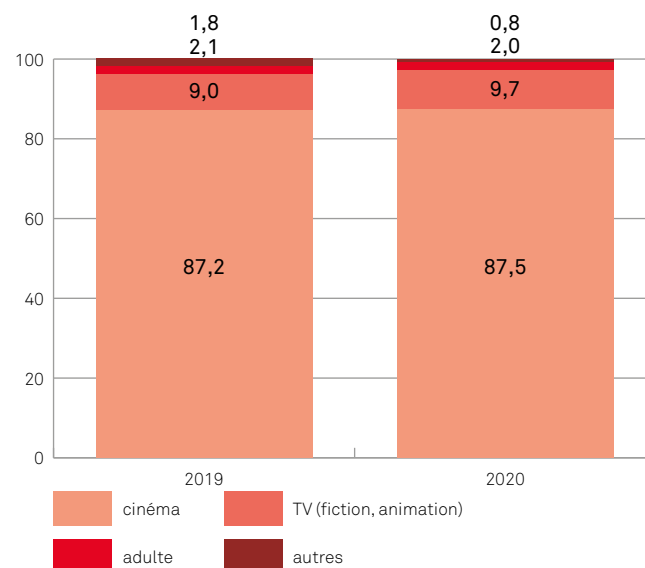
¹Location et vente, montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : AQOA.

Le cinéma représente 87,5 % du marché de la VàD à l'acte

Le marché de la VàD à l'acte (location et vente) est dominé par le cinéma. En 2020, les films cinématographiques représentent 87,5 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte et les programmes TV (fiction et animation) 9,7 %. La structure du marché est stable par rapport à 2019. La part de marché du cinéma s'établit à 93,3 % sur le segment de la location et à 77,7 % sur le segment de la vente. A contrario, les programmes TV (fiction et animation) représente 20,5 % du segment de la vente et 3,4 % de la location. Le marché de la VàD à l'acte (location et vente) est en hausse par rapport à 2019 pour les films (+6,4 %) et double pour les programmes TV (fiction et animation) (+132,3 %).

Le marché de la VàD en paiement à l'acte s'établit à 257,7 M€ en 2020 (+7,3 %).

Structure du marché de la VàD à l'acte selon le genre de programmes¹ (%)



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

Les films américains représentent près des deux tiers de la consommation des films en VàD à l'acte

En 2020, les films américains composent 67,5% du segment du cinéma en VàD à l'acte en valeur (+9,5 points par rapport à 2019), contre 28,1 % pour les films français (-9,4 points), 3,1 % pour les films européens non français (-0,3 point) et 1,3 % pour les films d'autres nationalités (+0,3 point).

En 2020, la part de marché des 10 films qui réalisent les meilleurs résultats du cinéma en VàD à l'acte (location et vente) s'établit, en valeur, à 7,8 %. Elle atteint 12,1 % pour les 20 films les plus performants et 15,7 % pour les 30 premiers films du palmarès. Le marché est moins concentré en 2020 par rapport à 2019.

En 2020, la première place du classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte (location et vente, tous genres, en valeur) est occupée par *Joker* (film américain), devant *la Reine des neiges 2* (film américain) et *Inséparables* (film français).

La seizième saison de Grey's Anatomy est la première fiction TV consommée en VàD à l'acte

En 2020, la fiction télévisuelle représente 9,1 % du marché de la VàD à l'acte (location et vente), contre 8,3 % en 2019. La fiction américaine reste devant la fiction française. En 2020, la part de marché de la fiction française en VàD à l'acte s'établit à 39,9 %, contre 54,6 % pour la fiction américaine, 5,1 % pour la fiction européenne non française et 0,5 % pour la fiction d'autres nationalités. La seizième saison de *Grey's Anatomy* occupe la première place du classement des programmes TV (fiction et animation) les plus consommés en VàD à l'acte, suivi par la quatrième saison de *Dix Pour Cent* et la sixième saison du *Bureau des Légendes*.

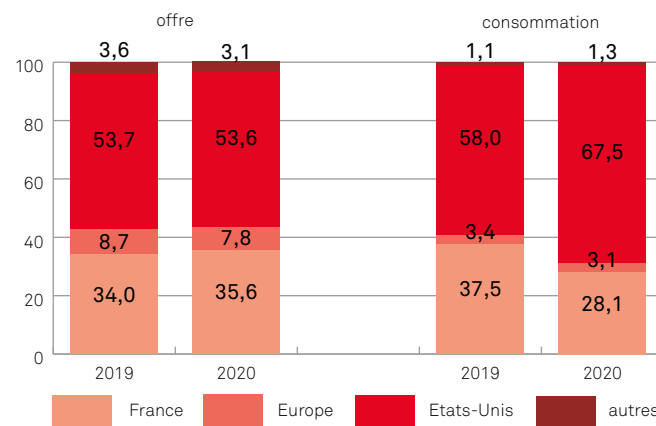
Sur le segment de l'animation télévisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 80,4 % en 2020, contre 14,0 % pour les programmes français, 5,2 % pour les programmes européens non français et 0,4 % pour les programmes d'autres nationalités.

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2020 (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	<i>Joker</i>	cinéma	2019	Etats-Unis
2	<i>La Reine des neiges 2</i>	cinéma	2019	Etats-Unis
3	<i>Inséparables</i>	cinéma	2019	France
4	<i>Jumanji: next level</i>	cinéma	2019	Etats-Unis
5	<i>Sonic le film</i>	cinéma	2020	Etats-Unis
6	<i>Les Misérables (2019)</i>	cinéma	2019	France
7	<i>10 jours sans maman</i>	cinéma	2020	France
8	<i>Star Wars épisode 9 - l'ascension de Skywalker</i>	cinéma	2019	Etats-Unis
9	<i>Le Mans 66</i>	cinéma	2019	Etats-Unis
10	<i>Bad Boys for life</i>	cinéma	2020	Etats-Unis

Source: AQQA.

Répartition de l'offre et de la consommation du cinéma en VàD à l'acte par nationalité¹ (%)



¹ Offre : références actives
² Consommation : location et vente, en chiffre d'affaires.
 Source: AQQA.

Part de marché des films les plus performants en VàD à l'acte¹ (%)

	2019	2020
top 10	9,3	7,8
top 20	14,6	12,1
top 30	18,7	15,7
autres	57,4	64,4
total	100,0	100,0

¹ Location et vente, en chiffre d'affaires.
 Source: AQQA.

Remarques méthodologiques

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

Près de 81 000 références sont actives en VàD à l'acte

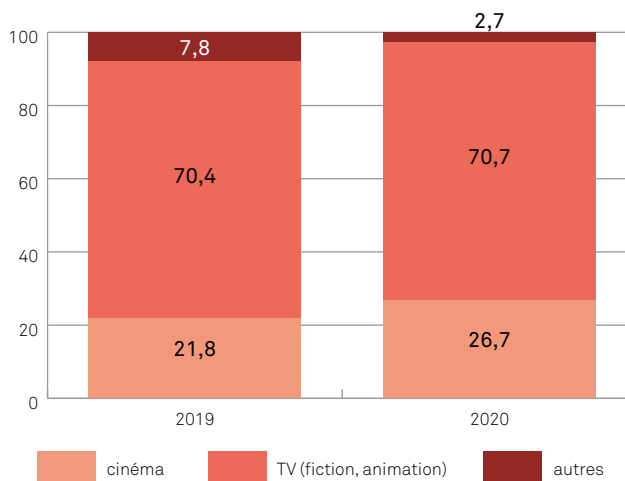
En 2020, 80 800 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes pour adultes), contre 74 745 en 2019 (+8,1 %). En 2020, 70,7 % des références actives sont des programmes TV (fiction et animation), 26,7 % sont des films cinématographiques et 2,7 % sont des programmes d'autres genres. La part des films cinématographiques dans l'offre active progresse par rapport à 2019 (+4,9 points).

L'offre cinéma en VàD à l'acte est composée de 19 555 références actives en 2020, contre 16 320 en 2019 (+19,8 %). En 2020, les films américains constituent 53,6 % des films actifs (-0,1 point par rapport à 2019), contre 35,6 % pour les films français (+1,5 point), 7,8 % pour les films européens non français (-0,9 point) et 3,1 % pour les films d'autres nationalités (-0,5 point).

Près de 20 000 films sont actifs en VàD à l'acte en 2020.

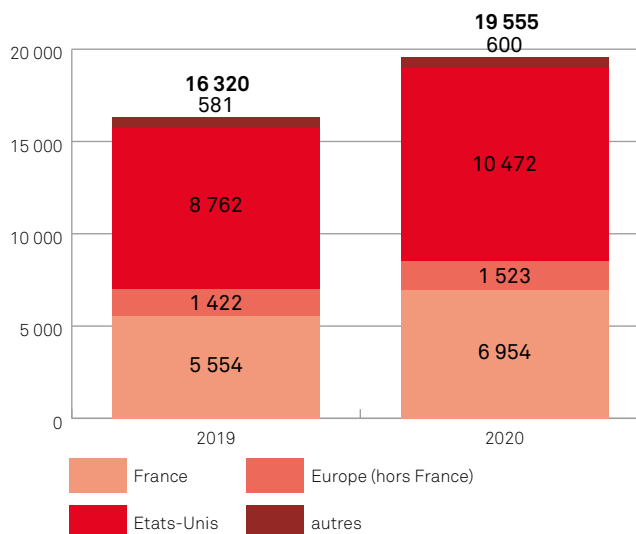
En 2020, 47,7 % des références (tous genres confondus) sont actives en VàD à l'acte (location et vente) sur une seule plateforme, 20,3 % sur deux plateformes, 13,6 % sur trois plateformes, 10,2 % sur quatre plateformes et 8,2 % sur cinq plateformes ou plus. Le cinéma est le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur une seule plateforme s'établit à 28,3 % pour le cinéma, 54,0 % pour les programmes TV (fiction et animation) et 74,0 % pour les autres genres de programmes.

Répartition des références actives en VàD à l'acte selon le genre de programmes¹ (%)



¹ Location et vente, hors programmes pour adultes.
Source: AQOA.

Références actives de films en VàD à l'acte selon la nationalité¹



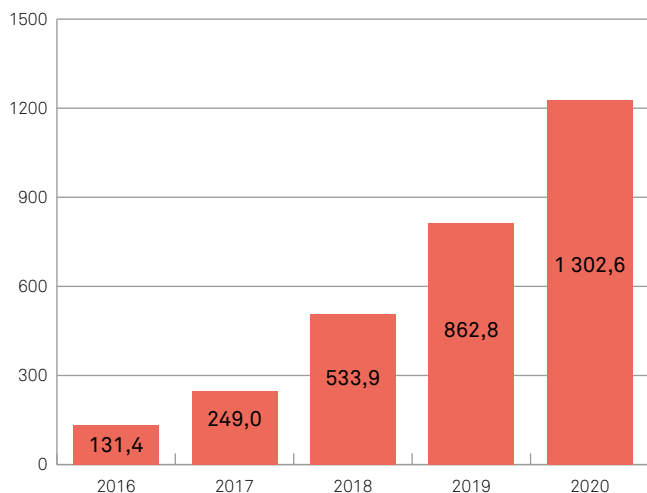
¹ Location et vente.
Source: AQOA.

La VàD par abonnement (VàDA)

Le marché de la VàDA est en croissance de plus de 50 %

En 2020, le marché de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) est estimé par le CNC à 1 302,6 M€. Il progresse de 51,0 % par rapport à 2019. Le marché français est dominé par le service américain Netflix malgré la forte concurrence de Prime Video et de Disney+, arrivé sur le marché français en avril 2020.

Marché de la VàDA¹ (M€)



¹Montants toutes taxes comprises (TTC), données 2018 et 2019 mises à jour. Source : CNC.

Le marché de la VàDA s'établit à 1 302,6 M€ en 2020.

Remarques méthodologiques

L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par la Médiamétrie. L'analyse couvre 15 plateformes dont Netflix, FilmoTV, Prime Video, Canal+ Séries, Disney+ et Salto

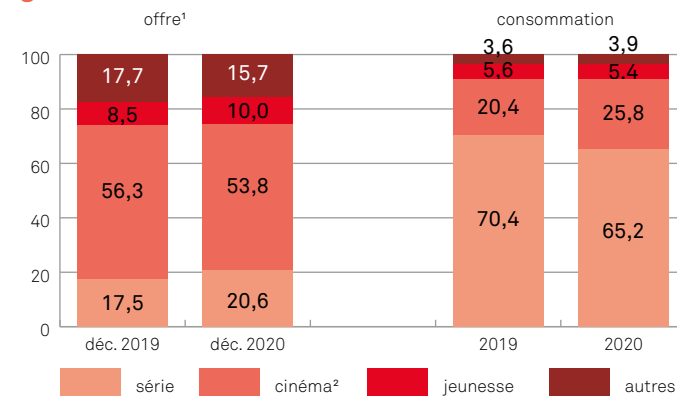
La série représente la majorité de la consommation en VàDA

L'offre de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) est majoritairement composée de films alors que la consommation est essentiellement dirigée vers la série. En décembre 2020, le cinéma représente 53,8 % de l'offre de programmes en VàDA (en nombre de titres), contre 20,6 % pour la série. L'indicateur étant calculé en nombre de titres, le poids de la série dans l'offre est nettement minimisé. La série constitue 65,2 % de la consommation des services de VàDA sur l'année 2020, contre 25,8 % pour le cinéma, 5,4 % pour les programmes jeunesse et 3,9 % pour les autres programmes.

La part du cinéma dans l'offre et la consommation de programmes progresse. Cette hausse peut être le résultat d'un effet du confinement et de l'arrivée de nouvelles plateformes avec une offre cinématographique forte comme Disney+ par exemple. Certains films sont sortis directement sur les plateformes de vidéo à la demande. Le film *Soul* est sorti directement sur Disney+, tout comme le film *Forte*, sorti sur Prime Video et *Bronx* sur Netflix. Le public était au rendez-vous pour ces films récents. *Soul* a cumulé 1,2 million de visionnages, *Forte* 1,4 million de visionnages et *Bronx* 2,5 millions.

En 2020, la série constitue plus des deux tiers de la consommation en VàDA.

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



¹ En nombre de titres (une série correspond à un titre, quel que soit le nombre de saisons et d'épisodes).

* Le segment cinéma comprend ici les films sortis directement en vidéo.

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive..

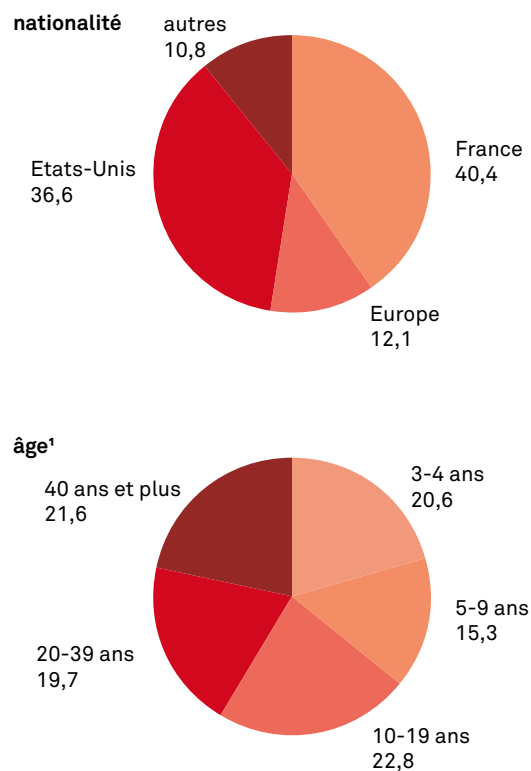
Plus de 6 000 œuvres cinématographiques disponibles

En 2020, 6 292 œuvres cinématographiques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services payants couverts par l'étude de l'offre réalisée par Médiamétrie. 40,4 % sont des films français (+4,9 points par rapport à 2019), 36,6 % sont des films américains (+2,2 points), 12,1 % sont des films européens non français (-0,1 point) et 10,8 % sont des films non européens et non américains (-9,3 points).

L'offre de films anciens est importante. 41,3 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a 20 ans ou plus (-1,8 point par rapport à 2019), 22,8 % ont entre 10 et 20 ans (+1,6 point), 15,3 % entre 5 et 10 ans (-2,4 points) et 20,6 % ont moins de 5 ans (+2,5 points).

La majorité des titres sont exploités sur une seule plateforme, mais cette exclusivité recule par rapport à 2019. En 2020, 46,3 % des œuvres cinématographiques sont proposées sur un seul service (-17,2 points par rapport à 2019), contre 38,0 % sur deux services (+8,0 points), 9,0 % sur trois services (+4,0 points) et 6,7 % sur quatre services ou plus (+5,2 points).

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté en 2020 (%)



¹Par rapport à leur première date de sortie en salles.
Source : CNC - Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie.

Netflix domine le palmarès des meilleures audiences en VàDA

En 2020, les 10 meilleures audiences des programmes proposés en VàDA sont réalisées par des séries diffusées sur Netflix selon le baromètre de la consommation SVOD réalisé par Médiamétrie. Six des 10 premières places du classement sont occupées par des séries américaines. La série espagnole *la Casa de Papel* se place en première position devant la série américaine *Lucifer*. Le programme français le plus regardé en VàDA est la série *Family Business*, disponible sur Netflix. En ce qui concerne le cinéma, le film américain *2 Fast 2 Furious*, diffusé sur Netflix, occupe la première place. Le premier film français, *Babysitting*, est 28^e.

Classement des programmes les plus consommés en VàDA en 2020 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	<i>La Casa de Papel</i>	série	Espagne	Netflix
2	<i>Lucifer</i>	série	Etats-Unis	Netflix
3	<i>13 Reasons why</i>	série	Etats-Unis	Netflix
4	<i>Vikings</i>	série	Irlande	Netflix
5	<i>The Crown</i>	série	Grande-Bretagne	Netflix
6	<i>Murder</i>	série	Etats-Unis	Netflix
7	<i>Les Demoiselles du téléphone</i>	série	Espagne	Netflix
8	<i>Riverdale</i>	série	Etats-Unis	Netflix
9	<i>Les 100</i>	série	Etats-Unis	Netflix
10	<i>Friends</i>	série	Etats-Unis	Netflix

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive

Classement des films cinématographiques les plus consommés en VàDA en 2020¹

rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	<i>2 Fast 2 Furious</i>	2003	Etats-Unis	Netflix
2	<i>21 Jump Street</i>	2012	Etats-Unis	Netflix
3	<i>300 : La naissance d'un empire</i>	2014	Etats-Unis	Netflix
4	<i>Aladdin</i>	1992	Etats-Unis	Disney+
5	<i>Vaïana, la légende du bout du monde</i>	2016	Etats-Unis	Disney+
6	<i>2 Guns</i>	2013	Etats-Unis	Netflix
7	<i>American Sniper</i>	2015	Etats-Unis	Netflix
8	<i>13 Hours</i>	2016	Etats-Unis	Netflix
9	<i>Avatar</i>	2009	Etats-Unis	Disney+
10	<i>10 000</i>	2008	Etats-Unis	Netflix

¹ Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie - Harris Interactive.

Les usages de la VàD en France

Remarques méthodologiques

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

Le taux de pénétration de la VàD dépasse les 40 %

Le public de la VàD se stabilise. En 2020, 40,4 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD, contre 40,9 % en 2019. Le téléviseur reste l'écran privilégié de consommation. En 2020, 35,0 % des internautes déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàD sur un téléviseur (-0,4 point par rapport à 2019), contre 16,4 % sur un ordinateur (stable) et 13,5 % sur un appareil mobile (+1,5 point).

Le téléviseur est le principal support de consommation de la VàD.

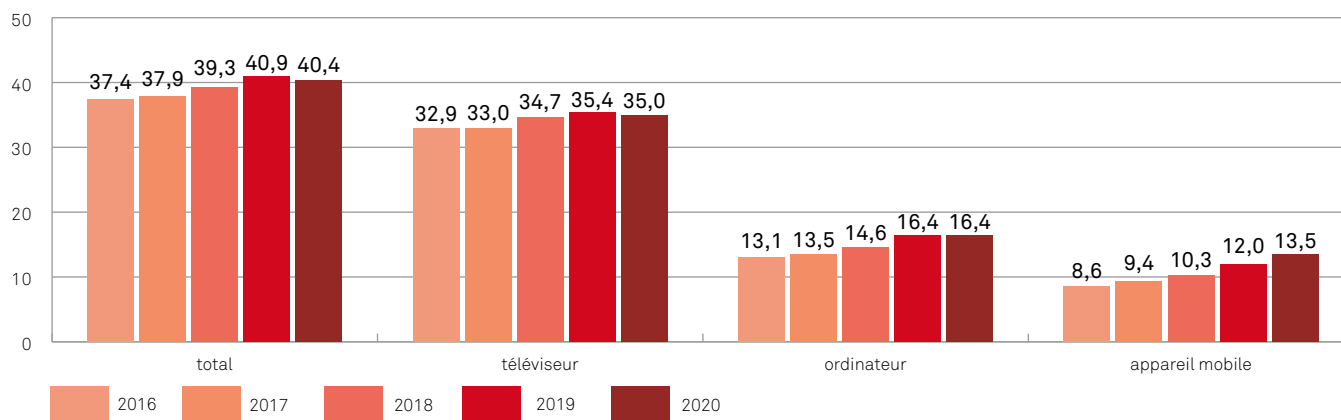
Une pratique plus importante chez les hommes et les moins de 50 ans

Les consommateurs de vidéo à la demande payante sont plus jeunes et plus masculins que la population dans son ensemble. En 2020, les hommes représentent 51,3 % des consommateurs de VàD. En parallèle, les moins de 50 ans constituent 60,0 % du public de la VàD. Les actifs sont également sur-représentés au sein de ce public (55,7 %). La pénétration de la VàD décroît avec l'âge et apparaît supérieure à 50 % chez les 15-34 ans : 54,9 % chez les 15-24 ans, 52,2 % chez les 25-34 ans, 45,9 % chez les 35-49 ans et 28,4 % chez les 50 ans et plus.

La part des utilisateurs intensifs (qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour) progresse alors que la part des utilisateurs occasionnels (qui consomment de la VàD payante moins d'une fois par mois) est en baisse. Cette tendance s'explique notamment par l'impact du confinement et la fermeture des lieux culturels mais aussi par l'arrivée de Disney+. Grâce à son alliance avec Canal+, certains abonnés Canal+ ont pu bénéficier de Disney+ gratuitement pendant un an. En 2020, 37,7 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs occasionnels (-5,9 points par rapport à 2019) et 19,3 % sont des utilisateurs intensifs (+7,0 points).

La pénétration de la VàD est supérieure à 50 % chez les 15-34 ans.

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



Source : CNC - Vertigo (15 ans et plus).

Les services par abonnement enregistrent les plus fortes progressions

Netflix conforte sa place de première plateforme de VàD en France, qu'elle occupe depuis 2017. En 2020, 61,9 % des consommateurs de VàD déclarent en effet avoir payé pour regarder des programmes sur le service américain de VàDA, soit une progression de 3,9 points par rapport à 2019. Prime Video (+9,2 points à 30,1 %) gagne la deuxième place du classement. Orange recule à la quatrième place (19,0 %, -1,9 point) mais conserve sa place de leader sur le segment de la VàD à l'acte. Disney+, nouveau service de VàDA lancé le 7 avril 2020, se hisse à la troisième place du classement (23,4 %). A titre de comparaison, Netflix cumulait un an après son lancement 29,1 % des consommateurs de services de VàD et Prime Video 8,2 %. Enfin, Salto, nouvelle plateforme lancée par France télévisions, TF1 et M6 en octobre 2020, occupe la 23^e position du classement (5,8 %).

Netflix est la première plateforme de VàD en France, Prime Video gagne la deuxième place.

Classement des services de VàD (% des consommateurs)

rang	nom du service	2016	2017	2018	2019	2020
1	Netflix	27,1	33,0	48,0	58,0	61,9
2	Prime Vidéo	0,6	8,2	13,4	19,8	30,1
3	Disney+	-	-	-	-	23,4
4	Orange VOD	29,0	27,2	23,6	20,9	19,0
5	MyTF1 VOD	29,9	25,7	19,5	18,3	18,5
6	Arte VOD	14,4	12,4	12,0	12,9	14,8
7	Canal VOD	22,9	20,2	14,6	15,0	14,0
8	Canal+ Séries	-	-	-	14,0	13,8
9	SFR Play	9,9	12,2	10,4	8,9	10,3
10	Google Play	15,3	13,5	11,2	10,3	10,2
11	Rakuten TV	-	4,6	4,6	5,1	8,4
12	iTunes	15,3	11,8	11,1	9,0	8,4
13	Cinéma[s] @ la demande	12,2	9,9	8,3	8,3	8,4
14	Apple TV+	-	-	-	9,1	8,3
15	TFOU MAX	-	-	6,5	6,5	7,5
16	Gulli Max	-	-	5,3	6,2	7,3
17	SFR Club Vidéo	1,4	11,4	8,9	7,3	7,2
18	Filmo TV	7,8	6,5	6,0	5,8	6,6
19	e-cinéma	-	-	-	5,6	6,1
20	Films&documentaires.com	8,0	5,9	5,3	5,8	6,0
21	ADN Anime Digital Network	5,4	4,5	4,7	5,4	6,0
22	Vidéo Futur	-	5,4	4,8	4,3	5,8
23	Salto	-	-	-	-	5,8
24	Spicee	-	-	-	1,4	5,3
25	Starzplay	-	-	-	4,9	5,2
26	Universciné	5,9	4,4	4,7	4,3	5,1
27	Tenk	-	5,4	4,8	4,4	4,9

Base : internautes de 15 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD sur la période étudiée.
Lecture : en 2020, 61,9 % des utilisateurs des services de vidéo à la demande déclarent avoir regardé au moins un programme sur Netflix.
Source : CNC - Vertigo.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude sur L'observatoire de la vidéo à la demande

- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande

En 2020 :

296,2 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-27,2 % par rapport à 2019)



206,2 M€
de ventes de DVD (-27,4 %)

44,5 millions d'unités vendues
(-23,1 %)



90,0 M€
de ventes de Blu-ray (-26,6 %)



4.3

DVD et Blu-ray

Précisions méthodologiques

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

La baisse du marché de la vidéo physique s'amplifie

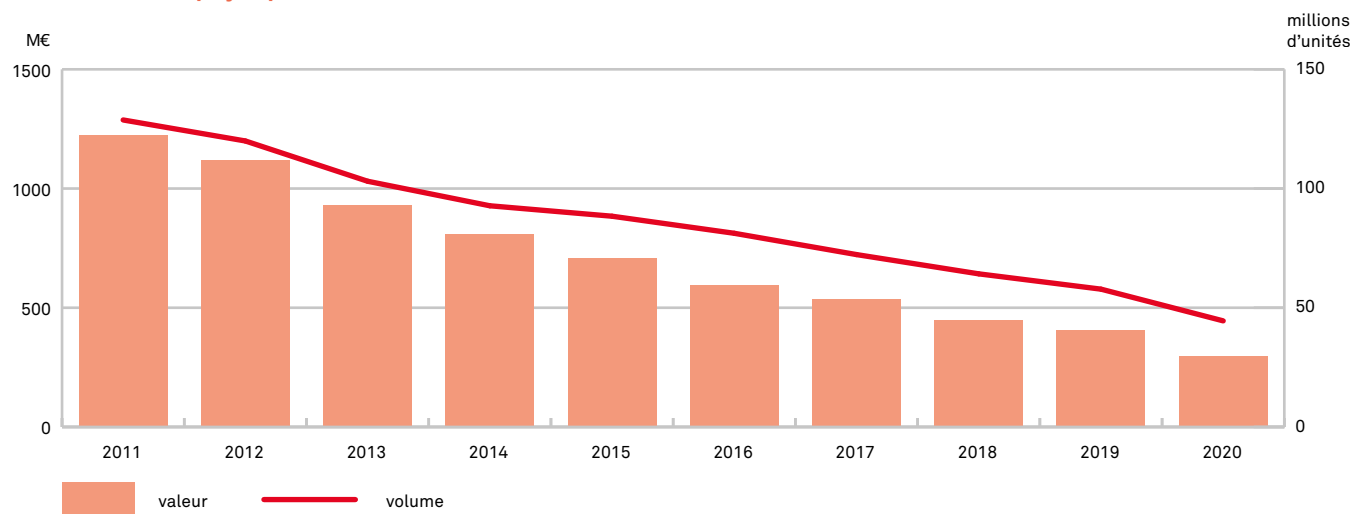
En 2020, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray enregistrent une baisse de 27,2 % et s'établissent à 296,2 M€. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont été divisées par quatre. Elles représentent 16,0 % du marché global de la vidéo en 2020 (physique et VàD). Entre 2019 et 2020, les volumes de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminuent de 23,1 % à 44,5 millions en 2019.

Les ventes de DVD et de Blu-ray baissent de 27,2 % et s'établissent à 296,2 M€.

La crise sanitaire et, par voie de conséquence, la fermeture des lieux de vente de vidéo physique pendant 14 semaines a eu un fort impact négatif sur les ventes de DVD et Blu-Ray. Le marché de la vidéo physique s'est effondré avec une reprise lente et difficile. La fermeture des salles de cinéma, qui ne semble avoir que peu d'impact direct sur les ventes de DVD et de Blu-Ray, a réduit l'offre de films récents. En effet, la chronologie des médias imposant 4 mois entre la sortie en salles et la sortie en vidéo physique, la fermeture des salles entre mars et juin a eu un impact négatif sur l'offre de films en vidéo physique entre juillet et octobre. La vidéo physique a dû également faire face à la concurrence de la télévision de rattrapage et de la vidéo à la demande, notamment par abonnement, vers lesquelles les Français se sont largement orientés

lors du premier confinement. Deux pratiques concourent, depuis plusieurs années, à cette tendance baissière du marché : les changements d'usages (consommation de la vidéo en ligne) et le piratage. En effet, en 2020, 40,4 % des internautes âgés de 15 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD. La part des utilisateurs intensifs de la vidéo à la demande a augmenté de 7 points pour atteindre 19,3 % grâce à l'arrivée de nouveaux services et aux habitudes liées au premier confinement. Bien que la mise en place en 2018 des premières décisions judiciaires à l'encontre des pirates ait fait baisser leur nombre, près de 10 millions de Français continuent de télécharger illégalement, chaque mois, des contenus audiovisuels en 2020, ils étaient 15 millions en 2016.

Ventes¹ de vidéo physique de détail



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Le DVD toujours dominant

Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique, le DVD reste le format privilégié. Il capte 69,6 % du marché en valeur en 2020, contre 69,9 % en 2019 et 75,9 % il y a cinq ans. A 206,2 M€, les ventes de DVD reculent de 27,4 % par rapport à 2019. 36,2 millions de DVD sont vendus en 2020, soit 22,9 % de moins qu'en 2019.

Un équipement en lecteurs Blu-ray qui reste faible

En 2020, même si l'équipement des foyers français en lecteurs haute définition continue de croître (17,7 % des foyers équipés en lecteur Blu-ray de salon en 2020 selon GfK, contre 17,4 % en 2019), les recettes du Blu-ray diminuent pour la huitième année consécutive. Elles s'élèvent à 90,0 M€ en 2020 (-26,6 % par rapport à 2019). Les volumes vendus sont également en baisse (8,3 millions de disques vendus, soit -24,1 %). En 2020, le Blu-ray représente 30,4 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique.

Le DVD capte 69,6 % du marché en valeur en 2020.

20,01 € pour une nouveauté en DVD

En 2020, le prix moyen de vente TTC d'un DVD de catalogue à l'unité augmente (+6,7 %) à 13,48 € (12,64 € en 2019). Celui des nouveautés (références vendues depuis moins de six mois) reste stable à 20,01 €. Tous conditionnements confondus (packs et à l'unité), les ventes de DVD supérieures à 30 € représentent la principale tranche de prix du marché avec 18,2 % des recettes totales, contre 15,2 % en 2019. En volume, les DVD vendus entre 3 € et 8 € constituent la principale tranche avec 34,7 % des volumes en 2020, contre 31,3 % en 2019. En 2020, les ventes de DVD à moins de 3 € représentent 0,3 % des recettes et 2,5 % des volumes. Le prix moyen d'une nouveauté en Blu-ray vendue à l'unité est de 21,40 € en 2020 (-4,1 % par rapport à 2019). Le prix d'un Blu-ray de catalogue vendu à l'unité est de 13,26 € (+2,2 % par rapport à 2019). Les Blu-ray vendus entre 10 € et 13 € constituent la principale tranche en volume avec 29,1 % des ventes et, ceux qui sont vendus plus de 30 € constituent la principale tranche en valeur avec 28,3 % des recettes totales du marché.

Ventes¹ de vidéo physique selon le support

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
volume (millions d'unités)	DVD	116,2	105,8	89,9	79,6	75,0	68,3	60,1	53,2	46,9	36,2	81,4%	-22,9%
	Blu-ray	12,6	14,2	13,2	13,1	13,4	12,9	12,2	11,0	10,9	8,3	18,6%	-24,1%
	total	128,8	120,0	103,1	92,8	88,4	81,2	72,3	64,2	57,8	44,5	100,0%	-23,1%
valeur (M€)	DVD	1 018,2	891,9	723,9	618,2	536,8	446,8	393,9	323,3	284,2	206,2	69,6%	-27,4%
	Blu-ray	204,7	224,1	205,2	188,8	170,7	148,3	142,8	125,3	122,6	90,0	30,4%	-26,6%
	total	1 222,9	1 116,0	929,1	807,0	707,5	595,1	536,6	448,6	406,8	296,2	100,0%	-27,2%

¹ Ventes toutes taxes comprises.
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.

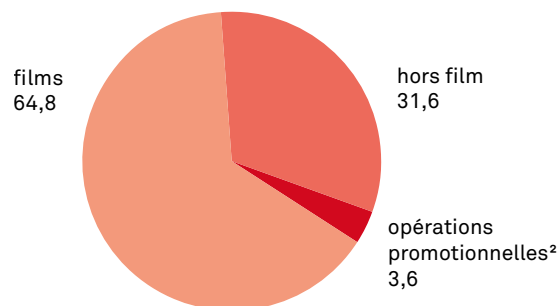
Plus de 30 % des recettes pour le hors film

Le chiffre d'affaires du hors film en vidéo est en recul de 24,4 % en 2020 pour la quatorzième année consécutive à 93,7 M€. En 2020, le hors film représente 31,6 % du marché en valeur, contre 30,5 % en 2019. Le hors film représente 17,6 % des recettes du Blu-ray et 37,8 % de celles du DVD en 2020. L'offre haute définition reste moins développée que sur le segment du film et elle est souvent perçue par l'utilisateur comme d'un intérêt moindre pour les programmes hors film.

En volume, les ventes de hors film (DVD et Blu-ray) diminuent de 23,6 % à 22,5 millions d'unités vendues en 2020. Néanmoins, elles sont supérieures à celles du film pour la huitième année consécutive.

Le cinéma est majoritaire sur le marché de la vidéo en valeur.

Répartition des ventes¹ vidéo selon le contenu en 2020 (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Source : CNC – GfK.

Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu

		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
volume (millions d'unités)	films	64,6	59,7	48,2	41,0	39,6	35,7	32,3	28,5	26,0	20,2	45,5%	-22,1%
	hors film	57,0	53,4	48,6	45,1	42,5	41,0	36,1	32,7	29,5	22,5	50,7%	-23,6%
	O.P. ²	7,2	6,8	6,3	6,6	6,2	4,5	3,9	3,1	2,3	1,7	3,8%	-27,8%
	total	128,8	120,0	103,1	92,7	88,4	81,2	72,3	64,2	57,8	44,5	100,0%	-23,1%
valeur (M€)	films	753,5	691,9	560,4	479,4	420,8	351,8	339,7	288,3	268,2	191,8	64,7%	-28,5%
	hors film	429,3	380,7	328,4	290,3	250,0	214,3	173,0	142,6	124,0	93,7	31,6%	-24,4%
	O.P. ²	40,1	43,4	40,3	37,3	36,7	29,0	23,9	17,7	14,7	10,7	3,6%	-27,0%
	total	1 222,9	1 116,0	929,1	807,0	707,5	595,1	536,6	448,6	406,8	296,2	100,0%	-27,2%

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). ² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Source : CNC – GfK.

Les films représentent plus de 60 % des recettes de la vidéo physique

En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les recettes des œuvres cinématographiques s'élevèrent à 191,8 M€ en 2020, soit 64,7 % du total et diminuent de 28,5 % par rapport à 2019. Les ventes sont en recul de 29,7 % sur le DVD et de 26,6 % sur le Blu-ray. En volume, 20,2 millions de supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2020, soit une baisse de 22,1 % par rapport à 2019.

Les ventes des opérations promotionnelles diminuent de 27,0 % en valeur en 2020. Elles représentent 3,6 % des recettes du secteur.

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
2011	7,9	12,5	15,8
2012	8,6	12,7	16,0
2013	8,3	12,2	15,6
2014	8,8	13,3	16,9
2015	10,4	15,9	19,6
2016	8,3	13,2	17,1
2017	8,4	13,1	17,0
2018	8,1	13,3	17,0
2019	8,8	13,1	17,0
2020	8,1	12,2	15,1

Source : CNC - GfK.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2020

rang	titre	film/hors film	genre	nationalité ¹	% ventes Blu-ray
1	<i>La Reine des Neiges 2</i>	film	animation	US	20,1
2	<i>Star Wars – L'Ascension de Skywalker</i>	film	fiction	US	52,5
3	<i>Joker</i>	film	fiction	US	49,0
4	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2</i>	film	animation	GB	25,1
5	<i>Les Enfoirés 2020 – Le Paris des Enfoirés</i>	hors film	musique	FR	NS
6	<i>Le Roi Lion</i>	film	animation	US	28,5
7	<i>Les Animaux Fantastiques 2 – Les Crimes de Grindelwald</i>	film	fiction	GB	27,7
8	<i>Jumanji – Next Level</i>	film	fiction	US	31,0
9	<i>Game of Thrones – Saison 8</i>	hors film	série	US	39,9
10	<i>Maléfique – Le Pouvoir du Mal</i>	film	fiction	US	33,0
11	<i>Spider-Man – Far From Home</i>	film	fiction	US	48,4
12	<i>1917</i>	film	fiction	US	45,0
13	<i>Fast and Furious – Hobbs and Shaw</i>	film	fiction	US	33,2
14	<i>Avengers - Endgame</i>	film	fiction	US	42,3
15	<i>Rambo – Last Blood</i>	film	fiction	US	32,6
16	<i>Le Mans 66</i>	film	fiction	US	46,9
17	<i>En Avant !</i>	film	animation	US	25,8
18	<i>Downtown Abbey</i>	film	fiction	GB	20,7
19	<i>Once Upon a Time ... In Hollywood</i>	film	fiction	US	39,8
20	<i>A Star is Born</i>	film	fiction	US	17,7

¹ FR = France / US = Etats-Unis / GB = Grande-Bretagne.
Source : CNC - GfK.

34 M€ de recettes générées par les films français

En 2020, la part de marché des films français en vidéo physique recule de 2,3 points à 17,7 %. 3,8 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus en 2020, contre 5,5 millions en 2019 (-31,3 %). Le cinéma français génère 34,0 M€ de recettes en 2020, en baisse de 36,7 % par rapport à 2019. Les films français réalisent 9,3 % des ventes de films en Blu-ray en 2020 (12,2 % en 2019), contre 23,0 % des ventes de films en DVD (24,8 % en 2019). En 2020, aucun film français ne figure parmi les vingt meilleures ventes en valeur en vidéo. Le premier film français, *Donne-moi des ailes*, apparaît à la 45^{ème} place.

La part de marché des films français sur le marché de la vidéo baisse à 17,7 %.

Stabilité de la part de marché des films américains

En 2020, les ventes de films américains en vidéo baissent à nouveau à 128,0 M€ (-30,3 %). Leur part de marché s'établit à 62,5 % (stable par rapport à 2019). En volume, 12,3 millions de DVD et Blu-ray de films américains ont été achetés en 2020, soit 20,8 % de moins qu'en 2019. Les films américains génèrent 74,7 % des ventes de films en Blu-ray (67,3 % en 2019) et 61,8 % des ventes de films en DVD (57,1 % en 2019). En 2020, les programmes américains réalisent quinze des vingt meilleures performances de vidéo physique en valeur, contre quatorze en 2019. *La Reine des neiges 2* se classe en première position du classement en valeur, devant *Star Wars : l'ascension de Skywalker* (2^e) et *Joker* (3^e).

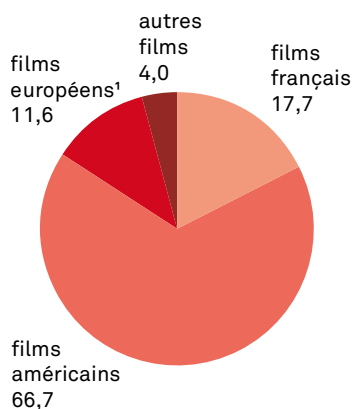
Ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
films français	162,4	164,7	110,9	106,0	91,1	70,5	65,6	57,7	53,7	34,0	20,1%	-36,7%
films américains	455,1	430,8	355,9	310,1	259,9	231,7	222,4	181,2	168,5	128,0	62,5%	-30,3%
films européens ²	113,6	78,5	64,4	39,9	34,1	35,4	39,4	40,0	35,9	22,2	13,7%	17,3%
autres films	22,3	18,0	29,2	23,4	35,6	14,2	12,4	9,4	10,2	7,6	3,7%	-73,6%
total	753,5	691,9	560,4	479,4	420,8	351,8	339,7	288,3	268,2	191,8	100,0%	-31,5%

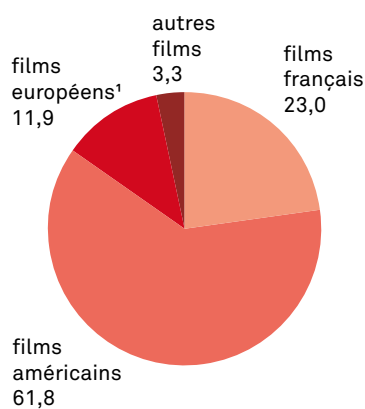
¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France. Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ vidéo selon la nationalité en 2020 (%)

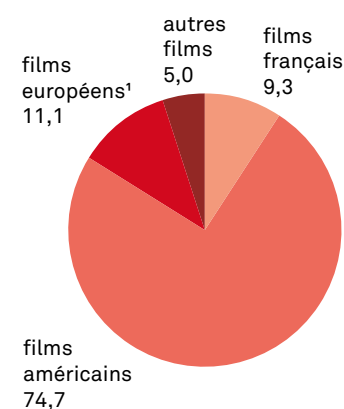
total (DVD + Blu-ray)



DVD



Blu-ray

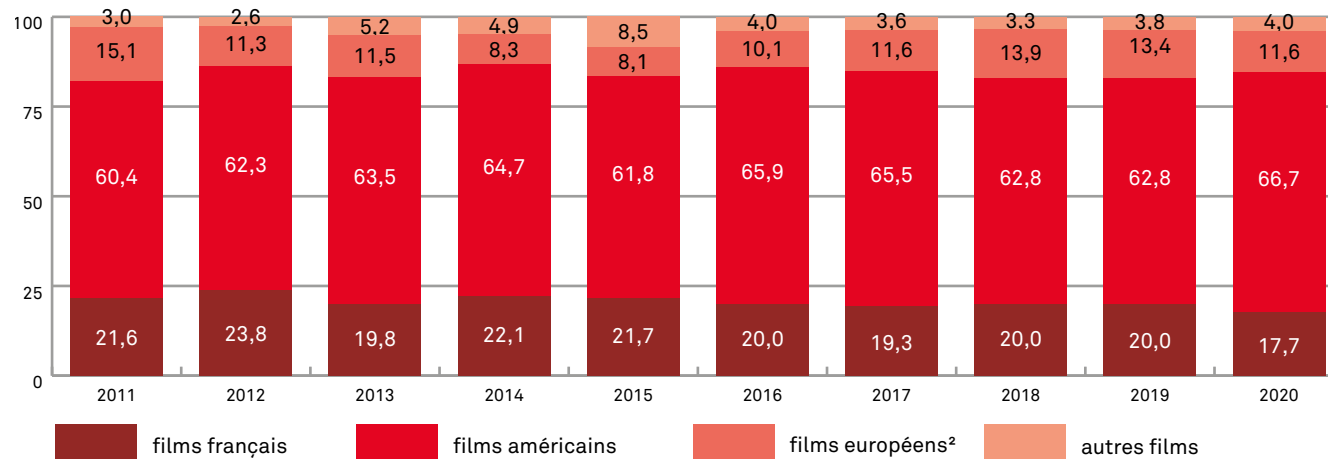


¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France. Source : CNC – GfK.

