

# les films en salles

En 2005, la fréquentation diminue de 10,9 % par rapport à l'année précédente et atteint 174,15 millions d'entrées. La part de marché des films français s'établit à 36,8 %, en recul de 1,6 point malgré le succès de *Brice de Nice* qui occupe la troisième place au box-office. La recette moyenne par entrée est en hausse de 6 centimes à 5,88 €.

## FRÉQUENTATION DES SALLES

### recul de la fréquentation (-10,9 %)

Avec 174,15 millions de billets vendus en 2005, les entrées en salles sont en baisse de 10,9 % par rapport à 2004. Une telle diminution illustre l'élasticité du marché de la salle par rapport à l'offre de films, notamment dans un contexte de stabilité du parc d'écrans. En 2005, 17 films dépassent les deux millions d'entrées (21 en 2004), dont 4 réalisent plus de 4 millions d'entrées (6 en 2004).

Le recul de la fréquentation en 2005 s'observe également dans d'autres pays. Ce phénomène s'explique par la conjonction de multiples facteurs : offre de films moins attractive, concurrence accrue entre les différents médias, développement de nouveaux modes de consommation des films, piraterie.

Le recul des entrées s'accompagne d'une baisse légèrement moins marquée des recettes totales (-10,0 %), conséquence d'une augmentation de la recette moyenne par entrée, qui passe de 5,82 € en 2004 à 5,88 € en 2005.

### ENTRÉES ET RECETTES GUICHETS

	entrées (millions)	recettes guichets (M€)	recette moyenne par entrée (€)
1996	136,74	725,98	5,31
1997	149,26	790,17	5,29
1998	170,60	917,03	5,38
1999	153,61	823,97	5,36
2000	165,76	893,95	5,39
2001	187,45	1 021,01	5,45
2002	184,41	1 030,01	5,59
2003	173,46	996,11	5,74
2004	195,38	1 137,24	5,82
2005*	174,15	1 023,14	5,88

\*données provisoires

### part de marché en baisse pour le cinéma français (36,8 %)

En 2005, les films français enregistrent 64,05 millions d'entrées, soit 15,0 % de moins qu'en 2004. Les films nationaux expliquent ainsi 53,1 % de la baisse générale de la fréquentation. D'ailleurs, il faut remonter à 1992, c'est-à-dire avant la création du premier multiplexe, pour trouver une année sans film français dépassant 5 millions d'entrées. Pour autant, le niveau de fréquentation atteint par les films français en 2005 demeure nettement supérieur à celui de 2003 (+5,8 %). La part de marché des films français s'établit à 36,8 % en 2005, contre 38,5 % en 2004 et 34,9 % en 2003.

En 2005, le nombre d'entrées réalisées par l'ensemble des films américains atteint 80,24 millions, soit 14,0 % de moins qu'en 2004. Il en résulte une part de marché de 46,1 %, en baisse de 1,6 point. Cette dernière n'avait jamais été aussi basse depuis 1988 (45,7 %). Cette faiblesse s'explique notamment par le fait que deux coproductions américano-britanniques ayant remporté un large succès, *Harry Potter et la coupe de feu* (6,73 millions d'entrées) et *Charlie et la chocolaterie* (4,14 millions), sont comptabilisées comme des films britanniques. Ces derniers cumulent ainsi 23,09 millions d'entrées en 2005, contre 14,91 millions en 2004, et s'octroient une part de marché de 13,3 % au sein des cinématographies européennes cumulant ensemble 15,3 % des entrées (9,7 % en 2004).

Privés de titres porteurs, les films non européens et non américains cumulent 3,13 millions d'entrées (7,76 millions en 2004), soit une part de marché de 1,8 % en forte baisse par rapport à 2004 (4,0 %).

#### ENTRÉES SELON LA NATIONALITÉ DES FILMS (MILLIONS)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
films français	51,26	52,00	47,49	50,41	47,21	77,30	64,30	60,53	75,32	64,05
100% français	35,99	43,38	41,03	27,05	36,01	58,30	47,63	43,13	36,84	39,99
majoritaires français	10,40	6,45	4,57	19,01	8,99	16,39	13,62	13,61	36,87	20,64
minoritaires français	4,87	2,17	1,89	4,35	2,21	2,61	3,06	3,79	1,61	3,42
films américains	74,29	78,01	107,98	83,71	103,28	86,98	92,08	90,46	93,28	80,24
films européens	8,51	15,21	13,72	17,02	10,61	14,91	15,46	9,67	19,02	26,72
allemands	0,50	0,20	0,31	0,90	1,05	1,58	1,53	1,69	1,68	1,70
britanniques	7,09	13,83	8,19	13,45	7,95	11,18	9,16	6,13	14,91	23,09
espagnols	0,35	0,15	0,21	0,24	0,18	0,74	3,73	0,68	1,34	0,43
italiens	0,10	0,20	3,94	1,40	0,67	0,49	0,47	0,60	0,39	0,65
films d'autres nationalités	2,68	4,04	1,40	2,48	4,66	8,26	12,57	12,79	7,76	3,13
total	<b>136,74</b>	<b>149,26</b>	<b>170,60</b>	<b>153,61</b>	<b>165,76</b>	<b>187,45</b>	<b>184,41</b>	<b>173,46</b>	<b>195,38</b>	<b>174,15</b>

\*données provisoires

#### PARTS DE MARCHÉ SELON LA NATIONALITÉ DES FILMS (%)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
films français	37,5	34,8	27,8	32,8	28,5	41,2	34,9	34,9	38,5	36,8
100% français	26,3	29,1	24,0	17,6	21,7	31,1	25,8	24,9	18,9	23,0
majoritaires français	7,6	4,3	2,7	12,4	5,4	8,7	7,4	7,8	18,9	11,9
minoritaires français	3,6	1,5	1,1	2,8	1,3	1,4	1,7	2,2	0,8	2,0
films américains	54,3	52,3	63,3	54,5	62,3	46,4	49,9	52,2	47,7	46,1
films européens	6,2	10,2	8,0	11,1	6,4	8,0	8,4	5,6	9,7	15,3
allemands	0,4	0,1	0,2	0,6	0,6	0,8	0,8	1,0	0,9	1,0
britanniques	5,2	9,3	4,8	8,8	4,8	6,0	5,0	3,5	7,6	13,3
espagnols	0,3	0,1	0,1	0,2	0,1	0,4	2,0	0,4	0,7	0,2
italiens	0,1	0,1	2,3	0,9	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,4
films d'autres nationalités	2,0	2,7	0,8	1,6	2,8	4,4	6,8	7,4	4,0	1,8
total	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*données provisoires

#### part de marché record pour les films art et essai

Dans le contexte de baisse générale de la fréquentation, les films recommandés art et essai enregistrent une part de marché exceptionnellement élevée. Elle s'établit à 34,3 % des entrées annuelles, contre 24,2 % en 2004. 15 films recommandés réalisent plus d'un million d'entrées en 2005 (8 en 2004) dont 5 films français (2 en 2004), 5 films américains (5 en 2004) et 5 films britanniques (aucun en 2004).

Par ailleurs, la recommandation art et essai favorise les films français. En effet, 45,1 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français en 2005 (50,0 % en 2004). Cette part s'établit à 26,9 % pour les films américains (29,2 % en 2004).

## ENTRÉES SELON LA RECOMMANDATION DES FILMS (MILLIONS)

	films recommandés		films non recommandés		total	
	art et essai		recommandés		millions	%
	millions	%	millions	%		
1996	40,84	29,9	95,90	70,1	<b>136,74</b>	<b>100,0</b>
1997	38,78	26,0	110,48	74,0	<b>149,26</b>	<b>100,0</b>
1998	37,82	22,2	132,78	77,8	<b>170,60</b>	<b>100,0</b>
1999	39,23	25,5	114,38	74,5	<b>153,61</b>	<b>100,0</b>
2000	48,28	29,1	117,48	70,9	<b>165,76</b>	<b>100,0</b>
2001	51,02	27,2	136,43	72,8	<b>187,45</b>	<b>100,0</b>
2002	46,75	25,4	137,66	74,6	<b>184,41</b>	<b>100,0</b>
2003	43,41	25,0	130,05	75,0	<b>173,46</b>	<b>100,0</b>
2004	47,19	24,2	148,19	75,8	<b>195,38</b>	<b>100,0</b>
2005*	59,77	34,3	114,37	65,7	<b>174,15</b>	<b>100,0</b>

\*données provisoires

### une fréquentation des films moins concentrée

La concentration de la fréquentation, stable depuis 1994, est légèrement moins marquée depuis 2003. Les cent films les plus performants totalisent 77,4 % des entrées annuelles en 2005, contre plus de 80 % jusqu'en 2002. Cette moindre concentration est également sensible sur les 30 premiers films (45,5 % en 2005) et sur les 20 premiers (36,6 %). Elle traduit une évolution structurelle liée à une plus grande diversité de l'offre de films en salles depuis quelques années. En 2005, elle révèle également l'effet conjoncturel de la faiblesse du nombre de films porteurs.

### RÉSULTATS DES FILMS LES PLUS PERFORMANTS (% DES ENTREES)

	top 10	top 20	top 30	top 100
1996	29,6	44,0	53,6	83,0
1997	28,8	42,9	53,3	84,1
1998	39,5	52,6	60,2	85,8
1999	30,5	42,4	50,6	81,5
2000	30,0	43,5	53,6	80,7
2001	27,5	42,0	52,8	82,2
2002	31,8	46,5	55,0	82,5
2003	26,8	40,1	48,8	78,8
2004	26,1	38,5	47,4	78,8
2005*	24,0	36,6	45,5	77,4

\*données provisoires

Bien que le nombre de films atteignant 100 000 entrées soit stable par rapport à 2004 (216 titres), les films réalisant plus de 500 000 entrées sont un peu moins nombreux : 86 en 2005, contre 94 en 2004. Le nombre de films enregistrant plus d'un million d'entrées est également en recul : 45 en 2005, contre 51 l'année précédente. Parmi eux, 17 films réalisent plus de deux millions d'entrées, contre 21 en 2004 et 4 films franchissent le seuil de quatre millions d'entrées, contre 6 en 2004.

16 films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2005, contre 17 en 2004 et 19 en 2003. Le nombre de films américains atteignant ce niveau diminue plus nettement : 21 films en 2005, contre 29 en 2004 et 25 en 2003.

## FILMS ATTEIGNANT UN SEUIL D'ENTRÉES

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500 000	plus de 100 000
<b>tous films</b>					
2001	5	27	50	77	193
2002	7	19	46	79	197
2003	4	16	47	82	206
2004	6	21	51	94	216
2005*	4	17	45	86	216
<b>films français</b>					
2001	4	10	20	30	79
2002	1	4	15	28	78
2003	1	3	19	32	83
2004	2	7	17	34	87
2005*	1	4	16	37	91
<b>films américains</b>					
2001	1	14	24	40	88
2002	5	12	23	40	90
2003	2	11	25	40	94
2004	3	11	29	47	95
2005*	1	10	21	40	93

\*données provisoires

En 2005, la première place du box-office est occupée par un film américain, *Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith*, qui réalise 7,16 millions d'entrées. *Harry Potter et la coupe de feu* occupe la deuxième place du classement 2005 avec 6,73 millions d'entrées et *Brice de Nice*, succès français de l'année, complète le trio de tête avec 4,40 millions d'entrées. Ces trois films réalisent ensemble 18,30 millions d'entrées, soit 10,5 % de la fréquentation annuelle. En 2004, les trois films les plus performants cumulaient 22,56 millions d'entrées, soit 11,5 % du total. Seuls deux films français figurent dans le top 10 en 2005, contre cinq en 2004 : *Brice de Nice* (3<sup>e</sup>) et *les Poupées russes* (9<sup>e</sup>). Deux films britanniques figurent également dans le top 10 : *Harry Potter et la coupe de feu* et *Charlie et la chocolaterie*. En 2004, *Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban* occupait la 3<sup>e</sup> place du classement. Les films américains occupent six des dix premières places (quatre en 2004).

## FILMS AYANT RÉALISÉ PLUS D'UN MILLION D'ENTRÉES EN 2005

	titre	nationalité*	sortie	entrées (millions)
1	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	US	mai-05	7,16
2	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	GB	nov-05	6,73
3	<i>Brice de Nice</i>	FR	avr-05	4,40
4	<i>Charlie et la chocolaterie</i>	GB	juil-05	4,14
5	<i>La Guerre des mondes</i>	US	juil-05	3,86
6	<i>Madagascar</i>	US	juin-05	3,14
7	<i>Million Dollar Baby</i>	US	mars-05	3,08
8	<i>Mr &amp; Mrs Smith</i>	US	juil-05	2,93
9	<i>Les Poupées russes</i>	FR/GB	juin-05	2,81
10	<i>Le Monde de Narnia - chapitre 1</i>	US	déc-05	2,66
11	<i>King Kong</i>	US	déc-05	2,64
12	<i>Iznogoud</i>	FR	févr-05	2,51
13	<i>Palais royal !</i>	FR/GB	nov-05	2,24
14	<i>Les 4 Fantastiques</i>	US	juil-05	2,19
15	<i>Wallace et Gromit - le mystère du lapin-garou</i>	GB	oct-05	2,17
16	<i>La Légende de Zorro</i>	US	oct-05	2,08
17	<i>Hitch expert en séduction</i>	US	mars-05	2,00
18	<i>Chicken Little</i>	US	déc-05	1,94
19	<i>La Marche de l'empereur</i>	FR	janv-05	1,83
20	<i>Joyeux Noël</i>	FR/DE/GB/BE/RO	nov-05	1,77
21	<i>Espace détente</i>	FR	févr-05	1,71
22	<i>Mon beau-père, mes parents et moi</i>	US	févr-05	1,65
23	<i>Aviator</i>	US	janv-05	1,63
24	<i>Ray</i>	US	févr-05	1,57
25	<i>The Island</i>	US	août-05	1,53
26	<i>Batman Begins</i>	US	juin-05	1,49
27	<i>Les Frères Grimm</i>	GB	oct-05	1,45
28	<i>Tout pour plaire</i>	FR/BE	mars-05	1,43
29	<i>Match Point</i>	GB	oct-05	1,38
30	<i>Oliver Twist</i>	FR/CZ/GB	oct-05	1,38
31	<i>Les Noces funèbres</i>	GB	oct-05	1,31
32	<i>Le Château ambulante</i>	US/JP	janv-05	1,31
33	<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	FR	déc-05	1,31
34	<i>La Coccinelle revient</i>	US	août-05	1,29
35	<i>Kingdom of Heaven</i>	GB	mai-05	1,27
36	<i>Alexandre</i>	GB/FR/NL	janv-05	1,24
37	<i>Mon petit doigt m'a dit</i>	FR	avr-05	1,24
38	<i>Le Transporteur 2</i>	FR	août-05	1,22
39	<i>Sin City</i>	US	juin-05	1,22
40	<i>Les Chevaliers du ciel</i>	FR	nov-05	1,21
41	<i>Constantine</i>	US	févr-05	1,21
42	<i>Le Dernier Trappeur</i>	FR/CA/DE/IT	déc-04	1,18
43	<i>Boudu</i>	FR	mars-05	1,18
44	<i>Vaillant pigeon de combat</i>	GB	mars-05	1,14
45	<i>Robots</i>	US	avr-05	1,09

\* BE : Belgique; CA : Canada; CH : Suisse; CZ : République Tchèque; DE : Allemagne; FR : France; GB : Royaume-Uni; IT : Italie; JP : Japon; NL : Pays-Bas; RO : Roumanie; US : Etats-Unis

En cumul sur les deux dernières années écoulées, quatre films réalisent plus de 7 millions d'entrées. Un film français occupe la première place du classement des films ayant réalisé le plus d'entrées depuis deux ans : *les Choristes* enregistre 8,45 millions d'entrées à fin 2005. Depuis début 2004, 7 films, dont 1 seul français, ont réalisé plus de 5 millions d'entrées. Au total, 16 films ont totalisé plus de 3 millions d'entrées.

## FILMS AYANT RÉALISÉ PLUS DE TROIS MILLIONS D'ENTRÉES ENTRE JANVIER 2004 ET DÉCEMBRE 2005

	titre	nationalité	sortie	entrées (millions)
1	<i>Les Choristes</i>	FR/CH	mars-04	8,45
2	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	US	mai-05	7,16
3	<i>Shrek 2</i>	US	juin-04	7,12
4	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	GB	juin-04	7,06
5	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	GB	nov-05	6,73
6	<i>Les Indestructibles</i>	US	nov-04	5,46
7	<i>Spider-man 2</i>	US	juil-04	5,22
8	<i>Brice de Nice</i>	FR	avr-05	4,40
9	<i>Un long dimanche de fiançailles</i>	FR	oct-04	4,38
10	<i>Charlie et la chocolaterie</i>	GB	juil-05	4,14
11	<i>La Guerre des mondes</i>	US	juil-05	3,86
12	<i>Podium</i>	FR/BE	févr-04	3,55
13	<i>Frère des ours</i>	US	avr-04	3,52
14	<i>Deux frères</i>	FR/GB	avr-04	3,30
15	<i>Madagascar</i>	US	juin-05	3,14
16	<i>Million Dollar Baby</i>	US	mars-05	3,08

\* BE : Belgique; CH : Suisse; FR : France; GB : Royaume-Uni; US : Etats-Unis

550 longs métrages ont été projetés pour la première fois en 2005 sur les écrans français (559 en 2004). La concentration de la fréquentation s'effectue toujours au profit des films inédits, puisqu'ils réalisent 91,5 % des entrées de 2005. Les films de l'année 2004 dont l'exploitation s'est prolongée en 2005 génèrent 5,6 % des entrées, grâce au succès des films sortis fin 2004 (*Les Indestructibles* notamment).

## RÉSULTATS DES NOUVEAUX FILMS ET DES REPRISÉS (% DES ENTRÉES)

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
1996	85,3	11,5	3,2	100,0
1997	87,3	6,7	6,0	100,0
1998	90,5	6,6	2,9	100,0
1999	90,0	7,5	2,5	100,0
2000	90,2	7,0	2,8	100,0
2001	89,9	6,4	3,7	100,0
2002	89,2	7,7	3,1	100,0
2003	91,7	5,4	3,0	100,0
2004	92,4	5,1	2,5	100,0
2005*	91,5	5,6	2,9	100,0

\*données provisoires

Pour la première fois, sont présentés dans ce bilan des résultats de films selon leur genre. Ces données se réfèrent aux seuls films en première exclusivité. Leur poids est donc à rapporter aux 89 % à 93 % de la fréquentation annuelle correspondant aux nouveaux films.

En moyenne, l'animation génère davantage d'entrées que d'autres genres : les 23 films d'animation sortis en 2005 (4,2 % des films inédits) réalisent 10,4 % des entrées des films en première exclusivité. En 2004, les 23 nouveaux films d'animation (4,1 %) captaient 12,6 % de la fréquentation des films inédits.

Le documentaire est moins performant. En effet, en 2005, les films documentaires représentent 10,4 % des films en première exclusivité et captent seulement 1,7 % des entrées de ces films. En 2004, où la part de marché du documentaire était sensiblement plus élevée (3,6 %), les films étaient plus nombreux, tant en valeur qu'en poids (77 films, soit 13,8 %).

La comédie est le genre le plus représenté, tant au niveau de l'offre de films qu'en matière de fréquentation. En 2005, les 134 comédies (133 en 2004) représentent 24,4 % des films nouveaux (23,8 % en 2004) et réalisent 30,0 % des entrées de ces films (23,8 % en 2004).

## RÉSULTATS DES NOUVEAUX FILMS SELON LE GENRE (% DES ENTRÉES) \*

	films d'animation	films documentaires	comédies	autres films	total
2000	11,0	0,2	26,9	62,0	<b>100,0</b>
2001	7,3	1,1	39,4	52,2	<b>100,0</b>
2002	10,7	1,5	35,4	52,3	<b>100,0</b>
2003	11,2	0,3	33,0	55,4	<b>100,0</b>
2004	12,6	3,6	23,8	60,0	<b>100,0</b>
2005**	10,4	1,7	30,0	58,0	<b>100,0</b>

\*calculé seulement sur les films sortis pour la première fois dans l'année (films nouveaux), soit sur 89 % à 93 % de la fréquentation selon l'année

\*\*données provisoires

### décembre est le seul mois en progression

La diminution des entrées en 2005 s'étend sur l'ensemble de l'année, à l'exception du mois de décembre qui enregistre une progression de 15,2 %, notamment grâce aux succès de *Harry Potter et la coupe de feu*, *le Monde de Narnia*, *King Kong* et *Palais royal*. La fréquentation du dernier trimestre affiche ainsi une stabilité (-0,1 % par rapport à 2004) qui compense la faiblesse du mois d'octobre (-15,1 %) malgré deux films bi-millionnaires : *Wallace et Gromit – le mystère du lapin-garou* et *la Légende de Zorro*.

Le premier trimestre enregistre une baisse de 10,5 % par rapport à 2004 malgré la sortie de huit films réalisant plus de 1,5 million d'entrées (*Million Dollar Baby*, *Iznogoud*, *Hitch expert en séduction*, *la Marche de l'empereur*, *Espace détente*, *Mon beau-père, mes parents et moi*, *Aviator*, *Ray*).

Au deuxième trimestre, le recul des entrées est plus marqué (-19,0 %). Il est notamment imputable au mois de juin qui perd près de 35,0 % d'entrées par rapport à juin 2004. Il convient de rappeler que ce dernier avait été dopé par les performances de *Shrek 2* et *Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban*, sortis au moment de l'édition 2004 de la Fête du cinéma. *Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith*, *Brice de Nice* et *Madagascar*, qui réalisent chacun plus de trois millions d'entrées, ne suffisent pas à compenser en 2005 les succès du printemps 2004.

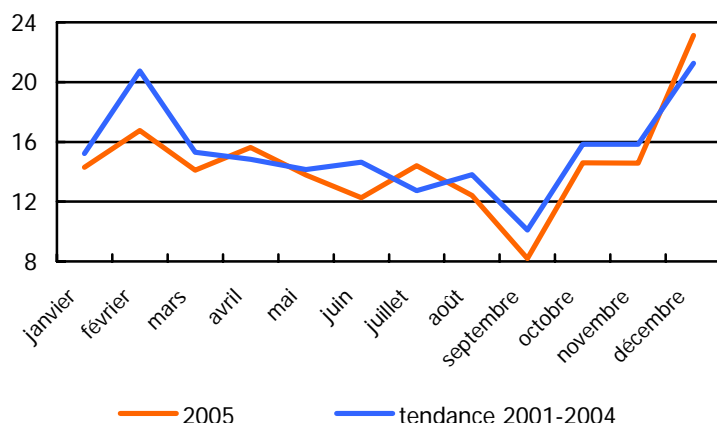
Enfin, la fréquentation du troisième trimestre 2005 baisse de 14,8 % par rapport à 2004 malgré la sortie estivale réussie de *Charlie et la chocolaterie*, *la Guerre des Mondes* et *Mr & Mrs Smith*, qui cumulent près de 11 millions d'entrées.

### ENTRÉES MENSUELLES (MILLIONS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
janvier	14,89	16,46	16,22	14,22	15,18	14,30
février	17,46	22,51	23,24	19,03	19,96	16,76
mars	14,44	18,06	14,87	15,72	15,34	14,10
avril	20,96	17,26	14,77	12,36	17,40	15,62
mai	9,83	10,71	13,12	14,09	15,23	13,79
juin	11,05	10,87	14,33	10,75	18,83	12,27
juillet	10,73	11,85	11,99	9,94	16,26	14,40
août	11,93	13,71	13,04	13,38	14,98	12,41
septembre	10,41	12,58	9,51	10,91	9,83	8,20
octobre	13,52	15,04	15,89	14,41	17,18	14,59
novembre	13,85	14,10	15,15	17,27	15,11	14,57
décembre	16,70	24,30	22,28	21,38	20,08	23,13
total	<b>165,76</b>	<b>187,45</b>	<b>184,41</b>	<b>173,46</b>	<b>195,38</b>	<b>174,15</b>

\*données provisoires

## PROFIL DE LA FRÉQUENTATION (MILLIONS D'ENTRÉES)



### baisse accentuée en province

Le recul de la fréquentation touche davantage la province (-11,9 %) que la région parisienne (-8,4 %). La banlieue parisienne (-7,6 %), notamment la petite couronne (-6,7 %), accuse une diminution des entrées plus faible que la capitale (-9,1 %). Les petites et moyennes agglomérations de province enregistrent la baisse la plus sensible : 14,5 % d'entrées de moins qu'en 2004. Paris et les agglomérations de plus de 100 000 habitants totalisent 58,8 % des entrées en 2005, contre 58,2 % en 2004 et 61,7 % en 2000. Avec le développement des multiplexes dans les agglomérations moyennes, la concentration géographique de la fréquentation s'atténue.

### ENTRÉES SELON LES ZONES GÉOGRAPHIQUES (MILLIONS)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
Paris	29,00	31,53	29,90	28,97	30,21	27,45
petite couronne (départements 92, 93, 94)	11,22	12,34	12,83	12,42	14,25	13,30
grande couronne (départements 77, 78, 91, 95)	10,10	11,59	12,31	12,11	13,64	12,49
unités urbaines de plus de 100 000 habitants en province	73,21	82,63	80,50	74,79	83,55	74,98
autres communes et unités urbaines en province	42,23	49,36	48,86	45,17	53,73	45,94
<b>total</b>	<b>165,76</b>	<b>187,45</b>	<b>184,41</b>	<b>173,46</b>	<b>195,38</b>	<b>174,15</b>

\*données provisoires

En 2005, la fréquentation cinématographique moyenne s'élève à 2,98 entrées par habitant en France, contre 3,34 en 2004. En raison du recul de la fréquentation, cet indice repasse donc en deçà du seuil des 3 entrées par habitant. Il est traditionnellement beaucoup plus fort à Paris (12,91 en 2005) qui draine un grand nombre de spectateurs de la périphérie.

### INDICE DE FRÉQUENTATION SELON LES ZONES GÉOGRAPHIQUES\*

	2000	2001	2002	2003	2004	2005**
Paris	13,65	14,84	14,07	13,63	14,21	12,91
petite couronne (départements 92, 93, 94)	2,78	3,06	3,18	3,08	3,53	3,29
grande couronne (départements 77, 78, 91, 95)	2,11	2,42	2,57	2,53	2,85	2,61
unités urbaines de plus de 100 000 habitants en province	4,22	4,76	4,64	4,31	4,81	4,32
autres communes et unités urbaines en province	1,40	1,63	1,62	1,50	1,78	1,52
<b>total</b>	<b>2,83</b>	<b>3,20</b>	<b>3,15</b>	<b>2,96</b>	<b>3,34</b>	<b>2,98</b>

\*indice de fréquentation = entrées / population

\*\*données provisoires

source : CNC/INSEE - recensement 1999



## plus de la moitié des entrées le week-end

Certains jours sont particulièrement propices à la fréquentation des salles de cinéma. Le samedi mobilise plus de 28 % des entrées hebdomadaires en 2005. 57,5 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche (56,3 % en 2004). La sortie du week-end est plus que jamais un comportement cinématographique répandu. En revanche, le jeudi est moins prisé par les spectateurs. Ils privilégient davantage les séances du mercredi, jour de sortie des nouveaux films.

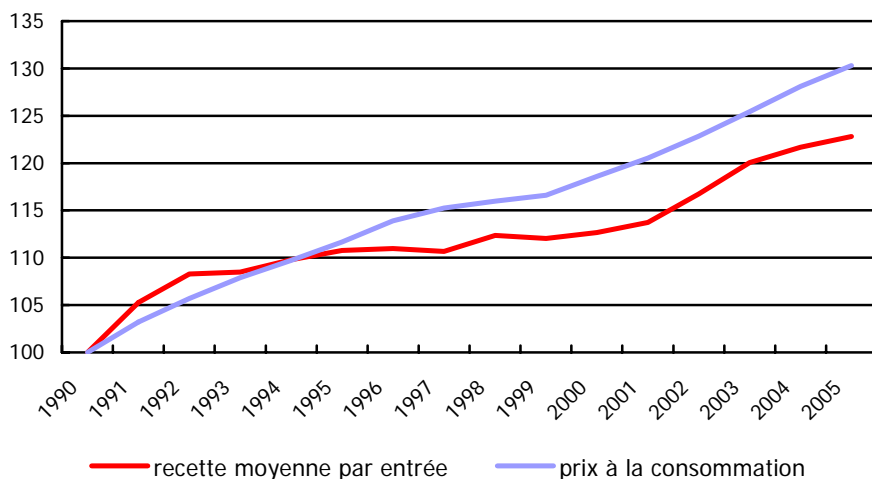
### FRÉQUENTATION PAR JOUR (% DES ENTRÉES)

	1980	1985	1990	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
lundi	5,5	19,0	16,5	9,0	10,8	8,9	9,2	10,3	9,8	11,8
mardi	11,2	7,8	8,3	11,6	9,8	9,6	11,2	9,8	9,3	9,8
mercredi	11,4	11,4	10,8	14,2	15,5	13,3	13,9	14,3	14,3	12,5
jeudi	9,7	8,6	10,0	11,7	10,5	11,4	10,3	8,9	10,3	8,4
vendredi	17,9	13,8	14,7	13,1	12,8	15,8	14,6	14,2	12,3	9,9
samedi	25,0	25,2	23,7	24,4	23,3	24,6	20,5	23,3	22,6	28,4
dimanche	19,3	14,2	16,0	16,1	17,3	16,4	20,3	19,2	21,4	19,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC - CESP et, à partir de 1993, CNC - Médiamétrie Enquête "75 000 Cinéma".

## la recette moyenne par entrée augmente légèrement

Entre 1992 et 2000, le prix moyen de la place augmentait moins vite que le coût de la vie. Une concurrence accrue, liée notamment à l'augmentation du nombre de multiplexes, incitait l'ensemble des établissements, et en particulier ceux des plus grands exploitants, à adopter des politiques tarifaires plus attractives. Apparue en 2001, la corrélation entre l'augmentation du prix moyen d'une place et celle du coût de la vie se confirme en 2002. En 2003, l'augmentation de la recette moyenne par entrée est même légèrement supérieure à celle de l'indice des prix. Depuis 2004, la recette moyenne par entrée progresse de nouveau moins vite (+0,9 % en 2005) que les prix à la consommation (+1,7 % en 2005). Calculée à partir des déclarations de recettes transmises au CNC, elle s'élève à 5,88 € en 2005, contre 5,82 € en 2004, 5,74 € en 2003 et 5,59 € en 2002.



### RECETTE MOYENNE PAR ENTRÉE ET PRIX À LA CONSOMMATION (INDICE BASE 100 EN 1990)

En recettes, la part de marché du film français s'établit à 36,6 % en 2005 (36,8 % en entrées). L'ensemble des films européens totalise 51,7 % des recettes en salles, contre 47,8 % en 2004 et 39,9 % en 2003. Sur la même base, la part de marché du cinéma américain s'établit à 46,8 %

(46,1 % en entrées). La France demeure le pays européen où le poids du cinéma d'Outre-Atlantique est le plus faible.

### PARTS DE MARCHÉ EN RECETTES (%)

	films français	films européens (hors France)	films américains	autres films
1996	37,3	6,0	54,7	2,0
1997	34,6	10,2	52,4	2,9
1998	27,4	7,7	63,8	1,1
1999	32,5	11,1	54,4	1,9
2000	28,1	6,1	63,2	2,6
2001	41,4	7,5	46,6	4,4
2002	34,6	8,4	50,2	6,8
2003	34,6	5,3	52,9	7,3
2004	38,5	9,3	48,3	3,9
2005*	36,6	15,1	46,8	1,5

\*données provisoires

### RÉPARTITION DE LA RECETTE GUICHETS

	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
<b>(M€)</b>						
taxe spéciale	97,59	110,99	112,45	108,57	123,75	111,27
T.V.A.	47,36	54,12	54,72	52,76	60,14	54,13
exploitation	367,43	417,15	422,26	407,34	467,34	426,41
production/distribution	370,22	425,78	427,50	414,79	471,57	418,33
sacem	11,35	12,97	13,08	12,65	14,44	12,99
recettes guichets	<b>893,95</b>	<b>1 021,01</b>	<b>1 030,01</b>	<b>996,11</b>	<b>1 137,24</b>	<b>1 023,14</b>
<b>(%)</b>						
taxe spéciale	10,92	10,87	10,92	10,90	10,88	10,88
T.V.A.	5,30	5,30	5,31	5,30	5,29	5,29
exploitation	41,10	40,86	41,00	40,89	41,09	41,68
production/distribution	41,41	41,70	41,50	41,64	41,47	40,89
sacem	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
recettes guichets	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>

\*données provisoires

## MEILLEURS SUCCÈS DU CINÉMA DEPUIS 1945

rang	titre	réalisateur	année de nationalité* sortie	entrées (millions)
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998 US	20,64
2	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966 FR/GB	17,27
3	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950 US	16,72
4	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968 US	15,29
5	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969 IT	14,86
6	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961 US	14,66
7	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002 FR	14,37
8	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958 US	14,23
9	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960 US	13,83
10	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993 FR	13,78
11	<i>Le Pont de la rivière Kwai</i>	D. Lean	1957 GB	13,48
12	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950 US	13,20
13	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1952 IT/FR	12,79
14	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971 US	12,48
15	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962 US	11,91
16	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965 FR/IT	11,74
17	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955 US	11,18
18	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948 US	10,68
19	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000 FR	10,30
20	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985 FR	10,25
21	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961 US	10,20
22	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994 US	10,12
23	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962 FR	9,94
24	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958 FR/IT	9,94
25	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966 US	9,82
26	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955 US	9,62
27	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953 US	9,49
28	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982 US	9,41
29	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001 US	9,38
30	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998 FR	9,25
31	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988 FR	9,19
32	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003 US	9,19
33	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988 FR	9,14
34	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974 FR	8,89
35	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959 FR/IT	8,84
36	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002 US	8,79
37	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999 FR/DE/IT	8,77
38	<i>La Grande Évasion</i>	R. Walsh	1963 US	8,76
39	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962 US	8,72
40	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947 FR	8,65
41	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001 FR/DE	8,52
42	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004 FR/CH	8,45
43	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945 US	8,28
44	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947 US	8,27
45	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952 FR/ES	8,13
46	<i>Les Couloirs du temps - les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998 FR	8,04
47	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994 FR	7,88
48	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946 US	7,84
49	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964 FR/IT	7,81
50	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999 US	7,81
51	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	R. Vernay	1955 FR/IT	7,78
52	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000 US	7,74
53	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997 FR	7,70
54	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972 GB	7,60
55	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971 FR	7,46
56	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1953 IT/FR	7,43
57	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001 FR	7,40
58	<i>Le Seigneur des anneaux - le retour du roi</i>	P. Jackson	2003 NZ	7,36
59	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993 US	7,31
60	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973 FR/IT	7,30
61	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991 US	7,28
62	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953 US	7,26
63	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986 FR	7,22
64	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977 US	7,22

65	<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999 US	7,19
66	<b>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</b>	<b>G. Lucas</b>	<b>2005 US</b>	<b>7,16</b>
67	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004 US	7,12
68	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951 US	7,12
69	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949 US	7,09
<b>70</b>	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981 FR/MX	7,08
71	<i>Le Seigneur des anneaux - les deux tours</i>	P. Jackson	2002 NZ	7,07
72	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004 GB	7,06
73	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947 FR	7,06
74	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961 US	7,04
75	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967 FR/IT	6,99
76	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954 FR	6,99
77	<i>Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau</i>	P. Jackson	2001 NZ	6,95
78	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953 FR/IT	6,94
79	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956 FR/IT	6,87
<b>80</b>	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949 FR	6,84
81	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968 FR/IT	6,83
82	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996 US	6,81
83	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946 FR	6,78
84	<b>Harry Potter et la coupe de feu</b>	<b>M. Newell</b>	<b>2005 GB</b>	<b>6,73</b>
85	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952 FR/IT	6,73
86	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974 US	6,70
87	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981 US	6,69
88	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965 GB	6,68
89	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995 FR	6,67
<b>90</b>	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950 FR	6,66
91	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986 FR	6,65
92	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989 US	6,60
93	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956 AT	6,59
94	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959 US	6,59
95	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993 US	6,55
96	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998 FR	6,48
97	<i>Les Aventures de Robin des bois</i>	W. Keighley, M. Curtiz	1974 US	6,48
98	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989 US	6,47
99	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977 US	6,45
<b>100</b>	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954 US	6,40
101	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981 US	6,40
102	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963 FR/IT	6,40
103	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957 AT	6,39
104	<i>Spider-man</i>	S. Raimi	2002 US	6,38
105	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946 FR	6,37
106	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952 US	6,36
107	<i>Le Bon, la Brute et le Truand</i>	S. Leone	1968 IT	6,32
108	<i>Quo vadis</i>	M. Le Roy	1953 US	6,31
109	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990 FR	6,29
<b>110</b>	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979 FR	6,28
111	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976 US	6,26
112	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989 US	6,25
113	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946 FR	6,20
114	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984 FR	6,17
115	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993 FR/BE	6,16
116	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948 FR	6,15
117	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946 FR	6,14
118	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952 US	6,13
119	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964 US	6,13
<b>120</b>	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967 FR	6,12
121	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003 FR	6,10
122	<i>Terminator 2 - le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991 US	5,99
123	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978 GB	5,97
124	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983 ZA	5,95
125	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971 FR/IT	5,91
126	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988 US	5,89
127	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Faiman	1987 AT	5,89
128	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984 FR	5,88
129	<i>Guerre et paix</i>	S. Bondartchouk	1956 US	5,87
<b>130</b>	<i>L'Odysée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946 US	5,87

131	<i>Rambo 2 - la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985 US	5,85
132	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976 FR	5,84
133	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959 FR/IT	5,83
134	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994 GB	5,79
135	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958 AT	5,78
136	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998 US	5,77
137	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997 US	5,75
138	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952 US	5,75
139	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972 FR	5,74
140	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995 FR	5,74
141	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951 FR/ES	5,74
142	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965 GB	5,73
143	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946 FR	5,73
144	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974 FR	5,73
145	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949 GB	5,71
146	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978 US	5,71
147	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963 GB	5,71
148	<i>A nous les petites Anglaises</i>	M. Lang	1976 FR	5,70
149	<i>La Vérité</i>	H.G. Clouzot	1960 FR/IT	5,69
150	<i>Notre-Dame de Paris</i>	J. Delannoy	1956 FR/IT	5,69
151	<i>Indiana Jones et le temple maudit</i>	S. Spielberg	1984 US	5,68
152	<i>Matrix Reloaded</i>	L. Wachowski, A. Wachowski	2003 US	5,66
153	<i>Pocahontas, une légende indienne</i>	M. Gabriel, E. Goldberg	1995 US	5,63
154	<i>Bons baisers de Russie</i>	T. Young	1964 GB	5,62
155	<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	2002 US	5,62
156	<i>Independence Day</i>	R. Emmerich	1996 US	5,61
157	<i>La Folie des grandeurs</i>	G. Oury	1971 FR/DE/ES	5,56
158	<i>Quai des Orfèvres</i>	H.G. Clouzot	1947 FR	5,55
159	<i>Le Cerveau</i>	G. Oury	1969 FR/IT	5,55
160	<i>Le Petit Baigneur</i>	R. Dhéry	1968 FR/IT	5,54
161	<i>Love Story</i>	A. Hiller	1971 US	5,51
162	<i>Le Gendarme à New-York</i>	J. Girault	1965 FR/IT	5,50
163	<b>Les Indestructibles</b>	<b>B. Bird</b>	<b>2004 US</b>	<b>5,46</b>
164	<i>L'As des as</i>	G. Oury	1982 FR/DE	5,45
165	<i>Le Bal des sirènes</i>	G. Sidney	1946 US	5,44
166	<i>Quand passent les cigognes</i>	M. Kalatosov	1958 RU	5,41
167	<i>La Cage aux folles</i>	E. Molinaro	1978 IT/FR	5,41
168	<i>Napoléon</i>	S. Guitry	1955 FR	5,41
169	<i>Papa, Maman, la Bonne et Moi</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1954 FR	5,37
170	<i>La Bataille de l'eau lourde</i>	J. Dreville	1948 FR	5,37
171	<i>Les Trois Mousquetaires</i>	A. Hunebelle	1953 FR/IT	5,36
172	<i>Les Spécialistes</i>	P. Leconte	1985 FR	5,32
173	<i>Les Grandes Manœuvres</i>	R. Clair	1955 FR/IT	5,30
174	<i>Le Placard</i>	F. Veber	2001 FR	5,30
175	<i>La Jument verte</i>	C. Autant-Lara	1959 FR	5,27
176	<i>Le Professionnel</i>	G. Lautner	1981 FR	5,24
177	<i>Spider-man 2</i>	S. Raimi	2004 US	5,22
178	<i>Le Capitain</i>	A. Hunebelle	1960 FR/IT	5,18
179	<i>Le Dernier Tango à Paris</i>	B. Bertolucci	1972 IT/FR	5,15
180	<i>L'Été meurtrier</i>	J. Becker	1983 FR	5,14
181	<i>Le Voleur de Bagdad</i>	A. Lubin	1946 GB	5,14
182	<i>Le Pacte des loups</i>	C. Gans	2001 FR	5,11
183	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953 FR	5,10
184	<i>Rebecca</i>	A. Hitchcock	1947 US	5,10
185	<i>Le Capitain</i>	R. Vernay	1946 FR	5,10
186	<i>Dinosaure</i>	R. Zondag, E. Leighton	2000 US	5,09
187	<i>La Cage aux rossignols</i>	J. Dreville	1945 FR	5,09
188	<i>La Grande Bagarre de Don Camillo</i>	C. Gallone	1955 IT	5,09
189	<i>Le Livre de la jungle</i>	Z. Korda	1946 GB	5,09
190	<i>Clochemerle</i>	P. Chenal	1948 FR	5,03

en gras les films entrant pour la première fois dans ce classement

\* AT : Autriche; BE : Belgique; CA : Canada; CH : Suisse; CZ : République Tchèque; DE : Allemagne; ES : Espagne; FR : France; GB : Royaume-Uni; IT : Italie; JP : Japon; MX : Mexique; NL : Pays-Bas; NZ : Nouvelle Zélande; RO : Roumanie; RU : Russie; US : Etats-Unis; ZA : Afrique du Sud

source : CNC

# les films et les fictions à la télévision

Le nombre de films diffusés à la télévision est stable en 2005. Toutefois, il progresse en première partie de soirée, après avoir atteint en 2004 son plus bas niveau depuis 1992. L'audience des films est stable sur cette tranche horaire. En 2005, chaque téléspectateur regarde, en moyenne, 69 heures de films de cinéma et 260 heures de fictions télévisuelles.

## L'OFFRE DE CINÉMA À LA TÉLÉVISION : 1 465 FILMS DIFFUSÉS SUR LES CHAÎNES HERTZIENNES

### rappel de la réglementation

Conformément à la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 modifiant la loi du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication, un décret du 28 décembre 2001 a modifié les règles de diffusion des œuvres cinématographiques sur les services de télévision. En effet, les éditeurs de services, autres que les services de cinéma et les services de paiement à la séance, ne peuvent diffuser chaque année civile plus de 192 œuvres cinématographiques de longue durée. Ce chiffre ne peut excéder 144 lorsque la diffusion intervient en tout ou partie entre 20h30 et 22h30. Par ailleurs, ces services sont autorisés à diffuser 52 films recommandés Art et Essai supplémentaires (non comptabilisés s'ils sont diffusés aux heures de grande écoute).

### stabilité de l'offre de films sur les chaînes hertziennes en clair

Les chaînes nationales hertziennes diffusent 1 465 œuvres cinématographiques en 2005, dont 70,2 % programmées par les seules chaînes en clair. Le nombre de films diffusés à la télévision est stable (-2 films) par rapport à 2004. Après avoir atteint son niveau le plus bas de la décennie en 2003, Canal+ amorçait une nouvelle progression en 2004 en diffusant 436 films, chiffre qui se confirme en 2005.

### DIFFUSION DES FILMS À LA TÉLÉVISION

	TF1	France 2	France 3	Arte	France 5	M6	total	Canal+
1996	170	180	210	261	53	189	<b>1 063</b>	449
1997	190	197	194	258	44	190	<b>1 073</b>	434
1998	190	201	207	270	51	190	<b>1 109</b>	448
1999	192	197	215	265	52	185	<b>1 106</b>	452
2000	192	154	201	256	51	175	<b>1 029</b>	460
2001	190	163	203	285	8	161	<b>1 010</b>	446
2002	191	143	206	263	10	159	<b>972</b>	406
2003	191	158	209	266	8	170	<b>1 002</b>	400
2004	189	164	244	258	11	165	<b>1 031</b>	436
2005	191	158	236	271	0	173	<b>1 029</b>	436

source : CNC-CSA

Près d'un tiers des films (300 films en 2005 contre 341 en 2004) diffusés par les chaînes en clair sont inédits, c'est-à-dire diffusés pour la première fois en clair. Sur Canal+, 79,1 % des films sont inédits (345 films en 2005), soit 14 films de plus qu'en 2004. Les chaînes en clair programment 120 films français en première diffusion, soit 11,7 % de l'offre totale en clair, et 79 films inédits américains (103 en 2004). Sur les quatre principales chaînes (TF1, France 2, France 3 et M6), 395 films français sont diffusés, dont 21,5 % d'inédits (21,6 % en 2004). Ce chiffre est en recul par rapport à 2004 qui comptait 411 films français (-3,9 %). Le nombre de films américains est stable à 258 films, dont 26,4 % d'inédits (35,4 % en 2004).

## DIFFUSION DES FILMS SELON LEUR ORIGINE SUR TF1, FRANCE 2, FRANCE 3 ET M6

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
1996	389	51,9	271	36,2	84	11,2	5	0,7	<b>749</b>
1997	369	47,9	289	37,5	105	13,6	8	1,0	<b>771</b>
1998	385	48,9	285	36,2	105	13,3	13	1,6	<b>788</b>
1999	384	48,7	268	34,0	127	16,1	10	1,3	<b>789</b>
2000	361	50,0	251	34,8	102	14,1	8	1,1	<b>722</b>
2001	350	48,8	256	35,7	101	14,1	10	1,4	<b>717</b>
2002	347	49,6	257	36,8	92	13,2	3	0,4	<b>699</b>
2003	363	49,9	261	35,9	95	13,0	9	1,2	<b>728</b>
2004	411	53,9	260	34,1	86	11,3	5	0,7	<b>762</b>
2005	395	52,1	258	34,0	98	12,9	7	0,9	<b>758</b>

source : CNC-CSA

### légère reprise de l'offre cinématographique en première partie de soirée

En 2005, les chaînes en clair (dont Arte) diffusent 444 films en première partie de soirée, soit 8 films de plus qu'en 2004. Cependant, en dix ans, l'offre de films sur cette tranche horaire a été réduite de 74 films, soit une baisse de 14,3 %. Après plusieurs années de baisse, l'année 2005 marque une pause. Tandis que TF1, France 3, Arte et M6 voient leur offre de films augmenter, France 2 réduit son offre cinématographique de 5 films.

Jusqu'en 2000, **TF1** diffusait un nombre stable de films en première partie de soirée, variant entre 102 et 104 films. Depuis 2001, son offre diminue chaque année pour atteindre 75 films en 2004, niveau le plus bas depuis dix ans, et remonte légèrement en 2005 à 78 films. Entre 2001 et 2004, la chaîne a fortement réduit son offre du mardi soir, au profit d'une programmation alternative composée de compétitions de football ou d'émissions de divertissements ou de variétés. Cette contraction de l'offre semble s'atténuer en 2005. Bien que ponctuellement consacrée à des événements exceptionnels (matches de football ou élections), la case du dimanche soir reste stable et compte entre 48 et 52 films depuis dix ans (forte proportion de films non-européens). Le nombre de films inédits diffusés en première partie de soirée par la chaîne accuse un net recul (26 films contre 30 films en 2004), surtout sur les films français (10 films contre 15 films en 2004). Globalement, l'offre de films français a été réduite, passant de 91 à 82 films au total et de 43 à 39 films en première partie de soirée. 48 films sont diffusés en seconde partie de soirée, dont 62,5 % de films américains.

L'offre de films en première partie de soirée sur **France 2** baisse de nouveau en 2005, pour atteindre son niveau le plus bas depuis dix ans : 68 films, soit 6 films de moins qu'en 2004. La réduction de cette offre porte essentiellement sur la case du dimanche soir (31 films). En effet, outre la programmation performante d'*Urgences* depuis 1996, la ligne éditoriale de la case semble se tourner de plus en plus vers des programmes alternatifs (documentaires, magazines d'information, variétés/divertissements). La case du mardi soir est stable à environ 37 films depuis trois ans. 55,9 % de l'offre de films de France 2 est française (+5,2 points), tandis que les films américains marquent le pas (26 films contre 29 en 2004). L'année 2005 offre une diffusion record d'inédits français aux heures de grande écoute (12 films), soit près d'un tiers de l'offre de films français diffusés par la chaîne sur cette tranche horaire.