Les ventes des films européens non français diminuent en 2020 de 38,1 % par rapport à 2019. La part de marché des films européens est en baisse à 11,6 % (-1,8 point). Les recettes des films européens non français sont principalement tirées par le succès de trois films britanniques : *Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2* (4^e), *les Animaux fantastiques : les crimes de Grindelwald* (7^e) et *Downtown Abbey* (18^e).

En 2020, la part de marché des films non européens et non américains est stable à 4,0 % (+0,2 point). Les recettes baissent de 25,4 % par rapport à 2019, à 7,6 M€. Le volume des ventes chute de 24,5 % en 2020, à 0,7 million d'unités vendues.

Répartition des ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). ² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France.
Source: CNC – GfK.

Hors film : les recettes de la fiction française en hausse

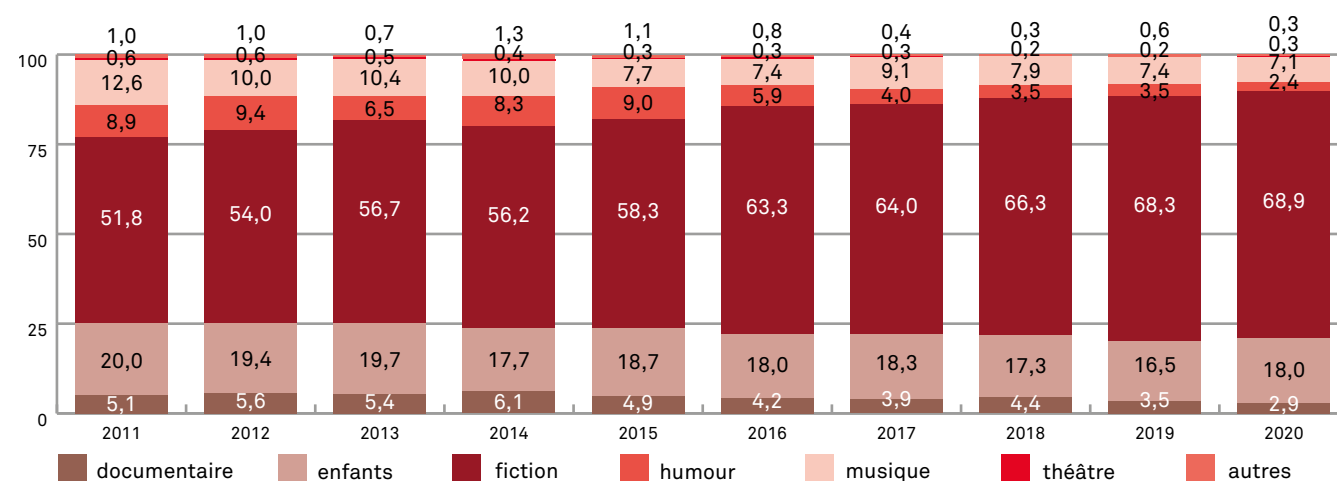
En 2020, tous les segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes vidéo. Les recettes de la fiction (unitaires et séries télévisuelles) en vidéo reculent de 23,7 % à 64,6 M€. La fiction reste le genre le plus vendu du hors film (68,9 %), loin devant les programmes pour enfants (18,0 %). Les recettes de la fiction française progressent de 5,8 % en 2020 à 13,8 M€. Elles représentent 21,3 % des recettes totales de la fiction (15,4 % en 2019). La première fiction française de 2020, la cinquième saison du *Bureau des Légendes*, se place au 3^e rang du classement en valeur des meilleures ventes hors film. Les ventes vidéo de fiction étrangère reculent de 29,0 %, à 50,8 M€ en 2020. Les fictions étrangères, notamment les séries américaines, restent largement majoritaires et génèrent cette année encore 78,7 % des recettes de la fiction en vidéo. Quatre des 20 premières places du classement en valeur des programmes hors film sont ainsi occupées par des œuvres de fictions américaines, parmi lesquelles notamment la huitième saison de *Game of Thrones* (2^e) et plusieurs volumes de la série d'animation pour enfants *La Pat' Patrouille* (respectivement 12^e, 13^e et 17^e).

Ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	structure 2020	évol. 20/19
documentaire	22,1	21,4	17,8	17,7	12,3	9,1	6,8	6,3	4,4	2,7	2,9%	-37,6%
enfants	85,9	73,9	64,8	51,5	46,8	38,3	31,7	24,7	20,8	16,9	18,0%	-19,0%
fiction/série	222,2	205,6	186,1	163,1	145,6	135,7	110,7	94,6	84,6	64,6	68,9%	-23,7%
humour	38,4	36,0	21,4	24,0	22,5	12,8	7,0	4,9	4,3	2,3	2,4%	-47,4%
musique	54,0	38,0	34,2	29,2	19,2	15,9	15,8	11,3	9,2	6,7	7,1%	-27,2%
théâtre	2,4	2,3	1,7	1,1	0,8	0,7	0,5	0,3	0,3	0,2	0,3%	-8,4%
autres	4,2	3,7	2,3	3,7	2,8	1,8	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3%	-22,7%
total	429,3	380,7	328,4	290,3	250,0	214,3	173	142,6	124,0	93,7	100,0%	-24,4%

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Près de 15 000 références actives en moins en dix ans

Au total, 51 208 références de DVD, 15 248 références de Blu-ray 2D et 672 références de Blu-ray 3D ont été vendues au moins une fois en 2020. Le nombre de références actives du format DVD est en baisse (-5,4 % entre 2019 et 2020, soit 2 919 titres de moins) et atteint le plus bas niveau de la période. L'augmentation du nombre de références de Blu ray 2D (+3,2 % entre 2019 et 2020) ne permet pas de compenser la baisse du DVD. Le nombre total de références actives en vidéo physique se situe à 67 128 en 2020 (-3,6 % au global par rapport à 2019, soit -2 484 titres). Cette réduction du nombre de références a été accentué en 2020 par la crise sanitaire mais elle traduit également les difficultés structurelles de ce marché.

Le marché du Blu-ray 3D chute à moins de 2 M€

La part des foyers équipés en écrans compatibles 3D diminue de 1,5 point et s'établit à 14,0 % en 2020 selon GfK (15,5 % en 2019). Avec moins de 70 000 unités, le nombre de Blu-ray 3D vendus en 2020 enregistre une nouvelle baisse (-72,1 %). Ce support, lancé en 2010, représente 0,8 % des ventes en volume de Blu-ray en 2020 (2,3 % en 2019), soit 0,2 % des ventes totales de vidéo physique (0,4 % en 2019). En 2020, le Blu-ray 3D représente 1,7 % des recettes du Blu-ray et 0,5 % de celles du marché de la vidéo physique (respectivement 5,2 % et 1,6 % en 2019). Le prix moyen des Blu-ray 3D est de 22,04 € en 2020, soit 14,4 % de moins qu'en 2019.

Offre vidéo selon le format (nombre de références actives)¹

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Blu-ray 2D	4 945	6 852	8 440	9 718	11 015	12 091	13 313	14 097	14 777	15 248	+3,2%
Blu-ray 3D	117	221	358	493	608	649	689	713	708	672	-5,1%
DVD	76 192	71 924	67 863	64 301	64 236	62 539	59 211	56 912	54 127	51 208	-5,4%
total	81 254	78 997	76 661	74 512	75 859	75 279	73 213	71 722	69 612	67 128	-3,6%

¹ Une référence active est une référence en DVD et/ou Blu-ray vendue au moins une fois au cours de l'année.
Source : CNC – GfK.

67 128 références en DVD et Blu-ray sont vendues au moins une fois en 2020.

Consommation des Blu-ray 3D

	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
ventes ¹ (M€)	14,9	14,7	11,5	6,4	1,5	-72,1%
unités (millions)	610,8	577,3	432,3	248,5	69,5	-76,1%
prix moyen (€)	24,40	25,41	26,46	25,76	22,04	-14,4%

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

En 2020 :

5 314,8 M€

(+11,3 % par rapport à 2019) dont :



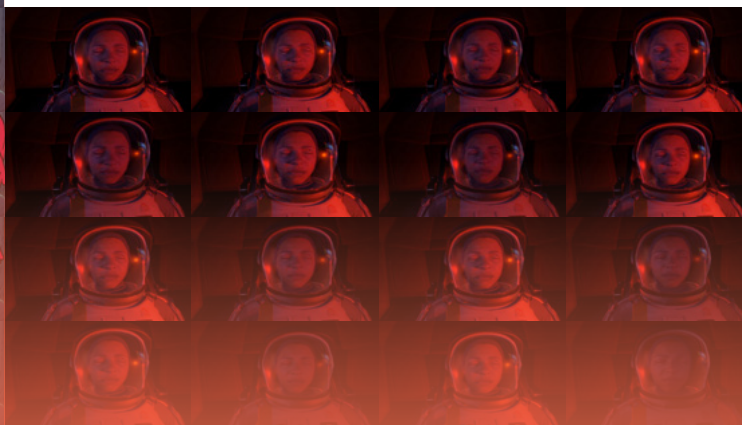
2 706,8 M€

pour les consoles (+10,1 %)



1 425,7 M€

pour les jeux mobiles (+15,8 %)



1 182,3 M€

pour les PC (+8,9 %)



4.4

Le jeu vidéo

Remarques méthodologiques

Les données du SELL concernent aussi bien le marché physique du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) que le marché dématérialisé et sont issues de trois principales sources : GSD, GameTrack et App Annie. GSD couvre les marchés physiques, à partir d'un panel de distributeurs complété par des données éditeurs et le marché du digital, à partir d'un panel d'éditeurs. GSD est opéré par Sparkers.. Les données du marché dématérialisé sont complétées par l'outil *GameTrack*, qui administre une enquête annuelle sur un échantillon de 1 000 personnes de 15 ans et plus, ainsi qu'une enquête mensuelle conduite sur un échantillon de 3 000 personnes âgées de 6 à 64 ans. App Annie analyse les données des magasins d'applications afin de produire des estimations en matière de téléchargements et de dépenses utilisateurs. Sauf mention contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises.

Plus de 5,3 Md€ générés par le marché du jeu vidéo

Selon les données du SELL, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) génère 5 314,8 M€ en 2020, en progression de 11,3 % par rapport à 2019. L'écosystème console (matériels + jeux + accessoires), principale composante du marché (50,9 %), augmente de 10,1 % à 2 706,7 M€, ainsi que l'écosystème PC (+8,9 %) à 1 182,3 M€. L'écosystème mobile connaît toujours une croissance soutenue (+15,8 %) à 1 425,7 M€ et devance pour la deuxième année consécutive l'écosystème PC.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon l'écosystème (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
consoles	2 401,0	2 749,0	2 459,3	2 706,8	+10,1%
PC	1 123,8	1 237,0	1 085,8	1 182,3	+8,9%
jeux pour mobiles ¹	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	+15,8%
total	4 302,8	4 951,0	4 776,1	5 314,8	+11,3%

¹ Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs App Annie 2020 converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.

Hausse de la part du mobile dans le chiffre d'affaires des jeux vidéo

Le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux vidéo en 2020 progresse de 10,1 % à 3 674,5 M€ et se compose majoritairement (47,8 %) de jeux pour consoles (de salon et portables). La part de marché du jeu vidéo pour PC baisse à 13,4 % (15,0 % en 2019). La part des ventes de jeux mobiles (smartphones, tablettes, télévision en ligne) atteint 38,8 %, contre 36,9 % en 2019.

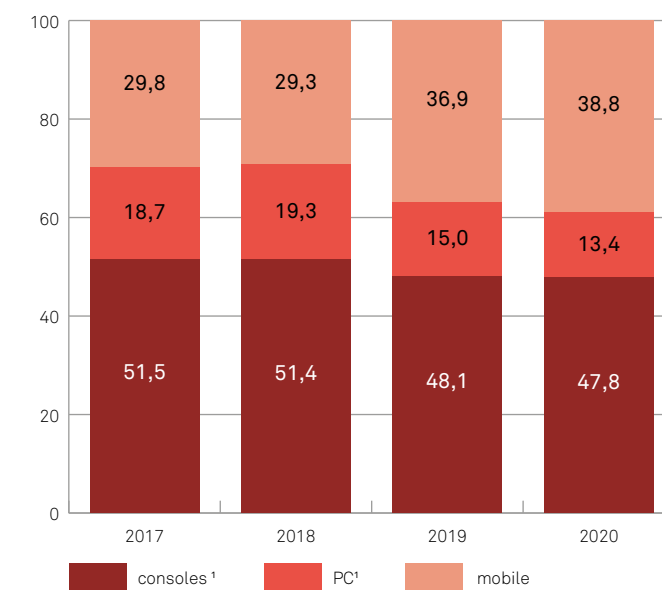
Le chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo progresse de 11,3 % à 5 314,8 M€ en 2020.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon la catégorie (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
jeux	1 832,0	2 330,0	2 105,2	2 248,8	+6,8%
matériels	1 287,8	1 230,0	1 041,9	1 195,0	+14,7%
accessoires	405,0	426,0	398,0	445,3	+11,9%
jeux pour mobiles ¹	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	+15,8%
total	4 302,8	4 951,0	4 776,1	5 314,8	+11,3%

¹ Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs App Annie 2020 converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux selon le support (%)



¹ Jeux physiques et dématérialisés.
Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.

L'écosystème consoles

+10 % de chiffre d'affaires pour l'écosystème consoles

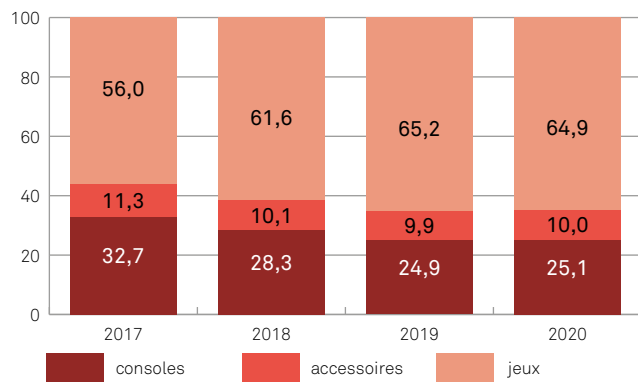
En 2020, l'ensemble de l'écosystème du marché du jeu vidéo pour consoles (matériels, accessoires et jeux) est en progression de 10,1 % et atteint 2 706,8 M€. Les consoles de jeux représentent 25,1 % du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles. Ils atteignent 679,0 M€ en 2020 et progressent de 11,0 % par rapport à 2019. Les accessoires consoles progressent de 11,3 % à 270,4 M€ et représentent 10,0 % du chiffre d'affaires total du marché consoles.

Chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
consoles	784,0	777,0	611,9	679,0	+11,0%
accessoires	272,0	278,0	243,0	270,4	+11,3%
jeux	1 345,0	1 694,0	1 604,4	1 757,3	+9,5%
dont :					
jeux physiques	795,0	775,0	688,3	666,0	-3,2%
jeux dématérialisés	550,0	919,0	916,1	1 091,3	+19,1%
total	2 401,0	2 749,0	2 459,3	2 706,8	+10,1%

Source : SELL - GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (%)



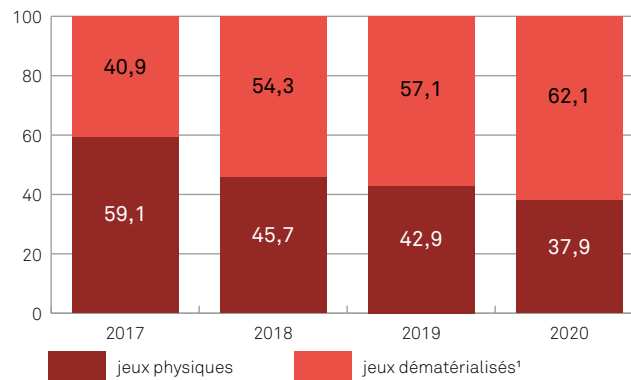
Source : SELL - GSD, GameTrack.

Une croissance portée par les jeux dématérialisés

Les jeux pour consoles représentent près des deux tiers du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (64,9 %). Ils atteignent 1 757,3 M€ en 2020 et progressent de 9,5 % par rapport à 2019. La croissance est portée par le jeu vidéo dématérialisé (jeux + contenus additionnels) dont le chiffre d'affaires augmente de 19,1 % à 1 091,3 M€. Il représente 62,1 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles en 2020. Les jeux physiques accusent une légère baisse à 666,0 M€ (-3,2 %). La fermeture des points de vente physiques lors des confinements liés à la crise sanitaire ont largement desservi ce segment qui totalise, en 2020, 37,9 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles (-5,0 points par rapport à 2019). Toutefois, la part de marché des jeux vidéo physiques décroît de manière continue depuis 2017.

Le jeu vidéo dématérialisé progresse de 19,1 % et porte la croissance du jeu pour consoles.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux pour consoles selon le format (%)



¹ Jeux dématérialisés + contenus additionnels + abonnements + services, etc.
Source : SELL - GSD, GameTrack.

25 millions de jeux pour consoles vendus

Selon GSD, 24,9 millions de jeux pour consoles (jeux physique + jeux complets dématérialisés) ont été vendus en 2020 (21,6 millions en 2019), soit une progression de 15,1 %. Le prix moyen d'un jeu vidéo pour consoles est de 38,25 €, contre 40,42 € en 2019. Entre 2016 et 2020, le volume de jeux pour consoles progresse de 16,3 % et le prix moyen diminue de 3,45 €.

Les jeux d'action, premier genre de jeu vidéo pour consoles en valeur

En 2020, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, les jeux de sport et les jeux d'aventures, représentent la moitié des ventes totales de jeux vidéo pour consoles (50,9 % des ventes en volume, contre 48,7 % en 2019). La majorité des genres affiche des volumes de ventes en progression, hormis les jeux de tir/FPS (-15,2 % à 2,7 millions d'unités vendues), les jeux de combats (-2,2 % à 1,1 million) et les jeux pour enfants (-61,0 % à 1,3 millier).

En valeur, les trois principaux genres de jeux vidéo (jeux d'action, jeux de sport et jeux de rôles) représentent 52,2 % des ventes de jeux vidéo pour consoles en 2020, contre 48,6 % en 2019. Les jeux d'action représentent 24,8 % des ventes, les jeux de sport 16,3 % et les jeux de rôles 11,1 %. Les plus fortes hausses concernent les jeux de stratégie (+238,0 % à 79,9 M€), les jeux d'action (+28,1 % à 236,2 M€) et les jeux de famille (+19,9 % à 47,2 M€). A l'inverse, les plus fortes baisses touchent les jeux de combats (-31,6 % à 32,8 M€) et les jeux de tir/FPS (-25,6 % à 104,8 M€).

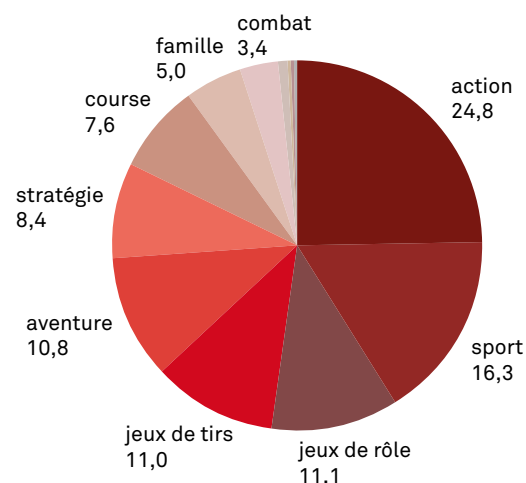
Les jeux d'action, de sport et d'aventures représentent 50,9 % des volumes de jeux vendus.

Ventes de jeu vidéo pour consoles selon le genre (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
action	192,4	269,3	184,4	236,2	+28,1%
sport	142,7	145,5	141,0	154,9	+9,9%
jeu de rôles	110,5	92,4	99,2	105,4	+6,3%
jeu de tir/FPS	214,4	148,4	140,8	104,8	-25,6%
aventure	85,5	71,6	102,6	103,2	+0,6%
stratégie/RTS	31,9	26,0	23,6	79,9	+238,0%
course	90,5	74,1	79,5	72,7	-8,6%
famille	26,8	45,5	39,3	47,2	+19,9%
combat	40,8	66,6	47,9	32,8	-31,6%
jeu casual	5,4	6,4	7,1	8,2	+14,8%
simulation aérienne	0,5	1,9	3,5	3,2	-7,9%
arcade	0,2	0,2	0,2	0,1	-18,2%
enfant	1,4	0,4	0,1	0,0	-62,3%
autres	2,7	7,9	4,0	2,3	-41,9%
total	948,1	957,0	873,7	951,4	+8,9%

Source : SELL - GSD.

Répartition des ventes en valeur par genre de jeu vidéo pour consoles en 2020 (%)



Source : SELL - GSD.

FIFA 21, jeu pour consoles le plus vendu en 2020

Les trois jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2020 sont *FIFA 21* (1,3 million d'unités vendues et 76,9 M€), *Animal Crossing: New Horizons* (1,1 million d'unités vendues et 53,7 M€) et *Call of Duty: Black Ops Cold War* (0,7 million d'unités vendues et 43,3 M€). Les 20 jeux vidéo pour console les plus vendus en 2020 représentent 35,8 % des ventes totales en volume.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour consoles en volume en 2020

titre	unités vendues
1 <i>FIFA 21</i>	1 324 565
2 <i>Animal Crossing: New Horizons</i>	1 079 290
3 <i>Call of Duty: Black Ops Cold War</i>	664 792
4 <i>Grand Theft Auto V</i>	602 423
5 <i>Assassin's Creed Valhalla</i>	565 925
6 <i>Mario Kart 8 Deluxe</i>	553 789
7 <i>FIFA 20</i>	537 097
8 <i>The Last of US Part II</i>	434 486
9 <i>Call of Duty: Modern Warfare</i>	385 214
10 <i>Super Mario 3D All-Stars</i>	323 792
11 <i>Minecraft: Nintendo Switch Edition</i>	302 999
12 <i>NBA 2K20</i>	269 607
13 <i>Ring Fit Adventure</i>	261 432
14 <i>51 Worldwide Games</i>	257 545
15 <i>Luigi's Mansion 3</i>	243 722
16 <i>Ghost of Tsushima</i>	236 560
17 <i>New Super Mario Bros. U Deluxe</i>	228 955
18 <i>Super Mario Party</i>	212 211
19 <i>Dragon Ball Z: Kakarot</i>	206 697
20 <i>The Legend of Zelda: Breath of the Wild</i>	205 976

Source : SELL - GSD.

L'écosystème PC

Le matériel représente près de 44 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC

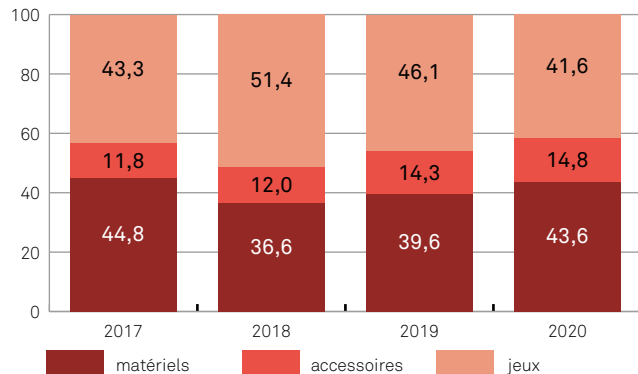
En 2020, l'ensemble du marché du jeu vidéo pour PC (matériels, accessoires et jeux) progresse de 8,9 % et atteint 1 182,3 M€. Les ventes de matériels pour PC représentent 43,6 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC. Elles atteignent 516,0 M€ en 2020 et augmentent de 20,0 % par rapport à 2019. En 2020, les ventes de matériels dépassent celles des jeux. Les accessoires pour PC progressent de 12,8 % à 174,9 M€ et représentent 14,8 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème PC.

Chiffre d'affaires de l'écosystème PC (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
matériels	503,8	453,0	430,0	516,0	+20,0%
accessoires	133,0	148,0	155,0	174,9	+12,8%
jeux	487,0	636,0	500,8	491,5	-1,9%
dont:					
jeux physiques	24,0	18,0	10,4	8,2	-20,8%
jeux dématérialisés	463,0	618,0	490,5	483,2	-1,5%
total	1 123,8	1 237,0	1 085,8	1 182,3	+8,9%

Source : SELL - GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (%)



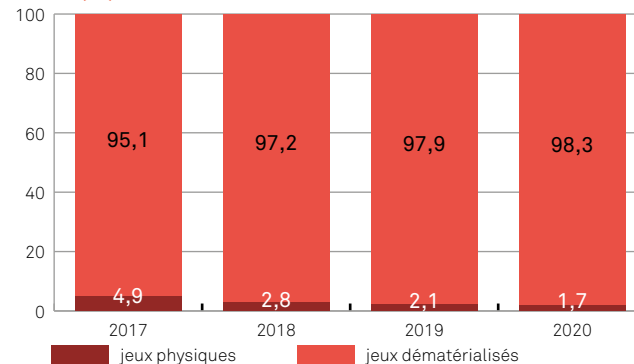
Source : SELL - GSD, GameTrack.

L'écosystème PC progresse de 8,9 % à 1 182,3 M€.

Plus de 98 % du chiffre d'affaires relève de la vente de jeux dématérialisés

Les jeux pour PC représentent 41,6 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC, leur part est en baisse pour la troisième année consécutive. Ils atteignent 491,5 M€ en 2020, soit un recul de 1,9 % par rapport à 2019. Cette tendance baissière est portée par les jeux physiques qui chutent de 20,8 % à 8,2 M€. Ils représentent seulement 1,7 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC. Les jeux dématérialisés (jeux + contenus additionnels) représentent, quant à eux, 98,3 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC en 2020. Ils accusent une légère baisse à 483,0 M€ (-1,5 %).

Répartition du chiffre d'affaires des jeux pour PC selon le format (%)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

Près de 3 millions de jeux pour PC vendus

Selon GSD, 2,9 millions de jeux pour PC (jeux physiques + jeux complets dématérialisés) ont été vendus en 2020 (2,2 millions en 2019), soit une progression de 31,1 %. Le prix moyen d'un jeu vidéo pour PC est de 15,64 €, contre 18,91 € en 2019. Entre 2016 et 2020, le volume de jeux pour PC diminue de 12,1 % et le prix moyen de 7,94 €.

Les ventes de jeux pour PC baissent à 491,5 M€ en 2020.

Les jeux de stratégie, premier genre de jeu vidéo pour PC en valeur

En 2020, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, les jeux de stratégie et les jeux d'aventures, représentent près de 60 % des ventes totales de jeux vidéo (58,3 % des ventes en volume, contre 53,6 % en 2019). La majorité des genres affichent des volumes de ventes en progression, hormis les jeux de tir (-5,8 % à 411,2 milliers d'unités vendues) et les jeux de course (-24,2 % à 68,9 milliers).

En valeur, les trois principaux genres, les jeux d'action, les jeux de stratégie et les jeux d'aventures, représentent plus de la moitié des ventes totales de jeux vidéo (58,4 % des ventes en valeur, contre 59,0 % en 2019). La majorité des genres affichent des ventes en progression, hormis les jeux de stratégie (-8,6 % à 9,7 M€), les jeux de course (-41,9 % à 1,1 M€) et les jeux de combat (-27,5 % à 1,0 M€).

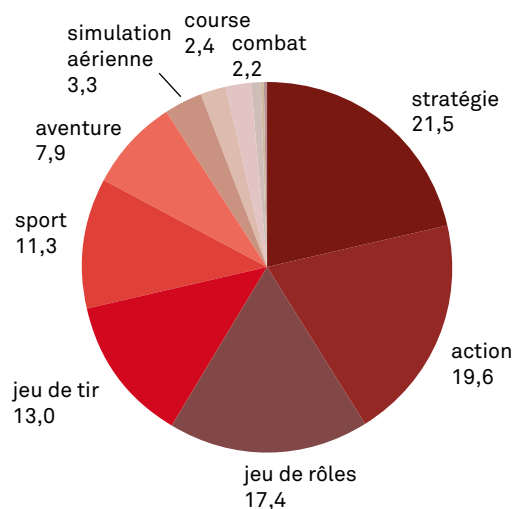
Les jeux d'action, de stratégie et d'aventure représentent 58,3 % des volumes de jeux pour PC vendus.

Ventes de jeu vidéo pour consoles selon le genre (M€)

	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
stratégie	17,4	14,7	10,6	9,7	-8,6%
action	11,3	8,5	8,4	8,8	+5,0%
jeu de rôles	6,6	10,2	5,5	7,8	+42,0%
jeu de tir	12,4	9,1	5,9	5,9	-0,7%
sport	4,3	4,1	3,8	5,1	+32,6%
aventure	3,5	2,8	3,0	3,6	+18,6%
simulation aérienne	0,1	0,1	0,4	1,5	+257,8%
course	2,0	2,0	1,9	1,1	-41,9%
combat	1,5	2,5	1,4	1,0	-27,5%
jeu casual	0,6	0,4	0,3	0,3	+21,3%
famille	0,0	0,0	0,0	0,0	+30,7%
arcade	0,0	0,0	0,0	0,0	+23,0%
enfant	0,0	0,0	0,0	0,0	-70,6%
autres	0,0	0,0	0,0	0,1	+70,1%
total	59,8	54,6	41,5	45,0	+8,4%

Source : SELL – GSD.

Répartition des ventes en valeur par genre de jeu vidéo pour PC en 2020 (%)



Source : SELL – GSD.

Tom Clancy's Rainbow Six Siege, jeu pour PC le plus vendu en 2020

Les trois jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2020 sont *Tom Clancy's Rainbow Six Siege* (56,8 milliers d'unités vendues), *Grand Theft Auto V* (56,8 milliers d'unités vendues) et *Red Dead Redemption 2* (44,1 milliers d'unités vendues). Les 20 jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2020 représentent 20,5 % des ventes totales en volume.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour PC en volume en 2020

titre	unités vendues
1 <i>Tom Clancy's Rainbow Six Siege</i>	56 817
2 <i>Grand Theft Auto V</i>	56 809
3 <i>Red Dead Redemption 2</i>	44 086
4 <i>Football Manager 2020</i>	39 307
5 <i>Borderlands 3</i>	38 344
6 <i>Farming Simulator 19</i>	34 439
7 <i>Assassin's Creed Odyssey</i>	30 113
8 <i>Football Manager 2021</i>	27 893
9 <i>Sid Meier's Civilization VI</i>	27 475
10 <i>Metro Exodus</i>	26 356
11 <i>Monster Hunter: World</i>	24 876
12 <i>Total War: Warhammer II</i>	24 093
13 <i>Crusader Kings III</i>	23 753
14 <i>Far Cry 5</i>	20 270
15 <i>Cyberpunk 2077</i>	19 886
16 <i>A Plague Tale: Innocence</i>	19 669
17 <i>The Sims 4</i>	18 981
18 <i>Rise of the Tomb Raider</i>	18 916
19 <i>Xcom: Chimera Squad</i>	18 875
20 <i>Assassin's Creed Origins</i>	18 035

Source : SELL – GSD.

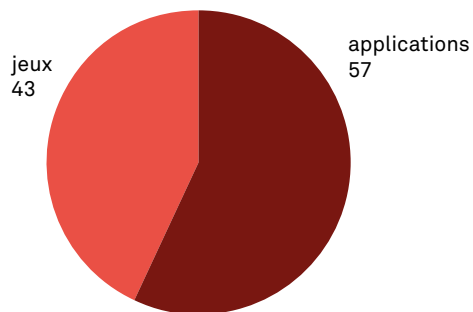
L'écosystème mobile

Plus forte hausse du marché du jeu vidéo pour l'écosystème mobile

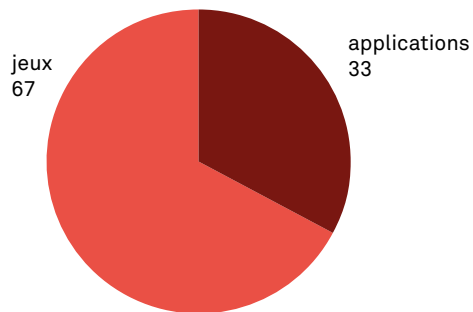
En 2020, le chiffre d'affaires de l'écosystème mobile s'est établi à 1 425,7 M€. Le mobile est le segment du jeu vidéo qui connaît la plus forte hausse puisqu'il progresse de 15,8 % par rapport à 2019 et est multiplié par 2 entre 2017 et 2020. Le mobile représente 26,8 % du marché total du jeu vidéo en 2020 (+1,0 point par rapport à 2019). En quatre ans, la part du mobile progresse de 8,7 points.

Répartition par genre d'applications mobiles en 2020 (%)

en nombre de téléchargements



en dépenses consommateurs

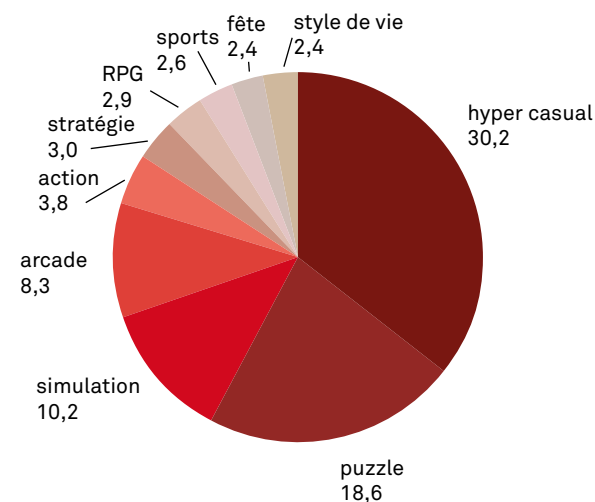


Les jeux casual, genre de jeu vidéo pour mobiles le plus téléchargé

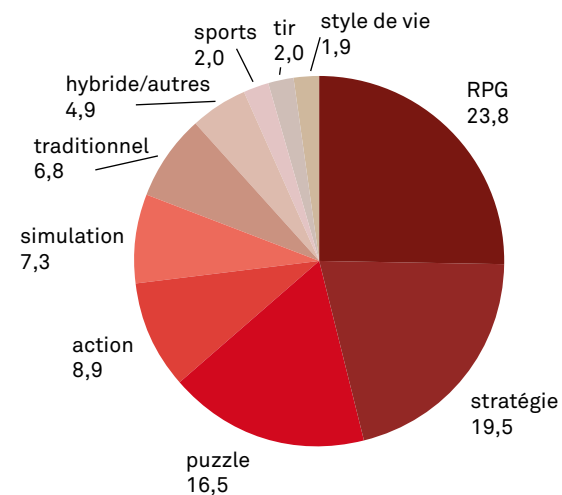
Les jeux pour mobiles représentent 43 % des téléchargements dans les magasins d'applications mobiles et 67 % des dépenses des consommateurs. Ils engendrent donc plus de dépenses qu'une application mobile. En 2020, les trois jeux vidéo pour mobiles qui génèrent le plus de dépenses de la part des consommateurs sont *Coin Master*, *Clash of Clans* et *Brawl Stars*. Les jeux casual, jeux vidéo accessibles destinés au grand public, représentent 82 % des téléchargements de jeux vidéo pour mobiles, contre 16 % pour les core games, jeux vidéo plus complexes qui demandent une bonne connaissance du monde du jeu vidéo. Bien que majoritaires dans les téléchargements, les jeux casual ne représentent que 30 % des dépenses des consommateurs, contre 57 % pour les core games.

Répartition par genre de jeux vidéo pour mobiles en 2020 (%)

en nombre de téléchargements



en dépenses consommateurs



Périmètre : téléchargements gratuits/payants/dépenses sur iOS et Google Play combinés. Source : SELL – GameTrack et App Annie.

Les jeux dits hyper casuels représentent près d'un tiers des téléchargements. Ce genre de jeux proposent des parties dont la durée n'excède pas deux minutes. Il s'agit de combler les courts moments d'ennuis du quotidien. Les jeux RPG, jeux vidéo de rôles s'inspirant des jeux de rôles traditionnels dans lequel le joueur incarne un ou plusieurs «aventuriers», qui se spécialisent dans un domaine spécifique (combat, magie, etc.) progressant à l'intérieur d'une intrigue linéaire, représentent 23,8 % des dépenses des consommateurs et les jeux de stratégies 19,5 %.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour mobiles en nombre de téléchargements en 2020

Applications gratuites	
titre	
1	Brain Out
2	Coin Master
3	Gardenscapes New Acres
4	Among Us !
5	Brawl Stars
6	Brain Test : Tricky Puzzles
7	Magic Tiles 3
8	Homescapes
9	Scrabble Go
10	Fishdom : Deep Dive
Applications payantes	
titre	
1	Minecraft Pocket Edition
2	Monopoly by Marmalade
3	Plague Inc
4	Football Manager 2020 Mobile
5	Grand Theft Auto : San Andreas
6	Farming Simulator 20
7	Geometry Dash
8	Clue : The Classic Mystery Game
9	True Skate
10	Mini Metro

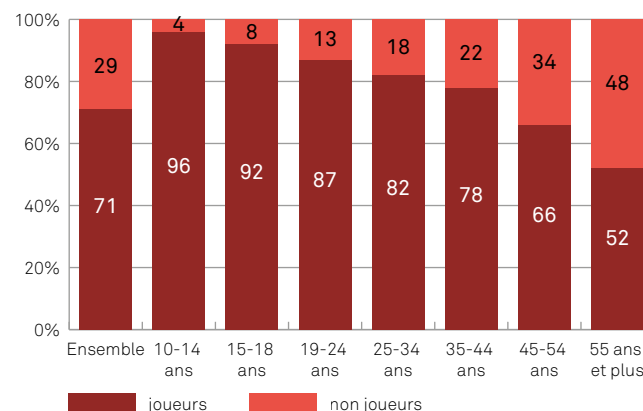
Source : SELL – App Annie

Le profil des joueurs de jeu vidéo

71 % des Français jouent aux jeux vidéo

En 2020, 36,5 millions de Français ont joué à un jeu vidéo, contre 37,2 millions en 2019. Les joueurs de jeux vidéo représentent 71 % de la population, une proportion égale à l'année précédente. L'âge moyen des joueurs réguliers est de 39 ans, un âge moyen identique pour les hommes et les femmes.

Part de joueurs de jeux vidéo selon la tranche d'âge en 2020 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 1^{er} au 24 septembre 2020, auprès d'un échantillon de 4 072 internautes de 10 ans et plus.

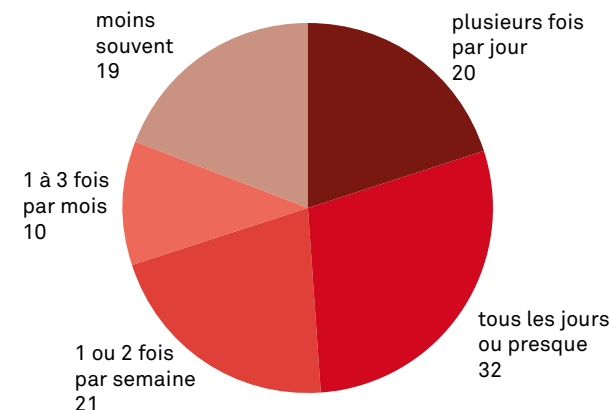
Plus de 90 % des moins de 19 ans jouent aux jeux vidéo

La part des joueurs de jeu vidéo est décroissante avec l'âge des joueurs. La pénétration de joueurs dans la population des 10-14 ans est la plus importante à 96 %, contre 52 % pour les 55 ans et plus. Par rapport à 2019, la part des joueurs est stable pour les 25-34 ans, les 45-54 ans et les 55 ans et plus. En revanche, elle progresse chez les jeunes notamment pour les 15-18 ans (+8 points) et les 19-24 ans (+2 points). Cette part baisse légèrement chez les 10-14 ans (-3 points) et les 35-44 ans (-2 points).

Une majorité de joueurs joue tous les jours

Près de la moitié des joueurs de jeu vidéo jouent tous les jours. Les 10-18 ans sont près de 50 % à jouer tous les jours. Chez les plus de 18 ans, la part des joueurs quotidiens chute à près d'un tiers. Ces proportions sont stables par rapport à 2019.

Fréquence de jeu des joueurs de jeux vidéo en 2020 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 1^{er} au 24 septembre 2020, auprès d'un échantillon de 4 072 internautes de 10 ans et plus.

53 % des joueurs jouent sur smartphone

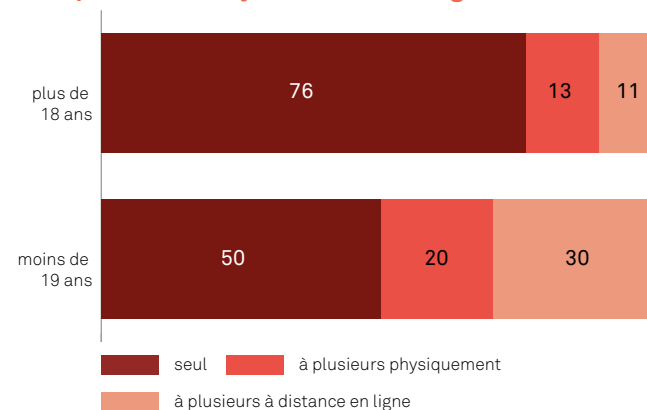
Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeu vidéo. 53 % des joueurs jouent sur ce support. L'âge moyen des joueurs sur smartphone est de 37 ans. Le deuxième support le plus utilisé est l'ordinateur avec 49 %, suivi de la console de jeux de salon avec 45 %. La tablette tactile arrive en quatrième position avec 28 %. La console de jeux portable est le support dont l'âge moyen des joueurs est le plus jeune à 30 ans. 19 % des joueurs jouent sur ce support. A l'inverse, la tablette tactile est le support pour lequel les joueurs sont, en moyenne, plus âgés (43 ans).

En moyenne, les joueurs utilisent 2,1 supports pour jouer. 41 % des joueurs n'utilisent qu'un support, 29 % deux supports et 17 % trois supports.

Les moins de 19 ans jouent davantage à plusieurs

En 2020, seulement la moitié des joueurs de moins de 19 ans joue aux jeux vidéo seuls, contre 76 % pour les joueurs de plus de 18 ans. Les joueurs de moins de 19 ans ont une pratique plus sociale que les joueurs plus âgés. Ils sont 20 % à jouer à plusieurs physiquement et 30 % à jouer à plusieurs à distance en ligne, contre respectivement 13 % et 11 % pour les plus de 18 ans. Plus d'un tiers de joueurs de jeux vidéo joue en ligne avec d'autres joueurs. À l'inverse, 63 % des joueurs ne jouent pas aux jeux vidéo en ligne.

Pratique sociale du jeu vidéo selon l'âge en 2020 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 1^{er} au 24 septembre 2020, auprès d'un échantillon de 4 072 internautes de 10 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'industrie du jeu vidéo en France : tissu économique et compétitivité*

- les séries statistiques sur le marché du jeu vidéo

En 2019 : **829** entreprises dans le secteur
des industries techniques

1,06 Md€
de chiffre d'affaires pour les industries techniques
(-2,5 % par rapport à 2018)



120,5 M€
d'exportations
(+8,5% par rapport à 2018)



4.5

Les industries techniques

Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous les codes APE : 5912Z (postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision), 5911C (production de films pour le cinéma, incluant les studios de tournage) et 5920Z (édition musicale et activités d'enregistrement sonore). Parallèlement, les constructeurs et fabricants de matériels sont référencés sous les six codes relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques : 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.

La Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) regroupe plus de 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers de la prestation du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, la Ficam collecte auprès de ses membres des données économiques et sociales dont l'analyse permet de dégager les tendances caractéristiques du secteur.

Les données qui figurent dans ce chapitre sont, sauf exceptions mentionnées, soit issues de l'analyse de la Ficam, soit issues du Rapport de la branche des Entreprises Techniques au service de la Création et de l'évènement, établi en coopération entre la Ficam, le Synpase (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel), le Groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 13^e édition a été publiée en mars 2021. L'échantillon retenu par la Ficam pour l'étude rassemble un panel de 106 sociétés adhérentes ayant fourni des données exploitables sur plusieurs années. Chaque société est considérée indépendamment de son appartenance à un groupe.

Les données concernant les marchés sont complétées par l'Observatoire Métiers et Marchés de la Ficam, qui réunit des représentants de chaque métier (fabricants, tournage, postproduction image, postproduction son, etc.)

et de chaque marché (cinéma, fiction TV, flux TV, publicité, animation) et qui publie des indicateurs trimestriels dont la synthèse annuelle est ici proposée.

Contour des industries techniques

Les industries techniques assurent les prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment les équipements et installations (fixes et mobiles) pour les tournages, assurent la modification des images imposée par le récit (postproduction et effets visuels) et la reproduction des œuvres originales pour leur diffusion (traitement dans les laboratoires, duplication, copies numériques – DCP, copies argentiques). Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet, les outils nécessaires à la conservation pérenne des œuvres (numérisation, archivage, stockage) ou la restauration des œuvres de patrimoine.

Les industries techniques intègrent ainsi :

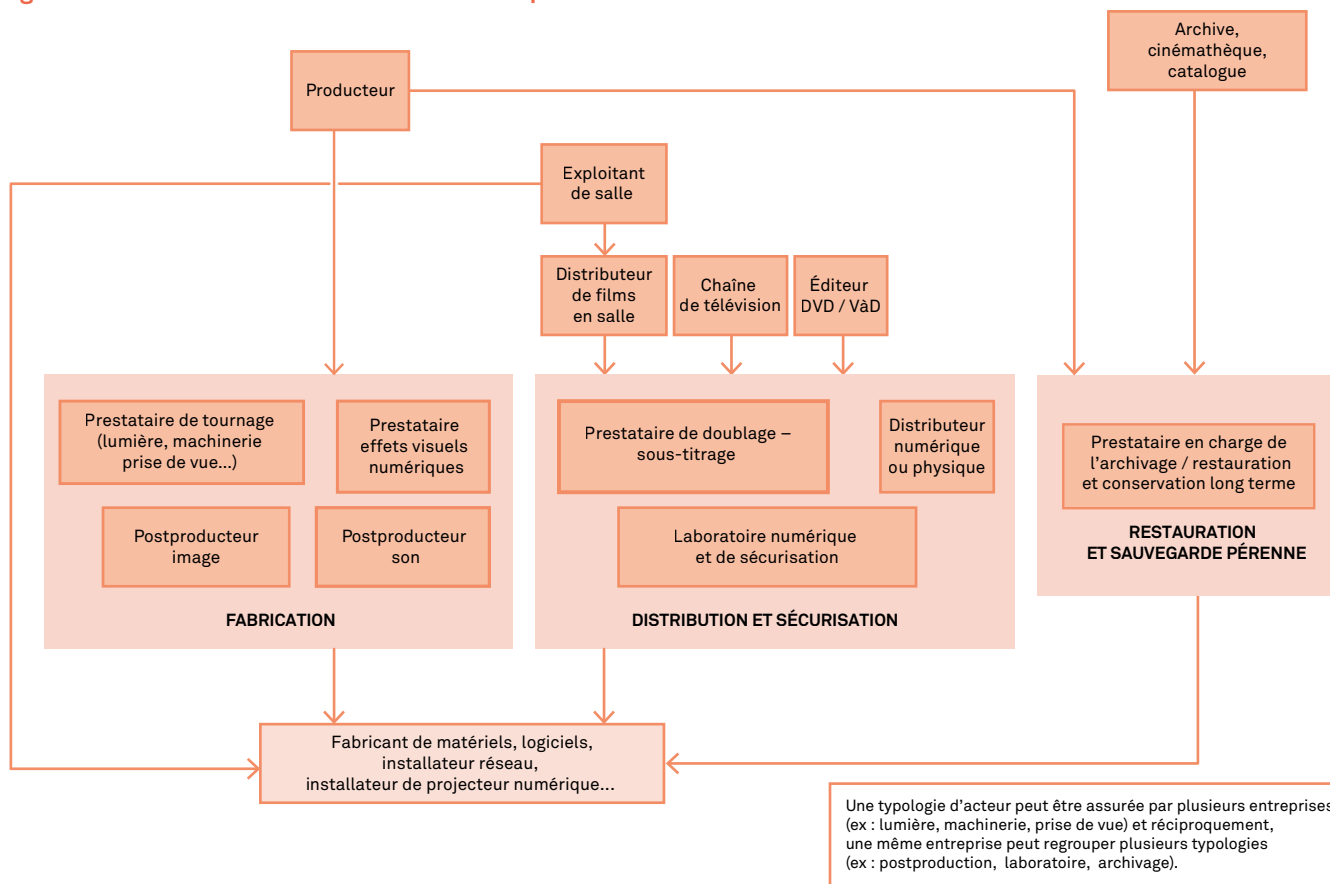
- les prestataires de tournage, qui regroupent les loueurs de matériels (caméras, objectifs, grues, éclairage, consoles son, perches, etc.), les régies mobiles (studios mobiles équipés notamment pour la retransmission des événements télévisuels) et les studios de prises de vue (plateaux d'enregistrement) ;
- les postproducteurs image (montage, étalonnage) ;
- les sociétés en charge des effets visuels numériques (certains effets visuels pouvant être intégrés dès la phase de tournage en studio dans le cadre de « Previz on set ») ;
- les postproducteurs son, qui effectuent le montage sonore sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium) ;
- les sociétés en charge des prestations de doublage ou de sous-titrage à la fois pour la diffusion française d'œuvres internationales, pour la diffusion internationale d'œuvres françaises ou pour l'adaptation pour les publics aveugles et malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage) ;

- les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent notamment les laboratoires de production (sécurisation des données de tournage ou développement des rushes), les laboratoires de postproduction et les laboratoires assurant la fourniture de copies numériques dans les différents formats vidéo attendus pour la diffusion et la distribution des œuvres (cinéma, télévision, V&D). La postproduction numérique y est désormais généralisée. Certains laboratoires assurent également une prestation de retour sur film à des fins de conservation pérenne ;

- les entreprises spécialisées dans la restauration des œuvres (suppression ou atténuation des défauts d'une œuvre dégradée par le temps), l'archivage ou le stockage (stockage de films et conservation des données numériques) ;

- les fabricants, ou distributeurs, qui regroupent les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins des différentes étapes de production) et les fabricants de supports consommables ou non (pellicule, disques durs, cartes et supports de mémoire, serveurs) ou de systèmes de stockage et de traitement de l'image, de composants informatiques.

Organisation et acteurs des industries techniques



Source : CNC.

829 entreprises d'industries techniques en France

En 2019, le segment des industries techniques compte près de 830 entreprises en France, dont plus de 450 ont une activité économique régulière. Le secteur est caractérisé par quelques grands leaders structurants entourés de nombreuses petites entreprises. 20 % des entreprises réalisent 70 % du chiffre d'affaires du secteur et les 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de 50 % des salariés du secteur.

En 2019, les industries techniques comptent 829 entreprises en France, dont plus de 450 ont une activité économique régulière.

Une taille moyenne d'entreprise supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 50,9 % des entreprises emploient entre un et neuf salariés permanents en 2019 (50,0 % en 2018, 47,2 % en 2017 et 46,2 % en 2016) et 36,8 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (comme en 2018). Toutefois, leur taille moyenne est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 82,9 % des sociétés ayant des salariés emploient entre un et neuf salariés et 14,2 % entre 10 et 49 salariés (source INSEE au 1^{er} janvier 2013, hors entreprises agricoles et financières). Pour le sous-secteur de la prestation de services en général, la répartition des entreprises ayant des salariés révèle une part de petites structures plus importante encore puisque 84,4 % d'entre elles emploient entre une et neuf personnes.

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1 à 9 salariés	41	45	50	56	56	49	49	50	53	54
10 à 49 salariés	51	49	46	35	36	43	43	44	39	39
50 à 99 salariés	8	7	7	6	7	7	6	6	7	5
100 salariés et plus	9	8	6	9	7	7	8	6	7	8
total	109	109	109	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019. Le passage de 109 à 106 sociétés de 2012 à 2013 est dû à des regroupements de filiales d'un même groupe. d'un même groupe.
Source : FICAM.

70 % des effectifs des industries techniques sont des hommes

Le secteur des industries techniques est un secteur fortement masculin. Sept salariés intermittents sur dix sont des hommes en 2019. Cette donnée est stable dans le temps. Ce chiffre est à mettre en perspective avec une faiblesse relative de la féminisation des emplois, globalement techniques. Un peu plus des deux tiers des salariés permanents sont des hommes.

Effectifs permanents et intermittents par genre

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
hommes permanents	4 647	4 911	5 189	5 052	5 069	4 900	5 116	5 532	5 168	5 218
hommes intermittents	12 791	13 137	12 931	12 981	12 767	12 650	12 707	13 043	12 439	11 632
total hommes*	17 438	18 048	18 120	18 033	17 836	17 550	17 823	18 575	17 607	16 850
femmes permanentes	2 237	2 327	2 444	2 343	2 232	2 123	2 283	2 295	2 433	2 369
femmes intermittentes	4 873	5 005	5 084	4 966	5 070	5 138	5 088	5 382	5 143	4 828
total femmes*	7 110	7 332	7 528	7 309	7 302	7 261	7 371	7 677	7 576	7 197
total permanents	6 884	7 238	7 633	7 395	7 301	7 023	7 399	7 927	7 601	7 587
total intermittents	17 664	18 142	18 015	17 947	17 837	17 788	17 795	18 425	17 582	16 460
total*	24 548	25 380	25 648	25 342	25 138	24 811	25 194	26 352	25 183	24 047

* Effectifs non dédoublonnés
Source : Audiens.

1,06 Md€ de chiffre d'affaires en 2019

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 1,06 Md€ en 2019, en baisse de 2,5 % par rapport à 2018.

En 2019, les entreprises réalisant plus de 10 M€ de chiffre d'affaires captent 59,2 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 61,1 % en 2018 et 63,3 % en 2017. Par ailleurs, entre 2010 et 2019, le chiffre d'affaires moyen des entreprises répondantes de la Ficam est passé de 6,8 M€ à 5,6 M€. Le secteur est ainsi confronté depuis plusieurs années à un double phénomène de concentration par les restructurations et les regroupements de filiales au sein des groupes et d'atomisation avec le développement de plus petites structures. Par ailleurs, la concurrence reste particulièrement forte sur certains marchés et la diminution des budgets tant dans le cinéma que dans la production audiovisuelle complexifie la situation.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	prestataires techniques ¹	évolution (%)	entreprises répondantes ²	évolution (%) ²	CA moyen ³
2010	1 311	+0,7	746	+2,3	6,8
2011	1 290	-1,6	695	-6,8	6,3
2012	1 180	-8,5	652	-6,2	5,9
2013	1 123	-4,8	657	+0,8	6,1
2014	1 069	-4,8	671	+2,1	6,3
2015	1 101	+3,0	648	-3,4	6,1
2016	1 156	+5,0	685	+5,0	6,5
2017	1 127	-3,0	674	-2,0	6,4
2018	1 087	-3,5	638	-5,3	6,0
2019	1 059	-2,5	594	-6,8	5,6

¹ Entreprises de prestation technique identifiées par leur code NAF 5912Z (panel fourni par Audiens). Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.

² Entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 entre 2010 et 2012, 106 de 2013 à 2019.

³ Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam. Source : Ficam.

12,2 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 M€

Plus de 87 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 M€ et 5 M€ (39,6 % du panel). De nombreux postproducteurs image et son figurent dans cette catégorie.

34 entreprises ont réalisé moins de 1 M€ de chiffre d'affaires en 2019 (30 en 2018). Considérées individuellement, très peu d'entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 50 M€.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
inférieur à 1 M€	23	22	27	27	33	31	32	30	30	34
1 M€ à 5 M€	51	52	50	51	40	44	42	47	46	42
5 M€ à 10 M€	15	19	18	13	19	17	18	15	17	17
10 M€ à 20 M€	10	8	7	8	7	7	7	8	7	7
20 M€ et plus	10	8	7	7	7	7	7	6	6	6
total	109	109	109	106	106	106	106	106	106	106

Champ : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019. Source : Ficam.

Les métiers du tournage et de la postproduction, principales sources de revenus

Afin d'évaluer la contribution de chacun des sous-secteurs des industries techniques dans les recettes totales de la filière, le chiffre d'affaires de chaque entreprise est réparti entre les différents métiers qu'elle exerce.

Le chiffre d'affaires des métiers du tournage baisse de 12,6 % entre 2018 et 2019. L'activité des loueurs de matériel se stabilise après trois années consécutives de recul. Le chiffre d'affaires des tournages en studio baisse quant à lui de 29 %, résultat des transferts d'activités et des consolidations en cours dans le secteur du flux. À la suite du rapport de Serge Siritzky remis au CNC et à Film

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1,06 Md€ en 2019, en baisse de 2,5 % par rapport à 2018.

France en 2019, le CNC a lancé en 2020 un « plan studios » doté d'une enveloppe de 1 M€, dans l'objectif d'inciter les projets ambitieux de modernisation des studios de tournage. Dans la continuité de ce plan et dans le cadre du plan de relance de la filière, le CNC a lancé en 2021 une nouvelle mesure temporaire, dotée de 10 M€, visant à accorder un soutien exceptionnel à des projets d'investissement technique qui concourent à la modernisation numérique et durable de l'appareil de production. Cette mesure a notamment pour objectif d'accélérer les investissements dans les studios de tournage de demain. Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des prestataires à hauteur de 42,4 % en 2019, contre 45,1 % en 2018.

La postproduction image génère 19,4 % du chiffre d'affaires total en 2019, contre 21,8 % en 2018. Après une progression de plus de 40 % entre 2012 et 2017, l'année 2018 marque un coup d'arrêt à cette progression et 2019 confirme cette tendance à la baisse (-17,0 %).

Le chiffre d'affaires des VFX, en progression constante entre 2014 et 2017, connaît également une baisse pour la deuxième année consécutive (-4,3 %), restant malgré tout à un niveau élevé à plus de 70 M€.

Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) atteint 178,2 M€ en 2019, en hausse de 10,7 % par rapport à 2018. La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint 30,0 % en 2019 (25,2 % en 2018).

Une forte concurrence observée sur certains marchés.

Part de l'archivage, stockage, restauration en baisse

L'archivage, le stockage et la restauration occupent une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique, leur poids passant de 3,0 % en 2017 à 2,1 % en 2019. En 2019, le chiffre d'affaires du secteur recule de 13,6 %.

Les tournages de films étrangers en France

Selon Film France, 2019 est l'année qui a connu le plus important volume d'activités de tournages étrangers en France : 38 fictions télévisuelles étrangères (999 jours de tournage) et 22 longs métrages étrangers (317 jours de tournage) ont été tournés en France. Les jours de tournage de programmes étrangers augmentent de 18,8 % par rapport à 2018 et de 130 % depuis 2015 et l'amélioration du crédit d'impôt international.

75 % des jours de tournage de programmes étrangers ont bénéficié du crédit d'impôt international. Parmi ceux-ci, 83 % sont réalisés pour la télévision ou pour une plateforme et 17 % pour le cinéma. Le volume de tournage de films destinés à une diffusion cinéma est relativement stable mais sa part s'est réduite passant de 59,5 % des jours de tournage en 2015 à 24,0 % en 2019. 2019 est marquée par le tournage du premier film chinois intégralement tourné en France *Fox Hunt* de Léo Zhang. Le volume de fiction audiovisuelle augmente et sa part de l'activité croît. La France a, par exemple, accueilli en 2019 le tournage de la neuvième saison de *Death In Paradise* en Guadeloupe, de la première saison d'*Emily in Paris* en Ile-de-France et en Centre-Val de Loire ou de la troisième saison de *Riviera* dans les Alpes-Maritimes et dans le Var. L'incitatif fiscal a un impact particulièrement significatif sur l'implantation de ces tournages : 82 % des fictions étrangères tournées en France ont bénéficié du crédit d'impôt international.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les métiers (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
tournage (studio, loueurs...)	263,5	285,3	268,3	276,0	292,6	309,9	326,2	293,2	287,9	251,6
postproduction image	131,7	119,0	110,1	118,4	121,7	124,9	137,3	155,6	139,1	115,5
<i>dont effets visuels (VFX)¹</i>	57,7	59,5	62,5	58,4	58,5	61,7	66,4	78,3	74,1	70,9
postproduction son	37,7	35,2	34,4	31,2	32,6	32,3	32,2	33,0	29,8	29,0
travaux de laboratoire²	269,7	220,3	208,0	207,7	195,9	166,3	168,3	171,0	161,0	178,2
archivage, stockage, restauration	12,0	11,2	18,0	19,4	25,3	14,0	20,6	20,2	14,7	12,7
fabricant matériel (tournage, postproduction...)	31,0	24,0	13,2	4,4	2,9	0,6	0,4	1,0	5,5	7,0
total	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019.

¹ Périmètre VFX : 17 entreprises adhérentes de la FICAM et deux hors FICAM ont déclaré une activité VFX entre 2010 et 2019. Ont été intégrées dans ce panel les estimations des deux entreprises hors FICAM, représentatives de l'intégration verticale des moyens de postproduction (et donc des VFX) au sein de la chaîne de fabrication des films publicitaires.

² Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication...

Source : Ficam.

La télévision demeure le premier client des prestataires techniques

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés : le long métrage cinématographique, le programme télévisuel de stock, le programme télévisuel de flux, le programme d'animation et les effets visuels, le multi-média et le film publicitaire ou institutionnel. La plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés et il est de plus en plus rare qu'une entreprise relève exclusivement d'un seul marché.

Les marchés du cinéma et de la télévision (programmes de stock et flux) représentent à eux seuls 77,9 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2019. En 2019, le marché de la télévision (stock et flux) génère 58,8 % des ressources, avec un chiffre d'affaires en baisse de 8,3 % en 2019. Depuis 2005, la télévision constitue la première source de revenus.

En 2019, sur un chiffre d'affaires de 349,3 M€ généré par la télévision, les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) représentent 195,0 M€, soit 55,8 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (62,2 % en 2018). Les activités de production de programmes de stock (fictions, documentaires) sont évaluées à 154,3 M€, soit 44,2 % du chiffre d'affaires généré par la télévision (37,8 % en 2018).

Les ressources en provenance de la filière cinéma augmentent de 5,8 % en 2019 mais restent à un niveau peu élevé, en raison notamment de l'érosion constatée des investissements dans la production cinématographique depuis 2016.

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité (14,7 % en 2019), pour un chiffre d'affaires en baisse de 5,1 % en 2019. Le chiffre d'affaires du multi-média (DVD, Blu-Ray, VOD, réalité virtuelle, jeux vidéo), quatrième marché, fait plus que doubler entre 2018 et 2019, pour atteindre 22,2 M€, grâce notamment à la montée en puissance du jeu vidéo.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon les marchés (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
télévision (stock + flux)	343,2	365,0	347,5	344,4	369,2	353,6	370,5	364,0	381,1	349,3
cinéma	266,5	193,0	175,5	166,1	153,7	155,9	176,0	134,3	107,1	113,3
publicité et institutionnel	90,5	96,0	78,5	84,5	90,5	85,3	89,5	87,5	92,1	87,4
animation	24,5	13,0	20,2	30,5	27,4	23,1	30,5	63,4	41,1	16,4
multimédia	15,0	15,5	13,7	14,6	13,5	9,9	10,5	16,6	10,3	22,2
autres ¹	5,9	12,5	16,6	17,0	16,7	20,2	8,0	8,2	6,3	5,4
total	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0

¹ Vidéo, spectacle vivant, formation, etc. Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019. Source : Ficam.

Chiffre d'affaires des effets visuels selon le marché (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019
télévision (stock)	3,9	2,1	1,6	6,4	7,7
télévision (flux)	0,9	2	2,3	1,7	2,3
cinéma	11,0	14,7	17,8	12,9	13,8
publicité	45,9	47,6	56,6	53,1	47,1
total	61,7	66,4	78,3	74,1	70,9

Périmètre VFX : 17 entreprises adhérentes de la FICAM et deux hors FICAM ont déclaré une activité VFX entre 2015 et 2019. Ont été intégrées dans ce panel, les estimations des deux entreprises hors FICAM, représentatives de l'intégration verticale des moyens de postproduction (et donc des VFX) au sein de la chaîne de fabrication des films publicitaires. Source : Ficam.

Le marché publicitaire représente 66 % du chiffre d'affaires de l'activité VFX en 2019.

En 2019, le marché de la télévision (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques.

Une chaîne de fabrication entièrement numérique

La numérisation de la chaîne de fabrication, du tournage à la postproduction est achevée. Plus de 95 % des tournages cinéma sont désormais en numérique et la postproduction argentique est devenue marginale depuis 2011. En télévision, la HD et les caméras numériques grand capteur représentent la quasi-totalité des semaines de tournage.

Nouveaux formats d'image et de son

Au-delà de la résolution des images qui a été multipliée par 20 en dix ans (du SD au 4K), les matériels et chaînes de production permettant de filmer et postproduire avec une cadence d'image plus élevée (HFR) ou un rapport de contraste plus étendu (HDR) ont fait leur apparition en 2014 et deviennent de plus en plus fréquents. Par ailleurs, les industries techniques se diversifient également vers les nouveaux formats immersifs individuels comme la réalité virtuelle. Les effets visuels en temps réel sur le plateau de tournage (Previz on set) sont également en train de se développer et modifient en profondeur les méthodes de travail et la chaîne de fabrication.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques¹ (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
caméra vidéo HD	20,4	13,1	12,5	20,4	53,3	34,4	15,5	1,0	0,0	0,0
caméra cinéma numérique 2K/4K	16,5	53,7	71,7	68,9	41,4	60,3	80,9	94,3	95,7	95,6
16 mm	3,7	2,3	1,5	0,6	0,9	0,6	-	2,5	1,3	1,7
35 mm	59,4	30,8	14,3	10,2	4,4	4,4	3,6	2,2	3,0	2,7
non renseigné	-	-	-	-	-	0,4	-	-	-	-
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source: Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions télévisuelles¹ (%)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
16 mm	14,0	3,6	0,6	0,9	2,3	-	-	-	-	-
35 mm	7,0	4,6	-	-	-	-	-	-	1,5	1,4
HD	66,0	42,1	25,1	55,9	79,0	72,5	61,6	31,4	35,5	35,6
Beta / DV / SD	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-
caméra numérique 2K/4K/6K	11,3	47,5	74,0	43,1	17,8	27,2	32,4	61,7	59,0	59,0
non renseigné	1,2	2,1	0,3	0,0	0,9	0,4	6,0	6,9	4,0	4,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions télévisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source: Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Légère baisse des investissements

Les investissements des prestataires techniques baissent de 2,2 % entre 2018 et 2019. A titre de comparaison, les investissements des industries manufacturières augmentent de 4,0 % en 2019 (chiffres INSEE). Chaque entreprise investit, en moyenne, 424,2 K€ en 2019, contre 446,1 K€ en 2018.

Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 M€ sont toujours celles qui investissent le plus depuis 2010. Les investissements se concentrent encore davantage sur les sociétés de plus de 10 M€ de chiffre d'affaires avec 65 % de l'ensemble des investissements en 2019.

Augmentation du chiffre d'affaires à l'exportation

Pour les industries techniques, l'exportation résulte essentiellement d'un double phénomène : elle comprend non seulement les prestations réalisées sur les marchés internationaux mais également les prestations sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2019, le chiffre d'affaires lié à l'exportation poursuit sa progression et atteint 120,5 M€ en 2019 (+8,6 % par rapport à 2018). Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel est évaluée à 20,2 %.

La télévision est toujours largement leader dans le chiffre d'affaires des exportations même si sa part passe de 66,3 % en 2018 à 62,2 % en 2019. L'arrivée des plateformes internationales renforce cette tendance du côté des programmes TV de stock. Le cinéma est loin derrière et représente 14,5 % du total.

L'activité doublage / sous-titrage capte plus de la moitié des revenus générés par l'export (52,4 %). Son chiffre d'affaires export fait plus que doubler en trois ans pour atteindre son plus haut niveau de la décennie en 2019. Cette évolution est à mettre au crédit de l'arrivée de nouveaux diffuseurs sur le marché français (plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Netflix, Amazon Prime Video ou Disney+), de la demande

Investissements des industries techniques¹ (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
investissements	53,6	50,6	59,7	50,1	35,4	34,0	61,3	60,3	45,9	44,9
chiffre d'affaires	745,6	695,0	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	7,2	7,3	9,2	7,6	5,3	5,2	8,9	8,9	7,2	7,5

¹ Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non prises en compte).
Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019.
Source : Ficam.

Exportations des industries techniques (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
exportations	52,3	65,0	57,8	62,4	65,1	68,7	80,2	78,4	111,0	120,5
chiffre d'affaires	745,6	695,0	652,0	657,0	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	7,0	9,4	8,9	9,5	9,7	10,6	11,7	11,6	17,4	20,2

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2010 à 2019.
Source : Ficam.

croissante des distributeurs étrangers (notamment les studios américains) pour ce type de prestation ainsi que du développement de nouvelles activités telles que l'audiodescription, notamment dans le secteur de la télévision.

La part d'export du tournage (studio, loueur et vidéo mobile), en progression constante depuis 2009, est en recul et passe de 30,0 % en 2018 à 23,0 % en 2019.

En 2019, les industries techniques exportent à hauteur de 120,5 M€, soit une augmentation de 8,6 % par rapport à 2018.

chapitre cinq

INTERNATIONAL

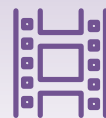


En 2019 :

1 044,2 M€ de flux financiers en provenance de l'étranger
(+15,6 % par rapport à 2018)



532,8 M€
pour l'audiovisuel



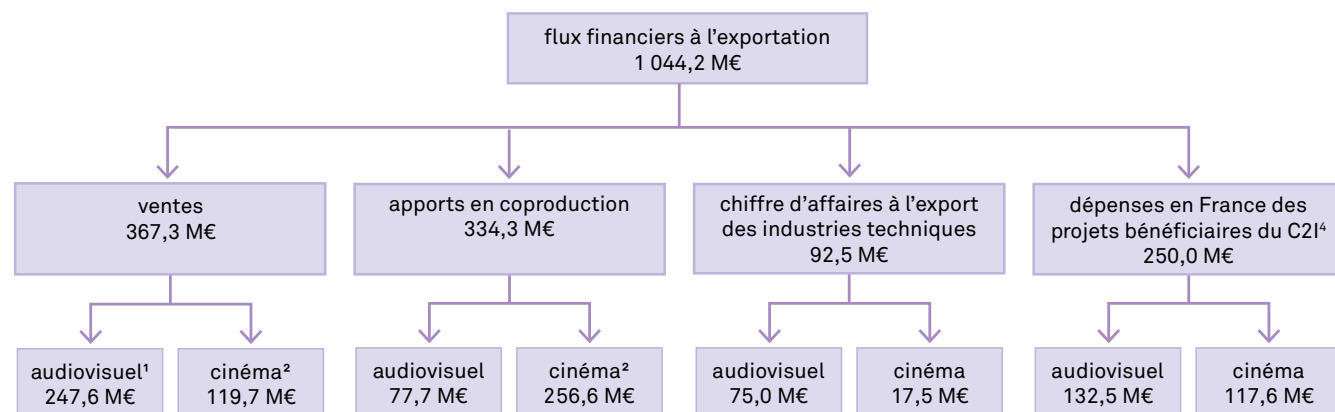
511,4 M€
pour le cinéma



5.1

L'exportation des films et des programmes audiovisuels

Flux financiers en provenance de l'étranger en 2019



Source : CNC-TV France International, FICAM.

Flux financiers en provenance de l'étranger (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
ventes	308,7	310,3	377,2	344,9	404,3	416,8	429,6	481,4	389,5	367,3	-5,7%
<i>dont audiovisuel¹</i>	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	+11,7%
<i>dont cinéma²</i>	172,6	156,7	211,3	165,4	194,0	215,8	169,3	212,8	167,8	119,7	-28,7%
apports en coproduction	412,1	403,5	393,3	341,3	253,0	308,1	300,0	297,2	252,9	334,3	+32,2%
<i>dont audiovisuel</i>	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	+43,9%
<i>dont cinéma³</i>	349,3	326,1	316,8	271,8	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	+29,0%
CA à l'export des industries techniques	43,3	49,9	47,9	45,6	47,2	54,3	64,9	59,4	87,0	92,5	+6,3%
<i>dont audiovisuel</i>	23,9	25,8	30,7	32,7	36,8	42,0	47,7	42,9	73,6	75,0	+1,9%
<i>dont cinéma</i>	19,4	24,1	17,2	12,9	10,4	12,3	17,2	16,5	13,4	17,5	+30,6%
dépenses en France des projets bénéficiaires du C21⁴	38,4	43,5	47,9	95,5	63,0	55,3	144,4	223,0	173,6	250,0	+44,0%
<i>dont audiovisuel</i>	6,4	7,8	5,0	8,3	15,5	21,3	51,4	97,7	98,6	132,5	+34,4%
<i>dont cinéma</i>	32,0	35,7	42,9	87,3	47,4	33,9	93,0	125,3	75,1	117,6	+56,6%
total	802,4	807,2	866,2	827,3	767,4	834,5	938,9	1061,0	903,0	1 044,2	+15,6%
<i>dont audiovisuel</i>	229,1	264,6	278,1	290,0	318,9	318,4	435,4	466,1	447,9	532,8	+19,0%
<i>dont cinéma</i>	573,3	542,6	588,2	537,3	448,5	516,1	503,5	594,9	455,2	511,4	+12,3%

¹ Ventes et préventes. ² Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises, ainsi que les droits HT des producteurs répartis par la PROCIREP et ANGOA à partir de 2019. ³ Investissements étrangers dans les coproductions minoritaires et majoritaires françaises. ⁴ C21 : Crédit d'impôt international.

Sources : CNC-TV France International, FICAM.

1 044,2 M€ de flux financiers en provenance de l'étranger

Les flux financiers en provenance de l'international peuvent être appréhendés de quatre manières différentes :

- les ventes et préventes étrangères de films et programmes audiovisuels,
- les apports en coproduction en provenance de l'étranger sur des coproductions minoritaires ou majoritaires françaises,
- l'activité d'exportation des industries techniques françaises,
- les dépenses en France des projets étrangers bénéficiaires du crédit impôt international.

En 2019, l'ensemble de ces flux s'élève à 1 044,2 M€ (+15,6 % par rapport à 2018), dont 532,8 M€ pour l'audiovisuel (+19,0 %) et 511,4 M€ pour le cinéma (+12,3 %). Pour la première fois de la décennie, l'audiovisuel représente plus de la moitié (51,0 %) des flux financiers en provenance de l'étranger. En 2010, l'audiovisuel représentait près du quart (28,6 %) de ces recettes.

L'exportation des programmes audiovisuels

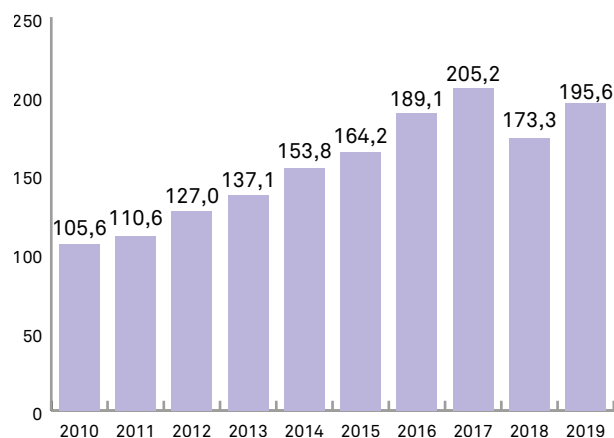
Remarques méthodologiques

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et TV France International auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Des ventes de programmes français en forte hausse

Après une année en net recul, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger progressent nettement en 2019 à 195,6 M€ (+12,8 % par rapport à 2018). Il s'agit du deuxième plus haut niveau historique, après 2017 (205,2 M€).

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-TV France International.

Nouveau record pour l'animation (77,4 M€)

En 2019, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger repartent à la hausse et dépassent le niveau historique atteint en 2017 (75,6 M€) pour s'établir à 77,4 M€, soit une hausse de 12,1 % par rapport à 2018. L'animation représente 39,6 % des ventes totales en 2019

(-0,2 point par rapport à 2018). La série préscolaire *Simon* (GO-N Productions) a ainsi circulé dans le monde entier grâce aux ventes de la première saison et aux nombreuses préventes internationales sur la deuxième saison. Autre programme préscolaire, la série *Molang* (Millimages) a vu son succès se confirmer en 2019 et est désormais présente sur 190 territoires.

Recul des ventes de fiction (-6,0 %)

En 2019, les ventes internationales de fiction française baissent pour la deuxième année consécutive et s'établissent à 46,4 M€ (-6,0 % par rapport à 2018). Le genre représente 23,7 % des ventes de programmes audiovisuels français (-4,8 points par rapport à 2018), soit le niveau le plus bas depuis 2013 (19,0 %).

Baisse des ventes de formats

Pour la deuxième année consécutive, les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en recul de 3,1 % à 18,9 M€ en 2019.

Forte hausse des exportations de documentaires (+44,1 %)

Les ventes de documentaire français à l'international progressent fortement de 44,1 % à 44,0 M€ en 2019, plus haut niveau historique. Le genre capte 22,5 % des recettes (+4,9 points par rapport à 2018). La diversité et la qualité des productions françaises sont reconnues à l'international et sont notamment liées à l'existence de nombreuses cases documentaires chez les diffuseurs français. Les genres abordés sont divers avec des succès en histoire, en science, en nature / exploration et dans le domaine de l'investigation et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique). Certains producteurs français de documentaires parviennent à créer des marques fortes susceptibles de circuler dans le monde entier et dont les nouvelles saisons sont très attendues, comme en attestent les résultats de programmes comme *la Guerre des trônes* (Pernel Media) qui a trouvé preneur dans 80 territoires, ou encore la collection *Apocalypse* dont chaque nouveau chapitre circule très largement. Au total, *Apocalypse - La Paix impossible* (Clarke Costelle et Cie, Idéacom International) a été vendue dans plus de 30 pays.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
animation	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	+12,1
fiction	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	-6,0
documentaire, magazine	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	+44,1
format (fiction, jeux, variétés)	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	-3,1
divers (information, extraits...)	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	+265,6
musique, spectacle vivant	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	-59,9
total	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	+12,8

Source : CNC-TV France International.

En 2019, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 195,6 M€.

Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, en particulier en Belgique et en Italie

Après une année 2018 en recul, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest repartent à la hausse en 2019 et atteignent 90,3 M€, soit +7,4 % par rapport à 2018. La zone génère 46,2 % des recettes d'exportation en 2019 (-2,3 points par rapport à 2018).

Malgré des achats en baisse de 2,3 % par rapport à 2018, la zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,3 M€. Les ventes de programmes français en Belgique augmentent de 16,2 % en 2019 à 19,1 M€, soit le deuxième plus haut niveau enregistré après 2017 (19,3 M€). Le pays devient le deuxième acheteur mondial derrière l'Allemagne, passant devant les Etats-Unis. Avec des achats en hausse de 8,5 % à 13,1 M€, l'Italie confirme sa place de marché privilégié pour la production audiovisuelle française. La zone anglophone, constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande accuse une baisse de 27,1 % de ses achats de programmes audiovisuels français à 9,0 M€. Territoire particulièrement difficile pour les productions non anglophones, le niveau des achats atteint son plus bas niveau depuis 2014 (9,0 M€ également). En Espagne, après une année 2018 record, les achats sont en baisse de 19,3 % en 2019 à 7,9 M€, au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (7,2 M€). Les achats en provenance de Suisse progressent de 52,5 % à 6,1 M€ en 2019. Enfin, en Scandinavie également, les programmes français ont enregistré de meilleures ventes qu'en 2018 avec 5,0 M€ d'achats, en hausse de 28,7 %.

En 2019, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale progressent de 5,3 % pour s'établir à 9,9 M€. La zone représente 5,0 % du total des ventes à l'étranger en 2019, contre 5,4 % en 2018. La situation est contrastée en fonction des pays. La Pologne, un marché traditionnellement fort pour les programmes français, diminue ses achats de 30,7 % à 1,8 M€. À l'inverse, les ventes de programmes français vers la Russie,

l'Ukraine et les pays de l'ex-CEI sont en hausse de 30,3 % à 2,4 M€.

Le marché nord-américain toujours à un niveau élevé

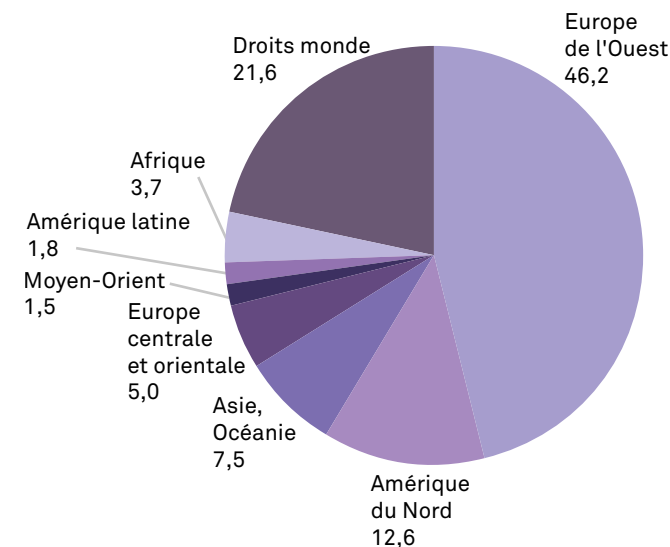
En Amérique du Nord, les ventes de programmes français restent à un niveau élevé en 2019 à 24,5 M€ (-1,8 % par rapport à 2018). Deuxième zone d'export pour les programmes français, la zone représente 12,6 % des ventes totales (-1,9 point). Aux Etats-Unis, les ventes progressent légèrement de 2,6 % à 17,0 M€, deuxième plus haut niveau historique. Les Etats-Unis sont le troisième territoire d'export pour l'audiovisuel français en 2019, derrière l'Allemagne et la Belgique et le premier marché international pour l'animation française avec un nouveau record à 12,0 M€. Avec 5,7 M€ d'importations en 2019, soit le plus faible niveau depuis 2010 (5,7 M€ également), le Canada diminue ses achats de programmes français pour la troisième année consécutive (-14,9 % par rapport à 2018).

Stabilité de l'Asie, hausse de la Chine

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie sont stables en 2019 et s'établissent à 14,7 M€ (+1,6 % par rapport à 2018). La zone représente 7,5 % des ventes totales dans le monde. Pour la quatrième année consécutive, les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » augmentent de 16,6 % en 2019, à 8,5 M€, soit le plus haut niveau de ventes jamais enregistré. Pour la deuxième année consécutive, cette zone représente plus de la moitié des exportations vers l'Asie / Océanie en 2019 (58,0 %). En cinq ans, les ventes de programmes vers la Chine (avec Hong Kong et Taïwan) ont progressé de 170,4 %. Au Japon, les exportations de programmes français passent de 1,4 M€ en 2018 à 1,8 M€ en 2019 (+31,0 %). En Corée du Sud, les ventes de programmes français augmentent de 8,7 % en 2019 à 1,0 M€. Les ventes en Inde reculent en 2019 et s'établissent à 0,4 M€ (-54,4 %). La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » est stable en 2019 à 1,3 M€ (+0,3 %).

Enfin, les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » s'établissent à 1,0 M€ (-51,4 % par rapport à 2018), soit le niveau le plus bas de la décennie.

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2019 (%)



Source : CNC-TV France International.

Recul des ventes en Amérique latine et au Moyen-Orient, hausse en Afrique

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine sont en baisse de 16,3 % en 2019 à 3,5 M€. La zone représente 1,8 % des ventes mondiales (-0,6 point), soit le niveau le plus bas de la décennie. Malgré des ventes en recul de 27,5 % à 1,1 M€, le Brésil reste le premier marché d'Amérique latine. Les ventes multi-territoriales qui peuvent représenter entre 35 % et 55 % des ventes dans la région sont en chute de 61,4 % en 2019, tandis que les ventes au Mexique restent stables à 0,5 M€.

Après trois années consécutives de repli, les ventes à destination des pays d'Afrique sont en nette hausse, +51,4 %, à 7,3 M€, soit le plus haut niveau enregistré, représentant 3,7 % des ventes de programmes français dans le monde. En revanche, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse de 26,4 % à 2,9 M€ en 2019.

Le renforcement du rôle des plateformes de vidéo à la demande par abonnement contribue à dynamiser l'exportation des programmes français.

Des ventes de droits monde en forte hausse

Les ventes de droits monde (incluant celles portant sur des territoires de plusieurs continents, y compris par les plateformes) atteignent le niveau record de 42,3 M€ en 2019, soit une augmentation de 54,8 % par rapport à 2018. En cinq ans, les ventes de droits monde ont triplé. Elles représentent 21,6 % des achats de programmes français dans le monde en 2019 (+5,9 points).

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Europe de l'Ouest	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	+7,4
Amérique du Nord	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	-1,8
Asie / Océanie	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	+1,6
Europe centrale et orientale	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	+5,3
Afrique	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	+51,4
Amérique latine	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	-16,3
Moyen-Orient	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	-26,4
droits Monde ¹	-	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	+54,8
total ²	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	+12,8

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux.

² Y compris les ventes à TV5 et CFI.
Source : CNC-TV France International.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2019*

- les séries statistiques sur le l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Remarques méthodologiques

Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse qui suit sont celles encaissées au cours de l'année 2019. 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 2017, 2018 et début 2019. Les encaissements de recettes correspondent essentiellement aux recouvrements de minima garantis payés par les distributeurs étrangers. Les ventes concernent autant la vente « tous droits » (c'est-à-dire salles, télévision, vidéo, VàD, télévision de rattrapage) que les cessions des seuls droits « salles », « télévision », « vidéo », « VàD » ou « télévision de rattrapage ». L'écart régulièrement constaté entre les données du CNC et celles d'UniFrance sur l'exportation des films français s'explique par un périmètre d'analyse différent. UniFrance comptabilise les recettes aux guichets des salles des films sortis à l'étranger en 2019, tandis que le CNC prend en compte les encaissements nets, tous modes de diffusion confondus, indépendamment de la date de sortie en salles internationales des films.

En 2019, les ventes à l'exportation des films français de catalogue représentent un tiers des recettes totales.

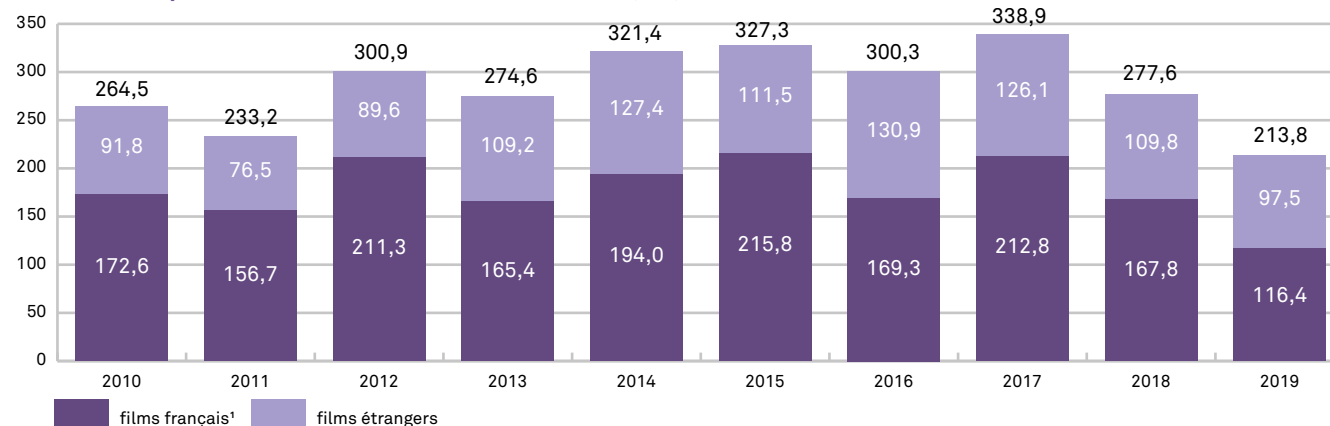
Baisse des recettes d'exportation des films français (-30,7 %)

En 2019, les ventes à l'exportation des films français atteignent 116,4 M€, soit une baisse de 30,7 % par rapport à 2018. Il s'agit du plus faible niveau observé sur la décennie, inférieur de 34,7 % à la moyenne constatée sur l'ensemble de la période 2010-2019. Le chiffre d'affaires des films étrangers affiche un recul plus limité de 11,2 % en 2019 à 97,5 M€, un montant inférieur à la moyenne

observée sur la décennie (107,0 M€). En 2019, les ventes de films étrangers représentent 45,6 % des recettes des exportateurs français, une part en hausse sur un an (39,6 % en 2018).

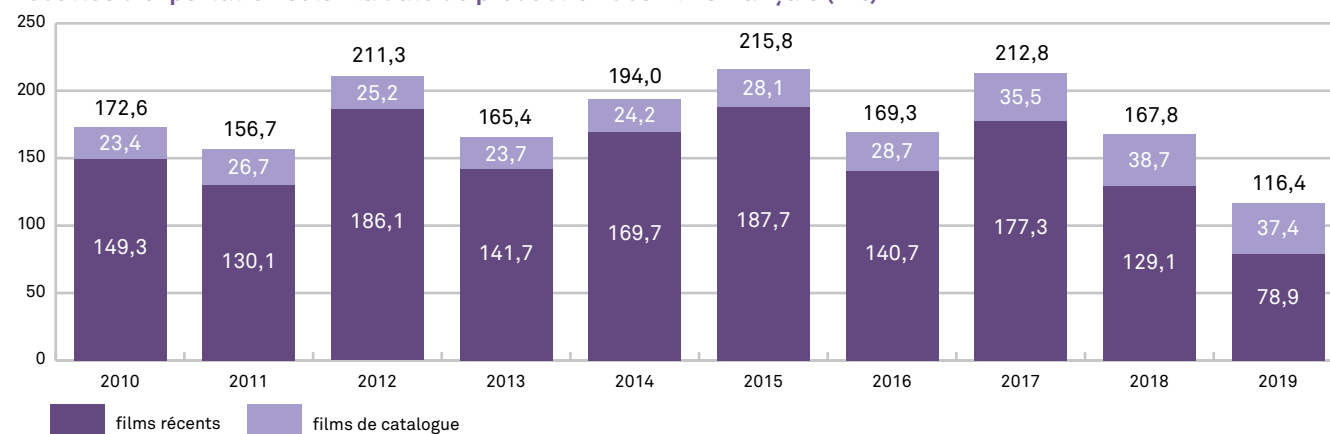
Les recettes de ventes à l'étranger des films français « de catalogue » (produits avant le 1^{er} janvier 2016) baissent de 3,2 % mais conservent un haut niveau à 37,4 M€. En 2019, les films français « récents » représentent 67,8 % des recettes d'exportation, la part la plus faible de la décennie.

Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



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

Recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



Films de catalogue : films produits il y a plus de trois ans. Films récents : films produits il y a moins de trois ans. Source : CNC.

Une forte concentration sur les principaux territoires

En 2019, la concentration des recettes s'atténue par rapport à 2018. Les 15 premiers pays génèrent 74,3 % des encaissements (81,2 % en 2018) et les cinq premiers pays 40,6 % (52,2 % en 2018).

Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2019

	recettes (M€)	parts de marché (%)	évol 19/18 (%)
1 Etats-Unis + grand pays européen et/ou Japon	14,0	12,0	-63,6
2 Allemagne et/ou zones germanophones	11,0	9,5	+20,5
3 Etats-Unis et/ou Canada anglophone	10,6	9,1	-41,2
4 Italie	6,0	5,1	-31,5
5 Chine	5,6	4,8	-57,9
6 Espagne	5,2	4,4	-6,8
7 Japon	5,0	4,3	-27,6
8 Belgique	4,2	3,6	-36,6
9 Pologne	4,0	3,4	-3,6
10 Suisse (hors région germanophone)	4,0	3,4	-15,5
11 Royaume Uni et/ou Irlande	3,7	3,2	-3,5
12 Russie	3,5	3,0	-34,2
13 Benelux	3,4	2,9	-39,1
14 Etats-Unis + Divers Monde ¹	3,3	2,8	+2 757,9
15 VâD / VâDA monde	3,0	2,6	-
total quinze premiers	86,4	74,3	-36,6
total	116,4	100,0	-30,7

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.

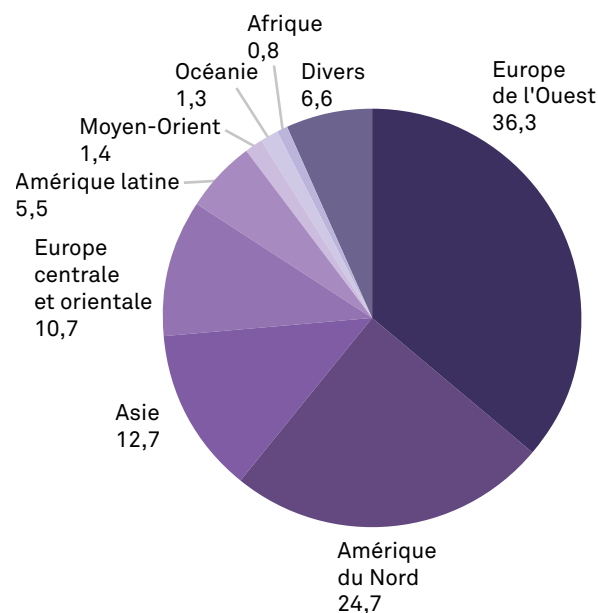
L'Europe de l'Ouest, première zone d'exportation du cinéma français

En 2019, l'Europe de l'Ouest retrouve sa position de première zone d'accueil du cinéma français avec 42,2 M€ de recettes soit plus du tiers (36,3 %) de l'ensemble des recettes d'exportation.

L'Amérique du Nord rétrograde en seconde position en termes d'exportation du cinéma français. Avec 28,8 M€ de recettes cumulées en 2019, la zone enregistre la plus forte baisse de recettes avec 51,7 % de moins qu'en 2018.

L'Asie se maintient en 2019 en troisième place malgré un niveau de recettes en nette baisse à 14,7 M€ (-44,4 % par rapport à 2018). Les autres zones géographiques occupent en 2019 une position plus limitée sur le marché français de l'exportation cinématographique.

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2019 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclut le territoire « Etats-Unis + divers monde ». La zone « divers » inclut les ventes VâD/VâDA mondes. Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : une déconcentration du secteur qui continue

Si le marché de l'exportation reste concentré, il l'est un peu moins en 2019. Pour la première fois de la décennie, les trois premières sociétés d'exportation captent moins de la moitié (41,3 %) des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger en 2019, contre 54,7 % en 2018 (64,2 % en 2010). Quatre entreprises réalisent plus de 10 M€ de recettes en 2019 et captent 52,0 % des recettes totales des films français à l'étranger.

En 2019, l'Europe de l'Ouest concentre plus d'un tiers des recettes totales du cinéma français à l'export (36,3 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exportation des films français en 2019*

- les séries statistiques sur l'exportation des films

Les ventes de courts métrages français à l'étranger en 2019

Remarques méthodologiques

Chaque année, UniFrance réalise une étude sur la diffusion des œuvres françaises de court métrage à l'étranger. Les résultats prennent en compte les ventes déclarées par les sociétés de production et de distribution, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès des institutionnels ainsi que les ventes auprès d'Arte, TV5 Monde et Canal+ Afrique. Depuis 2017, UniFrance intègre également les redevances de droits V&D.

Progression des recettes à l'exportation des courts métrages

Après deux années consécutives de baisse, le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français est en légère progression en 2019 à 523,9 K€ (+0,6 % par rapport à 2018). À l'inverse, le nombre de transactions, qui ne cessait de progresser depuis 2011, diminue en 2019 à 1 687 mais se maintient au-dessus du niveau observé entre 2010 et 2017. 733 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction en 2019 (809 en 2018), dont 94,1 % sont des productions majoritairement françaises.

L'animation devient le premier genre auprès des acheteurs étrangers de courts métrages

Pour la deuxième année consécutive, la part de marché en recettes du court métrage de fiction est en forte diminution à 39,4 % en 2019, contre 50,4 % en 2018 et 65,3 % en 2017. L'animation devient le genre qui génère le plus de recettes en 2019 (59,3 %, contre 46,3 % en 2018). Malgré une diminution de 4,4 points entre 2018 et 2019, elle constitue également le premier genre en nombre de transactions, devant la fiction (+5,9 points). Le documentaire de création / expérimental représente 1,3 % des recettes générées en 2019 et 2,7 % des transactions.

En 2019, la première place du palmarès de l'exportation des courts métrages français à l'étranger est occupée par les films d'animation *Trois petits chats* en termes de chiffre d'affaires et *Hors piste* en nombre de transactions. Les premières places du classement, en chiffre d'affaires ou en nombre de transactions, sont majoritairement occupées par des œuvres produites au cours des trois dernières années. Un seul titre de catalogue intègre ces palmarès cette année : le film d'animation *Trois petits chats* (2012).

Les droits combinés et les droits TV représentent la majorité du chiffre d'affaires à l'exportation

Les droits de diffusion en salles de cinéma représentent la majorité des cessions de droits des courts métrages français à l'étranger avec 57,7 % des transactions en 2019. En revanche, les droits combinés composent 30,1 % du chiffre d'affaires à l'exportation, devant les droits TV (24,4 %).

L'Europe occidentale, première zone d'exportation des courts métrages français

En 2019, l'Europe occidentale reste la première zone d'exportation avec 50,6 % du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français et 52,6 % des transactions. Au sein de l'Europe occidentale, le Royaume-Uni est le premier pays importateur avec 86 transactions pour 80,7 K€ de chiffre d'affaires. L'Amérique du Nord prend la deuxième place du classement (17,7 % du chiffre d'affaires et 15,4 % des transactions) devant l'Europe centrale et orientale.

733 courts métrages ont fait l'objet d'une transaction en 2019.

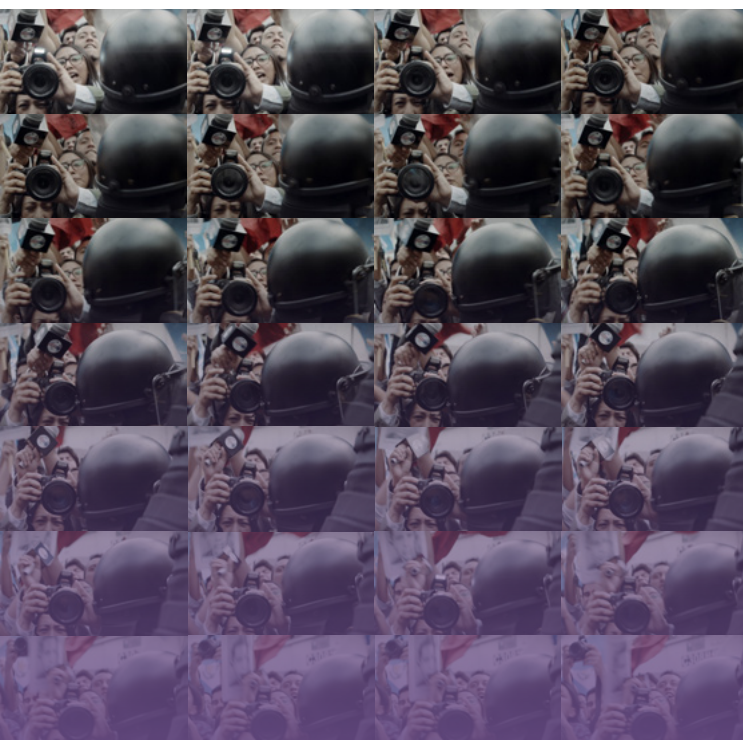
Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2019*

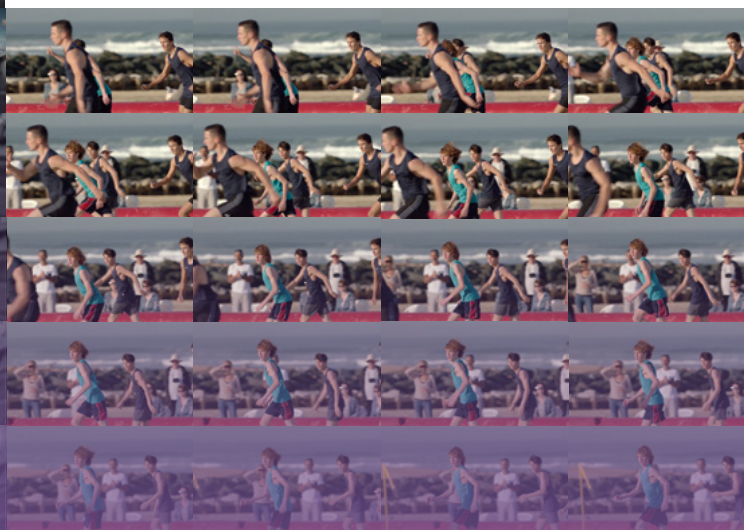
- les séries statistiques sur le court métrage

En 2020: **13,7 millions**
d'entrées pour les films français à l'étranger
(-69,8 % par rapport à 2019)

1,3 million
pour *Bigfoot Family*



1,1 million
pour *Pinocchio*



1,0 million
pour *Portrait de la jeune fille en feu*



5.2

Les entrées des films français à l'étranger

Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par UniFrance. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2020 présentées ici sont arrêtées à février 2021 et couvrent 80 territoires, dont la plupart de façon non exhaustive. Les évolutions sur un an sont calculées à partir des chiffres consolidés d'UniFrance, arrêtés en octobre 2020 sur la base de 89 territoires.

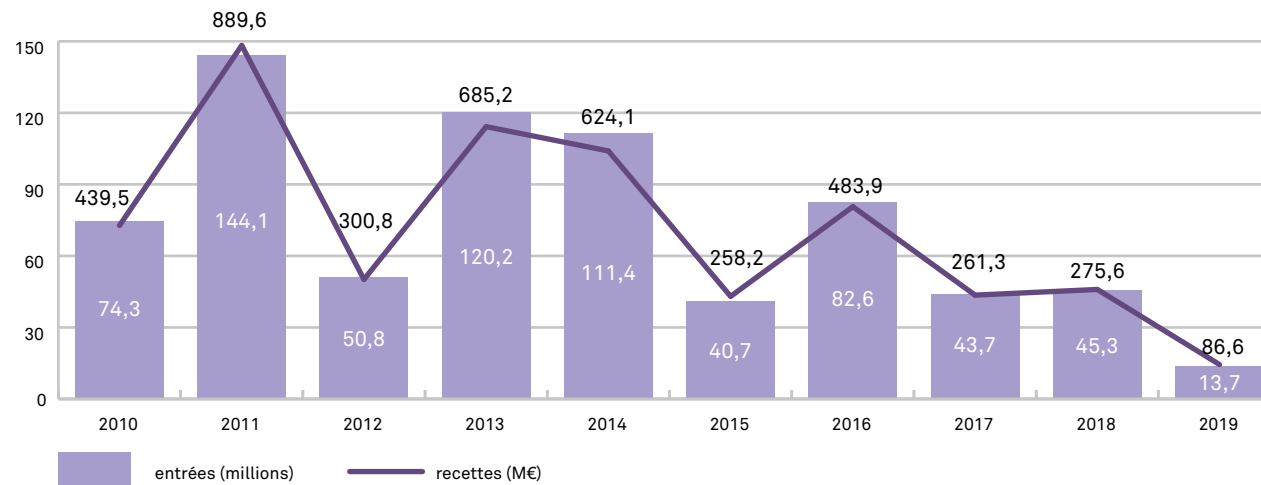
Une fréquentation internationale perturbée par la pandémie de Covid-19

Dans un contexte mondial de fermetures des salles de cinéma en raison de la pandémie de Covid-19, la fréquentation des films français à l'international est en net recul en 2020 à 13,7 millions d'entrées (-69,8 %) pour 86,6 M€ de recettes. Le niveau d'entrées enregistré en 2020 est largement tributaire du nombre de territoires sur lesquels les films sortent. En 2019, le film français réalisant le plus d'entrées à l'international (*Anna*) avait bénéficié d'une sortie sur 85 territoires différents. En 2020, *Bigfoot Family* enregistre des entrées sur 28 territoires soit trois fois moins.

Le nombre de films français sortis dans les salles à l'international diminue de moitié en 2020, avec 1 398 sorties en 2020 (inédites ou ressorties) contre 2 836 en 2019 (-50,7 %). En prenant en compte les continuations et les fins d'exploitation, le nombre total de films français projetés à l'étranger est en baisse en 2020 avec 611 films contre 869 en 2019 (-29,7 %).

Avec 9,5 millions d'entrées en 2020, la fréquentation des productions majoritairement françaises représente plus des deux tiers (69,5 %) des entrées globales de l'année.

Entrées et recettes guichets des films français à l'étranger



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

Une baisse du nombre de films à plus de 100 000 entrées

28 films français totalisent plus de 100 000 entrées à l'étranger en 2020, contre 68 en 2019. La concentration des entrées reste toutefois importante. En 2020, les cinq plus grands succès français représentent plus du tiers (34,4 %) des entrées globales du cinéma français dans les salles étrangères (38,0 % en 2019).

Une part majoritaire des entrées réalisées par les films en langue française

Pour la première fois depuis 2011, les entrées des productions en langue française représentent plus des trois quarts (77,6 %) des entrées du cinéma français à l'étranger (59,4 % en 2019). Au sein des vingt titres les plus fédérateurs à l'international en 2020, seuls trois sont en langue étrangère : *Pinocchio* (coproduction italo-française), *Sorry We Missed You* (Grande-Bretagne, France, Belgique) et *le Traître* (Italie, France, Allemagne, Brésil). Huit titres en langue étrangère intégraient le classement des vingt premiers films français à l'international en 2019.

Diversité des films français à l'international

Bien qu'aucun titre en 2020 ne réalise d'importantes performances à l'international, deux films français parviennent à dépasser le million d'entrées (sept en 2019) : le film d'animation *Bigfoot Family* (1,3 million d'entrées) et la coproduction minoritaire italo-française *Pinocchio* (1,1 million d'entrées). Ces deux films concentrent 17,9 % des entrées totales des films français à l'international en 2020.

Les productions majoritairement françaises conservent en 2020 une place importante dans le top 20 annuel : 15 films sont des productions majoritaires (16 en 2019).

Malgré des entrées en baisse, le classement des premiers films français à l'international met encore une fois à l'honneur la diversité de la production française avec les succès des films d'animation (*Bigfoot Family*, *Vic le Viking*, *Yakari, le film*), des comédies (*Hors normes*, *la Belle Époque*, *la Daronne*), des drames (*Portrait de la jeune fille en feu*, *la Vérité*, *les Misérables*) ainsi que d'autres genres moins représentés comme le biopic avec *le Traître* et *J'accuse*, ou le thriller avec *les Traducteurs* et l'aventure avec *Donne-moi des ailes*.

Les 10 premiers films français en termes d'entrées à l'étranger en 2020

titre	nombre de territoires	entrées
1 <i>Bigfoot Family</i>	28	1 303 243
2 <i>Pinocchio</i>	27	1 144 840
3 <i>Portrait de la jeune fille en feu</i>	40	965 680
4 <i>J'accuse</i>	25	726 143
5 <i>Les Misérables</i>	46	568 655
6 <i>Hors normes</i>	35	542 564
7 <i>La Belle Époque</i>	37	441 627
8 <i>Sorry We Missed You</i>	31	437 668
9 <i>Vic le Viking</i>	18	324 207
10 <i>Donne-moi des ailes</i>	18	265 294

Source : UniFrance.

L'Europe occidentale reste la première zone d'exportation des films français

Pour la cinquième année consécutive, l'Europe occidentale est la première zone d'exportation des films français. Avec 6,96 millions d'entrées en 2020, la zone capte plus de la moitié (50,9 %) des entrées du cinéma français à l'international. Deux territoires de la zone parviennent à dépasser le million d'entrées, et six territoires européens intègrent le top 10 mondial en termes d'entrées.

L'Europe centrale et orientale se maintient en seconde position des zones d'exportation du cinéma français en 2020, avec 2,81 millions d'entrées. La zone représente 20,5 % de part de marché pour le cinéma français à l'international en 2020, la part la plus élevée de la décennie. Au sein de la zone, seule la Russie dépasse le million d'entrées et devient en 2020 le territoire dans lequel les films français enregistrent le plus d'entrées toutes zones confondues, devant l'Espagne et l'Italie.

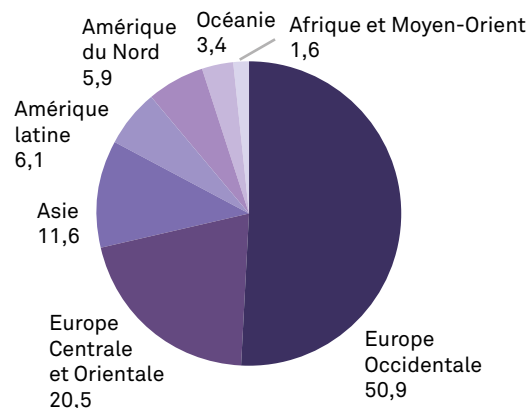
En 2020, l'Asie redevient la troisième zone d'accueil du cinéma français avec 1,58 million d'entrées, soit 11,6 % de part de marché. La zone est principalement portée par des marchés qui ont connu les fermetures de salles les plus limitées en 2020, à l'instar de la Corée du Sud qui devient le

premier territoire d'Asie en nombre d'entrées (9^e mondial). Seul *Portrait de la jeune fille en feu* parvient toutefois à cumuler plus de 100 000 entrées en Asie en 2020.

Chacune des quatre autres zones (Amérique latine, Amérique du Nord, Afrique et Moyen Orient, Océanie) enregistre moins d'un million d'entrées en 2020. En Amérique du Nord, les Etats-Unis et le Canada anglophone parviennent toutefois à intégrer le classement des territoires les plus porteurs du cinéma français en 2020, en 8^e position. Comme en Asie, *Portrait de la jeune fille en feu* est le seul film français à atteindre les 100 000 entrées sur la zone.

En 2020, la Russie est le territoire qui enregistre le plus grand nombre d'entrées pour le cinéma français.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2020 (%)



Source : UniFrance.

La France est la quatrième nation la plus présente sur les services de VàDA à l'international

En juillet 2020, 2 718 films français différents sont disponibles sur au moins une plateforme de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) à l'international ce qui fait de la France l'une des cinématographies les plus diffusées à l'international derrière les Etats-Unis (22 084 titres), l'Inde (3 439 titres) et le Royaume-Uni (3 023). En moyenne, un film français est disponible sur 5,5 plateformes de VàDA à travers le monde, contre 8,0 pour un film américain, 5,7 pour un film britannique et 3,4 pour un film allemand. Les films français représentent 4,6 % de l'offre de films sur les services de VàDA dans le monde. La France est ainsi la quatrième nationalité représentée, et la deuxième nationalité européenne derrière le Royaume-Uni (5,1 %) et devant l'Allemagne (2,7 %) et l'Italie (2,0 %). Les Etats-Unis (37,3 %) dominent le classement.

En juillet 2020, les films français représentent 4,6 % de l'offre de films sur les plateformes de VàDA dans le monde.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exportation des films français en 2019*

En 2020 : **294,7 millions** d'entrées en Europe
(-70,7 % par rapport à 2019)

dont :

65,2
millions
en France

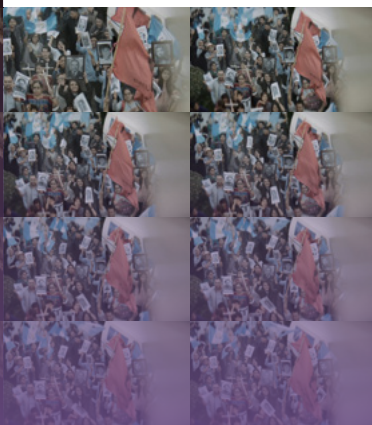
44,0
millions
au Royaume-Uni

38,1
millions
en Allemagne

30,1
millions
en Italie

548
millions
en Chine

240
millions
en Amérique du nord



5.3

Le cinéma dans le monde

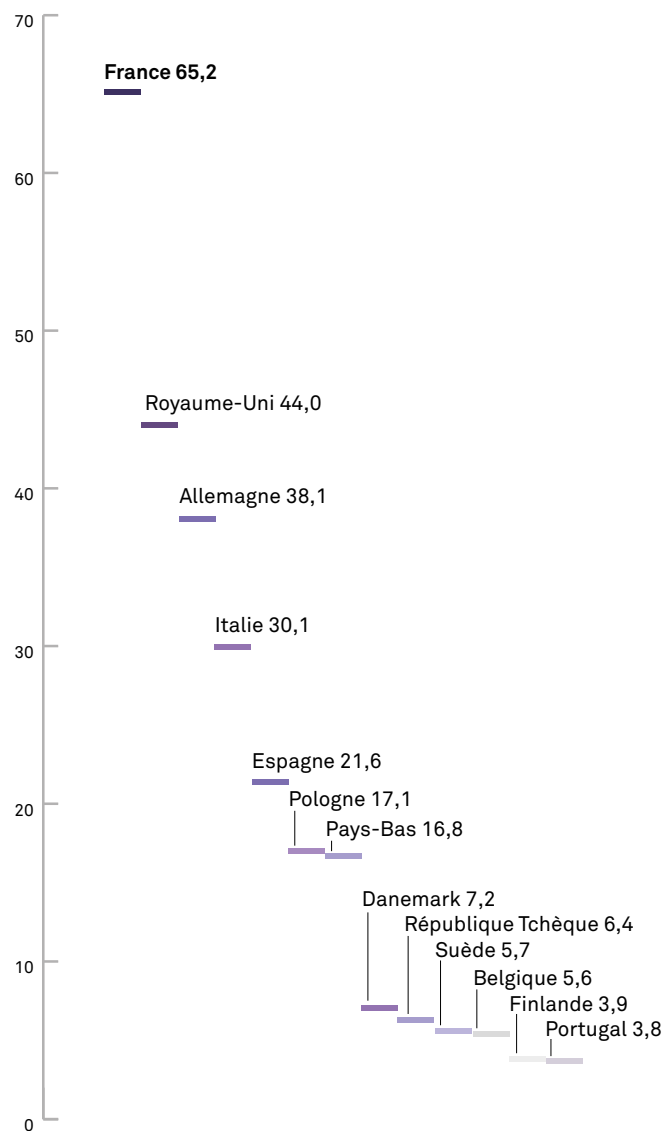
La Chine, premier marché en 2020

En 2020, selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union Européenne et au Royaume-Uni reculent de 70,7 % pour atteindre 294,7 millions d'entrées en raison de la crise sanitaire et des fermetures de salles qui ont été imposées pendant plusieurs mois dans la quasi-intégralité des pays européens. Pour rappel, la fréquentation des salles européennes avait dépassé le milliard d'entrées en 2019 pour la première fois depuis 2004. La fréquentation recule dans des proportions très proches sur tous les marchés européens, dont l'Allemagne (-67,9 %), la France (-69,4 %), l'Italie (-71,2 %), le Royaume-Uni (-75,0 %) et l'Espagne (-79,4 %). La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 65,2 millions d'entrées.

En Russie, le nombre d'entrées recule de 59,1 % et s'établit à 88,4 millions d'entrées en 2020.

Pour la première fois, la Chine devient le premier marché mondial en recettes avec 3,1 Md\$ de box-office (-68,3 %), pour un nombre d'entrées de 548 millions. L'Amérique du Nord enregistre une chute de 80,6 % de son box-office à 0,24 Md\$, pour une fréquentation qui s'élève à 240 millions d'entrées.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni en 2020 (million d'entrées)



Europe

La France, premier marché de l'Union Européenne

Les premières estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel indiquent que la fréquentation dans les salles de l'Union Européenne et du Royaume-Uni est en chute de 70,7 % en 2020 et atteint 294,7 millions d'entrées, contre 1,01 milliard en 2019. Cette baisse concerne dans des proportions assez similaires l'intégralité des pays européens. Avec une fréquentation en recul de 69,4 %, la France se situe dans la moyenne européenne et demeure le premier marché de l'Union européenne aussi bien en termes d'entrées (65,2 millions) que de recettes (432,6 M€). En cette année exceptionnelle, et malgré une hausse de 10,1 points, la France enregistre la quatrième part de marché nationale la plus élevée de l'Union Européenne avec 44,9 %. Elle se situe derrière l'Italie (55,6 %), le Danemark (50,0 %) et la République tchèque (48,3 %).

Plusieurs marchés européens ont connu des baisses de leur fréquentation plus limitées que celles observées au niveau du continent, en particulier le Danemark (-45,5 % à 7,2 millions d'entrées) et les Pays-Bas (-55,9 % à 16,8 millions d'entrées). Parmi les principaux marchés du continent, les baisses des entrées en Allemagne (-67,9 % à 38,1 millions d'entrées) et en Italie (-71,2 % à 30,1 millions d'entrées) se situent dans la moyenne européenne. En revanche, les salles britanniques et espagnoles accusent des chutes plus importantes : au Royaume-Uni, la fréquentation recule de 75,0 % pour s'établir à 44,0 millions d'entrées. En Espagne, la diminution atteint 79,4 % à 21,6 millions d'entrées, soit la baisse la plus importante de l'Union Européenne.

En Scandinavie, les salles de cinéma semblent avoir été légèrement moins affectées : la fréquentation recule de 53,9 % en Finlande, 64,4 % en Suède, et hors Union Européenne, de 57,0 % en Norvège. La baisse dépasse les 70 % dans les autres pays d'Europe de l'Ouest dont la Belgique (-72,0 %), l'Autriche (-71,8 %) et le Portugal (-75,7 %), de même que dans la plupart des pays d'Europe centrale et orientale, comme en Pologne (-71,8 %).

Hors de l'Union Européenne, la fréquentation diminue de 70,4 % à 17,6 millions d'entrées en Turquie et de 59,1 % à 88,4 millions d'entrées en Russie.

En 2020, la part de marché du film national est en hausse dans la quasi-intégralité des pays de l'Union européenne. Dans plusieurs pays, elle augmente même très fortement : +34,0 points en Italie, +24,2 points en Finlande, +23,3 points au Danemark, +21,8 points en République tchèque. Elle progresse de 13,7 points en Espagne, de 13,6 points en Suède et en Allemagne, de 10,1 points en France et de 9,5 points aux Pays-Bas. La part de marché nationale est supérieure à 25 % dans 11 pays en 2020, contre seulement quatre pays en 2019. La Turquie conserve la part de marché du film national la plus importante en Europe (80,0 % en 2020, contre 56,9 % en 2019). En Russie, elle atteint 47,9 % (23,1 % en 2019).

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2020

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits ¹	190	90	126	nd	nd
entrées (millions)	65,2	44,0	38,1	30,1	21,6
évolution (%)	-69,4	-75,0	-67,9	-71,2	-79,4
prix moyen de la place (€)	6,63	7,84	8,35	6,35	5,98
indice de fréquentation ²	1,0	0,7	0,5	0,5	0,5
part du film national (%)	44,9	14,0 ³	35,1	55,6	28,8
nombre d'écrans	6 127	4 480	4 926	5 385 ⁴	3 695 ⁴
nombre d'écrans pour 100 000 habitants	9,4	6,7	5,9	8,9 ⁴	7,8 ⁴

¹Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires. Allemagne : films en première sortie. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ En termes de recettes. Films britanniques indépendants uniquement. ⁴ Chiffres 2019. Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIO, ICAA, Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA).

Selon les informations compilées par l'Union Internationale des Cinémas, la France fait partie des pays européens qui ont fermé le plus longtemps leurs salles de cinéma en 2020 avec

162 jours au total, derrière la Belgique et l'Italie. Si la quasi-totalité des pays de l'Union Européenne ont fermé leur parc de salles à partir de la deuxième moitié du mois de mars, les réouvertures se sont étalées entre la mi-mai et le début du mois de juillet. Par ailleurs, la plupart des pays ont imposé une deuxième fermeture à partir de la fin du mois d'octobre. Enfin, dans plusieurs pays décentralisés, les dates varient sensiblement en fonction des régions. Dans tous les pays néanmoins, la période de réouverture s'est accompagnée de consignes strictes concernant la circulation des spectateurs au sein des établissements, l'espacement des séances, des jauges maximales et parfois des horaires de couvre-feu.

Plusieurs pays ont eu une approche différente : une seule période de fermeture nationale a été imposée aux cinémas en Espagne. Des refermetures régionales ont néanmoins eu lieu à la fin de l'année 2020. N'ayant jamais décrété de confinement ou de fermeture de ses lieux culturels, la Suède fait partie des exceptions. Néanmoins, les nombreuses consignes de sécurité et restrictions, concernant les rassemblements notamment, ont amené la grande majorité des cinémas à fermer leurs portes.

La fermeture des salles en Europe en 2020

	Nombre total de jours de fermeture
Espagne (Catalogne)	84
Danemark	85
Suisse	100
Pays-Bas	109
Russie	111
Allemagne	121
Royaume-Uni (Angleterre)	136
Pologne	140
République tchèque	140
Turquie	152
France	162
Italie	165
Belgique	172

Source : Unic (Union Internationale des Cinémas), sélection de pays européens. Remarque : au sein d'un pays, les dates de fermeture et de réouverture peuvent varier en fonction des régions, en Allemagne et en Italie notamment.

Europe de l'Ouest

Allemagne

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), la fréquentation des salles allemandes chute de 67,9 % en 2020 à 38,1 millions d'entrées. Parallèlement, les recettes reculent de 69,0 % à 318,0 M€. Au total, les salles de cinéma du pays auront été fermées pendant une période comprise entre 4 mois et 5 mois et demi en fonction des régions. Le prix moyen de la place diminue de 3,3 % à 8,35 €. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) chute également à 0,5 entrée en 2020 (1,4 en 2019).

Toutes nationalités confondues, 339 nouveaux films sont sortis sur les écrans allemands en 2020, contre 606 en 2019, soit une baisse de 44,1 %. Parmi ceux-ci, 150 films allemands ont été distribués en première exclusivité en 2020, contre 252 en 2019 (-40,5 %). Au total, la part de marché des films allemands passe de 21,5 % en 2019 à 35,1 % des entrées en 2020, soit une hausse de 13,6 points. Un seul film allemand figure au top 10 en 2020, contre deux en 2019. Il s'agit de la comédie *Nightlife* (sortie en février 2020) à la quatrième place avec 1,4 million d'entrées. Le reste du classement est occupé par des productions américaines ou britanniques. Les trois premiers films au box-office 2020 sont *Bad Boys for Life* (1,8 million d'entrées), *Tenet* (1,7 million) et *Star Wars : l'ascension de Skywalker* (1,5 million).

Le parc de salles allemand compte 1 728 établissements (1 734 en 2019) et 4 926 écrans actifs (-35 écrans).

Le cinéma en Allemagne

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	171	200	195	186	181	199	199	198	237	126
écrans	4 640	4 617	4 610	4 637	4 692	4 739	4 803	4 849	4 961	4 926
entrées (millions)	129,6	135,1	129,7	121,7	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6	38,1
indice de fréquentation ²	1,6	1,7	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,3	1,4	0,5
recettes (M€)	958,1	1 033,0	1 023,0	979,7	1 167,1	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0	318,0
part du film national (%) ³	21,8	18,1	26,2	26,7	27,5	22,7	23,9	23,5	21,5	35,1
part du film américain (%) ³	60,1	60,8	65,4	62,6	54,5	64,5	63,6	61,8	56,5	45,7
part du film européen (%) ³	15,6	19,8	6,1	11,7	15,7	11,5	11,2	13,0	17,6	11,3
part du film français (%) ³	4,9	11,1	3,2	7,2	3,4	2,9	4,1	2,9	3,5	nd

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires en première sortie. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Filmförderungsanstalt (FFA), Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), UniFrance.

Belgique

Selon les estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, les entrées dans les salles de cinéma belges baissent de 72,0 % à 5,6 millions d'entrées, tandis que le box-office recule de 74,0 % à 44,5 M€.

D'après ComScore, le box-office est dominé par des films américains, à l'exception de la production britannique *Tenet* à la quatrième place et de la comédie flamande *F.C. De Kampioenen 4: Viva Boma!* à la cinquième place (2,0 M€ chacun). Sorti fin 2019, ce quatrième opus de la série de films à succès *F.C. De Kampioenen* cumule un total de 3,4 M€. *Bad Boys for Life* occupe la première place du classement avec 4,7 M€.

Espagne

Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, l'Espagne fait partie des pays européens dont les salles de cinéma ont été le plus durement affectées par la crise avec une chute de 79,4 % de leur fréquentation à 21,6 millions d'entrées. Les recettes sont également en chute de 79,0 % et s'établissent à 129,2 M€. La part de marché des films espagnols gagne néanmoins 13,7 points pour atteindre 28,8 %.

Pour la première fois depuis 2016, selon ComScore, c'est un film espagnol sorti en juillet qui domine le box-office en 2020 : la comédie *Padre no hay más que uno 2* enregistre 2,3 millions d'entrées. Le premier opus de la série, *Padre no hay más que uno*, avait déjà atteint la huitième place en 2019 avec un total de 2,5 millions d'entrées. *1917* et *Tenet* complètent le podium avec respectivement 1,6 et 1,2 million d'entrées. Un autre film espagnol atteint la quatrième place, le drame *Adú* avec 1,1 million d'entrées.

Italie

Selon les estimations de la SIAE, la fréquentation des salles de cinéma en Italie chute de 71,2 % à 30,1 millions d'entrées en 2020. Les recettes diminuent également de 71,4 % et s'établissent à 191,0 M€. Le début d'année avait été néanmoins positif dans les salles italiennes avec une hausse de 33,7 % des entrées sur le mois de janvier, grâce notamment aux résultats de la comédie italienne *Tolo Tolo* qui finit l'année à 6,7 millions d'entrées, loin devant deux autres comédies nationales, également sorties au mois de janvier : *Me contro Te - Il film: La vendetta del Signor S* (1,5 million d'entrées) et *Odio L'Estate* (1,2 million).

Au total, d'après les résultats communiqués par l'ANICA et Cinetel sur environ 95 % du marché, la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en très forte hausse à 55,6 % des entrées en 2020, contre 21,6 % en 2019. Les films italiens enregistrent ainsi 15,6 millions d'entrées en 2020, contre 21,1 millions en 2019, soit une baisse de 25,7 %. La part de marché européenne (hors Italie) est stable à 12,1 % des entrées, contre 11,8 % en 2019, tandis que la part de marché américaine perd

Le cinéma en Espagne

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ¹
longs métrages produits ²	181	157	207	203	234	241	257	248	235	nd
écrans	4 044	4 003	3 908	3 700	3 588	3 554	3 618	3 589	3 695	nd
entrées (millions)	98,3	94,2	78,7	88,0	96,1	101,8	99,8	98,9	104,9	21,6
indice de fréquentation ³	2,1	2,0	1,6	1,9	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	0,5
recettes (M€)	635,8	614,2	506,3	518,2	575,2	602,0	591,3	585,7	614,7	129,2
part du film national (%) ⁴	15,8	19,4	14,0	25,5	19,3	18,5	17,4	17,6	15,1	28,8
part du film américain (%) ⁴	69,1	59,7	69,6	55,6	62,0	68,1	67,4	64,1	73,2	nd
part du film européen (%) ⁴	13,2	17,6	10,0	14,1	15,9	12,1	13,5	15,0	9,9	nd
part du film français (%) ⁴	2,2	6,7	1,2	4,1	3,8	2,2	4,0	2,5	30,	nd

¹ Données provisoires. ² Films 100% nationaux et coproductions majoritaires. ³ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales.

35,3 points pour s'établir à 29,0 % des entrées. Au total en 2020, 246 films inédits sont distribués, soit 277 de moins qu'en 2019. 124 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 93 de moins qu'en 2019.

Le premier film non-italien au box-office atteint la quatrième place : il s'agit de *1917* (1,0 million d'entrées). Il est suivi par *Tenet* (1,0 million d'entrées également) et les *Filles du Docteur*

March (0,9 million d'entrées). Au total, cinq films italiens font partie du top 10 de l'année, contre un seul en 2019.

En 2020, le distributeur italien Medusa Films domine le classement des distributeurs avec une part de marché en recettes de 31,0 % (+25,9 points). Premier en 2019, Disney n'est que le quatrième distributeur en 2020 avec une part de marché en chute de 21,0 points à 5,7 %.

Le cinéma en Italie

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020 ¹
longs métrages produits ²	146	150	156	140	135	155	166	176	nd	nd
écrans ³	5 393	5 197	5 132	5 094	5 053	5 104	5 315	5 205	5 385	nd
entrées (millions)	101,3	100,1	106,7	98,3	106,7	113,8	99,6	91,7	104,4	30,1
indice de fréquentation ⁴	1,8	1,7	1,7	1,5	1,7	1,9	1,6	1,5	1,7	0,5
recettes (M€)	661,7	637,1	646,3	600,1	664,3	695,1	619,4	579,5	667,9	191,0
part du film national (%) ⁵	37,5	26,5	31,0	27,8	21,4	28,7	18,3	23,2	21,6	55,6
part du film américain (%) ⁵	48,6	53,2	53,7	49,7	60,0	55,2	65,2	55,2	64,3	29,0
part du film européen (%) ⁵	13,8	18,2	10,8	17,2	15,5	12,8	13,8	20,1	11,8	12,1
part du film français (%) ⁵	4,6	7,7	4,0	5,7	4,6	2,1	4,6	3,5	3,8	2,4

¹ Données provisoires. ² Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires ayant bénéficié d'un soutien public. ³ Inclut les écrans avec moins de 60 jours d'activité par an.

⁴ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ⁵ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire Européen de l'Audiovisuel.

Pays-Bas

Selon l'Agence nationale du cinéma des Pays-Bas (Nederlands Filmfonds), les entrées dans les salles de cinéma néerlandaises connaissent une chute moins importante que la majorité des pays européens et s'établissent à 16,8 millions, soit une baisse de 55,9 % par rapport à 2019, notamment en raison d'un très bon début d'année 2020 et d'une fermeture des cinémas moins longue que dans la plupart des pays d'Europe de l'Ouest. Les recettes diminuent de 56,4 % à 151,6 M€. La part de marché des films néerlandais progresse de 9,5 points à 21,3 %.

Le classement est dominé par *1917* (1,0 million d'entrées), suivi de *Tenet* et du film néerlandais *De Beentjes van Sint-Hildegard* (0,7 million chacun). Un autre film local fait partie du top 10, il s'agit de *April, May en June* à la cinquième place (0,3 million d'entrées). Huit des 10 premiers films au box-office ont fait leur carrière sur le premier trimestre de l'année 2020.

En 2020, les Pays-Bas comptent 995 écrans.

Portugal

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal recule de 75,7 % et s'établit à 3,8 millions d'entrées. Les recettes totales sont également en baisse de 75,4 % à 20,5 M€.

En 2020, 230 films inédits sont programmés en salles dont 75 de nationalité américaine et 117 d'origine européenne, incluant 24 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux passe de 4,5 % à 3,5 % en 2020. Les films américains représentent 63,8 % des entrées, contre 74,8 % en 2019.