Hors Arte, **France 3** est avec TF1 le plus grand diffuseur en clair de cinéma, proposant 78 films en première partie de soirée, dont une majorité de films français (56,4 %) et de films de catalogue (79 % des films sont diffusés pour la troisième fois ou plus). On compte également 17 films inédits dont 7 français diffusés essentiellement le jeudi. Après dix ans de baisse, la diffusion de films marque un léger rebond en 2005, notamment le jeudi (53 films), case exploitée à son maximum. La chaîne consacre sa case du lundi soir à la programmation de films français (à 95 %) : 50 % d'entre eux sont diffusés l'été. 62 films sont diffusés en seconde partie de soirée, soit 26,3 % de l'offre globale et 90,3 % d'entre eux sont des films français.

Après une baisse en 2004, le nombre de films diffusés sur **M6** en première partie de soirée retrouve son niveau de 2002 et 2003, soit 68 films. La stratégie de la chaîne qui consiste à diffuser des films entre 21h30 et 22h20 pour respecter ses quotas est moins marquée en 2005. Les films

diffusés à 20h50 sont plus nombreux et cette progression concerne uniquement la case du lundi. Des programmes de télé-réalité tels que *Nouvelle Star*, *Oui Chef !*, *le Pensionnat de Sarlat* ou *Top Model 2005* occupent la case du jeudi avec succès.

L'offre de films de M6 en première partie de soirée est composée à 45,6 % de films français (+3 films). 81,0 % de cette offre est composée de films de catalogue (3 passages et plus). Les films américains sont, en proportion, majoritairement diffusés en seconde partie de soirée.

Enfin, **Arte** consacre trois cases régulières au cinéma : le lundi, le jeudi, et le dimanche. Elle diffuse 152 films en première partie de soirée (150 films en 2004) et 271 films au total en 2005 (258 films en 2004). Grâce à une ligne éditoriale privilégiant la diversité des genres et des origines et affichant un positionnement ciblé et une offre de qualité, Arte s'impose comme la chaîne hertzienne du 7<sup>e</sup> art.

#### NOMBRE DE FILMS DIFFUSÉS EN PREMIÈRE PARTIE DE SOIRÉE\*

	TF1	France 2	France 3	Arte	M6	total
1996	104	88	104	119	103	<b>518</b>
1997	102	92	99	100	102	<b>495</b>
1998	103	89	97	117	101	<b>507</b>
1999	103	78	96	121	96	<b>494</b>
2000	103	76	86	121	75	<b>461</b>
2001	99	79	82	133	76	<b>469</b>
2002	96	74	85	156	68	<b>479</b>
2003	85	75	77	156	68	<b>461</b>
2004	75	73	74	150	64	<b>436</b>
2005	78	68	78	152	68	<b>444</b>

\* entre 20h30 et 22h30

source : CNC-CSA

#### L'offre cinématographique des chaînes de la TNT

Sept chaînes de la TNT diffusent des films depuis leur lancement le 31 mars 2005. Les chiffres présentés ici retracent une année de diffusion, du 31 mars 2005 au 2 mars 2006.

426 films ont été diffusés sur les chaînes de la TNT. Ces œuvres ont donné lieu à 618 diffusions au total. 52,8 % de l'offre de films de la TNT est composée de films français, les films américains en représentant 34,7 %.

TMC s'impose comme la meilleure vitrine du cinéma français sur la TNT, qui représente 59,8 % de son offre totale, suivie de Direct 8 (56,3 %). 90,0 % des films diffusés sur TMC sont antérieurs à 1990, contrairement à W9, NT1 et France 4 qui proposent une programmation beaucoup plus récente (respectivement 71,9 %, 70,2 % et 64,5 % de leur offre de films est postérieure à 1990). Toutefois, seuls 6 films sur W9, 3 films sur France 4 et 2 films sur NT1 ont été produits au cours des cinq dernières années.

#### NOMBRE DE FILMS DIFFUSÉS SUR LES CHAÎNES DE LA TNT\*

	nombre de films	films français	films américains	nombre total de diffusions	diffusions en 1 <sup>ère</sup> partie de soirée
Direct 8	103	58	38	166	32
France 4	62	31	13	108	47
LCP	2	1	1	4	2
NRJ12	1	0	1	3	1
NT1	94	48	39	106	91
TMC	132	79	37	178	104
W9	32	9	19	53	31
total	<b>426</b>	<b>226</b>	<b>148</b>	<b>618</b>	<b>308</b>

source : CNC-CSA

\* du 31/05/05 au 02/03/06

103 films ont été diffusés sur Direct 8. Aucun d'entre eux n'a été produit après 1988. Il s'agit majoritairement de films de patrimoine, dont 62,1 % ont été produits avant 1960. Les films programmés sur cette chaîne ont été diffusés 1,6 fois en moyenne.



L'ensemble de ces chaînes pratiquent la multidiffusion. La chaîne qui rediffuse le plus ses films est France 4 (1,7 fois en moyenne). LCP et NRJ 12 ont une offre cinématographique très réduite. Sur l'ensemble des chaînes de la TNT, 308 films ont été diffusés en première partie de soirée, soit 72,3 % des films. Ce chiffre est dopé par TMC qui diffuse près de 79 % de ses films sur cette tranche horaire, et NT1 pour laquelle cette part s'établit à 97 %. En revanche, Direct 8 diffuse majoritairement ses films en journée.

### **826 M€ consacrés aux achats de films**

Le prix d'achat des films varie de 0,05 M€ à 6,0 M€ selon la chaîne et l'horaire de diffusion. Il dépend également des entrées en salles pour les films inédits à la télévision et des résultats d'audience des précédentes diffusions pour les autres. Pour les films français récents, le prix d'achat moyen varie entre 0,70 M€ et 5,33 M€ pour TF1 et M6, et de 0,20 M€ à 6,0 M€ pour des chaînes cinéma comme Canal+ ou TPS Star. Il se situe entre 0,15 M€ et 1,8 M€ pour France 2 et France 3 et entre 0,05 M€ et 0,15 M€ pour Arte. Les préachats de films français récents pour les services de paiement à la séance sont compris entre 5 000 € et 500 000 € par film.

En 2005, les chaînes de télévision dépensent 826,1 M€ en achats et préachats de droits de diffusion de films. Le montant des achats de films français est estimé à 453,6 M€ dont 253,5 M€ de préachats dans le cadre des obligations de production. Le montant global des achats de droits de diffusion des films est en léger recul en 2005 (-0,9 %) en raison d'un tassement du nombre de films inédits, malgré l'arrivée des chaînes de la TNT, et d'une réduction des préachats.

#### **ACHATS DE DROITS DE DIFFUSION DE FILMS (M€)**

	achats	dont films français
1996	514,8	297,3
1997	608,3	328,4
1998	678,7	366,5
1999	710,6	372,9
2000	761,6	391,6
2001	811,0	421,3
2002	767,5	392,5
2003	804,6	388,1
2004	833,7	423,2
2005*	826,1	453,6

\*estimations  
source : CNC

## **L'AUDIENCE DES FICTIONS ET DES FILMS À LA TÉLÉVISION**

### **3 heures 26 minutes de télévision par jour**

Selon Médiamétrie, les Français regardent la télévision en moyenne 3h26 par jour en 2005, soit deux minutes de plus qu'en 2004. Les plus gros consommateurs de télévision demeurent les 35-59 ans avec 3h33 par jour, contre 2h48 pour les 15-34 ans et 2h14 pour les 11-14 ans.

Chaque téléspectateur regarde, en moyenne, 1 058 heures de programmes sur les chaînes hertziennes en clair (TF1, France 2, France 3, M6, Arte et France 5) en 2005, soit 26 heures de moins que l'année précédente. 69 heures sont consacrées aux films de cinéma, soit 6,5 % de la consommation télévisuelle individuelle (70 heures en 2004) et 260 heures aux fictions télévisées, soit 24,6 % (239 heures en 2004).

### **les meilleures audiences des chaînes hertziennes garanties par la fiction, le football, le cinéma et l'information**

**TF1** domine de nouveau le classement des 100 meilleures audiences de l'année, dans lequel figurent 97 de ses programmes (89 en 2004). La chaîne se maintient au premier rang avec une part de marché de 32,3 % sur les individus de 4 ans et plus et gagne 0,5 point par rapport à 2004. Un match des éliminatoires de la Coupe du Monde 2006 (France-Chypre) occupe la première place du classement avec 13,3 millions de téléspectateurs, soit une part de marché de 50,4 %. Un journal télévisé (intervention de Dominique De Villepin) suit à la seconde place. Les journaux télévisés constituent l'une des valeurs sûres de la chaîne : 56 d'entre eux ont dépassé les 10

millions de téléspectateurs, soit la meilleure performance depuis 1991. Six épisodes de la fiction *Dolmen* figurent dans le Top 10. 16 films figurent dans le palmarès, dont la rediffusion du *Dîner de cons* qui a réuni 11,5 millions de téléspectateurs.

**France 2** occupe toujours la deuxième place mais passe sous la barre des 20 % de part d'audience en 2005 pour atteindre 19,8 %, soit une perte de 0,7 point. Le cinéma et la fiction sont les genres dominants dans le palmarès de la chaîne. La fiction américaine *FBI, portés disparus* réalise 12 de ses 30 meilleures audiences. De même, le feuilleton *les Rois Maudits* s'impose aux troisième et septième places, réunissant 8,7 millions de téléspectateurs le 7 novembre. Enfin, 4 longs métrages figurent parmi les dix meilleures audiences de France 2, dont *Chouchou* et *Effroyables jardins* aux 4<sup>e</sup> et 5<sup>e</sup> rangs (coproductions de France 2 Cinéma).

**France 3** enregistre une part d'audience de 14,7 %, soit une baisse de 0,5 point. La chaîne continue toutefois de séduire le public avec de nombreuses séries diffusées en première partie de soirée, telles que *Louis la brocante* qui occupe 5 des 6 premiers rangs, *Fabien Cosma*, *Famille d'accueil* ou *SOS 18*. La meilleure audience de la chaîne est réalisée par un documentaire, *Homo Sapiens*, qui réunit le 11 janvier 8,2 millions de téléspectateurs. Enfin, le feuilleton quotidien *Plus Belle la vie* intervient à la 26<sup>e</sup> place et figure à 10 reprises dans le Top 50 de la chaîne.

M6 et France 5 progressent sensiblement, avec respectivement 12,6 % (+0,1 point) et 6,9 % (+0,2 point) de part d'audience. Le cinéma, les séries américaines et la télé-réalité constituent les points forts de **M6**. Cinq des épisodes de *Star Wars*, l'oeuvre à six volets de la Guerre des étoiles, figurent parmi les 10 meilleures audiences de la chaîne. Le reste du palmarès, outre de nombreux films américains, est occupé par des séries américaines diffusées en première partie de soirée : *les 4 400* et *NCIS*, dont de nombreux épisodes dépassent le seuil des 5 millions de téléspectateurs. Les magazines demeurent à l'honneur sur **France 5** puisque *C dans l'Air* et *Ripostes*, diffusés aux heures de grande écoute, constituent de nouveau les meilleures audiences de la chaîne.

Quant à **Arte** (3,4 % de part d'audience), ses longs métrages et documentaires lui assurent toujours de belles performances : 12 films (*Adieu Poulet*, *Charade*) et 4 documentaires (*Falkenau*, *Samuel Fuller témoigne* ou *Être et Avoir*) figurent parmi ses 20 meilleures audiences. En 2005, le feuilleton *Holocauste* prend la tête du classement et rassemble 3 millions de téléspectateurs.

Enfin, l'agrégat « **Autres TV** », constitué des chaînes locales, régionales, étrangères ou thématiques et des chaînes de la TNT, passe la barre des 12 % et gagne 0,9 point en 2005. Cette progression est en partie due au lancement de la TNT gratuite le 31 mars 2005.

### la fiction : un succès croissant dopé par un retour en force de la série américaine

Les 50 meilleures audiences de l'année révèlent une sélection de programmes variée en termes de genre : 30 fictions télévisuelles (25 en 2004), 8 oeuvres cinématographiques (10 films en 2004), 5 retransmissions sportives et 4 journaux d'information (interventions de personnalités politiques)\*.

La fiction française continue de séduire les téléspectateurs : elle mobilise 60 des 100 meilleures audiences de l'année 2005 (contre 52 en 2004). Outre le franc succès de la fiction d'été *Dolmen* dont 6 épisodes dépassent les 10 millions de téléspectateurs, on retrouve les héros identitaires les plus fédérateurs de TF1, tels que *Julie Lescaut*, *Une femme d'honneur*, *Commissaire Moulin* ou *Les Cordier, juge et flic*. En 2005, année impaire, le calendrier des manifestations sportives ne compte pas d'événement de grande envergure, hautement fédérateur, comme c'était le cas en 2004 (championnat d'Europe des Nations et Jeux Olympiques d'été à Athènes). Toutefois, 8 matchs de football figurent parmi les meilleures audiences de l'année.

2005 marque le retour en force des séries américaines à succès, telles que *FBI : portés disparus* (France 2), *les Experts* (TF1) et *NCIS* (M6) qui, sans créer pour l'instant préjudice aux fictions françaises, risque d'engendrer une raréfaction des longs-métrages en première partie de soirée. Au cours des deux dernières semaines de mars 2006 (du 20 mars au 2 avril), les chaînes hertziennes ont consacré douze premières parties de soirées à la fiction : cinq d'entre elles étaient des séries américaines. A titre d'exemple, TF1 a rassemblé 9,1 millions de téléspectateurs avec *les Experts*, le mercredi 22 mars 2006.

\* Pour les éditions d'informations nationales ou régionales, seule l'émission ayant obtenu la plus forte audience sur chaque chaîne est retenue dans le classement.

## LES MEILLEURES AUDIENCES DES FICTIONS EN 2005\*

titre	date de diffusion	nationalité	audience (%)	part de marché (%)
<b>TF1</b>				
<i>Dolmen/6<sup>e</sup> épisode</i>	18 juillet	France	23,4	53,1
<i>Les Cordier, Juge et Flic</i>	14 mars	France	20,0	46,2
<i>Julie Lescaut/ Double vie</i>	12 mai	France	19,9	44,7
<i>Une femme d'honneur</i>	27 octobre	France	19,0	40,9
<i>Dans la tête du tueur</i>	10 mars	France	18,7	42,9
<b>France 2</b>				
<i>Les Rois Maudits/ 1<sup>er</sup> épisode</i>	7 novembre	France/Italie	15,8	33,2
<i>Le Bal des célibataires/ 2<sup>e</sup> partie</i>	20 décembre	France	14,5	31,4
<i>FBI : portés disparus</i>	29 juin	Etats-Unis	14,1	34,5
<i>Le Triporteur de Belleville</i>	1 <sup>er</sup> mars	France	14,0	30,6
<i>3 femmes...un soir d'été/ 1<sup>er</sup> épisode</i>	8 août	France	13,7	37,7
<b>France 3</b>				
<i>Louis la brocante</i>	22 mars	France	14,8	32,3
<i>Fabien Cosma</i>	4 octobre	France	12,0	26,3
<i>Famille d'accueil</i>	15 novembre	France	11,8	25,5
<i>SOS 18</i>	1 <sup>er</sup> février	France	11,1	22,5
<i>Inséparables/ Episode pilote</i>	27 décembre	France	9,6	20,5
<b>Arte</b>				
<i>Holocauste/ Partie 3</i>	26 janvier	Etats-Unis	5,6	12,1
<i>La Bête du Gévaudan</i>	7 janvier	France	4,2	9,6
<i>Sortie de route</i>	2 décembre	Espagne	3,2	6,9
<i>L'Enfant des lumières/ 1<sup>e</sup> partie</i>	11 février	France	3,0	6,7
<i>Le Porteur de cartable</i>	11 mars	France	2,8	6,4
<b>M6</b>				
<i>Les 4 400</i>	2 février	Etats-Unis	11,5	23,6
<i>NCIS</i>	2 décembre	Etats-Unis	11,3	23,8
<i>Merci les enfants vont bien/ 1<sup>e</sup> partie</i>	28 septembre	France	9,8	21,8
<i>On ne prête qu'aux riches</i>	19 octobre	France	9,8	21,3
<i>Elodie Bradford</i>	7 décembre	France	8,5	19,7

audience : 1 % = 550 400 individus âgés de 4 ans et plus.

\* Les fictions récurrentes n'apparaissent qu'une fois dans ce classement. Seule la meilleure audience de ces fictions a été retenue au sein de ce palmarès.

source : Médiamat – Médiamétrie, CNC

## Le cinéma français moins plébiscité par les téléspectateurs

Les 100 meilleures audiences cinématographiques comptent autant de films français que de films américains (46 films). Alors que deux films seulement dépassaient 40 % de part de marché en 2003, neuf films atteignent ce seuil en 2004 et sept en 2005. Ce palmarès comprend également 39 films inédits dont six au sein des dix premiers rangs. Parmi eux figurent trois films français *Taxi 3*, *le Transporteur* et *Bienvenue chez les Rozes*.

Un film français prend la tête du classement en 2005, toutes chaînes confondues, et ce pour sa troisième diffusion à la télévision : *le Dîner de cons* de Francis Veber, qui rassemble 11,5 millions de téléspectateurs et réalise une part de marché de 41,9 %. Déjà consacré meilleure audience cinématographique de TF1 en 2001 lors de sa première diffusion, le potentiel de ce film à la télévision se confirme. Cependant, les performances des films français sont moins nombreuses qu'en 2004 : ils représentent 8 des 20 meilleures audiences de l'année, contre 14 en 2004. Les films de catalogue sont absents des premiers rangs, contrairement aux années précédentes. 13 des 20 meilleures audiences sont réalisées par des films inédits (10 en 2004, 12 en 2003). En revanche, les résultats des films américains progressent nettement, puisque cinq d'entre eux dépassent une part de marché de 40 %.

## LES MEILLEURES AUDIENCES DES FILMS EN 2005

titre	réalisateur	date de diffusion	nationalité	rang de diffusion	audience (%)	part de marché (%)
<b>TF1</b>						
<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	30 janvier	France	3	20,9	41,9
<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	23 octobre	Etats-Unis	1	20,1	40,7
<i>Hors d'atteinte</i>	S. Soderbergh	2 janvier	Etats-Unis	2	18,9	41,6
<i>Le Journal de Bridget Jones</i>	S. Maguire	13 mars	Royaume-Uni	1	18,2	38,6
<i>Les Rivières pourpres</i>	M. Kassovitz	6 mars	France	2	17,7	38,5
<b>France 2</b>						
<i>Ocean's Eleven</i>	S. Soderbergh	20 février	Etats-Unis	1	16,0	32,5
<i>Chouchou</i>	M. Allouache	19 avril	France	1	15,3	35,2
<i>Effroyables jardins</i>	J. Becker	29 mars	France	1	15,2	33,3
<i>L'Ombre d'un soupçon</i>	S. Pollack	13 février	Etats-Unis	2	13,8	29,9
<i>Un crime au paradis</i>	J. Becker	30 janvier	France	2	13,3	27,1
<b>France 3</b>						
<i>Pale Rider</i>	C. Eastwood	14 avril	Etats-Unis	7	11,7	26,6
<i>La Horse</i>	P. Granier-Deferre	9 juin	France/Italie/ Allemagne	11	10,6	26,7
<i>Josey Wales, hors-la-loi</i>	C. Eastwood	2 juin	Etats-Unis	6	9,7	25,9
<i>L'Arme fatale 3</i>	R. Donner	10 novembre	Etats-Unis	6	9,6	21,0
<i>En toute complicité</i>	M. Kanievska	25 août	Etats-Unis	1	9,1	23,9
<b>Arte</b>						
<i>Adieu Poulet</i>	P. Granier-Deferre	17 novembre	France	12	4,9	10,8
<i>Charade</i>	S. Donen	8 décembre	Etats-Unis	7	4,1	9,0
<i>Le Signe de Zorro</i>	R. Mamoulian	23 janvier	Etats-Unis	5	4,1	8,8
<i>Pendez-les haut et court</i>	T. Post	3 mars	Etats-Unis	8	3,8	8,1
<i>Ascenseur pour l'échafaud</i>	L. Malle	3 novembre	France	8	3,6	8,0
<b>M6</b>						
<i>Star Wars Episode 1: la menace fantôme</i>	G. Lucas	9 mai	Etats-Unis	1	12,4	29,4
<i>Star Wars Episode 2: l'attaque des clones</i>	G. Lucas	16 mai	Etats-Unis	1	12,3	29,3
<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	23 mai	Etats-Unis	4	11,9	26,6
<i>Le Retour du Jedi</i>	R. Marquand	6 juin	Etats-Unis	6	11,5	27,3
<i>L'Empire contre-attaque</i>	I. Kershner	30 mai	Etats-Unis	8	11,3	25,7

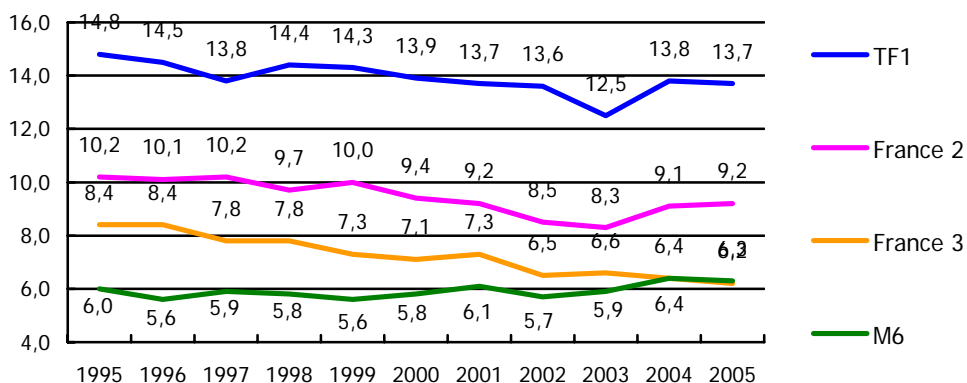
audience : 1 % = 550 400 individus âgés de 4 ans et plus.

source : Médiamat-Médiamétrie, CNC

### stabilité de l'audience des films en première partie de soirée

Après une baisse continue depuis 1991, l'audience moyenne des films diffusés en première partie de soirée sur les chaînes hertziennes en clair avait repris un rythme de croissance en 2004, excepté sur France 3. En 2005, les audiences se stabilisent voire enregistrent un léger recul sur TF1 (-0,1 point), France 3 (-0,3 point) et M6 (-0,1 point). Seule France 2 enregistre une légère progression (+0,1 point) notamment grâce aux performances des films français qui gagnent 0,7 point d'audience.

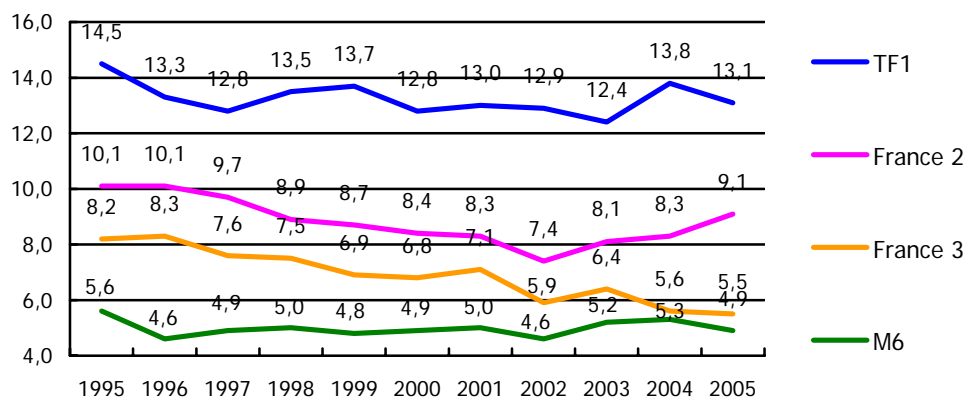
Globalement, l'audience des films français recule sur l'ensemble des chaînes, excepté sur France 2, et surtout sur TF1 (-0,7 point). En effet, en 2005, seul un film français dépasse les 10 millions de téléspectateurs et 40 % de part de marché, contrairement à 2004 où ils étaient 3 à plus de 10 millions de téléspectateurs et 8 à plus de 40 % de part de marché en première partie de soirée. TF1 semble avoir misé sur des films américains porteurs, tels que *Spider-Man* de Sam Raimi ou *Hors d'atteinte* de Steven Soderbergh, qui dopent l'audience de la chaîne à 14,4 % (+0,8 point) sur la tranche horaire. Bien qu'ils réalisent également de bonnes performances sur M6, l'audience des films américains accuse un léger recul en 2005 sur les autres chaînes.



### AUDIENCE MOYENNE DES FILMS EN PREMIÈRE PARTIE DE SOIRÉE (%)

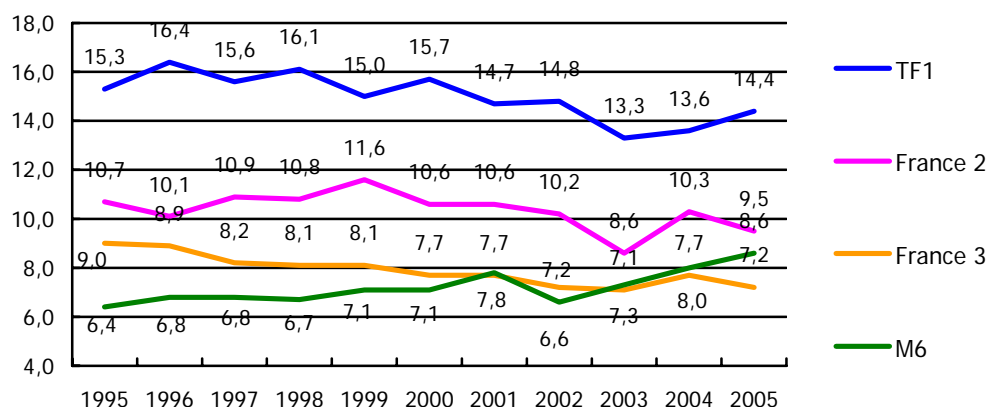
source : CNC – CSA - Médiamétrie

### AUDIENCE MOYENNE DES FILMS FRANÇAIS EN PREMIÈRE PARTIE DE SOIRÉE (%)



source : CNC – CSA - Médiamétrie

### AUDIENCE MOYENNE DES FILMS AMÉRICAINS EN PREMIÈRE PARTIE DE SOIRÉE (%)



source : CNC – CSA – Médiamétrie

## 15,75 millions d'individus reçoivent les chaînes thématiques

Selon Médiamétrie, de septembre 2005 à février 2006, 15,75 millions d'individus âgés de 4 ans et plus équipés d'un téléviseur sont abonnés à une offre élargie (14,88 millions à la même période en 2004), soit 28,6 % des foyers équipés d'un téléviseur et une augmentation de 5,8 % en un an.

Au 31 décembre 2005, 4,94 millions de foyers sont abonnés au satellite. CanalSat compte 3,19 millions de foyers abonnés (soit une progression annuelle de 205 000) et TPS, 1,75 million. Selon l'Aform, au 30 juin 2004, le marché du câble en France comptait 8,9 millions de foyers raccordés dont 3,6 millions d'abonnés à un service de télévision. Depuis la cessation d'activité de l'Aform, il est difficile de connaître la part de marché des câblo-opérateurs régionaux. Toutefois, au 30 septembre 2005, 3,3 millions de foyers recevaient une offre de télévision par les deux principaux câblo-opérateurs : UPC-NOOS et Numericable. Ce chiffre inclut les foyers abonnés à une offre de télévision (15 chaînes ou plus), à moins de 15 chaînes et ceux bénéficiant du service antenne.

## L'audience des chaînes thématiques pour la première fois en recul en 2005

Sur la dernière vague d'audience communiquée par Médiamétrie (septembre 2005-février 2006), les chaînes thématiques enregistrent une part d'audience de 36 %, soit une baisse de 1,2 point par rapport à 2004. Après avoir atteint un niveau record l'année précédente, les chaînes de complément perdent du terrain par rapport aux chaînes hertziennes pour la première fois depuis la mise en place du Mediacabsat (2001). En effet, l'audience des chaînes hertziennes progresse de 1,9 % par rapport à la même vague l'année précédente.

### PART D'AUDIANCE DES CHAÎNES THÉMATIQUES (%)

	chaînes hertziennes nationales	chaînes thématiques	total
1998	71,1	28,9	100,0
1999	69,0	31,0	100,0
fév-juillet 2001	68,8	31,2	100,0
sept 2001-fév 2002	68,0	32,0	100,0
janv-juin 2002	67,8	32,2	100,0
sept 2002-fév 2003	66,7	33,3	100,0
janv-juin 2003	65,9	34,1	100,0
sept 2003 -fév 2004	65,9	34,1	100,0
janv-juin 2004	64,8	35,2	100,0
sept 2004- fév 2005	62,8	37,2	100,0
janv-juin 2005	62,8	37,2	100,0
sept 2005-fév 2006	64,0	36,0	100,0

cible : individus de 4 ans et plus abonnés à une offre élargie

source : MédiaCabSat – Médiamétrie

L'érosion d'audience des chaînes thématiques touche principalement son cœur de cible, les jeunes et les enfants, pour la première fois depuis deux ans. En effet, les 4-14 ans enregistrent une baisse de 4,7 points à 51,8 %, les 15-24 ans (-5,1 points) à 37,2 % et les 4-10 ans (-4,5 points) à 56,7 %. Les seules progressions touchent les urbains (+1,5 point à 34,8 %), les actifs (+0,8 point à 36,8 %), les CSP+ (+0,4 point à 37,2 %) et les 25-59 ans (+0,1 point à 35,3 %) avec pour ces cibles, excepté les CSP+, des audiences records.

La baisse d'audience des chaînes de complément concerne également les plus gros consommateurs de thématiques : le recul est plus important sur le satellite (-3,9 points chez les abonnés CanalSat à 38,7 % et -1 point sur TPS à 36,6 %). En revanche, les chaînes thématiques enregistrent une belle progression sur le câble avec +1,8 point à 32,6 %.

## RTL 9 détrônée par Eurosport

Avec 1,9 % de part d'audience, Eurosport prend pour la première fois la tête du classement des chaînes thématiques devant le leader historique RTL 9 et gagne 0,4 point par rapport à la vague 8 (septembre 2004-février 2005). RTL 9 recule de 0,2 point (1,8 %) et se place au 2<sup>e</sup> rang.

Après une forte progression l'année précédente (vague 8), l'audience de TV Breizh est stable à 1,3 % et la chaîne gagne une place dans le palmarès (par rapport à la vague 8). Canal J, dont la part d'audience est stable à 1,2 %, confirme sa place de première chaîne jeunesse.

TMC gagne deux places et passe du 7<sup>e</sup> au 5<sup>e</sup> rang avec 1,1 % de part d'audience (+0,15 point par rapport à la vague 8).

Enfin, Canal+ Sport fait son entrée dans le top 10, en décrochant la 7<sup>e</sup> place avec 0,96 % de part d'audience. Sur la vague étudiée, la chaîne a diffusé des matchs de basket de la NBA, des matchs de la ligue des Champions et les championnats de football espagnol et italien.

#### **PALMARÈS DES 10 MEILLEURES AUDIENCES DES CHAÎNES THÉMATIQUES 2005**

	chaînes	part d'audience (%)	évolution V10/V9*
1	Eurosport	1,86	-0,1
2	RTL 9	1,79	-0,2
3	TV Breizh	1,27	0,0
4	Canal J	1,17	0,0
5	TMC	1,12	+0,1
6	Paris Première	1,01	+0,1
7	Canal + Sport	0,96	+0,3
8	TF6	0,94	-0,2
9	LCI	0,91	-0,1
10	TIJI	0,90	+0,1

\* V10 : 5 septembre 2005 - 19 février 2006 ; V9 : 27 décembre 2004 - 12 juin 2005

cible : individus de 4 ans et plus abonnés à une offre élargie

source : MédiaCabSat - Médiamétrie

#### **lancement réussi des chaînes de la TNT**

La TNT gratuite, lancée le 31 mars 2005, offre 18 chaînes : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP-Assemblée Nationale/Public Sénat, France 4, i-Télé, Europe 2 TV, BFM TV et Gulli. Médiamétrie recueille les comportements d'audience des foyers du panel Médiamat recevant les chaînes de la TNT via un adaptateur.

Au dernier trimestre 2005, 3,6 % des foyers français équipés d'un téléviseur étaient en mesure de recevoir une offre de programmes gratuite élargie via un adaptateur TNT.

Au 31 décembre 2005, 1,3 million d'adaptateurs ont été vendus (source GFK) et à la fin du mois de mars 2006, soit un an après son lancement, les 18 chaînes gratuites sont reçues dans plus de 2,5 millions de foyers.

D'après les premiers résultats d'audience (sur les 4 ans et plus du 2 au 29 janvier 2006), les individus équipés TNT consomment davantage la télévision, soit 20 minutes de plus que l'ensemble des téléspectateurs. Leur consommation atteint 4h04 par jour. Les « Autres TV » (chaînes locales, régionales, étrangères ou thématiques, chaînes de la TNT, chaînes non signées et services interactifs) sont davantage consommées par les foyers équipés TNT (26 %) que par l'ensemble des foyers TV (13 %).

#### **des programmes de plus en plus variés enregistrés en vidéo**

Le classement des programmes les plus enregistrés en vidéo en 2005 révèle une sélection de genres variés, avec au premier rang un programme de variétés, le spectacle des Enfoirés, grand habitué des enregistrements vidéo depuis six ans. Le cinéma est de nouveau plébiscité par les téléspectateurs et occupe la moitié du palmarès. L'épisode 2 de *Star Wars* de Georges Lucas se place au 2<sup>e</sup> rang. Deux autres épisodes de l'oeuvre à six volets figurent dans le classement.

Un documentaire, *Homo Sapiens*, diffusé sur France 3, et son making of arrivent aux 4<sup>e</sup> et 8<sup>e</sup> rangs.

Enfin, la fiction apparaît pour la deuxième année au sein de ce palmarès, confirmant le succès du feuilleton d'été de TF1 *Dolmen*, suivi à la 6<sup>e</sup> place par un des épisodes de la série américaine *Lost*.

## PALMARÈS DES 10 MEILLEURS TAUX D'ENREGISTREMENT VIDEO EN 2005

	titre	chaîne	genre	date	taux moyen d'enregistrement (%)
1	<i>Les Enfoirés dans l'espace/ les restos du cœur 2005</i>	TF1	variétés	4 mars	6,8
2	<i>Star Wars épisode 2 : l'attaque des clones</i>	M6	film	16 mai	5,7
3	<i>Dolmen/ 6<sup>e</sup> épisode</i>	TF1	Feuilleton	18 juillet	5,2
4	<i>Homo Sapiens</i>	France 3	Documentaire	11 janvier	5,1
5	<i>Star Wars épisode 1 : la menace fantôme</i>	M6	Film	9 mai	5,0
6	<i>Lost/ A la dérive</i>	TF1	Série	23 juillet	4,7
7	<i>La Guerre des étoiles</i>	M6	Film	23 mai	4,7
8	<i>Homo Sapiens – le making of</i>	France 3	Documentaire	11 janvier	4,2
9	<i>Le retour du Jedi</i>	M6	Film	6 juin	4,2
10	<i>Un aller simple</i>	TF1	film	30 janvier	4,1

taux d'enregistrement : 1 % = 174 540 foyers équipés de magnétoscope  
source : Médiamat – Médiamétrie



# L'exportation des films et des programmes audiovisuels

Après trois années de repli, les exportations de programmes audiovisuels français progressent en 2004 (+3,7 %) pour atteindre 108,2 M€.

Les recettes réalisées sur les films cinématographiques par les sociétés françaises d'exportation s'élèvent à 223,4 M€ en 2004 (+20,4 %) dont 141,2 M€ (+14,2 %) générés par les films français.

En 2005, selon Unifrance, les films français réalisent 73,6 millions d'entrées dans les salles étrangères, générant une recette de 369 M€.

## L'EXPORTATION DES PROGRAMMES DE TÉLÉVISION

Les statistiques d'exportations de programmes audiovisuels sont établies à partir des réponses à un questionnaire envoyé chaque année par TV France International aux entreprises de l'audiovisuel qui sont impliquées, directement ou indirectement, dans des activités d'exportation (sociétés de négoce, producteurs).

Pour plus de détails, consulter l'édition 2005 des *Composantes internationales de la production française* publiée par l'INA en collaboration avec le CNC et TV France International.

Pour la première fois depuis trois ans, les exportations de programmes audiovisuels français sont en progression (+3,7 %), et ce malgré un taux de change Euro-Dollar défavorable affectant l'ensemble des zones d'exportation hors Europe. En 2004, elles s'élèvent à 108,2 M€. Sans retrouver le niveau exceptionnellement haut des années 2000 et 2001, les distributeurs et producteurs français semblent donc avoir mis en place les conditions d'une croissance solide qui portent aujourd'hui leurs fruits.

## ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS FRANÇAIS (M€)

	exportations
1995	68,6
1996	75,3
1997	88,8
1998	109,2
1999	114,0
2000	129,3
2001	126,7
2002	106,1
2003	104,3
2004	108,2

source : INA-TV France International-DDM-CNC

## L'animation demeure prédominante sur le marché des ventes internationales

Après deux années de recul (-32,3 % entre 2001 et 2003), les ventes de programmes d'animation progressent de 3,4 % pour s'élever à 39,5 M€ en 2004. Ce genre est l'un des principaux vecteurs de la croissance des exportations de programmes audiovisuels français observée en 2004. Il confirme ainsi sa place de premier genre à l'exportation, avec 36,5 % de l'ensemble des ventes de programmes français à l'étranger (36,6 % en 2003).

Les programmes d'animation français sont en effet reconnus pour leur niveau technique, mais également pour la qualité d'écriture dont font preuve les scénaristes. En outre, les programmes d'animation français s'adaptent de mieux en mieux aux besoins des chaînes étrangères. L'animation tend également à se spécialiser davantage sur les 4-10 ans, les jeunes adultes et la cible masculine.

La croissance des exportations d'œuvres d'animation françaises (+3,4 %) est très inégalement répartie selon les zones géographiques. En fait, les ventes ne progressent qu'en Europe occidentale (+5,4 %) et en Amérique du nord (+51,4 %). En 2004, ces deux zones concentrent ainsi près de 90 % des achats étrangers d'animation française (77,5 % en 2003).

En Europe de l'ouest, l'Italie se distingue par son dynamisme. Ses achats triplent, passant de 2,3 M€ en 2003 à 6,9 M€ en 2004. Troisième client européen des exportateurs d'animation française en 2003, elle impose aujourd'hui sa suprématie. Les programmes français bénéficient également de la reprise des achats en Espagne (+2,4 M€ à 3,9 M€ en 2004).

Aux Etats-Unis, l'animation réalise une excellente performance, avec une progression de 54,5 % des ventes (3,4 M€, contre 2,2 M€ en 2003). Eu égard à l'exposition internationale qu'offre la diffusion d'un programme sur une chaîne américaine, cette évolution s'avère prometteuse.

La vente de fiction à l'international diminue pour la seconde année consécutive (-11,1 %). L'année 2004 s'impose en effet comme le nouveau point bas des ventes sur ce genre. Le secteur souffre à l'évidence d'un manque de production nationale, tant en volume qu'en formats adaptés à l'exportation. Toutefois, les dernières évolutions observées sur la production 2004 sont encourageantes.

Comme pour les autres genres, l'Europe s'est toujours imposée comme la zone privilégiée pour les ventes de fiction française. Ce lien privilégié se renforce en 2004. Elle représente 76,9 % des ventes, contre 70,6 % en 2003. Ceci résulte davantage d'une contraction des marchés extra européens que d'une reprise prononcée des ventes en Europe. Les ventes en Europe occidentale régressent ainsi légèrement (-4,1 % à 11,6 M€). Cependant, l'Europe occidentale capte désormais plus de 60 % des ventes internationales de fiction, contre 58,4 % en 2003.

Cette évolution est essentiellement due à la forte croissance des ventes à destination de la Belgique (+66,3 % à 5,6 M€ en 2004). Ce pays s'affirme désormais comme le principal client des exportateurs de fiction française. Le dynamisme belge masque une baisse quasi-généralisée des achats des pays européens.

A l'exception de l'Europe centrale (+0,2 M€ à 2,7 M€ en 2004) et du Moyen-Orient (+0,2 M€ à 0,3 M€ en 2004), l'activité se contracte sur l'ensemble des autres zones géographiques. La baisse est particulièrement sensible en Amérique latine (-1,3 M€ à 0,5 M€ en 2004). Elle est désormais largement dépassée par la zone Asie (1,5 M€ en 2004 contre 1,6 M€ en 2003) et talonnée par le Moyen-Orient.

Pour la troisième année consécutive, le documentaire enregistre une hausse importante de ses ventes à l'international en 2004, à 26,5 M€ contre 24,1 M€ en 2003 (+10,0 %). Il renforce ainsi sa position de deuxième genre français pour les exportations avec 24,5 % des ventes totales.

L'augmentation des exportations de documentaires traduit des évolutions extrêmement contrastées selon les zones géographiques. L'Europe se distingue des autres territoires par un dynamisme soutenu. Ses importations de documentaires français progressent de 44,7 % pour s'élever à près de 19,0 M€. En valeur absolue, l'Europe occidentale est le principal vecteur de la croissance européenne de la vente des documentaires français (+4,7 M€ pour atteindre 16,6 M€ en 2004).

Les ventes en Europe centrale sont également en forte croissance (+91,7 %). Même si les montants générés demeurent relativement faibles (2,3 M€ en 2004), l'Europe centrale est désormais la troisième (derrière l'Europe occidentale et l'Asie) zone d'exportation privilégiée des documentaires français (cinquième en 2003). En 2004, elle capte ainsi 8,8 % des ventes internationales du genre.

Cette montée en puissance illustre l'importance de la chute des ventes en Amérique du nord et en Amérique latine. Le poids de ces deux zones dans l'ensemble des ventes internationales de documentaires français s'effondre, de 13,4 points pour l'Amérique du nord (8,3 % des exportations en 2004) et de 5,3 points pour l'Amérique latine (1,1 % des exportations en 2004).

Sur les autres genres, les exportations progressent de 11,8 % pour s'élever à 23,7 M€ en 2004. Le segment musique et spectacles vivants est le principal vecteur de cette croissance. Sur ce genre,

les ventes augmentent de 76,2 %. Les exportations de programmes d'information progressent de +5,6 %, celles des jeux et variétés s'accroissant de 4,0 %.

#### EXPORTATIONS DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS PAR GENRE (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004
fiction	29,7	22,5	22,9	20,8	18,5
documentaire	28,4	28,1	23,5	24,1	26,5
animation	44,8	56,4	45,0	38,2	39,5
musique, spectacle vivant	3,7	2,6	1,5	2,1	3,7
jeux, variétés	14,8	8,4	4,4	10,1	10,5
information, reportage, divers	7,9	8,7	8,8	9,0	9,5
<b>total</b>	<b>129,3</b>	<b>126,7</b>	<b>106,1</b>	<b>104,3</b>	<b>108,2</b>

source : INA-TV France International-DDM-CNC

#### renforcement de la prédominance de la zone Europe

En 2004, la zone Europe accroît sa domination sur les autres territoires d'exportation, traduisant à la fois un renforcement de l'Europe de l'ouest et une montée en puissance de l'Europe centrale. L'année 2004 correspond également à une forte progression des ventes sur les territoires nord-américains ainsi que sur le Moyen-Orient.

L'Europe s'est toujours imposée comme la zone privilégiée pour les ventes de programmes audiovisuels français. Ce lien privilégié se renforce en 2004. Elle représente 68,9 % des ventes, contre 64,2 % en 2003. Cette tendance traduit une reprise contrastée selon les territoires d'exportation.

L'Europe occidentale connaît une reprise franche (+6,8 M€ à 65,9 M€), dont bénéficient en priorité l'animation et le documentaire. La croissance des ventes sur les marchés italien (+3,8 M€), espagnol (+2,4 M€), belge (+4,0 M€) et germanophone (+2,0 M€) explique ce dynamisme. La bonne tenue de ces marchés permet de compenser largement la contraction des ventes au Royaume-Uni (-2,7 M€), aux Pays-Bas et Luxembourg (-0,9 M€), au Portugal (-0,4 M€) et au sein de la zone Scandinavie-Islande (-0,9 M€).

Dans ces conditions, le marché italien, avec un chiffre d'affaires de 14,4 M€, s'impose désormais comme le principal débouché des programmes audiovisuels français en Europe. Il représente 21,9 % des ventes réalisées en Europe occidentale, contre 18,0 % en 2003. Il supplante ainsi le marché germanophone qui se place en deuxième position avec un chiffre d'affaires de 13,0 M€.

En réalité, la reprise des ventes en Allemagne est contrastée. Les distributeurs de gros catalogues, les filiales de chaînes et les spécialistes du documentaire confirment la prédominance de ce marché. Toutefois, ils font état de la persistance de tarifs bas et de la lenteur du processus d'assainissement du marché. De la même manière, la reprise ne semble pas avérée pour les programmes d'animation.

Avec un chiffre d'affaires de 8,0 M€, le marché anglophone (Royaume-Uni/Irlande) est relégué en quatrième position (2<sup>e</sup> en 2003). Il est désormais dépassé par la Belgique (dont le chiffre d'affaires s'élève à 9,4 M€) et se trouve talonné par l'Espagne (7,0 M€).

L'Europe centrale affiche une progression de 9,2 % à 8,7 M€. Pour la première fois depuis 2000, elle dépasse la zone Asie. Cette avancée est avant tout le fait de la Russie et plus largement de la CEI. Avec 58,0 % des achats de la zone, contre 54,1 % en 2003, elle consolide sa place de premier partenaire commercial des exportateurs français sur cette zone.

Les exportations à destination de l'Amérique du nord progressent de 12,7 %, à 16,9 M€, contre 15 M€ en 2003. Contrairement aux coproductions internationales sur lesquelles les investissements canadiens sont en forte baisse, les ventes de programmes audiovisuels français augmentent sensiblement sur ce territoire. Elles progressent ainsi de 23,2 % pour atteindre 11 M€ en 2004. Au niveau international, le Canada s'impose désormais comme le troisième débouché des programmes audiovisuels français, derrière l'Italie et l'Allemagne. Après une croissance importante en 2003, les exportations vers les Etats-Unis sont stables à 5,9 M€. Au total, la zone Amérique du nord consolide sa position de deuxième importateur de programmes français. Elle représente 15,6 % des ventes réalisées en 2004, contre 14,4 % en 2003.

En revanche, 2004 s'avère être une année noire pour les exportations en Amérique latine. La contraction de ce marché se traduit par une diminution du montant des ventes de plus de 60 % : il

atteint 1,9 M€ en 2004. La chute des importations du Mexique (-90,3 % pour atteindre 0,1 M€) explique pour une large part cet effondrement. Au total, la zone est désormais supplantée par l'Afrique et le Moyen-Orient.

#### RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES EXPORTATIONS DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS (%)

	2001	2002	2003	2004
Europe de l'ouest	68,2	65,8	56,6	60,9
Europe centrale	5,5	5,0	7,6	8,0
Amérique du nord	9,7	8,6	14,4	15,6
Amérique latine	3,3	4,4	4,9	1,8
Asie	8,5	8,8	8,9	7,5
Afrique	2,3	4,0	4,5	3,0
Moyen-Orient	2,5	3,4	3,1	3,2
total	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : INA-TV France International-DDM-CNC

### LES RECETTES À L'EXPORTATION DES LONGS MÉTRAGES FRANÇAIS ET LEURS RÉSULTATS DANS LES SALLES ÉTRANGÈRES

Le CNC a mis en place en 2004 un outil statistique permettant d'évaluer les recettes à l'exportation des films français.

Les films français ont été définis comme les films d'initiative française (incluant donc les coproductions majoritaires) et les coproductions minoritaires françaises.

Les recettes prises en compte sont celles effectivement encaissées au cours de l'année. Compte tenu de l'important décalage entre la signature des contrats et leur paiement, ces recettes se rapportent en majorité à des ventes effectuées au cours des années antérieures. Elles concernent autant la vente « tous droits » (c'est-à-dire, cinéma, télévision et vidéo) que les cessions des seuls droits « télévision », « vidéo » ou « cinéma ».

En 2004, les recettes cinématographiques en provenance de l'étranger encaissées par les sociétés françaises d'exportation s'élèvent à 223,3 M€ (+20,4 % par rapport à 2003). 141,2 M€ proviennent des films français (63,2 %, contre 66,6 % en 2003) et 82,1 M€ des films étrangers (36,8 %, contre 33,4 % en 2003).

#### RECETTES D'EXPORTATIONS SELON LA NATIONALITÉ DES FILMS

	recettes (M€)		parts de marché (%)	
	2003	2004	2003	2004
films français*	123,6	141,2	66,6	63,2
films étrangers	61,9	82,1	33,4	36,8
total	<b>185,5</b>	<b>223,3</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises

Ainsi, dans leur grande majorité, les sociétés françaises d'exportation fondent leur activité de négoce international sur les films français au sens large (coproductions minoritaires et majoritaires françaises incluses).

En 2004, les ventes de films dits « frais », c'est-à-dire produits après le 1<sup>er</sup> janvier 2001, génèrent 78,2 % des recettes d'exportation des films français. Les films de catalogue, produits avant le 1<sup>er</sup> janvier 2001, génèrent, pour leur part, 21,8 % des recettes encaissées en 2004.

#### RECETTES D'EXPORTATIONS EN 2004 SELON LA DATE DE PRODUCTION DES FILMS

	(M€)	(%)
films produits avant le 1 <sup>er</sup> janvier 2001	30,8	21,8
films produits après le 1 <sup>er</sup> janvier 2001	110,4	78,2
total	<b>141,2</b>	<b>100,0</b>

## les principaux clients

En 2004 comme en 2003, les trois principaux clients de films français sont l'Allemagne, l'Italie et le Japon. Ils totalisent 40,6 % de l'ensemble des recettes d'exportation encaissées sur les films français (41,2 % en 2003). L'Allemagne demeure ainsi le premier marché d'exploitation des films français. Il génère 22,2 M€ de recettes en 2004 (20,8 M€ en 2003), soit 15,7 % des encaissements totaux (16,8 % en 2003). Le poids des recettes issues des films de catalogue est moins important qu'en 2003.

L'Italie rapporte 17,7 M€ (15,4 M€ en 2003), soit 12,5 % des recettes en 2004 (12,4 % en 2003). Les recettes générées par les films « frais » représentent l'essentiel des flux commerciaux avec ce pays.

Avec 17,4 M€ de recettes (14,9 M€ en 2003), soit 12,4 % de l'ensemble des encaissements (12,0 % en 2003), le Japon s'impose comme un territoire stratégique pour les sociétés françaises.

Grâce à une progression importante de ses achats, l'Espagne se classe désormais en quatrième position (11,8 M€ contre 7,5 M€ en 2003). Toutefois, le marché reste globalement fragile.

La CEI demeure un débouché important (5,9 M€ de recettes en 2004, contre 5,0 M€ en 2003). Les recettes en provenance de Belgique et du Benelux connaissent une nette progression en 2004 (+34,3 % à 9 M€ en 2004). En revanche, la Suisse (hors zone germanophone) disparaît du classement des quinze premiers marchés. Le Royaume-Uni demeure un marché limité (6,6 M€ en 2004), même s'il génère des recettes en forte croissance en 2004 (+85,9 %). Les revenus en provenance du Québec et de la Corée du Sud sont une nouvelle fois en diminution.

## LES DIX PREMIERS PAYS EN TERMES DE RECETTES DE FILMS FRANÇAIS À L'EXPORTATION

	recettes (M€)		parts de marché (%)	
	2003	2004	2003	2004
Allemagne et/ou zones germanophones	20,8	22,2	16,8	15,7
Italie	15,4	17,7	12,5	12,5
Japon	14,9	17,5	12,1	12,4
Espagne	7,5	11,8	6,1	8,4
Etats-Unis et/ou Canada anglophone	10,4	8,3	8,4	5,9
Royaume Uni et/ou Irlande	3,6	6,6	2,9	4,7
Etats-Unis + grand pays européen et/ou Japon	7,7	6,2	6,2	4,4
CEI	5,0	5,9	4,0	4,2
Belgique	4,9	5,2	4,0	3,7
Scandinavie	2,7	3,9	2,2	2,8
total 10 premiers	<b>92,9</b>	<b>105,3</b>	<b>75,2</b>	<b>74,6</b>
total	<b>123,6</b>	<b>141,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## répartition géographique des exportations

Généralisant 55,9 % des recettes en 2004 (79,0 M€ contre 65,0 M€ en 2003), l'Europe occidentale demeure le premier marché d'exportation du cinéma français. En valeur, l'Europe occidentale est un marché presque quatre fois plus important que celui de l'Asie ou de l'Amérique du Nord, respectivement en deuxième et troisième places du classement des zones géographiques.

Les principaux pays d'exportation du cinéma français en Europe de l'ouest sont l'Allemagne et l'Italie.

Les recettes en provenance d'Amérique du nord atteignent 17,2 M€ en 2004, soit 12,2 % des encaissements totaux. Elles sont en baisse de 17,7 % par rapport à 2003 (20,9 M€). Ce repli est lié à l'absence de ventes importantes de films récents aux Etats-Unis (incluant ou non le Canada anglophone) et à une baisse de 23,1 % des recettes en provenance du Québec / Canada. Les recettes sur cette zone sont largement dépendantes de la vente d'un ou deux titres. Avec le succès de *la Marche de l'empereur* en 2005, les recettes devraient de nouveau progresser au sein de cette zone.

Pour les films français, l'Asie est le deuxième continent le plus rémunérateur en 2004. Avec 21,5 M€ de recettes, l'Asie génère 15,2 % de l'ensemble des encaissements de l'année 2004. Les recettes en provenance d'Asie progressent de 13,9 %. A l'exception de la Corée du Sud, cette croissance profite à l'ensemble des pays de la zone. Toutefois, le Japon génère 81,4 % des recettes en provenance d'Asie.

L'Europe de l'est génère 9,8 % de l'ensemble des recettes des films français à l'exportation (13,8 M€). Les encaissements sont en hausse de 50,3 % par rapport à 2003, grâce à de bons résultats sur plusieurs pays de la zone. Sur l'ensemble de l'Europe de l'est, les films de catalogue assurent 40,6 % des revenus d'exportation, soit l'un des taux continentaux les plus élevés.

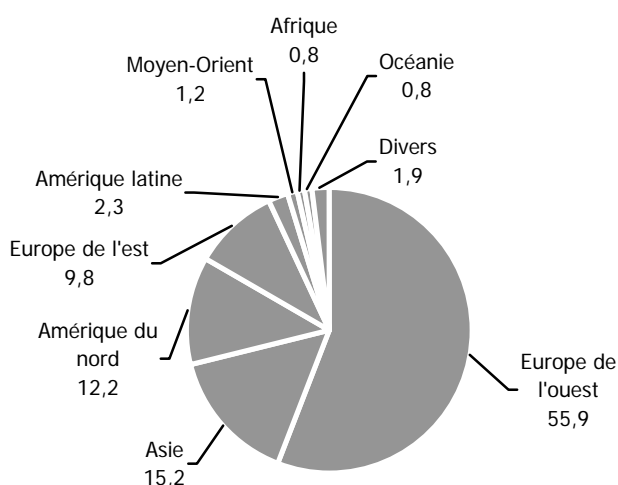
L'Amérique latine génère 3,2 M€ de recettes d'exportation de films français en 2004, soit 2,3 % des recettes mondiales sur l'année. Les recettes sont en baisse de 15,2 % par rapport à 2003 mais représentent une part stable du marché.

Les recettes d'exportation de films français au Moyen-Orient (1,7 M€) atteignent 1,2 % de l'ensemble des recettes d'exportation encaissées en 2004 (1,2 % en 2003). Israël est le premier marché des films français dans cette zone (1,0 M€).

L'Australie et la Nouvelle Zélande génèrent 0,8 % des recettes réalisées par les films français à l'étranger en 2004, soit 1,2 M€ (-3,4 % par rapport à 2003).

Sur le continent africain, les films français génèrent 1,1 M€ de recettes d'exportation en 2004, soit 0,8 % de l'ensemble des encaissements (0,9 M€ et 0,7 % en 2003).

### RÉPARTITION DES RECETTES D'EXPORTATION PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE EN 2004 (%)



### les sociétés d'exportation de films français

En France, le secteur de l'exportation de films est porté par un nombre réduit d'entreprises. Comme en 2003, seules 18 sociétés ont déclaré des recettes issues de cette activité au titre de l'exercice 2004. En 2004, les trois entreprises les plus importantes réalisent 50,7 % de l'ensemble des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger (48,3 % en 2003).

L'activité de réexportation de films étrangers concerne 13 entreprises. Les deux premières totalisent 79,0 % de l'ensemble des recettes de cette activité.

### LES SOCIÉTÉS SELON LES RECETTES ANNUELLES GÉNÉRÉES PAR L'EXPORTATION DE FILMS FRANÇAIS

	nombre de sociétés		% des recettes totales	
	2003	2004	2003	2004
plus de 10 M€	3	6	48,3	79,7
entre 5 M€ et 10 M€	7	1	41,5	4,8
entre 1 M€ et 5 M€	5	8	9,3	14,9
moins de 1 M€	3	3	0,9	0,6
total	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

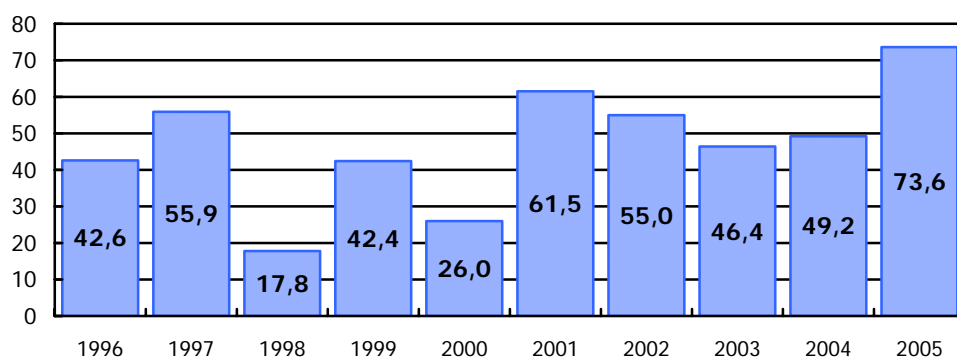
## 73,6 millions d'entrées et 369 M€ de recettes en 2005 pour les films français dans les salles étrangères

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance dans le cadre de sa mission de suivi économique du cinéma français à l'étranger. Ces données prennent en compte les résultats des films français, au sens de l'agrément du CNC.

Selon les estimations d'Unifrance, les performances du cinéma français à l'étranger se sont considérablement améliorées en 2005. Les entrées progressent ainsi de 49,6 % pour atteindre 73,6 millions, les recettes augmentant de 54,0 % à 369 M€.

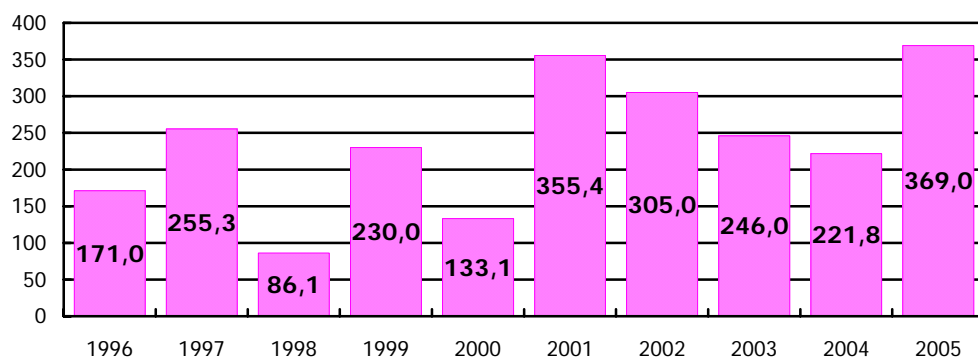
Pour la première fois, les films français attirent plus de spectateurs dans les salles étrangères que dans les salles françaises. En revanche, les recettes sont équivalentes. En 2005, 7 des 10 premiers films de production majoritaire française enregistrent de meilleurs résultats à l'étranger qu'en France, dont *la Marche de l'empereur* (16,2 millions d'entrées à l'étranger, 1,8 million en France), *le Transporteur 2* (11 millions d'entrées à l'étranger, 1,2 million en France) ou *Haute Tension* (815 000 entrées à l'étranger, 110 000 en France).

### ENTRÉES DES FILMS FRANÇAIS À L'ETRANGER (MILLIONS)



source : Unifrance

### RECETTES DES FILMS FRANÇAIS À L'ETRANGER (M€)



Source : Unifrance

Avec 125 M€ de recettes en 2005, le cinéma français enregistre sa meilleure performance aux Etats-Unis. Ce résultat s'explique en grande partie par le succès, historique par son ampleur, de *la Marche de l'empereur* (58 M€). Il réalise le meilleur résultat enregistré par un film français aux Etats-Unis, supplantant le précédent record établi par *le Cinquième Élément* (47 M€). *Le Transporteur 2* et *Danny the Dog* se distinguent également par un niveau de recettes conséquent (respectivement 33 M€ et 18,6 M€). D'autres films comme *Haute Tension*, *Un long dimanche de fiançailles*, *Comme une image*, *les Choristes*, *De battre mon cœur s'est arrêté*, en se situant entre 0,8 M€ et 3,1 M€ de recettes, ont contribué fortement à cette année exceptionnelle.

En termes d'entrées, l'Europe demeure le principal débouché du cinéma français. En 2005, elle représente près de la moitié des entrées réalisées par les films français à l'étranger. Dans les quatre principaux pays européens, les entrées des productions françaises progressent fortement en 2005 : +168 % en Espagne (7 millions d'entrées), +74 % en Italie (5,2 millions d'entrées), +27 % en Allemagne (5,9 millions d'entrées) et +333 % au Royaume-Uni (2,6 millions d'entrées). Depuis deux ans, les résultats au Japon demeurent, avec 2 millions d'entrées environ, en-deçà de leur potentiel puisque, en 2003, les films français avaient enregistré 4,2 millions d'entrées. L'ouverture progressive du marché chinois se poursuit pour le cinéma français (350 000 entrées en 2003, 1,6 million en 2004, 1,5 million en 2005). On constate par ailleurs l'effritement du marché coréen qui passe de 2,2 millions d'entrées pour les films français en 2001 à 300 000 en 2005. Enfin, avec plus de 2 millions d'entrées au Mexique et au Brésil et plus de 1 million en Argentine, le cinéma français franchit en 2005 un cap en Amérique du sud.



# les dépenses des ménages en programmes audiovisuels

Après 25 ans de croissance soutenue, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels diminuent en 2005 (-1,6 %).

Deux postes, vecteurs de croissance les années précédentes, sont à l'origine de ce changement de tendance : les achats et locations de vidéogrammes (-7,8 %) et le cinéma en salles (-10,0 %).

Le recul de la consommation cinématographique (-10,0 %) associé à celui des dépenses vidéo (-7,8 %) explique la baisse, pour la première fois depuis 1980, des dépenses des ménages en programmes audiovisuels en 2005 (-1,6 %).

Depuis 2000, les dépenses en programmes audiovisuels enregistraient un rythme d'évolution plus prononcé que celui de l'ensemble des dépenses de consommation des ménages. En 2005, cette caractéristique n'est plus vérifiée. Le taux d'évolution des dépenses audiovisuelles (-1,6 %) est en rupture avec celui des dépenses des ménages (+3,1 %).

En 2005, chaque foyer français dépense en moyenne 318,2 € en programmes audiovisuels, contre 323,1 € en 2004. Ce montant comprend 72,2 € de redevance (part « audiovisuel » de la redevance collectée, c'est-à-dire hors radios et INA), 78,7 € d'achats et locations de vidéogrammes pré-enregistrés, 42,6 € d'entrées au cinéma et 124,6 € d'abonnements à des programmes payants de télévision.

## DÉPENSES DES MÉNAGES EN PROGRAMMES AUDIOVISUELS (M€)

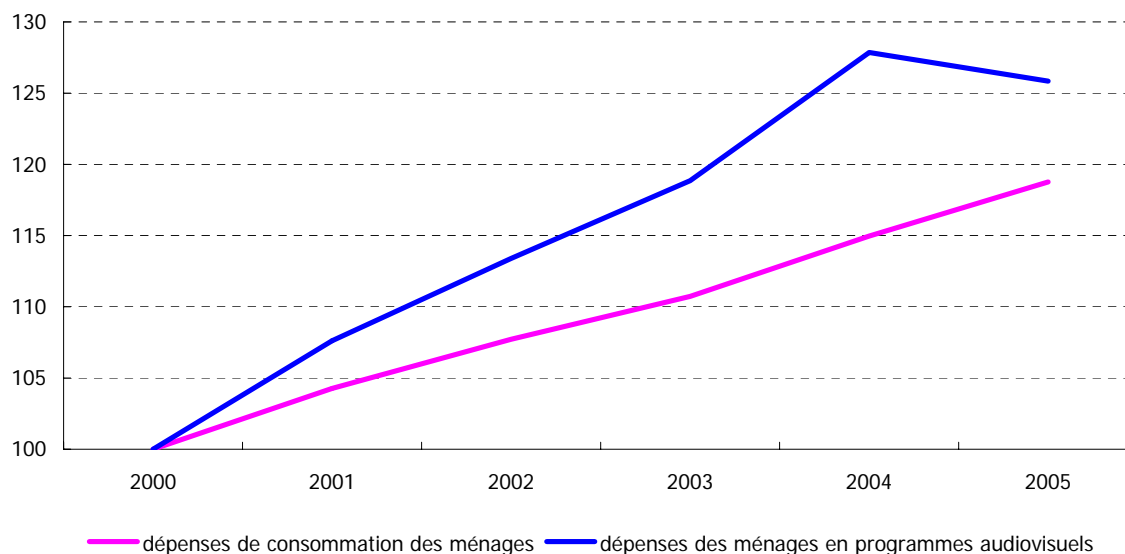
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
redevance (part "audiovisuel")	1 572	1 573	1 572	1 603	1 677	1 734
abonnements*	2 551	2 691	2 801	2 841	2 895	2 990
vidéo**	1 051	1 245	1 478	1 772	2 049	1 889
cinéma	894	1 021	1 030	996	1 137	1 023
<b>total</b>	<b>6 068</b>	<b>6 530</b>	<b>6 881</b>	<b>7 212</b>	<b>7 758</b>	<b>7 636</b>

\*Canal+, câble et satellite.

\*\*données GFK-SEV retraçant les achats et locations de vidéogrammes pré-enregistrés. Jusqu'en 2003, le périmètre d'étude intègre les hypermarchés, les grandes surfaces spécialisées et la vente par correspondance. A partir de 2004, les ventes par Internet sont désormais prises en compte. Seules les ventes en kiosque demeurent exclues. Le taux de croissance 2004, calculé sur la base de périmètre 2003, s'élève à +16,9 %.

source : DDM-Loi de finances-Aform-Vivendi-TF1-GFK-SEV-CNC

## ÉVOLUTION DES DÉPENSES DES MÉNAGES (%)



source : DDM-Loi de finances-Aform-Vivendi-TF1-GFK-SEV-CNC-INSEE

## 62 % des dépenses consacrées à la télévision

Le paysage audiovisuel français s'est profondément modifié depuis le milieu des années quatre-vingt.

La télévision payante, avec la création de Canal+ en 1984, le lancement du câble en 1986 et le développement des bouquets numériques par satellite en 1996, a connu l'essor le plus important. En seize ans, elle s'est imposée comme le premier poste de dépenses des ménages. Malgré un ralentissement de sa croissance amorcé en 2000, la télévision payante représente toujours près de 40 % (39,2 % en 2005) de l'ensemble des dépenses des ménages en programmes audiovisuels.

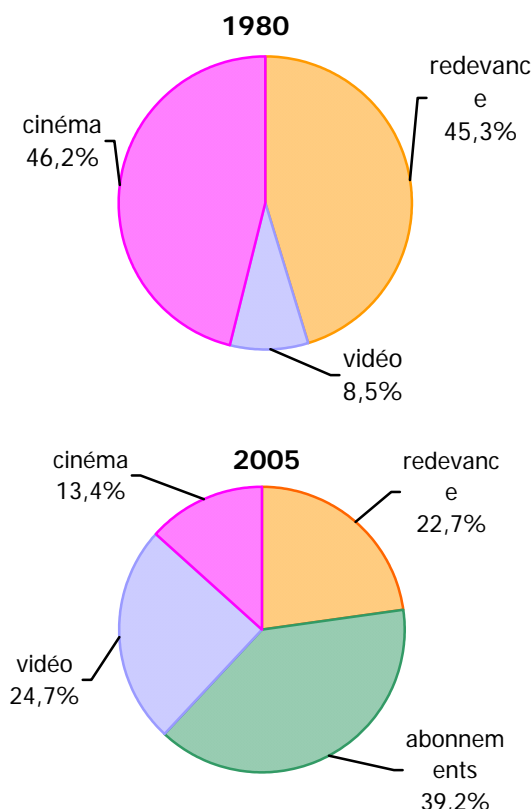
A l'inverse, le poids de la redevance n'a cessé de décliner. Elle constituait 45,3 % des dépenses en 1980, elle n'en représente désormais qu'un peu plus de 20 % (22,7 % en 2005, 21,6 % en 2004, 22,2 % en 2003).

Au total, les dépenses des ménages pour la télévision ont été multipliées par 11,2 depuis 1980, soit une croissance moyenne de 10,1 % par an.

La location et les achats de vidéogrammes représentaient au début des années quatre-vingt moins de 10 % des dépenses. En 2005, cette part s'établit à 24,7 % (26,4 % en 2004, 24,6 % en 2003). Depuis 2003, la vidéo constitue le second poste de dépenses des ménages en programmes audiovisuels, derrière les abonnements aux services de télévision. Après un élargissement de l'offre de vidéogrammes accompagné d'une progression de l'équipement des ménages en magnétoscopes et, depuis sept ans, en lecteurs de DVD, le marché de l'équipement vidéo semble arriver à maturité. En 2005, les trois quarts des foyers français sont équipés de lecteurs de DVD.

En 25 ans, la part des dépenses réalisées en salles de cinéma a fortement diminué, passant de 46,2 % des dépenses en 1980 à 13,4 % en 2005 (14,7 % en 2004).

### STRUCTURE DES DÉPENSES DES MÉNAGES



source : BIPE-DDM-Loi de finances-Aform-Vivendi-TF1-GFK-SEV-CNC

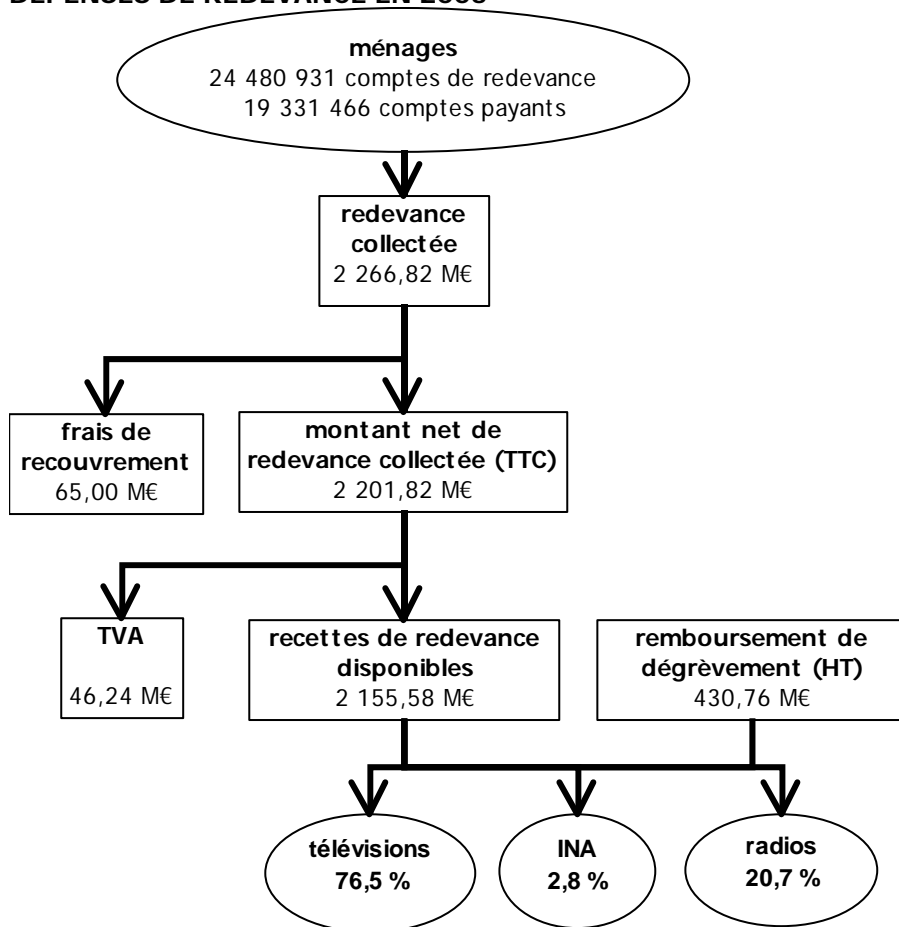
### recul de la consommation cinématographique

Après une forte progression en 2004 (+14,2 %), les dépenses relatives aux achats de billets de cinéma accusent un net recul en 2005 (-10,0%), résultat confirmé par la fréquentation des salles qui suit la même évolution (-10,9 %).

## progression croissante de la redevance

Les dépenses des ménages en redevance part «audiovisuel» progressent de nouveau en 2005. Elles s'élèvent ainsi à 1 734 M€, contre 1 677 M€ en 2004, soit une croissance de 3,4 %. Cette progression résulte d'un recouvrement plus efficace, lié notamment à la mise en place de la réforme. En raison de la nature de la redevance, les dépenses des ménages sur ce poste ne traduisent pas directement un comportement de consommation. Elles illustrent les objectifs de la politique fiscale de l'État en matière de financement du secteur public de la communication. Ainsi, les dépenses de redevance sont fonction du niveau de cette taxe, de l'évolution du parc de téléviseurs, de la politique d'exonération conduite et, enfin, de la répartition de la redevance entre les secteurs audiovisuel et radiophonique publics. En 2005, les tarifs de la redevance ont été réduits à l'euro inférieur : 116 € pour la détention d'un récepteur couleur et 74 € pour un récepteur noir et blanc.

## DÉPENSES DE REDEVANCE EN 2005



source : DDM-Loi de finances

## la réforme de la redevance audiovisuelle

La loi de finances pour 2005 (n°2004-1484 du 30 décembre 2004) réforme la redevance audiovisuelle en adossant son recouvrement à celui de la taxe d'habitation. L'objectif de cette réforme est de lutter contre la fraude fiscale mais aussi de garantir la pérennisation d'une ressource spécifique affectée aux organismes du service public de l'audiovisuel, en simplifiant sa procédure.

Les caractéristiques essentielles de la redevance sont maintenues, notamment la « détention d'un appareil récepteur de télévision ou d'un dispositif assimilé permettant la réception de télévision » au sein du foyer, quel que soit le lieu de résidence (résidence principale ou secondaire).

La redevance est désormais gérée à partir du fichier de la taxe d'habitation, collectée par les centres des impôts en charge du recouvrement de ces taxes : les avis de paiement des deux taxes figurent sur un même document, où elles sont clairement distinguées, et leur règlement fait l'objet d'un paiement unique.

La seconde nouveauté est l'affectation de ce financement aux organismes du service public de l'audiovisuel via un nouveau compte d'avances. Ce compte est crédité d'une part, du produit de la redevance audiovisuelle lors de sa perception en novembre, d'autre part, des crédits correspondants à la compensation par l'Etat des dégrèvements pour motifs sociaux. Les versements aux organismes du secteur de l'audiovisuel public sont effectués tous les mois, de manière à ce que la réforme soit neutre pour leur trésorerie.

Cette réforme présente trois avantages : la réduction du coût de gestion de la collecte de la redevance ; l'alignement des dégrèvements de redevance audiovisuelle pour motifs sociaux sur ceux de la taxe d'habitation, qui permet de simplifier et de rendre plus lisible le régime des dégrèvements de la redevance ; la conservation des moyens de contrôle de l'ancien système et l'instauration de nouvelles mesures ont été prises pour améliorer le recouvrement tout en luttant plus efficacement contre l'évasion fiscale.

### **la télévision payante, un marché mature**

De 1998 à 2003, le rythme de croissance des dépenses des ménages pour la télévision à péage ralentit : +17,5 % en 1998, +13,3 % en 1999, +6,2 % en 2000, +5,5 % en 2001, +4,1 % en 2002 et +1,4 % en 2003. Depuis 2004, ce rythme progresse de nouveau. En 2005, les dépenses d'abonnements à la télévision payante atteignent 2 990 M€ (2 895 M€ en 2004), soit une progression de 3,3 %. En recul depuis 2002, les dépenses d'abonnements à Canal+ renouent avec la croissance en 2005 (+2,2 %).

Le taux de croissance de la consommation des ménages pour la télévision par satellite est largement inférieur aux niveaux observés à la fin des années 90 (+56,3 % en moyenne par an sur la période 1997-2000). Il atteint toutefois 5,3 % en 2005.

Selon Médiamétrie, 3,6 % des foyers équipés d'un téléviseur ont accès à des programmes audiovisuels par la télévision numérique terrestre (TNT). Au 31 décembre 2005, 1,3 million d'adaptateurs TNT ont été vendus (source GFK) et à la fin du mois de mars 2006, soit un an après son lancement, les 18 chaînes gratuites sont reçues par plus de 2,5 millions de foyers. Selon GFK, 1 423 000 adaptateurs sont aujourd'hui en fonctionnement, ainsi que 173 000 téléviseurs « TNT intégrée », 375 000 ordinateurs « TNT intégrée haute solution pour PC » et 18 000 récepteurs portables « TNT intégrée », nouveau mode de réception, soit un total de 1,989 million de moyens de réception de la TNT achetés en magasin. 530 000 boîtiers sont mis à disposition par les distributeurs : Canal+, Alice, France Télécom, MaLigne TV. Une offre de télévision payante s'est également développée depuis fin novembre 2005 sur la TNT avec le lancement de Canal+, et de chaînes payantes déjà existantes : TPS Star, AB1, Eurosport, LCI, Paris Première, TF6, Canal J, Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Planète.

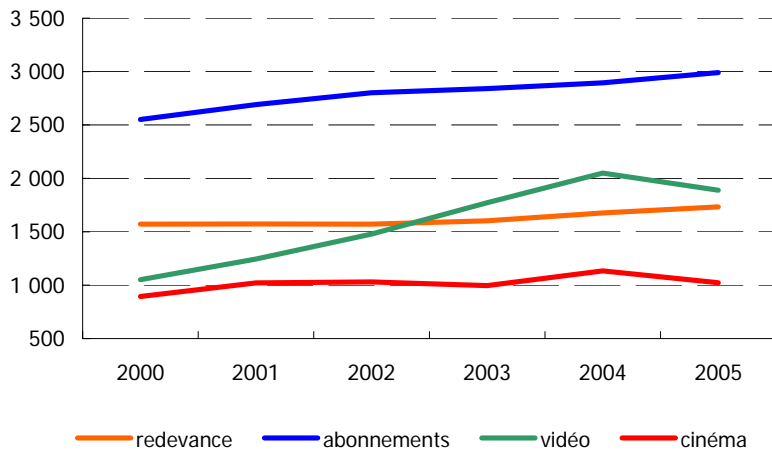
L'internet haut débit s'impose également comme un nouveau moyen d'accès, par l'ADSL, à des contenus audiovisuels via des bouquets de chaînes (CanalSat, TPS) ou à la vidéo à la demande. 2,9 % des foyers équipés TV reçoivent une offre de télévision par ADSL, qui tend à s'imposer comme un nouveau relais de croissance pour la télévision à péage. Selon l'ARCEP (Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes), la France compte 9,5 millions d'abonnements à l'Internet haut débit au 31 décembre 2005, soit une progression de 44,1 % sur l'année. Ce chiffre comprend les abonnés via le câble, soit 560 000 (+23,3 %), et surtout les abonnés via l'ADSL, soit 8 900 000 (+45,8 %) répartis sur les principaux fournisseurs d'accès : Wanadoo/France Télécom (50 %), Free (18 %), Neuf Cegetel (13 %), et Club-internet (3 %). Cependant, les recettes de ces services audiovisuels payants restent encore difficiles à valoriser, compte tenu de la nature multiservices des offres (Internet, téléphone, télévision).

### **fléchissement de la consommation vidéo**

Les achats et locations de vidéogrammes pré-enregistrés se sont rapidement développés de 1985 à 1991, au rythme de 10 % à 20 % d'augmentation par an. Après une période de ralentissement au cours de la décennie 90, la vidéo bénéficie de nouveau d'une croissance importante depuis 2000, grâce à l'avènement et au succès du DVD. En 2005, les dépenses vidéo des ménages reculent pour la première fois depuis 8 ans, pour atteindre 1 889 M€, soit une diminution de 7,8 % (+16,9 % en 2004, +19,9 % en 2003). Bien que la consommation augmente en volume, ce fléchissement en

valeur peut s'expliquer par une maturité du marché et un effet prix : le prix moyen d'un DVD enregistre en effet une baisse sensible entre 2004 et 2005 (-18,9 %).

### ÉVOLUTION DES DÉPENSES DES MÉNAGES EN PROGRAMMES AUDIOVISUELS (M€)



source : DDM-Loi de finances-Aform-Vivendi-TF1-GFK-SEV-CNC

# Le public du cinéma

En 2005, 33,2 millions de Français de 6 ans et plus sont allés au cinéma au moins une fois, soit 140 000 personnes de plus qu'en 2004 malgré la baisse de fréquentation. Chaque spectateur est ainsi allé 5,2 fois en moyenne au cinéma dans l'année.

Le public des films en salles présente certaines caractéristiques selon la nationalité, le genre et le nombre de copies des œuvres. Elles sont présentées pour la première fois dans le bilan du CNC.

## LE PUBLIC DES SALLES DE CINÉMA EN 2005

### les enquêtes de Médiamétrie sur le cinéma

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

#### définitions

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

Le **taux de pénétration** pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :  
$$\text{population cinématographique de ce groupe} / \text{population totale de ce groupe.}$$

La part d'un groupe d'individus dans la **structure du public** est le résultat de l'opération :  
$$\text{individus concernés} / \text{population cinématographique.}$$

La part d'un groupe d'individus dans la **structure des entrées** est le résultat de l'opération :  
$$\text{entrées réalisées par les individus concernés} / \text{total des entrées.}$$

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

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

Malgré le fléchissement de la fréquentation des salles en 2005, la population cinématographique française s'élargit de nouveau. 59,9 % des individus âgés de six ans et plus sont allés au cinéma au moins une fois dans l'année, contre 59,6 % en 2004. Le public du cinéma compte 33,2 millions d'individus, soit 140 000 spectateurs de plus que l'année précédente. En dix ans, la population cinématographique a progressé de 12,1 % tandis que la fréquentation augmentait de 27,4 %. Le nombre moyen d'entrées par spectateur de 6 ans et plus est passé de 4,6 en 1996 à 5,2 en 2005.

### LA POPULATION CINÉMATOGRAPHIQUE

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	entrées moyennes par spectateur
1996	53,61	29,62	55,3	4,6
1997	53,87	30,75	57,1	4,9
1998	54,09	33,63	62,2	5,1
1999	54,30	31,67	58,3	4,9
2000	54,36	31,77	58,4	5,2
2001	54,38	33,38	61,4	5,6
2002	54,62	33,29	61,0	5,5
2003	54,85	32,35	59,0	5,4
2004	55,45	33,06	59,6	5,9
2005	55,45	33,20	59,9	5,2

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

## le public du cinéma est essentiellement jeune, aisé et urbain

En 2005, les femmes génèrent autant d'entrées en salles (50,2 %) que les hommes (49,8 %). Elles constituent 51,6 % de la population française et représentent 50,1 % des spectateurs. Pour autant, les hommes sont plus souvent consommateurs de cinéma : 61,7 % d'entre eux sont allés au moins une fois en salle au cours de l'année, contre 58,2 % des femmes.

### FRÉQUENTATION SELON LE SEXE EN 2005

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
homme	48,4	61,7	49,9	49,8	5,2
femme	51,6	58,2	50,1	50,2	5,3
ensemble	<b>100,0</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

Le cinéma touche surtout le jeune public, mais beaucoup moins exclusivement que par le passé. Les moins de 25 ans représentent 36,9 % des spectateurs et réalisent 38,5 % des entrées en salles en 2005, contre respectivement 36,1 % et 38,9 % en 2004 (41,7 % et 42,9 % en 1996). Les 15-24 ans restent le public le plus assidu. Ils vont, en moyenne, 7,1 fois au cinéma dans l'année (7,9 fois en 2004).

La sortie au cinéma n'est pas seulement réservée aux plus jeunes. Les plus de 35 ans concentrent 47,7 % du public et 46,5 % des entrées. Ces parts ont sensiblement progressé au cours des dix dernières années : en 1996, les plus de 35 ans représentaient 41,1 % des spectateurs de cinéma et réalisaient 37,6 % des entrées. Cette augmentation est logiquement corrélée au vieillissement de la population. Dans le public, il faut désormais tenir compte du poids notable des plus de 50 ans, dont la fréquentation cinématographique est en augmentation constante depuis trente ans, malgré la faible pénétration du cinéma dans cette tranche d'âge (40,4 % en 2005). En 2005, les seniors, qui composent 37,4 % de la population française, représentent 25,3 % du public du cinéma (25,7 % en 2004 et 17,5 % en 1996) et assurent 27,4 % des entrées en salles (26,3 % en 2004 et 16,7 % en 1996), soit 5,7 entrées par spectateur.

### FRÉQUENTATION SELON L'ÂGE EN 2005

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
6-10 ans	6,6	80,0	8,8	4,6	2,7
11-14 ans	5,2	88,0	7,6	6,3	4,3
15-19 ans	7,0	92,1	10,8	13,1	6,4
20-24 ans	6,7	86,7	9,7	14,5	7,8
25-34 ans	14,1	65,5	15,4	15,0	5,1
35-49 ans	23,0	58,4	22,4	19,1	4,5
50-59 ans	14,7	47,1	11,6	13,2	6,0
60 ans et plus	22,7	36,0	13,7	14,2	5,5
ensemble	<b>100,0</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

Les individus d'un niveau professionnel élevé sont les plus grands consommateurs de cinéma en salles : 70,5 % des « CSP+ » sont allés au cinéma au moins une fois en 2005 (70,4 % en 2004 et 66,2 % en 1996).

Le niveau d'instruction, étroitement lié à la catégorie socioprofessionnelle, exerce une forte influence sur la consommation de cinéma : 76,2 % des diplômés de l'enseignement supérieur fréquentent les salles de cinéma en 2005 (74,6 % en 2004 et 75,9 % en 1996). Ils constituent 31,5 % du public (37,0 % en 2004 et 27,0 % en 1996) et assurent 50,6 % des entrées (46,0 % en 2004 et 44,3 % en 1996).

## FRÉQUENTATION SELON LA PROFESSION EN 2005

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
<b>CSP +</b>	19,5	70,5	23,6	28,6	6,5
chefs d'entreprises, cadres...	7,0	78,0	9,4	13,3	7,7
professions intermédiaires	10,0	70,4	12,0	13,6	6,1
<b>CSP -</b>	28,5	52,4	24,1	16,5	3,5
agriculteurs	1,2	39,3	0,8	0,5	3,3
employés	14,4	57,5	13,7	9,8	3,7
ouvriers	12,9	47,9	9,6	6,3	3,2
<b>inactifs</b>	52,0	60,0	52,3	54,9	5,5
retraités	19,6	35,1	12,1	12,0	5,5
élèves, étudiants	23,5	87,9	34,0	36,1	5,5
<b>ensemble</b>	<b>100,0</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

## FRÉQUENTATION SELON LE NIVEAU D'INSTRUCTION EN 2005

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
primaire	21,6	47,4	17,0	10,8	3,3
secondaire	33,3	63,1	35,0	29,1	4,3
technique / professionnel	20,2	49,1	16,5	9,5	3,0
supérieur	24,9	76,2	31,5	50,6	8,4
<b>ensemble</b>	<b>100,0</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

Même s'il tend à se stabiliser, le poids des entrées dans les grandes agglomérations demeure prépondérant : Paris et les agglomérations de plus de 100 000 habitants concentrent 64,7 % des entrées et 50,3 % des spectateurs (respectivement 62,1 % et 50,5 % en 2004, 63,8 % et 52,7 % en 1996). Ce phénomène s'explique par le ralentissement des ouvertures de nouveaux multiplexes dans les très grandes métropoles. Le taux de pénétration du cinéma et le nombre moyen d'entrées par individu y demeurent sensiblement plus élevés que dans les petites villes.

## FRÉQUENTATION SELON L'HABITAT EN 2005

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	24,7	51,6	21,3	13,3	3,3
agglo. < 20 000 hab.	16,9	54,6	15,4	11,4	3,9
agglo. de 20 000 à 50 000 hab.	6,4	59,8	6,4	5,6	4,6
agglo. de 50 000 à 100 000 hab.	7,1	55,6	6,6	5,0	4,0
agglo. > 100 000 hab.	28,5	66,4	31,6	36,4	6,0
agglo. de Paris	16,4	68,4	18,7	28,3	7,9
<b>ensemble</b>	<b>100,0</b>	<b>59,9</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>5,2</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

## 5,2 entrées annuelles par spectateur

Chaque spectateur est allé, en moyenne, 5,2 fois au cinéma en 2005. Ce taux demeure l'un des plus élevés d'Europe. Il résulte de la part relativement importante des spectateurs fidèles (assidus ou réguliers) au sein de la population cinématographique. Ces spectateurs, appelés aussi les « habitués du cinéma », représentent 37,5 % du public et 76,5 % des entrées en 2005. Après un léger recul en 2004, la part des Français allant régulièrement au cinéma progresse de nouveau en 2005. En 1996, les habitués concentraient 33,6 % des spectateurs et 73,1 % des entrées.

Par rapport à la moyenne (37,5 % du public en 2005), certaines populations cinématographiques comptent une part importante d'habitués. C'est le cas notamment des personnes sans téléviseur (53,1 %), des 15-24 ans (50,9 %), des 11-14 ans (48,5 %), des habitants de l'agglomération parisienne (47,0 %), des diplômés d'études supérieures (44,5 %) et des chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures (44,0 %).



## HABITUDES DU PUBLIC

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
<b>structure des entrées (%)</b>										
habitueés	73,1	74,8	75,1	76,8	75,4	77,9	77,0	76,7	75,5	76,5
assidus	25,3	27,0	23,8	29,8	27,8	27,7	29,3	28,9	27,7	25,5
réguliers	47,8	47,8	51,3	47,0	47,6	50,2	47,7	47,8	47,8	51,0
occasionnels	26,9	25,2	24,9	23,2	24,6	22,1	23,0	23,3	24,5	23,5
ensemble	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>
<b>structure du public (%)</b>										
habitueés	33,6	39,3	36,5	37,5	38,7	41,2	36,1	37,7	36,7	37,5
assidus	3,9	4,7	4,7	4,4	4,1	4,9	3,9	4,8	4,5	4,5
réguliers	29,7	34,6	31,8	33,1	34,6	36,2	32,2	32,9	32,2	33,0
occasionnels	66,4	60,7	63,5	62,5	61,3	58,8	63,9	62,3	63,3	62,5
ensemble	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : CNC - Médiamétrie Enquête "75 000" Cinéma - 6 ans et plus

## LE PUBLIC DES FILMS EN 2005

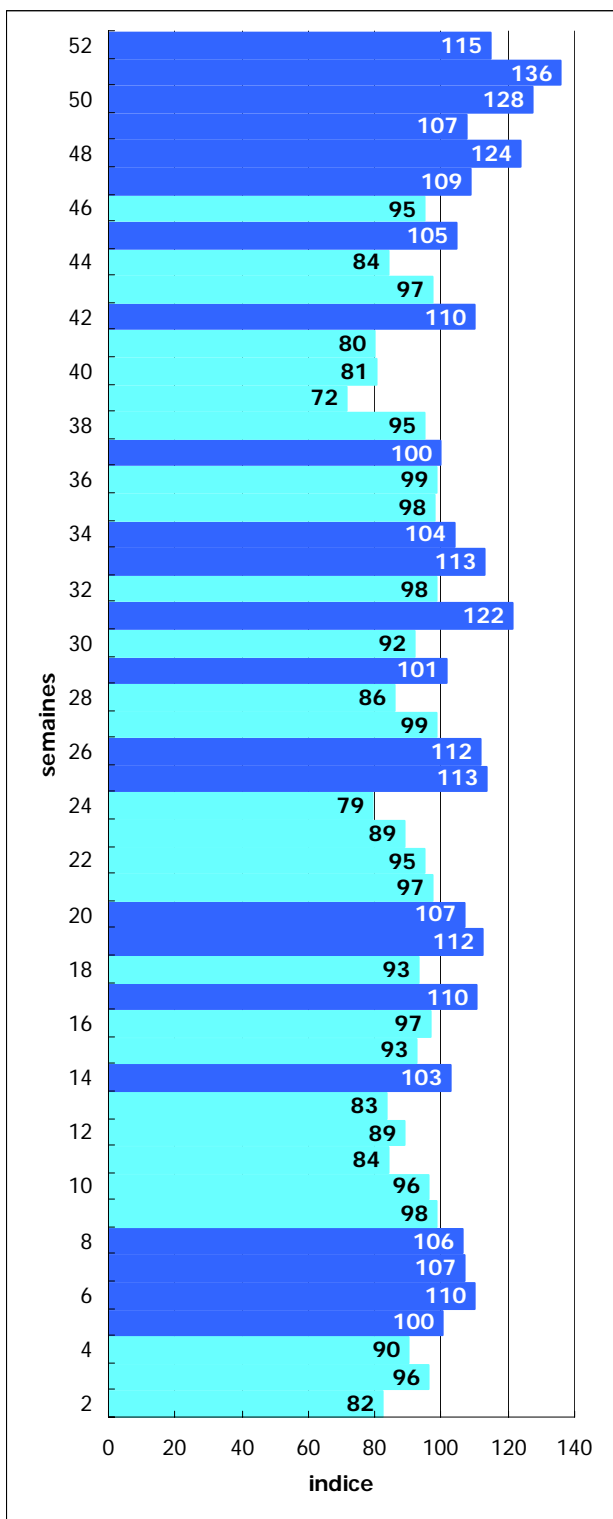
### publixiné : nouvel outil barométrique pour le suivi du public du cinéma

Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une nouvelle enquête sur le public du cinéma : Publixiné. Mise en œuvre par l'institut NOVATRIS, l'enquête est administrée par Internet auprès de 1 000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Opérationnel depuis le début de l'année 2005, cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de l'évolution hebdomadaire de la composition de l'audience du cinéma en général et de celle du public d'environ 300 films par an. En 2005, le public de 297 films a été étudié.

### la structure du public dépend des films

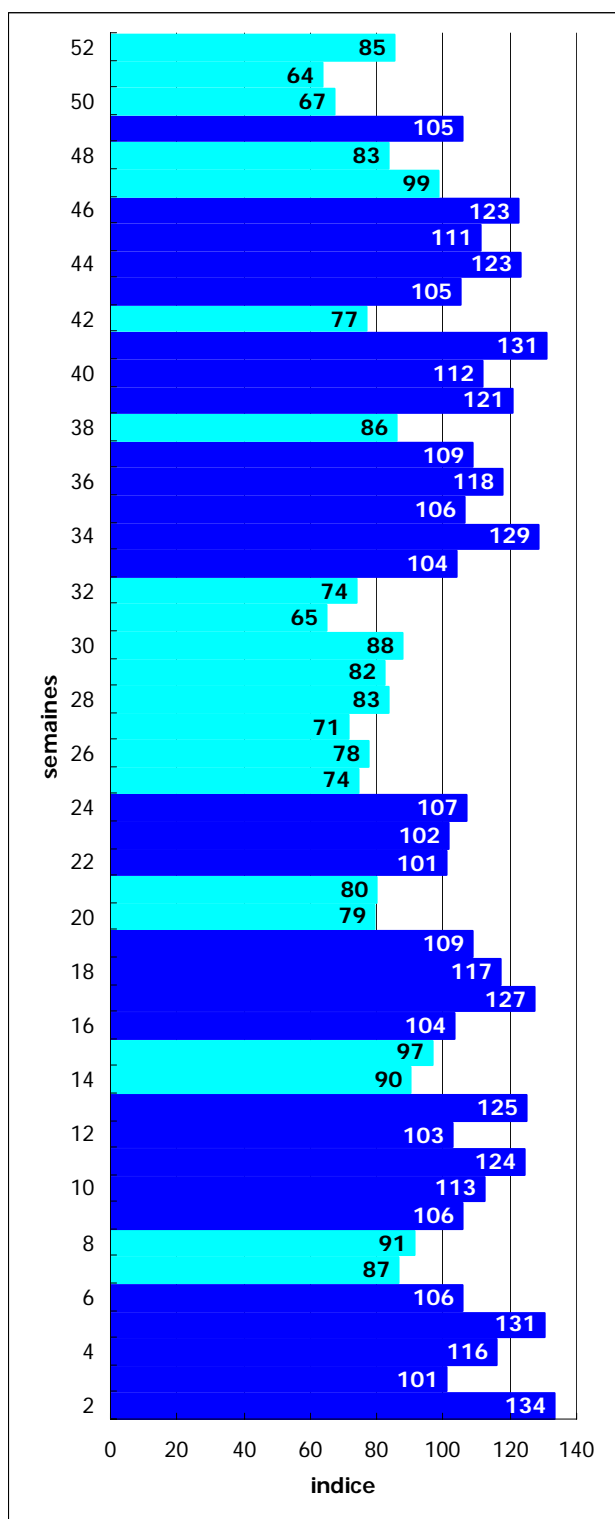
Publixiné permet de suivre la structure du public du cinéma semaine après semaine, et notamment la part des jeunes (moins de 25 ans) et des seniors (50 ans et plus) dans cette audience hebdomadaire. L'évolution du poids de ces tranches d'âge au sein du public est étroitement corrélée aux sorties de films porteurs. Ainsi, la part des jeunes présente des pics pour les semaines où sortent des films que les moins de 25 ans apprécient particulièrement (*Pollux, le manège enchanté, Bob l'éponge* et *Danny the Dog* en semaine 6 ; *Batman Begins* et *Madagascar* en semaines 25 et 26 ; *le Transporteur 2* en semaine 31 ; *Harry Potter et la coupe de feu* en semaine 48 ; *Chicken Little* et *Kirikou et les bêtes sauvages* en toute fin d'année). Le même constat peut être fait pour les seniors : *Mar Adentro* en semaine 5 ; *Peindre ou faire l'amour* en semaine 34 ; *Il ne faut jurer de rien !* et *les Âmes grises* en semaine 41. Pour les plus jeunes spectateurs, ce phénomène est largement amplifié par les périodes de vacances scolaires et d'événements cinématographiques qui entraînent une sur-représentation des moins de 25 ans au sein du public. Ainsi, le poids des jeunes est très élevé dans le public de la semaine de la Fête du cinéma (semaine 25) et dans celui des dernières semaines de l'année.