Les trois premiers films au box-office sont les productions américaines *1917* (330 000 entrées), *Bad Boys for Life* (260 000 entrées) et *Birds of prey et la fantabuleuse histoire de Harley Quinn* (166 000 entrées).

Royaume-Uni

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques est en très forte baisse à 44,0 millions d'entrées, soit -75,0 % par rapport à 2019. Le box-office au Royaume-Uni chute également de 75,5 % à 307,1 M£ (345,2 M€). Le prix moyen de la place recule de 2,0 % et atteint 6,98 £ (7,84 €).

Selon ComScore, les vingt premiers films de l'année génèrent 74,5 % du box-office total en 2020, contre 54,1 % en 2019. En 2020, un seul film dépasse 40 M£ (six en 2019) : il s'agit du film historique américain *1917*, avec 44,1 M£ (49,6 M€), sorti au mois de janvier 2020. L'année avait ainsi commencé positivement avec une fréquentation en hausse de 19,7 % sur les deux premiers mois.

Au total, les films britanniques indépendants représentent 14,0 % du box-office britannique, contre 12,9 %

en 2019, soit le niveau le plus élevé depuis 2014 (16,1 %). Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce aux investissements de studios américains et pour lesquels les principales décisions de productions ne sont pas nationales. Parmi ces films « soutenus » par des studios américains figurent notamment *1917*, mais également *Tenet*, en troisième position avec 17,5 M£. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 46,0 % (47,6 % en 2019). La deuxième place du classement est occupée par *Sonic le film* (19,3 M£). Le premier film britannique et seul film dans le top 10 est la coproduction britannico-américaine indépendante *The Gentlemen*, à la sixième place avec 12,3 M£. Deux des dix premiers films de l'année sont des productions Disney, contre sept en 2019.

Le Royaume-Uni compte 4 480 écrans en 2020.

Le cinéma au Royaume-Uni

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	304	307	300	284	277	256	255	182	101	90
écrans	3 767	3 817	3 867	3 909	4 046	4 150	4 264	4 340	4 480	4 480
entrées (millions)	171,6	172,5	165,5	157,5	171,9	168,3	170,6	177,0	176,1	44,0
indice de fréquentation ²	2,8	2,7	2,6	2,5	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	0,7
recettes (M£)	1 040,0	1 099,0	1 083,0	1 063,3	1 242,1	1 228,1	1 279,4	1 282,1	1 253,9	307,1
part du film national (%) ^{3,4}	13,1	9,3	6,6	16,1	10,5	7,4	9,6	13,2	12,9	14,0
part du film américain (%) ³	60,6	61,3	72,7	65,8	51,1	58,9	57,7	51,3	50,0	nd
part du film européen (%) ³	1,7	4,8	3,0	4,5	2,4	3,2	1,5	1,1	1,1	nd
part du film français (%) ⁵	1,8	4,3	0,7	1,9	2,0	0,7	1,1	0,4	0,3	nd

¹ Films 100% britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2020 provisoire. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ En termes de recettes, au Royaume-Uni et en Irlande. ⁴ Films britanniques indépendants uniquement. N'inclut pas les films produits avec des investissements américains. ⁵ En termes d'entrées, au Royaume-Uni et en Irlande. Source: CNC d'après British Film Institute (BFI), UK Cinema Association, UniFrance.

Suisse

D'après les chiffres communiqués par l'Association Suisse des exploitants et distributeurs de films ProCinema, les entrées dans les salles de cinéma suisses sont en baisse de 65,0 % en 2020 pour atteindre 4,5 millions d'entrées. La Suisse alémanique, qui représente 70,6 % des entrées du pays enregistre une chute un peu moins importante de 62,3 % de sa fréquentation. Parallèlement, les recettes s'établissent à 69,3 millions de francs suisses (64,7 M€), soit une baisse de 65,1 %. Le prix moyen de la place est stable à 15,4 francs suisses (14,4 €).

Les films suisses génèrent 0,6 million d'entrées pour une part de marché de 13,9 % (+7,1 points). Les films français rassemblent 11,6 % des entrées en Suisse (11,4 % en 2019), derrière les Etats-Unis avec une part de marché de 52,2 % (66,2 % en 2019). C'est un film suisse qui domine le box-office en 2020 : le drame *Platzspitzbaby* enregistre ainsi 331 000 entrées. Le reste du top 10 est composé de films américains ou britanniques uniquement, avec notamment *Tenet* (207 000 entrées) et *Bad Boys for Life* (198 000 entrées) en deuxième et troisième positions.

En 2020, la Suisse compte 603 écrans, dont 416 en Suisse alémanique (69,0 %) et 160 en Suisse romande (26,5 %).

Europe de l'Est

Estonie

La fréquentation des salles estoniennes diminue de 51,2 % en 2020 et s'établit à 1,8 million d'entrées. Parallèlement, les recettes reculent de 50,8 % à 10,7 M€. La part de marché nationale augmente de 3,7 points à 26,7 % en 2020. *Tenet* domine le classement de l'année avec 0,2 million d'entrées, devant deux films estoniens.

La baisse de la fréquentation est plus prononcée dans les deux autres Pays baltes, même si elle reste inférieure à la moyenne européenne. Elle chute de 63,1 % à 1,5 million d'entrées en Lituanie et de 67,0 % à 0,9 million d'entrées en Lettonie. La part de marché nationale s'établit à 21,9 % en Lituanie (+2,8 points par rapport à 2019) et à 19,9 % en Lettonie (-0,3 point).

Pologne

Selon l'institut polonais du cinéma, l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel et Film New Europe, après avoir battu un record en 2019, la fréquentation des salles de cinéma polonaises est en baisse de 71,8 % à 17,1 millions d'entrées. Les recettes s'élèvent à 312,9 MPLN (70,4 M€), soit une diminution de 72,6 %. La part de marché des films nationaux recule et passe de 27,5 % en 2019 à 17,9 % en 2020. Sept des dix premiers films au box-office sont néanmoins des productions nationales, contre quatre en 2019. En particulier, le premier film au box-office est le thriller *365 days* qui enregistre 1,6 million d'entrées. Parmi les films étrangers présents dans le top 10, le film d'animation *Scooby* et *1917* rassemblent chacun 0,4 million d'entrées.

République tchèque

Selon l'Union tchèque des distributeurs de films, les salles de cinéma tchèques voient leur fréquentation reculer de 65,1 % pour atteindre 6,4 millions d'entrées en 2020. Parallèlement, les recettes diminuent de 65,4 % et s'établissent à 906,0 millions de couronnes tchèques (34,2 M€). La part de marché nationale connaît une très forte

augmentation de 21,8 points à 48,3 %. Les cinq premiers films au box-office 2020 sont ainsi des films locaux, au premier rang desquels figure de manière exceptionnelle un documentaire : *Caught in the Net* avec 0,4 million d'entrées. Au total, six films tchèques font partie du top 10, contre seulement deux en 2019. La production américaine *Sonic le film* atteint la sixième place avec 0,2 million d'entrées.

Roumanie

Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, Cineuropa et Film New Europe, la fréquentation des salles de cinéma en Roumanie recule de 78,5 % à 3,1 millions d'entrées en 2020. Les recettes diminuent de 78,7 % à 63,8 millions de leus (13,2 M€). Les 12 films domestiques sortis en 2020 (31 en 2019) ont rassemblé 18,1 % des entrées, soit une forte hausse de 12,9 points. Au total, 61 films sont sortis en salles en 2020, contre 194 en 2019. Le succès du cinéma national en 2020 est surtout lié à la performance de la comédie *Miami Bici* qui rassemble 0,6 million d'entrées, devenue ainsi le plus grand succès national du cinéma roumain depuis 25 ans. Le film, seule production nationale au top 10, est à l'origine de plus de 90 % des entrées des films nationaux en 2020. Le podium est complété par les films américains *Bad Boys for Life* et *le Voyage du Dr Dolittle*.

Le cinéma dans la Fédération de Russie

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	65	69	66	84	105	98	92	106	141	nd
écrans	2 704	3 100	3 479	3 829	3 994	4 376	4 806	5 247	5 580	5 450
entrées (millions)	159,5	157,0	177,1	176,0	174,0	192,8	212,1	200,6	216,3	88,4
indice de fréquentation ²	1,1	1,1	1,1	1,2	1,2	1,3	1,5	1,4	1,5	0,6
recettes (M€)	1 155	1 200	1 370	1 150	716	726	912	803	847	315
part du film national (%) ³	17,9	16,1	18,4	18,7	17,9	18,1	23,8	28,5	22,5	48,0
part du film américain (%) ³	72,7	69,1	66,9	78,3	54,7	58,8	59,6	54,6	56,8	28,0
part du film européen (%) ³	8,8	3,7	nd	nd	26,8	23,0	16,4	15,8	20,1	21,6
part du film français (%) ³	2,4	4,4	1,5	4,1	4,9	4,5	6,2	4,5	6,8	2,4

¹ Films nationaux à 100 %. Données révisées à partir de 2011. Depuis 2015 : nombre de films russes distribués. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après NevaFilm Research, Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA).

Russie

Selon NevaFilm Research, les entrées des salles de cinéma en Russie baissent de 59,1 % à 88,4 millions d'entrées (hors contenus alternatifs). Parallèlement, les recettes chutent de 58,4 % en devise locale pour atteindre 22,8 Mds de roubles (276 M€). Les films nationaux enregistrent une part de marché en très forte hausse de 25,5 points à 48,0 % des entrées. L'année 2020 est marquée par le record atteint par la comédie russe sortie fin 2019 *Son of a Rich* avec 10,2 millions d'entrées en 2020 et un total de 11,6 millions d'entrées, qui devient ainsi le plus grand succès au box-office pour un film national. Le podium est complété par un autre film russe, *Ice 2* (6,0 millions d'entrées) et par le film britannique *The Gentlemen* (4,0 millions). Au total, cinq films russes font partie du top 10 en 2020, contre un seul en 2019.

En 2020, après plusieurs années d'expansion, le parc de salles russe se réduit légèrement. Le pays compte 5 450 écrans, contre 5 580 en 2019.

Scandinavie

Danemark

Selon les données publiées par le Danish Film Institute, les entrées en salles s'établissent à 7,2 millions en 2020. La chute de la fréquentation des salles danoises est la moins forte de l'Union Européenne à -45,5 %, contre -70,7 % en Union Européenne (avec le Royaume-Uni). Ces résultats sont notamment à mettre sur le compte de la bonne performance des films nationaux. La part de marché du cinéma national augmente ainsi de 23,3 points à 50,0 %. En 2020, six films danois font partie du top 10 en entrées, dont les quatre premiers films, avec en tête le film *Drunk* avec 0,8 million d'entrées. La première production étrangère au classement est le film d'animation *la Reine des neiges 2* à la cinquième place avec 0,3 million d'entrées, devant *Tenet* à la septième place (0,2 million d'entrées), *1917* et *Bad Boys for Life* aux neuvième et dixième positions (0,2 million d'entrées également).

Finlande

D'après les premiers résultats issus de la Finnish Film Foundation, la fréquentation des salles de cinéma finlandaises diminue de 53,9 % à 3,9 millions d'entrées. Les recettes reculent également de 54,5 % à 43,6 M€. L'année est néanmoins exceptionnelle pour les films nationaux, dont la part de marché en entrées passe de 16,9 % à 41,1 %, soit une hausse de 24,2 points. Le film *la Reine des neiges 2*, sorti en 2019, est en tête du box-office en 2020 avec 0,3 million d'entrées. Il devance la comédie locale *Ladies of Steel* (0,2 million d'entrées) et *Tenet* (également 0,2 million d'entrées). Au total, six des dix premiers films au classement sont des productions nationales.

Norvège

Selon l'organisation Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège recule de 57,0 % à 4,9 millions d'entrées en 2020 et les recettes de 57,2 % à 557,7 millions de couronnes norvégiennes (52,0 M€). La part de marché des films nationaux est en très forte hausse de 17,3 points à 35,7 % des entrées, alors que la part de marché américaine passe de 65,3 % à 49,1 %. Le classement est dominé par le film d'action local *Asphalt Burning* avec 0,3 million d'entrées, devant *la Reine des neiges 2* et un film d'animation norvégien. Au total, cinq films nationaux font partie du top 10.

Suède

Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel, si les salles de cinéma suédoises n'ont pas connu une période de fermeture aussi uniforme et obligatoire que dans la majorité des pays européens, leur fréquentation chute de 64,4 % par rapport à 2019 pour s'établir à 5,7 millions d'entrées. Les recettes atteignent 676,3 millions de couronnes (64,5 M€), soit une baisse de 64,8 %. La part de marché du cinéma national fait plus que doubler à 26,8 %, contre 13,2 % en 2019. Selon ComScore, trois films suédois font partie des dix premiers en 2020 (aucun en 2019), dont la comédie *A Piece of My Heart* qui atteint la troisième place avec 0,3 million d'entrées. En haut du classement, figurent le film d'animation Disney *la Reine des neiges 2* (0,6 million d'entrées) et *Star Wars : l'ascension de Skywalker* (0,3 million).

Turquie

Selon les résultats communiqués par Antrakt Sinema, la fréquentation des salles de cinéma turques diminue de 70,4 % en 2020 et s'établit à 17,5 millions d'entrées. Les recettes correspondantes reculent de 69,4 % à 298,4 millions de livres turques (37,0 M€). La part de marché du cinéma national, traditionnellement très élevée en Turquie, augmente et passe de 56,9 % à 80,0 % des entrées et reste la plus élevée des pays européens. Les 10 premiers films en nombre d'entrées sont des productions nationales (six des 10 premiers films en 2019), toutes sorties en janvier ou février 2020. Selon ComScore, les dix premiers films concentrent 70,7 % des entrées (42,8 % en 2019). Le premier film non-national, à la onzième place, est le film sud-coréen *Parasite* (0,3 million d'entrées). Le premier film américain n'atteint que la treizième place. Il s'agit de *Birds of prey* et *la fantabuleuse histoire de Harley Quinn* (0,3 million d'entrées). La Turquie compte 2 819 écrans en 2020 (+4 écrans par rapport à 2019).

Amérique du Nord

Selon les chiffres présentés par la Motion Picture Association (MPA), les entrées dans les salles nord-américaines (Etats Unis + Canada) sont en recul à 0,24 milliard en 2020 contre 1,24 milliard en 2019, soit une chute de 80,6 %. L'indice de fréquentation s'établit à 0,7 entrée annuelle par habitant en moyenne en 2020, contre 3,5 en 2019. Les recettes sont également en baisse de 80,7 % par rapport au record établi en 2019. Elles s'élèvent à 2,2 Md\$ (1,9 Md€), contre 11,4 Md\$ (10,2 Md€) en 2019.

En 2020, les obligations de fermeture ont fortement varié selon les états américains. Les deux marchés considérés comme primordiaux pour l'industrie du cinéma, les villes de New York et de Los Angeles, ont néanmoins imposé la fermeture de leurs salles de cinéma dès le mois de mars et jusqu'à la fin de l'année 2020, empêchant de fait une reprise normale de l'activité des salles dans l'ensemble de la région. Les salles de cinéma des trois premiers circuits d'Amérique du Nord, AMC, Regal Cinemas et Cinemark ont également fermé leurs portes pendant environ cinq mois à partir du mois de mars, avant de rouvrir partiellement et progressivement. Le circuit Regal a néanmoins de nouveau fermé l'intégralité de ses cinémas en fin d'année 2020 en raison du manque de nouvelles sorties.

Le nombre de nouveaux films sortis passe de 860 en 2019 à 319 en 2020 (-62,9 %), dont seulement trois en 3D (35 en 2019). Les majors assurent la distribution de 60 nouveaux films en 2020 (124 en 2019). Les indépendants distribuent 278 films en 2020, contre 863 en 2019. Selon ComScore, quatre sociétés de distribution enregistrent plus de 200 M\$ de recettes en 2020 : Sony, Universal, Disney et Warner Bros. Ces quatre sociétés captent 65,0 % du box-office nord-américain total, dont 22,5 % pour Sony et 19,7 % pour Universal. La part de marché de Disney passe de 33,1 % en 2019 à 11,8 % en 2020. Le classement des films est dominé par *Bad Boys for Life* (Sony) pour un box-office total de 206,3 M\$, contre 858,4 M\$ pour *Avengers: Endgame* (Disney), premier au classement 2019.

1917 (Universal, 158,1 M\$) et *Sonic le film* (Paramount, 149,0 M\$) complètent le podium. Au total, cinq films dépassent les 100 M\$ de recettes, contre 29 en 2019. En 2020, le marché est particulièrement concentré : les cinq premiers films récoltent 34,8 % du box-office, contre 23,5 % en 2019.

En 2020, le marché nord-américain génère 18,3 % des recettes mondiales des films (27,0 % en 2019). Celles-ci chutent de 72,6 % et s'établissent à 12,0 Md\$ en 2020 (10,5 Md€). Les recettes du cinéma hors Etats-Unis et Canada reculent de 68,3 % pour atteindre 9,8 Md\$ (8,6 Md€). L'international, hors Amérique du Nord, représente ainsi 81,7 % des recettes mondiales des films en 2020, contre 73,0 % en 2019. Le box-office en Asie / Pacifique s'établit à 6,0 Md\$ (5,3 Md€), en baisse de 66,3 %. Dans la zone Europe / Moyen-Orient / Afrique, il recule de 68,0 % à 3,3 Md\$ (2,9 Md€).

Après deux années de hausse, le nombre d'écrans aux Etats-Unis recule en 2020 avec 40 998 écrans (41 172 écrans en 2019). Le plus grand circuit nord américain demeure AMC Theatres, avec 8 043 écrans répartis dans 634 établissements, devant le circuit Regal Entertainment Group, racheté en 2018 par le groupe britannique Cineworld.

La production de films a été fortement impactée par la crise sanitaire : 447 films ont été produits au total en 2020 contre 814 en 2019, soit une baisse de 45,1 %. Le nombre de films dont le budget est supérieur à 1 M\$ recule de 42,8 % à 344 films.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	499	476	455	482	495	511	549	576	601	344
écrans	39 580	39 662	40 024	39 956	40 006	40 604	40 246	40 837	41 172	40 998
entrées (milliards) ³	1 280	1 360	1 340	1 270	1 320	1 320	1 240	1 300	1 240	240
indice de fréquentation ^{2,3}	3,9	4,1	4,0	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,5	0,7
recettes (Md\$) ³	10,2	10,8	10,9	10,4	11,1	11,4	11,1	11,9	11,4	2,2
prix moyen de la place (\$)	7,93	7,96	8,13	8,17	8,43	8,65	8,97	9,11	9,16	nd
part du film français (%) ⁴	1,6	2,2	0,6	1,6	1,1	0,4	0,8	0,3	0,3	nd

¹ Ces chiffres représentent environ 70 % de la production totale car ils n'incluent pas les productions dont le budget est inférieur à 1 M\$. Les documentaires sont exclus. En 2020, 447 films (hors documentaires) ont été produits au total. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ Etats-Unis + Canada. ⁴ En termes d'entrées. Source : CNC d'après Motion Picture Association of America, National Association of Theatre Owners, Unifrance.

Amérique latine

Brésil

Selon les premiers chiffres communiqués par ANCINE, l'Agence nationale brésilienne du cinéma, la fréquentation des salles de cinéma brésiliennes est en chute de 77,7 % à 39,3 millions d'entrées en 2020. Les recettes totales sont également en baisse de 77,5 % et atteignent 628,5 millions de réals (106,6 M€), pour un nombre de films sortis en 2020 en recul de 55,6 % à 175 titres.

Les films nationaux génèrent 8,7 millions d'entrées en 2020, soit une diminution de 66,0 %. Leur part de marché atteint 22,1 % des entrées totales, contre 14,5 % en 2019. Selon la société Filme B, le classement de l'année est dominé par la comédie locale *My Mom is a Character 3*, qui enregistre 140,4 millions de réals de recettes (23,8 M€). Le reste du top 10 des films 2020 en recettes est intégralement américain, à l'exception du film sud-coréen *Parasite* en neuvième position. Le film d'animation Disney *la Reine des neiges 2*, sorti en janvier au Brésil, occupe la deuxième place du classement, devant *Jumanji: Next Level*. Le nombre d'écrans continue d'augmenter en 2020 : le Brésil en totalise désormais 3 507 à la fin de l'année, soit une hausse de 160 écrans en un an.

Colombie

Selon les projections du fonds colombien de promotion du cinéma Proimágenes Colombia, la fréquentation des salles de cinéma en Colombie connaît une très forte baisse de 82,8 % pour s'établir à 12,6 millions d'entrées. La part de marché du cinéma national double mais reste à un faible niveau à 6,8 % (3,4 % en 2019). Les recettes totales sont également en baisse de 82,1 % à 112 Mds de pesos (environ 27 M€).

En 2020, 125 films inédits sont sortis en salles (355 en 2019), dont 27 films colombiens (48 en 2019).

Selon ComScore, les trois premières places du box-office 2020 sont occupées par des films américains : *Jumanji: Next Level* (2,1 millions d'entrées), *Bad Boys for Life*

(1,7 million) et *Sonic le film* (1,2 million). Un film colombien fait partie du top 10 (aucun en 2019) : il s'agit de la comédie *Al Son Que Me Toquen Bailo* qui atteint la septième place avec 0,5 million d'entrées.

Mexique

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines s'établit à 64,5 millions d'entrées en 2020, soit une baisse de 81,6 % par rapport à 2020. Après avoir atteint un niveau record en 2019, les recettes chutent de 80,6 % à 3,7 Mds de pesos (150,6 M€). 223 films sont sortis sur les écrans mexicains en 2020, soit la moitié du nombre de films sortis en 2019 (446 films), dont 29,6 % de films américains (36,5 %

en 2019). Les 46 films nationaux sortis en 2020 (101 en 2019) ont généré 7,6 millions d'entrées, soit une baisse de 78,0 %, pour une part de marché qui passe de 9,9 % en 2019 à 11,8 % en 2020.

Le film mexicain *Cindy La Regia* atteint la neuvième place du top 2020 en recettes avec 106 millions de pesos (4,3 M€) et 1,8 million d'entrées. Le reste du top 10 est exclusivement américain à l'exception de *Parasite* à la cinquième place. Le classement est dominé par *Sonic le film* (351 millions de pesos, soit 14,3 M€ et 6,8 millions d'entrées), suivi de *Bad Boys for Life* et *Birds of prey* et *la fantabuleuse histoire de Harley Quinn*. Deux films mexicains ont dépassé le million d'entrées (13 en 2019).

Le parc de salles mexicain comptait 7 493 écrans en 2019.

Le cinéma au Mexique

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	72	112	126	130	140	162	176	186	216	nd
écrans	5 166	5 303	5 547	5 678	5 977	6 225	6 633	7 024	7 493	nd
entrées (millions)	205	229	257	257	296	331	348	332	350	64,5
indice de fréquentation ²	1,9	2,0	2,2	2,1	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8	0,5
recettes (M\$)	786	812	932	903	869	817	882	874	989	172
part du film national (%) ³	7,0	4,5	10,9	8,5	5,3	8,9	6,1	8,3	9,2	nd
part du film américain (%) ³	89	86	79	87	84	87	88	87	86	nd
part du film européen (%) ³	6	4	4	2	8	2	4	3	2	nd
part du film français (%) ³	1,0	2,9	0,7	2,2	3,3	0,7	1,5	0,8	0,6	nd

¹ Films nationaux à 100 %. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ³ En termes d'entrées. Source : CNC d'après IMCINE, Canacine, UniFrance.

Asie

Chine

Selon les résultats communiqués par l'Administration chinoise du cinéma (China Film Administration), la fréquentation des salles de cinéma chinoises recule de 68,3 % à 548 millions d'entrées (1,73 milliard en 2019). Parallèlement, les recettes chutent de 68,3 % en devise locale à 20,4 Md¥ (3,1 Md\$). Selon les informations disponibles, les salles ont été fermées à l'échelle nationale durant 178 jours.

La Chine devient, pour la première fois en 2020, le premier marché mondial du cinéma en box-office, devant l'Amérique du Nord. Comme ailleurs dans le monde, l'année a été particulièrement bonne pour les films locaux : la part de marché des films chinois en termes de recettes atteint un niveau historique à 83,7 % des recettes totales, soit une hausse de 19,6 points par rapport à 2019.

Les dix premiers films au box-office sont des productions nationales ou des coproductions avec Hong-Kong, contre huit films en 2019. En particulier, le classement est dominé par le film de guerre chinois *The Eight Hundred* (451 M\$), qui domine également le classement mondial en 2020. Il est suivi par le film patriotique *My People, My Homeland* (410 M\$). Le premier film étranger arrive en onzième position : il s'agit de *Tenet* avec 66,1 M\$ de recettes. Seulement deux autres productions étrangères font partie du top 20 : *les Croods 2 : une nouvelle ère* en seizième place avec 58,9 M\$ et *Mulan* en vingtième place avec 40,3 M\$. Le box-office chinois est plus concentré qu'en 2019 : les cinq premiers films au box-office représentent 44,1 % du box-office annuel en 2020, contre 31,0 % en 2019.

Malgré la crise, le parc de salles continue de s'agrandir de 5 794 écrans supplémentaires (+8,3 %). Cette croissance a néanmoins marqué le pas en 2020 : le nombre d'écrans avait progressé de 16,2 % en 2019. Le parc cinématographique chinois atteint 75 581 écrans, soit le plus grand parc au monde, devant le parc américain (40 998 écrans en 2020).

Le cinéma en Chine

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
longs métrages produits ¹	558	745	638	618	838	944	970	1 082	1 037	650
écrans	9 286	13 118	18 195	23 600	31 627	41 179	50 776	60 079	69 787	75 581
entrées (millions)	370	470	631	830	1 260	1 370	1 620	1 720	1 730	548
indice de fréquentation ²	0,3	0,4	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2	0,4
recettes (Md\$)	2,0	2,7	3,5	3,9	6,8	6,6	8,6	8,9	9,2	3,1
part du film national (%) ³	53,6	45,0	58,7	54,5	61,6	58,3	53,8	62,2	64,1	83,7
part du film américain (%) ³	nd	50,6	40,0	42,3	38,4	41,7	nd	nd	nd	nd
part du film français (%) ⁴	0,4	1,0	1,0	2,2	1,2	0,1	0,8	0,1	0,1	nd

¹ Films nationaux à 100 %. ² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes de recettes. ⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après China Film Administration, Observatoire Européen de l'Audiovissuel (OEA), UniFrance.

Corée du Sud

Selon le Korean Film Council (KOFIC), après avoir atteint un niveau record en 2019, le box-office enregistré par les salles de cinéma en Corée du Sud chute de 73,7 % en 2020 à 510 Mds de won (379 M€). La fréquentation des salles de cinéma du pays passe de 226,7 millions d'entrées en 2019, soit 4,4 entrées par habitant, un des niveaux les plus élevés au monde, à 59,5 millions en 2020, soit 1,1 entrée par habitant.

La part de marché des films nationaux, traditionnellement très élevée, atteint 69,6 % en 2020, contre 51,0 % en 2019. Il s'agit de la dixième année consécutive où la part de marché des films nationaux dépasse les 50 %. Alors que cinq films dépassaient les 10 millions d'entrées en 2019, le premier film au box-office atteint 4,8 millions d'entrées en 2020 : il s'agit du drame historique sud-coréen *l'Homme du président*. Huit des dix premiers films sont des productions nationales, contre quatre en 2019. Les seuls films étrangers du top 10 sont *Tenet* à la cinquième place (2,0 millions d'entrées) et *le Voyage du Dr Dolittle* à la dixième place (1,6 million d'entrées).

Hong Kong

D'après les données publiées par Hong Kong Box Office Ltd., les recettes des salles de cinéma reculent de 72,0 % en 2020 et s'établissent à 536,9 M\$HK, soit 60,6 M€. 218 films font l'objet d'une sortie en salles en 2020 (329 en 2019) dont 34 films locaux (49 en 2019). Alors que les dix premiers films au box-office étaient tous américains en 2019, le top 10 de l'année 2020 est marquée par une plus grande diversité avec notamment la comédie hong-kongaise *The Grand Grandmaster* à la deuxième place (29,5 M\$HK, 3,3 M€), suivie du film d'animation japonais *The Demon Slayer* et de deux films sud-coréens. Le classement est dominé par le film *Tenet* (54,9 M\$HK, 6,2 M€). Au total, seules quatre productions hollywoodiennes font partie des dix premiers films au box-office.

Inde

Selon le rapport de EY et FICCI publié en mars 2021, les recettes des salles de cinéma sont en nette baisse en 2020 (-78,4 %) à 24,9 Mds de roupies (0,3 Md€). La fréquentation des salles indiennes passe de 1,46 milliard d'entrées en 2019 à 390 millions en 2020, soit une baisse de 73,3 %. Au total, le nombre de films sortis en Inde recule de 75,9 % à 441 films. Les salles indiennes ont fermé leurs portes à partir du mois de mars 2020 et ont pu commencer à rouvrir partiellement à partir du mois d'octobre.

34 films en anglais sont sortis dans les salles indiennes en 2020, soit 75 films de moins par rapport à 2019. Le box-office des films hollywoodiens est en chute de plus de 90 % à 0,9 Md de roupies (10,6 M€). Au total, ils représentent 4 % du box-office indien, contre 14 % en 2019. Aucun film ne franchit la barre du milliard de roupies de recettes en 2020, contre quatre en 2019 (*Avengers: Endgame*, *le Roi Lion*, *Spider-Man: Far From Home* et *Captain Marvel*). Avec 74 films sortis en hindi en 2020, contre 236 films en 2019, le cinéma de Bollywood représente 39 % du box-office, contre 46 % en 2019, pour un total de 9,3 Mds de roupies, en baisse de 82,1 %. Seuls deux films en hindi ont dépassé le milliard de roupies de recettes, contre 20 films en 2019. La grande majorité des films sortis en Inde sont des films en langue régionale, et notamment les films d'Inde du Sud en télougou (54 titres), en kannada (72) ou en tamoul (71). En 2020, les films régionaux représentent la majorité du box-office (57 %, contre 41 % en 2019). En particulier, les films d'Inde du Sud enregistrent un box-office de 12,3 Mds de roupies, en baisse de 68,5 %.

La crise sanitaire et la fermeture des salles de cinéma pendant sept mois a provoqué la fermeture d'entre 1 000 et 1 500 écrans en Inde. Alors que l'Inde reste un des pays les moins bien équipés en salles de cinéma, le nombre d'écrans est estimé à environ 8 000 en 2020, contre 9 500 en 2019.

Japon

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, après avoir atteint un niveau historique en 2019 à 194,9 millions d'entrées, la fréquentation connaît une chute relativement moins forte que dans les autres grands marchés mondiaux. Les entrées des salles japonaises reculent de 45,5 % à 106,1 millions d'entrées en 2020. Parallèlement, les recettes diminuent de 45,1 % à 143,3 Md¥ (1,2 Md€). 21 films locaux dépassent le seuil du milliard de yens (8,2 M€) (40 en 2019), contre seulement quatre films étrangers (25 en 2019). Le nombre de films distribués au Japon atteint 1 017 films, contre 1 278 en 2019, soit une baisse limitée de 20,4 %, dont la moitié de films étrangers (50,2 %). La fermeture des salles de cinéma au Japon a duré moins longtemps que dans la plupart des grands marchés : celle-ci a été imposée à partir de la mi-avril 2020, mais des multiplexes ont commencé à rouvrir progressivement dès la mi-mai.

Le cinéma au Japon

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
films distribués	799	983	1 117	1 184	1 136	1 149	1 187	1 192	1 278	1 017
écrans	3 339	3 290	3 318	3 364	3 437	3 472	3 525	3 561	3 583	3 616
entrées (millions)	144,7	155,2	155,9	161,1	166,6	180,2	174,5	169,2	194,9	106,1
indice de fréquentation ¹	1,1	1,2	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3	1,5	0,8
recettes (Md\$)	2,3	2,4	2,0	2,0	1,8	2,2	2,0	2,0	2,4	1,3
prix moyen de la place (\$)	15,71	15,77	12,76	12,17	10,76	12,04	11,68	11,91	12,30	12,65
part du film national (%) ²	54,9	65,7	60,6	58,3	55,4	63,1	54,9	54,8	54,4	76,9
part du film français (%) ³	0,6	1,6	1,1	2,2	1,4	0,7	0,7	0,7	0,7	nd

¹ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée. ² En termes de recettes. ³ En termes d'entrées. Source : Motion Picture Producers Association of Japan, UniFrance.

En 2020, les films japonais génèrent 109,3 Md¥ de recettes (-23,1 % par rapport à 2019), soit une part de marché à 76,3 %, en hausse de 21,8 points par rapport au niveau déjà très élevé de 2019 (54,4 %). A 34,0 Md¥, les recettes engendrées par les films étrangers reculent de 71,4 % par rapport à 2019.

Comme en 2019, c'est un film d'animation japonais qui domine le box-office en 2020 : *Demon Slayer : le train de l'infini*, avec 36,6 Md¥ (299,6 M€). Le film dépasse ainsi le record précédemment établi en 2001 par *le Voyage de Chihiro* et devient le plus gros succès de tous les temps au box-office local. À lui seul, il représente 25,5 % des recettes des salles japonaises en 2020.

Au total, sept films japonais font partie du top 10 (quatre en 2019). *Star Wars : l'ascension de Skywalker* atteint la deuxième place du classement (7,3 Md¥), devant le film sud-coréen *Parasite* à la troisième place et *Tenet* à la septième place.

Océanie

Australie

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Distributor's Association of Australia (MPDAA) et Screen Australia, les recettes générées par les salles de cinéma australiennes chutent de 67,4 % en 2020 et s'établissent à 401,2 M\$A (242,4 M€). La fréquentation baisse de 66,7 %, pour un total de 28,2 millions d'entrées, soit une moyenne de 1,1 entrée par habitant, contre 3,3 en 2019. 351 films sont sortis sur les écrans en 2020, soit une baisse de 46,8 % par rapport à 2019, dont 32 films australiens (59 en 2019), pour une part de marché nationale de 6,0 % en 2020, contre 3,3 % en 2019.

La première place du box-office est occupée par la production américaine *Jumanji: Next Level* (28,0 M\$A), suivie par *1917* (23,3 M\$A) et *Bad Boys for Life* (19,6 M\$A). Aucun film australien ne fait partie des dix plus grosses sorties de l'année. Huit des dix premiers films au box-office sont sortis avant le mois de février. Seuls *Tenet* (15,9 M\$A) et *Wonder Woman 1984* (11,9 M\$A) ont été distribués après la réouverture des salles au mois de juin, la fermeture aura duré au total environ trois mois. L'Australie compte 2 241 écrans en 2020.

Afrique

Afrique du Sud

Selon la National Film and Video Foundation (NFVF), les recettes des salles en Afrique du Sud baissent de 82,6 % en 2020 à 213,6 millions de rands (11,4 M€). Au total, 96 films sont sortis dans le pays, contre 190 en 2019. Les six films nationaux sortis en 2020 (22 en 2019) représentent une part de marché nationale de 3,5 % (4,9 % en 2019). Les quinze premiers films au box-office sont tous des productions ou des coproductions américaines, avec en tête *Bad Boys for Life* (51,5 millions de rands, 7,5 M€), suivi du film d'animation *les Croods 2 : une nouvelle ère* et *le Voyage du Dr Dolittle*. En raison de la crise sanitaire, les salles de cinéma sud-africaines ont dû fermer totalement pendant cinq mois à partir de la fin mars. Le pays comptait 776 écrans en 2019.

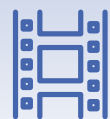
chapitre six

ACTION PUBLIQUE

En 2020: **579,4 M€** de soutiens du CNC
dont:



266,2 M€
pour l'audiovisuel



196,3 M€
pour le cinéma



86,8 M€ de soutiens exceptionnels liés
à la crise sanitaire du Covid-19

36,7 M€ de TSA exonérée



112,1 M€
pour les dispositifs
transversaux



4,8 M€
pour le plan numérique



6.1

Les financements publics

666,2 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

Le CNC soutient le dynamisme des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia grâce au fonds de soutien dont il assure la gestion. La politique publique qu'il conduit a deux finalités principales : assurer une présence forte des œuvres françaises et européennes sur notre territoire et à l'étranger et contribuer à la diversité et au renouvellement de la création.

Les dépenses relatives aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia se sont élevées à 579,4 M€ en 2020 (hors dépenses exceptionnelles liées à l'épidémie de Covid-19 qui ont représenté 86,8 M€ en 2020), un niveau très inférieur à 2019 du fait de la crise sanitaire et de la fermeture des salles de cinéma.

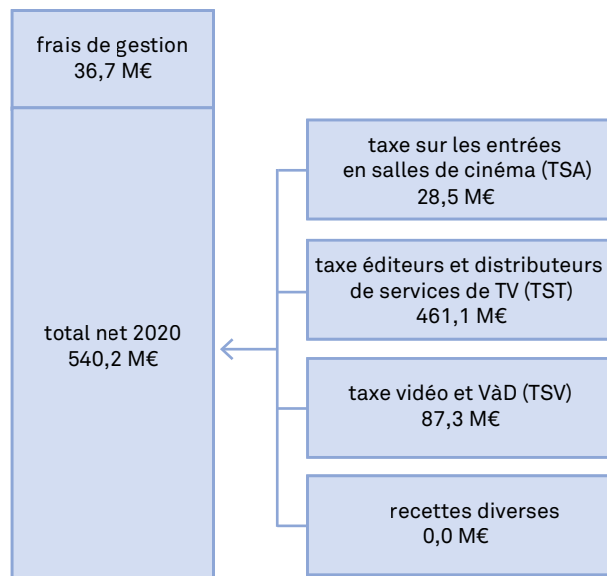
Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production, à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation à l'image. Il a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur de l'audiovisuel, l'action du CNC a pour objectif de favoriser, via des aides automatiques et sélectives, la création et la production d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision et les services de médias à la demande. Le CNC soutient également la création de contenus numériques immersifs ou interactifs et encourage le développement de contenus multi-supports. De façon transversale, le CNC soutient les industries techniques et l'innovation ; il met en œuvre des aides en faveur de l'édition vidéo et de la vidéo à la demande, contribue à la promotion du cinéma et des programmes audiovisuels à l'étranger, participe aux financements visant à soutenir la production cinématographique et audiovisuelle en région et contribue au fonds de garantie des prêts bancaires mis en œuvre par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC).

Le CNC soutient enfin de manière spécifique les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel dans leur transition numérique.

La crise sanitaire, tout en démontrant toute la pertinence du fonds de soutien pour répondre aux finalités de la politique publique conduite par le CNC, a nécessité la mise en place de soutiens spécifiques visant à répondre à d'autres objectifs de sauvegarde, d'urgence et de relance des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel pour un montant de 86,8 M€ en 2020, avant le déploiement en 2021 de nouvelles mesures d'accompagnement.

Au total, le soutien du CNC en 2020 s'élève ainsi à 666,2 M€.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC¹



¹ Exécuté 2020.

Le fonds de soutien du CNC

Le fonds de soutien à périmètre « traditionnel » 2020

Le CNC était confronté, avant la crise sanitaire, à une diminution de ses ressources disponibles (épuisement des réserves, stabilisation des recettes fiscales, fragilisées de surcroît par des pratiques de fraude s'agissant de la TST-D) et à une trajectoire très dynamique des soutiens automatiques. Cette situation l'a conduit à mettre en œuvre des mesures d'économies (plan d'adaptation du soutien à la production audiovisuelle et mesure de rabot transversal sur les soutiens cinéma). Le budget 2020 devait ainsi constituer un budget de retour à l'équilibre du fonds de soutien grâce à ces mesures d'économies.

La crise sanitaire, qui se traduit notamment par de fortes pertes de recettes fiscales, ne permet plus d'atteindre l'objectif de retour à l'équilibre à court terme. Néanmoins, et en dépit du contexte difficile pour le secteur, le CNC a maintenu, en 2020, la mise en œuvre des mesures d'économies précitées, destinées à assurer, une fois la crise passée, un retour à l'équilibre budgétaire durable, cet objectif demeurant l'une des priorités du CNC.

De façon générale, et jusqu'à la sortie définitive de la crise du Covid-19, le budget de l'établissement ne peut temporairement plus être appréhendé de façon strictement annuelle. En effet, les bouleversements économiques induits par la crise sanitaire qui frappent les secteurs soutenus par le CNC entraînent de facto des variations et des décalages importants dans le déploiement des dépenses de soutien, automatiques ou sélectifs.

En 2020, les soutiens au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia du périmètre « traditionnel » (hors mesures exceptionnelles liés à la crise du Covid-19, détaillées infra) ont été financés par les taxes du fonds de soutien, par des crédits issus de la réserve numérique et par des compléments de gestion (soutiens échus, reversements sur aides).

Le fonds de soutien est financé par trois taxes affectées au CNC : la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA), la taxe sur les services de télévision (TST) et la taxe sur la vidéo physique et la vidéo à la demande (TSV). Par ailleurs, des recettes diverses, d'un montant plus modeste, complètent ces financements : prélèvements spéciaux sur les bénéficiaires résultant de la production, de la distribution ou de la représentation de films pornographiques ou d'incitation à la violence ; sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par le CSA.

En 2020, le produit brut des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 576,9 M€, en forte baisse de 104,2 M€ par rapport à 2019 (681,1 M€).

Le produit de la TSA s'établit en 2020 à 28,5 M€, en forte diminution de 81,5 % par rapport à 2019 (154,4 M€) du fait de la fermeture administrative des salles de cinéma (entre le 15 mars et le 22 juin et depuis le 30 octobre) ainsi que des mesures d'exonération de la TSA assise sur les entrées des mois de février à décembre 2020 adoptée par le Parlement en loi de finances pour 2021, représentant pour le CNC une perte de recettes fiscales de 36,7 M€. Aussi, le montant de 28,5 M€ au titre de l'exécution 2020 correspond-il aux seules entrées de décembre 2019 et janvier 2020, pour une année dont la fréquentation est lourdement impactée (65,2 millions d'entrées, en recul de 69,4 % par rapport à 2019).

En 2020, le produit total de la taxe sur les services de télévision (TST) s'élève à 461,1 M€, un montant en baisse (-6,4 %) par rapport à 2019 (492,4 M€). Le produit de la TST-éditeurs (236,7 M€) recule de 62,0 M€ (-20,7 %) par rapport à 2019. La crise sanitaire a entraîné une baisse du chiffre d'affaires publicitaire des éditeurs de services de télévision ; les annonceurs de certains secteurs empêchés ont fortement diminué leurs investissements publicitaires (tourisme, luxe, automobile notamment) et des événements générateurs de recettes publicitaires pour les chaînes ont été annulés ou reportés en 2021 (Euro 2020 de football, Jeux Olympiques de Tokyo).