## PARTS DES MOINS DE 25 ANS DANS LE PUBLIC HEBDOMADAIRE EN 2005\*



\*en indice base 100 : parts sur l'ensemble des semaines 2005. L'indice hebdomadaire est calculé comme suit : part des moins de 25 ans dans le public d'une semaine / part moyenne des moins de 25 ans sur l'ensemble des semaines de 2005 x 100.  
 source : Publixiné - Novatris

## PARTS DES 50 ANS ET PLUS DANS LE PUBLIC HEBDOMADAIRE EN 2005\*



\*en indice base 100 : parts sur l'ensemble des semaines 2005. L'indice hebdomadaire est calculé comme suit : part des 50 ans et plus dans le public d'une semaine / part moyenne des 50 ans et plus sur l'ensemble des semaines de 2005 x 100.  
source : Publixiné - Novatris

## films français et américains, des publics opposés et complémentaires

Le public des films présente certaines caractéristiques particulières selon la nationalité des œuvres. Les films français sont en effet particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus) et, dans une moindre mesure, par les personnes exerçant une profession de catégorie supérieure (CSP+), par les retraités (indice 155) et les spectateurs assidus du cinéma. En revanche, les moins de 25 ans et notamment les étudiants (indice 74) sont nettement sous représentés au sein du public des films français.

Ces mêmes jeunes sont très friands de films américains que les seniors semblent délaisser (indice 72 pour les plus de 50 ans et 68 pour les retraités). D'ailleurs, les étudiants de tous âges sont nombreux au sein de ce public (indice 115). Parallèlement, les occasionnels du cinéma sont comparativement plus nombreux à aller voir les films d'Outre-Atlantique.

Globalement, le public des films français et celui des films américains sont opposés et complémentaires au sein du public général du cinéma.

Les plus de 50 ans sont sur-représentés au sein du public des films européens. Parmi eux, les retraités sont particulièrement nombreux (indice 116). Ces films sont également appréciés par les spectateurs assidus du cinéma.

Les seniors et les occasionnels du cinéma délaissent les films non américains et non européens tandis que les étudiants les affectionnent particulièrement (indice 125).

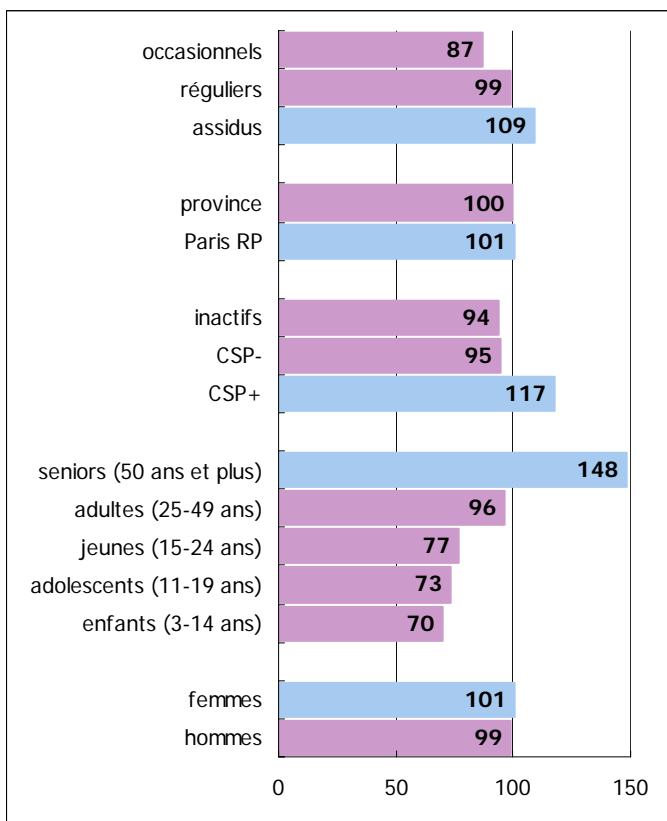
### PUBLIC DES FILMS SELON LA NATIONALITÉ EN 2005\*

	films français	films américains	films européens	autres films
<b>sexe</b>				
hommes	99,1	100,3	99,1	108,9
femmes	100,9	99,7	100,9	91,1
<b>âge</b>				
enfants (3-14 ans)	69,8	118,1	84,3	152,7
adolescents (11-19 ans)	73,1	120,1	75,7	104,2
jeunes (15-24 ans)	77,0	112,7	99,6	103,9
adultes (25-49 ans)	96,5	102,5	98,5	95,9
seniors (50 ans et plus)	148,2	71,8	110,4	77,8
<b>profession</b>				
CSP+	117,3	90,2	100,4	100,3
CSP-	94,7	102,7	104,8	80,8
inactifs	93,6	103,8	97,2	110,5
<b>habitat</b>				
Paris RP	100,9	98,5	101,5	114,7
province	99,6	100,7	99,3	93,2
<b>habitudes de fréquentation cinéma</b>				
assidus	109,1	91,9	113,1	103,5
réguliers	99,2	101,5	94,0	106,4
occasionnels	87,0	109,7	93,6	76,2

\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon

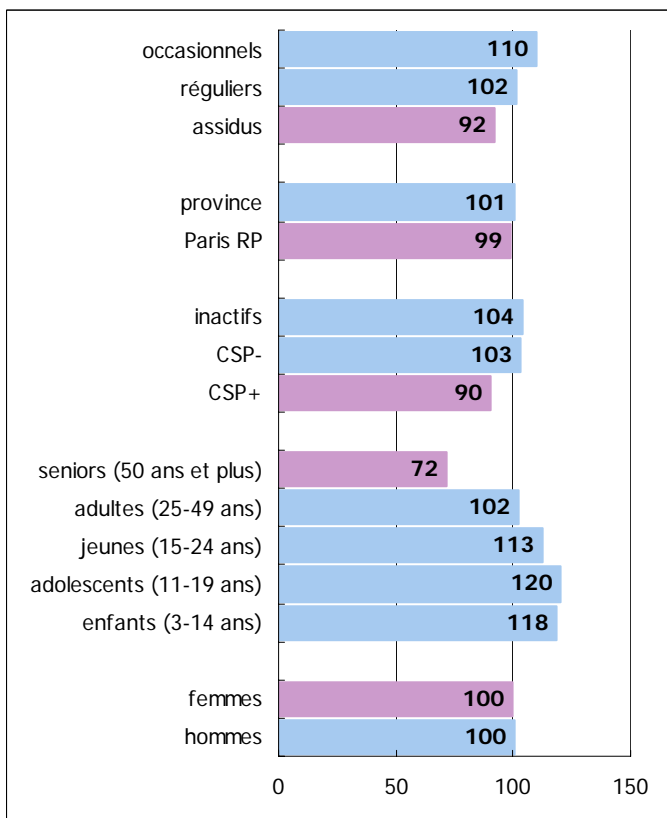
source : Publixiné - Novatris

## PUBLIC DES FILMS FRANCAIS EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

## PUBLIC DES FILMS AMÉRICAINS EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

## films d'animation pour les enfants, documentaires pour les seniors

L'audience des films d'animation est un peu plus féminine que la moyenne, sans doute en raison de la très forte proportion d'enfants dans ce public. Logiquement, les plus de 15 ans sont largement sous-représentés au sein du public de ces films, notamment les seniors. Les habitants de province sont sensiblement mieux représentés que la moyenne au sein du public des films d'animation. Ce phénomène est lié au nombre de copies souvent élevé sur lequel sortent ces films, touchant ainsi plus largement les salles de l'ensemble du territoire national. D'ailleurs, l'indice est de 112 dans les villes et agglomérations de moins de 50 000 habitants. L'animation est peu prisée par les actifs en général, par les retraités (indice 61) et par les assidus du cinéma. A l'inverse, le public des films d'animation compte une proportion très élevée de spectateurs occasionnels.

Le public des films documentaires est plus masculin que la moyenne. Il compte également une part importante de seniors et d'enfants, cette dernière étant probablement liée à la présence au sein de l'échantillon du *Dernier Trappeur*. Ce film justifierait sans doute également la légère sur-représentation des habitants de province au sein du public des documentaires en 2005. Les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) délaissent le genre documentaire alors que les retraités le plébiscitent (indice 237).

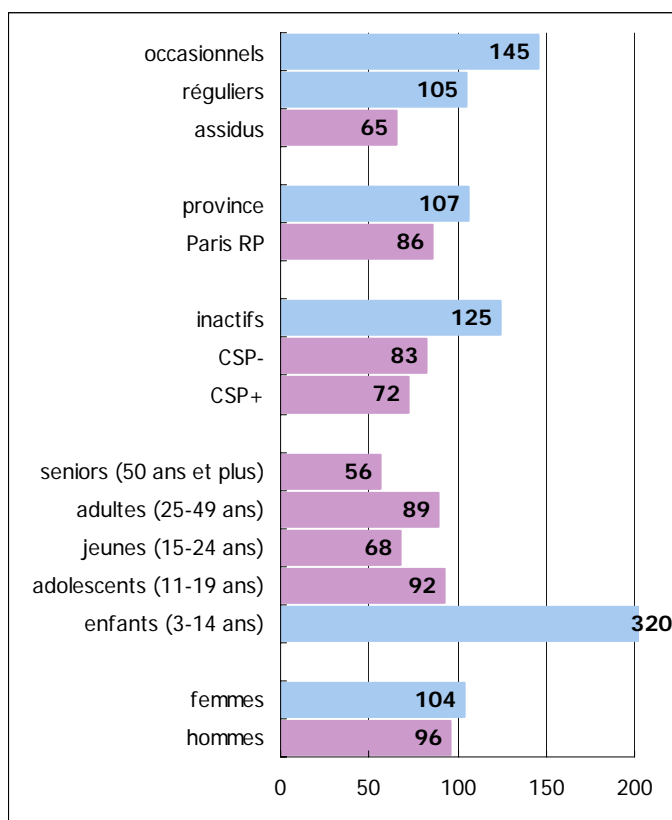
Le public de l'ensemble des films de fiction ne présente pas de caractéristiques marquantes en raison de la variété des films que le genre regroupe. Parmi ces films, le public de la comédie est toutefois plus typé. Il compte en effet une proportion plus importante que la moyenne de femmes, de seniors et de retraités (indice 113).

### PUBLIC DES FILMS SELON LE GENRE EN 2005\*

	films d'animation	films documentaires	films de fiction	dont comédies
<b>sexe</b>				
hommes	95,9	106,4	100,2	93,1
femmes	104,2	93,6	99,8	107,0
<b>âge</b>				
enfants (3-14 ans)	319,8	132,6	71,8	79,4
adolescents (11-19 ans)	92,5	74,3	100,4	97,3
jeunes (15-24 ans)	67,7	53,3	103,9	99,2
adultes (25-49 ans)	89,0	81,7	101,6	97,6
seniors (50 ans et plus)	56,2	173,3	105,5	114,7
<b>profession</b>				
CSP+	72,0	108,5	103,4	103,3
CSP-	82,6	72,8	102,6	100,0
inactifs	124,6	110,4	96,7	98,2
<b>habitat</b>				
Paris RP	85,8	88,8	102,0	98,0
province	106,6	105,2	99,1	100,9
<b>habitudes de fréquentation cinéma</b>				
assidus	65,1	81,5	104,7	103,8
réguliers	104,7	110,0	99,3	100,4
occasionnels	145,3	99,5	94,3	92,4

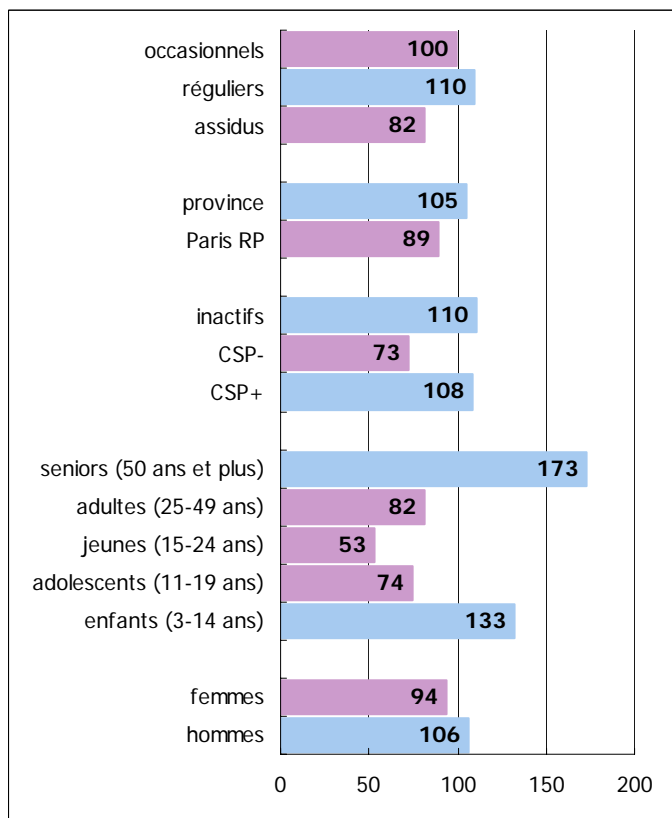
\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

## PUBLIC DES FILMS D'ANIMATION EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

## PUBLIC DES FILMS DOCUMENTAIRES EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

## large combinaison de sortie pour un film : plus de jeunes et d'occasionnels au sein du public

Plus la combinaison de sortie d'un film est large, plus son public compte de jeunes spectateurs. Ainsi, les moins de 20 ans sont sur-représentés dans le public des films à plus de 500 copies alors que ce sont les seniors qui occupent cette place prépondérante au sein du public des films à moins de 100 copies.

Les spectateurs de la région parisienne sont significativement plus nombreux dans le public des films à moins de 200 copies. La quantité et la variété de programmation des salles de la région parisienne qui captent une large part des copies de ces films expliquent ce constat. D'ailleurs, ces films à faible tirage attirent proportionnellement peu de spectateurs résidant dans les communes et agglomérations de moins de 50 000 habitants (indice 65 pour les films à moins de 100 copies et indice 79 pour les films de 100 à 200 copies). Ces mêmes films comptent dans leur public une part importante de CSP+ et de retraités tandis que les étudiants de tous âges sont sur-représentés dans le public des films à plus de 500 copies. En termes d'habitudes cinématographiques, les films à petite combinaison de sortie se distinguent par une forte proportion d'assidus au sein de leur public et les films à plus de 500 copies par une part importante d'occasionnels.

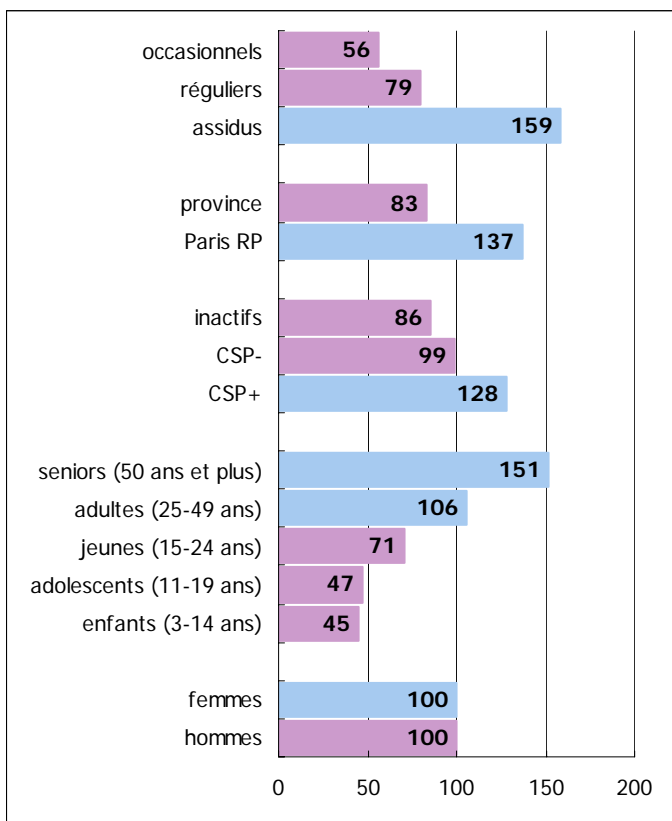
### PUBLIC DES FILMS SELON LE NOMBRE DE COPIES EN 2005\*

	moins de 100 copies	100 à 200 copies	200 à 500 copies	500 copies et plus
<b>sexe</b>				
hommes	99,9	100,3	98,6	101,5
femmes	100,1	99,7	101,5	98,4
<b>âge</b>				
enfants (3-14 ans)	45,4	20,6	75,9	164,6
adolescents (11-19 ans)	47,3	72,5	92,4	124,9
jeunes (15-24 ans)	70,8	101,3	100,1	102,3
adultes (25-49 ans)	105,8	101,8	99,5	99,3
seniors (50 ans et plus)	151,4	132,2	111,9	68,4
<b>profession</b>				
CSP+	128,0	119,4	105,9	82,8
CSP-	98,6	102,5	101,7	97,0
inactifs	85,7	88,2	95,9	110,9
<b>habitat</b>				
Paris RP	136,8	125,9	103,5	82,4
province	83,0	88,0	98,4	108,1
<b>habitudes de fréquentation cinéma</b>				
assidus	158,9	139,8	109,8	67,0
réguliers	79,4	90,4	99,6	106,1
occasionnels	56,5	59,1	85,0	138,6

\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
source : Publixiné - Novatris

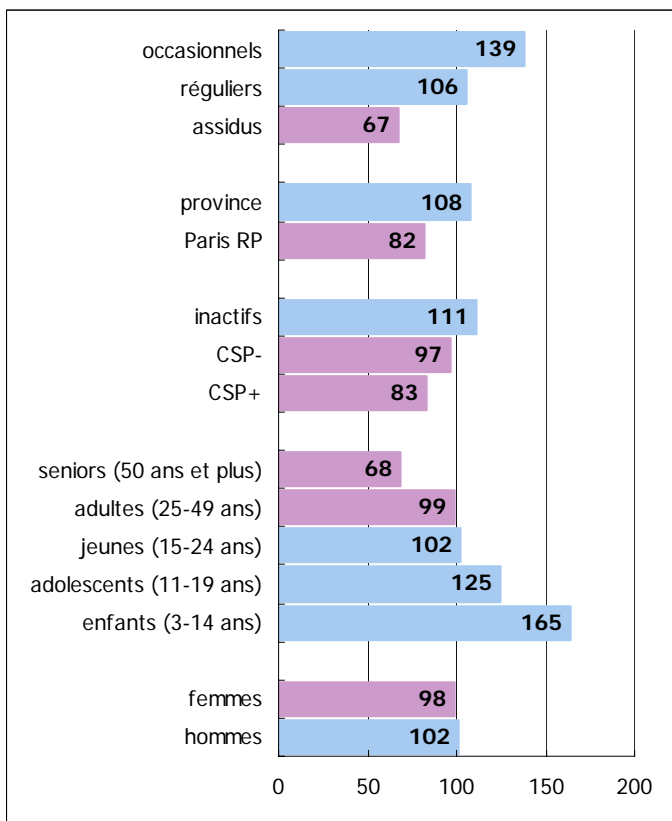


### PUBLIC DES FILMS À MOINS DE 100 COPIES EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
 source : Publixiné - Novatris

### PUBLIC DES FILMS À 500 COPIES ET PLUS EN 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon  
 source : Publixiné - Novatris

# la production cinématographique

**240 films de long métrage ont obtenu l'agrément au cours de l'année 2005, soit 37 films de plus que l'année précédente et un nouveau record historique (28 films de plus qu'en 2003).**

## Précisions méthodologiques

Les données présentées dans cet article portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2005. Ainsi, seuls apparaissent dans ces résultats les films ayant reçu en 2005 l'agrément des investissements ou l'agrément de production. En sont exclus les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes ainsi que les films qui ne font appel à aucun financement encadré ni au soutien financier de l'État et dont la production n'est pas terminée.

## Nouveau record du nombre de films agréés

240 films de long métrage ont obtenu l'agrément au cours de l'année 2005, soit une augmentation de 37 films par rapport à l'année précédente et un nouveau record historique avec 28 films de plus qu'en 2003 (212 films).

La hausse concerne à la fois les films produits et financés intégralement ou majoritairement par des partenaires français, films dits « d'initiative française » (+20 films), et les films dans lesquels les partenaires français n'interviennent que comme coproducteurs minoritaires, sans être les initiateurs des projets (+17 films).

Les films d'initiative française sont au nombre de 187 en 2005, ce qui constitue un nouveau record (4 films de plus qu'en 2003). Cette hausse par rapport à l'année 2004 est essentiellement due à une augmentation des films aux budgets les plus modestes (moins de 1 M€) dont le nombre passe de 20 films en 2004 à 41 films en 2005, retrouvant ainsi le niveau constaté entre 2001 et 2003.

La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est en léger recul : 95 % en 2005 contre 98 % en 2004 (90 % environ les années précédentes). 10 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère en 2005, contre 4 en 2004 et 18 en 2003.

Parmi ces films, 5 ont été tournés en langue anglaise. Ils étaient 2 en 2004 et 3 en 2003. 4 de ces films figurent parmi les devis les plus élevés de l'année, il s'agit de *Oliver Twist* de Roman Polanski, *Bandidas* de Joachim Roenning et Espen Sandberg, *le Transporteur 2* de Louis Leterrier et *Jérusalem* d'Elie Chouraqui.

En 2005, 23 films ont été agréés une fois terminés (après obtention du visa d'exploitation). Ils étaient 15 en 2004, 25 en 2003, 23 en 2002 et 22 en 2001. La réforme de l'agrément, mise en place au cours de l'année 1999, a eu pour effet de rendre facultative la demande d'agrément des investissements avant le début des prises de vue pour les films ne faisant pas appel à des financements encadrés (avance sur recettes avant réalisation, chaînes hertziennes en clair, SOFICA et coproductions internationales). De fait, les films concernés par cet agrément se trouvent pour la plupart dans la catégorie des films à budget peu élevé.

## ÉVOLUTION DE LA PRODUCTION CINÉMATOGRAPHIQUE (NOMBRE DE FILMS)

	films d'initiative française	dont films intégralement français	et films de coproduction	films à majorité étrangère	films des aides sélectives*	total films agréés
1996	104	74	30	27	3	<b>134</b>
1997	125	86	39	33	5	<b>163</b>
1998	148	102	46	32	3	<b>183</b>
1999	150	115	35	31	-	<b>181</b>
2000	145	111	34	26	-	<b>171</b>
2001	172	126	46	32	-	<b>204</b>
2002	163	106	57	37	-	<b>200</b>
2003	183	105	78	29	-	<b>212</b>
2004	167	130	37	36	-	<b>203</b>
2005	187	126	61	53	-	<b>240</b>

\* il s'agit des films agréés dans le cadre d'une aide sélective : le fonds d'aide aux productions avec les pays d'Europe centrale et orientale (fonds ECO).

## Forte progression des investissements

Le total des capitaux investis dans les films agréés augmente de 22,6 % pour atteindre 1 286,13 M€ en 2005. Cette évolution illustre la progression importante des investissements étrangers (+61,2 %), les investissements français progressant de 11,9 %. Ainsi, les apports étrangers constituent 28,8 % du financement des films agréés en 2005.

L'ampleur de ces mouvements est toutefois contrastée selon la nature des films agréés. En effet, le volume global d'investissements sur les films d'initiative française augmente de 4,6 %, les investissements français progressant de 6,1 %. Par rapport à 2003, la progression des financements français est de 16,2 %. Les investissements étrangers sur les films d'initiative française diminuent de 6,8 %. Ainsi, la part des financements étrangers dans les coproductions internationales majoritairement françaises s'établit à 28,5 %. Cette part est en recul par rapport à 2004 (34,5 %) mais demeure stable par rapport aux années précédentes. L'investissement moyen par film d'initiative française est de 4,99 M€ contre 5,34 M€ en 2004, soit une baisse de 6,6 %. Toutefois, ce montant reste supérieur à ceux constatés les années précédentes.

Pour les films à majorité étrangère, le volume total des investissements explose (+125,3 %). Cette forte progression est notamment due aux investissements français (+159,2 %) mais également aux capitaux étrangers (+117,1 %). Ainsi, la part des investissements français dans le financement de ces films s'élève à 22,6 %, en hausse par rapport à 2004 (19,6 %).

## ÉVOLUTION DES INVESTISSEMENTS DANS LES FILMS AGRÉÉS (M€)

	investissements français	investissements étrangers	investissements totaux
1996	386,18	114,83	<b>501,01</b>
1997	567,77	137,56	<b>705,33</b>
1998	607,61	145,72	<b>753,33</b>
1999	568,75	123,20	<b>691,95</b>
2000	665,27	137,99	<b>803,26</b>
2001	728,73	176,42	<b>905,15</b>
2002	678,24	182,47	<b>860,71</b>
2003	789,34	363,96	<b>1 153,30</b>
2004	819,79	229,04	<b>1 048,83</b>
2005	916,98	369,15	<b>1 286,13</b>

## INVESTISSEMENTS TOTAUX DANS LES FILMS AGRÉÉS (M€)

	films d'initiative française	films à majorité étrangère	films des aides sélectives*	total
1996	384,96	112,04	4,01	<b>501,01</b>
1997	597,05	103,36	4,92	<b>705,33</b>
1998	645,51	103,19	4,63	<b>753,33</b>
1999	585,67	106,28	-	<b>691,95</b>
2000	678,28	124,98	-	<b>803,26</b>
2001	749,12	156,04	-	<b>905,15</b>
2002	724,17	136,55	-	<b>860,71</b>
2003	847,04	306,26	-	<b>1 153,30</b>
2004	892,41	156,42	-	<b>1 048,83</b>
2005	933,67	352,46	-	<b>1 286,13</b>

\* il s'agit des films agréés dans le cadre d'une aide sélective : le fonds d'aide aux productions avec les pays d'Europe centrale et orientale (fonds ECO).

## INVESTISSEMENTS FRANÇAIS DANS LES FILMS AGRÉÉS (M€)

	films d'initiative française	films à majorité étrangère	films des aides sélectives*	total
1996	355,01	28,90	2,28	<b>386,18</b>
1997	538,69	26,71	2,37	<b>567,77</b>
1998	578,90	26,97	1,74	<b>607,61</b>
1999	541,73	27,02	-	<b>568,75</b>
2000	634,25	31,02	-	<b>665,27</b>
2001	687,89	40,84	-	<b>728,73</b>
2002	644,33	33,92	-	<b>678,24</b>
2003	720,61	68,73	-	<b>789,34</b>
2004	789,07	30,72	-	<b>819,79</b>
2005	837,35	79,62	-	<b>916,98</b>

\* il s'agit des films agréés dans le cadre d'une aide sélective : le fonds d'aide aux productions avec les pays d'Europe centrale et orientale (fonds ECO).

## DEVIS MÉDIAN ET DEVIS MOYEN DES FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE

	devis médian			devis moyen		
	M€ courants	€ courant (indice base 100 en 2000)	€ constant (indice base 100 en 2000)	M€ courants	€ courant (indice base 100 en 2000)	€ constant (indice base 100 en 2000)
1996	2,63	82,7	85,9	3,70	79,1	82,1
1997	2,83	88,9	91,3	4,78	102,1	104,9
1998	2,67	83,9	85,6	4,36	93,2	95,2
1999	2,71	85,3	86,7	3,90	83,5	84,8
2000	3,18	100,0	100,0	4,68	100,0	100,0
2001	2,42	75,9	74,7	4,36	93,1	91,7
2002	2,82	88,7	85,8	4,44	94,9	91,9
2003	2,60	81,7	77,6	4,63	98,9	94,0
2004	3,92	123,2	115,1	5,34	114,2	106,7
2005	2,80	88,0	80,8	4,99	106,7	98,0

source : CNC - INSEE Indice des prix à la consommation, ensemble hors tabac.

### davantage de films documentaires et d'animation

Le nombre de documentaires agréés est en nette augmentation par rapport aux années précédentes. Ils sont 29 en 2005 (27 d'initiative française), contre 15 en 2004, 20 en 2003, 22 en 2002 et 17 en 2001. L'investissement total dans le documentaire s'élève à 33,33 M€ en 2005 (31,20 M€ pour les films d'initiative française). 8 documentaires d'initiative française ont un devis supérieur à 1 M€ dont 4 dépassent 2 M€. Le devis moyen des films documentaires s'établit à 1,16 M€. Par rapport à l'ensemble des films agréés, le documentaire représente 12,1 % des films et capte 2,6 % du devis total. 19 des 29 documentaires agréés en 2005 sont intégralement français et 8 sont des coproductions majoritaires.

8 films d'animation, dont 7 d'initiative française, ont obtenu un agrément en 2005. Ils étaient 4 en 2004, 6 en 2003, 3 en 2002 et 4 en 2001. L'investissement total dans les films d'animation s'établit à 67,12 M€ en 2005 (61,17 M€ dans les films d'initiative française). 6 des 7 films d'animation d'initiative française de 2005 ont un devis supérieur à 5 M€, dont un dépasse 22 M€ (*Astérix et les Vikings*). Le devis moyen des films d'animation s'établit à 8,74 M€. Par rapport à l'ensemble des films agréés, l'animation représente 3,3 % des films et 5,2 % du devis total. 5 des 8 films d'animation agréés en 2005 sont des coproductions majoritaires et 2 sont intégralement français.

### développement des coproductions internationales

114 films sur les 240 agréés en 2005 font l'objet d'une coproduction avec un ou plusieurs partenaires étrangers, soit 47,5 % de l'ensemble des films produits. Leur nombre, après le recul observé en 2004 (73 films), connaît de nouveau une progression marquée, renouant ainsi avec la croissance observée depuis 2000 (60 en 2000, 78 en 2001, 94 en 2002 et 107 en 2003). Ces films ont été coproduits avec 32 pays différents.

Après le fort recul de 2004, le nombre de films majoritairement coproduits par la France progresse de 24 films : 61 films en 2005, contre 37 en 2004, 78 en 2003, 57 en 2002 et 46 en 2001. Les coproductions internationales représentent ainsi 32,6 % des films d'initiative française (22,2 % en 2004). Le devis moyen de ces films est de 5,55 M€ (8,09 M€ en 2004) et le devis médian de 3,44 M€ (5,32 M€ en 2004).

En 2005, la Belgique et l'Italie sont les partenaires privilégiés de la France avec une progression de 13 films (+10 avec la Belgique et +3 avec l'Italie). On note une forte hausse des coproductions avec le Canada qui concerne 10 films (1 seul en 2004). L'Allemagne, le Royaume-Uni et l'Espagne demeurent également des pays fréquemment partenaires des films d'initiative française malgré une baisse sensible du nombre de films coproduits avec ces trois pays. Cette diminution est particulièrement marquée sur les coproductions franco-britanniques.

Le nombre de coproductions où la France est un partenaire minoritaire progresse de 17 films et s'établit à 53 films, niveau jamais atteint depuis au moins 25 ans. Cette progression s'explique notamment par la hausse sensible du nombre de films produits dans le cadre de la Convention européenne sur la production cinématographique (25 films en 2005, contre 14 en 2004). Cette convention, qui s'applique aux coproductions réunissant au moins trois pays européens signataires, a été ratifiée par la France en 2002 et trouve sa pleine mesure cette année.

Les investissements totaux sur les films de coproduction à majorité étrangère augmentent de 125,3 %, alors que le nombre de films progresse de 47,2 %. En découle une augmentation des devis moyen et médian qui atteignent respectivement 6,65 M€ (4,35 M€ en 2004) et 4,39 M€ (2,45 M€). Cette tendance est due à la présence en 2005 d'un nombre important de films dont le devis est supérieur à 7 M€ : 16 films (7 en 2004). Parmi ces 16 films, 9 ont un devis supérieur à 10 M€ (4 en 2004).

Depuis la ratification par la France de la Convention européenne sur la coproduction, les coproductions réunissant au minimum trois pays sont en progression. Cette convention permet notamment l'élargissement des coproductions financières à tous les pays parties à la Convention.

Sur les 114 films de coproduction agréés en 2005, 39 entrent dans le cadre de la Convention, soit un peu plus du tiers des films de coproduction. 14 sont des films d'initiative française et 25 des films à majorité étrangère. Sur les 25 films à majorité étrangère, on dénombre 19 films (76 %) pour lesquels la participation française est uniquement financière. En incluant la France dans le décompte des pays partenaires, 27 films ont été produits avec la participation de trois pays parties à la Convention, 11 films ont été produits à quatre pays et un film à six pays.

Le nombre de coproductions financières bilatérales progresse de nouveau en 2005. Sur les 13 coproductions financières bilatérales de 2005 (9 en 2004), 6 sont des coproductions majoritaires françaises et 7 des coproductions minoritaires. Il s'agit de coproductions sans apport artistique et technique du pays minoritaire, contrairement aux coproductions traditionnelles. La France a signé des accords autorisant ce type de coproductions avec trois pays : l'Italie, l'Espagne et le Royaume-Uni.

#### COPRODUCTIONS INTERNATIONALES EN 2005

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	61	53	<b>114</b>
investissements français (M€)	242,06	79,62	<b>321,68</b>
investissements étrangers (M€)	96,32	272,83	<b>369,15</b>
investissements totaux (M€)	<b>338,38</b>	<b>352,46</b>	<b>690,83</b>

#### PRINCIPAUX PAYS PARTENAIRES DES COPRODUCTIONS MAJORITAIRES FRANÇAISES (NOMBRE DE FILMS)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Belgique	6	7	14	6	7	14	14	24	10	20
Italie	5	8	8	5	5	7	8	10	9	12
Canada	4	4	2	5	6	3	5	3	1	10
Allemagne	1	3	4	3	5	4	10	7	9	6
Royaume-Uni	1	2	2	2	1	7	10	23	13	5
Espagne	4	7	7	8	4	11	3	8	5	4

## **films d'initiative française : bipolarisation de la production**

Le nombre de films d'initiative française de devis inférieur à 1 M€ passe de 20 en 2004 à 41 en 2005 et retrouve ainsi le niveau enregistré en 2002 et 2003. Parmi ces films, 19 sont des documentaires. Le nombre de films dont le devis est compris entre 2 M€ et 4 M€ augmente, passant de 32 en 2004 à 46 en 2005. Parallèlement, le nombre de films dont le devis est compris entre 4 M€ et 5 M€ diminue. L'application de la nouvelle clause de diversité dans les obligations d'investissement de Canal+ peut être à l'origine de ces deux tendances : auparavant, la chaîne devait investir prioritairement dans les films dont le budget était inférieur à 5,34 M€, aujourd'hui ce plafond est descendu à 4 M€.

Par ailleurs, 21 films ont un devis compris entre 5 M€ et 7 M€ en 2005. Ce nombre se situe à un niveau comparable à celui de 2003 (20 films). Dans cette tranche de devis, l'effet de seuil dû à la clause de diversité de Canal+ disparaît. En effet, alors que les 33 films situés dans cette tranche en 2004 avaient tous un devis compris entre 5 M€ et 5,4 M€, en 2005 12 films ont un devis compris entre 5 M€ et 6 M€ et 9 films entre 6 M€ et 7 M€.

Dans les tranches les plus hautes, le nombre de films est globalement en progression : 39 films ont un budget supérieur à 7 M€ en 2005, contre 33 en 2004 et 30 en 2003. Parmi ces films, on dénombre 12 films dont le devis est supérieur à 15 M€ (9 en 2004), 10 films pour les devis compris entre 10 M€ et 15 M€ (15 en 2004) et 17 films dont le devis est compris entre 7 M€ et 10 M€ (9 en 2004).

En termes d'investissements, les 39 films dont le devis est supérieur à 7 M€ captent 61,1 % de l'ensemble des investissements dans la production d'initiative française. Cette proportion s'établissait à 55,6 % en 2004. La part des investissements captée par les films dont le devis est compris entre 7 M€ et 10 M€ est en hausse (8,6 % en 2004, 15,5 % en 2005), ainsi que celle captée par les films à plus de 15 M€ (26,5 % en 2004, 31,9 % en 2005). En contrepartie, la part des investissements captée par les films dont le devis est compris entre 10 M€ et 15 M€ est en recul (20,4 % en 2004, 13,8 % en 2005).

Les investissements sur les films compris entre 5 M€ et 7 M€, qui représentaient 19,5 % du total des investissements en 2004, en représentent 13,2 % en 2005. Au total, le niveau des investissements sur les films dont le devis est supérieur à 5 M€ reste relativement stable : 75,1 % en 2004, contre 74,3 % en 2005.

La part des investissements absorbés par les films dont le devis est inférieur à 5 M€ est comparable à celle de l'année précédente pour un plus grand nombre de films. Elle est, en effet, de 25,7 % pour 127 films en 2005, contre 24,9 % pour 101 films en 2004.

### **FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE SELON L'IMPORTANCE DU DEVIS**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
plus de 10 M€	6	9	9	10	14	20	14	18	24	22
de 5 à 10 M€	20	24	26	23	26	29	43	32	42	38
de 4 à 5 M€	9	11	11	11	18	9	9	17	16	7
de 2 à 4 M€	30	38	56	59	44	40	35	38	32	46
de 1 à 2 M€	21	24	27	27	21	32	21	37	33	33
moins de 1 M€	18	19	19	20	22	42	41	41	20	41
total	<b>104</b>	<b>125</b>	<b>148</b>	<b>150</b>	<b>145</b>	<b>172</b>	<b>163</b>	<b>183</b>	<b>167</b>	<b>187</b>

### **progression du poids des premiers films**

36,9 % des films d'initiative française agréés en 2005 sont des premiers films, contre 32,3 % en 2004. Après la baisse constatée en 2004, le nombre de premiers films connaît une forte progression et retrouve un niveau proche de celui enregistré en 2002 et 2003. Le nombre de deuxièmes films (34) reste stable par rapport à 2004. Au total, le nombre de premiers et deuxièmes films représente une nouvelle fois plus de la moitié de la production de films d'initiative française, soit 55,1 % (53,3 % en 2004).

33,3 % des premiers films et 41,2 % des deuxièmes films ont bénéficié d'une avance sur recettes avant ou après réalisation. Le nombre de premiers et deuxièmes films ayant bénéficié d'une avance reste stable par rapport à 2004.

Alors que le devis moyen des films d'initiative française est de 4,99 M€, celui des premiers films est de 3,21 M€. 25 premiers films ont un devis supérieur à 3 M€ (19 films en 2004) dont 10 films ont un devis supérieur à 6 M€ (6 films en 2004). Parmi ces 10 derniers, 3 ont un devis supérieur à 10 M€ (5 films en 2004).

Le devis moyen des deuxièmes films est de 4,87 M€. Cette moyenne, en baisse par rapport à 2004 (5,89 M€), s'explique par le nombre moins important de films ayant un devis supérieur à 10 M€ : 4 films en 2005, contre 7 en 2004.

16 premiers films et 3 deuxièmes films sont des documentaires. La production d'initiative française de 2005 compte également 3 premiers et 2 deuxièmes films d'animation.

#### PREMIERS ET DEUXIÈMES FILMS

	premiers films	% des FIF*	premiers films avec ASR**	deuxièmes films	% des FIF*	deuxièmes films avec ASR**
1996	<b>37</b>	35,6	16	<b>18</b>	17,3	11
1997	<b>46</b>	36,8	18	<b>13</b>	10,4	8
1998	<b>58</b>	39,2	23	<b>29</b>	19,6	13
1999	<b>62</b>	41,3	24	<b>18</b>	12,0	9
2000	<b>53</b>	36,6	19	<b>21</b>	14,5	11
2001	<b>53</b>	30,8	19	<b>36</b>	20,9	14
2002	<b>67</b>	41,1	27	<b>31</b>	19,0	11
2003	<b>68</b>	37,2	28	<b>27</b>	14,8	7
2004	<b>54</b>	32,3	24	<b>35</b>	21,0	15
2005	<b>69</b>	36,9	23	<b>34</b>	18,2	14

\*films d'initiative française

\*\*avance sur recettes avant ou après réalisation

#### les chaînes de télévision et les sociétés de production : principaux financiers des films d'initiative française

En 2004, les sociétés de production et les chaînes de télévision demeurent les principaux financiers des films d'initiative française. La contribution des premières progresse d'un point, passant de 27,4 % en 2004 à 28,4 % en 2005. Celle des secondes s'établit pour la première fois en deçà des 30 % à 29,5 % (32,6 % en 2004). La contribution des aides régionales à la production est stable. En revanche, les à valoir des distributeurs et des éditeurs vidéo sont en progression sensible : ils assurent conjointement le financement de 12,8 % des devis en 2005, contre 7,8 % en 2004. Pour la première fois et sur les trois dernières années, les mandats étrangers sont distingués dans le financement des films d'initiative française. Il s'agit de minima garantis versés par des entreprises mandatées pour la vente des films sur les marchés étrangers hors des pays coproducteurs. En 2005, ces mandats correspondent à 49,9 M€, soit 5,3 % des devis totaux. En 2004, les mandats étrangers s'élevaient à 58,2 M€ (6,5 %).

#### FINANCEMENT DES FILMS D'INITIATIVE FRANÇAISE (%)

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
apports des producteurs français	21,9	33,1	27,7	28,0	31,2	36,7	28,9	24,8	27,4	28,4
SOFICA	4,8	4,5	4,3	4,4	5,7	3,3	4,6	4,5	3,1	3,1
soutien automatique	11,5	7,2	8,1	6,7	7,4	7,0	7,6	6,6	6,0	6,3
aides sélectives	5,2	5,2	4,4	4,4	3,6	3,2	3,4	3,5	3,5	2,9
aides régionales	-	-	-	-	-	-	1,0	1,1	1,2	1,3
coproductions TV	8,9	7,2	7,0	6,0	9,0	3,7	4,6	3,8	4,3	3,8
préachats TV	34,3	29,4	31,5	34,2	31,2	32,0	29,8	26,3	28,3	25,7
à valoir distributeurs France	5,5	3,5	6,8	8,8	5,5	6,0	7,5	6,8	6,0	9,8
à valoir éditeurs vidéo France	-	-	-	-	-	-	1,5	2,0	2,0	3,1
apports étrangers	7,8	9,8	10,3	7,5	6,5	8,2	11,0	14,9	11,6	10,3
mandats étrangers*	-	-	-	-	-	-	-	5,6	6,5	5,3
total	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* mandats pour la vente des films sur les marchés étrangers hors des pays coproducteurs.

### **léger fléchissement des investissements des chaînes en clair**

En 2005, sur 240 films agréés, les chaînes en clair financent 99 films dont 89 films d'initiative française (105 films dont 97 films d'initiative française en 2004). 6 films ont été financés simultanément par deux diffuseurs en clair. 3 films étaient dans ce cas en 2004, 5 en 2003 et 8 en 2002.

Le volume global d'investissements des chaînes en clair connaît une baisse de 4,0 % par rapport à 2004 mais reste néanmoins supérieur de 8,8 % à celui de 2003.

Les investissements de TF1 se répartissent sur 20 films, contre 28 films en 2004. En conséquence, ils diminuent de 10,4 % mais restent néanmoins supérieurs de 15,8 % à ceux de 2003. Les investissements de M6 concernent le même nombre de films qu'en 2004 (9 films) mais baissent de 35,6 % (stabilité par rapport à 2003). Les investissements d'Arte sont également en régression de 16,1 % (+10,8 % par rapport à 2003) et concernent 17 films en 2005, contre 18 en 2004.

Les investissements de France Télévisions augmentent de 18,9 % (+5,8 % par rapport à 2003) et se répartissent sur 55 films (52 films en 2004). Cette augmentation est essentiellement due à France 3 dont les apports progressent de 50,1 % (+20 % par rapport à 2003). Les investissements de France 2 sont stables (-3,4 % par rapport à 2003).

Les investissements des chaînes en clair sont constitués à hauteur de 68,2 % par des préachats de droits de diffusion. Cet indicateur est stable depuis 2002 (68,1 % en 2004, 68,9 % en 2003, 68,2 % en 2002). TF1 est la chaîne dont les préachats représentent la plus grande part des investissements (81,6 % en 2005). Elle est suivie de M6 (77,8 %), France 2 (60,0 %), France 3 (55,8 %) et enfin Arte (35,5 %).

Comme en 2004, deux films ont fait l'objet d'un préachat de droits de diffusion de la part d'une chaîne en clair sans qu'il soit accompagné d'une coproduction. Il n'y en avait aucun en 2003 et 2002.

TF1 consacre en moyenne 2,33 M€ aux films dans lesquels elle investit. Ses apports s'échelonnent entre 1 M€ et 5,95 M€. France 2 apporte en moyenne 0,93 M€. Ses apports varient de 0,30 M€ à 2,29 M€. Le montant moyen des investissements de France 3 s'établit à 0,90 M€, ceux-ci s'échelonnant entre 0,45 M€ et 1,8 M€. M6 investit en moyenne 1,40 M€, avec un minimum de 0,23 M€ et un maximum de 2,85 M€. Enfin, Arte apporte en moyenne 0,37 M€, ses investissements allant de 0,25 M€ à 0,60 M€.

Les diffuseurs peuvent consacrer jusqu'à 0,7 % de leur chiffre d'affaires à la production d'œuvres européennes tournées dans une autre langue que le français. En 2005, l'intervention des chaînes dans ce type de films s'élève à 12,40 M€ pour 15 films (5,97 M€ pour 11 films en 2004).

Les chaînes en clair participent au financement de 27 premiers films et 18 deuxièmes films (23 premiers films et 19 deuxièmes films en 2004).

Enfin, 7 documentaires et 7 films d'animation sont financés en 2005 par les chaînes en clair, respectivement à hauteur de 2,45 M€ et 5,34 M€.

### **PARTICIPATION DES CHAÎNES EN CLAIR AU FINANCEMENT DES FILMS AGRÉÉS EN 2005**

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	total
nombre de films	20	32	27	9	17	<b>99*</b>
total des apports (M€)	46,65	29,71	24,21	12,63	6,25	<b>119,45</b>
préachats (M€)	38,08	17,82	13,51	9,83	2,22	<b>81,45</b>
coproductions (M€)	8,57	11,89	10,71	2,80	4,03	<b>37,99</b>
apport moyen par film (M€)	2,33	0,93	0,90	1,40	0,37	<b>1,21</b>

\*six films sont financés simultanément par deux chaînes en clair.



## PARTICIPATION ANNUELLE DES CHAÎNES EN CLAIR

	coproductions (M€)	préachats (M€)	total des apports (M€)	% du devis des films agréés	% du devis des films concernés
1996	32,13	42,10	74,24	14,8	20,9
1997	35,07	47,70	82,76	11,7	18,6
1998	39,12	58,66	97,77	13,0	18,9
1999	30,51	54,39	84,90	12,3	17,9
2000	27,95	57,52	85,47	10,6	14,0
2001	27,57	72,38	99,95	11,0	15,5
2002	34,32	73,66	107,98	12,5	16,2
2003	34,19	75,59	109,78	9,5	11,7
2004	39,69	84,73	124,42	11,9	15,4
2005	37,99	81,45	119,45	9,3	14,3

### les investissements de Canal+

120 films agréés en 2005 ont fait l'objet d'un investissement de Canal+ pour un montant global de 126,04 M€, en diminution de 7,8 % par rapport à 2004. Ces chiffres n'incluent ni les indexations de prix calculés sur les recettes salles, ni les films financés avec Canal+ et sans financements encadrés qui, effet de la réforme de l'agrément, ne sont pas comptabilisés dans les statistiques 2005.

Le nombre de films d'initiative française préachetés diminue par rapport à 2004 (-8 films) mais reste supérieur à celui de 2002 et 2003 (respectivement +8 films et +6 films). Sur l'ensemble des films d'initiative française, la part des films financés par Canal+ est de 56,7 %. Cette part était de 68,3 % en 2004 et 54,1 % en 2003.

Les investissements de Canal+ couvrent 13,7 % de l'ensemble des investissements français des films agréés en 2005. Cette proportion baisse régulièrement (16,7 % en 2004, 16,4 % en 2003, 18,1 % en 2002, 21,0 % en 2001 et 21,9 % en 2000).

L'investissement de Canal+ dans les coproductions minoritaires françaises connaît une nouvelle augmentation après celle constatée en 2004. Il atteint 10,80 M€ en 2005 contre 8,51 M€ en 2004 et 5,88 M€ en 2003. En revanche, l'investissement dans les films d'initiative française est en diminution, passant de 128,14 M€ en 2004 à 115,24 M€ en 2005, soit une baisse de 10,1 %. A 1,09 M€, l'investissement moyen sur les films d'initiative française est également en baisse. Il était de 1,12 M€ en 2004 et 1,25 M€ en 2003. Les acquisitions s'échelonnent entre 0,15 M€ et 5 M€ (entre 0,08 M€ et 4,88 M€ en 2004).

En 2005, la chaîne préachète 81,2 % des films d'initiative française dont le devis est compris entre 2 M€ et 15 M€ (88,6 % en 2004 et 80,9 % en 2003). Elle préachète également 21,6 % des films dont le devis est inférieur à 2 M€ et 66,7 % des films dont le devis est supérieur à 15 M€. Ainsi, Canal+ intervient dans des films aux devis variés : 2 films dont le devis est inférieur à 1 M€ (2 en 2004), 55 films dont le devis est compris entre 1 M€ et 5 M€ (56 en 2004), 17 films dont le devis est compris entre 5 M€ et 7 M€ (31 en 2004), 24 films dont le devis est compris entre 7 M€ et 15 M€ (19 en 2004) et 8 films dont le devis dépasse 15 M€ (6 en 2004).

Parmi les films d'initiative française préachetés par Canal+, figurent 35 premiers films (33,0 % de l'ensemble des films d'initiative française préachetés par la chaîne) et 18 deuxièmes films (17,0 %). Canal+ préachète 8 documentaires (2,98 M€) et 4 films d'animation (2,67 M€).

35,8 % des films d'initiative française n'ont fait l'objet d'aucune acquisition de Canal+ ou TPS, soit 67 films. Ce ratio était de 23,3 % en 2004 et 41,5 % en 2003.

22 films font simultanément l'objet d'un préachat de Canal+ pour une première diffusion cryptée et de TPS pour une deuxième diffusion cryptée, contre 26 films en 2004.

## PRÉACHATS DE CANAL+

	films	dont FIF*	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)	% du devis des films agréés	% du devis des films concernés
1996	107	85	103,43	0,97	20,6	22,6
1997	135	109	133,37	0,99	18,9	20,6
1998	139	117	139,92	1,01	18,6	22,1
1999	140	121	141,75	1,01	20,5	24,6
2000	115	101	145,50	1,27	18,1	22,9
2001	122	111	153,10	1,25	16,9	22,9
2002	109	98	122,99	1,13	14,3	21,0
2003	108	99	129,31	1,20	11,2	15,1
2004	124	114	136,65	1,10	13,0	17,4
2005	120	106	126,04	1,05	9,8	15,4

\*films d'initiative française

## TPS Cinéma : nouvelle hausse des investissements

TPS Cinéma participe au financement de 45 films agréés en 2005 dont 38 films d'initiative française. Le volume des investissements sur les films d'initiative française est en légère progression par rapport à 2004.

Les préachats de première fenêtre de diffusion payante sur les films d'initiative française (24,94 M€, soit 76,7 % du total) sont en augmentation et leur proportion sur le volume global des investissements progresse également (21,22 M€ en 2004, soit 67,8 % du total). Ces préachats de première fenêtre concernent 12 films d'initiative française en 2005, contre 13 en 2004. TPS Cinéma mobilise 20,3 % de son investissement pour les préachats de deuxième fenêtre de diffusion payante (6,59 M€ pour 33 films). Cet investissement est en régression par rapport à 2004 : 8,94 M€, soit 28,6 % du total pour 40 films d'initiative française préachetés. TPS Cinéma finance 1 M€ de minima garantis au titre d'une exploitation en paiement à la séance de 22 films d'initiative française. Ces achats constituent 3,1 % du total des financements de TPS, contre 3,7 % en 2004 (1,15 M€ pour 26 films).

L'investissement moyen par film d'initiative française est de 0,86 M€, contre 0,71 M€ en 2004. Il connaît toutefois des variations importantes selon le type de diffusion. Ainsi, pour une première fenêtre de diffusion payante, le montant d'investissement moyen est de 2,08 M€ (1,63 M€ en 2004 et 2,56 M€ en 2003) ; il est de 0,20 M€ (0,22 M€ en 2004 et 0,25 M€ en 2003) pour une deuxième fenêtre ; il s'élève à 45 500 € (44 400 € en 2004 et 52 600 € en 2003) pour une exploitation en paiement à la séance. Les investissements au titre de la première fenêtre de diffusion payante s'échelonnent entre 0,20 M€ et 6 M€.

7 films, tous d'initiative française, font l'objet d'une intervention de la chaîne à la fois pour une première fenêtre de diffusion payante, une deuxième diffusion payante et pour une exploitation en paiement à la séance. Ils totalisent un investissement de 17,82 M€, soit 52 % des investissements annuels de la chaîne.

TPS Cinéma intervient dans des films aux devis variés : 1 film dont le devis est inférieur à 1 M€, 19 films dont le devis est compris entre 1 M€ et 5 M€, 10 films dont le devis est compris entre 5 M€ et 7 M€, 11 films dont le devis est compris entre 7 M€ et 15 M€ et 4 films dont le devis dépasse 15 M€. En 2005, TPS Cinéma concentre 92,8 % de ses investissements sur des films dont les devis sont supérieurs à 5 M€ (85,1 % en 2004 et 93,7 % en 2003). Le devis moyen des films dans lesquels TPS Cinéma intervient s'établit à 7,07 M€. Il était de 7,09 M€ en 2004 et 9,18 M€ en 2003. 15 films financés par TPS Cinéma sont des premiers films (12 films en 2004 et 7 films en 2003) et 8 sont des deuxièmes films (9 films en 2004 et 3 films en 2003).

TPS préachète un documentaire (0,22 M€) et quatre films d'animation (4,22 M€).

## PRÉACHATS DE TPS CINÉMA

	films	dont FIF*	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)
1997	6	6	8,74	1,46
1998	13	12	18,47	1,42
1999	19	14	15,91	0,84
2000	19	19	17,38	0,91
2001	22	20	23,81	1,08
2002	17	16	23,69	1,39
2003	16	16	21,92	1,37
2004	46	44	31,87	0,69
2005	45	38	34,06	0,76

\*films d'initiative française

## nouvelle progression de la contribution de Ciné Cinéma

En 2005, Ciné Cinéma investit 11,90 M€ sur 67 films dont 65 d'initiative française. L'intervention de Ciné Cinéma est une nouvelle fois en nette progression sur les films d'initiative française : 19 films de plus sont financés par la chaîne et les apports augmentent de 28,9 %.

L'investissement moyen sur les films d'initiative française est de 181 000 € (198 400 € en 2004 et 178 700 € en 2003). Les acquisitions de films d'initiative française s'échelonnent de 45 000 € à 500 000 €.

52 des 65 films d'initiative française financés par Ciné Cinéma le sont au titre d'une deuxième diffusion cryptée, la première étant acquise par Canal+. 12 films font l'objet d'une acquisition de première diffusion cryptée par Ciné Cinéma, pour un montant cumulé de 1,37 M€. Le film restant est financé par Ciné Cinéma au titre d'une troisième diffusion cryptée, la première étant acquise par Canal+ et la seconde par TPS.

Ciné Cinéma préachète 20 premiers films et 16 deuxièmes films d'initiative française en 2005. Elle préachète par ailleurs 2 documentaires et 2 films d'animation.

## PRÉACHATS DE CINÉ CINÉMA

	films	dont FIF*	préachats (M€)	apport moyen par film (M€)
2002	19	18	2,78	0,15
2003	40	36	7,22	0,18
2004	48	46	9,41	0,20
2005	67	65	11,90	0,18

\*films d'initiative française

## apports des SOFICA en hausse

Les SOFICA sont intervenues sur 78 films en 2005, soit 23 films de plus qu'en 2004. L'investissement global est de 31,63 M€, en augmentation de 14,3 % par rapport à 2004.

L'investissement moyen par film s'établit à 0,41 M€. Il était de 0,50 M€ en 2004 et de 0,64 M€ en 2003. L'investissement global représente 6,9 % du budget des films considérés, contre 6,8 % en 2004.

26 premiers films ont été financés par des SOFICA en 2005 (11 en 2004 et 23 en 2003). Le montant global des investissements sur les premiers films est de 9,42 M€. Il était de 4,03 M€ en 2004 et de 13,29 M€ en 2003. Les SOFICA participent au financement de 3 documentaires et de 4 films d'animation.

En 2005, les SOFICA financent de nouveau très majoritairement des films réalisés en langue française (75 films sur 78) et des films coproduits avec une chaîne en clair (52 films sur 78, soit 67 %).

Les SOFICA interviennent dans 22 films bénéficiaires d'une avance sur recettes avant réalisation, pour un montant global de 4,69 M€ (16 films et 3,6 M€ en 2004, 12 films et 3,29 M€ en 2003). Parmi ces 22 films, 3 sont des premiers films et 4 des deuxièmes films.

Les SOFICA continuent de privilégier les films dont le budget est supérieur à la moyenne : le devis moyen des films dans lesquels elles interviennent est de 5,87 M€ (6,35 M€ en 2004 en excluant *Arthur* de Luc Besson, 5,49 M€ en 2003 sans *Alexandre* d'Oliver Stone). 22 films ont un devis supérieur à 7 M€ (13 films en 2004, 14 en 2003).

Les trois SOFICA les plus actives fournissent 46,8 % des investissements totaux (61,3 % en 2004).

## PARTICIPATION DES SOFICA AU FINANCEMENT DES FILMS AGRÉÉS

	films	dont FIF*	apports (M€)	% du devis des films concernés	apport moyen par film (M€)
1996	39	34	19,60	11,3	0,50
1997	48	46	27,68	10,0	0,58
1998	59	59	27,72	10,1	0,47
1999	67	66	26,09	9,8	0,39
2000	59	58	39,03	13,1	0,66
2001	59	59	24,78	8,6	0,42
2002	56	56	33,26	10,9	0,59
2003	61	58	39,23	7,7	0,64
2004	55	53	27,67	6,8	0,50
2005	78	70	31,63	6,9	0,41

\*films d'initiative française

### L'avance sur recettes avant réalisation

En 2005, 61 films sont produits avec l'aide en amont de l'avance sur recettes. Parmi ces films, 3 sont des coproductions minoritaires françaises. Par ailleurs, 12 sont des documentaires et 3 des films d'animation. Les films d'initiative française aidés par l'avance sur recettes représentent 31,0 % de ces films en 2005, contre 35,3 % en 2004 et 30,6 % en 2003.

Parmi les films bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation, le nombre de premiers films (films minoritaires inclus) est en baisse : 17 films en 2005, contre 24 films en 2004, 23 films en 2003 et 21 films en 2002. 27,9 % des films agréés en 2005 ayant bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation sont des premiers films. Cette proportion était de 38,1 % en 2004.

Le nombre de deuxièmes films (films minoritaires inclus) ayant bénéficié de l'avance augmente : 15 films en 2005, contre 13 films en 2004.

Le total des avances accordées s'élève à 20,96 M€, soit une diminution de 2,57 M€ par rapport à l'année précédente (-10,9 %). L'avance sur recettes représente 12,0 % du devis des films aidés et reste stable par rapport à 2004 (12,1 %). Cette part était de 16,9 % en 2003 et 13,2 % en 2002.

En 2005, l'avance moyenne s'élève à 343 600 € (373 500 € en 2004). Les montants des avances varient entre 90 000 € et 525 000 € (entre 80 000 € et 500 000 € en 2004).

Canal+ finance 28 des 61 films bénéficiaires de l'avance sur recettes soit 45,9 % (58,7 % en 2004). TPS participe au financement de 14 films avec avance sur recettes (11 films en 2004) dont 1 pour une première diffusion cryptée (2 en 2004), 11 pour une deuxième diffusion payante après Canal+ (8 en 2004), 1 pour une deuxième diffusion payante après Ciné Cinéma et 1 pour une deuxième diffusion seule. Ciné Cinéma contribue au financement de 17 films bénéficiaires de l'avance (11 films en 2004), dont 10 films (10 films en 2004) pour une deuxième diffusion cryptée après Canal+, 1 film en troisième diffusion après Canal+ et TPS et 6 films (1 film en 2004) pour une première diffusion cryptée. Par ailleurs, 22 films bénéficiaires de l'avance bénéficient également du financement d'au moins une chaîne de télévision en clair. Ils étaient 29 en 2004, 21 en 2003 et 26 en 2002.

Enfin, le crédit d'impôt est sollicité pour 43 des films d'initiative française bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation, soit pour 74,1 % de ceux-ci (47 films en 2004, soit 79,7 %).

### L'avance sur recettes après réalisation

En 2005, 10 films agréés bénéficient de l'avance sur recettes après réalisation (8 films en 2004) dont 4 documentaires. Le montant total des allocations s'élève à 943 000 € (692 200 € en 2004), soit une moyenne de 94 300 € par film. Le devis moyen de ces films s'élève à 492 100 €. L'avance après réalisation représente 19,2 % du devis des films aidés (9,6 % en 2004).

Parmi les films aidés figurent 7 premiers films et 1 deuxième film. Sur les 10 films bénéficiaires de l'avance, 4 sont des documentaires. Un film bénéficiaire de l'avance après réalisation est financé par Canal+ et un autre bénéficie à la fois du financement de Canal+, d'une chaîne en clair et de deux SOFICA.

## **Le crédit d'impôt**

En 2005, sur les 187 films d'initiative française agréés, 118 ont fait l'objet d'une demande d'agrément provisoire de crédit d'impôt (111 sur 167 films d'initiative française en 2004), dont 36 premiers films et 25 deuxièmes films.

### **1 349 semaines de tournage pour les films d'initiative française**

Le nombre cumulé des semaines de tournage pour les films d'initiative française s'établit à 1 349 en 2005 (+20 semaines par rapport à 2004, soit +1,5 %).

La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française est de 7,7 semaines. Elle était de 8,2 semaines en 2004 et 2003.

Le nombre de semaines de tournage dans l'hexagone s'établit à 962, soit une légère baisse (-19 semaines et -1,9 % par rapport à 2004). Cette diminution concerne à la fois les tournages en décors naturels (-12 semaines par rapport à 2004) qui totalisent 896 semaines et les tournages dans les studios français, en recul de 7 semaines : 66 semaines en 2005, contre 73 semaines en 2004, 94 semaines en 2003 et 86 semaines en 2002.

72 films d'initiative française, soit 41,0 % des 175 films pris en compte (12 films sont exclus de la base de travail), sont partiellement ou intégralement tournés à l'étranger (55 films, soit 34,0 % en 2004).

Le choix du tournage à l'étranger est, dans la majorité des cas, lié à des exigences d'ordre artistique. Néanmoins, ce choix répond parfois à une logique financière, la localisation à l'étranger permettant des économies sur les coûts (Portugal, République Tchèque, Bulgarie, Roumanie) ou l'accès à des financements locaux (Allemagne, Belgique, Royaume-Uni, Luxembourg) au travers des coproductions.

La durée des tournages à l'étranger progresse de 39 semaines (387 semaines en 2005, 348 en 2004). Cette augmentation est essentiellement liée à la progression des films de coproduction majoritaire (37 films en 2004, 61 en 2005). En effet, parmi les 61 films de coproduction majoritaire, 40 ont fait l'objet d'un tournage à l'étranger pour une durée cumulée de 232 semaines (28 films sur 37 et 201 semaines de tournage à l'étranger en 2004).

En 2005, 23 films sont partiellement tournés en studio en France (24 films en 2004). La durée moyenne de tournage en studio est de 14 jours en 2005 (15 jours en 2004). Les films tournés en studio ont des budgets élevés : 3 films au devis supérieur à 20 M€, 7 films au devis compris entre 10 M€ et 20 M€, 5 films au devis compris entre 5 M€ et 10 M€ et 8 films au devis inférieur à 5 M€. Le devis moyen de ces 23 films est de 10,25 M€.

5 films de coproduction minoritaire ont été partiellement tournés en France, contre 4 en 2004 et 7 en 2003. Parmi eux, 1 seul a été tourné en quasi totalité en France.

### **le secteur de la production : une atomisation structurelle**

156 sociétés différentes produisent les 187 films d'initiative française agréés en 2005 (pour lesquels 25 productions codéveloppées sont dénombrées). Le secteur de la production cinématographique reste donc peu concentré. Gaumont est la société la plus active en 2005 avec 7 films produits dont le devis moyen est de 10,61 M€. Trois sociétés produisent 6 films chacune. Il s'agit de EuropaCorp (devis moyen : 15,46 M€), Gemini Films (devis moyen : 2,22 M€) et Les Films d'Ici (devis moyen : 0,94 M€). Agat Films et Cie et Maia Films ont produit 4 films chacune. Quatre sociétés ont produit 3 films chacune. Il s'agit de ARP, Fidélité Films, Orsans Productions et Pathé Renn Production. 21 sociétés ont produit 2 films dans l'année et, enfin, 125 sociétés ont produit un seul film en 2005.

### **répartition des coûts de production des films d'initiative française**

En 2005, 184 films d'initiative française ont reçu un agrément de production (41 films de plus qu'en 2004), soit un volume de dépenses de 818,98 M€. 51,1 % de ces films ont réalisé une partie de leurs dépenses à l'étranger (contre 53,4 % en 2004 et 55,1 % en 2003), pour 124,52 M€. Ces dépenses, qui représentent en moyenne 15,2 % des coûts de production totaux (contre 15,4 % en 2004 et 11,7 % en 2003), concentrent essentiellement les dépenses relatives aux transports, défraiements et régie, au personnel, et les dépenses de décors et costumes pour les longs métrages de fiction.

La répartition des coûts de production ne présente pas d'évolution marquante en 2005 : l'équilibre de la structure des coûts est relativement stable depuis 2003. Toutefois, il convient de préciser que l'année 2004 présentait certaines particularités expliquant les fortes évolutions sur certains postes. Outre le personnel, les postes captant la majorité des dépenses ne sont pas les mêmes selon qu'il s'agit de longs métrages de fiction cinématographique, de documentaires ou de films d'animation. En effet, la production d'un long métrage de fiction doit supporter des coûts relativement importants en termes de personnel, d'interprétation et de charges sociales, soit plus généralement les postes relatifs aux rémunérations. Depuis 2003, les postes relatifs au tournage et aux dépenses techniques présentent une grande stabilité. En revanche, les dépenses liées aux rémunérations augmentent en 2005 et constituent 56,9 % des coûts de production d'un film de fiction. Les dépenses de personnel et les charges sociales fluctuent peu selon le budget des films, tandis que les dépenses d'interprétation y sont très étroitement liées. Elles s'imposent de manière conséquente dans les films de grande envergure. Une partie des coûts techniques sont des coûts fixes qui, en proportion, ont un impact plus important sur les films à petits budgets (dépenses incompressibles, absence d'économies d'échelle). Les frais financiers sont stables et représentent 4,0 % des dépenses totales.

Pour les films d'animation, les moyens techniques (35,4 % en 2005) et le personnel (30,7 % en 2005) mobilisent chacun environ un tiers des dépenses, le genre faisant appel à un savoir-faire essentiellement technique.

Les dépenses de production des documentaires augmentent considérablement en 2005, passant de 11,77 M€ en 2004 à 24,97 M€. Cette progression des investissements accompagne une augmentation en volume (20 documentaires en 2005, contre 15 en 2004). Le documentaire assume des charges importantes de personnel dont le poids croissant atteint 25,7 % des dépenses totales en 2005. Le poids des moyens techniques est de 25,8 %, en baisse par rapport aux années précédentes où il représentait un tiers du budget moyen d'un documentaire. Le poids des dépenses relatives au transport, défraiement et régie double en 2005 (11,3 %). Le reste des postes présente un poids plus faible, notamment dû à une scénarisation très restreinte et à la quasi absence d'interprétation.

#### RÉPARTITION DES COÛTS DE PRODUCTION DES FICTIONS CINÉMATOGRAPHIQUES

	dépenses (M€)			répartition (%)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
<b>rémunérations</b>	<b>287,27</b>	<b>396,63</b>	<b>440,53</b>	<b>55,5</b>	<b>53,6</b>	<b>56,9</b>
droits artistiques	38,63	56,00	63,56	7,5	7,6	8,2
personnel	123,63	167,01	187,05	23,9	22,6	24,2
interprétation	60,23	86,92	96,22	11,6	11,7	12,4
charges sociales	64,78	86,70	93,70	12,5	11,7	12,1
<b>technique</b>	<b>82,61</b>	<b>117,62</b>	<b>116,19</b>	<b>16,0</b>	<b>15,9</b>	<b>15,0</b>
moyens techniques	51,19	80,52	69,84	9,9	10,9	9,0
pellicules-laboratoires	31,42	37,10	46,35	6,1	5,0	6,0
<b>tournage</b>	<b>147,85</b>	<b>225,69</b>	<b>217,08</b>	<b>28,6</b>	<b>30,5</b>	<b>28,1</b>
décors et costumes	41,50	66,27	55,95	8,0	9,0	7,2
transports, défraiements, régie	50,20	71,01	70,84	9,7	9,6	9,2
assurances et divers	26,14	44,61	44,69	5,0	6,0	5,8
divers*	30,01	43,80	45,60	5,8	5,9	5,9
<b>total</b>	<b>517,73</b>	<b>739,94</b>	<b>773,80</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*le poste « Divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

base films d'initiative française (fictions) ayant obtenu un agrément de production : 117 films en 2003, 125 films en 2004, 162 films en 2005.

# la production audiovisuelle aidée

**Après deux années consécutives de baisse, le volume de la production audiovisuelle aidée remonte légèrement (+49 heures). Toutefois, cette tendance concerne uniquement la fiction (+197 heures) et les magazines culturels (+183 heures). Le nombre d'heures aidées de documentaire, d'animation et de spectacle vivant diminue respectivement de 8,4 % (-190 heures), 18,8 % (-62 heures) et 18,2 % (-79 heures).**

## une mesure de la production aidée

Les résultats présentés ici ne concernent que les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2005. Par ailleurs, les œuvres aidées représentent un peu plus de la moitié de l'activité des producteurs audiovisuels, l'autre partie étant composée essentiellement de programmes de flux, qui ne sont pas éligibles au compte de soutien.

Les statistiques de la production audiovisuelle du CNC sont différentes de celles du CSA 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.

## TENDANCES

En 2005, le COSIP soutient 3 978 heures de programmes, soit 49 heures de plus qu'en 2004. Cette croissance souligne le dynamisme de la fiction (+197 heures) et des magazines culturels (+183 heures). A l'inverse, le documentaire, l'animation et le spectacle vivant enregistrent une baisse sensible de leur activité.

L'année 2005 confirme ainsi la reprise de la croissance du volume horaire aidé de fiction entamée en 2004. D'ailleurs, ce mouvement s'intensifie fortement avec une croissance de 27,3 % (+8,1 % en 2004). Les devis progressent de 9,3 %. En raison de la diversification des formats vers des programmes plus courts destinés essentiellement à la première partie de soirée, le coût horaire moyen poursuit sa baisse amorcée en 2003 (-14,1 %). L'apport horaire moyen des diffuseurs diminue de 10,3 %. Il en résulte une amélioration des conditions de financement de la fiction aidée par les diffuseurs. Le taux de financement augmente ainsi de 4 points pour s'élever à 69,0 %.

Pour la deuxième année consécutive, le documentaire enregistre une baisse de son volume horaire aidé (-8,4 %). Les chaînes hertziennes publiques renforcent cependant leurs apports dans le genre (+3,1 %). En 2005, la part du documentaire dans l'ensemble des heures aidées continue de baisser et se situe à 51,9 %, contre 57,4 % en 2004. Le genre mobilise 33,4 % de l'ensemble des subventions versées par le COSIP, contre 34,5 % en 2004. Les devis des documentaires se réduisent de 5,6 % pour s'établir à 314,0 M€. Leur coût horaire moyen continue de progresser (+3,1 %) pour atteindre 0,15 M€ en 2005.

Le volume d'animation produit en 2005 diminue de 18,8 %. En baisse de 20,3 %, les devis s'élèvent à 154,9 M€. Cette évolution reflète la récurrence des cycles de production des œuvres d'animation. La part de l'animation dans le total des heures aidées se contracte pour atteindre 6,7 %, contre 8,4 % en 2004. Le coût horaire moyen des œuvres d'animation recule de 1,9 %. La part du COSIP allouée au genre passe de 17,2 % en 2004 à 13,0 % en 2005.

Pour la deuxième année consécutive, le volume de spectacle vivant diminue (-18,2 %). La part du genre dans le total des heures aidées se contracte (-2,1 points). Elle retrouve un niveau légèrement supérieur à celui de 2002, à 8,9 %. Les devis diminuent également de 14,9 % et totalisent 57,2 M€, pour des programmes dont le coût horaire moyen continue d'augmenter,

passant de 0,155 M€ à 0,161 M€. Les financements des diffuseurs et du COSIP dans le spectacle vivant diminuent respectivement de 15,5 % et 10,6 %.

### PRODUCTION AUDIOVISUELLE AIDÉE

	durée (heures)	devis (M€)	diffuseurs (M€)	COSIP (M€)*
<b>2000</b>				
fiction	708	580,1	350,4	74,7
animation	281	185,5	36,6	24,6
documentaire	2 262	319,0	143,5	60,2
magazine culturel	433	18,3	11,3	2,0
spectacle	208	40,3	12,3	7,3
<b>total</b>	<b>3 892</b>	<b>1 143,2</b>	<b>554,1</b>	<b>168,8</b>
<b>2001</b>				
fiction	717	606,5	377,9	79,6
animation	327	209,2	41,2	27,6
documentaire	2 639	318,4	138,5	67,0
magazine culturel	282	13,1	8,0	2,0
spectacle	250	45,0	13,7	10,7
<b>total</b>	<b>4 215</b>	<b>1 192,2</b>	<b>579,3</b>	<b>186,9</b>
<b>2002</b>				
fiction	712	651,3	421,9	90,9
animation	261	167,4	30,4	18,9
documentaire	2 748	368,1	162,4	79,5
magazine culturel	544	33,1	23,8	2,8
spectacle	393	55,8	17,7	19,2
<b>total</b>	<b>4 658</b>	<b>1 275,7</b>	<b>656,2</b>	<b>211,3</b>
<b>2003</b>				
fiction	667	597,4	380,6	70,1
animation	208	128,6	27,6	18,2
documentaire	2 466	333,6	139,1	64,4
magazine culturel	279	16,3	10,1	2,2
spectacle	439	65,0	18,8	15,2
<b>total</b>	<b>4 059</b>	<b>1 140,9</b>	<b>576,2</b>	<b>170,1</b>
<b>2004</b>				
fiction	721	625,3	415,6	73,4
animation	330	194,4	47,7	28,7
documentaire	2 256	332,5	144,6	65,4
magazine culturel	189	17,2	10,2	2,2
spectacle	433	67,1	21,1	16,0
<b>total</b>	<b>3 929</b>	<b>1 236,5</b>	<b>639,2</b>	<b>185,7</b>
<b>2005</b>				
fiction	918	683,5	476,3	81,9
animation	268	154,9	39,7	24,7
documentaire	2 066	314,0	139,3	62,4
magazine culturel	372	31,1	20,3	3,8
spectacle	354	57,2	17,9	14,3
<b>total</b>	<b>3 978</b>	<b>1 240,7</b>	<b>693,5</b>	<b>187,1</b>

\*seules les aides à la production sont comptabilisées

### précision méthodologique

Les coûts et apports horaires moyens mentionnés dans cet article sont calculés sur la base des commandes et investissements effectués par les chaînes en tant que premier diffuseur.



## FICTION

### financement

La fiction demeure le genre le mieux financé par les diffuseurs. De 1996 à 2003, ils assuraient entre 60 % et 65 % du financement des devis. En 2005, cette proportion atteint un nouveau sommet à 69,7 %. Ce niveau traduit la forte croissance des apports des diffuseurs (+14,6 %), croissance supérieure à celle des devis (+9,3 %). Cependant, en raison du développement des formats courts, l'apport horaire moyen des diffuseurs fléchit sensiblement (-10,3 %).

Depuis 1990, la part de la fiction dans les heures aidées par le COSIP a fortement diminué : elle est passée de 63,8 % en 1990 à 23,1 % en 2005. Toutefois, ce ratio progresse par rapport à 2004, et ce pour la deuxième fois depuis 1993.

Après une augmentation prononcée en 2003 (+29,9 %), les apports étrangers chutent pour la deuxième année consécutive (-23,1 %). Cette évolution repose intégralement sur la diminution des apports en coproduction (-40,4 %), les préventes affichant une progression soutenue (+54,5 %). A l'inverse, les financements français augmentent de 11,1 %. A l'exception des apports des producteurs français (-9,6 %), les autres sources de financement françaises sont orientées à la hausse : les préventes (+65,4 %), les apports des diffuseurs (+14,6 %), les aides du COSIP (+11,5 %). Dans ce contexte, le poids des apports étrangers dans le financement de la fiction française décline : il s'établit à 3,6 % des devis, contre 5,1 % en 2004 et 8,8 % en 2003.

### FINANCEMENT DE LA FICTION (M€)

	2001	2002	2003	2004	2005
producteurs français	66,0	80,4	75,2	86,1	77,9
préventes en France	5,8	9,7	8,0	5,8	9,6
diffuseurs	377,9	421,9	380,6	415,6	476,3
COSIP	79,6	90,9	70,1	73,4	81,9
autres	5,1	7,9	10,9	12,3	13,2
financements français	<b>534,4</b>	<b>610,8</b>	<b>544,8</b>	<b>593,2</b>	<b>658,9</b>
coproductions étrangères	53,3	25,2	48,4	26,2	15,6
préventes à l'étranger	18,8	15,3	4,2	5,8	9,0
financements étrangers	<b>72,1</b>	<b>40,5</b>	<b>52,6</b>	<b>32,0</b>	<b>24,6</b>
total des financements	<b>606,5</b>	<b>651,3</b>	<b>597,4</b>	<b>625,2</b>	<b>683,5</b>

### formats

L'année 2005 marque le recul des formats de 90 minutes (-15,6 % en volume) au profit des formats de 52 minutes (+62,0 %), de 26 minutes (+83,3 %) et des formats courts (+131,9 %). Ainsi, la part des fictions de 90 minutes dans l'ensemble des formats passe de 56,0 % en 2004 à 37,1 % en 2005.

Le volume horaire des unitaires de 90 minutes est en recul de 56,7 %. A l'inverse, après trois années consécutives de baisse, le volume des séries de 90 minutes progresse de 54,0 %. Celui des séries de 52 minutes s'accroît également de 61,2 %.

71 unitaires de 90 minutes, soit 110 heures, sont produits en 2005 (153 unitaires en 2004). Sur ce segment, France 3 est le principal investisseur avec 34 heures produites, suivi par France 2 (31 heures), Arte (17 heures) et TF1 (14 heures).

86,2 % de la production de fiction aidée provient de séries et de feuilletons (62,6 % en 2004). Ils se déclinent en :

- 231 heures de séries au format de 90 minutes (+54,0 %). TF1 demeure le diffuseur le plus dynamique avec 108 heures (73 heures en 2004), suivi par France 2 (70 heures, contre 66 en 2004), France 3 (31 heures, contre 19 en 2004) et M6 (23 heures).

Les séries à héros récurrents prédominent (155 heures, contre 90 heures en 2004) avec, notamment, *Père et Maire* (Aubes Productions / TF1), *Madame le proviseur* (Beaubourg Audiovisuel / France 2), *Navarro* (JLA Productions / TF1), *le Tuteur* (JLA / France 2), *Louis la brocante* (Télécip / France 3), *Une femme d'honneur* (Via Productions / TF1), *Julie Lescaut* (GMT Productions / TF1), *Femmes de loi* (Alizés Films / TF1), *le Proc* (DEMD Productions / TF1). TF1 est

toujours la chaîne qui investit le plus dans les séries de 90 minutes à héros récurrents : 94 heures, soit 60,6 % de l'ensemble des heures du genre.

Viennent ensuite les mini-séries avec 76 heures produites en 2005 (60 heures en 2004). Il s'agit, entre autres, de *Trois femmes... un soir d'été* (Scarlett Production / France 2), *le Cri* (Azzalé Films Production / France 2), *le Grand Charles* (GMT Productions / France 2), *Zodiaque II : le maître du Zodiaque* (Alma Productions / TF1) et *Merci les enfants vont bien* (DEMD Productions / M6).

- 195 heures de séries de 52 minutes (227 épisodes, contre 139 en 2004). Avec 82 heures commandées en 2005, TF1 multiplie par 7 ses commandes. En volume, elle devient le principal commanditaire de ce format. La production des 11<sup>e</sup> et 12<sup>e</sup> saisons de *Sous le soleil* (Marathon), qui totalisent 70 heures de fiction, expliquent en grande partie cette évolution.

France 2 commande 52 heures (48 heures en 2004) pour ses premières et deuxièmes parties de soirée (*PJ*, *Central Nuit*, *la Crim'*, *Avocats et Associés*, *Groupe Flag*, etc.). Viennent ensuite M6 (45 heures, contre 57 en 2004), France 3 (10 heures, la moitié en 2004) et Canal+ (6 heures, contre 57 heures en 2004).

- 198 heures de séries de 26 minutes (489 épisodes, contre 260 en 2004). Ce format connaît une forte croissance, notamment grâce aux 390 épisodes de la deuxième saison de *Plus belle la vie* (155 heures) - série diffusée sur France 3 en avant-soirée - qui représentent 78,3 % du volume global des séries de 26 minutes. Les autres séries de ce format sont pour une large part composées de programmes jeunesse, tels que *la Saga du matin de KD2A* et *15 Love n°3* pour France 2 et *A vos souhaits*, diffusé sur Canal J.

- Le volume des séries de format court progresse à 167 heures (72 heures en 2004). Il s'agit principalement de programmes d'avant-soirée : *Kaamelott*, *Samantha Oups*, *Allô Quiche*, *la Bande dehouf*, *Préjudices*.

#### FORMATS DES PROGRAMMES DE FICTION (HEURES)

	2002	2003	2004	2005
courts métrages	18	10	15	15
unitaires de 52 minutes	0	0	0	1
unitaires de 90 minutes	184	153	254	110
séries et feuilletons	509	505	451	791
dont 90 minutes	263	227	150	231
séries à héros récurrents	185	159	90	155
collections	22	9	ns	0
mini-séries	53	59	60	76
dont 52 minutes	163	155	121	195
dont 26 minutes	23	67	108	198
dont format court	60	56	72	167

#### investissements des chaînes

En 2005, les chaînes hertziennes nationales commandent 844 heures de fiction, contre 665 heures en 2004. Elles couvrent 98,9 % des apports de l'ensemble des diffuseurs dans la fiction. La baisse du coût horaire moyen de leurs programmes (-14,7 %) est plus prononcée que celle de leur apport horaire moyen (-10,4 %). En 2005, les chaînes hertziennes financent leurs programmes à hauteur de 69,8 % des devis, contre 66,5 % en 2004.

#### les chaînes publiques

Les chaînes publiques commandent 516 heures, soit 127 heures de plus qu'en 2004. Elles financent désormais 50,2 % de l'ensemble des apports des diffuseurs (55,9 % en 2004).

La hausse des volumes est en grande partie imputable à France 3 dont le volume horaire commandé progresse de 78,8 %. Cette augmentation est le fruit de la mise en production des 390 épisodes de la deuxième saison du feuilleton *Plus belle la vie* (Rendez-vous Production / Telfrance). Avec un taux de financement de 76,8 %, France 3 continue de s'imposer comme le diffuseur qui finance le mieux ses programmes de fiction.

France 2 contribue également à la croissance du volume de fiction commandé par les chaînes publiques. Son niveau d'activité progresse de 12,9 % en volume (+27 heures). En revanche, la chaîne réduit ses investissements dans la fiction (-3,3 %). Il en résulte un repli sensible de son

apport horaire (-14,2 %). Toutefois, la diminution du coût horaire de ses fictions (-14,9 %) implique une légère progression de son taux de financement.

Pour la première fois de son existence, France 5 atteste d'un niveau de commande de fiction significatif en 2005 (24 heures, contre moins d'une heure en 2004). Ses investissements s'élèvent ainsi à 1,5 M€, contre 0,1 M€ en 2004.

En revanche, l'activité d'Arte sur le segment de la fiction se contracte, tant en volume (-58,3 %) qu'en valeur (-48,3 %). Cette forte diminution souligne notamment l'arrêt de la série *Vénus et Apollon* qui représentait près de 11 heures de programmes en 2004.

### les chaînes privées

En 2005, le volume de commandes et le niveau d'investissements des chaînes privées augmentent respectivement de 18,8 % et 27,8 %. TF1 conserve son rang de première chaîne en termes d'investissement. Malgré une baisse prononcée en 2005 (-18,9 %), le coût horaire moyen de ses programmes reste le plus élevé. Toutefois, la diminution de son apport horaire étant plus modérée (-15,4 %), le taux de financement de la chaîne progresse de 3,1 points.

Si les apports financiers de M6 augmentent significativement (+49,2 %), son volume de commandes fléchit (-13,4 %). Il en résulte une croissance importante de son apport horaire (+72,3 %). Cette évolution contrastée illustre l'orientation de la chaîne vers des programmes unitaires lourds comme *Alice et Charlie* (Rendez-vous Production), *les Tricheurs* (BB Films) et *On ne prête qu'aux riches* (A la vie Productions). De fait, le coût horaire moyen des fictions commandées par M6 augmente de 50,8 %.

L'année 2005 confirme le repositionnement de Canal+ sur la fiction. Si son volume de commandes augmente sensiblement (+15,8 %), ses investissements sont en forte croissance (+78,0 %). Le coût horaire poursuit sa progression (+49,2 %), la chaîne confirmant son orientation vers des programmes unitaires lourds de première partie de soirée. Elle a ainsi mis en production deux fictions politiques *le Rainbow Warrior* (Scarlett Production) et *le S.A.C* (Capa Drama), ainsi qu'une nouvelle série policière, *Engrenages* (Son et lumière).

### les chaînes locales

En 2005, les investissements des 8 chaînes locales actives sur le segment de la fiction (10 en 2004) sont stables à 0,4 M€. Toutefois, la durée totale de leurs commandes régresse de 13 à 9 heures, essentiellement dans des séries de format court.

En tant que premier diffuseur, Antilles TV apporte 141 780 € pour 1 heure de programme (*Chez Rose* / Madiana Productions) ; Eclair TV investit 140 000 € pour deux fictions unitaires de 26 minutes (*la Grève* et *le Négropolitain* / Bicéphale Production) ; Antenne Réunion finance 5 heures de la série *Nout Vi* (Hémisphère Sud) à hauteur de 60 000 € ; RTV (Rombas Télévision) apporte 30 000 € pour 2 heures de la série *l'Ascenseur* (Evasion en vidéo).

### les chaînes thématiques

En 2005, 17 chaînes thématiques investissent dans des fictions déclinées exclusivement en séries. Leur niveau de commande, en tant que premier diffuseur, s'accroît fortement, passant de 34 heures en 2004 à 65 heures en 2005. Leurs investissements quadruplent quasiment pour atteindre 4,7 M€ en 2005, soit un apport horaire moyen en hausse à 54 200 € (+80,0 %).

En 2005, Comédie ! s'impose comme la chaîne thématique la plus active en fiction. Ses investissements s'élèvent à 1 620 900 € pour 23 heures de programmes (en tant que premier diffuseur), dont une série de 40 minutes (*la Téléose* / FBH / 3 feuilles productions) et une série de format court (*Git Com* / De père en fils production). Elle est suivie par Canal J qui investit 557 000 € pour 14 heures (en tant que premier diffuseur) réparties en deux séries de 26 minutes : *les Nouvelles Vacances d'Olive et Vanessa* (Aubes Productions) et *A vos souhaits* (Moi j'aime la télé). Vient ensuite Canal Jimmy qui apporte 300 000 € (en tant que premier diffuseur) pour les six épisodes de 26 minutes de la série *Sable noir* (Cartel Productions).

## ENGAGEMENTS FINANCIERS DES DIFFUSEURS DANS LA FICTION

	2001		2002		2003		2004		2005	
	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%
France 2	116,1	30,7	128,1	30,4	124,0	32,6	139,0	33,5	134,4	28,2
France 3	49,7	13,2	60,0	14,2	75,9	19,9	72,7	17,5	92,7	19,5
France 4	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1	0,0
Arte	13,8	3,7	20,3	4,8	15,3	4,0	20,5	4,9	10,6	2,2
France 5	0,6	0,2	0,2	0,0	0,1	0,0	0,1	0,0	1,5	0,3
chaînes publiques	<b>180,2</b>	<b>47,7</b>	<b>208,6</b>	<b>49,4</b>	<b>215,3</b>	<b>56,6</b>	<b>232,3</b>	<b>55,9</b>	<b>239,3</b>	<b>50,2</b>
TF1	156,1	41,3	174,6	41,4	141,4	37,1	143,2	34,5	171,5	36,0
M6	31,4	8,3	33,1	7,8	16,8	4,4	26,3	6,3	39,3	8,3
Canal+	8,9	2,4	3,3	0,8	2,1	0,6	11,8	2,8	21,0	4,4
chaînes privées	<b>196,4</b>	<b>52,0</b>	<b>211,0</b>	<b>50,0</b>	<b>160,3</b>	<b>42,1</b>	<b>181,3</b>	<b>43,6</b>	<b>231,8</b>	<b>48,7</b>
total chaînes hertziennes	<b>376,6</b>	<b>99,7</b>	<b>419,6</b>	<b>99,5</b>	<b>375,6</b>	<b>98,7</b>	<b>413,6</b>	<b>99,5</b>	<b>471,1</b>	<b>98,9</b>
chaînes thématiques	0,9	0,2	1,4	0,3	4,1	1,1	1,2	0,3	4,7	1,0
chaînes locales	0,2	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1	0,4	0,1
autres	0,2	0,1	0,5	0,1	0,6	0,2	0,3	0,1	0,0	0,0
total	<b>377,9</b>	<b>100,0</b>	<b>421,9</b>	<b>100,0</b>	<b>380,7</b>	<b>100,0</b>	<b>415,5</b>	<b>100,0</b>	<b>476,2</b>	<b>100,0</b>

## PRODUCTION AIDÉE DE FICTION (HEURES)

	2003		2004		2005	
	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	tous rangs	tous rangs
France 2	216	209	236	236	239	239
France 3	107	132	236	236	238	238
France 4	-	-	0	0	10	10
France 5	1	ns	24	24	25	25
Arte	32	48	20	20	32	32
chaînes publiques	<b>356</b>	<b>389</b>	<b>516</b>	<b>516</b>	-	-
TF1	178	146	206	206	210	210
M6	62	97	84	84	84	84
Canal+	8	33	38	38	38	38
chaînes privées	<b>248</b>	<b>276</b>	<b>328</b>	<b>328</b>	-	-
total chaînes hertziennes	<b>604</b>	<b>665</b>	<b>844</b>	<b>844</b>	-	-
chaînes thématiques	41	34	65	65	152	152
chaînes locales	7	13	9	9	11	11
autres	14	9	0	0	3	3
total	<b>667</b>	<b>721</b>	<b>918</b>	<b>918</b>	-	-

## COÛT ET APPORT HORAIRE SELON LES DIFFUSEURS DANS LA FICTION\*

	coût horaire (milliers €)		apport horaire (milliers €)		taux de financement (%)	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
France 2	1050,9	894,4	662,1	567,9	63,0	63,5
France 3	736,8	510,9	543,0	392,4	73,7	76,8
France 4	-	ns	-	ns	-	-
France 5	0,0	153,9	0,0	59,3	-	38,5
Arte	822,7	812,1	418,1	430,4	50,8	53,0
chaînes publiques	<b>916,2</b>	<b>681,4</b>	<b>591,6</b>	<b>458,6</b>	<b>64,6</b>	<b>67,3</b>
TF1	1337,4	1085,2	980,9	829,6	73,3	76,4
M6	519,1	783,0	271,5	467,8	52,3	59,7
Canal+	513,1	765,8	357,8	553,4	69,7	72,3
chaînes privées	<b>951,3</b>	<b>970,8</b>	<b>657,1</b>	<b>705,0</b>	<b>69,1</b>	<b>72,6</b>
total chaînes hertziennes	<b>930,7</b>	<b>793,9</b>	<b>618,8</b>	<b>554,4</b>	<b>66,5</b>	<b>69,8</b>
chaînes thématiques	123,5	186,6	30,1	54,2	24,4	29,0
chaînes locales	137,2	154,3	28,9	41,3	21,1	26,8
autres	39,8	0,0	1,1	0,0	2,8	-
total	<b>867,2</b>	<b>744,6</b>	<b>572,7</b>	<b>513,9</b>	<b>66,0</b>	<b>69,0</b>

\*en tant que premier diffuseur

## DOCUMENTAIRE

### financement

En 2005, 2 066 heures de documentaire bénéficient de l'aide du compte de soutien, soit 8,4 % de moins qu'en 2004. La part du genre dans l'ensemble des heures aidées continue de baisser. Elle se situe à 51,9 %, contre 57,4 % en 2004. Le documentaire capte 33,4 % des subventions versées par le COSIP, contre 35,0 % en 2004.

Les devis des documentaires se réduisent de 5,6 % pour s'établir à 314,0 M€. Leur coût horaire moyen continue de progresser (+3,1 %) pour atteindre 0,15 M€ en 2005.

92,2 % des financements du documentaire proviennent de capitaux français. En dépit d'une baisse de leurs investissements (-3,7 %), le poids des diffuseurs dans le total des devis progresse pour atteindre 44,4 % (43,5 % en 2004). Leur apport horaire moyen en tant que premier diffuseur est également en hausse (+4,5 %). La part du COSIP dans le financement du documentaire reste stable à 19,9 %.

Après un repli sensible en 2004 (-16,1 %), les apports étrangers sont stables en 2005 à 24,3 M€.

54 heures de documentaires correspondent à des programmes minoritaires français. Ils captent 10,0 M€ de financements étrangers pour un devis global de 15,5 M€. Sur ces programmes, le COSIP apporte 1,3 M€, soit 8,8 % des devis.

Les coproductions majoritaires françaises représentent 334 heures. Les investissements étrangers s'élèvent à 14,4 M€, soit 17,3 % des devis. Le partenaire privilégié reste le Canada qui apporte 4,0 M€. Il est suivi par la Belgique (2,5 M€), les Etats-Unis (2,4 M€), l'Allemagne et le Royaume-Uni (1,2 M€ chacun).

Les préventes à l'étranger atteignent 6,7 M€ en 2005 (-23,1 %) pour 170 heures de programmes. Les acheteurs privilégiés sont le Canada (1,2 M€), le Royaume-Uni (0,9 M€) et la Belgique (0,7 M€).

### FINANCEMENT DU DOCUMENTAIRE (M€)

	2001	2002	2003	2004	2005
producteurs français	61,7	58,4	65,5	63,5	56,7
préventes en France	5,0	5,4	5,3	5,4	4,2
diffuseurs	138,5	162,4	139,1	144,6	139,2
COSIP	67,0	79,5	64,4	65,4	62,4
autres	28,4	32,5	30,1	29,1	27,1
financements français	<b>300,6</b>	<b>338,2</b>	<b>304,5</b>	<b>308,0</b>	<b>289,6</b>
coproductions étrangères	10,9	21,6	22,2	15,9	17,7
préventes à l'étranger	7,0	8,4	7,0	8,7	6,7
financements étrangers	<b>17,8</b>	<b>29,9</b>	<b>29,2</b>	<b>24,5</b>	<b>24,3</b>
total des financements	<b>318,4</b>	<b>368,1</b>	<b>333,6</b>	<b>332,6</b>	<b>314,0</b>

### investissements des chaînes

En 2005, les chaînes hertziennes nationales commandent 1 263 heures de documentaires. Elles financent leurs programmes à hauteur de 46,0 % des devis.

#### les chaînes publiques

En tant que premier diffuseur, l'activité des chaînes publiques est stable en 2005. En revanche, leurs investissements progressent de 3,1 %. Elles financent désormais près de 70,0 % des apports de l'ensemble des diffuseurs dans le documentaire (64,9 % en 2004).

Talonnée par France 5 (Arte en 2004), France 3 (y compris France 3 Régions) demeure la première chaîne de service public dans le documentaire. Elle couvre 22,9 % des apports des diffuseurs sur le genre.

#### les chaînes privées

Les investissements des chaînes privées dans le documentaire sont stables, le volume produit augmentant de 35,7 %. L'apport horaire moyen diminue en conséquence (-26,8 %). Le

fléchissement du coût horaire moyen de 16,8 % implique un repli de 7,2 points du taux de financement.