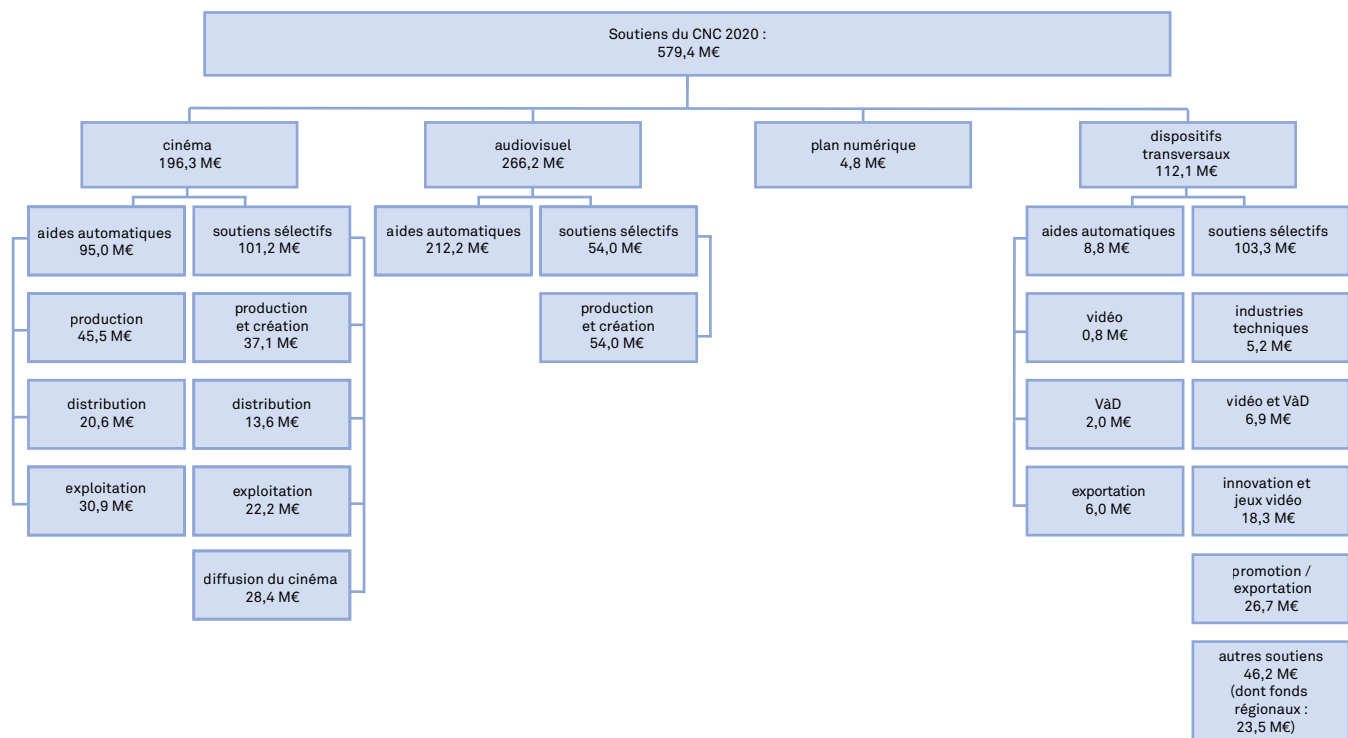
À l'inverse, le produit de la TST-distributeurs est en progression de 30,7 M€ (+15,8 %), à 224,4 M€ en 2020. La politique de contrôle sur les opérateurs de télécommunication engagée depuis 2017 par le CNC semble avoir conduit à une fin des pratiques de fraude fiscale constatées lors des années précédentes.

La forte progression du produit de la TSV enregistrée en 2020 (87,3 M€, soit +53 M€ par rapport à 2019) s'explique d'abord par l'effet de la réforme fiscale adoptée en loi de finances pour 2020 qui a vu le taux de la TSV porté à 5,15 %, contre 2 % auparavant et dont l'objectif est de rééquilibrer les contributions des éditeurs de services de télévision et celles des plateformes. Le confinement, qui a dopé les audiences des plateformes vidéo sur internet et le nombre de leurs abonnés, concourt également à la hausse de la TSV en 2020.

L'ensemble des soutiens s'élève à 579,4 M€ dont 316,0 M€ de soutien automatique (soit 54,5 % des aides), 258,6 M€ de soutiens sélectifs (44,6 %) et 4,8 M€ en faveur du numérique (0,8 %).

Net des frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 540,2 M€ en 2020. Grâce à ses ressources propres et à une bonne maîtrise de son budget de fonctionnement, le CNC a pu ramener son prélèvement pour frais de gestion 2020 à 36,7 M€ contre les 38,6 M€ prévus en budget initial 2020. En 2020, le montant des soutiens à périmètre « traditionnel » (hors mesures exceptionnelles liés à la crise du Covid-19) s'élève à 579,4 M€. Les générations de soutien automatique représentent 316,0 M€ et les soutiens sélectifs (hors plan numérique) s'établissent à 258,6 M€. Par ailleurs, le CNC a poursuivi la mise en œuvre du plan d'investissements en faveur du numérique à hauteur de 4,8 M€, dont 2,8 M€ consacrés à la numérisation des œuvres du patrimoine cinématographique, 0,4 M€ à la numérisation des salles et 1,6 M€ aux investissements liés à la diffusion et à la conservation numérique. Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 46,0 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, ainsi que 20,1 M€ au fonds de garantie de l'IFCIC. Ces montants sont intégralement couverts par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

Soutiens du CNC à périmètre « traditionnel »¹



¹ Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2020 ; soutiens automatiques : droits générés en 2020.

Afin de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année, ce tableau ne retrace pas les dispositifs autofinancés par leurs propres remboursements, qui représentent, en 2020, un montant total de 66,1 M€. Dans le détail :

- avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 33,2 M€

- avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 12,8 M€ (qui s'ajoutent à 12,8 M€ financés par le produit des taxes portant le montant d'avances attribuées à 25,6 M€)

- fonds de garantie de l'IFCIC (dispositifs transversaux / autres soutiens) : 20,1 M€.

En effet, pour les avances exploitation et audiovisuelles, inscrire ces dépenses dans le tableau reviendrait à comptabiliser deux fois les mêmes crédits, une première fois au titre des soutiens automatiques générés, et une seconde fois au titre des remboursements d'avances, puisque ces remboursements portent sur le soutien généré. Quant au fonds de garantie de l'IFCIC, la dotation 2020 du CNC est couverte par le reversement par l'IFCIC des dotations des années précédentes non utilisées.

Les mesures exceptionnelles liées à la crise sanitaire

Depuis mars 2020, la priorité d'action du CNC est essentiellement tournée vers l'accompagnement du secteur du cinéma et de l'audiovisuel dans le contexte de crise sanitaire lié à l'épidémie de Covid-19. En effet, face à la crise, le CNC a adapté son action et a déployé des mesures de soutien aux professionnels.

Dans un premier temps - celui de l'urgence - des mesures ont été adoptées afin d'accompagner le secteur dont l'activité était mise à l'arrêt : mobilisation exceptionnelle du compte de soutien pour faire face aux besoins en trésorerie découlant de l'épidémie, exonération de la TSA de février et mars, contribution aux fonds d'aide aux auteurs mis en place par la SACD, la SCAM et la SACEM, versement anticipé de soutiens sélectifs et maintien des subventions aux manifestations annulées.

Dans un deuxième temps - celui du déconfinement et de la réouverture des salles de cinéma - le CNC a encouragé la reprise avec la mise en place d'un fonds d'assurance et de garantie pour la reprise des tournages (financé par une dotation exceptionnelle de l'Etat de 50 M€) et d'une majoration de la génération des soutiens automatiques producteurs et distributeurs cinéma afin d'encourager ceux-ci à sortir leurs films dès la réouverture des salles le 22 juin.

Le troisième temps - celui de la relance - a été initié avec l'adoption du plan de relance déployé entre 2020 et 2021, élaboré en étroite concertation avec les professionnels et financé par une dotation exceptionnelle de l'Etat d'un montant de 165 M€ (cf. infra détail des mesures).

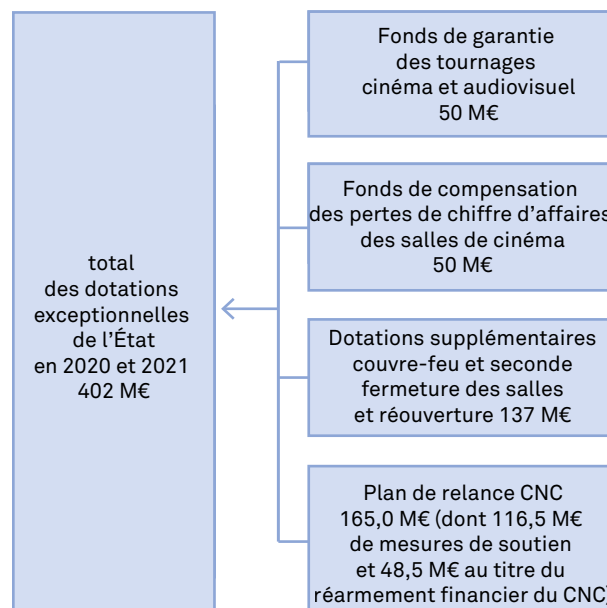
Face à l'aggravation de la situation sanitaire à l'automne (deuxième vague de l'épidémie) et aux difficultés croissantes rencontrées par les producteurs, les distributeurs et les exploitants de salles de cinéma, le CNC a immédiatement déployé des mesures de sauvegarde et d'indemnisation pour lesquelles quatre dotations successives de l'Etat ont été allouées représentant un montant total de 187 M€. Ont notamment été mis en œuvre un fonds de compensation des pertes de chiffre d'affaires des exploitants, des mesures en faveur des distributeurs

(indemnisation des frais d'édition et complément de prix dans le cadre des zones en couvre-feu) et une majoration du soutien généré par les producteurs et les distributeurs pour préserver leurs capacités d'investissements futures dans la production d'œuvres nouvelles. Une aide spécifique pour les agences artistiques et de communication a également été prévue.

Une nouvelle enveloppe de 80 M€ a été annoncée le 18 mai 2021 au bénéfice des exploitants, distributeurs (et agences) et producteurs de cinéma afin d'une part de compenser l'absence ou la baisse d'activité entre janvier et mai 2021 et, d'autre part, d'assurer la reprise de l'ensemble du secteur grâce à la réouverture des salles le 19 mai 2021.

Au total les dotations exceptionnelles allouées par l'Etat au CNC pour financer des mesures de soutien au secteur liée à l'épidémie de Covid-19 s'élèvent à ce jour à 402 M€.

Dotations exceptionnelles de l'Etat pour faire face à la crise du Covid-19



Source : CNC

Les dépenses à déployer sur les deux exercices 2020 et 2021 s'élèvent à 334,4 M€ (une partie de l'enveloppe de 322 M€ étant dédiée au réarmement financier du CNC et à la compensation de l'exonération de TSA adoptée par le Parlement). En 2020, 86,8 M€ ont déjà été engagés et 247,6 M€ restent donc à attribuer en 2021.

Concernant le plan de relance, dont le détail des mesures figure sur le site du CNC, 43,2 M€ ont été alloués dès 2020 sur les 116,5 M€ prévus sur les deux exercices, dont :

- 13,5 M€ pour la production et la distribution cinématographiques avec le renforcement d'aides sélectives ainsi que la majoration des soutiens automatiques générés pour la réouverture des salles le 22 juin ;
- 25,3 M€ pour l'exploitation cinéma avec une aide spécifique dédiée à la couverture des besoins en trésorerie (sur une enveloppe totale de 30 M€) ;
- 1,8 M€ pour les industries techniques grâce à l'appel à projets innovants visant à soutenir la réorganisation du travail, l'adaptation des outils et des espaces pour garantir l'activité à distance ;
- 0,7 M€ pour le patrimoine cinématographique avec une subvention exceptionnelle aux cinémathèques (Cinémathèque française et Institut Lumière) dont les pertes de recettes de billetterie liées à la fermeture de l'accès aux publics ont été importantes ;
- 0,5 M€ pour l'attractivité et l'export grâce au renforcement du soutien automatique à l'exportation dont les modalités de calcul ont été adaptées à la situation sanitaire (fermeture généralisée des salles dans l'ensemble des territoires) ;
- 1,4 M€ d'investissement sur la jeunesse et les talents d'avenir au travers d'un soutien renforcé aux formats courts et innovants ainsi qu'au versement d'une subvention exceptionnelle aux écoles (Fémis, Cinéfabrique, Kourtrajmé).

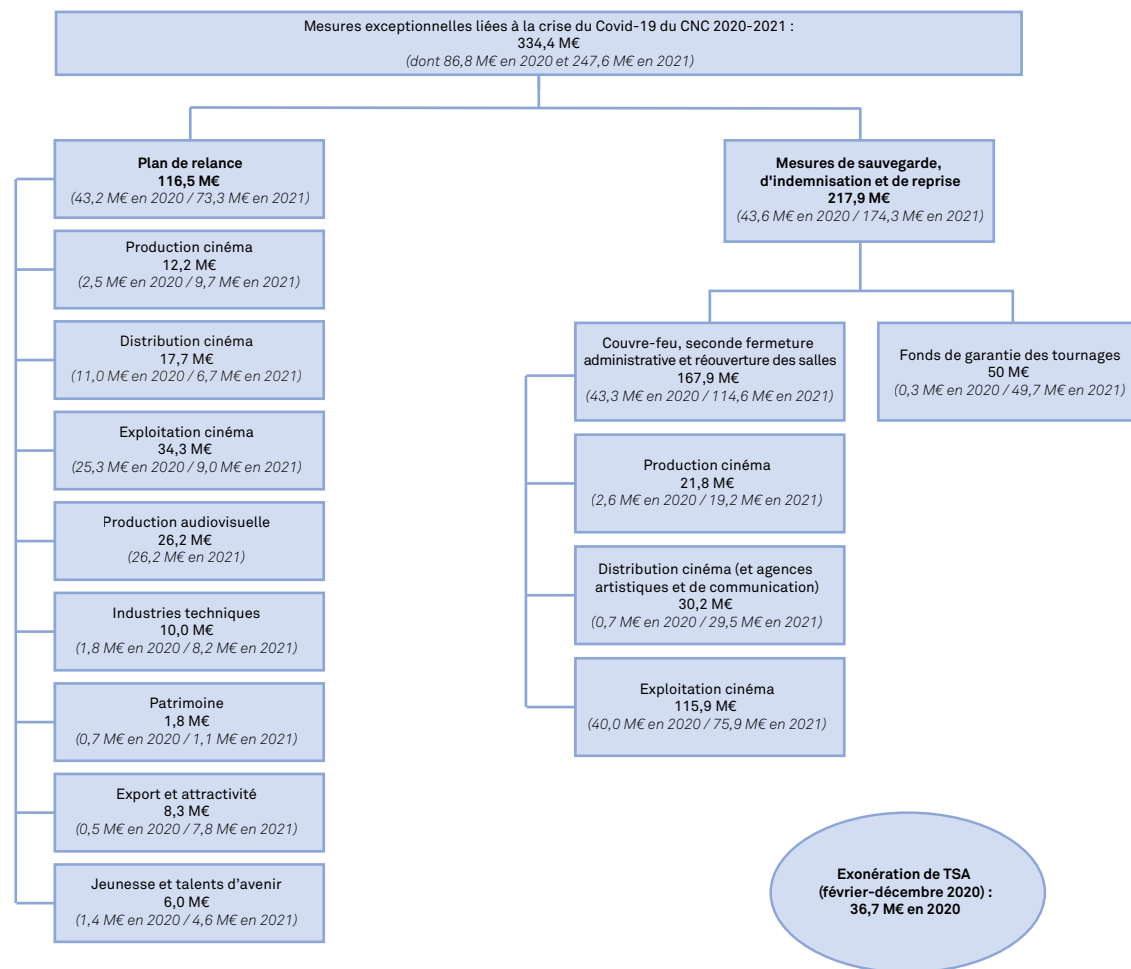
Soutiens du CNC attribués en 2020 et 2021 dans le cadre de la crise du Covid-19

En 2021, le second volet des dépenses (73,3 M€) concerne principalement la production audiovisuelle (26,2 M€) pour laquelle l'effet de la crise devrait se faire plus sensible et les professionnels du cinéma (production, distribution, exploitation) qui ne connaissent pas encore la date de réouverture des salles (25,5 M€) ou encore les industries techniques au travers d'un appel à projet visant à accélérer les investissements dans les studios de tournage de demain, accroître l'excellence de la production numérique et réduire l'impact environnemental des productions (8,2 M€).

Concernant le fonds de garantie des tournages, le fonds de compensation des pertes de chiffre d'affaires des salles de cinéma ainsi que les dotations supplémentaires allouées à la suite de la mise en place du couvre-feu puis de la seconde fermeture administrative des salles à l'automne, 43,6 M€ ont été versés dès 2020 sur les 137,9 M€ prévus sur les deux exercices :

- 3,3 M€ pour la production et la distribution cinéma dont les soutiens automatiques générés ont été majorés afin de maintenir des œuvres en salles pendant le couvre-feu ;
- 40,0 M€ (soit 80 % de l'enveloppe totale) du fonds de compensation des pertes de chiffre d'affaires des salles de cinéma ;
- 0,3 M€ au titre du fonds de garantie des tournages.

En 2021, certaines des mesures se poursuivent et se renforcent (étage complémentaire du fonds de compensation des pertes de chiffre d'affaires des salles de cinéma, prolongation du fonds de garantie des tournages ainsi que de l'indemnisation de frais d'édition pour les distributeurs), pour un montant total de 94,3 M€.



Source: CNC

L'ensemble des mesures exceptionnelles déployées sur les deux exercices 2020-2021 s'élève à 334,4 M€, dont 86,8 M€ déjà engagés en 2020.

Crise sanitaire : -1,5 Md€ de chiffre d'affaires pour les secteurs audiovisuel et cinéma

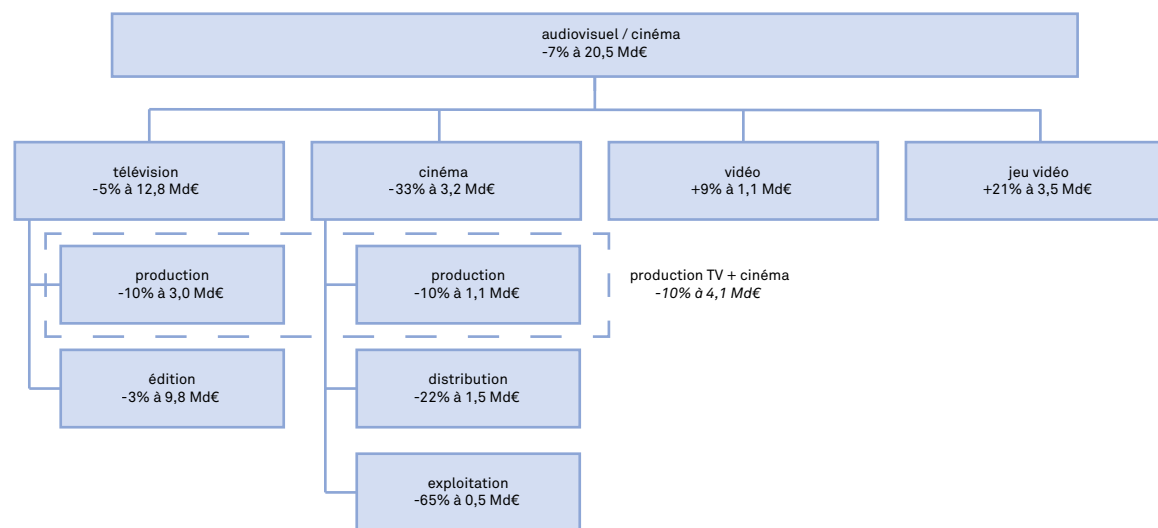
La crise sanitaire a eu de multiples effets sur les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma. Selon les données du département des études, de la prospective et des statistiques (DEPS) du Ministère de la culture, le chiffre d'affaires des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma diminue de 7 % par rapport à 2019 (-1,5 Md€) en 2020 à 20,5 Md€. L'activité est en recul chaque mois entre avril et octobre (-18 % au 2^e trimestre, marqué par le confinement de la population sur près de la moitié de la période) avant de se rétablir en fin d'année. L'évolution et la reprise de l'activité est toutefois variable selon chaque sous-secteur.

Le chiffre d'affaires de la production audiovisuelle (flux et stocks) baisse de 10 % en 2020 (-344 M€ par rapport à 2019) à 3,0 Md€. Celui de l'édition de chaînes de télévision, touché notamment par la chute du marché publicitaire, baisse de 3 % par rapport à 2019 (-281 M€) à 9,8 Md€.

Le chiffre d'affaires du secteur de la production cinématographique recule de 10 % (-124 M€) à 1,1 Md€, celui de la distribution cinématographique de 22 % (-430 M€) à 1,5 Md€ et celui de l'exploitation cinématographique, touché par la fermeture des salles, de 65 % (-985 M€) à 0,5 Md€. Il s'agit du sous-secteur le plus fortement touché par la crise, malgré le rebond de l'activité constaté lors de la réouverture des salles entre fin juin et fin octobre.

Enfin, le chiffre d'affaires de l'édition et de la distribution vidéo progresse de 9 % en 2020 par rapport à 2019 à 1,1 Md€ (+93 M€) et celui de l'édition de jeux vidéo de 21 % par rapport à 2019 (+606 M€) à 3,5 Md€. Ce marché est notamment marqué par le lancement de deux nouvelles consoles en fin d'année.

Evolution du chiffre d'affaires des sociétés de l'audiovisuel et du cinéma par secteur en 2020



Source : CNC/INSEE/MC/DEPS.

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2020.

Les actions du CNC en faveur de l'industrie cinématographique s'organisent autour de quatre axes principaux : les aides à la création, les aides à la production, les aides à la diffusion des œuvres à destination du public le plus large et les actions en faveur de la conservation et de la restauration du patrimoine cinématographique.

Les aides à la création cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,8 M€ pour 28 aides à l'écriture, 13 aides à la réécriture et 70 aides à la conception
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	2,0 M€ pour 73 projets aidés présentés par 67 sociétés

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherche et d'Essai Cinématographique (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Tribudom, Gindou Cinéma, Film documentaire.fr, Les Prix du scénario (ex prix Sopadin), Vidéadoc, Le Groupe Ouest, Maison du film, So Film, Mille visages, La Cité des scénaristes, La Guilde des scénaristes, Le SCA, La Scénaristerie, La fédération des Métiers du scénario, L'Amapa, Cannes Series, Le RECA, Eurodoc, Gindou, Série Séries.

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	45,3 M€ mobilisés soit 1,1 M€ de règlement de créances, 10,6 M€ d'aide à la préparation ¹ , 462,1 K€ de mobilisations anticipées liées à la crise de Covid-19 et 33,1 M€ d'investissements en production ¹ dont 885,5 K€ pour le court métrage (41 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	35 conventions avant réalisation pour 12,1 M€ et 20 conventions après réalisation pour 2,1 M€
appel à projets de films de genre	producteurs de longs métrages	encourager la diversité des genres au cinéma et élargir la palette narrative des projets proposés	2 conventions pour 1 M€
aide à la création de musique originale	producteurs de longs métrages	encourager les producteurs à recourir à des compositeurs pour la création de musique originale	471 000 € pour 54 aides apportées
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 9 projets en production aidés pour 1,5 M€ ; 3 projets d'initiative française en développement pour 100 K€. - aide franco-portugaise : 6 projets minoritaires français aidés pour 300 K€ (dont 1 court métrage) - aide franco-tunisienne : 7 projets aidés pour 300 K€ - aide franco-italienne : 6 projets en production aidés pour 328 K€ et 4 projets d'initiative française en développement pour 165 K€
aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon	producteurs de films de court et de long métrage	promouvoir la production de films de court ou de long métrage présentant un intérêt culturel pour les DOM	11 projets aidés (1 long métrage et 10 courts métrages) pour un montant de 320 120 €
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	3,6 M€ pour 50 films (dont 16 films pas encore chiffrés) : 42 films au stade de la production (36 fictions et 6 documentaires de création) et 8 en finition (7 fictions et 1 documentaire de création)

¹ montant hors majorations du soutien investi.

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20 % ou 30 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), dans la limite d'un plafond de 30 M€ par film.

En 2020, parmi les 190 films d'initiative française agréés, 138 font l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 138 films est estimé à 285 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense fiscale) en 2021 estimé à 85 M€. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2020, 85,8 % des films d'initiative française effectuent plus de 70 % de leurs dépenses en France contre 73,8 % en 2003, année précédant la mise en place du crédit d'impôt.

Le dispositif a été réformé à plusieurs reprises depuis sa mise en œuvre. Le plafond de crédit d'impôt est ainsi passé de 1 M€ à 4 M€ au 1^{er} janvier 2013 et le périmètre des dépenses éligibles a été élargi aux acteurs de complément ainsi qu'aux frais de transport, d'hébergement et de restauration. En décembre 2013, le taux a été rehaussé de 20 % à 30 % pour les films de moins de 4 M€. En décembre 2014, pour une application à partir du 1^{er} janvier 2016, le taux de 30 % a été étendu à tous les films à moins de 7 M€, et augmenté à 25 % pour les œuvres d'animation. En loi de finances pour 2016, le taux de crédit d'impôt est également passé à 30 % pour les films en langue française de plus de 7 M€, et son bénéfice étendu aux films en langue étrangère d'animation ou à forts effets visuels (au taux de 30 %) et à ceux dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario (au taux de 20 %). Le plafond de crédit d'impôt a en outre été augmenté, passant de 4 M€ à 30 M€. La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur, au transport, à la restauration et à l'hébergement.

Les aides sélectives à la distribution

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles.

Les aides à la distribution cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs de films en salles	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes en salles du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	50 sociétés de distribution ont mobilisé 26,2 M€ sur 150 films, dont 464,8 K€ de mobilisations anticipées dans le cadre de la crise sanitaire. En 2020, 88 films d'initiative française ont bénéficié des bonus pour un montant total alloué de 4,2 M€. Parmi ces films, 55 ont bénéficié du bonus de 50 % et 33 films ont bénéficié du bonus de 25 %.
contribution du CNC à la distribution de films en salles	distributeurs de films en salles	soutenir, en fonction de leurs conditions de diffusion, des oeuvres cinématographiques en salles	32 sociétés de distribution représentant 97 films ont bénéficié de cette mesure en 2020 (relative à des sorties en 2019) pour un total de 2,7 M€
aide aux films inédits (1 ^{er} collège)	distributeurs de films inédits en salles 3 procédures : - aide au film par film - aide aux premiers films d'avance sur recettes - aide aux entreprises de distribution (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diversité culturelle par la diffusion de films français et étrangers inédits en salles	9,9 M€ pour 247 films et 25 aides à la structure <i>Aides liées à la crise de Covid-19 :</i> <i>Majoration sur les sorties estivales : 508 000 € pour 40 films</i> <i>Majoration liée au plan de relance : 651 000 € pour 65 films</i>
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 (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diffusion en salles de films de répertoire de qualité sur l'ensemble du territoire	928 500 € pour 48 films et 15 rétrospectives et 9 aides à la structure <i>Aides liées à la crise de Covid-19 :</i> <i>Majoration sorties estivales : 35 500 € pour 13 films</i> <i>Majoration liée au plan de relance : 252 100 € pour 36 films</i>
aide aux films « jeune public » (3 ^e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public en salles (films inédits et reprises)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en salles en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	168 000 € pour 15 films

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
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	56,6 M€ mobilisés dont 33,2 M€ sous forme d'avances ; 841 dossiers concernant l'enregistrement de 112,2 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	5,1 M€ pour 21 projets : 19 en métropole et 2 dans les DOM
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	16 M€ pour 1 248 établissements classés Art et Essai
aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence	exploitants de salles de cinéma	encourager les salles privilégiant une programmation difficile et menant une politique d'animation dans un contexte concurrentiel	1,5 M€ pour 44 établissements (32 salles parisiennes et 12 salles en régions)
aide au tirage de copies supplémentaires	exploitants (aide gérée par l'ADRC)	favoriser l'accès aux films pour les salles de cinéma	103 000 € pour 1 632 circulations de 147 films.

associations financées par le CNC (circulation des œuvres en salles et diffusion culturelle) : l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA), Images en bibliothèques, Film documentaire, Fête du court, la Coordination des Fédérations des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc, Collectif jeune cinéma (diffusion de cinéma expérimental), Carrefour des festivals, Association nationale des cinémas itinérants (ANCI).

manifestations nationales soutenues par le CNC destinées à mettre en avant des œuvres peu diffusées : La Fête du Court Métrage (mars), La Fête du cinéma d'animation (octobre), le Mois du film documentaire (novembre).

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques, les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre : aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aides aux nouvelles technologies en production et aides du Fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage s'élève à 13,4 M€ en 2020. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation en salles) est de 537 films en 2020.

Le fonds d'aide à la promotion à l'étranger des œuvres cinématographiques

Le fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques, au bénéfice des agents de vente à l'international s'est substitué aux aides sélectives existantes depuis le 1^{er} janvier 2017. Ce dispositif innovant et évolutif a été pérennisé en 2020 après une phase d'expérimentation. Son fonctionnement est suivi par un comité chargé de mener une réflexion sur les améliorations à apporter pour renforcer son efficacité et l'impact du soutien accordé.

En 2020, 6,5 M€ de soutien ont été générés au bénéfice de 587 films. Le plan de relance mis en place par le CNC pour aider les professionnels à faire face aux difficultés engendrées par la crise de Covid-19 a alloué une enveloppe supplémentaire de 500 K€.

Conjointement avec le Ministère des affaires étrangères, le CNC finance UniFrance films, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma français à l'étranger. Le CNC accorde également son soutien à l'association des exportateurs de films (ADEF).

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
aide avant réalisation à la production de courts métrages	réalisateurs ou producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,5 M€ pour 47 projets
<i>dont aide à la réécriture de courts métrages</i>	<i>réalisateurs ou producteurs</i>	<i>favoriser la réécriture de scénario</i>	<i>46 000 € pour 23 projets</i>
<i>dont bourse de résidence</i>	<i>réalisateurs</i>	<i>favoriser l'accompagnement des 1^{er} et 2^e films</i>	<i>50 000 € pour 15 projets</i>
aide au programme de production de courts métrages – développement et production	producteurs	compléter le financement des projets préachetés par des chaînes de télévision et des plateformes numériques	3,5 M€ pour 35 entreprises (aide au programme de production) et 5 entreprises (aide au programme de développement)
allocation directe aux courts métrages audiovisuels	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	818 000 € pour 57 films
aide après réalisation pour le court métrage	réalisateurs et producteurs	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque	347 000 € pour 41 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs, et compositeurs	favoriser la création de musique originale	141 900 € pour 46 projets

Le patrimoine cinématographique

Le CNC est en charge de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma, avec ses missions de collecte, de conservation, de restauration et de valorisation. Le CNC travaille dans ce domaine en étroite collaboration avec les différentes institutions publiques et privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles que la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse. Le CNC accorde une place essentielle à sa politique patrimoniale avec notamment la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films conservés sur ses sites de Bois d'Arcy et de Montigny le Bretonneux (Fort de Saint-Cyr - 78).

En 2020, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève 990 733 €. 54 films ont été restaurés dans le cadre des marchés de sous-traitance et 69 films ont été restaurés par le laboratoire du CNC, notamment 30 films de Georges Méliès numérisés sur le scanner prototype du CNC dont les négatifs de certains de ces films venus des Etats-Unis et 36 films tournés avec une caméra Lumière dans les toutes premières années de l'histoire du cinéma.

Par ailleurs, 80 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et dans les locaux du CNC à Bois d'Arcy. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont également accessibles sur les postes de consultation multimédia de l'INA dans 56 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région. Les collections s'enrichissent en 2020 de 4 162 articles. Au titre du dépôt légal, 6 films (sortis entre 2012 et 2020) ont été déposés sur éléments photochimiques et 67 films sur copies numériques dont 29 courts métrages réalisés entre 2014 et 2017.

Les espaces de consultation ont accueilli 89 chercheurs et professionnels pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. Les prêts pour des programmations extérieures contribuent à la valorisation des collections

du CNC : 260 films ont été prêtés en 2020 pour diverses manifestations ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique.

La base de données documentaire des œuvres mise en place par le CNC et partagée avec trois autres institutions cinématographiques patrimoniales (la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque de Grenoble) a été enrichie du catalogage de 1 000 œuvres et de la description enrichie de 2 000 films.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
aide à la numérisation des films de patrimoine	entreprises et organismes justifiant des droits d'exploitation des films	- rendre accessible au public le plus large les œuvres cinématographiques du XX ^{ème} siècle dans les technologies et les modes de diffusion d'aujourd'hui - favoriser l'enrichissement des offres légales sur internet - assurer la préservation et la transmission de ce patrimoine pour les générations futures	2,57 M€ pour 50 films
aide à la numérisation et à la diffusion des films de patrimoine en vidéo et V&D	ayant droit éditeur vidéo éditeur V&D	- accélérer la numérisation des œuvres et leur mise à disposition du public - développer l'offre légale dématérialisée en HD et physique sur support BD, et rendre accessible les œuvres de patrimoine, connues ou oubliées, dans une qualité de visionnage optimale - assurer aux détenteurs de droits V&D et vidéo physique sur support BD une aide financière très en amont de la diffusion en haute définition	116 000 € pour 9 films

En 2020 le CNC a poursuivi, en dépit d'une baisse du budget alloué à cet effet, le plan de numérisation et de restauration du patrimoine cinématographique, initié en 2012, afin d'accompagner les détenteurs de catalogue dans la valorisation des œuvres à travers les nouveaux réseaux de diffusion numérique. Plusieurs films, comme *Solo* de Jean-Pierre Mocky, *le Cercle rouge* de Jean-Pierre Melville et *le Caporal épinglé* de Jean Renoir, ont fait l'objet de cette aide en 2020.

Les aides à l'audiovisuel

Les actions du CNC en faveur de l'industrie des programmes audiovisuels s'organisent autour de trois axes principaux : les aides à la création, les aides à la production et les aides favorisant la diffusion des programmes audiovisuels français, notamment à l'étranger.

Les aides à la création audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	- aux auteurs - aux entreprises de production	- renouvellement de la création audiovisuelle - soutien et accompagnement des professionnels émergents et confirmés - émergence de nouveaux modèles (notamment sériels), manières de traiter différents sujets, tons et voix, pour la télévision et les services de médias audiovisuels à la demande	<u>aide au concept et à l'écriture</u> : - 81 projets de fiction pour 1 415 000 € - 33 projets d'animation pour 317 000 € <u>aide au développement /pilote</u> : - 4 projets de fiction pour 120 000 € - 48 projets d'animation pour 947 000 € <u>aide à la réécriture</u> : - 9 projets de fiction pour 132 500 € - 4 projets d'animation pour 16 000 € <u>aide à la co-écriture de coproductions internationales (séries de fiction)</u> : - 2 projets de séries pour 100 000 €
aides à la préparation	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de récréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	8,6 M€ pour 407 projets

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation professionnelle) : Chemins de la création (Fontevraud), Ciné-Fabrique, Conservatoire Européen d'écriture Audiovisuelle (formation de scénaristes), Eurodoc (formation à la production européenne de documentaires), Femis, Festival des scénaristes (Valence), Festival d'animation (Annecy), Forum Cartoon, Séries Mania, Fipadoc, Sunny Side of the Doc.

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,6 M€ pour 474 programmes

Le CNC, dans le cadre de *Regards sur le cinéma*, acquiert les droits sur des documentaires portant sur les thèmes du cinéma, de la télévision et du multimédia et destinés à une diffusion non commerciale dans le réseau culturel français. Cette sélection alimente le catalogue *Images de la culture*, constitué de 2 000 titres mis à disposition sous forme de DVD et de fichiers numériques dans les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques, ainsi que dans les prisons. En 2020, près de 2 500 titres, sur tous supports, ont été vendus pour la constitution de fonds et pour des représentations publiques gratuites. Le budget d'acquisition pour le catalogue *Images de la culture* s'élève à près de 220 000 €.

Le CNC finance TV France International, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des programmes audiovisuels français à l'étranger.

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
soutien automatique à la production	producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes françaises de télévision ou sur des services en ligne	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	147,3 M€ ¹ dont 56,8 M€ pour la fiction, 54,7 M€ pour le documentaire, 20,2 M€ pour l'animation et 15,7 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
avances sur droits au soutien automatique à la production	producteurs ayant épuisé leur soutien automatique	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	25,6 M€ ¹ dont 9,2 M€ pour la fiction, 3,9 M€ pour le documentaire, 11,4 M€ pour l'animation et 1,1 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	- producteurs ne disposant pas de compte automatique - œuvres pour lesquelles l'apport du diffuseur est trop faible pour bénéficier d'un soutien automatique - magazines d'intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	26,3 M€ ¹ dont 8,8 M€ pour la fiction, 8,1 M€ pour le documentaire, 4,3 M€ pour l'animation, 1,9 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 3,2 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
aide sélective avant réalisation aux vidéomusiques	- entreprises de production enregistrés auprès du CNC, détentrices ou codétentrices de droits artistiques	soutenir la diversité de la production musicale, toutes esthétiques confondues	111 vidéomusiques pour un montant total de 2,4 M€
aides pour les coproductions internationales	réalisateurs et producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande en codéveloppement de séries audiovisuelles : 1 projet pour 25 000 € - aide franco-italienne : 2 projets d'initiative française en développement de séries audiovisuelles pour 40 000 €

¹ Hors complément.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire une partie de son imposition de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1^{er} janvier 2021, le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 25 % des dépenses éligibles pour les œuvres de fiction, d'animation et les documentaires, et à 10 % pour les adaptations audiovisuelles de spectacle vivant, nouvellement éligibles. Toutefois, le crédit d'impôt ne peut excéder 1 450 € par minute pour une œuvre documentaire et une adaptation audiovisuelle de spectacle vivant, et 3 000 € par minute pour une œuvre d'animation. Pour les autres œuvres audiovisuelles de fiction, il existe depuis le 1^{er} janvier 2016 plusieurs plafonds (de 1 250 € à 10 000 €) selon le coût de production par minute de l'œuvre.

Les œuvres audiovisuelles de fiction produites dans le cadre d'une coproduction internationale dont le coût de production est couvert au moins à hauteur de 30 % par des financements étrangers et dont le coût de production

est supérieur ou égal à 35 000 € par minute produite peuvent être réalisées en langue étrangère. Dans ce cas, elles doivent faire l'objet d'une version livrée en langue française.

En 2020, 608 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses faites en France pour ces œuvres est estimé à un peu plus d'1 Md€, dont 595 M€ de montant brut de dépenses éligibles prévisionnelles. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 608 œuvres agréées en 2020 (dépense fiscale 2021) est estimé à 140 M€.

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois sur le territoire national et d'éviter les délocalisations des tournages et des dépenses de postproduction dans un contexte de forte concurrence internationale. Le crédit d'impôt audiovisuel s'efforce notamment d'accompagner la croissance de la production de fictions ambitieuses, tournées vers l'international, en renforçant la structure et l'économie de la filière audiovi-

suelle également via le soutien aux industries techniques françaises.

Les fictions bénéficiant du crédit d'impôt audiovisuel (CIA) réalisent 99,0 % de leurs dépenses en France en 2020 (153 projets agréés pour 6 287 jours de tournage en France), contre 85,4 % pour l'ensemble des fictions en 2004 (année avant la mise en place du crédit d'impôt audiovisuel). Cette localisation renforcée des dépenses en France s'explique par les aménagements successifs apportés au dispositif, destinés à renforcer sa compétitivité face aux dispositifs étrangers. Le crédit d'impôt audiovisuel a été réformé à plusieurs reprises afin de le rendre plus compétitif par rapport aux dispositifs fiscaux étrangers équivalents. Toutefois, la crise sanitaire a eu un impact sur les tournages et notamment sur les tournages à l'étranger. Les résultats sont donc à prendre avec précaution.

Le taux de crédit d'impôt des fictions est de 25 % depuis le 1^{er} janvier 2016 et le plafond de 1 250 € jusque-là applicable à toutes les fictions a été remplacé par des plafonds progressifs selon le coût de production de l'œuvre :

- 1 250 € (coût de production < 10 000 € / min) ;
- 1 500 € (coût de production entre 10 000 € et 15 000 € / min) ;
- 2 000 € (coût de production entre 15 000 € et 20 000 € / min) ;
- 3 000 € (coût de production entre 20 000 € et 25 000 € / min) ;
- 4 000 € (coût de production entre 25 000 € et 30 000 € / min) ;
- 5 000 € (coût de production entre 30 000 € et 35 000 € / min) ;
- 7 500 € (coût de production entre 35 000 € et 40 000 € / min) ;
- 10 000 € (coût de production > 40 000 € / min).

La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur et a prévu la fixation par décret d'un plafond de dépenses éligibles relatives au transport, à la restauration et à l'hébergement.

Les dispositifs transversaux

Images de la diversité

Mis en place en 2007 par le CNC et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'ACSE, devenue l'ANCT, Agence nationale de la cohésion des territoires), le fonds Images de la diversité a pour mission de soutenir des œuvres traitant de la diversité de la population et de l'égalité des chances, contribuant à donner une représentation plus fidèle de la réalité française et de ses composantes et à écrire une histoire commune de l'ensemble de la population française autour des valeurs de la République. Il recherche également de nouvelles formes d'écriture et de jeunes auteurs, issus notamment des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Le fonds Images de la diversité a une triple originalité : sa thématique, sa transversalité (soutien à des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, numériques et jeux vidéo) et son intervention à toutes les étapes de la création à l'exploitation des œuvres retenues. Il peut ainsi correspondre à des aides à la préparation (écriture et développement), à la production ou encore à la diffusion (distribution, édition vidéo). Depuis sa création, le fonds Images de la diversité a soutenu plus de 1 700 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour 37,2 M€.

Quatre commissions se sont tenues en 2020 permettant l'examen de 317 demandes et le soutien de 79 projets ou œuvres, totalisant plus de 1,6 M€.

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire de création

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire de création a pour objectif d'accompagner les auteurs et les producteurs d'œuvres cinématographiques et télévisuelles qui nécessitent une écriture

élaborée, un important travail de développement et proposent une approche innovante et personnelle au regard des programmes audiovisuels.

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire comprend :

- une aide à l'écriture et au développement qui soutient les auteurs dès l'ébauche du projet et leur permet ensuite de trouver un producteur.
- une aide au développement renforcé qui permet aux œuvres particulièrement créatives et ambitieuses le financement d'un premier tournage et d'un pré-montage afin d'aller convaincre des diffuseurs, de s'engager sur un simple projet écrit.

En 2020, 49 projets de documentaire ont reçu une aide à l'écriture, pour un montant forfaitaire de 7 500 € par projet (soit 367 500 € au total). 45 projets de documentaire ont bénéficié d'une aide au développement pour un montant moyen de 13 066 € par soutien (soit 588 000 € au total). 15 aides au développement renforcé (allant de 25 000 à 60 000 €) ont été octroyées, pour un montant moyen de 43 333 €, soit une enveloppe totale de 650 000 €. Le budget annuel est de 1,6 M€.

Les premiers films représentent 20% des films aidés. Plusieurs œuvres soutenues par le CNC se sont vues récompensées dans les festivals. *The Last Hillbilly* de Diane Sara Bouzgarrou et Thomas Jenkoe produit par Films de Force Majeure a été sélectionnée à Cannes (sélection ACID) et récompensé du Grand prix de la compétition française – section long-métrage au Fifib de Bordeaux. *Overseas* de Sung-a Yoon produit par Les Films de l'œil Sauvage a reçu le prix de la mise en scène – Longs-métrages européens au Festival premiers plans d'Angers.

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère.

Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 30 % des dépenses éligibles de production effectuées en France et peut atteindre 30 M€. Le taux de 30 % peut être porté à 40 % pour les projets à plus de 2 M€ de dépenses VFX en France.

En 2020, 56 projets ont reçu l'agrément provisoire : 6 longs métrages cinéma de fiction, 26 séries audiovisuelles de fiction, 4 longs métrages audiovisuels de fiction, 16 séries audiovisuelles d'animation et 4 longs métrages d'animation. Pour ces 56 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de plus de 403 M€, représentant 1 481 jours de tournage.

Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis, mais aussi du Royaume-Uni, d'Allemagne, de Belgique ou encore du Japon et du Brésil. L'année 2020 continue de voir la part des projets à destination des plateformes augmenter. Peuvent notamment être cités en longs métrages de fiction pour Netflix, *The Gray Man* des frères Russo, *Big Bug* de Jean-Pierre Jeunet, *O2* d'Alexandre Aja et des projets de séries tels que les saisons 2 et 3 de *Family business* pour Netflix, ou encore deux épisodes de *Love death & robots*.

Le crédit d'impôt permet de favoriser le développement des industries du secteur cinématographique et audiovisuel et de stimuler la compétitivité des entreprises françaises avec des effets bénéfiques sur l'emploi. Il permet aux prestataires des industries techniques de compléter leur activité et de renforcer ainsi le taux d'utilisation de leurs moyens techniques et leur savoir-faire. Il favorise également la montée en compétences des équipes françaises dans la réalisation et la postproduction (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

Le CNC propose des aides spécifiquement dédiées aux projets artistiques inscrits dans un environnement numérique. Ces aides entendent couvrir tout le champ de la création numérique, envisagé dans une large acception : jeux vidéo, œuvres audiovisuelles interactives ou immersives, et œuvres expérimentales de la création contemporaine.