#### les chaînes locales

En 2005, les télévisions locales investissent 6,1 M€ dans la production de documentaires, dont 4,7 M€ proviennent d'apports en industrie. L'activité des chaînes locales ne représente plus que 7,6 % de l'ensemble des heures produites et 4,4 % des financements de l'ensemble des diffuseurs. Toutes diffusions confondues, elles participent à 10,2 % des heures produites.

En 2005, 32 chaînes locales financent des documentaires (36 en 2004). La chaîne la plus active est Cityzen TV avec un apport global de 0,80 M€ pour 26 heures commandées en tant que premier diffuseur (32 heures en 2004). Suivent Télésonne avec 0,58 M€ investis pour 22 heures en tant que premier diffuseur (19 heures en 2004), Canal Antilles avec 0,54 M € pour 14 heures en tant que deuxième et troisième diffuseur (3 heures en 2004) et Images Plus Epinal avec 0,35 M€ pour 16 heures en tant que premier diffuseur (22 heures en 2004).

#### les chaînes thématiques

Les investissements des chaînes thématiques dans le documentaire diminuent de 16,3 % pour s'établir à 15,9 M€ (19,0 M€ en 2004). Le volume commandé recule de 8,7 % à 617 heures (676 heures en 2004). Les chaînes thématiques totalisent 29,9 % de l'ensemble des heures commandées par les diffuseurs et 11,4 % des investissements (respectivement 30,0 % des heures et 13,1 % des investissements en 2004).

En 2005, 44 chaînes financent au moins un documentaire (48 en 2004). Les cinq premières chaînes en termes d'investissements sont Voyage, Equidia France Courses, Planète, Seasons et CinéCinéma. Elles concentrent 44,2 % des apports des chaînes thématiques dans le documentaire. Voyage est la chaîne thématique la plus dynamique en termes d'investissement avec 1,7 M€ pour un total de 67 heures dont 56 en tant que premier diffuseur (1,7 M€ pour 79 heures dont 53 en tant que premier diffuseur en 2004). Elle est suivie par la chaîne Equidia France Courses qui apporte 1,7 M€ pour 68 heures dont 64 heures en tant que premier diffuseur (1,4 M€ pour 60 heures dont 55 en tant que premier diffuseur en 2004).

### **ENGAGEMENTS FINANCIERS DES DIFFUSEURS DANS LE DOCUMENTAIRE**

	2001		2002		2003		2004		2005	
	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%
France 2	9,9	7,1	9,9	6,1	8,2	5,9	10,3	7,1	13,9	10,0
France 3	32,2	23,2	29,9	18,4	29,6	21,3	31,5	21,8	31,9	22,9
France 4	-	-	-	-	-	-	-	-	2,2	1,6
France 5	21,6	15,6	25,0	15,4	22,0	15,8	21,0	14,5	22,9	16,5
Arte	23,8	17,2	26,4	16,3	23,0	16,5	31,0	21,4	25,8	18,5
chaînes publiques	<b>87,6</b>	<b>63,2</b>	<b>91,2</b>	<b>56,2</b>	<b>82,8</b>	<b>59,5</b>	<b>93,9</b>	<b>64,9</b>	<b>96,8</b>	<b>69,5</b>
TF1	3,4	2,5	19,6	12,1	8,3	6,0	8,5	5,9	5,1	3,7
M6	8,1	5,8	6,2	3,8	7,3	5,2	4,3	3,0	8,2	5,9
Canal+	4,0	2,9	4,9	3,0	5,3	3,8	6,3	4,4	5,6	4,0
chaînes privées	<b>15,5</b>	<b>11,2</b>	<b>30,7</b>	<b>18,9</b>	<b>20,8</b>	<b>15,0</b>	<b>19,1</b>	<b>13,2</b>	<b>19,0</b>	<b>13,6</b>
total chaînes hertziennes	<b>103,1</b>	<b>74,4</b>	<b>121,8</b>	<b>75,0</b>	<b>103,6</b>	<b>74,5</b>	<b>112,9</b>	<b>78,1</b>	<b>115,7</b>	<b>83,1</b>
chaînes thématiques	22,2	16,0	23,5	14,5	21,3	15,3	19,0	13,1	15,9	11,4
chaînes locales	9,3	6,7	13,8	8,5	11,2	8,1	9,4	6,5	6,1	4,5
autres	4,0	2,9	3,3	2,0	3,0	2,2	3,3	2,3	1,5	1,1
total	<b>138,5</b>	<b>100,0</b>	<b>162,4</b>	<b>100,0</b>	<b>139,1</b>	<b>100,0</b>	<b>144,6</b>	<b>100,0</b>	<b>139,2</b>	<b>100,0</b>

## PRODUCTION AIDÉE DE DOCUMENTAIRE (HEURES)

	2003	2004	2005	
	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	tous rangs
France 2	93	112	112	121
France 3	365	384	370	417
France 4	-	-	59	60
France 5	304	262	267	289
Arte	263	315	265	283
chaînes publiques	<b>1 025</b>	<b>1 073</b>	<b>1 073</b>	-
TF1	65	42	64	68
M6	69	41	71	71
Canal+	47	57	55	55
chaînes privées	<b>181</b>	<b>140</b>	<b>190</b>	-
total chaînes hertziennes	<b>1 206</b>	<b>1 213</b>	<b>1 263</b>	-
chaînes thématiques	709	676	617	896
chaînes locales	447	288	157	261
autres	104	79	29	48
total	<b>2 466</b>	<b>2 256</b>	<b>2 066</b>	-

## COÛT ET APPORT HORAIRE SELON LES DIFFUSEURS DANS LE DOCUMENTAIRE\*

	coût horaire (milliers €)		apport horaire (milliers €)		taux de financement (%)	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
	France 2	211,9	254,3	89,0	120,7	42,0
France 3	172,8	181,5	78,6	82,7	45,5	45,6
France 4	-	63,3	-	36,3	-	57,3
France 5	174,7	188,1	74,8	82,8	42,8	44,0
Arte	226,6	223,5	97,3	95,8	42,9	42,9
chaînes publiques	<b>193,2</b>	<b>194,6</b>	<b>84,3</b>	<b>87,4</b>	<b>43,6</b>	<b>44,9</b>
TF1	270,3	147,9	201,2	77,0	74,4	52,1
M6	175,3	181,9	105,1	116,1	60,0	63,8
Canal +	235,3	249,4	108,4	102,4	46,1	41,1
chaînes privées	<b>228,3</b>	<b>190,0</b>	<b>135,3</b>	<b>99,0</b>	<b>59,3</b>	<b>52,1</b>
total chaînes hertziennes	<b>197,2</b>	<b>193,9</b>	<b>90,2</b>	<b>89,1</b>	<b>45,7</b>	<b>46,0</b>
chaînes thématiques	83,8	80,6	25,9	22,2	30,9	27,5
chaînes locales	96,0	98,4	28,0	25,9	29,2	26,3
autres	114,4	131,9	30,8	38,4	26,9	29,1
total	<b>147,4</b>	<b>152,0</b>	<b>60,9</b>	<b>63,6</b>	<b>41,3</b>	<b>41,8</b>

\*en tant que premier diffuseur

## ANIMATION

### financement

Le volume d'animation produit en 2005 diminue de 18,8 % pour atteindre 268 heures. En baisse de 20,3 %, les devis s'élèvent à 154,9 M€. Cette évolution reflète la récurrence des cycles de production des œuvres d'animation. La part de l'animation dans le total des heures aidées se contracte pour atteindre 6,7 %, contre 8,4 % en 2004. Le coût horaire moyen des œuvres d'animation recule de 1,9 %.

Les financements français diminuent de 21,8 % pour atteindre 103,2 M€. Après leur forte progression en 2004, les apports des producteurs retombent à 25,6 M€, soit une baisse de 37,2 %. Dans ce contexte, le poids des diffuseurs dans le financement des œuvres d'animation progresse. En 2005, ils financent 25,6 % des devis, contre 24,5 % en 2004. Ils couvrent ainsi 38,5 % des financements français (36,1 % en 2004). Après un niveau record en 2004, le montant du COSIP distribué aux œuvres d'animation régresse en 2005 (-13,9 %). Néanmoins, son poids dans le financement s'améliore (16,0 % en 2005, contre 14,8 % en 2004). Le repli des financements étrangers est plus modéré (-17,2 %).

Les coproductions totalisent 224 heures de programmes, soit 83,6 % de l'ensemble des heures d'animation. Parmi ces programmes, 51 heures correspondent à des œuvres minoritaires françaises, soit 22,8 % des coproductions (69 heures, soit 23,4 % des coproductions en 2004).

Le coût horaire moyen des œuvres de coproduction avec l'étranger poursuit sa baisse (-1,1 %) pour s'élever à 0,61 M€, contre 0,62 M€ en 2004. Les coproductions minoritaires françaises présentent un coût horaire égal à 0,70 M€, celui des coproductions majoritaires françaises atteint 0,58 M€.

Sur les coproductions, les apports du COSIP reculent de 26,6 % pour s'élever à 19,0 M€. Cependant, son taux de participation aux devis (13,9 %) reste proche de celui de 2004 (14,2 %). Dans le cas des coproductions minoritaires françaises, 4,0 M€ sont versés par le COSIP (4,9 M€ en 2004) pour un apport horaire moyen en légère augmentation (0,08 M€ en 2005, contre 0,07 M€ en 2004). Le COSIP attribue 15,0 M€ aux coproductions majoritaires françaises (20,9 M€ en 2004), soit 0,087 M€ par heure (0,093 M€ en 2004).

En vertu de l'accord conclu en 1985 entre les gouvernements canadien et français, le Canada demeure le partenaire privilégié de la France pour la coproduction de programmes d'animation : il apporte 10,5 M€ pour 81 heures de programmes parmi lesquelles 71 heures sont d'initiative française et 10 heures correspondent à des coproductions majoritairement étrangères (le Canada étant minoritaire sur tous les programmes).

Les préventes à l'étranger sont en légère augmentation (+1,7 %). En 2005, leur part dans les devis retrouve un niveau proche de ceux de 2002 et 2003 (14,1 %, contre 11,1 % en 2004).

### FINANCEMENT DE L'ANIMATION (M€)

	2001	2002	2003	2004	2005
producteurs français	29,4	27,9	17,5	40,8	25,6
préventes en France	6,6	9,5	3,0	6,8	8,4
diffuseurs	41,2	30,4	27,6	47,6	39,7
COSIP	27,6	18,9	18,2	28,7	24,7
autres	9,0	5,1	6,8	8,0	4,8
financements français	<b>113,9</b>	<b>91,9</b>	<b>73,0</b>	<b>132,0</b>	<b>103,2</b>
coproductions étrangères	53,1	51,2	36,7	40,9	29,8
préventes à l'étranger	42,2	24,3	18,9	21,5	21,9
financements étrangers	<b>95,4</b>	<b>75,5</b>	<b>55,6</b>	<b>62,4</b>	<b>51,7</b>
total des financements	<b>209,2</b>	<b>167,4</b>	<b>128,6</b>	<b>194,4</b>	<b>154,9</b>

### investissements des chaînes

En 2005, les chaînes hertziennes nationales continuent de mieux financer leurs programmes d'animation : leur apport horaire moyen progresse de 1,6 % pour un taux de financement en augmentation de 1,2 point. Néanmoins, elles réduisent sensiblement leur niveau de commandes : 232 heures d'animation en 2005 (-21,6 %) pour un investissement total de 34,6 M€ (-14,8 %).

148 heures et 24 minutes de programmes d'animation font l'objet d'un cofinancement par les chaînes hertziennes et les chaînes thématiques en 2005.

#### les chaînes publiques

En 2005, le volume commandé par les chaînes publiques diminue de 80 heures. De même, leurs investissements se contractent de 40,9 %. Leur apport horaire moyen est donc stable à 0,13 M€ pour des programmes légèrement moins coûteux qu'en 2004 (-1,3 %).

Malgré une réduction de son volume de commandes (-70 heures), France 3 conserve sa place de première chaîne partenaire de l'animation. Toutefois, elle se situe désormais au deuxième rang des investisseurs (9,1 M€) derrière TF1 (10,8 M€). Elle coproduit deux programmes avec Canal J pour 21 heures, deux autres avec Jetix pour 20 heures, 5 heures avec Télétoon et 2 heures avec Disney Channel.

#### les chaînes privées

Les chaînes privées connaissent une forte progression de leur volume horaire (+16,5 %) et de leurs investissements (+36,8 %). Leur apport horaire moyen augmente de 2,2 % par rapport à 2004, tandis que le coût horaire de leurs programmes diminue de 5,3 %.

TF1 commande 57 heures de programmes d'animation, soit 28,8 % de moins qu'en 2004. Toutefois, son apport horaire moyen progresse de 21,8 % pour s'établir à 0,18 M€. La chaîne



couvre désormais 33,2 % de ses devis, contre 25,6 % en 2004. Elle coproduit quatre programmes avec Télétoon pour 21 heures et un avec Disney Channel (5 heures).

M6 renoue avec des niveaux de commande plus élevés en finançant 41 heures de programmes (17 heures en 2004) pour un montant de 6,4 M€ (1,5 M€ en 2004). La chaîne continue d'améliorer son apport horaire (+14,8 %) sur des programmes plus coûteux (+2,9 %). Elle coproduit deux programmes avec Canal J (20 heures), deux avec Disney Channel (20 heures) et un avec Télétoon (10 heures). Sur ces programmes, M6 apporte, en moyenne, 104 360 € par heure.

### les chaînes thématiques

Tous rangs de diffusion confondus, les chaînes thématiques financent 12,9 % de l'ensemble des apports des diffuseurs en animation et participent à 13,4 % du volume. Si leurs investissements fléchissent (-7,3 %), le volume commandé augmente de 80,0 %. Leur taux de financement des devis, en tant que premier diffuseur, passe de 22,1 % en 2004 à 6,6 % en 2005.

Le COSIP versé aux œuvres d'animation ayant obtenu un financement de la part des chaînes thématiques s'élève à 2,0 M€, contre 1,5 M€ en 2004. Les apports étrangers sur les œuvres financées conjointement par les chaînes thématiques et les chaînes hertziennes nationales se réduisent de 6,3 % (34,2 M€, contre 36,5 M€ en 2004). 18,5 M€ sont issus de coproductions étrangères (22,5 M€ en 2004) et 15,6 M€ de préventes à l'étranger (14,0 M€ en 2004).

Tous rangs de diffusion confondus, Canal J demeure la première chaîne thématique avec 1,7 M€ investis (2,4 M€ en 2004) pour 59 heures (77 heures en 2004). La chaîne est le diffuseur unique de deux œuvres totalisant 1 heure de programme : *Parker et Badger* (1x52') produite par Dupuis Audiovisuel et *Cosmobob & Lady B* produite par Cyber Group Europe (1x7'). Par ailleurs, elle coproduit 10 heures de programme avec France 2 (*Jet Groove* (26x24') produit par Method Films), 21 heures avec France 3 (*Code Lyoko* saison 2 (26x24') produit par Moonscoop et *Hairy Scary* (52x12') produit par Alphanim), 1 heure avec Canal+ (*les Devinettes de Reinette* (26x3') produit par Double Mètre Animation), 6 heures avec France 5 (*Samsam* (52x6'50'') produit par Bayard Jeunesse Animation) et 20 heures avec M6 (*Kid Paddle n°2* (52x13') produit par Dupuis Audiovisuel et *Martin Mystère n°3* (26x24') produit par Marathon Animation).

Jetix apporte 1,2 M€, pour 20 heures de programmes. Elle coproduit deux programmes avec France 3 : *Witch Saison 2* (26x22') produit par Sip Animation et *l'Ecole des Shurikens* (26x24') produit par Xilam Animation.

Télétoon coproduit 37 heures d'animation. Quatre programmes font l'objet d'une collaboration avec TF1 : *Prudence Petitpas n°2* (26x24') produit par Les Films de la Perrine, *Petit Wang* (1x26') produit par La fabrique, *Hôtel Bordemer n°2* (26x11'30'') et *L'île à Lili* (23x13'), tous deux produits par Télé Images Kids. Elle coproduit également un programme avec France 2 (*Merlin contre les esprits d'Halloween* (1x26') produit par Les Films de l'Arlequin), un programme avec France 3 (*Martin Matin n°2* (26x12') produit par Les Cartooners Associés) et un avec M6 (*Atomic Betty n°2* (52x11') produit par Télé Images Kids). Ses investissements s'élèvent à 1,0 M€.

Disney Channel cofinance ses programmes à hauteur de 0,6 M€ avec TF1 (*la Famille Trompette* (26x11') – Go-N Productions), France 3 (*Drôles de petites bêtes – spéciaux* (4x26') - Ellipsanime) et M6 (*Monster Allergy* (26x22') et *le Vilain Petit Canard et moi* (26x24') - Futurikon).

## ENGAGEMENTS FINANCIERS DES DIFFUSEURS DANS L'ANIMATION

	2001		2002		2003		2004		2005	
	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%	M€	%
France 2	3,5	8,5	1,9	6,3	0,7	2,5	4,3	9,0	3,4	8,6
France 3	12,0	29,1	12,0	39,5	8,0	29,0	19,3	40,5	9,1	22,9
France 4	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0	0,0
France 5	1,1	2,7	2,1	6,9	1,9	6,9	3,4	7,1	3,3	8,3
Arte	0,6	1,5	0,0	0,0	0,4	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0
chaînes publiques	<b>17,2</b>	<b>41,7</b>	<b>16,0</b>	<b>52,6</b>	<b>10,9</b>	<b>39,5</b>	<b>26,9</b>	<b>56,4</b>	<b>15,9</b>	<b>39,8</b>
TF1	9,2	22,3	6,6	21,7	8,5	30,8	12,0	25,2	10,8	27,2
M6	9,5	23,1	3,6	11,8	4,2	15,2	1,5	3,1	6,4	16,1
Canal+	1,2	2,9	0,1	0,3	0,0	0,0	0,2	0,4	1,5	3,8
chaînes privées	<b>19,9</b>	<b>48,3</b>	<b>10,2</b>	<b>33,6</b>	<b>12,7</b>	<b>46,0</b>	<b>13,7</b>	<b>28,7</b>	<b>18,7</b>	<b>47,1</b>
total chaînes hertziennes	<b>37,1</b>	<b>90,0</b>	<b>26,2</b>	<b>86,2</b>	<b>23,6</b>	<b>85,5</b>	<b>40,6</b>	<b>85,1</b>	<b>34,6</b>	<b>87,2</b>
chaînes thématiques	4,0	9,7	4,0	13,2	3,9	14,1	5,5	11,5	5,1	12,8
chaînes locales	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0
autres	0,0	0,0	0,1	0,3	-	-	1,5	3,1	0,0	0,0
total	<b>41,2</b>	<b>100,0</b>	<b>30,4</b>	<b>100,0</b>	<b>27,6</b>	<b>100,0</b>	<b>47,7</b>	<b>100,0</b>	<b>39,7</b>	<b>100,0</b>

## PRODUCTION AIDÉE D'ANIMATION (HEURES)

	2003		2004		2005	
	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	1 <sup>er</sup> diffuseur	tous rangs	tous rangs
France 2	6	27	21	27	27	27
France 3	42	136	66	65	65	65
France 4	-	-	0	0	0	0
France 5	24	36	32	32	32	32
Arte	2	0	1	0	0	0
chaînes publiques	<b>74</b>	<b>199</b>	<b>119</b>	-	-	-
TF1	47	80	57	67	67	67
M6	47	17	41	61	61	61
Canal+	1	0	15	15	15	15
chaînes privées	<b>95</b>	<b>97</b>	<b>113</b>	-	-	-
total chaînes hertziennes	<b>169</b>	<b>296</b>	<b>232</b>	-	-	-
chaînes thématiques	38	20	36	160	160	160
chaînes locales	1	0	0	0	0	0
autres	0	14	0	0	0	0
total	<b>208</b>	<b>330</b>	<b>268</b>	-	-	-

## COÛT ET APPORT HORAIRE SELON LES DIFFUSEURS DANS L'ANIMATION\*

	coût horaire (milliers €)		apport horaire (milliers €)		taux de financement (%)	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
France 2	609,6	566,0	137,6	152,9	22,6	27,0
France 3	644,6	660,9	141,5	139,0	22,0	21,0
France 4	-	0,0	-	0,0	-	-
France 5	473,9	506,3	94,7	103,7	20,0	20,5
Arte	0,0	366,0	0,0	46,0	-	12,6
chaînes publiques	<b>609,0</b>	<b>601,3</b>	<b>132,5</b>	<b>131,6</b>	<b>21,8</b>	<b>21,9</b>
TF1	584,4	549,0	149,8	182,5	25,6	33,2
M6	636,4	655,0	88,5	101,7	13,9	15,5
Canal+	0,0	363,4	0,0	100,0	-	27,5
chaînes privées	<b>594,3</b>	<b>562,8</b>	<b>139,2</b>	<b>142,2</b>	<b>23,4</b>	<b>25,3</b>
total chaînes hertziennes	<b>604,2</b>	<b>582,6</b>	<b>134,7</b>	<b>136,8</b>	<b>22,3</b>	<b>23,5</b>
chaînes thématiques	327,4	547,3	72,5	36,0	22,1	6,6
chaînes locales	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-
autres	638,8	0,0	79,8	0,0	12,5	-
total	<b>589,1</b>	<b>577,8</b>	<b>128,7</b>	<b>123,2</b>	<b>21,8</b>	<b>21,3</b>

\*en tant que premier diffuseur

## **LES PRODUCTEURS DE PROGRAMMES AIDÉS PAR LE CNC**

### **la concentration du secteur**

En 2005, le nombre de producteurs ayant bénéficié du COSIP s'élevé à 674 (703 en 2004) : 491 sociétés produisent des documentaires, 153 des fictions, 43 des œuvres d'animation, 63 des œuvres de spectacle vivant et 42 des magazines.

77 de ces entreprises (72 en 2004), soit 11,4 % des entreprises actives (10,2 % en 2004), concentrent la moitié des heures aidées. Le secteur le moins concentré est celui de l'animation puisque 20,9 % des producteurs totalisent 50,0 % des aides. A l'inverse, avec 7,8 % des producteurs regroupant la moitié des subventions octroyées, la fiction est le genre pour lequel la concentration est la plus prononcée. Ce niveau atteint 9,0 % pour le documentaire, 11,1 % pour le spectacle vivant et 11,9 % pour le magazine.

Les cinq premières entreprises de production totalisent 11,8 % des heures produites en 2005. Il s'agit de Rendez-vous Production (155 heures), Belleville Production (87 heures), Chaballier et Associates Press Agency (80 heures), Marathon (77 heures) et Morgane Production (70 heures).

### **les producteurs en région**

La situation de la production en région est contrastée : les chaînes locales produisent moins d'heures qu'en 2004 (-35,2 %), tandis que les commandes initiées par les antennes régionales de France 3 continuent de progresser (+14,2 %). Toutefois, la part des heures produites en région continue de régresser (-3,1 % par rapport à 2004), sous l'impulsion notamment d'une baisse du volume de commandes des chaînes locales les plus anciennes.

Un producteur est considéré en région si le siège social de l'entreprise se situe hors Ile-de-France.

En 2005, les producteurs installés en région produisent 622 heures (642 heures en 2004), soit 15,5 % du total d'heures aidées. Ils sont au nombre de 164, soit 24,3 % de l'ensemble des producteurs actifs en 2005 (contre 171, soit 24,3 % des entreprises actives en 2004). Ils produisent principalement des documentaires, à raison de 396 heures, soit 63,6 % des heures produites en région (416 heures, soit 64,8 % de la production régionale en 2004).

Le COSIP accorde 187,1 M€ de subventions à l'ensemble des producteurs, dont 18,6 M€ à des producteurs implantés en région (19,0 M€ en 2004 et 23,0 M€ en 2003). En 2005, 70,0 % du volume de la production régionale d'œuvres audiovisuelles aidées par le COSIP provient de cinq régions : Rhône-Alpes (183 heures), Bretagne (118 heures), PACA (56 heures), Aquitaine (47 heures) et Pays de la Loire (32 heures). En dépit de la poursuite de la baisse de son volume d'heures produites (-25,6 % par rapport à 2004), la région Rhône-Alpes demeure la plus active. Elle compte 27 sociétés produisant 183 heures, ce qui représente 29,4 % de la durée totale des programmes aidés hors Ile-de-France, contre 38,3 % en 2004.

# la distribution

**En 2005, 550 films sont distribués en première exclusivité, soit 1,6 % de moins qu'en 2004. Cette baisse est notamment imputable aux films américains (-16 films) et aux documentaires (-20 films).**

## précisions méthodologiques

Sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages inédits en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe ainsi les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale nationale mais également les films inédits exploités commercialement lors d'événements ponctuels (festivals et rétrospectives notamment). Les nombres de copies et les genres qui figurent dans cet article proviennent d'informations relevées dans la presse.

En 2005, une mise à jour complète de la base de données des films sortis en salles a permis de recompter les films sur certaines années et de corriger la nationalité et le classement Art et Essai de certains films.

## UN NOMBRE DE FILMS NOUVEAUX EN LÉGÈRE BAISSÉ

En 2005, 550 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit 9 films de moins qu'en 2004. L'année 2005 reste toutefois à un niveau très élevé. Ce léger recul est essentiellement imputable aux films américains et aux films non européens et non américains dont le nombre diminue respectivement de 16 et 14 films.

Le nombre de films français sortis en salles en première exclusivité se maintient à un niveau très élevé (236 films). Il convient de souligner la progression du nombre de films intégralement français : 141 en 2005, contre 134 en 2004. Le nombre de coproductions baisse légèrement (95 en 2005, contre 104 en 2004).

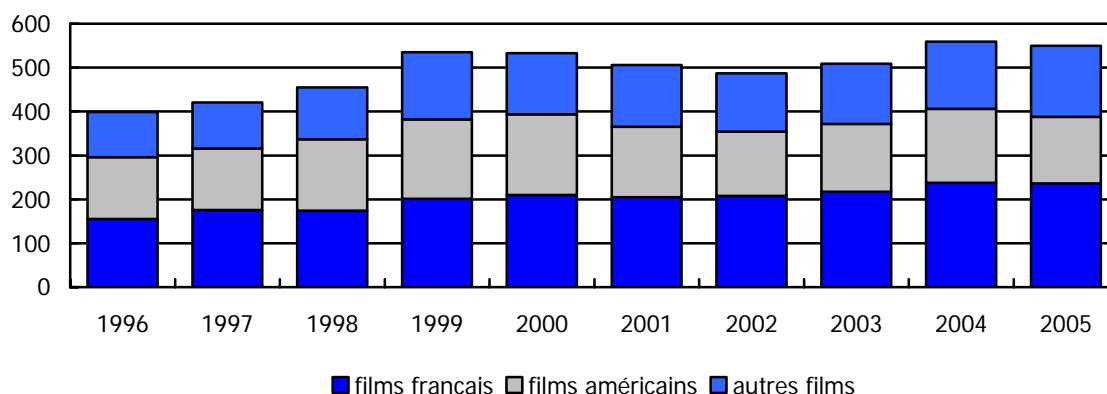
A 104, le nombre de films européens augmente nettement et confirme la tendance amorcée en 2004. Cette hausse reflète une présence accrue des cinématographies britannique, allemande et italienne sur les écrans français : respectivement 35, 16 et 13 films nouveaux en 2005. Par ailleurs, quelques pays européens absents depuis plusieurs années réapparaissent. Ainsi, l'offre de films turcs, qui était de 3 films en 2004 et absente des écrans depuis 2001, s'élève à 5 films en 2005. Dans le même temps, les films finlandais et luxembourgeois, bien que très minoritaires (respectivement 2 films et 1 film), reviennent sur les écrans après 3 ans d'absence.

Le nombre de films d'autres nationalités diminue et notamment les films argentins (-4 films) et chinois (-4 films).

## NOMBRE DE FILMS SORTIS EN PREMIÈRE EXCLUSIVITÉ

	films français	films américains	films européens	autres films	total
1996	155	141	58	45	<b>399</b>
1997	176	140	67	38	<b>421</b>
1998	174	163	92	26	<b>455</b>
1999	201	181	96	57	<b>535</b>
2000	210	184	88	51	<b>533</b>
2001	205	160	81	60	<b>506</b>
2002	208	146	77	56	<b>487</b>
2003	217	155	77	60	<b>509</b>
2004	238	168	81	72	<b>559</b>
2005	236	152	104	58	<b>550</b>

## ÉVOLUTION DU NOMBRE DE FILMS SORTIS EN PREMIÈRE EXCLUSIVITÉ



## NATIONALITÉ DES FILMS SORTIS EN PREMIÈRE EXCLUSIVITÉ EN 2005

	nombre	%
Etats-Unis	152	27,6
France 100%*	141	25,6
France majoritaire*	52	9,5
France minoritaire*	43	7,8
Royaume-Uni	35	6,4
Japon	17	3,1
Allemagne	16	2,9
Italie	13	2,4
Espagne	10	1,8
Corée	9	1,6
Danemark	6	1,1
Turquie	5	0,9
autres nationalités	51	9,3
<b>total</b>	<b>550</b>	<b>100,0</b>

\*Films intégralement, majoritairement ou minoritairement produits par la France.

### 135 copies par film en moyenne

En 2005, les 550 films en première exclusivité sont distribués sur 74 233 copies au total (-2,2 % par rapport à 2004). Un film nouveau sort, en moyenne, dans 135 salles (136 salles en 2004). Les films américains représentent près de 46 % des copies en circulation, contre 39 % pour les films français.

En moyenne, un film français est distribué sur 124 copies, soit quatre de moins qu'en 2004, tandis que le nombre moyen de copies par film pour une œuvre américaine passe de 216 en 2004 à 224 en 2005. Un film européen est distribué, en moyenne, dans 86 salles (84 en 2004) et un film d'autres nationalités dans 36 salles (33 en 2004).

En 2005, 18 films sont distribués sur plus de 600 copies (23 films en 2004) dont 13 films américains, 3 films britanniques et 2 films français. Ils concentrent 18 % des copies en circulation. Parmi ces films, *Harry Potter et la coupe de feu* (britannique), *Star Wars épisode 3 – la revanche des Sith* (américain) et *Chicken Little* (américain) sortent dans plus de 900 salles. 58 films sont présents sur plus de 400 écrans (61 films en 2004). 142 films occupent plus de 200 écrans (135 films en 2004). A l'inverse, 154 films sortent sur une combinaison de sortie restreinte (moins de 10 copies), soit quatre copies par film en moyenne.

59,8 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit 16 films de moins qu'en 2004. En moyenne, ces films sont distribués dans 64 salles (51 en 2004). Dix films Art et Essai sortent sur plus de 400 copies : *la Marche de l'empereur*, *les Noces funèbres*, *Million Dollar Baby*, *les Frères Grimm*, *Sin City*, *Oliver Twist*, *les Poupées russes*, *Wallace et Gromit – le mystère du lapin-garou*, *Charlie et la chocolaterie* et *Aviator*.

En 2005, les 158 nouveaux films français recommandés Art et Essai (66,9 % des films français de l'année) sont distribués dans 67 salles en moyenne. 47 films américains bénéficient également de cette recommandation (30,9 %) et sont édités, en moyenne, sur 104 copies. 74,0 % des nouveaux films européens et 81,0 % des films d'autres nationalités sont recommandés Art et Essai en 2005.

#### FILMS ART ET ESSAI EN PREMIÈRE EXCLUSIVITÉ

	films français	films américains	films européens	autres films	total	% tous films
1996	106	33	45	41	<b>225</b>	56,4
1997	107	39	51	31	<b>228</b>	54,2
1998	114	42	64	20	<b>240</b>	52,7
1999	136	42	71	51	<b>300</b>	56,1
2000	153	45	65	44	<b>307</b>	57,6
2001	151	44	52	49	<b>296</b>	58,5
2002	146	26	63	43	<b>278</b>	57,1
2003	155	34	59	53	<b>301</b>	59,1
2004	168	48	60	69	<b>345</b>	61,7
2005	158	47	77	47	<b>329</b>	59,8

Chaque année, plus de 80 % des films nouveaux bénéficient de visas d'exploitation tous publics. En 2005, 476 films (86,5 %) sont dans ce cas, dont 218 films français (92,4 % des films français) et 124 films américains (81,6 % des films américains). 54 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans. 19 films sont interdits aux moins de 16 ans, dont 4 films français et 5 films américains. En 2005, un film est interdit aux moins de 18 ans (*9 Songs*, film britannique).

#### le nombre de documentaires diminue sensiblement

Bien qu'en nette diminution en 2005, le nombre de documentaires sortis en salles en première exclusivité demeure conséquent : 57 films, contre 77 en 2004. 34 films sont français, 13 sont américains, 8 sont européens et 2 sont d'autres nationalités. Parmi ces documentaires, six traitent de faits historiques (*Après un voyage au Rwanda*, *De Nuremberg à Nuremberg*, ...) et 27 abordent des sujets plus actuels (*Arnold à la conquête de l'Ouest*, *les Protocoles de la rumeur*, ...).

23 films d'animation sortent en 2005. L'animation française est peu représentée, seulement trois films distribués : *Pollux et le manège enchanté*, *Pinocchio le robot* et *Kirikou et les bêtes sauvages*. Neuf films d'animation américains sortent sur les écrans, dont *Madagascar* et *Chicken Little*. Sept films sont européens (quatre britanniques, un allemand, un luxembourgeois et un danois) et quatre sont japonais.

Gébéka Films et UIP sont les premiers distributeurs de films d'animation (quatre films chacun). Gébéka films distribue deux films japonais, un film français et un film allemand. UIP distribue trois films américains et un film britannique.

En 2005, 134 comédies (66 films français et 52 films américains) sont distribuées pour la première fois sur les écrans français. 122 comédies dramatiques sortent, dont 51 films français et 18 films américains. Ces genres sont les mieux représentés dans les salles françaises. A eux seuls, ils constituent 46,5 % des films en première exclusivité.

## GENRES DES FILMS EN PREMIÈRE EXCLUSIVITÉ

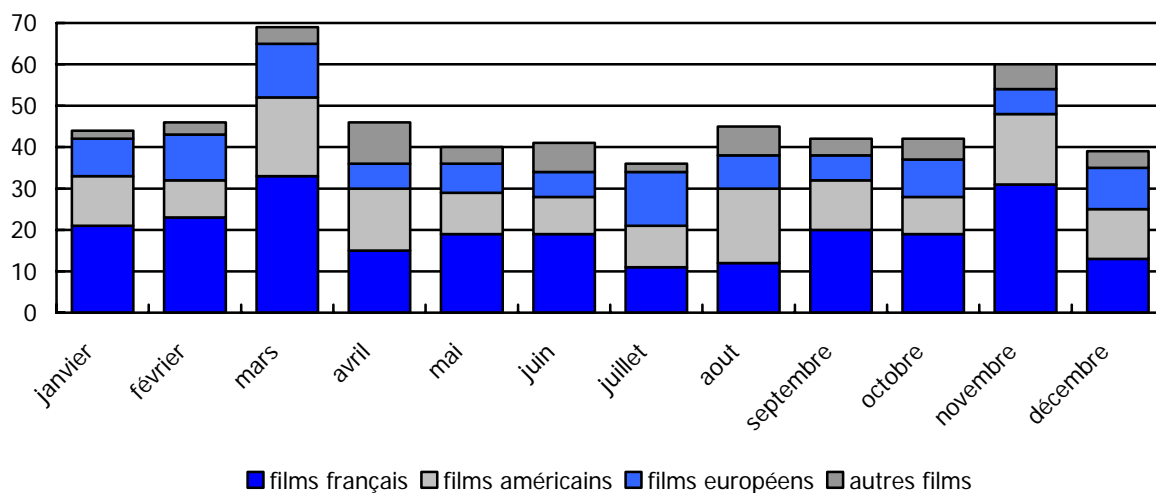
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
animation	10	7	6	19	18	16	21	22	23	23
aventure	35	36	40	27	20	43	32	35	38	38
comédie	102	119	112	164	115	125	105	118	133	134
comédie dramatique	137	119	145	147	171	117	110	111	125	122
documentaire	13	27	25	22	26	37	35	42	77	57
drame	57	61	66	81	89	94	82	88	96	102
fantastique	16	18	21	30	40	25	30	33	27	27
policier	23	29	34	41	41	38	42	45	31	30
divers	6	5	6	4	13	11	30	15	9	17
<b>total</b>	<b>399</b>	<b>421</b>	<b>455</b>	<b>535</b>	<b>533</b>	<b>506</b>	<b>487</b>	<b>509</b>	<b>559</b>	<b>550</b>

### moins de films français l'été

En moyenne, 46 films sortent chaque mois en 2005 (11 films par semaine). Deux mois traduisent une activité plus soutenue : mars (12,5 % de l'ensemble des sorties de l'année, soit 17 films par semaine) et novembre (10,9 % des sorties, soit 15 films par semaine). Juillet et décembre sont les mois où le nombre de sorties cinématographiques est le plus faible : respectivement 9 et 10 films par semaine.

En moyenne, 20 films français sortent par mois en 2005 (5 films par semaine), contre 13 films américains (3 films par semaine). Les distributeurs de films français tentent de nouveau d'étaler au mieux les sorties sur l'ensemble de l'année. En 2005, les films français représentent entre 26,7 % (août) et 51,7 % (novembre) des sorties mensuelles, contre entre 19,6 % (février) et 40,0 % (août) pour les films américains. Comme chaque année, la saison estivale n'est pas propice à la sortie des films français en salles. En effet, juillet (30,6 % de films français) et août (26,7 % de films français) sont les mois où la part des films nationaux est la plus faible.

### NOMBRE MENSUEL DE FILMS SORTIS EN 2005



## UN SECTEUR CONCENTRÉ

### complément d'informations

En juin 2004, Gaumont et Buena Vista International ont rompu le contrat qui les unissait. Buena Vista est devenu une entité indépendante et Gaumont s'est associé à Columbia Tristar. En 2005, la société Mars Distribution, qui assurait la distribution des films de StudioCanal, a été intégrée à cette dernière. StudioCanal assure désormais directement la distribution de ses films. En juin 2005, le contrat qui unissait UGC distribution et 20<sup>th</sup> Century Fox a pris fin et n'a pas été renouvelé. Les deux sociétés distribuent maintenant leurs films séparément. En septembre 2005, TFM distribution, filiale de TF1 et de Miramax, a été dissoute. L'activité de distribution de la société a été reprise par TF1 International.

En 2005, 108 distributeurs participent à la sortie des 550 nouveaux films. 10 d'entre eux assurent la distribution de 39,5 % des films inédits. Gaumont Columbia, UIP, StudioCanal, Metropolitan Filmexport et Pathé en distribuent plus de 20 chacun. Ils totalisent 23,6 % des films diffusés pour la première fois en salles en 2005.

En 2005, Warner Bros reste en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution de *Harry Potter et la coupe de feu* et de *Charlie et la chocolaterie*, entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 12,3 % (15,0 % en 2004).

UIP capte 12,1 % des encaissements distributeurs, notamment grâce à *la Guerre des mondes*, *King Kong* ou encore *Madagascar*.

Plus d'un an après la rupture du contrat entre Gaumont et Buena Vista International, cette dernière s'assure la 3<sup>e</sup> place du classement avec la distribution du *Monde de Narnia – chapitre 1 – le lion, la sorcière blanche et l'armoire magique*, de *Chicken Little* et de *la Marche de l'empereur*.

Pour la première fois depuis la séparation d'avec UGC (ex UFD), 20<sup>th</sup> Century Fox se maintient dans le haut du classement, notamment grâce à la distribution de *Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith*, *les 4 Fantastiques* et *Robots*. De son côté, UGC Distribution disparaît du top 10 et se classe 11<sup>e</sup> avec 3,4 % des encaissements totaux. La société compte au sein de son catalogue quelques films à succès tels que *Joyeux Noël*, *Mon petit doigt m'a dit...*, *De battre mon cœur s'est arrêté*.

TF1 International figure pour la deuxième année consécutive dans le classement des distributeurs (TFM Distribution en 2004). La société capte 8,3 % des encaissements distributeurs en 2005 avec *Brice de Nice*, *Iznogoud* et *Aviator*.

SND fait son entrée à la dixième place. Elle compte notamment dans son catalogue 2005 *Mr & Mrs Smith*, *Vaillant, pigeon de combat* et *Il ne faut jurer de rien*.

En 2004, les dix premiers distributeurs réalisaient 83,1 % de l'ensemble des encaissements. En 2005, ils en captent 78,9 %. Les cinq premiers en représentent 49,6 % (57,4 % en 2004).

## LES 10 PREMIERS DISTRIBUTEURS EN 2005

	part de marché (%)
1 Warner Bros France	12,3
2 UIP	12,1
3 Buena Vista International France	8,6
4 20 <sup>th</sup> Century Fox	8,3
5 TF1 International	8,3
6 Gaumont Columbia	7,6
7 Pathé Distribution	6,8
8 StudioCanal	6,7
9 Metropolitan Filmexport	4,4
10 SND	3,8

(en termes d'encaissements distributeur)

## PROGRESSION DES FRAIS D'ACHATS D'ESPACES PUBLICITAIRES

### précision méthodologique

Les données qui suivent concernent les frais d'édition certifiés (investissements réels) des films agréés par le CNC, dont la part française en production est au moins égale à 30 % et ayant bénéficié de la contribution de Canal+ à la distribution. L'analyse porte sur un échantillon de 284 films français sortis en salles en 2001 (143 films) et 2004 (141 films). Cet échantillon est significatif. En revanche, de par sa construction, il n'est pas représentatif de l'ensemble des films français (exclusion des films ne bénéficiant pas de la contribution Canal+ à la distribution).

Pour effectuer l'analyse des coûts de distribution, les frais d'édition ont été répartis en trois catégories :

- les frais de laboratoires : frais techniques liés au tirage de copies, au stockage et frais liés à la conception et la fabrication du film annonce ;
- l'achat d'espaces publicitaires : affichage, radio, Internet, presse, cinéma, télévision ;



- les coûts de promotion divers qui représentent deux types de dépenses : les dépenses liées aux relations presse et la conception / fabrication du matériel publicitaire.

Les frais d'édition des films agréés de l'échantillon sont stables entre 2001 et 2004 : respectivement 56,65 M€ et 55,09 M€. En 2004, ils se répartissent de la manière suivante : 46 % d'achats d'espaces publicitaires, 32 % de frais de laboratoire et 22 % de frais divers relatifs aux relations presse et à la conception / fabrication du matériel publicitaire. Dans ce contexte de stabilité, les frais d'achats d'espaces publicitaires progressent de 13,5 % au total et de 15,0 % en moyenne par film. En moyenne, les frais d'édition représentent 11 % du devis des films français.

### RÉPARTITION DES COÛTS DE DISTRIBUTION DES FILMS FRANÇAIS

	2001	2004
films	143	141
frais d'édition (M€)	56,65	55,09
dont frais de laboratoire (M€)	19,48	17,78
dont achats d'espaces (M€)	22,42	25,44
dont frais divers (M€)	14,75	11,88
copies	17 062	15 256

base : échantillon de films 2001 (143 films) et 2004 (141 films)

### 326 M€ DE DÉPENSES DE PROMOTION DES FILMS

#### précision méthodologique

L'institut TNS Media Intelligence pige la publicité sur les cinq grands médias : affichage, cinéma, presse, radio et télévision. Depuis 2002, la publicité sur Internet est également pigée. En 2004, l'institut a intégré de nouveaux médias : les médias tactiques. Ces derniers regroupent les supports non conventionnels tels que les voitures ou les tables de bistrots.

Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur les sept médias pigés. Ce sont, par conséquent, des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support.

En 2005, les investissements publicitaires bruts pour la promotion des films s'élèvent à 326 M€, en hausse de 12,0 % par rapport à 2004.

L'affichage est le média qui capte la part la plus importante des investissements totaux (48,6 %). Toutefois, sa part est en nette diminution par rapport à 2004 où elle atteignait 55,2 %. Ce recul bénéficie à Internet qui représente désormais 6,1 % du total, contre 0,8 % en 2004. Aujourd'hui, les distributeurs considèrent ce média comme un véritable support publicitaire. Ainsi, les budgets qui lui sont consacrés sont multipliés par plus de 8 entre 2004 et 2005.

#### INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES SELON LE MÉDIA (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
affichage	79,86	72,38	94,28	121,62	141,73	139,36	160,74	158,46
presse	22,44	26,05	26,88	27,99	30,47	38,24	51,44	61,22
radio	24,01	25,10	24,79	29,82	33,99	38,23	41,46	43,58
cinéma	2,75	5,50	7,27	12,56	19,24	17,34	34,05	41,17
Internet					0,46	1,13	2,38	19,99
télévision	0,00	0,29	1,11	1,21	1,23	0,35	0,63	1,33
média tactique							0,34	0,24
<b>total</b>	<b>129,07</b>	<b>129,31</b>	<b>154,33</b>	<b>193,21</b>	<b>227,12</b>	<b>234,63</b>	<b>291,04</b>	<b>325,99</b>

source : TNS Media Intelligence

Les films français captent un tiers des investissements publicitaires bruts en 2005 (hors publicité groupée), contre plus de la moitié pour les films américains. En moyenne, la promotion d'un film français coûte 356 614 € (318 487 € en 2004) et celle d'un film américain 669 842 € (602 398 € en 2004). Il existe une grande disparité entre les budgets de promotion : l'indice de dispersion varie de 1 à 1 700 pour les films français et de 1 à 1 000 pour les films américains.

## INVESTISSEMENTS PUBLICITAIRES SELON LA NATIONALITÉ (M€)

(M€)	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
films français	19,86	27,90	25,43	46,08	46,96	51,05	73,25	85,94
films américains	65,59	55,33	70,15	80,02	96,64	103,62	121,08	131,29
films européens	7,44	7,99	8,44	11,36	14,05	12,32	20,97	32,13
autres films	0,96	1,63	4,35	6,26	7,82	8,23	9,44	9,12
sous-total	<b>93,85</b>	<b>92,85</b>	<b>108,38</b>	<b>143,72</b>	<b>165,47</b>	<b>175,23</b>	<b>224,75</b>	<b>258,48</b>
publicité groupée*	35,22	36,46	45,95	49,48	61,64	59,40	66,29	67,51
total	<b>129,07</b>	<b>129,31</b>	<b>154,33</b>	<b>193,21</b>	<b>227,12</b>	<b>234,63</b>	<b>291,04</b>	<b>325,99</b>

\*les distributeurs font parfois de la publicité pour un groupe de films  
source : TNS Media Intelligence - CNC

En 2005, 476 films sortis en première exclusivité (soit 86,5 % de l'ensemble des films sortis) ont fait l'objet d'une campagne publicitaire sur au moins un des sept grands médias. L'investissement publicitaire brut total pour ces films atteint 255,1 M€, soit 98,7 % des investissements globaux (hors publicité groupée). Sur ces 255,1 M€, 85,1 M€ sont consacrés à la promotion de 229 films français et 129,3 M€ à celle de 173 films américains.

*Madagascar* prend la tête du classement des films en termes d'investissements publicitaires, suivi de *Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith* et de *Wallace et Gromit - le mystère du lapin-garou*. Deux films français figurent parmi les 20 premiers du classement : *Angel-A* (11<sup>e</sup>) et *Palais royal !* (18<sup>e</sup>).

Quatre films d'animation, trois américains et un britannique, apparaissent dans ce classement : *Madagascar* (1<sup>er</sup>), *Wallace et Gromit - le mystère du lapin garou* (3<sup>e</sup>), *Robots* (8<sup>e</sup>) et *Chicken Little* (10<sup>e</sup>).

# L'exploitation

En 2005, 5 366 salles regroupées dans 2 143 établissements sont actives. Le parc de salles est stable par rapport à 2004 (+0,4 %). La croissance soutenue de la dernière décennie se ralentit. 13 multiplexes ouvrent en 2005, ce qui porte le nombre total de multiplexes actifs à 140. Pour la première fois, les multiplexes concentrent plus de la moitié de la fréquentation (50,6 % des entrées 2005).

## qu'est-ce qu'une salle active ?

Afin de mesurer l'évolution de l'activité des salles de cinéma sur le territoire, le CNC recense, depuis 1992, le nombre annuel de salles actives, c'est-à-dire celles qui effectuent, au cours de l'année, au moins une projection ayant donné lieu à une déclaration de recettes (bordereau). Cette déclaration est effectuée auprès du CNC par les exploitants de salles. Elle fait foi pour le contrôle des recettes, le calcul de la TSA et celui du soutien automatique. C'est à partir de ces déclarations que sont, en outre, produites l'ensemble des statistiques de l'exploitation des films en salles. Les exploitants sont tenus d'effectuer une déclaration de recettes pour chaque semaine, chaque écran et chaque film. Ils y inscrivent notamment le titre du film diffusé au cours de la semaine cinématographique écoulée, le nombre de séances programmées, les entrées et la recette réalisées.