Le fonds d'aide au jeu vidéo est une aide sélective destinée à soutenir la création et l'innovation dans le secteur du jeu vidéo. Il est principalement composé de deux dispositifs de soutien destinés à accompagner les entreprises de création au stade de la pré-production (dépenses de fabrication d'un prototype) ou en phase de production (aide à la création de propriété intellectuelle) et d'une nouvelle aide lancée en 2019 pour soutenir les auteurs au stade de l'écriture d'un projet. Le fonds est complété par une aide destinée à soutenir des manifestations professionnelles.

Le fonds d'aide aux expériences numériques soutient des œuvres audiovisuelles innovantes fondées sur une démarche de création interactive et/ou immersive. Ce champ d'intervention recouvre notamment les œuvres destinées aux technologies immersives (réalité virtuelle et augmentée) et les narrations interactives conçues pour les écrans mobiles ou les réseaux sociaux.

Enfin, le DICRéAM est une aide sélective en partenariat avec le Ministère de la culture et le Centre National du Livre destinée à soutenir des projets d'écriture numérique dans tous les champs de la création contemporaine (arts visuels, spectacle vivant, littérature...). Les projets sont soutenus en développement et en production. Le dispositif est complété par une aide à la diffusion.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
fonds d'aide au jeu vidéo (aide CNC / Ministère de l'économie et des finances)	studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	3,3 M€ pour 60 projets dont 138 000 € pour 25 projets en écriture, 516 000 € pour 4 projets de pré-production, 2,5 M€ pour 25 aides à la création de propriété intellectuelle, 1,9 M€ pour 6 manifestations professionnelles
fonds d'aide aux expériences numériques	auteurs ou producteurs	- favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs (VR) - stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	3,5 M€ pour 85 projets : 38 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (170 400 €), 45 bénéficiaires d'une aide au développement (1,8 M€), 14 bénéficiaires d'une aide à la production (1,5 M€)
dispositif d'aide à la création artistique multimédia et numérique (DICRéAM)	artistes et structures de production	soutenir la création d'œuvres artistiques expérimentales développant des écritures numériques dans tous les champs de la création contemporaine	932 500 € pour 112 bénéficiaires, 64 en développement pour 475 500 €, 29 en production pour 299 000 €, 19 en diffusion pour 158 000 €

Le crédit d'impôt jeux vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo permet à des entreprises actives dans ce secteur et installées en France de déduire de leur impôt 30 % des dépenses de création d'un jeu. Depuis sa mise en place en 2008, ce dispositif a bénéficié à plus de 100 studios de développement de jeux vidéo qui composent un tissu vivant et pluriel d'entreprises au service de la création. Depuis son renforcement en 2015 et en 2017 (passage du taux de 20 % à 30 %), le crédit d'impôt a fait la démonstration de son efficacité, en parvenant à attirer des productions aux budgets de plus en plus élevés, et en favorisant l'emploi, la structuration du secteur et le succès mondial de créations originales développées en France.

Les chiffres 2020 témoignent de l'attractivité forte du dispositif : 37 projets ont reçu un agrément provisoire. Le montant total des dépenses éligibles engagées en 2020 s'élève à 95 M€, représentant un soutien financier de 28,5 M€.

Lutte contre la piraterie

Créée en 1985, l'ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) est une association qui regroupe différents acteurs de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel concernés par la piraterie. Notamment subventionnée par le CNC, son objectif est de lutter contre toutes les formes de piraterie, qu'elles portent sur les supports physiques ou sur internet. La constatation des infractions au titre de la contrefaçon se fait par le biais d'agents assermentés.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

Le CNC a développé, depuis 1994, des aides automatiques et sélectives à destination de l'édition de vidéo physique, qui permettent de soutenir des éditions sur support DVD et/ou Blu-ray. Parallèlement, une aide sélective à la VàD a été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de droits VàD et les éditeurs de services de VàD pour l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD.

En 2015, le CNC a complété les dispositifs existants en créant un soutien automatique à la VàD ainsi qu'une majoration de soutien au titre de l'activité liée au téléchargement définitif.

Afin d'accélérer la numérisation des œuvres et leur mise à disposition du public en qualité optimale dans des offres légales enrichies, et notamment sur internet, le CNC a renforcé ses dispositifs d'aide à la numérisation et à la diffusion en VàD en haute définition (HD) ou à l'édition vidéo sur support Blu-ray (BD), en mettant en place à compter du dernier trimestre 2015 un guichet commun nommé NUMEV.

Les aides sélectives sont accompagnées de compléments d'aides visant à encourager les bénéficiaires à proposer le sous-titrage pour sourds et malentendants et l'audiodescription pour aveugles et malvoyants.

Les aides à la vidéo (physique et VàD)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs vidéo commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans ou des programmes de courts métrages	financer l'achat de droits d'exploitation vidéo de films français récents	0,6 M€ pour 15 dossiers de mobilisation
aide sélective à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	encourager le travail éditorial autour d'œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou directement produites pour la vidéo présentant un intérêt culturel particulier en tenant compte des conditions économiques de leur diffusion	3,8 M€ pour 338 projets unitaires/NUMEV, et 34 programmes éditoriaux pour 542 projets En janvier 2021, une mesure de relance de l'édition vidéographique a permis la majoration de 23,7 % des aides 2020 accordées aux projets d'édition vidéographique sortis à compter du 01/02/2020. 799 060 € supplémentaires ont ainsi été attribués à 73 éditeurs et 706 projets d'édition qui remplissaient les conditions d'éligibilité.
aide automatique à la vidéo à la demande (VàD)	éditeurs de service de médias à la demande	financer les dépenses de fabrication et de promotion pour une diffusion en VàD de films français récents ainsi que les dépenses d'amélioration de service	2 M€ mobilisés par 8 éditeurs de services de média à la demande
aide sélective à la vidéo à la demande (VàD)	titulaires de droits VàD éditeurs de services de médias à la demande	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD ainsi que les dépenses d'amélioration de service	1,9 M€ pour 41 projets au titre des aides au programme éditorial VàD dont 13 titulaires de droits VàD et 28 éditeurs de services de médias à la demande 7 684 € pour 9 projets au titre de NUMEV Cinéma

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

L'aide à la création visuelle ou sonore par l'utilisation des technologies numériques de l'image et du son valorise la contribution artistique des effets visuels numériques au projet visuel global de l'œuvre. Elle comporte un volet sélectif et un volet d'allocation direct.

L'aide sélective (CVS) accompagne les entreprises de production déléguée qui contribuent au renouvellement de la création visuelle ou sonore en recourant aux technologies numériques de fabrication et de traitement de l'image et du son, lorsque l'utilisation de ces technologies constitue un aspect essentiel de la démarche artistique de création. Elle s'adresse sous condition à des œuvres de tous genres et de tous formats.

L'allocation directe (CVSA) accompagne les œuvres qui présentent une forte ambition sur le plan visuel, aussi bien dans le secteur cinématographique que dans le secteur audiovisuel, pour les genres fiction et documentaire.

À compter du 1^{er} janvier 2019, dans le cadre du « plan animation », une majoration de l'aide sélective est accessible aux longs métrages d'animation les plus ambitieux. Une commission de sept membres, composée pour partie de membres de la « commission CVS » existante et pour partie d'experts du secteur de l'animation, est chargée de rendre un avis sur les demandes de majoration.

• le soutien aux entreprises

Le soutien financier aux industries techniques accompagne la démarche d'investissements des entreprises qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création et à la qualité de la diffusion des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, linéaires ou non, interactives ou non, ou de jeu vidéo. Le réseau RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia), partenariat entre le CNC et Bpifrance, soutient les travaux de recherche et développement des entreprises dans les domaines de la production, du traitement, de la distribution et de la publication d'images et de sons débouchant sur des nouveaux biens ou services innovants.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2020
aides à la création visuelle et sonore (aide sélective et allocation directe)	producteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles contribuant au renouvellement de la création visuelle ou sonore en recourant aux technologies numériques	- accompagner la prise de risque des producteurs - valoriser la contribution artistique des effets visuels numériques	8,9 M€ pour 92 projets
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'image animée	accompagner la structuration du secteur en soutenant des projets techniques différenciants	6,7 M€ pour 116 projets
réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)	sociétés menant des travaux de recherche et développement en cinéma, audiovisuel, jeux vidéo et nouveaux médias	favoriser l'activité de recherche et développement au sein des entreprises du secteur	2,0 M€ dont 1,1 M€ en subventions CNC et 0,9 M€ en avance remboursable Bpifrance pour 19 projets
Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution.			

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales vise à faire du secteur du cinéma et de l'audiovisuel un pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales et l'État. Elle couvre les domaines de l'aide à la création, à la production et à l'accueil des tournages, les actions d'éducation à l'image, de diffusion culturelle, de l'exploitation cinématographique et du patrimoine cinématographique.

Les conventions pluriannuelles de coopération cinématographique et audiovisuelle conclues avec les Régions et les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) constituent un instrument de dialogue, de négociation et de mise en œuvre des actions conjointes, dans un triple souci : cohérence des actions menées, transparence des dispositifs, traçabilité des financements déployés. Elles donnent lieu chaque année à des conventions d'application financière dans lesquelles sont inscrits les engagements de chacun des partenaires. Des collectivités infra régionales (départements, communautés de communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions.

À la suite de la grande concertation et de la rencontre avec les nouveaux exécutifs régionaux en 2016, le CNC a proposé un cadre renouvelé et renforcé pour les années 2017 à 2019 pour une cinquième génération de convention : renouvelé car il permettait de prendre en compte les spécificités de chacun des territoires et renforcé car le CNC proposait d'accompagner de nouvelles actions :

- le déploiement de l'opération *Talents en court* ;
- la mise en place de bourse de résidence avec le 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité ;
- le soutien aux télévisions locales qui financent la création

au titre du 1 € du CNC pour 3 € de la collectivité pour inciter les télévisions locales à financer la création ;

- le soutien à l'emploi de médiateurs dans les salles de cinéma au titre du 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité ;
- la relance des ciné-clubs en s'appuyant sur les jeunes en service civique.

L'année 2020 a vu le renouvellement de ce cadre pour la période 2020-2022 en accentuant la prise en compte des spécificités territoriales et avec des priorités affirmées pour le CNC dans sa politique d'accompagnement des collectivités autour de trois grands axes :

- l'indépendance créative des auteurs et économique des entreprises ;
- l'internationalisation des œuvres et l'attractivité des territoires ;
- l'accès aux œuvres et la reconquête du jeune public.

En 2020, le CNC a également valorisé certaines mesures de plan d'urgence initiées par les collectivités et prévu une disposition pour modifier par avenant les conventions pour y intégrer au besoin des mesures de relance en fonction de l'évolution et l'impact de la crise sanitaire sur le secteur. Les conventions continuent de s'organiser autour de quatre grandes parties :

- la première est consacrée à l'écriture, au développement, à la production cinématographique et audiovisuelle, ainsi qu'à l'accueil de tournages et au développement de la filière. Elle bénéficie de crédits de la collectivité territoriale concernée (les aides sont accordées de manière sélective, après avis de commissions spécialisées) et d'un abondement du CNC sur des crédits issus du fonds de soutien ;
- la deuxième partie concerne la diffusion culturelle et l'éducation artistique, avec des actions soutenues sur le plan national par le CNC telles que *Lycéens et apprentis au cinéma*, *Passeurs d'images* et le soutien aux pôles régionaux d'éducation aux images. Elle est financée par la collectivité territoriale, par la DRAC et par le CNC ;

- la troisième partie, dédiée à l'exploitation cinématographique, vise à permettre aux collectivités, aux DRAC et au CNC de préciser leurs modalités d'intervention en faveur des salles de cinéma et à engager une concertation approfondie et un échange d'informations systématique ;

- la quatrième partie a pour objet le patrimoine cinématographique soutenu par les collectivités, les DRAC et le CNC qui intervient sur une dizaine de cinémathèques régionales. Elle permet d'identifier et de valoriser les actions des partenaires touchant à la numérisation des œuvres et leurs actions visant à promouvoir l'offre cinématographique de patrimoine.

Dans le cadre des conventions, les modalités d'intervention du CNC sont différentes suivant les actions. Le CNC définit avec les collectivités les enveloppes de crédits pour chaque type de soutien : aide à l'écriture et au développement, aide aux œuvres nouveaux médias, aide aux films de court métrage, aide aux films de long métrage, aide à la production audiovisuelle, etc... L'apport du CNC peut être forfaitaire ou sur la base de dispositifs du type « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité » ou de 1 € pour 3 €.

Le CNC limite son intervention financière à la production à 2,0 M€ par an et par convention. Les bureaux régionaux d'accueil des tournages (également appelés commissions régionales du film) bénéficient également d'une aide pendant les trois premières années de leur fonctionnement comme les pôles régionaux d'éducation aux images sur la première année de leur création.

En 2020, le montant des engagements inscrits dans les 17 conventions conclues s'élève à 172,4 M€ en progression de près de 9 % après avoir augmenté de 44 % au cours du dernier cadre (2017-2019).

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des avenants financiers 2020 ont atteint 35,2 M€, dont 22,3 M€ pour les fonds d'aide à la création et à la production et 7,5 M€ pour la diffusion culturelle comprenant notamment le soutien à la relance des

ciné-clubs et 1,2 M€ pour le soutien direct à l'exploitant dont 0,51 M€ pour le soutien à l'emploi de médiateurs et 2,1 M€ pour les cinémathèques régionales. Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 127,8 M€ et ceux engagés par les DRAC à 9,4 M€.

Engagements 2020 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€)

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
création	1,6	-	8,3	9,8
<i>dont talents en court</i>	0,1	-	0,2	0,3
<i>dont bourse de résidence</i>	0,5	-	2,4	2,9
<i>dont aide à l'écriture et au développement</i>	0,7	-	4,5	5,2
<i>dont soutien aux résidences</i>	0,3	-	1,1	1,4
nouveaux médias	0,3	-	2,8	3,1
production cinéma	10,7	-	33,0	43,7
<i>dont court métrage</i>	2,7	-	5,8	8,5
<i>dont long métrage</i>	8,0	-	27,2	35,2
production audiovisuelle	9,8	-	25,0	34,7
<i>dont soutien direct à la production audiovisuelle</i>	9,1	-	20,8	29,9
<i>dont soutien aux COM des TV locales</i>	0,6	-	4,2	4,8
total fonds d'aide	22,3	-	69,0	91,3
accueil des tournages	0,1	-	6,1	6,2
développement de la filière	2,0	-	6,6	8,6
total création, production et tournages		-	81,7	106,1
diffusion - éducation à l'image	7,5	9,2	29,2	45,9
<i>dont diffusion culturelle</i>	6,8	2,6	20,1	29,5
<i>dont dispositifs d'éducation à l'image</i>	-	6,5	7,3	13,9
<i>dont les ciné-clubs</i>	0,4	-	0,7	1,1
<i>dont diffusion des œuvres aidées</i>	0,4	-	1,1	1,4
exploitation	1,2	-	14,4	15,5
<i>dont soutien direct aux salles</i>	-	-	11,2	11,2
<i>dont soutien aux réseaux de salles</i>	0,7	-	2,0	2,7
<i>dont soutien aux médiateurs</i>	0,5	-	1,1	1,6
conservation du patrimoine	2,1	0,2	2,6	4,9
total	35,2	9,4	127,8	172,4

En plus de 15 ans, les engagements de l'État (CNC+DRAC) ont été multiplié par quatre, passant de 10,1 M€ en 2004 à 44,6 M€ en 2020. Sur la même période, les engagements des collectivités territoriales ont été multiplié par trois, passant de de 35,5 M€ à 127,8 M€. Tous partenaires confondus, les engagements ont été multiplié par près de 4 entre 2004 (45,6 M€) et 2020 (172,4 M€).

Les conventions 2020-2022 concernent 33 collectivités territoriales : 17 régions et DROM (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Guadeloupe, Guyane, Hauts-de-France, Ile-de-France, Martinique, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, La Réunion), 10 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Drôme, Gironde, Haute-Savoie, Landes, Lot-et-Garonne, Seine-Saint-Denis), quatre agglomérations et métropoles (Eurométropole de Strasbourg, Agglomération de Valence Romans, Toulouse Métropole, Bordeaux Métropole) et deux communes (Paris, Bordeaux).

L'attractivité du territoire renforcée par l'accueil de tournage

La politique territoriale du CNC associée à l'impact des crédits d'impôt permettent à la France d'être une terre d'accueil de tournages valorisée également par le travail des 40 bureaux d'accueil de tournages, dont les actions sont coordonnées par Film France, soutenue par le CNC. Ils proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les sites de tournages et pré-repérages ; recherche de techniciens, de comédiens et de figurants (possibilité de casting dans la plupart des bureaux d'accueil) ; démarches administratives, aide aux autorisations de tournage ; logistique et informations diverses (location de véhicule, hébergement, etc.) ; mise à disposition de bureaux de production, de documentation ; relations avec la presse et les autorités locales.

Renouveler les publics et agir pour la citoyenneté

Autour des deux axes traditionnels que sont l'éducation à l'image et le développement des publics, le CNC initie un nouveau chantier, la promotion de la citoyenneté.

Éduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours

Ecole et cinéma, *Collège au cinéma* et *Lycéens et apprentis au cinéma* permettent d'amener les élèves dans les salles de cinéma puis de travailler en classe à partir de documents pédagogiques.

Ils ont touché, au cours de l'année scolaire 2019-2020, plus de 1,8 million d'élèves, soit 14,9 % des élèves français et généré près de 2,6 millions d'entrées en salles. Par ailleurs, l'enseignement de spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat implique 135 classes de lycéens.

Le *Prix Jean Renoir des lycéens* décerné par des lycéens à un film, initié par le ministère de l'éducation nationale, concerne 55 classes en 2018-2019. Le film primé *l'Heure de la sortie* de Sébastien Marnier va intégrer le dispositif *Lycéens et apprentis au cinéma* à la rentrée scolaire 2020-2021. En 2020, la cérémonie n'a pas eu lieu en raison de la crise sanitaire.

Passeurs d'images, dispositif d'éducation à l'image hors temps scolaire, s'appuie sur deux actions complémentaires : la diffusion (séances spéciales en salles, en plein air, parcours en festivals, politique tarifaire, etc...) et la pratique (ateliers de pratique artistique et audiovisuelle). Il touche près de 240 000 personnes autour de 2 000 actions grâce notamment à l'implication de 267 salles de cinéma.

Faire du cinéma, un secteur exemplaire en termes d'engagement citoyen

Pour les personnes en situation de handicap ou hospitalisées, le CNC soutient les associations *Cinéma différence*, *Retour d'image* ou encore *Ciné-sens*, association qui accompagne notamment les professionnels dans l'accessibilité des œuvres et des salles pour les personnes handicapées sensorielles et *Rêve de cinéma*, qui organise des projections de films destinées aux enfants hospitalisés.

Concernant les jeunes de la protection judiciaire de la jeunesse, le CNC soutient le dispositif *Des cinés, la Vie !* coordonné par l'association *Passeur d'images*. Il s'agit de faire découvrir le court métrage aux jeunes. En 2019-2020, ce dispositif a permis à 700 jeunes de voter pour leur court métrage préféré et à plus de 1 000 jeunes de participer à des actions d'éducation aux images autour de la rencontre avec des professionnels du cinéma et de la pratique.

Pour donner accès au cinéma d'auteur et confronter les plus jeunes à la prise de parole, le CNC a relancé les *ciné-clubs* dans les lycées, en s'appuyant sur les jeunes en service civique tout en poursuivant son soutien aux fédérations de ciné-clubs.

770 jeunes seront ainsi mobilisés à minima entre 2020 et 2021, avec en outre une expérimentation spécifique dans quelques régions conduite grâce au renfort d'une vingtaine de services civiques supplémentaires au bénéfice des salles de cinéma. Depuis la création de ce dispositif en 2015, 18 700 projections ont réuni 292 000 spectateurs.

770 jeunes en service civique mobilisés à minima pour relancer les ciné-clubs pour 2020-2021.

Promouvoir la diversité des œuvres

Le soutien aux associations et aux manifestations

Le CNC soutient des associations et des manifestations nationales promouvant des œuvres peu diffusées comme le documentaire, le court métrage, l'animation ainsi que le cinéma expérimental, pour un budget de 3,3 M€ en 2020. Parmi ces diverses associations, l'Agence du court métrage, Faites des Courts, Fête des Films, l'Association du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Association française du cinéma d'animation (AFCA) défendent la diffusion de ces œuvres.

En 2020 malgré la situation sanitaire, *le Mois du film documentaire*, organisé par Images en bibliothèques, a été maintenu et a réuni les spectateurs lors de 244 séances en ligne en France et 23 séances physiques à l'étranger. 61 % des séances étaient accompagnées d'un débat.

Le CNC favorise la diffusion des œuvres documentaires à travers son catalogue de droits non commerciaux *Images de la culture*. Le catalogue propose notamment les œuvres documentaires et fictions soutenues par Images de la diversité en collaboration avec l'ANCT (agence nationale pour la cohésion des territoires). En 2020, 1 594 titres ont été diffusés dans un cadre associatif. Le site *Images de la culture* a permis 4 395 visionnages en ligne.

Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient une quarantaine de festivals d'intérêt national et international pour un montant d'environ 8 M€, notamment le *Festival de Cannes*, le *Festival Séries Mania*, le *Festival international du film d'animation* d'Annecy, FIPADOC de Biarritz, le *Festival du court métrage* de Clermont-Ferrand, le *Festival Premiers plans* d'Angers et le *Festival international du film de la Rochelle*.

24,7 %

de longs métrages réalisés
par des femmes

38,9 %

de réalisatrices de courts
métrages

50,7 %

de femmes au sein des
commissions du CNC

39,5 %

de femmes dans les aides
à l'écriture du CNC



6.2

L'égalité femmes / hommes

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur

Progression du nombre de films réalisés par des femmes

En dix ans, alors que le nombre de films agréés diminue de 11,8 % en raison de la pandémie de Covid-19 en 2020, le nombre de films réalisés par des femmes passe de 56 films en 2011 à 59 films en 2020, soit une progression de 5,4 %. En parallèle, le nombre de films réalisés par des hommes diminue de 13,6 % sur la période. La part de films réalisés par des femmes progresse par conséquent de 20,7 % en 2011 à 24,7 % en 2020, soit le niveau le plus élevé de la décennie. La part de films coréalisés par des femmes et des hommes diminue entre 2011 (3,3 % de l'ensemble des films) et 2020 (0,8 %).

Un écart de devis moyen de 41 % en 2020

Le devis moyen des films réalisés par des femmes est inférieur à celui des films réalisés par des hommes. Le devis moyen des films d'initiative française réalisés par des femmes est de 2,23 M€ en 2020, contre 3,81 M€ pour les hommes (-41,4 %). En 2011 cet écart était de 43,2 %.

29 % de premiers films réalisés par des femmes

Sur la décennie, la part de premiers films d'initiative française réalisés par des femmes est stable. En 2020, le nombre de premiers films réalisés est impacté par la pandémie de COVID 19 : 59 premiers films ont été agréés en 2020, soit 14 films de moins qu'en 2011 (-19,2 %). Cette baisse impacte aussi bien les premiers films réalisés par des femmes (-19,0 %, de 21 en 2011 à 17 en 2020) que ceux réalisés par des hommes (-14,6 %, de 48 à 41).

Un quart des films français est réalisé par des femmes en 2020.

Films agréés selon le genre des réalisateurs (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
femmes	20,7	21,1	21,2	20,2	21,0	20,5	23,3	23,0	22,9	24,7
hommes	76,0	75,6	75,5	77,9	77,3	76,3	73,0	75,0	74,1	74,5
mixte	3,3	3,2	3,3	1,9	1,7	3,2	3,7	2,0	3,0	0,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC

Devis moyen des films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
femmes	3,49	3,45	3,19	2,83	3,50	2,58	3,47	2,88	2,56	2,23
hommes	6,14	5,69	5,59	4,35	4,70	6,52	5,51	4,45	4,28	3,81
ensemble	5,47	5,10	4,90	3,94	4,38	5,47	4,90	4,04	3,76	3,39

Source : CNC

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (%)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
femmes	28,8	20,8	25,4	30,0	26,7	31,3	31,9	28,8	35,7	28,8
hommes	65,8	72,7	70,1	66,7	70,7	65,0	62,5	68,8	60,0	69,5
mixte	5,5	6,5	4,5	3,3	2,7	3,8	5,6	2,5	4,3	1,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC

Hausse de la part de films documentaires réalisés par des femmes

En 2020, la réduction du nombre de films d'initiative française concerne principalement les films de fiction, avec 38 films en moins par rapport à 2011 (-22,1 %). Par rapport au nombre de films réalisés en 2011, cette baisse est similaire pour les films réalisés par des hommes (-26 films, soit -20,5 %) et pour les films réalisés par des femmes (-8 films, soit -20,0 %). La part de films de fiction réalisés par des femmes est par conséquent stable à 23,9 % en 2020 (23,3 % en 2011).

À l'inverse, la part de films documentaires réalisés par des femmes augmente en 2020 (30,6 %) par rapport à 2011 (24,1 %). Sur dix ans, le nombre de films documentaires réalisés par des femmes double à 15 films (+114,3 %), une progression plus marquée que pour les films réalisés par des hommes (+70,0 % à 34 films).

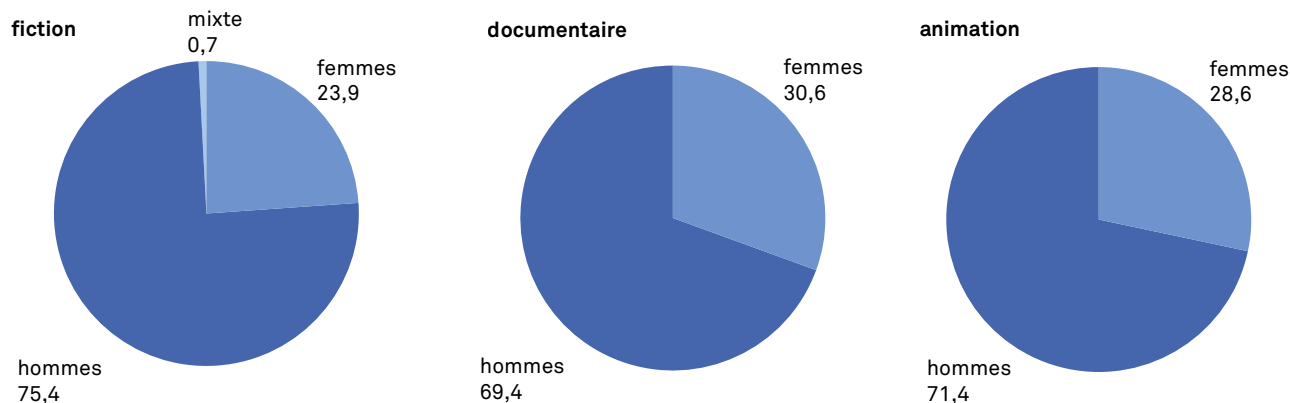
En 2020, deux films d'animation sont réalisés par des réalisatrices confirmées (3^e film ou plus) : *les Secrets de mon père* de Vera Belmont et *la Sirène* de Sepideh Farsi. Depuis 2010, seuls deux autres films d'animation avaient été strictement réalisés par des femmes : *les Hirondelles de Kaboul* de Zabou Breitman et Eléa Gobbé-Mévellec et *la Traversée* de Florence Miailhe.

38,9 % des réalisateurs de courts métrages sont des femmes

Sur la période 2010-2019, la présence des femmes dans la réalisation de court métrage se renforce pour atteindre 38,9 % en 2019. Dans un contexte général de diminution du nombre de réalisateurs de courts métrages entre 2010 et 2019, la réduction du nombre de femmes est plus mesurée (-4,2 %) que celle du nombre d'hommes (-39,0 %).

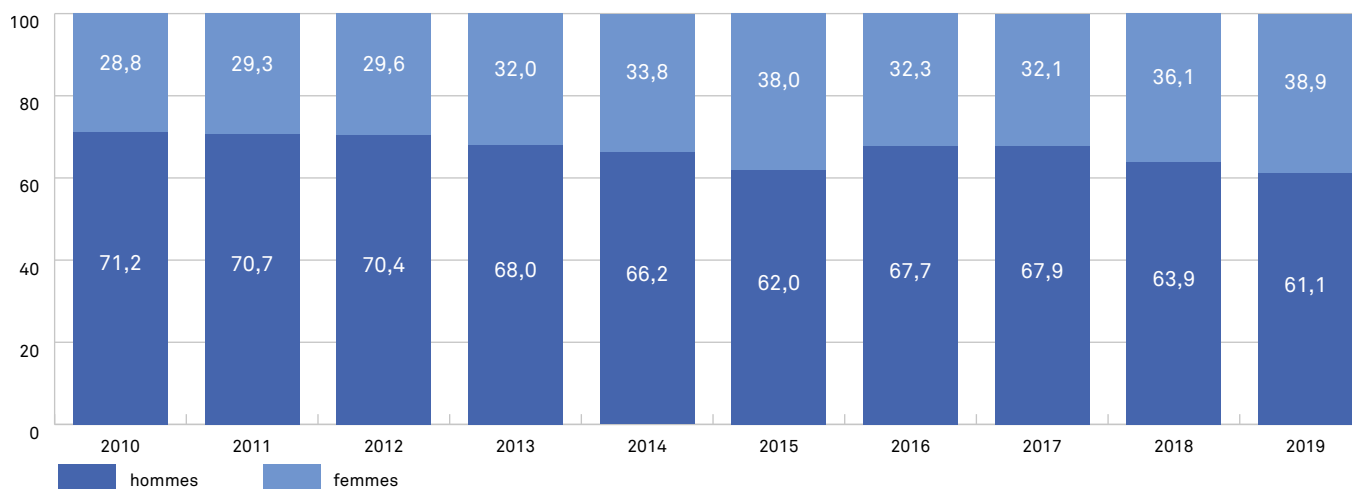
Près de 40 % des réalisateurs de courts métrages sont des femmes.

Films d'initiative française selon le genre des films et des réalisateurs en 2020 (%)



Source: CNC

Part de femmes au sein des réalisateurs de courts métrages (%)



Source: CNC

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Le CNC est composé à 61 % de femmes

Au 31 décembre 2019, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (61,1 %). Cette répartition varie en fonction de la catégorie d'emploi. Plus la catégorie d'emploi est élevée, plus la part des hommes est importante. Les femmes sont majoritaires pour les catégories C (65,4 %), B (66,9 %) et A (59,8 %), mais sont minoritaires pour la catégorie A+ (34,6 %). Comme pour les années précédentes, la masculinisation des postes de la catégorie A+ se renforce à nouveau en 2019 (une femme de moins qu'en 2018 et quatre hommes de plus).

En 2020, la parité se confirme au sein des commissions du CNC.

Une parité observée au sein des commissions du CNC

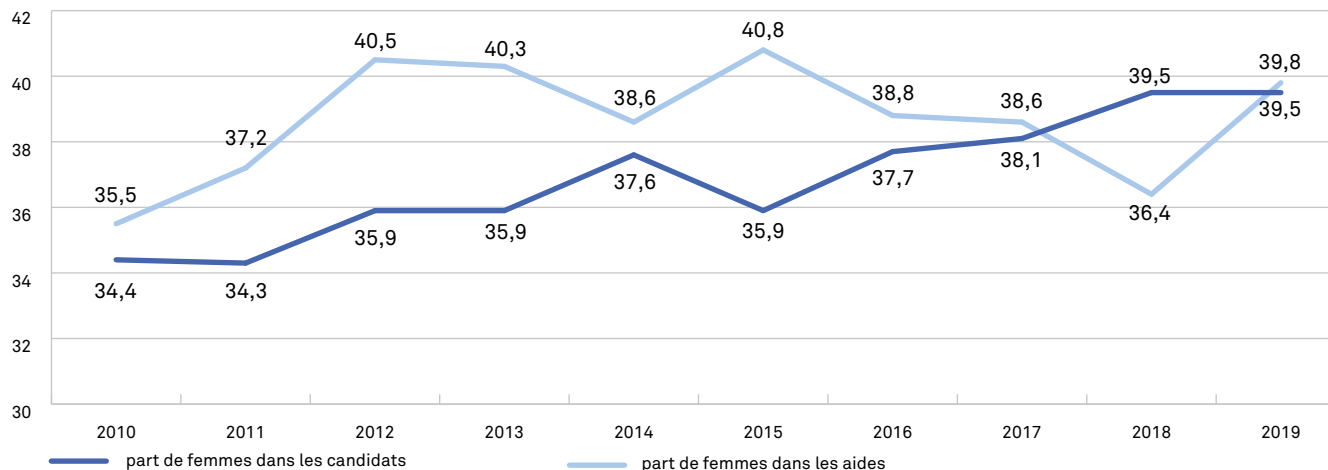
En 2020, la parité est observée au sein des commissions du CNC avec 50,7 % de femmes et 49,3 % d'hommes. Une parité stricte est respectée pour les postes de présidence (50,0 % de femmes) et pour les membres titulaires (50,2 % de femmes). La part de femmes est en revanche légèrement plus élevée au sein des membres suppléants (51,4 %) ainsi que parmi les postes de vice-présidence (52,0 %).

Composition des commissions du CNC (%)

	2016	2017	2018	2019	2020
femmes	39	51	48	51	51
hommes	61	49	52	49	49
total	100	100	100	100	100

Source : CNC

Part de femmes dans les aides à l'écriture du CNC (%)

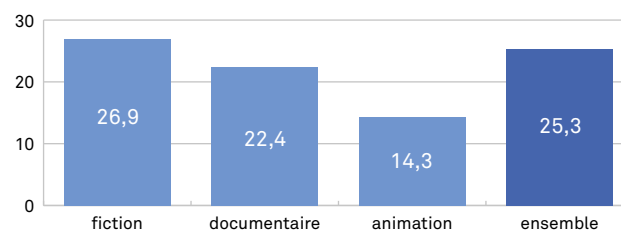


Source : CNC

40 % de femmes dans les aides à l'écriture du CNC

Sur les 3 995 personnes physiques candidates aux aides du CNC en 2019, 1 591 sont des femmes. La part de femmes candidates aux aides du CNC augmente de façon continue sur la période, passant de 34,4 % en 2010 à 39,8 % en 2019, la part la plus haute de la décennie. En 2019, 175 femmes ont été aidées par le CNC au titre d'une aide à l'écriture. Malgré des variations importantes sur la période, la part de femmes parmi les bénéficiaires d'aides augmente de 35,5 % en 2010 à 39,5 % en 2019.

Part des films bénéficiaires du bonus parité en 2020 selon le genre du film (%)



Source : CNC.

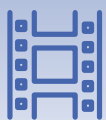
Un quart des films agréés en 2020 est bénéficiaire du bonus pour la parité du CNC

Parmi les 190 films d'initiative française agréés en 2020, 48 films (25,3 %) présentent au moins autant de femmes que d'hommes à des postes clefs. Cette part est plus importante pour les fictions (26,9 %) que pour les documentaires (22,4 %) et les films d'animation (14,3 %). 39 des films bénéficiaires du bonus parité en 2020 (81,3 %) sont réalisés ou coréalisés par des femmes. Parmi les neuf films (18,8 %) bénéficiaires du bonus parité réalisés par des hommes, sept sont des fictions et deux des documentaires. Le coût moyen des films bénéficiaires du bonus parité en 2020 est de 2,42 M€, contre 3,39 M€ en moyenne pour un film d'initiative française. Trois films bénéficiaires du bonus parité en 2020 présentent un coût supérieur à 7 M€ : *Suprêmes* d'Audrey Estrougo, *Alors on danse* de Michèle Laroque et *Titane* de Julia Ducournau.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *La place des femmes dans l'industrie cinématographique et audiovisuelle*

En 2019, les secteurs soutenus par le CNC emploient
293 000 personnes soit 1 % de l'emploi total en France



122 000
emplois dans le cinéma



101 000
emplois dans l'audiovisuel



62 000
emplois dans le jeu vidéo



8 000
emplois dans la vidéo



6.3

L'emploi

L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

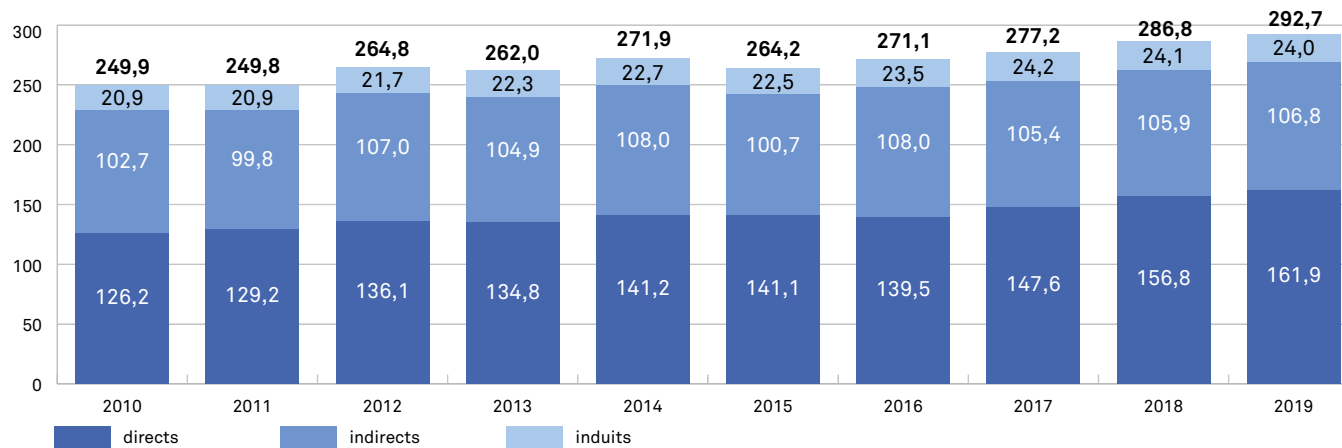
Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente les résultats issus d'une étude d'évaluation du poids économique et social du périmètre d'intervention du CNC, réalisée par EY (analyse des impacts directs, indirects et induits). Les impacts indirects correspondent aux consommations intermédiaires entre les branches. Les effets induits correspondent aux dépenses de consommation des employés des entreprises relevant du périmètre d'intervention du CNC. Les données sont issues des statistiques annuelles des entreprises de l'INSEE pour les sociétés relevant des codes NAF du périmètre d'intervention du CNC, des données du groupe Audiens ainsi que des tableaux des entrées intermédiaires de l'INSEE. En 2020, l'analyse du périmètre d'intervention du CNC a été affinée en matière d'emploi avec les données du groupe Audiens. Les historiques ont par conséquent été retravaillés. Les données 2019 sont des estimations.

Les secteurs d'intervention du CNC représentent près de 300 000 emplois en France

La production totale des secteurs soutenus par le CNC est estimée à 41,2 Md€ en 2019, en progression de 18 % en dix ans. Les secteurs d'activités soutenus par le CNC ont généré une valeur ajoutée totale de 17,7 Md€ en 2019, soit 0,8 % du PIB. En 2019, les secteurs d'activités soutenus par le CNC emploient 293 000 personnes, soit 1,1 % de l'emploi total en France. En dix ans, près de 43 000 emplois ont été créés. En 2019, 55 % des emplois des secteurs soutenus par le CNC sont des emplois directs, 37 % des emplois indirects et 8 % des emplois induits.

Emplois dans les secteurs soutenus par le CNC (en milliers)

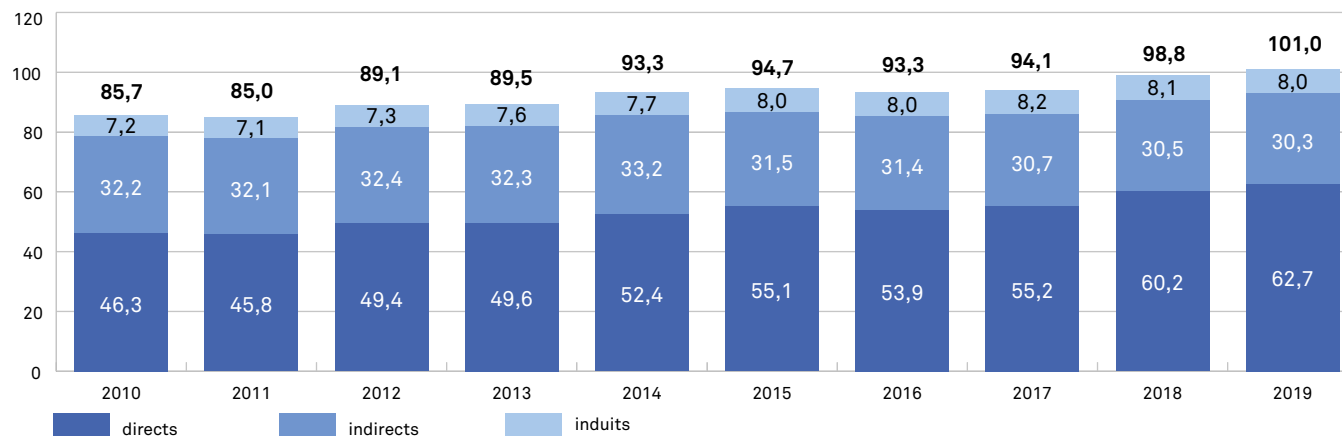


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyses EY.

Le secteur de l'audiovisuel est le premier secteur en termes de poids économique

En 2019, le chiffre d'affaires du secteur audiovisuel sur lequel intervient le CNC s'élève à 15,1 Md€ pour 7,0 Md€ de valeur ajoutée et 101 000 emplois. En dix ans, la production et la valeur ajoutée affichent une progression d'environ 2 % par an en moyenne et plus de 15 000 emplois ont été créés.

Emplois dans le secteur audiovisuel (en milliers)

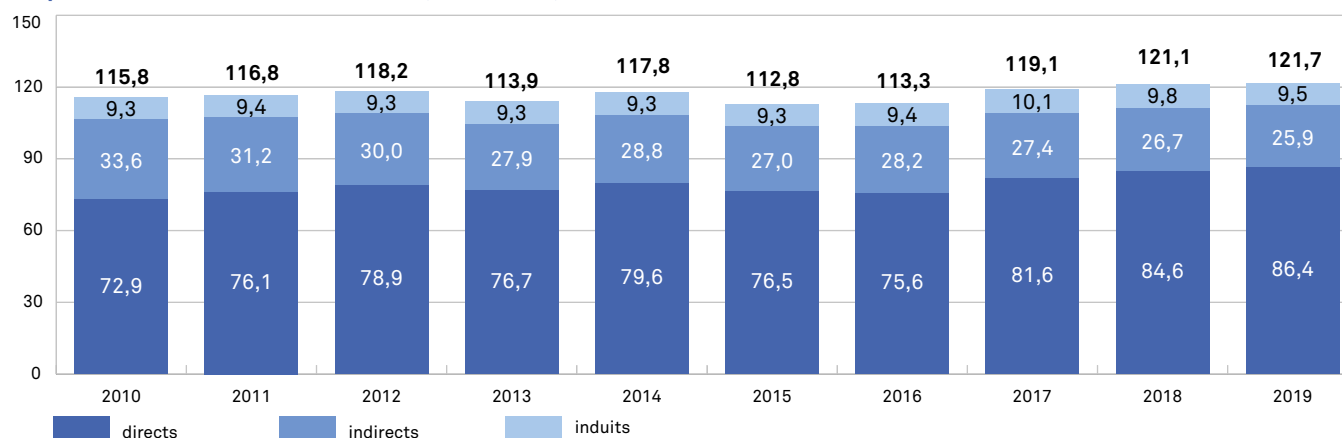


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyses EY.

L'activité dans le secteur du cinéma progresse légèrement

Le chiffre d'affaires de l'industrie du cinéma français progresse de 0,6 % par an entre 2010 et 2019, pour atteindre 14,7 Md€. En parallèle, la valeur ajoutée du secteur augmente de 0,7 % par an, pour s'élever à 6,6 Md€. Près de 6 000 emplois sont créés sur la période pour un total de 122 000 emplois en 2019. Sur les seuls emplois directs, la progression est plus significative : 13 500 emplois sont créés en dix ans.

Emplois dans le secteur du cinéma (en milliers)

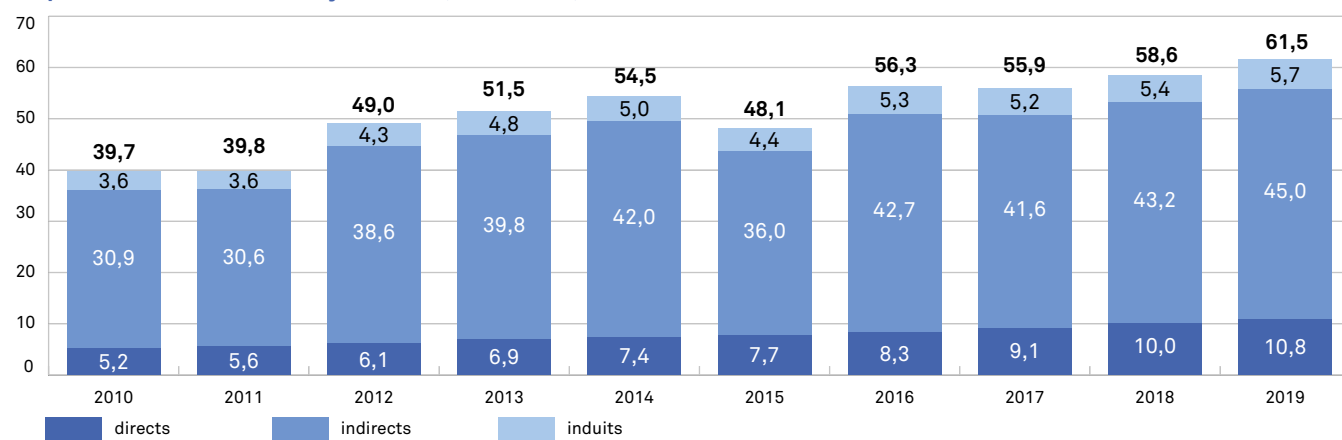


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyses EY.

Le secteur du jeu vidéo enregistre une forte croissance

L'industrie du jeu vidéo connaît la plus forte croissance des secteurs d'intervention du CNC. Entre 2010 et 2019, la progression s'établit à 5,2 % par an en moyenne en termes de chiffre d'affaires, à 5,1 % pour la valeur ajoutée et à 5,0 % pour l'emploi. Cette progression correspond à la création de 22 000 emplois supplémentaires pour atteindre 62 000 emplois en 2019 dont 11 000 emplois directs. Cette dynamique est soutenue par un écosystème qui se structure autour d'un réseau d'écoles et de formations d'excellence.

Emplois dans le secteur du jeu vidéo (en milliers)

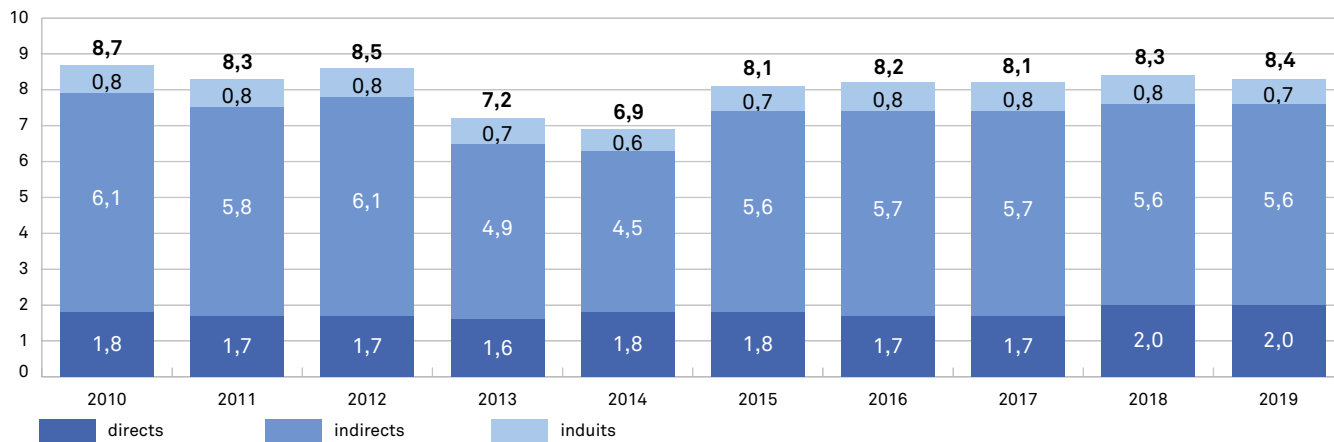


Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyses EY.

Le secteur de la vidéo est en recul

En 2019, le chiffre d'affaires du secteur de la vidéo est estimé à 2,1 Md€ (-1,1 % par an en moyenne depuis 2010) pour 0,7 Md€ de valeur ajoutée (-1,2 %) et 8 400 emplois (-0,4 %) dont 2 000 emplois directs.

Emplois dans le secteur de la vidéo (en milliers)



Source : INSEE, Audiens, CNC, Analyses EY.

L'emploi dans le secteur de la production cinématographique de fiction

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens.

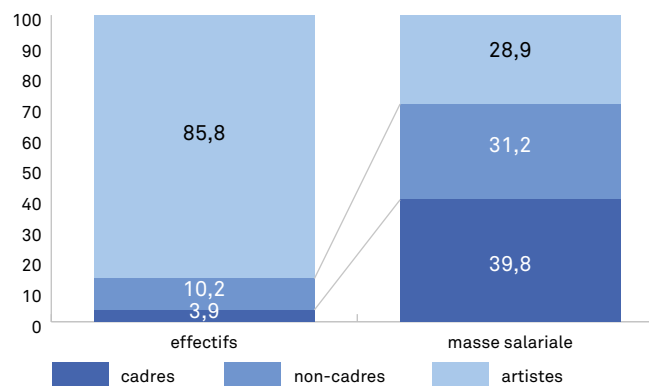
Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. A ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration nominative annuelle des salaires qui permet à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié. Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, l'identité du salarié, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction. Les revenus issus des éventuelles allocations chômage ou des congés payés ne sont en revanche pas pris en compte. Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 1 416 films d'initiative française de fiction cinématographique ayant reçu l'agrément des investissements (ou, à défaut, directement l'agrément de production) entre 2009 et 2018 et qui ont pu être identifiés dans les déclarations recueillies par Audiens.

Plus de 230 000 intermittents en dix ans dans la production de films

La production des 1 416 films de fiction sur la période 2009-2018 a mobilisé 233 468 intermittents et a généré près de 1,5 Md€ de masse salariale. 85,8 % des effectifs intermittents sont salariés en tant qu'artistes interprètes alors qu'ils ne représentent que 28,9 % de la masse

salariale. Les personnels techniques bénéficiant du statut de cadre représentent 3,9 % des effectifs totaux et mobilisent 39,8 % de la masse salariale globale. Les emplois techniques non-cadres concernent 10,2 % des intermittents employés pour la production de l'ensemble des films et génèrent 31,2 % de la masse salariale globale.

Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production cinématographique (2009-2018) (%)

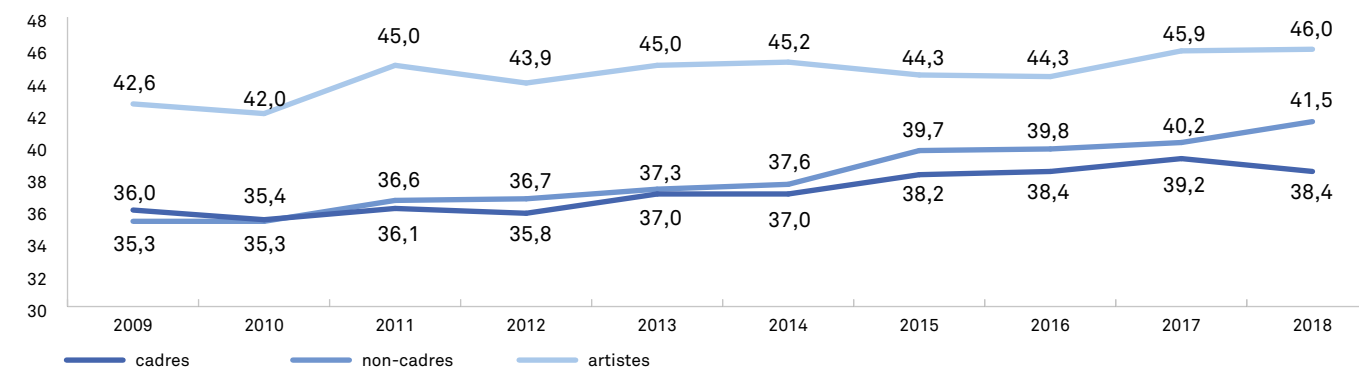


Source: Audiens

44,4 % de femmes au sein des effectifs pour 34,4 % de la masse salariale

Entre 2009 et 2018, 103 724 femmes ont été employées par une société de production de film cinématographique de fiction, soit 44,4 % des effectifs. Les femmes sont davantage représentées au sein des artistes intermittents (45,4 % des effectifs) que dans les emplois de techniciens cadres (37,6 %) et non-cadres (38,5 %). Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs progresse de 40,8 % en 2009 à 44,5 % en 2018. Cette progression est davantage marquée pour les emplois techniciens non-cadres (+6,2 points) qu'au sein des techniciens cadres (+2,4 points), et des artistes intermittents (+3,4 points).

Part de femmes employées dans le secteur de la production cinématographique selon la catégorie professionnelle (%)

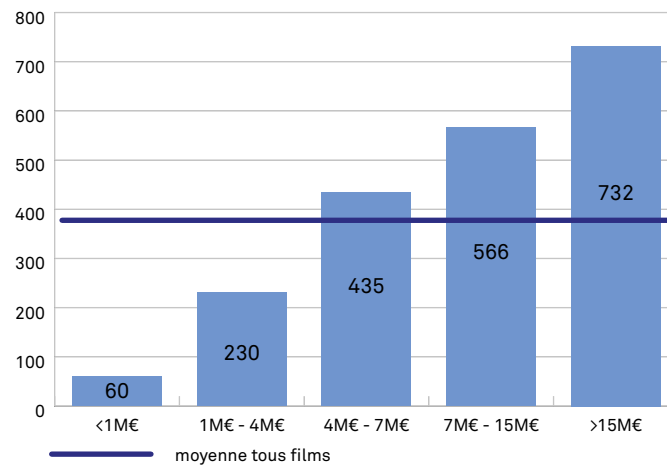


Source: Audiens

382 intermittents en moyenne par film

Entre 2009 et 2018, la production d'un film de fiction emploie en moyenne 382 intermittents, dont 224 hommes (58,8 %) et 158 femmes (41,4 %). En moyenne, plus le devis d'un film est élevé, plus le nombre d'intermittents employés pour sa production est important.

Effectifs moyens par film selon le devis de production entre 2009 et 2018

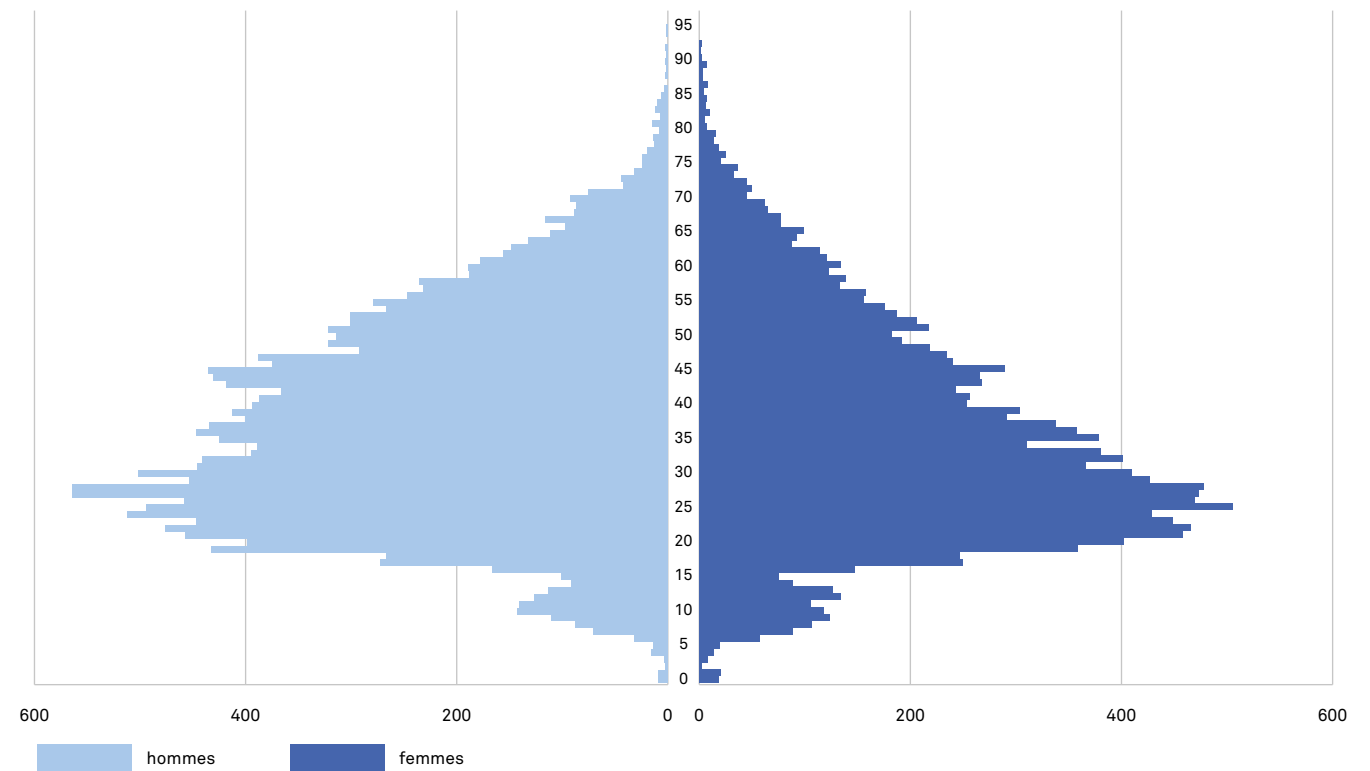


Source : Audiens

Un secteur jeune

En 2018, les salariés du secteur de la production cinématographique de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 38,7 % de l'ensemble des effectifs, une part en hausse par rapport à 2009 (35,4 %). Les femmes sont plus jeunes que les hommes en 2018 : elles sont 42,0 % à être âgées de moins de 30 ans, contre 36,2 % des hommes.

Pyramide des âges des salariés du secteur de la production cinématographique en 2018



Source : Audiens

L'emploi dans le secteur de la production audiovisuelle de fiction

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens (cf. remarque méthodologique supra concernant le groupe Audiens). Le périmètre d'analyse de cette partie comprend 202 entreprises de production audiovisuelle ayant bénéficié d'une aide du CNC pour au moins une heure produite dans le seul genre « fiction ».

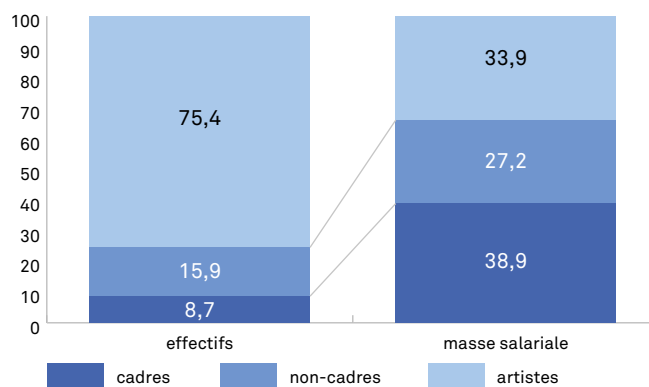
Progression de 30 % des effectifs dans la production audiovisuelle de fiction en dix ans

Sur la période 2009-2018, les effectifs salariés dans les entreprises audiovisuelles de fiction augmentent de 30,3 % et la masse salariale de 46,0 %. 202 entreprises de production audiovisuelle de fiction aidées entre 2009 et 2018 ont employé 123 322 salariés et généré 959,0 M€ de masse salariale sur la période.

Les salariés du secteur de la production audiovisuelle de fiction sont en très grande majorité intermittents (98,3 %). Ils bénéficient d'une masse salariale cumulée de 759,8 M€ entre 2009 et 2018, soit 79,2 % de la masse salariale totale. Au sein des intermittents, 8,7 % ont un statut de technicien cadre (38,9 % de la masse salariale dégagée par les intermittents), 15,9 % ont un statut de technicien non-cadre (27,2 % de la masse salariale) et 75,4 % ont un statut d'artiste interprète (33,9 % de la masse salariale).

Sur la période, 1,7 % des effectifs de la production audiovisuelle de fiction sont des emplois permanents qui bénéficient de 20,8 % de la masse salariale totale. Au sein des salariés permanents, 40,5 % ont le statut de cadre.

Structure de l'emploi intermittent dans le secteur de la production audiovisuelle (2009-2018) (%)



Source : Audiens

Secteur de la production audiovisuelle de fiction

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
nombre d'entreprises	121	123	129	135	133	134	132	130	132	124
effectifs ¹	20 989	15 566	19 137	18 395	19 302	21 646	19 422	21 094	25 294	27 340
masse salariale (M€)	90,96	75,16	86,30	91,91	84,51	94,55	90,96	98,83	113,07	132,77

¹ Les individus sont dédoublonnés : un individu déclaré dans plusieurs entreprises n'est compté qu'une seule fois.

Source : Audiens

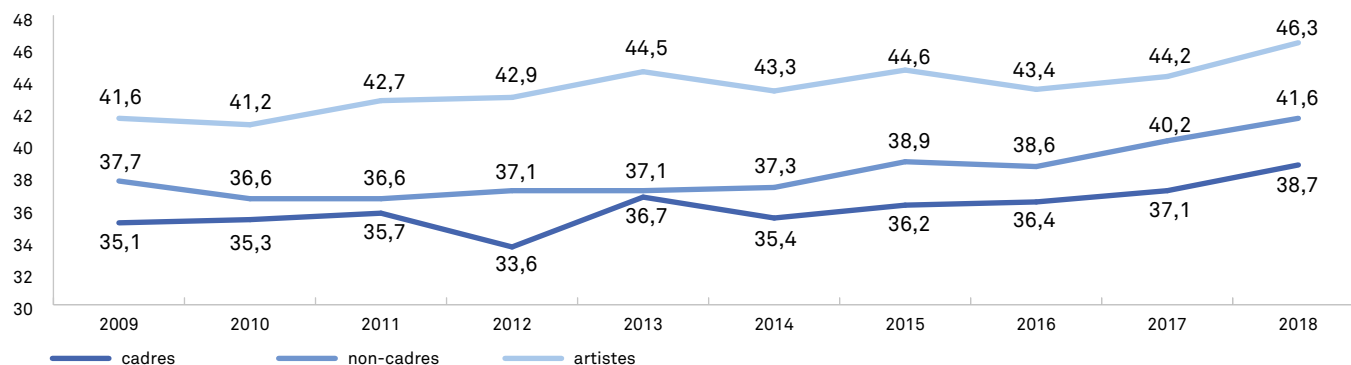
Une féminisation des effectifs

Entre 2009 et 2018, 53 624 femmes ont été employées dans le secteur de la production audiovisuelle de fiction, soit 43,5 % des effectifs. Elles bénéficient de 390,4 M€ sur la période, soit 40,7 % de la masse salariale totale. Les femmes sont davantage représentées au sein des emplois permanents avec 56,8 % des effectifs de cette catégorie. Leur part dans la masse salariale des permanents est moins importante (49,3 %). Les femmes représentent 43,3 % des intermittents de la production audiovisuelle de fiction sur la période 2009-2018. Elles représentent un peu plus du tiers (38,4 %) de la masse salariale des intermittents.

Sur la période, la part de femmes au sein des effectifs intermittents progresse sensiblement, de 40,0 % en 2009 à 44,6 % en 2018. C'est pour la catégorie des artistes intermittents que la part enregistre la plus forte progression entre 2009 (41,6 %) et 2018 (46,3 %). La part de femmes augmente de 3,9 points au sein des techniciens non-cadres (41,6 % en 2018) et de 3,7 points au sein des techniciens cadres (38,7 % en 2018).

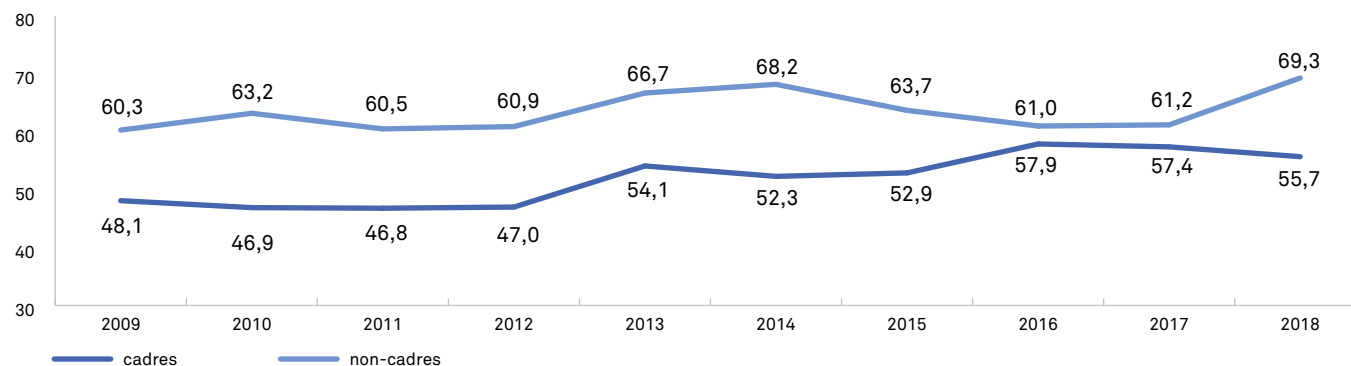
La part de femmes au sein des effectifs permanents progresse également sur la période : elles composaient 54,4 % des effectifs de la catégorie en 2009, contre 60,9 % en 2018.

Part de femmes intermittentes dans le secteur de la production audiovisuelle selon la catégorie professionnelle (%)



Source : Audiens

Part de femmes permanentes dans le secteur de la production audiovisuelle selon la catégorie professionnelle (%)

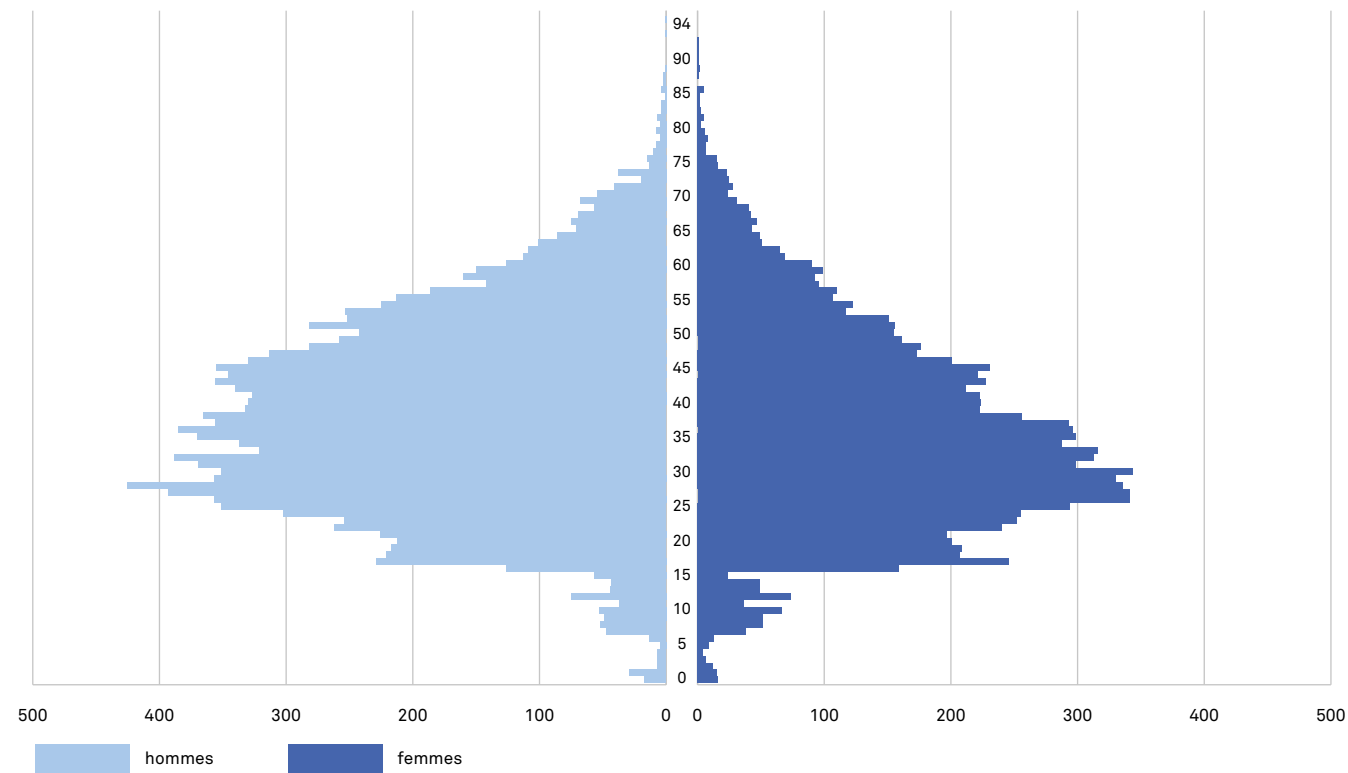


Source : Audiens

Un tiers des effectifs a moins de 30 ans

En 2018, les salariés du secteur de la production audiovisuelle de fiction âgés de moins de 30 ans représentent 34,6 % de l'ensemble des effectifs, une part en hausse par rapport à 2008 (32,7 %). Les femmes sont plus jeunes que les hommes en 2018 : elles sont 38,1 % à être âgées de moins de 30 ans, contre 31,7 % des hommes.

Pyramide des âges des salariés du secteur de la production audiovisuelle en 2018



Source: Audiens

L'emploi en régions

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens (cf. remarque méthodologique supra concernant le groupe Audiens).

Le périmètre d'analyse de cette partie comprend toutes les entreprises déclarées auprès d'Audiens relevant des codes NAF 5911A - production de films et de programmes pour la télévision, 6020A - édition de chaînes généralistes, 6020B - édition de chaînes thématiques, 5911B - production de films institutionnels et publicitaires, 5911C - production de films pour le cinéma, 5912Z - post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 5913A - distribution de films cinématographiques, 5913B - édition et distribution de vidéo et 5914Z - projection de films cinématographiques.

65 % des entreprises implantées en Ile-de-France

En 2019, 8 951 entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actives en France, soit 261 de plus qu'en 2018 (+3,0 %). Le nombre d'établissements dépendants de ces entreprises observe une croissance moins prononcée et passe de 10 966 en 2018 à 11 165 en 2019 (+1,8 %). 7 168 établissements sont implantés en Ile-de-France en 2019, soit 64,2 % de l'ensemble des établissements. Cette part est en légère baisse sur un an (64,8 % en 2018). L'Ile-de-France est la région française qui voit le plus de création d'établissements dans les secteurs du cinéma et de l'audiovisuel en 2019, avec 61 établissements supplémentaires par rapport à 2018 (+0,9 %). En 2019, plus du tiers (37,2 %) des établissements franciliens exercent une activité de production de films et programmes pour la télévision. Après l'Ile-de-France, l'Auvergne-Rhône-Alpes est la région qui abrite le plus d'établissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma avec 703 établissements soit 6,3 % des établissements actifs. Le tiers (34,1 %) de ces établissements exerce une activité de production de films institutionnels et publicitaires.

Etablissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18
Auvergne-Rhône-Alpes	478	520	565	561	575	573	562	716	699	703	+0,6%
Bourgogne-Franche-Comté	97	105	116	109	110	109	105	130	128	124	-3,1%
Bretagne	193	194	192	202	219	232	230	256	253	279	+10,3%
Centre-Val de Loire	102	103	110	111	118	114	109	130	130	127	-2,3%
Corse	46	47	50	58	56	51	43	50	57	58	+1,8%
Grand Est	171	177	207	196	211	219	209	244	257	264	+2,7%
Hauts-de-France	191	187	207	217	215	224	215	261	276	279	+1,1%
Ile-de-France	5 496	5 758	5 942	5 972	6 053	6 175	6 192	7 002	7 107	7 168	+0,9%
Normandie	125	126	138	147	151	155	153	186	179	183	+2,2%
Nouvelle-Aquitaine	334	343	410	411	428	435	430	512	517	537	+3,9%
Occitanie	334	355	370	370	369	390	380	469	472	518	+9,7%
Pays de la Loire	160	170	190	192	211	229	229	260	269	271	+0,7%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	389	391	445	451	445	461	472	540	552	576	+4,3%
Outre-Mer	23	24	34	38	39	41	41	73	70	78	+11,4%
ensemble	8 139	8 500	8 976	9 035	9 200	9 408	9 370	10 829	10 966	11 165	+1,8%

Source : Audiens.

Une forte croissance de l'emploi en régions

En 2019, 210 129 emplois sont comptabilisés par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, un chiffre stable par rapport à 2018 (+0,5 %). La masse salariale dégagée en 2019 est de 3,8 Md€ (+1,3 % par rapport à 2018).

L'Ile-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 171 773 emplois en 2019, soit 73,4 % de l'ensemble des effectifs du secteur. Plus du tiers (38,6 %) d'entre eux travaille dans des établissements de production audiovisuelle, une part plus importante qu'à l'échelle nationale (35,4 %). L'Ile-de-France concentre 79,7 % de la masse salariale totale en 2019, une part stable par rapport à 2018.

Entre 2018 et 2019, l'emploi connaît une forte croissance pour quatre régions françaises : le Grand Est (+12,5 % d'effectifs), la Bretagne (+13,4 %), les Pays de la Loire (+16,1 %) et la Bourgogne-Franche-Comté (+18,2 %). Pour ces quatre régions, l'emploi en 2019 est largement

porté par les établissements de production cinématographique. De façon plus générale, les effectifs dépendants des établissements de production cinématographique augmentent pour l'ensemble des régions à l'exception de la Normandie (-13 salariés), de l'Occitanie (-85 salariés) et de l'Ile-de-France qui observe une importante baisse en 2019 avec 4 170 salariés de moins qu'en 2018 (-6,9 %).

En 2019, la région Auvergne-Rhône-Alpes est la région qui génère la masse salariale la plus importante après l'Ile-de-France avec 124,2 M€ (-1,1 % par rapport à 2018). 20,4 % de cette masse salariale est générée par des établissements qui ont une activité de projection cinématographique. De façon plus générale, les établissements de projection cinématographique génèrent plus de 20 % de la masse salariale pour huit régions françaises.

Les établissements localisés dans les régions d'outre-mer sont à l'origine de 64,3 M€ de masse salariale (1,7 % de la masse salariale totale), un niveau supérieur à la masse salariale régionale moyenne hors Ile-de-France (59,8 M€ en 2019). Ce niveau est principalement imputable aux établissements d'édition de chaînes de télévision généralistes, qui concentrent 85,6 % de la masse salariale des Outre-mer.

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18
Auvergne-Rhône-Alpes	5 161	5 521	6 146	6 371	6 339	6 516	6 219	8 910	9 048	8 791	-2,8%
Bourgogne-Franche-Comté	946	843	1 049	1 103	1 093	1 198	1 020	1 388	1 290	1 525	+18,2%
Bretagne	2 442	2 112	1 925	1 988	2 138	2 184	2 592	3 565	3 200	3 628	+13,4%
Centre-Val de Loire	1 168	1 009	1 068	1 056	1 229	1 242	1 088	1 539	1 504	1 604	+6,6%
Corse	623	502	461	475	446	508	734	1 024	842	892	+5,9%
Grand-Est	3 243	3 258	3 789	3 679	3 760	3 679	3 591	4 875	4 986	5 610	+12,5%
Hauts-de-France	2 376	2 734	3 110	2 708	3 077	2 756	2 489	4 331	4 652	4 712	+1,3%
Ile-de-France	148 878	159 081	153 564	162 940	162 611	158 978	167 595	172 174	171 149	171 773	+0,4%
Normandie	912	923	1 105	1 277	1 224	1 171	1 120	1 700	1 869	1 833	-1,9%
Nouvelle-Aquitaine	3 747	3 935	5 948	5 388	5 806	5 525	5 647	7 405	8 430	8 742	+3,7%
Occitanie	2 898	2 925	2 986	3 275	3 267	4 370	5 006	6 343	6 766	6 829	+0,9%
Pays de la Loire	2 989	3 127	3 513	3 861	4 049	4 190	4 324	4 666	4 810	5 583	+16,1%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	4 423	3 982	5 275	6 488	5 869	6 718	8 382	10 317	10 659	9 944	-6,7%
Outre-Mer	552	238	932	581	1 809	1 773	1 193	2 397	3 236	2 715	-16,1%
ensemble	168 017	178 067	176 742	186 818	187 816	184 901	193 537	207 828	209 007	210 129	+0,5%

Source : Audiens.

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18
Auvergne-Rhône-Alpes	56,3	59,9	69,9	74,8	76,7	82,3	77,8	126,6	125,6	124,2	-1,1%
Bourgogne-Franche-Comté	6,9	6,6	8,1	8,6	8,3	8,7	8,0	21,3	21,2	21,7	+2,1%
Bretagne	14,5	15,4	15,2	15,0	15,9	16,3	18,4	33,9	33,4	35,0	+4,7%
Centre-Val de Loire	8,1	7,7	8,9	9,3	9,1	9,7	9,1	17,6	17,7	17,7	-0,2%
Corse	2,2	2,8	3,3	3,3	3,0	3,0	3,3	15,7	16,3	16,5	+0,9%
Grand-Est	41,5	42,6	52,1	50,3	51,7	52,9	51,6	86,0	88,0	88,6	+0,6%
Hauts-de-France	20,2	26,3	30,3	29,4	29,9	29,8	26,7	53,1	56,1	55,7	-0,8%
Ile-de-France	2 185,8	2 299,4	2 382,5	2 664,3	2 765,4	2 853,3	3 022,9	3 006,6	3 009,8	3 046,6	+1,2%
Normandie	6,7	6,1	9,8	11,0	10,4	10,1	8,2	23,9	25,3	26,3	+4,1%
Nouvelle-Aquitaine	32,4	31,6	41,8	41,7	43,9	45,0	48,0	87,8	95,7	99,4	+3,8%
Occitanie	24,0	22,4	23,5	24,7	26,1	31,2	36,1	75,5	84,4	89,6	+6,2%
Pays de la Loire	15,3	16,8	20,5	28,7	31,9	33,4	33,8	43,1	47,5	47,9	+0,8%
Provence-Alpes-Côte d'Azur	29,7	30,9	39,2	42,1	38,9	45,9	49,7	80,1	90,4	90,2	-0,1%
Outre-Mer	6,8	0,8	6,9	12,8	46,4	16,4	16,8	59,9	62,4	64,3	+3,1%
ensemble	2 450,2	2 569,3	2 711,9	3 016,0	3 157,7	3 238,1	3 410,4	3 731,2	3 774,0	3 823,8	+1,3%

Source : Audiens.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Evaluation du poids économique et social du périmètre d'intervention du CNC*

- l'étude *La place des femmes dans l'industrie cinématographique et audiovisuelle*

- la synthèse sur *L'emploi en régions en 2019*

Crédits

Couverture

Adieu les cons de Albert Dupontel © ADCB Films
Antoinette dans les Cévennes de Caroline Vignal © Chapka Films / La Filmerie / France 3 Cinéma / Diaphana Distribution
La Belle Noiseuse – Jacques Rivette © Les Films du veilleur
La Communion de Jan Komasa © 2020 Arsenal Filmverleih
Mignonnes de Maimouna Doucouré © Bien ou Bien Productions / France 3 Cinéma / Bac Films
Parlement de Noé Debré © Cinétévé / Artemis Productions / CineCentrum / France.tv
Petit Vampire de Joann Sfar © 2020 – Joann Sfar's Magical Society Studiocanal la Cie Cinéma & Panache Productions France 3 Cinema Story Rtbf
Souvenir Souvenir de Bastien Dubois © Arte France, Pictanovo
Tell me why © Dontnod Entertainment
Validé de Frank Gastambide © Mandarin Télévision / Canal +

La consommation des ménages dans la filière

Drunk de Thomas Vinterberg © 2020 Zentropa Entertainments3 ApS, Zentropa Sweden AB, Topkapi Films B.V. & Zentropa Netherlands B.V.
Antoinette dans les Cévennes de Caroline Vignal © Chapka Films / La Filmerie / France 3 Cinéma / Diaphana Distribution
En Thérapie de Olivier Nakache et Eric Toledano © Les Films du Poisson / Arte
Tell me why © Dontnod Entertainment

Cinéma

Été 85 de François Ozon © 2020 Mandarin Production foz France 2 Cinema playtime Production Scope Pictures
Mignonnes de Maimouna Doucouré © Bien ou Bien Productions / France 3 Cinéma / Bac Films
Antoinette dans les Cévennes de Caroline Vignal © Chapka Films / La Filmerie / France 3 Cinéma / Diaphana Distribution
Adolescentes de Sébastien Lifshitz © Ad Vitam distribution
Les choses qu'on dit les choses qu'on fait de Emmanuel Mouret © Moby Dick Films
Deux de Filippo Meneghetti © Paprika Films

Audio

Parlement de Noé Debré © Cinétévé / Artemis Productions / CineCentrum / France.tv
3615 Monique de Simon Bouisson © Mon Voisin Productions / Qui Vive ! / OCS
Validé de Frank Gastambide © Mandarin Télévision / Canal +
Body and Soul de Crystal Pite © La Belle télé / France 5
En Thérapie de Olivier Nakache et Eric Toledano © Les Films du Poisson / Arte

Numérique

Adieu les cons de Albert Dupontel © ADCB Films
Petit Vampire de Joann Sfar © 2020 – Joann Sfar's Magical Society Studiocanal la Cie Cinéma & Panache Productions France 3 Cinema Story Rtbf
Tell me why © Dontnod Entertainment
Mirror: The Signal de Pierre Zandrowicz © Atlas V

International

Drunk de Thomas Vinterberg © 2020 Zentropa Entertainments3 ApS, Zentropa Sweden AB, Topkapi Films B.V. & Zentropa Netherlands B.V.
La Communion de Jan Komasa © 2020 Arsenal Filmverleih
La Llorona de Jayro Bustamante © Les films du Volcan / La casa de produccion / ARP
Sélection
Madre de Rodrigo Sorogoyen © Le Pacte

Le CNC

Josep de Aurel © Les Films d'Ici Méditerranée
Souvenir Souvenir de Bastien Dubois © Arte France, Pictanovo
La Belle Noiseuse – Jacques Rivette © Les Films du veilleur

les dossiers du CNC
n° 344 – mai 2021
bilan 2020

une publication du Centre national du cinéma et de l'image animée

291 boulevard Raspail –
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

directeur de la publication
Dominique Boutonnat

**direction des études, des statistiques
et de la prospective**
tél : 01 44 34 38 26 – despro@cnc.fr

direction de la communication
tél. 01 44 34 38 83

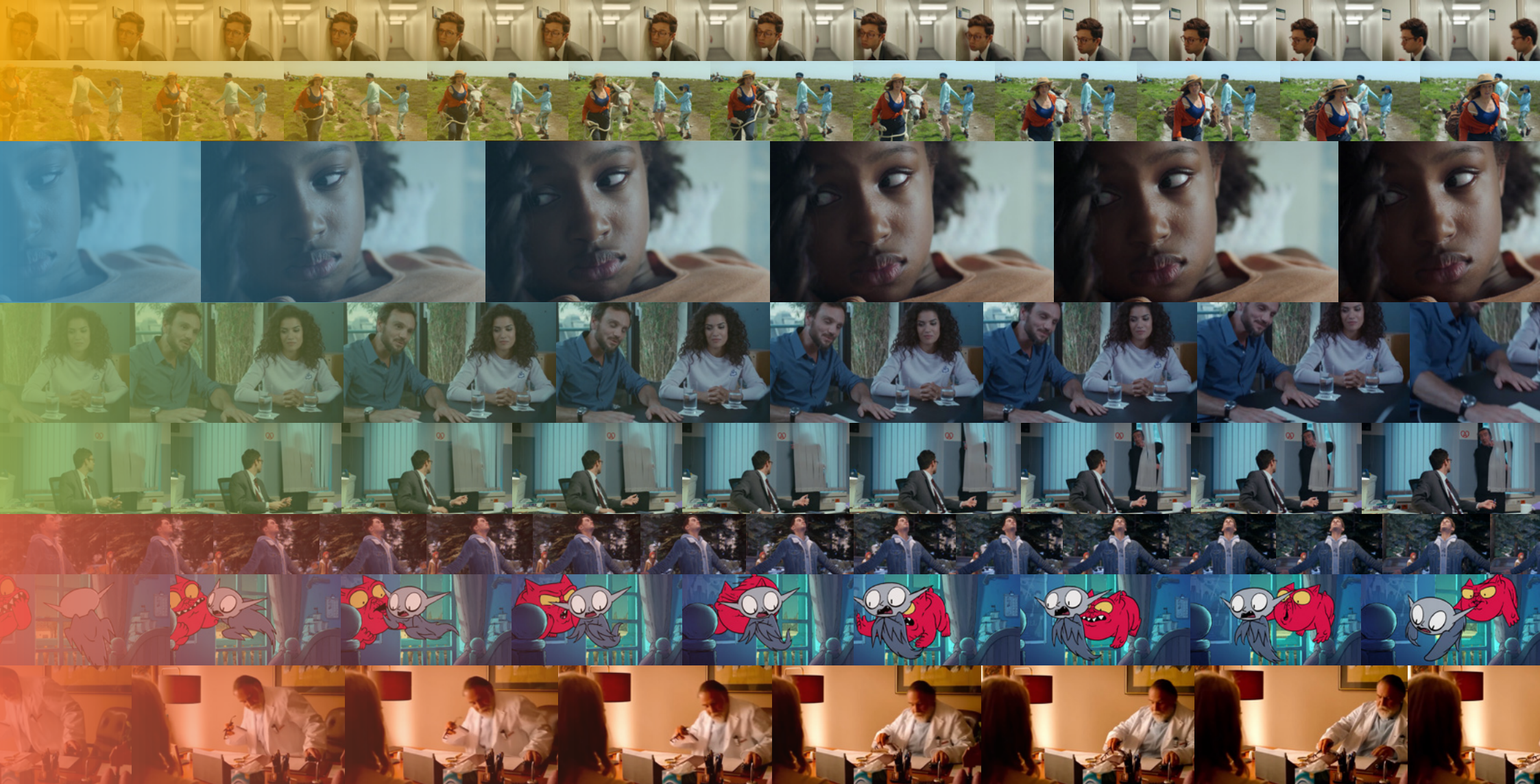
comité éditorial et rédactionnel
Nicolas Besson, Benoît Danard, Sophie Daubard, Raphaël Drouet, Sophie Jardillier, Ivan Piccon, Cindy Pierron, Valentine Tucoulat, Jérôme Tyl,

conception graphique
c-album

impression
Stipa, Montreuil

Sauf mention particulière, toute reproduction partielle ou totale des informations diffusées dans cette publication du CNC est autorisée sous réserve d'indication de la source.

Dépôt légal à parution
Commission paritaire n°122- ADEP.
ISSN 1551-0358



Bilan 2020 du CNC
N°344 – mai 2021

une publication
du Centre national du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

direction
de la communication
tél. 01 44 34 38 83