## un parc de salles en très légère augmentation

5 366 salles sont actives en 2005, soit 19 écrans de plus qu'en 2004. Ce solde résulte de la fermeture, provisoire ou définitive, de 142 salles et de l'ouverture ou réouverture de 161 salles. Malgré un net ralentissement du rythme des ouvertures depuis 2002 (13 par mois en moyenne, contre 21 en 2001), le nombre de salles ouvertes dans l'année demeure élevé, notamment grâce à la poursuite de l'expansion du parc de multiplexes. Ainsi, 111 des 161 écrans ouverts en 2005 le sont au sein de multiplexes. L'implantation de ces derniers est également à l'origine d'une part significative des fermetures de salles. En effet, la fermeture d'établissements à Montigny-le-Bretonneux, Charleville-Mézières, Saint-Brieuc, Libourne, Besançon, Vichy, Béziers, Martigues ou encore Toulon répond à l'ouverture de multiplexes au centre ou à la périphérie de ces villes. Les exploitants à l'initiative des multiplexes procèdent ainsi à des transferts d'activité en fermant des établissements existants lors de l'ouverture de nouvelles salles. Parmi les 5 366 écrans actifs en 2005 figurent 118 circuits itinérants (127 en 2004, 131 en 2003) et 8 écrans en plein air (10 en 2004, 14 en 2003).

Le nombre d'établissements actifs est en baisse (17 de moins qu'en 2004). En effet, 61 cinémas ferment, provisoirement ou définitivement tandis que 44 ouvrent ou réouvrent.

Par le passé, les fermetures portaient majoritairement sur des établissements de petite taille. Désormais, pour les raisons déjà évoquées, les cinémas de taille moyenne sont également touchés par ce phénomène. Ainsi, un cinéma de 8 salles, deux de 7 salles, trois de 6 salles et trois de 5 salles ferment, provisoirement ou définitivement, en 2005.

12 des 44 établissements ouverts en 2005 sont des multiplexes (le 13<sup>e</sup> multiplexe de 2005 résultant de la transformation d'un complexe de 4 écrans préexistant). A l'exception de ces derniers et de cinq autres établissements (1 cinéma de 2 écrans, 2 de 3 écrans, 1 de 4 écrans et 1 de 5 écrans), les cinémas ouverts durant l'année ne comptent qu'un écran (28 établissements).

En dix ans, la capacité d'accueil moyenne des établissements cinématographiques a progressé de 13,7 %.

## SALLES ACTIVES EN FRANCE

	écrans actifs	fauteuils	établissements
1996	4 529	954 178	2 149
1997	4 662	975 090	2 159
1998	4 779	992 651	2 159
1999	5 003	1 028 704	2 183
2000	5 155	1 060 317	2 180
2001	5 249	1 073 632	2 192
2002	5 264	1 074 278	2 153
2003	5 299	1 076 287	2 136
2004	5 347	1 082 508	2 160
2005*	5 366	1 084 526	2 143

\*données provisoires

En 2005, le nombre de salles actives à Paris progresse : 383 écrans, contre 378 en 2004. La capitale enregistre la fermeture d'un cinéma de deux écrans (Gaumont Gobelins Rodin) et l'ouverture d'un établissement de six écrans (MK2 Quai de Loire).

## SALLES ACTIVES À PARIS

	écrans actifs	fauteuils	établissements
1996	344	69 520	97
1997	351	70 126	96
1998	382	77 520	96
1999	373	74 972	94
2000	373	73 793	93
2001	373	73 766	93
2002	368	72 752	91
2003	381	74 628	90
2004	378	73 972	89
2005*	383	75 154	89

\*données provisoires

### une répartition harmonieuse de l'équipement cinématographique sur le territoire

Compte tenu de sa taille, un multiplexe doit disposer d'un potentiel important de spectateurs au sein de sa zone de chalandise. Ainsi, 120 des 140 multiplexes actifs en 2005 sont implantés dans des unités urbaines de plus de 50 000 habitants. Toutefois, les nouvelles implantations de multiplexes interviennent de plus en plus souvent dans des unités urbaines de taille plus modeste. Quatre des treize nouveaux établissements sont situés dans des unités urbaines de moins de 35 000 habitants : le Ciné Lumière à Vierzon, le Majestic – Espace des lumières à Vesoul, le Club à Fougères et le Forum à Sarreguemines (extension à 8 écrans).

La répartition de l'équipement sur le territoire reste harmonieuse : si le nombre de salles est naturellement plus élevé dans les départements très urbanisés, le nombre de fauteuils pour 100 habitants est à peu près équivalent sur l'ensemble du territoire.

A l'inverse des autres pays européens, les salles ne sont pas absentes des petites agglomérations et des communes rurales françaises. La création de nouvelles salles dans les petites et moyennes unités urbaines se poursuit à un rythme soutenu, en partie grâce aux actions incitatives de l'État. En 2005, les unités urbaines de moins de 50 000 habitants accueillent 17 nouveaux établissements (11 cinémas de 1 écran, 1 de 2 écrans, 2 de 3 écrans, 1 de 5 écrans, 1 de 7 écrans et 1 de 8 écrans), soit 39 nouveaux écrans auxquels il convient d'ajouter 7 nouveaux écrans relatifs à l'extension d'établissements existants. Les zones rurales accueillent, quant à elles, 11 nouveaux établissements d'un écran chacun.

## ÉQUIPEMENT SELON LA TAILLE DES UNITÉS URBAINES EN 2005

	unités urbaines (habitants)						Paris	zones rurales	France
	moins de 10 000	de 10 000 à 20 000	de 20 000 à 50 000	de 50 000 à 100 000	de 100 000 à 200 000	plus de 200 000			
unités urbaines	1 540	222	119	61	23	29	1	-	<b>1 995</b>
% du total	77,2	11,1	6,0	3,1	1,2	1,5	0,0	-	<b>100,0</b>
unités urbaines équipées	513	180	114	60	23	29	1	-	<b>920</b>
%	33,3	81,1	95,8	98,4	100,0	100,0	100,0	-	<b>46,1</b>
population (millions)*	6,87	3,03	3,73	4,15	3,27	13,49	9,64	14,32	<b>58,52</b>
% du total	11,7	5,2	6,4	7,1	5,6	23,1	16,5	24,5	<b>100,0</b>
population équipée (millions)**	2,80	2,51	3,61	4,09	3,27	13,49	9,64	0,46	<b>39,88</b>
%	40,8	82,6	96,9	98,6	100,0	100,0	100,0	3,2	<b>68,2</b>
établissements	546	214	188	131	108	332	279	345	<b>2 143</b>
% du total	25,5	10,0	8,8	6,1	5,0	15,5	13,0	16,1	<b>100,0</b>
écrans actifs	698	367	586	571	485	1 340	927	392	<b>5 366</b>
% du total	13,0	6,8	10,9	10,6	9,0	25,0	17,3	7,3	<b>100,0</b>
fauteuils	155 661	73 650	107 930	111 052	95 816	270 674	194 721	75 022	<b>1 084 526</b>
% du total	14,4	6,8	10,0	10,2	8,8	25,0	18,0	6,9	<b>100,0</b>

\*données INSEE - Recensement de population 1999

\*\*population des zones équipées

### baisse des entrées moyennes par établissement

Compte tenu du net recul de la fréquentation en 2005 (-10,9 %), les entrées moyennes par établissement diminuent significativement pour atteindre 81 263, soit -10,2 % par rapport à 2004. Le nombre d'entrées moyen par écran baisse également (-11,2 %).

### ENTRÉES MOYENNES

	entrées moyennes par écran	entrées moyennes par établissement
1996	30 192	63 630
1997	32 016	69 133
1998	35 698	79 019
1999	30 703	70 366
2000	32 155	76 036
2001	35 712	85 517
2002	35 032	85 652
2003	32 734	81 207
2004	36 540	90 454
2005*	32 454	81 263

\*données provisoires

### plus de la moitié des entrées réalisées par les multiplexes

En 2005, 140 multiplexes sont actifs en France. Les ouvertures gardent un rythme soutenu : 13 en 2005, 10 en 2004 et 12 en 2003. Seuls 6,5 % des établissements français sont des multiplexes. Toutefois, ces derniers regroupent 29,7 % des écrans et plus de 30 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 50,6 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2005. A parc constant, la fréquentation des multiplexes diminue de 7,3 % en 2005, contre 10,9 % pour l'ensemble des salles.

### 13 MULTIPLEXES\* OUVERTS EN 2005

nom	opérateur	commune	agglomération	implantation**	ouverture	écrans	fauteuils
Mégarama	Lemoine - Images SA	Audincourt	Montbéliard	périphérie	janvier 2005	10	1 853
Forum***	Indépendant	Sarreguemines	Sarreguemines	centre-ville	janvier 2005	8	1 711
Cap'Cinéma	Cap'Ciné	Périgueux	Périgueux	centre-ville	avril 2005	10	1 873
Ciné Lumière	Indépendant	Vierzon	Vierzon	centre-ville	avril 2005	7	1 192
Méga CGR Centre	CGR	Bayonne	Bayonne	centre-ville	avril 2005	7	1 095
Ciné Liberté	Davoine-Ciné Alpes	Brest	Brest	centre-ville	avril 2005	15	2 812
Majestic - Espace des lumières	Indépendant	Vesoul	Vesoul	excentré	juin 2005	8	1 838
Oscar Ciné	Oscar	Anglet	Bayonne	périphérie	juillet 2005	6	1 003
Gaumont	EuroPalaces	Amiens	Amiens	centre-ville	septembre 2005	12	2 682
MK2 Quai de Loire	MK2	Paris 19 <sup>e</sup>	Paris	centre-ville	septembre 2005	6	1 014
Kinépolis Nancy	Kinépolis	Nancy	Nancy	centre-ville	septembre 2005	10	2 644
Le Club	Indépendant	Fougères	Fougères	centre-ville	novembre 2005	5	902
Cinéville Parc Lann	Soredic	Vannes	Vannes	excentré	novembre 2005	7	1 672

\*Sont appelés multiplexes les établissements dont l'ouverture est conditionnée par une CDEC (avant l'abaissement des seuils) et les établissements de plus de 795 fauteuils (après l'abaissement des seuils).

\*\*périphérie : sur le territoire d'une autre commune que la commune centre de l'agglomération ; excentré : sur le territoire de la commune centre mais éloigné du centre-ville

\*\*\*transformation par extension de 4 écrans d'un complexe préexistant (4 écrans)

### POIDS DES MULTIPLEXES DANS L'EXPLOITATION

	écrans	établissements	fauteuils	entrées (millions)
<b>nombre</b>				
1996	284	22	61 069	14,80
1997	443	35	94 054	25,86
1998	576	45	119 949	38,61
1999	823	65	169 554	43,50
2000	1 025	84	211 930	57,26
2001	1 164	97	240 991	73,71
2002	1 267	106	264 760	77,94
2003	1 375	117	286 870	78,71
2004	1 482	127	308 961	93,14
2005*	1 595	140	331 217	88,18
<b>poids dans l'ensemble du parc (%)</b>				
1996	6,3	1,0	6,4	10,8
1997	9,5	1,6	9,6	17,3
1998	12,1	2,1	12,1	22,6
1999	16,5	3,0	16,5	28,3
2000	19,9	3,9	20,0	34,5
2001	22,2	4,4	22,4	39,3
2002	24,1	4,9	24,6	42,3
2003	25,9	5,5	26,7	45,4
2004	27,7	5,9	28,5	47,7
2005*	29,7	6,5	30,5	50,6

\*données provisoires

En 2005, 149 établissements (6,9 % du parc) ont 8 écrans et plus. Ces derniers regroupent environ 32 % des fauteuils et des écrans et concentrent 53,7 % des entrées. A l'inverse, le parc cinématographique français compte 1 287 établissements à écran unique (24,0 % des écrans). Ces salles totalisent près de 29 % des fauteuils et réalisent 9,8 % des entrées.

## ÉTABLISSEMENTS SELON LE NOMBRE D'ÉCRANS EN 2005\*

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (%)
1 écran	1 287	1 287	312 594	9,8
2 écrans	285	570	107 850	5,7
3 écrans	163	489	83 072	6,5
4 écrans	100	400	69 100	6,9
5 écrans	77	385	63 730	6,2
6 écrans	47	282	50 918	5,5
7 écrans	35	245	46 431	5,7
8 écrans	24	192	36 129	3,7
9 écrans	22	198	37 689	5,2
10 écrans	22	220	45 737	6,5
11 écrans	8	88	16 542	2,8
12 écrans	35	420	83 500	12,4
13 écrans	1	13	3 354	0,5
14 écrans	15	210	45 298	6,7
15 écrans	9	135	30 248	4,8
16 écrans	5	80	18 453	3,6
17 écrans	2	34	6 993	
18 écrans	3	54	10 813	
19 écrans	1	19	3 255	7,4
22 écrans	1	22	5 412	
23 écrans	1	23	7 408	
total	<b>2 143</b>	<b>5 366</b>	<b>1 084 526</b>	<b>100,0</b>

\*données provisoires

## LES ENTREPRISES D'EXPLOITATION

L'exploitation est un secteur peu concentré. Les neuf premières entreprises en termes de recettes exploitent 1 848 écrans (1 838 écrans en 2004), soit 34,4 % de l'ensemble des écrans actifs (34,4 % en 2004).

En 2005, EuroPalaces exploite 593 salles de cinéma, soit 11,1 % du parc national. Pour cause de fermeture ou de cession, le groupe perd 10 salles par rapport à 2004.

Avec 7,0 % du parc, CGR est le deuxième exploitant en termes d'écrans. Le groupe compte sept salles de moins qu'en 2004. Il perd notamment six écrans avec la fermeture du CGR Kursaal à Béziers, remplacé par un multiplexe de 12 salles ouvert en 2004. Le groupe installe un nouveau multiplexe de 7 salles au centre-ville de Bayonne.

UGC détient 364 salles (6,8 % des écrans français). Le groupe perd cinq écrans par rapport à 2004.

## PRINCIPAUX EXPLOITANTS DE SALLES\*

	nombre d'écrans				% du parc total			
	2002	2003	2004	2005**	2002	2003	2004	2005**
Adira-Nef	70	67	59	54	1,3	1,3	1,1	1,0
CGR	382	383	385	378	7,3	7,2	7,2	7,0
Davoine-Ciné Alpes	143	140	143	157	2,7	2,6	2,7	2,9
EuroPalaces	683	653	603	593	13,0	12,3	11,3	11,1
Kinépolis	78	78	77	87	1,5	1,5	1,4	1,6
Lemoine -Images SA	54	54	54	60	1,0	1,0	1,0	1,1
MK2	44	58	58	64	0,8	1,1	1,1	1,2
SOREDIC (SAS Cinéville)	95	89	90	91	1,8	1,7	1,7	1,7
UGC	369	378	369	364	7,0	7,1	6,9	6,8

\* exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets annuelles en 2005

\*\*données provisoires

note de lecture : Aubert totalise moins de 1 % des recettes guichets en 2005. Par conséquent, la société disparaît du classement où il figurait jusqu'en 2004.

### qu'est-ce qu'un groupement national de programmation ?

La programmation de salles, lorsqu'elle n'est pas assurée directement par les entreprises propriétaires du fond de commerce, est effectuée par un groupement ou une entente de programmation. Les groupements et ententes de programmation sont nationaux si leur activité s'exerce soit dans l'agglomération parisienne, soit dans deux au moins des régions cinématographiques telles que définies par le CNC.

A l'instar de l'activité d'exploitation, la programmation des salles n'est pas une activité concentrée en France. En 2005, les 9 groupements et ententes nationaux programment 1 800 écrans, soit 33,5 % de l'ensemble des salles. En 2004, ils programmaient 33,4 % du parc national (8 groupements nationaux). EuroPalaces programme le plus grand nombre d'écrans.

### GRUPEMENTS NATIONAUX DE PROGRAMMATION

	nombre d'écrans				% du parc total			
	2002	2003	2004	2005*	2002	2003	2004	2005*
Cinécentrest	46	47	30	29	0,9	0,9	0,6	0,5
Ermitage	-	-	-	13	-	-	-	0,2
EuroPalaces	741	658	637	638	14,1	12,4	11,9	11,9
GPCI	102	124	123	130	1,9	2,3	2,3	2,4
MC4	71	74	82	80	1,3	1,4	1,5	1,5
Micromegas	54	54	53	46	1,0	1,0	1,0	0,9
SAGEC-Ciné 32	220	218	214	208	4,2	4,1	4,0	3,9
SOREDIC (CinéDiffusion)	212	229	233	245	4,0	4,3	4,4	4,6
UGC	433	428	415	411	8,2	8,1	7,8	7,7

\*données provisoires



# la vidéo

En 2005, les Français dépensent 1,79 milliard d'euros en achats de vidéogrammes. La dépense des ménages en vidéo est ainsi en baisse de 8,8 % par rapport à 2004.

75 % des foyers français possèdent au moins un lecteur de DVD à la fin de l'année 2005.

## CHIFFRE D'AFFAIRES DES ÉDITEURS VIDÉO

### précisions méthodologiques

Le Syndicat de l'édition vidéo (SEV) mesure les recettes réalisées par les éditeurs de vidéogrammes et non les recettes finales effectuées auprès des consommateurs par les distributeurs (détaillants, grandes surfaces spécialisées, hypermarchés, ...). Les données communiquées ici correspondent donc aux ventes en gros (hors taxes) des éditeurs à destination du marché de la vente et de celui de la location. Ces statistiques sont produites à partir des déclarations de recettes des éditeurs adhérant au SEV. Ces derniers réalisent environ 90 % du chiffre d'affaires du secteur (hors films pornographiques).

### chiffre d'affaires des éditeurs vidéo en baisse de 12,0 %

Pour la première fois depuis 1986, les membres du Syndicat de l'Édition Vidéo (SEV) connaissent une baisse de leur chiffre d'affaires avec 1,16 Md€ en 2005 contre 1,32 Md€ en 2004 (-12,0 %). Le DVD constitue l'essentiel du marché de l'édition vidéo : il génère 98,7 % du chiffre d'affaires en 2005. La cassette VHS accuse un nouveau recul à 0,75 % des recettes en 2005. Près de 500 000 UMD sont commercialisés en 2005, générant 6,0 M€ de chiffre d'affaires et une part de marché émergente de 0,5 %.

Ces résultats traduisent, pour partie, l'arrivée à maturité d'un marché qui a connu une très forte croissance depuis l'arrivée du DVD en 1997. Ils s'expliquent également par une baisse relative des titres à fort potentiel commercial en 2005. Ce phénomène entraîne une progression du fonds de catalogue, commercialisé à des prix moins élevés. Il s'explique également par le succès des ventes de coffrets qui font baisser le prix moyen.

Le marché de la location représente 5,6 % du chiffre d'affaires total de l'édition (location + vente). Avec près de 2,3 millions d'unités disponibles à la location (2,0 millions en 2004), ce marché génère 64,7 M€ de chiffre d'affaires (60,5 M€ en 2004), soit une progression de 6,8 % après la forte chute de 2004 (-22,1 %) notamment due à l'effondrement de la VHS sur ce segment : 53,0 % du marché en 2002, 28,6 % en 2003 et 3,5 % en 2004.

### ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES ÉDITEURS VIDÉO (M€)\*

	location	vente	dont vente de DVD	et vente UMD	total	
1996	57	499			<b>556</b>	
1997	67	495			<b>562</b>	
1998	71	502		13	<b>573</b>	
1999	78	498		83	<b>576</b>	
2000	78	578		216	<b>656</b>	
2001	95,57	723,12		415,10	<b>818,69</b>	
2002	87,71	986,20		714,09	<b>1 073,91</b>	
2003	77,72	1 130,96		942,78	<b>1 208,68</b>	
2004	60,51	1 261,27		1 192,30	<b>1 321,78</b>	
2005	64,66	1 098,09		1 083,36	5,98	<b>1 162,75</b>

\*chiffre d'affaires hors taxes

source : SEV

## le cinéma génère les trois quarts des ventes des éditeurs vidéo

Le cinéma draine la plus grande part des recettes de l'édition vidéo. Il représente les trois quarts des ventes de vidéogrammes. Sa part de marché décroît cependant régulièrement : elle s'établit à 74,1 % en 2005, contre 75,2 % en 2004, 76,2 % en 2003 et 81,3 % en 2002. Les ventes de films en vidéo génèrent 864,2 M€ en 2005, soit 13,0 % de moins qu'en 2004 (993,7 M€).

La part de marché du cinéma français (hors animation) est en légère baisse à 12,9 % du chiffre d'affaires des éditeurs vidéo, contre 13,3 % en 2004. En revanche, le poids des films d'animation français est en progression : 0,6 % en 2003, 0,3 % en 2004 et 1,0 % en 2005. La part des films étrangers, bien que majoritaire, diminue une nouvelle fois : 60,5 % en 2005, contre 61,5 en 2004, 63,9 % en 2003 et 67,4 % en 2002.

Les programmes « hors film » gagnent encore des parts de marché. En 2005, ils captent 25,7 % de l'ensemble des recettes de vente des éditeurs (18,7 % en 2002, 23,8 % en 2003 et 24,8 % en 2004). Sur l'ensemble des programmes « hors film », le poids de l'humour et de la musique baisse sensiblement en 2005. La fiction est en forte progression. Elle représente 38,8 % du chiffre d'affaires « hors film » (28,1 % en 2004) dont une part minoritaire est captée par les programmes français (7,0 % en 2005). Les programmes d'animation génèrent 16,7 % des recettes du « hors film », contre 18,7 % en 2004. Sur ce segment, la part de marché des programmes français est également très faible : 2,5 % en 2005.

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE VENTE DES ÉDITEURS VIDÉO (%)\*

	2002	2003	2004	2005
longs métrages français	13,3	11,7	13,3	12,9
longs métrages étrangers	52,4	51,8	49,7	46,2
longs métrages d'animation français	1,0	0,6	0,3	1,0
longs métrages d'animation étrangers	14,6	12,1	11,9	14,3
hors film	18,7	23,8	24,8	25,7
total	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*chiffre d'affaires hors taxes

source : SEV

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE VENTE DE HORS FILM DES ÉDITEURS VIDÉO (%)\*

	2002	2003	2004	2005
humour / musique	34,0	46,7	44,4	32,2
fiction française	7,2	3,8	3,4	7,0
fiction étrangère	17,7	17,8	24,7	31,8
animation française	9,8	7,6	3,9	2,5
animation étrangère	21,1	15,1	14,5	14,2
autres programmes français	8,8	6,9	6,3	8,9
autres programmes étrangers	1,4	2,1	2,9	3,4
total	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*chiffre d'affaires hors taxes

source : SEV

## CONSOMMATION VIDÉO : ACHATS D'ÉQUIPEMENTS ET DE SUPPORTS

### un taux d'équipement toujours en progression

Comme les années précédentes, 2005 est marquée par une forte diminution du prix des équipements vidéo. Selon les estimations de GFK, un lecteur de DVD coûte, en moyenne, 64 € en 2005, contre 88 € en 2004, soit une baisse de près de 27 %. Par ailleurs, un lecteur - enregistreur de DVD s'achète 240 € en moyenne, soit près de 48 % de moins qu'en 2004.

5 millions de lecteurs de DVD de salon ont été vendus en 2005, soit près de 13 700 unités par jour. Parmi ces lecteurs, le nombre de combinés lecteurs de DVD / magnétoscopes s'établit à 200 000.

Le développement du parc de lecteurs de DVD de salon entre 1997 et 2005 résulte d'une série de progrès technologiques : arrivée du format DTS/THX en 1998 (+675 % entre 1998 et 1999) ; lecture de CDR/VCD en 1999 (+168 % entre 1999 et 2000) ; lecture de fichiers MP3 et de formats

photo en 2000 (+96 % entre 2000 et 2001) ; arrivée du disque dur en 2002 (+67 % entre 2002 et 2003) ; arrivée du format Div-X en 2003 et des enregistreurs DVD / magnétoscopes en 2004.

350 000 lecteurs de DVD portables ont été vendus en 2005, ce qui porte le parc total à 440 000 lecteurs vendus depuis 2002. Le taux d'équipement des foyers en lecteurs de DVD portables s'établit ainsi à 1,7 % à la fin de l'année 2005. En 2006, 700 000 lecteurs portables devraient être vendus.

Le taux d'équipement en lecteurs de DVD (portables et de salon) s'établit à 75 % des foyers à fin 2005 (soit 19,1 millions d'unités), contre 59,9 % en 2004. Le taux prévisionnel d'équipement en lecteurs, toutes technologies confondues, est estimé à 82 % pour la fin de l'année 2006. En 2005, la France s'octroie la troisième place européenne derrière le Royaume-Uni (81 %) et l'Espagne (76 %), à égalité avec les Pays-Bas. 71,3 % des foyers des cinq grands pays européens (France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne) possèdent au moins un lecteur de DVD (54,0 % en 2004 et 39,6 % en 2003).

Près de 2 millions de lecteurs – enregistreurs équipent les foyers français à la fin de l'année 2005 (ce nombre inclut les lecteurs – enregistreurs de salon et portables et les systèmes Home Cinema et combinés TV-DVD incluant la fonction d'enregistrement). 58,3 % de l'ensemble de ces enregistreurs ont été vendus en 2005 (1,15 million d'unités). Cette année correspond ainsi au début de la généralisation de ces équipements dans les foyers. Le taux d'équipement en lecteurs – enregistreurs s'élève à 7,8 % à la fin de l'année 2005 (3,3 % à fin 2004). La prévision de ventes pour ces équipements est estimée à 1,7 million pour 2006.

#### ACHATS D'ÉQUIPEMENT VIDÉO (MILLIERS)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
magnétoscopes	2 700	2 800	2 320	1 800	1 450	950	475
lecteurs de DVD de salon	310	830	1 634	2 610	4 480	5 725	5 000
lecteurs de DVD portables				5	9	75	350
lecteurs – enregistreurs de DVD			1	40	200	580	1 150

source : GFK

## les supports

### précisions méthodologiques

Les résultats présentés ci-après sont issus du bilan vidéo GFK et du baromètre vidéo CNC-GFK réalisé par l'institut GFK à partir d'un panel de plus de 1 500 points de vente en France (grandes surfaces alimentaires, grandes surfaces spécialisées, vente par correspondance, en librairies, par Internet). Les ventes en kiosques et dans les stations services ne sont pas comprises dans le panel. Le taux de couverture du panel GFK est estimé à 90 % du marché total hors kiosques et stations services. Le segment de la location est exclu de ces analyses.

Ces données retracent par extrapolation l'ensemble des achats réalisés par les consommateurs.

A chaque support (VHS et DVD) est associé un genre (film ou hors film, fiction, animation, documentaire, humour, ...) et une nationalité. Ce rapprochement est effectué à partir des données du CNC. Sont considérées comme « films » toutes les œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation en salles préalable à l'exploitation sur le marché de la vidéo. Les nationalités et les genres retenus pour les œuvres cinématographiques sont ceux enregistrés par le CNC.

En 2005, les Français dépensent 1,79 Md€ en achats de VHS et de DVD. La dépense des ménages en vidéo est ainsi en baisse de 8,8 % par rapport à 2004.

Le DVD capte 1,76 Md€ en 2004, soit 98,5 % du marché (94,2 % en 2004). Les achats de DVD diminuent de 4,6 % par rapport à 2004 alors que l'économie de la VHS confirme son déclin. Les cassettes vidéo réalisent 26,9 M€ de recettes en 2005, soit une chute de 76,5 % par rapport à 2004.

145,9 millions de supports sont vendus en 2005 dont 142,3 millions de DVD. Ces derniers constituent désormais 97,5 % du marché en volume (92,1 % en 2004). Les Français achètent 10,5 % de supports en plus par rapport à 2004. La progression du volume de DVD dans la consommation (+16,9 %) compense totalement la baisse de celui de la VHS (-65,1 %).

### CONSOMMATION DE SUPPORTS VIDÉO

	unités (millions)			chiffres d'affaires (M€)		
	2004	2005	évolution	2004	2005	évolution
VHS	10,38	3,62	-65,1%	114,23	26,88	-76,5%
DVD	121,73	142,32	+16,9%	1 844,58	1 759,13	-4,6%
<b>total</b>	<b>132,11</b>	<b>145,94</b>	<b>+10,5%</b>	<b>1 958,82</b>	<b>1 786,01</b>	<b>-8,8%</b>

source : CNC - GFK

Le prix moyen par support baisse de nouveau en 2005, expliquant la régression des recettes malgré l'augmentation des volumes vendus. Le prix moyen d'une cassette vidéo (7,43 € en 2005) continue de diminuer (-32,5 %). Le prix moyen d'un DVD, vendu à l'unité ou en coffret, connaît une baisse particulièrement sensible (-18,4 %), passant de 15,15 € en 2004 à 12,36 € en 2005. Ce phénomène illustre la diversité des prix pratiqués sur le marché. Toutefois, la baisse du prix des nouveautés est moins importante (-8,2 %), avec un prix moyen de 20,84 €. En réalité, la diminution du prix moyen des DVD résulte de la conjugaison de la forte baisse du prix des DVD de catalogue et d'une augmentation sensible des ventes de DVD à moins de 3 €, qui représentent plus de 16 % des volumes mais seulement 1,5 % de la valeur totale du marché. Le recul du prix moyen résulte également de la diminution du prix des coffrets comportant trois DVD et plus (-20,4 % sur le prix des coffrets de trois DVD) et de l'augmentation du nombre moyen de DVD par coffret.

L'analyse 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), les spectacles d'humour, les courts métrages, les programmes musicaux et les programmes divers (santé, forme, cuisine, etc.).

Le marché de la vidéo est dominé par les films cinématographiques qui réalisent 999,0 M€ de recettes, soit 55,9 % du total en 2005 (60,2 % en 2004). Les recettes du cinéma en vidéo sont en baisse de 15,3 % par rapport à 2004. Le hors film représente 38,9 % du marché (695,1 M€), contre 33,2 % en 2004. Les recettes du hors film sont en progression de 6,9 %. Les opérations promotionnelles, qui ne sont comptabilisées ni parmi les films cinématographiques, ni dans le hors film, captent 5,1 % du chiffre d'affaires global.

### CHIFFRE D'AFFAIRES VIDÉO SELON LE CONTENU

	chiffre d'affaires (M€)			parts de marché (%)	
	2004	2005	évolution	2004	2005
films	1 179,62	998,98	-15,3%	60,2	55,9
hors film	650,52	695,09	+6,9%	33,2	38,9
opérations promotionnelles*	128,67	91,94	-28,5%	6,6	5,1
<b>total</b>	<b>1 958,82</b>	<b>1 786,01</b>	<b>-8,8%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*opérations promotionnelles sans indication de titre

source : CNC - GFK

En volume, 63,5 millions des supports vendus en 2005 contiennent une œuvre cinématographique, contre 65,4 millions en 2004 (-2,9 %). Ainsi, 43,5 % des DVD et VHS achetés par les Français sont des films. La proportion de films parmi les supports vendus est en baisse sensible puisqu'elle était de 49,5 % en 2004. Le hors film représente 38,7 % des supports vendus (32,9 % en 2004), soit

56,4 millions d'unités (43,4 millions en 2004). Les ventes de supports hors film progressent très fortement (+30,0 %).

### VIDÉOGRAMMES VENDUS SELON LE CONTENU

	unités (millions)			parts de marché (%)	
	2004	2005	évolution	2004	2005
films	65,43	63,51	-2,9%	49,5	43,5
hors film	43,40	56,44	+30,0%	32,9	38,7
opérations promotionnelles*	23,28	25,99	+11,6%	17,6	17,8
<b>total</b>	<b>132,11</b>	<b>145,94</b>	<b>+10,5%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*opérations promotionnelles sans indication de titre

source : CNC – GFK

Depuis 2004, les Français ont renoncé à la vidéocassette pour visionner des films à domicile. En 2005, 98,7 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo est réalisé sur les ventes de DVD qui constituent 98,3 % des volumes de films achetés. En 2003, la VHS représentait encore 21,7 % des volumes et 15,3 % du chiffre d'affaires des films cinématographiques en vidéo.

### CONSOMMATION DE FILMS EN VIDÉO

	unités (millions)			chiffre d'affaires (M€)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
VHS	10,73	3,91	1,03	152,23	57,85	12,77
DVD	38,73	61,52	62,48	839,82	1 121,77	986,21
<b>total</b>	<b>49,46</b>	<b>65,43</b>	<b>63,51</b>	<b>992,05</b>	<b>1 179,62</b>	<b>998,98</b>

source : CNC – GFK

### bonne tenue du cinéma français

En 2005, la part des films français sur le marché des films en vidéo s'établit à 23,5 % en valeur, contre 21,5 % en 2004. Le cinéma français génère 234,3 M€ de recettes en 2005, en baisse de 7,5 % par rapport à l'année précédente. En tête des meilleures ventes vidéo de l'année, *Brice de Nice* confirme le succès rencontré en salles.

Le cinéma américain génère 636,9 M€ de recettes (-11,4 % par rapport à 2004) et capte ainsi 63,8 % du marché, contre 61,0 % en 2004. *Shrek 2*, *Star Wars – Episode 3 : la revanche des Sith*, *Spider-Man 2* et *les Indestructibles*, qui occupent les quatre premières places des meilleures ventes vidéo de l'année, contribuent largement à ce résultat.

### CHIFFRE D'AFFAIRES DES FILMS EN VIDÉO SELON LA NATIONALITÉ

	chiffre d'affaires (M€)				parts de marché (%)		
	2003	2004	2005	évolution 2005/2004	2003	2004	2005
films français	190,68	253,37	234,29	-7,5%	19,2	21,5	23,5
films américains	655,74	719,00	636,88	-11,4%	66,1	61,0	63,8
films européens	61,42	85,59	70,32	-17,8%	6,2	7,3	7,0
autres films	84,21	121,67	57,49	-52,8%	8,5	10,3	5,8
<b>total</b>	<b>992,05</b>	<b>1 179,62</b>	<b>998,98</b>	<b>-15,3%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : CNC – GFK

En 2005, les longs métrages d'animation enregistrent 15,3 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo, contre 12,5 % en 2004. *Shrek 2*, en tête des ventes en 2005, contribue largement à cette embellie. A noter que le succès des films en salles constitue une garantie particulièrement fiable de la réussite d'un film d'animation sur le marché de la vidéo. De plus, le calendrier des sorties a une forte incidence sur les parts de marché annuelles.

La *Marche de l'empereur*, qui occupe la 11<sup>e</sup> place du classement annuel des ventes tous genres confondus, explique la forte progression du poids du documentaire cinématographique. Il s'établit à 1,9 % du chiffre d'affaires du cinéma en 2005 (18,8 M€) contre 0,4 % en 2004 (4,9 M€).

## CHIFFRE D'AFFAIRES DES FILMS EN VIDÉO SELON LE GENRE

	chiffre d'affaires (M€)				parts de marché (%)		
	2003	2004	2005	évolution 2005/2004	2003	2004	2005
fiction	820,00	1 027,39	827,07	-19,5%	82,7	87,1	82,8
animation	168,00	147,35	153,13	+3,9%	16,9	12,5	15,3
documentaire	4,05	4,88	18,78	+284,6%	0,4	0,4	1,9
<b>total</b>	<b>992,05</b>	<b>1 179,62</b>	<b>998,98</b>	<b>-15,3%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : CNC – GFK

### le hors film dopé par la fiction américaine

Sur le segment du hors film, la cassette vidéo disparaît également. Elle réalise 1,4 % des recettes en 2005, contre 7,3 % en 2004 et 23,9 % en 2003. Cependant, la VHS trouve encore quelques débouchés sur ce segment, notamment sur certains types de contenus. 1,8 % des supports de hors film vendus en 2005 sont des cassettes VHS, contre 11,3 % en 2004 et 31,7 % en 2003.

### CONSOMMATION DE HORS FILM EN VIDÉO

	unités (millions)			chiffre d'affaires (M€)		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
VHS	12,29	4,42	1,02	137,99	47,57	9,98
DVD	26,44	38,99	55,42	440,11	602,94	685,11
<b>total</b>	<b>38,73</b>	<b>43,40</b>	<b>56,44</b>	<b>578,10</b>	<b>650,52</b>	<b>695,09</b>

source : CNC - GFK

En 2005, la fiction représente 35,7 % des recettes du marché du hors film en vidéo et demeure le genre le plus vendu sur ce segment. Elle génère 247,8 M€ de recettes, en hausse de 26,6 % par rapport à 2004. En vidéo, la fiction est très largement dominée par les œuvres américaines. Entre autres exemples, la série *Friends* occupe plusieurs places du top 100 des meilleures ventes hors film de l'année. Le premier titre de fiction américaine est *Lost – saison 1* qui se classe 15<sup>e</sup> au top 100 des ventes hors visa 2005. Les fictions françaises captent seulement 16,4 % du marché de la fiction en 2005 (15,2 % en 2004). Deux séries de programmes courts sont en tête des ventes sur ce segment : *Kaamelott* (10<sup>e</sup> dans le classement 2005 des ventes de hors film) et *Samantha Oups – Volume 1* (14<sup>e</sup>).

Les programmes de fiction ou d'animation destinés aux enfants constituent le deuxième genre en termes de recettes du hors film en vidéo. Totalisant 20,2 % du chiffre d'affaires en 2005, les programmes à destination de la jeunesse rapportent 140,3 M€, soit autant qu'en 2004. Les titres les plus performants sont américains et constituent des prolongements, sortis uniquement en vidéo, de films cinématographiques ayant rencontré un très grand succès en salles (*Cendrillon 2*, *Mulan 2*). A noter également la présence de quatre séries du programme d'animation *Dora l'exploratrice* parmi les meilleures ventes de hors film. La part de marché des programmes français est minoritaire dans la fiction et l'animation pour enfants (17,4 % en 2005).

Le troisième segment du hors film est celui de la musique. Il représente 20,0 % des ventes en valeur et enregistre une légère progression de son chiffre d'affaires par rapport à 2004 (+5,8 %). La part de marché des programmes français est nettement plus forte sur ce segment : elle atteint 45,2 % en 2005, notamment grâce à des captations de concert (*Les Enfoirés*, *Noir Désir*, etc.).

Les spectacles de Gad Elmaleh, Jamel Debbouze, Muriel Robin, Nicolas Canteloup ainsi que *le Meilleur de nulle part ailleurs* et *la Vie privée des animaux* réalisent de très belles performances en vidéo. L'humour enregistre ainsi 114,1 M€ de recettes en 2005 (16,4 % de la part de marché hors film) dont la plus grande part est constituée de programmes français (98,9 %).

Le documentaire demeure un genre marginal du hors film en vidéo (5,4 % des recettes en 2005). La part de marché des programmes français y est toutefois très élevée : 77,3 % en 2005.

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU HORS FILM EN VIDÉO SELON LE GENRE

	chiffre d'affaires (M€)				parts de marché (%)		
	2003	2004	2005	évolution 2005/2004	2003	2004	2005
musique	134,86	131,19	138,76	+5,8%	23,3	20,2	20,0
humour	108,94	125,27	114,08	-8,9%	18,8	19,3	16,4
fiction	155,67	195,78	247,82	+26,6%	26,9	30,1	35,7
enfants	123,20	140,59	140,33	-0,2%	21,3	21,6	20,2
documentaire	28,97	41,91	37,21	-11,2%	5,0	6,4	5,4
autre	26,45	15,78	16,89	+7,0%	4,6	2,4	2,4
<b>total</b>	<b>578,10</b>	<b>650,52</b>	<b>695,09</b>	<b>+6,9%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : CNC - GFK

## CHIFFRE D'AFFAIRES DU HORS FILM EN VIDÉO SELON LA NATIONALITÉ EN 2005 (M€)

	programmes français		programmes étrangers		total
musique	62,74	45,2%	76,03	54,8%	<b>138,76</b>
humour	112,88	98,9%	1,20	1,1%	<b>114,08</b>
fiction	40,65	16,4%	207,17	83,6%	<b>247,82</b>
enfants	24,36	17,4%	115,97	82,6%	<b>140,33</b>
documentaire	28,75	77,3%	8,45	22,7%	<b>37,21</b>
autre	7,60	45,0%	9,29	55,0%	<b>16,89</b>
<b>total</b>	<b>276,98</b>	<b>39,8%</b>	<b>418,11</b>	<b>60,2%</b>	<b>695,09</b>

source : CNC - GFK

## 87 % des achats vidéo en grandes surfaces

En 2005, les hypermarchés et supermarchés captent 49,7 % du chiffre d'affaires total de la vente en vidéo (hors kiosques et stations services), contre 54,2 % en 2004. Les grandes surfaces spécialisées (FNAC, Virgin, etc.) regagnent des parts dans le chiffre d'affaires vidéo : elles passent de 34,5 % en 2004 à 37,3 % en 2005 (40,2 % en 2003). Les autres circuits de distribution (notamment la vente par correspondance et par Internet) gagnent 1,7 point de part de marché et représentent 13,0 % des achats en valeur en 2005.

## RÉPARTITION DES ACHATS SELON LES LIEUX DE VENTE (%)

	unités			chiffre d'affaires		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
grandes surfaces alimentaires	57,1	57,2	56,1	52,7	54,2	49,7
grandes surfaces spécialisées	35,0	30,1	30,4	40,2	34,5	37,3
autres points de vente	7,9	12,7	13,5	7,1	11,3	13,0
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

source : CNC - GFK

Au total, plus de 36 000 références de DVD et 6 600 références de VHS sont proposées en 2005 dans les grandes surfaces spécialisées. Gage d'une plus grande diversité de l'offre, les grandes surfaces spécialisées mettent en vente 1,66 fois plus de titres vidéo que les hypermarchés et supermarchés (1,73 en 2004 et 1,77 en 2003).

## OFFRE VIDÉO SELON LES LIEUX DE VENTE (NOMBRE DE RÉFÉRENCES)

	DVD			VHS			total		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005	2003	2004	2005
grandes surfaces alimentaires	10 950	15 740	21 065	7 397	6 629	4 447	<b>18 347</b>	<b>22 369</b>	<b>25 512</b>
grandes surfaces spécialisées	18 536	28 118	36 219	13 970	10 667	6 024	<b>32 506</b>	<b>38 785</b>	<b>42 243</b>
autres points de vente	15 197	25 610	33 397	7 546	6 780	4 658	<b>22 743</b>	<b>32 390</b>	<b>38 055</b>

source : CNC - GFK

57,8 % du chiffre d'affaires vidéo des **hypermarchés et supermarchés** est généré par les achats de films cinématographiques. En 2005, la part des films américains (67,5 %) y est

sensiblement supérieure à celle constatée dans les grandes surfaces spécialisées (60,7 %) malgré un nombre de références plus réduit. Les films français représentent 22,3 % des recettes du cinéma en vidéo des grandes surfaces alimentaires, contre 21,5 % en 2004. Cette part demeure néanmoins légèrement inférieure à celle constatée dans les grandes surfaces spécialisées (23,1 %). Les films d'animation sont sur-représentés dans le chiffre d'affaires des hypermarchés et supermarchés : 19,3 %, contre 10,7 % dans les grandes surfaces spécialisées. L'achat d'œuvres d'animation dans les grandes surfaces alimentaires est souvent spontané et répond à une demande des enfants présents lors de l'achat.

Sur le segment du hors film (32,9 % du chiffre d'affaires des grandes surfaces alimentaires en 2005), les productions françaises constituent 45,7 % des ventes en valeur des hypermarchés et supermarchés, en recul par rapport à 2004 (47,7 %). Le genre le plus rémunérateur du hors film est la fiction qui capte 27,2 % des recettes en 2005. Pour les raisons précédemment mentionnées, les œuvres pour enfants (hors films cinématographiques) captent également une part conséquente du chiffre d'affaires des hypermarchés et supermarchés (26,9 % en 2005).

Plus que les autres circuits, les hypermarchés et supermarchés misent sur les opérations promotionnelles qui représentent 9,3 % des ventes en valeur en 2005, contre 1,2 % pour les grandes surfaces spécialisées.

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES LIEUX DE VENTE SELON LE CONTENU DES VIDÉOGRAMMES (%)

	GSA**			GSS***		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
films	59,6	61,6	57,8	58,6	57,1	53,7
hors film	30,4	28,1	32,9	40,5	40,5	45,1
opérations promotionnelles*	10,0	10,3	9,3	0,9	2,4	1,2
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*opérations promotionnelles sans indication de titre

\*\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*\*grandes surfaces spécialisées

source : CNC – GFK

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES FILMS SELON LA NATIONALITÉ (%)

	GSA*			GSS**		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
films français	17,3	21,5	22,3	21,5	25,4	23,1
films américains	69,4	61,6	67,5	61,1	61,4	60,7
films européens	4,8	6,9	6,0	8,4	8,3	8,2
autres films	8,5	10,0	4,2	9,0	4,9	8,0
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*grandes surfaces spécialisées

source : CNC – GFK

### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DES FILMS SELON LE GENRE (%)

	GSA*			GSS**		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
fiction	79,4	84,6	79,3	87,7	90,5	86,9
animation	20,4	15,1	19,3	11,6	8,9	10,7
documentaire	0,2	0,3	1,4	0,7	0,6	2,4
<b>total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*grandes surfaces spécialisées

source : CNC – GFK

Le hors film engendre 45,1 % du chiffre d'affaires vidéo des **grandes surfaces spécialisées**, contre 32,9 % de celui des hypermarchés et supermarchés. Le public plus ciblé des grandes surfaces spécialisées est un atout majeur pour le hors film. Les productions françaises y prennent néanmoins une part de marché (37,2 % en 2005) sensiblement inférieure à celle constatée dans les grandes surfaces alimentaires (45,7 %). La fiction (39,4 % en 2005) et la musique (23,0 %) captent l'essentiel du chiffre d'affaires.

53,7 % du chiffre d'affaires vidéo des grandes surfaces spécialisées résultent de la vente de films cinématographiques. 60,7 % du chiffre d'affaires des films cinématographiques sont captés par les



films américains, contre 23,1 % par les films français. En ce qui concerne les genres, la fiction représente 86,9 % des recettes des grandes surfaces spécialisées. Le documentaire, genre cinématographique très ciblé, y capte une part de marché bien supérieure à celle constatée dans les grandes surfaces alimentaires.

#### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU HORS FILM SELON LE GENRE (%)

	GSA*			GSS**		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
musique	20,4	16,6	18,7	28,4	25,6	23,0
humour	22,3	25,3	22,3	16,6	15,6	13,6
fiction	23,4	22,2	27,2	33,1	33,8	39,4
enfants	27,6	30,0	26,9	12,5	13,6	14,6
documentaire	3,4	4,3	2,9	6,2	8,6	7,2
autre	2,9	1,6	2,0	3,2	2,8	2,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*grandes surfaces spécialisées  
source : CNC – GFK

#### RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DU HORS FILM SELON LA NATIONALITÉ (%)

	GSA*			GSS**		
	2003	2004	2005	2003	2004	2005
programmes français	51,2	47,7	45,7	40,5	39,1	37,2
programmes étrangers	48,8	52,3	54,3	59,5	60,9	62,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*grandes surfaces spécialisées  
source : CNC – GFK

## LES PRATIQUES VIDÉO DES FRANÇAIS

### précisions méthodologiques

Les données présentées ci-après s'appuient sur une étude réalisée par l'institut OpinonWay pour le compte du CNC, conduite sur Internet du 18 octobre au 3 novembre 2005 auprès de 1 000 Français de 15 ans et plus possesseurs de lecteurs de DVD.

La France est l'un des premiers pays européens équipés en lecteurs de DVD. 52 % des foyers français équipés le sont depuis plus de deux ans.

### Foyers DVD bien équipés en audiovisuel

Les possesseurs de lecteurs de DVD sont particulièrement bien équipés en biens audiovisuels et multimédia. Ainsi, parmi les foyers français équipés d'un lecteur de DVD de salon, 13 % sont également équipés d'un enregistreur de DVD de salon. Le téléviseur 16/9<sup>ème</sup> est présent dans 39 % des foyers DVD et le *Home Cinema* dans 29 % d'entre eux. 86 % des foyers DVD sont équipés d'un ordinateur de bureau et 40 % d'un ordinateur portable. L'accès aux différentes offres télévisuelles concernent aussi une large part des foyers DVD. Ainsi, 24 % des foyers DVD sont abonnés à la télévision par satellite, 17 % sont abonnés au câble et 20 % ont accès à la télévision numérique terrestre (TNT) à la fin de l'année 2005. L'ensemble de ces équipements est sensiblement plus répandu au sein des foyers qui achètent des DVD de façon très habituelle (au moins une fois par mois).

### 4,8 DVD visionnés par mois

En moyenne, les possesseurs de lecteur de DVD regardent 4,8 DVD par mois. En termes de profil, les visionneurs de DVD les plus actifs (plus de 6 DVD par mois) sont majoritairement des femmes, plutôt jeunes et possédant un lecteur de DVD depuis plus longtemps que la moyenne. Une large part d'entre eux sont des habitués du cinéma et des sur-consommateurs de télévision.

Le visionnage de DVD apparaît comme une pratique collective, que ce soit en famille ou avec des amis. Chez les possesseurs de lecteur de DVD ayant des enfants, la pratique du visionnage en famille est fortement développée avec plus de la moitié des DVD regardés avec les enfants. Cette

forte proportion peut s'expliquer par une audience commune effective mais également par des pratiques de contrôle de ce que les enfants regardent.

Autre pratique collective, le visionnage avec des amis ou des proches autres que les membres du foyer : 43 % des possesseurs de lecteur déclarent visionner des DVD dans ces conditions.

S'ils sont 6 % à ne jamais regarder les bonus des DVD qu'ils visionnent, la moitié des Français interrogés le font systématiquement ou souvent et 97 % d'entre eux les regardent après le visionnage du film lui-même. Pour les amateurs de bonus, le bêtisier, les scènes retirées du film ou les fins alternatives sont les éléments favoris.

La session de visionnage peut s'organiser de multiples façons. Ainsi, le fait de « sauter » le contenu proposé avant le menu principal est une attitude fortement développée : elle concerne 69 % des possesseurs de lecteur de DVD. Le réglage des langues et sous-titres est très fréquent. Il est pratiqué par 76 % des Français équipés.

Le visionnage de DVD impacte la diversité de consommation de films : 42 % des possesseurs de lecteur déclarent visionner davantage de films de genres différents depuis qu'ils regardent des DVD et 33 % voient plus de films de nationalités différentes. Le visionnage de DVD influe également sur la consommation de films en version originale qui augmente pour 30 % des Français équipés.

### **L'emprunt : 2<sup>e</sup> mode d'approvisionnement en DVD après l'achat**

Les « DVDthèques » des Français sont richement dotées. Elles dépendent de l'ancienneté de possession du lecteur de DVD et du dynamisme d'achat des personnes du foyer. Elles comptent en moyenne 52 DVD.

Les consommateurs de vidéo peuvent s'approvisionner de manière marchande ou non marchande. 46 % de l'approvisionnement en DVD des Français équipés en lecteur provient des achats et 24 % de la location. L'emprunt est le deuxième mode d'approvisionnement en DVD, devant la location. Il assure l'entrée de 30 % des DVD dans les foyers. L'emprunt de DVD est en général réalisé auprès de proches (73 % des possesseurs de lecteur de DVD concernés), moins souvent dans les médiathèques, bibliothèques ou vidéothèques (33 %). Parallèlement, 69 % des Français équipés déclarent prêter souvent ou de temps en temps des DVD.

### **32 % des Français achètent au moins un DVD par mois**

L'achat de DVD constitue la première source d'approvisionnement des foyers équipés de lecteur. 84 % d'entre eux ont acheté au moins un DVD au cours des 12 derniers mois. Si la proportion d'acheteurs assidus (au moins une fois par semaine) reste modeste (1 %), 32 % des Français interrogés achètent un DVD au moins une fois par mois (acheteurs réguliers). En moyenne, les acheteurs de DVD déclarent acheter 2,35 DVD par mois.

Si 51 % des acheteurs de DVD achètent souvent parce qu'ils n'ont jamais vu le programme, l'achat pour revoir (35 %) et pour collectionner (26 %) n'est pas exclu. Parmi les facteurs incitant à l'achat d'un DVD, le fait qu'il soit en promotion apparaît comme important pour 86 % des acheteurs. En revanche, l'achat de DVD d'occasion est une pratique peu répandue en France où le marché de l'occasion est peu développé : elle concerne seulement un quart des acheteurs.

L'achat de DVD répond à un processus de décision parfois spontané, parfois plus réfléchi. La décision d'achat répond également à un arbitrage. L'achat dès la sortie du titre est peu fréquent (18 %). Les Français présentent une plus forte propension à attendre une baisse de prix (60 %). En revanche, seuls 22 % d'entre eux attendent la disponibilité à la location.

67 % des acheteurs déclarent que la dernière fois qu'ils ont acheté un DVD, ils ne l'avaient pas prévu initialement. Une proportion équivalente (64 %) déclare avoir fait le choix du titre au dernier moment : l'achat « coup de cœur » et imprévu joue donc fortement sur le marché.

Trois grands moyens d'information incitent les consommateurs à acheter des DVD : le bouche à oreille (54 %), le visionnage d'une bande-annonce (54 %) et la publicité à la télévision (39 %).

## 51 % de loueurs de DVD

La location est la troisième source d'approvisionnement des foyers en DVD. 51 % des Français interrogés ont loué un DVD au cours des 12 derniers mois. 21 % d'entre eux déclarent louer au moins un DVD par semaine et 60 % au moins un par mois. Les Français pratiquant la location se fournissent en moyenne 3,7 DVD par mois par ce mode d'approvisionnement.

Près de la moitié des loueurs de DVD font le choix du titre sur le lieu de location, dans le magasin ou au distributeur. Ce choix est donc fortement impulsif en fonction de l'offre. L'indisponibilité des titres joue également un rôle dans le choix.

52 % des DVD loués le sont dans des magasins traditionnels. Les occasionnels de la location utilisent davantage les distributeurs automatiques (51 %) alors que les habitués s'approvisionnent plus souvent dans les magasins traditionnels (56 %). 63 % des loueurs de DVD déclarent posséder une carte d'abonnement à un vidéo-club. Le prix moyen de location d'un DVD se situe à 3 € selon les déclarations des loueurs.

## 2005 : ÉMERGENCE DE LA VIDÉO À LA DEMANDE EN FRANCE

L'année 2005 marque l'émergence en France de la vidéo à la demande sur Internet (ou VOD : Video On Demand). Ce nouveau mode de distribution, directement lié à la « révolution numérique », est une donnée nouvelle du marché qui pourrait en modifier profondément le fonctionnement dans les années à venir. Les premières offres proposent la location à domicile de contenus cinématographiques ou audiovisuels destinés à être visionnés sur un écran d'ordinateur ou un téléviseur, une ou plusieurs fois pendant une période limitée. L'achat de programmes téléchargés et conservés par l'internaute de manière définitive est parfois également proposé. Les modèles économiques du développement de ces services sont encore embryonnaires.

En France, les services proposant des programmes en vidéo à la demande sur Internet ont été initiés dès 2003 par FranceTelecom (Ma ligne TV) et MovieSystem (Netciné). Depuis le dernier trimestre 2005, les offres légales se sont multipliées. Les principales sont proposées par Canal+ (CanalPlay), Free (CanalPlay sur Freebox), France Télécom (Ma ligne TV, Wanadoo), TF1 (TF1 Vision), TPS (TPSVod), Arte (ArteVod), Vodéo, Télévisions, Imineo, Cinézime, et FranceTélévision. Des films cinématographiques ainsi que divers types de programmes audiovisuels apparaissent dans les différentes offres : dessins animés, émissions de plateau, programmes éducatifs ou scientifiques, documentaires, fictions télévisuelles françaises ou étrangères, anciennes ou très récentes, parfois proposées dès le lendemain de la diffusion télévisuelle (dernier exemple en date, les épisodes du *Grand Charles* sur le site de France 2). Les offres sont régulièrement enrichies. L'offre de films cinématographiques proposée sur certains de ces sites connaît une croissance importante. Elle a quasiment doublé entre novembre 2005 et mars 2006. En mars 2006, l'ensemble des plates-formes propose plus de 700 œuvres cinématographiques en téléchargement légal sur Internet. D'une manière générale, les services de VOD proposent encore majoritairement des films américains.

Les tarifs et les formules de commercialisation sont particulièrement variés. Les films sont loués entre 2 € et 5 €. Le prix peut atteindre 10 € lorsque le programme est vendu de manière définitive.

# les financements publics

**Le CNC gère le compte de soutien financier de l'État aux industries cinématographiques et aux industries audiovisuelles, ainsi que les dotations accordées par le Ministère de la culture et de la communication.**

**Les crédits d'intervention destinés aux actions du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia s'élèvent à 521,8 M€ dans le budget 2005, l'essentiel provenant du compte de soutien, soit 491,0 M€.**

Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques à la production, à la distribution, à l'exploitation et un soutien sélectif à l'ensemble des segments de la filière. Dans le secteur de l'audiovisuel, il concourt à la production de programmes destinés à une diffusion télévisuelle. Depuis 1993, le CNC apporte également un soutien à l'édition vidéo. Dans ces secteurs, il contribue à la formation professionnelle, aux festivals, à la sensibilisation des publics, à la promotion des œuvres à l'étranger et au soutien des industries techniques. Dans le secteur du multimédia, le CNC aide à l'édition de contenus culturels interactifs destinés à Internet et aux supports hors ligne ainsi qu'à la création numérique artistique.

Le CNC contribue également au soutien de la recherche et de l'innovation dans le cinéma, l'audiovisuel et le multimédia. Enfin, le CNC a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique.

## LE COMPTE DE SOUTIEN

Le budget du compte de soutien s'établit à 491,0 M€ en 2005. Les recettes proviennent pour l'essentiel de la taxe sur le chiffre d'affaires des diffuseurs télévisuels et de celle prélevée sur le prix des places de cinéma. La loi de finances pour 2005 prévoit que les recettes de SMS liées à la diffusion d'un programme de télévision entrent dans l'assiette de la taxe à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005. Les recettes de parrainage des chaînes de télévision y seront, pour leur part, intégrées à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2007. Le compte est également alimenté par des remboursements de subventions et par la taxe sur les ventes et locations de vidéogrammes dont l'assiette a été modifiée à compter du 1<sup>er</sup> juillet 2003. Depuis le 1<sup>er</sup> juillet 2004, les ventes au titre de la vidéo à la demande (VOD) sont soumises à une taxe identique à la taxe vidéo (2 % du prix de vente public).

Le compte de soutien comprend deux sections :

- la section 1 (cinéma et vidéo) est dotée de 266,6 M€ en 2005 ;
- la section 2 (audiovisuel), instituée par la loi de finances de 1984, est dotée de 224,3 M€ en 2005.

Les aides décrites dans la suite de cet article sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2005.

**BUDGET DU COMPTE DE SOUTIEN D'APRÈS LA LOI DE FINANCES (M€)**

recettes	2005	évaluation 2006	dépenses	2005	évaluation 2006
<b>section 1 : cinéma et vidéo</b>					
taxe sur le prix des places (TSA)	112,32	112,86	<b>soutien automatique :</b>	157,00	153,00
taxe sur les services de télévision	121,68	121,65	- production	75,00	70,00
taxe vidéo	32,00	28,60	- distribution	20,00	19,00
autres	0,65	0,65	- exploitation	54,00	56,50
			- vidéo	8,00	7,50
			<b>soutien sélectif :</b>	97,38	98,63
			- production et création	50,25	46,75
			- distribution et promotion	17,00	21,83
			- diffusion (exploitation et vidéo)	30,13	30,05
			<b>frais de gestion</b>	12,27	12,13
<b>total section 1</b>	<b>266,65</b>	<b>263,76</b>	<b>total section 1</b>	<b>266,65</b>	<b>263,76</b>
<b>section 2 : audiovisuel</b>					
taxe sur les services de télévision	216,32	216,27	<b>soutien automatique production</b>	161,03	166,00
taxe vidéo	8,00	15,40	<b>soutien sélectif :</b>	52,97	55,11
autres		0,10	- production et création audiovisuelle	46,00	49,33
			- promotion en France et à l'étranger	5,56	4,23
			- industries techniques	1,41	1,55
			<b>frais de gestion</b>	10,32	10,66
<b>total section 2</b>	<b>224,32</b>	<b>231,77</b>	<b>total section 2</b>	<b>224,32</b>	<b>231,77</b>
<b>total sections 1 et 2</b>	<b>490,96</b>	<b>495,53</b>	<b>total sections 1 et 2</b>	<b>490,96</b>	<b>495,53</b>

N.B : les données figurant dans ce tableau correspondent aux prévisions de la loi de finances. Elles peuvent présenter des écarts avec celles de l'exécution budgétaire, notamment pour les aides détaillées dans ce chapitre.

**LES AIDES À L'INDUSTRIE CINÉMATOGRAPHIQUE****les aides automatiques**soutien automatique aux producteurs de films

Les producteurs peuvent bénéficier d'allocations de soutien financier calculées sur les recettes d'exploitation de leurs films en salles, selon un taux de retour dégressif depuis 2002. La diffusion des films à la télévision et leur exploitation sur le marché de la vidéo sont également génératrices de soutien automatique. En 2005, 58,5 M€ sont mobilisés par les producteurs.

**SOUTIEN AUTOMATIQUE À LA PRODUCTION DE LONGS MÉTRAGES (M€)**

	règlement de créances	aide à la préparation*	investissement en production*	total
1996	3,21	1,59	40,31	<b>45,10</b>
1997	1,74	1,54	39,76	<b>43,05</b>
1998	1,40	1,54	49,06	<b>52,00</b>
1999	0,30	1,77	37,36	<b>39,44</b>
2000	1,23	2,74	46,04	<b>50,01</b>
2001	1,83	2,05	48,73	<b>52,61</b>
2002	1,30	1,98	51,82	<b>55,10</b>
2003	0,43	3,09	52,46	<b>55,98</b>
2004	0,62	2,54	50,52	<b>53,68</b>
2005	0,96	4,29	53,22	<b>58,47</b>

\* remboursements déduits

soutien automatique aux distributeurs

Les distributeurs peuvent également bénéficier d'allocations de soutien. Ces dernières sont proportionnelles aux recettes d'exploitation de leurs films en salles, selon un taux dégressif. Les films bénéficiaires du soutien à la distribution sont agréés en production ou en distribution. En 2005, 39 sociétés de distribution mobilisent leur soutien sur 86 films pour un montant total de 20,22 M€.

### soutien automatique aux exploitants de salles

Les recettes perçues aux guichets des salles de cinéma génèrent une allocation de soutien financier au bénéfice des exploitants. Cette allocation est proportionnelle au montant de la taxe encaissée sur le prix du billet, selon un barème dégressif et redistributif qui privilégie les petites et moyennes exploitations. Le soutien est destiné à financer des travaux d'équipement et de modernisation ainsi que les créations de salles. En 2005, les montants débloqués pour le financement de travaux s'élèvent à 55,0 M€ dont 37,5 M€ sous forme d'avances. Parmi les 768 dossiers traités, 595 concernent l'enregistrement et la prise en compte de nouveaux travaux pour un montant de 158,5 M€.

### **SOUTIEN AUTOMATIQUE À L'EXPLOITATION**

	nombre de dossiers	(M€)
1996	447	42,15
1997	553	44,65
1998	530	43,11
1999	495	45,40
2000	584	45,86
2001	448	43,75
2002	656	53,00
2003	602	48,00
2004	595	66,71
2005	768	55,00

### **les aides sélectives**

#### avance sur recettes

Instituée en 1959, l'avance sur recettes consiste en un prêt sans intérêt, remboursable sur les résultats d'exploitation du film aidé ou sur le soutien financier automatique généré par le film. Les films sont sélectionnés par la commission d'avance sur recettes, sur scénario ou, plus rarement, après réalisation. En 2005, 57 conventions d'avance sur recettes avant réalisation ont été signées pour un montant global de 19,2 M€ et 13 conventions d'avance après réalisation pour un montant total de 1,2 M€.

### **AVANCES SUR RECETTES\***

	nombre de dossiers	(M€)
1996	53	15,17
1997	71	22,43
1998	68	20,08
1999	62	19,57
2000	62	17,82
2001	80	20,41
2002	69	18,11
2003	78	22,65
2004	84	23,16
2005	70	20,40

\*avant et après réalisation

### aides à l'écriture et au développement

La commission du soutien au scénario, mise en place début 2002, est chargée d'octroyer deux types d'aides : une aide à la réécriture de scénario aux auteurs ou aux producteurs et une aide à l'écriture pour les auteurs ou les réalisateurs ayant déjà écrit ou réalisé un premier long métrage. Dotée d'un budget de 520 000 € en 2005, la commission du soutien au scénario encourage 31 projets de films de long métrage : 18 aides à l'écriture et 13 aides à la réécriture.

Par ailleurs, à travers l'aide au développement, le CNC soutient l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits. En 2005, 4,0 M€ ont ainsi été répartis sur 170 projets présentés par 125 sociétés.

### trophées du 1<sup>er</sup> scénario – Promesses de nouveaux talents

Créés en 2002, les "Trophées du Premier Scénario - Promesses de nouveaux talents", ouverts aux auteurs n'ayant jamais écrit ou réalisé de long métrage, ont pour but de promouvoir les auteurs émergents et d'aider à les faire connaître des professionnels.

Pour cette cinquième session, 206 candidatures (animation, documentaire de création, fiction) ont été enregistrées. 9 aides de 6 100 € ont été attribuées à 8 projets de fiction et 1 projet de documentaire. Chaque lauréat bénéficie également d'un accompagnement personnalisé pour développer son projet, accompagnement effectué cette année par Initiative Film.

### aide aux films en langues étrangères

Cette aide, instaurée en mai 1997, permet de soutenir la réalisation de longs métrages tournés en langues étrangères par des réalisateurs français ou étrangers dotés d'une certaine notoriété. En 2005, 8 conventions d'aide aux films tournés en langues étrangères sont conclues pour un montant total de 820 000 €.

### aides pour les coproductions internationales

En 2005, 20 projets bénéficient de 2,5 M€ au titre de l'aide à la production cinématographique des pays en développement. Par ailleurs, des accords bilatéraux passés avec des pays étrangers permettent d'attribuer des aides pour la réalisation de coproductions internationales. Dans ce cadre, 8 conventions d'aide franco-allemande sont conclues en 2005, pour un montant de 1,026 M€ ainsi que 4 conventions d'aide franco-canadienne pour 320 000 €.

### soutien à la production de courts métrages

Le CNC intervient aux différents stades de la vie des courts métrages : écriture, production, promotion et diffusion. Ces aides sont sélectives ou automatiques, directes ou attribuées par l'intermédiaire d'organismes qu'il subventionne.

Le soutien à la production de courts métrages comporte quatre dispositifs d'aides sélectives :

- une aide avant réalisation dite «contribution financière», dont l'objectif est de favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique ;
- une aide au programme d'entreprise, dont l'objectif est d'accompagner le développement d'un tissu de sociétés qui produisent régulièrement du court métrage et qui prennent les risques inhérents à l'activité de prospection de nouveaux talents ;
- une aide après réalisation dite «prix de qualité», dont l'objectif est de distinguer les films artistiquement remarquables qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et de récompenser la prise de risque du producteur ;
- une aide avant réalisation du COSIP dite «aide audiovisuelle», pour les films bénéficiant d'un financement de la part d'une chaîne de télévision.

Il comporte également deux dispositifs d'aide automatique :

- une aide avant réalisation, pour les films bénéficiant d'un investissement de soutien financier cinéma de la part d'un producteur de long métrage ;
- une aide avant réalisation du COSIP, pour les films unitaires et les collections bénéficiant d'un investissement de soutien financier audiovisuel de la part d'un producteur et d'un financement de la part d'une chaîne de télévision.

Les courts métrages peuvent également bénéficier d'aides spécifiques. L'aide à la réécriture, accordée à certains projets candidats à l'aide avant réalisation «contribution financière», permet aux auteurs de retravailler leur scénario. En 2005, 8 projets bénéficient d'une aide totale de 16 000 €. L'aide aux nouvelles technologies en production est destinée aux projets de films dont la fabrication fait appel aux technologies numériques. En 2005, 20 films de court métrage sont soutenus à hauteur de 343 000 € au total. Enfin, deux projets ont été soutenus dans le cadre du fonds d'aide aux tournages DOM – St Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble de ces dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage s'élève à 6,24 M€ en 2005 pour 190 films, sur une production totale de 380 films (nombre de films courts ayant obtenu un visa d'exploitation en salles en 2005).

### aides sélectives à la distribution

A travers les aides sélectives à la distribution, le CNC cherche à soutenir des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles. L'aide aux entreprises peut prendre la forme d'un soutien aux structures ou bien porter sur la réalisation d'un programme de sorties de films. En 2005, ces aides s'élèvent respectivement à 903 000 € pour 25 sociétés et à 3,35 M€ accordés à 22 sociétés pour 137 films.

Certaines aides permettent de faciliter la diffusion d'œuvres de qualité dont la sortie sur le marché comporte des risques financiers. En 2005, la commission d'aide sélective soutient 51 films pour un montant total de 921 962 €. A ces 51 films, s'ajoutent 20 œuvres aidées à hauteur de 454 832 € au titre du soutien spécifique à la distribution des premiers films ayant obtenu l'avance sur recettes.

Les aides sélectives visent également à soutenir la diffusion d'œuvres commerciales de qualité en provenance de pays dont les cinématographies sont méconnues en France. En 2005, le CNC et le Ministère des affaires étrangères facilitent ainsi la diffusion en France de 21 films (4 films d'Afrique, 4 films d'Asie, 1 film d'Asie centrale, 6 films d'Amérique latine, 1 film du Maghreb et 5 films du Moyen-Orient) pour un montant total de 378 000 €. La modification de l'articulation des aides sélectives à la distribution et de l'aide aux cinématographies peu diffusées permet de soutenir un plus grand nombre de films. 12 compléments à l'aide sélective à la distribution sont attribués en 2005, pour 9 aides intégralement apportées au titre des cinématographies peu diffusées.

Un soutien spécifique peut être accordé à la distribution de films destinés au jeune public (films français ou étrangers, inédits ou non), permettant ainsi de renouveler et de diversifier l'offre destinée à ces spectateurs. L'octroi de l'aide est conditionné par la mise en œuvre d'un travail d'accompagnement spécifique par le distributeur (matériel pédagogique, exposition, documents à destination du jeune public). En 2005, 151 000 € sont attribués pour le soutien de 11 films. 9 sociétés sont aidées. En 2005, des aides sélectives à la distribution sont par ailleurs attribuées à 3 programmes constitués de courts métrages destinés au jeune public pour un montant total de 40 000 €.

L'aide aux films réédités s'adresse aux distributeurs qui organisent la sortie en salles de films du répertoire et/ou de rétrospectives. La commission d'aide aux films réédités est chargée d'émettre un avis sur l'octroi de subventions au tirage de copies, à la fabrication de matrices et à la promotion. En outre, a été mise en place en 2003 l'aide au programme destinée à soutenir les entreprises indépendantes ayant une activité régulière en matière de diffusion de films de répertoire et dont la qualité éditoriale est reconnue. En 2005, sept films de répertoire et trois rétrospectives bénéficient d'un soutien et 3 sociétés reçoivent une aide au programme pour un montant global de 290 110 €.

### aides sélectives à l'exploitation en salles

Depuis 1983, des subventions sont accordées pour favoriser la création et la modernisation de salles dans des zones insuffisamment desservies, principalement en zones rurales ou à la périphérie des grandes villes. Elles peuvent également soutenir des projets dans les départements et territoires d'Outre-mer. En 2005, 60 projets (155 écrans et 1 salle dans les DOM-TOM) sont aidés pour un montant de 10,35 M€, soit 14,2 % des dépenses de travaux engagés par les demandeurs (73 M€).



## AIDE À LA CRÉATION ET À LA MODERNISATION DE SALLES

	nombre de projets	(M€)
1996	127	6,92
1997	107	7,36
1998	127	9,44
1999	108	10,96
2000	69	9,41
2001	77	8,00
2002	88	12,77
2003	72	8,45
2004	70	10,02
2005	60	10,35

En 2005, 1 056 établissements sont classés Art et Essai et bénéficient d'une subvention globale de 11,6 M€. La moitié de ces établissements sont situés dans des unités urbaines de moins de 20 000 habitants ou dans des communes rurales.

En outre, 35 salles parisiennes et 11 salles de grandes villes de province bénéficient d'un soutien dans le cadre de la procédure d'aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence, pour un montant total de 2,1 M€.

### les missions de l'ADRC

Créée par le Ministère de la culture en 1983, l'Agence pour le développement régional du cinéma (ADRC) agit en faveur de l'aménagement cinématographique du territoire. Ses interventions en faveur du cinéma en salles servent deux missions complémentaires, menées en étroite relation avec le CNC : maintenir et développer les salles de cinéma sur l'ensemble du territoire et améliorer leur accès aux films.

L'ADRC intervient à la demande des exploitants ou à celle des collectivités territoriales. Elle fournit conseil et assistance à des salles ou à des projets de création et de rénovation de salles. Elle est compétente pour analyser les équipements cinématographiques sur un territoire et traiter des questions relatives à la diffusion des films. En 2005, l'ADRC a effectué plus de 50 interventions : préconisation architecturale, assistance à projets, étude de faisabilité, conseil à maîtres d'œuvres, formation ou jury de concours.

Dans le cadre de son activité éditoriale et de formation, l'agence a diffusé en 2005 son ouvrage *Coûts prévisionnels des projets de salles* et a organisé une journée d'études avec une fédération de collectivités territoriales sur le thème *Construire et rénover une salle de cinéma*

L'aide à l'accès au film - y compris les films du patrimoine cinématographique - par le tirage de copies supplémentaires est une mission fondamentale de l'ADRC. Les salles de cinéma bénéficiaires de ces tirages financés par le CNC, via l'ADRC, sont situées prioritairement dans des petites villes et des villes moyennes, mais aussi dans des localités plus importantes pour ce qui concerne le secteur Art et Essai. En 2005, 1 792 copies (hors films du patrimoine) sont mises en circulation au bénéfice des salles, soit 10 % de moins qu'en 2004. Les interventions favorisent la diversité du cinéma, notamment des films à diffusion réduite et moyenne. Le nombre de films concernés s'établit à 123. Plus de 1 300 salles de cinéma bénéficient de ces copies grâce à l'intervention de l'ADRC. 1 349 de ces copies concernent le dispositif destiné aux petites villes et 443 relèvent des dispositifs de villes moyennes et plus importantes dans le contexte Art et Essai. Globalement, 73 % des copies concernent des films européens (dont 69 % des films français), 18 % des films américains et 9 % des films d'autres nationalités (Asie, Orient, Amérique latine, Europe de l'Est, Maghreb, Canada). Par ailleurs, 86 % des titres et des copies concernent des films recommandés Art et Essai. En 2005, le budget alloué au tirage de copies s'élève à 2,44 M€.

En ce qui concerne l'action de l'ADRC en faveur du patrimoine cinématographique en salles, ses interventions vont bien au-delà de l'édition et la circulation de copies neuves, et concernent également l'édition de documents d'accompagnement sur les films pour les salles et les publics, le déplacement d'intervenants et, enfin, une fonction de centre de ressources au bénéfice des professionnels.

## LA COOPÉRATION AVEC LES COLLECTIVITÉS TERRITORIALES

### la politique conventionnelle locale du CNC

Initiée en 1989, la politique conventionnelle du CNC vise à faire du secteur cinéma et audiovisuel un véritable pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales et l'État.

En 2004, une nouvelle génération de conventions de développement cinématographique et audiovisuel tripartites a été mise en place par le CNC avec l'État (Directions régionales des affaires culturelles - DRAC) et les Régions. A ces conventions peuvent, le cas échéant, s'associer des collectivités infra régionales. Les conventions sont en principe triennales et donnent lieu à des avenants financiers annuels. Elles comprennent deux grandes parties : la première, consacrée à la création, à la production cinématographique et audiovisuelle, ainsi qu'à l'accueil de tournages, est principalement dotée de crédits centraux provenant du compte de soutien au cinéma et à l'audiovisuel ; la seconde, qui concerne la diffusion culturelle et l'éducation artistique, avec des actions telles que *Lycéens au cinéma* et *Un été au ciné/Cinéville*, ainsi que le soutien aux pôles régionaux d'éducation artistique, est principalement financée par les crédits déconcentrés des DRAC.

17 conventions triennales étaient signées en 2004. En 2005, 7 conventions biennales 2005-2006 sont conclues avec les Régions Auvergne, Bretagne, Franche-Comté, Guadeloupe, Languedoc-Roussillon, Midi-Pyrénées et Basse-Normandie.

Fin 2005, les conventions CNC/État/Région couvrent donc 24 des 26 Régions françaises (ne manquent que la Guyane et la Martinique). Ce sont au total 28 collectivités territoriales qui sont concernées : en effet, la convention avec la Région Poitou-Charentes associe les départements de Charente, Charente-Maritime et Deux-Sèvres et la convention avec l'Alsace inclut la participation de la Communauté urbaine de Strasbourg.

### les modalités d'intervention du CNC en 2005

En matière de création cinématographique et audiovisuelle (aides à la production de courts métrages et aides à l'écriture et au développement), le CNC apporte une somme forfaitaire plafonnée à 100 000 € (montant maximum accordé aux collectivités investissant au moins 300 000 €). En ce qui concerne la production de longs métrages cinématographiques et la production audiovisuelle depuis 2005 (documentaires, fictions et programmes d'animation destinés à une diffusion télévisuelle, d'une durée supérieure à 24 minutes pour les unitaires et à 13 minutes pour les séries), l'apport du CNC suit la règle du « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité », à condition que la collectivité s'engage pour un minimum de 100 000 €. Cependant, cet abondement est plafonné à 1 M€ par collectivité pour chacun des deux volets.

Le CNC apporte par ailleurs une aide d'un montant moyen de 30 000 € aux bureaux régionaux d'accueil des tournages (également appelés commissions régionales du film), uniquement pendant les trois premières années de leur fonctionnement.

En 2005, la somme totale des engagements inscrits dans le cadre des conventions s'élève à 61,3 M€ (soit 34,3 % de plus qu'en 2004), se répartissant comme suit :

- 8 M€ sur le volet création, dont 6,3 M€ des régions et 1,7 M€ du CNC ;
- 20,5 M€ sur le volet production de long-métrage cinématographique, dont 15,7 M€ des régions et 4,8 M€ du CNC ;
- 16,5 M€ sur le volet production audiovisuelle, dont 11,5 M€ des régions et 5 M€ du CNC ;
- 3,9 M€ sur le volet accueil des tournages (aide aux commissions régionales du film), dont 3,7 M€ des régions et 0,2 M€ du CNC ;
- 12,4 M€ sur le volet éducation artistique et diffusion culturelle, dont 7,0 M€ des régions et 5,4 M€ des DRAC.

## les actions des directions régionales des affaires culturelles (DRAC)

Afin de rapprocher les interventions publiques de leur mise en œuvre en région, le Ministère de la culture et de la communication et le CNC ont engagé, depuis dix ans, un important mouvement de déconcentration. Celui-ci s'est traduit par un transfert de compétences et de crédits aux Directions régionales des affaires culturelles et par la constitution d'un réseau de conseillers pour le cinéma et l'audiovisuel dans ces mêmes directions régionales. En 2005, les crédits déconcentrés consacrés par les DRAC au cinéma et à l'audiovisuel s'élèvent à plus de 8 M€, dont 5,4 M€ sont mis en œuvre dans le cadre des conventions tripartites CNC/État/Région. La majeure partie de ces crédits déconcentrés concerne la diffusion culturelle et l'éducation artistique : l'éducation dans le cadre des dispositifs scolaires (*École et cinéma*, *Collège au cinéma*, *Lycéens au cinéma*), l'aide aux festivals, ainsi que l'opération *Un été au ciné/Cinéville*.

## LES ACTIONS D'ÉDUCATION AU CINÉMA ET À L'AUDIOVISUEL

Le CNC s'efforce de donner aux enfants et aux adolescents, futurs spectateurs et téléspectateurs, une véritable éducation artistique dans le domaine du cinéma et de l'audiovisuel. Cette politique est menée à travers quatre dispositifs nationaux : *École et cinéma* (89 départements, 405 000 écoliers touchés, 1,2 million d'entrées) ; *Collège au cinéma* (90 départements, 450 000 collégiens touchés, 1,1 million d'entrées) ; *Lycéens au cinéma* (22 régions, 220 000 lycéens touchés, 700 000 entrées) ; *Un été au ciné/Cinéville* : en 2005, 440 sites (communes ou communautés de communes) et près de 2 000 partenaires (dont 320 salles de cinéma) participent à la mise en place de 1 600 actions touchant environ 300 000 participants en France. Le CNC apporte en outre son soutien à la constitution d'une douzaine de pôles régionaux d'éducation artistique et de formation au cinéma et à l'audiovisuel dans 11 régions .

## LE PATRIMOINE CINÉMATOGRAPHIQUE ET LES ARCHIVES FRANÇAISES DU FILM

La Direction du patrimoine cinématographique du CNC, localisée à Bois d'Arcy (Yvelines), est en charge de la gestion opérationnelle, fonctionnelle et budgétaire des Archives françaises du film (AFF). Elle assure également la tutelle d'autres institutions françaises nationales consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique : la Cinémathèque française et la Bibliothèque du film (BIFI).

Les Archives françaises du film occupent une place essentielle au cœur de la politique patrimoniale cinématographique du CNC, avec pour mission la conservation et la valorisation de plus de 90 000 films. Un plan pluriannuel de sauvegarde et de restauration des films anciens a été mis en œuvre en 1991. Il concerne tout particulièrement les films sur support nitrate, dit « flamme », produits entre 1895 et 1950, mais également des films produits après 1950 dont l'état physique nécessite une restauration. Les projets de restauration sont présentés à l'agrément de la Commission du patrimoine cinématographique où siègent les représentants des institutions nationales bénéficiant du budget lié au plan (Archives françaises du film, Cinémathèque française et Cinémathèque de Toulouse) ainsi que des personnalités qualifiées. En 2005, le budget de sauvegarde et de restauration des films anciens s'élève à 3 M€.

En 2005, les Archives françaises du film sauvegardent et restaurent 272 titres, portant à 12 944 le nombre total de films restaurés par les seules AFF. Depuis le début du Plan pluriannuel, plus de 15 000 titres, toutes institutions confondues, ont ainsi été restaurés par les AFF, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque française. Les collections des AFF se sont enrichies de 3 466 titres en 2005 dont 881 films déposés au titre du dépôt légal, soit 455 longs métrages, 240 courts métrages et 186 films publicitaires.

Trois grands chantiers lancés en 2004 progressent conformément au planning annoncé : la rénovation du premier des trois bâtiments de stockage de films sur supports de sécurité est en voie d'achèvement. Les travaux d'aménagement des deux autres ont commencé début 2006 ; la plate-forme numérique pour la restauration des films est opérationnelle ; le plan de numérisation de films restaurés est en phase avec les prévisions d'ouverture fin 2006 de la future antenne parisienne des AFF, site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) où les films seront consultables. Dans le même temps, la nouvelle base de données documentaires des AFF intitulée LISE sera ouverte au public via Internet.

La valorisation des collections de films se poursuit par le biais d'interventions au cours de colloques, séminaires et conférences. De nombreux prêts pour des programmations extérieures contribuent également au rayonnement des collections des AFF : 860 films sont ainsi prêtés en 2005 pour 413 manifestations en France, en Europe et dans le monde.

En 2005, le CNC a célébré, avec la délégation française de l'UNESCO, le 25<sup>e</sup> anniversaire de la Recommandation de l'UNESCO pour la sauvegarde et la conservation des images en mouvement, ainsi que l'inscription au registre *Mémoire du Monde* de l'UNESCO des 1 405 films Lumière restaurés par les Archives françaises du film du CNC. Enfin, l'engagement du CNC auprès de la Cinémathèque française/Musée du Cinéma et de la Bibliothèque du film a permis que soit ouverte au public l'une des plus belles institutions dédiées au cinéma : le site 51, rue de Bercy inauguré à l'automne 2005.

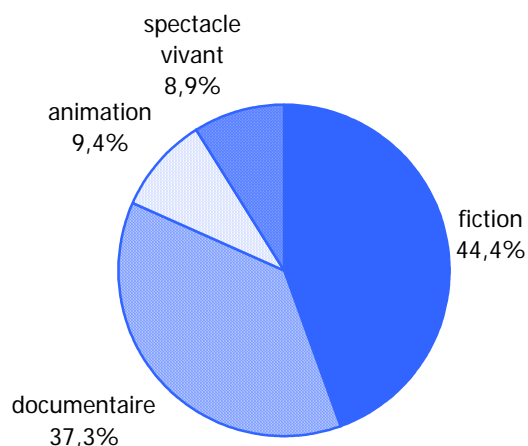
## **LES AIDES À L'INDUSTRIE DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS**

Les aides proviennent du Compte de soutien à l'industrie de programmes audiovisuels (COSIP). En 2005, le COSIP s'élève à 191,8 M€ (aides à la production, aides à la préparation et compléments ventilés sur les exercices précédents) dont 187,1 M€ au titre de l'aide à la production seule et 4,7 M€ au titre de l'aide à la préparation et au développement. Les aides à la production mobilisent respectivement 128,8 M€ pour les aides automatiques, 32,1 M€ pour les aides sélectives et 26,2 M€ pour les avances sur droits.

### **le soutien automatique à la production**

Le soutien automatique concerne les producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes de télévision françaises. La diffusion leur permet d'obtenir, sous certaines conditions, l'ouverture d'un «compte automatique» mobilisable sous forme de «subventions de réinvestissement», afin de financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles. Les allocations sont proportionnelles à la durée pondérée par les coûts des œuvres de référence. En 2005, 57,2 M€ sont alloués à des œuvres de fiction, 48,0 M€ à des documentaires, 12,1 M€ à des œuvres d'animation et 11,4 M€ à des programmes de captation et de récréation de spectacle vivant.

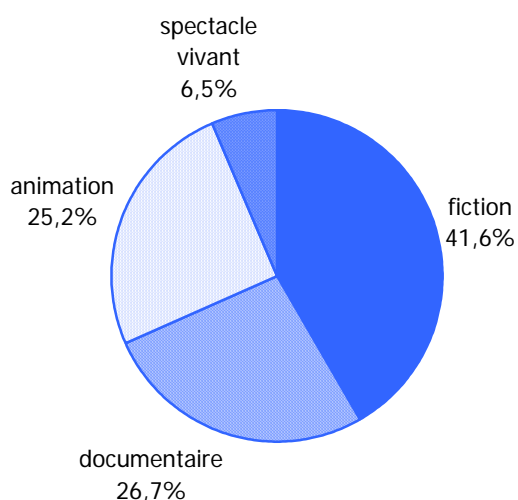
## LES AIDES A LA PRODUCTION EN 2005 : SOUTIEN AUTOMATIQUE



### les avances sur droits

Des «subventions de réinvestissement complémentaires» peuvent être attribuées aux entreprises qui ont épuisé leur soutien automatique. Ces entreprises peuvent ainsi bénéficier d'avances sur le soutien automatique dont elles disposeront les années suivantes. Les avances sur droits atteignent 26,2 M€ en 2005.

## LES AIDES A LA PRODUCTION EN 2005 : AVANCES SUR DROITS

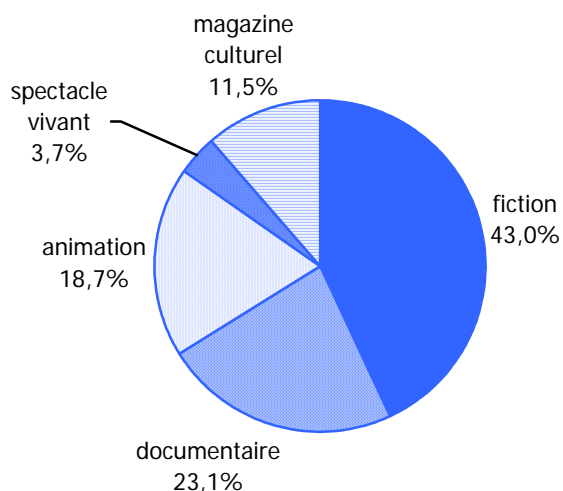


### les aides sélectives

#### financement des programmes

Des subventions d'investissement peuvent, après avis d'une commission professionnelle, être accordés à des producteurs dans différents cas : producteurs ne disposant pas de compte automatique ; œuvres pour lesquelles l'apport numéraire du diffuseur est trop faible ; œuvres documentaires de courte durée ; magazines présentant un intérêt culturel. En 2005, 13,8 M€ sont investis à ce titre sur des œuvres de fiction, 7,4 M€ sur des documentaires, 6,0 M€ sur des œuvres d'animation, 1,2 M€ sur des programmes de spectacle vivant et 3,7 M€ sur des magazines. Les aides sélectives s'élèvent au total à 32,1 M€.

## RÉPARTITION DES AIDES A LA PRODUCTION EN 2005 : SOUTIEN SELECTIF



### aide aux vidéomusiques

En 2005, 131 vidéo-clips sont présentés à la commission chargée d'évaluer la qualité de leur réalisation. 56 vidéo-clips sont primés pour un montant de 672 000 €. Par ailleurs, 41 dossiers de réinvestissement sont instruits en 2005 pour un montant total de 478 500 €, soit un montant moyen par projet de 11 671 €.

### **les aides à la création audiovisuelle**

Ces aides correspondent à une volonté de mener une politique qualitative en faveur de la création audiovisuelle.

### fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle a été mis en place en septembre 2005. Il a pour objectif de favoriser la recherche de nouvelles écritures et de nouveaux talents à travers des projets dont le format, la dramaturgie, la thématique et la réalisation sont innovants. Il concerne les programmes de fiction, d'animation ainsi que le documentaire. Le volet documentaire de ce nouveau fonds complète et double le budget du dispositif d'aide à l'écriture et à la préparation de documentaires de création qui existait depuis 1984.

Le fonds comporte deux aides distinctes dont les conditions d'attribution sont différentes :

- une aide à l'écriture qui s'adresse aux auteurs pouvant justifier d'une expérience dans le secteur ;
- une aide au développement qui s'adresse aux entreprises de production pour le financement du développement des travaux d'écriture. En fiction et documentaire, cette aide n'est accessible que pour les projets d'auteurs ayant déjà bénéficié de l'aide à l'écriture.

En 2005, 21 projets de fiction et 8 projets d'animation bénéficient d'aides à l'écriture dont les montants sont compris entre 10 000 € et 30 000 €. La diversité des formats, ainsi que différents degrés d'innovation sont représentés dans la sélection dont l'ensemble des projets présentait un potentiel créatif avéré.

En ce qui concerne le documentaire, 44 projets bénéficient en 2005 d'une prime à l'écriture (25 dans le cadre de l'ancien dispositif et 19 dans le cadre du fonds d'aide à l'innovation). 25 aides au développement ont été attribuées dans le cadre de l'ancien dispositif, avec un montant moyen de subvention de 6 400 €. 8 auteurs ont, par ailleurs, été accompagnés dans leur travail de réécriture par l'association Vidéadoc.

Dans le but de renforcer la communication autour de ces aides et des projets aidés, le CNC a initié des lectures publiques de projets soutenus. Deux lectures ont été organisées : *Sur la Grâce* de Vincent Dieutre dans le cadre du Cinéma du Réel en mars 2005 et *Le Mort saisit le vif* de Bernard Mangiante dans le cadre des Rencontres Doc'Ouest en septembre 2005.

#### aides à la préparation et au développement

Les œuvres de fiction, d'animation, de documentaire de création et de recréation de spectacle vivant peuvent bénéficier d'aides à la préparation attribuées par le COSIP. En 2005, ce dernier apporte 4,7 M€ d'aides à la préparation de 332 projets.

#### aides spécifiques à l'animation

12 pilotes d'animation sont aidés en 2005 pour un montant total de 201 000 €.

#### regards sur le cinéma

Le CNC a mis en place un dispositif d'aide à la production de documentaires de création portant sur le cinéma, la télévision et le multimédia : *Regards sur le cinéma*. Un comité de sélection se réunit 3 fois par an pour choisir les projets aidés. Le même comité se prononce sur l'achat éventuel de documentaires terminés, portant sur les mêmes thèmes, en vue de leur diffusion dans le secteur non commercial. En 2005, 7 projets reçoivent 56 000 € d'aides et 13 films terminés sont achetés.

### **les aides à la promotion des programmes audiovisuels**

En 1995, le CNC a mis en place une aide permettant de mettre à la disposition des producteurs et des distributeurs des outils performants pour commercialiser leurs programmes à l'étranger. En 2005, 1,2 M€ sont alloués à 461 programmes.

### **les aides pour les coproductions franco-canadiennes**

Un accord bilatéral relatif aux coproductions dans le domaine de la télévision a été signé avec le Canada en 1983. Les programmes télévisuels réalisés en coproduction et admis au bénéfice de cet accord sont considérés comme des productions nationales dans chacun des deux pays : les coproductions franco-canadiennes accèdent au soutien financier du CNC et sont comptabilisées dans les quotas de production et de diffusion imposés aux diffuseurs. Les dossiers sont examinés en France par le CNC et au Canada par Telefilm Canada. Par ailleurs, deux mini-traités (développement et animation) ont été signés entre le Canada et la France.

## **LES AIDES AUX INDUSTRIES TECHNIQUES, AU MULTIMÉDIA ET À LA VIDÉO**

Afin d'accompagner les mutations de l'audiovisuel et du cinéma liées au développement des technologies numériques de l'image et du son et de soutenir la création de contenus culturels multimédia destinés à tous les supports interactifs (Internet, CD-Rom, DVD ainsi que DVD vidéo et mobiles), le CNC a développé des aides spécifiques. Celles-ci s'adressent tant au secteur des industries techniques qu'à celui du multimédia, aux chercheurs et entreprises innovantes, aux artistes, producteurs et éditeurs.

#### soutien financier aux industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel

Ces aides en faveur des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel, qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création, ont pour objet d'accompagner les mutations de l'ensemble du secteur liées à la

généralisation de l'utilisation des technologies numériques. Depuis début 2006, elles visent à soutenir l'équipement, la modernisation, la restructuration de ces entreprises ainsi que leurs travaux de recherche et développement. En 2005, 47 projets bénéficient d'une aide globale de 5,0 M€.

#### aide aux nouvelles technologies en production

Cette aide accompagne la prise de risque du producteur qui fait appel à des techniques innovantes (effets spéciaux numériques, images de synthèse, mise au point de procédés spécifiques). Elle est attribuée sous la forme d'une subvention sélective et ne prend en compte que les dépenses afférentes à l'utilisation ou au développement de ces nouvelles techniques de production.

Depuis début 2005, cette aide s'adresse également aux producteurs d'œuvres audiovisuelles (appartenant exclusivement aux genres suivants : fiction, documentaire de création, spectacle vivant et unitaires d'animation de moins de 52 minutes).

En 2005, 40 projets sont soutenus (27 dans le domaine du cinéma et 13 dans le secteur audiovisuel) pour un montant global de 1,22 M€.

#### aide à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)

Le réseau Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia (RIAM), mis en place en février 2001, a pour objectif d'animer la communauté hétérogène des acteurs privés et publics concernés par la recherche et le développement en audiovisuel et multimédia et de soutenir financièrement les projets déposés par ces acteurs. Il favorise l'activité de recherche et de développement au sein des entreprises et cherche à encourager les partenariats avec les laboratoires de recherche publique.

Après la clôture, le 31 décembre 2003, de l'appel à projets 2003, le réseau a établi, au cours de l'année 2004, un rapport sur la situation de la recherche en audiovisuel et multimédia, assorti d'un bilan des trois années d'activité du RIAM et de leur impact sur le secteur. Ce document a été remis aux trois ministères qui soutiennent le réseau, en charge de l'industrie, de la recherche et de la culture et de la communication. Il a alors été décidé de lancer un nouvel appel à projets le 4 mai 2005, en unifiant les sources de financement des projets labellisés. Ceux qui étaient jusqu'à présent financés soit par le ministère chargé de la recherche, soit par celui chargé de l'industrie, le sont désormais par l'Agence Nationale de la Recherche (créée début 2005), le CNC continuant par ailleurs à financer les autres projets.

Ce fonds d'aide à la recherche et au développement peut, sous forme de subventions, inciter aux coopérations et aux transferts de technologie entre les laboratoires de recherche et les entreprises des secteurs de la création multimédia, audiovisuelle et cinématographique et soutenir leurs efforts de recherche et de développement interne.

En 2005, le CNC soutient 13 projets (déposés dans le cadre de l'appel à projets 2005) pour un montant global de 2,6 M€.

#### fonds d'aide à l'édition multimédia (FAEM)

Le fonds d'aide à l'édition multimédia (FAEM) est un dispositif de soutien aux contenus culturels innovants dans l'univers du multimédia. Organisé et financé avec le concours du Ministère délégué à l'industrie, il encourage essentiellement les jeux vidéo, les CD-Rom et DVD-Rom, les contenus interactifs pour Internet et depuis 2004, pour les téléphones mobiles. En 2005, 4,2 M€ sont versés sous forme de subventions ou d'avances remboursables à 70 projets dont 3,1 M€ sont attribués à 27 projets de pré-production de jeux vidéo. Il s'agit de jeux vidéo originaux ou adaptés de fictions initialement écrites pour la bande dessinée, la télévision et le cinéma.

#### aide à la création artistique multimédia (DICREAM)

Le dispositif pour la création artistique multimédia (DICREAM) est un fonds d'aide aux créateurs dans l'univers du numérique. Il couvre principalement trois domaines : le spectacle vivant, l'Internet et les installations vidéo. Trois types d'aides peuvent être accordés : l'aide à la maquette, l'aide à la réalisation et l'aide à des manifestations collectives d'intérêt national ou international consacrées à la création numérique. En 2005, 107 projets sont soutenus pour un montant global de 1 M€.



### aide à l'édition vidéo

Le soutien financier à l'édition de vidéogrammes peut être automatique ou sélectif. Le soutien automatique est calculé à raison du chiffre d'affaires réalisé par les éditeurs vidéo commercialisant des films français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans (pour les longs métrages). Il est destiné à financer l'achat des droits d'exploitation vidéo de films français récents. En 2005, 8,6 M€ sont mobilisés au titre du soutien automatique.

Le soutien sélectif encourage le travail éditorial autour de programmes présentant un intérêt culturel particulier. Sont également prises en compte les conditions économiques de diffusion des vidéogrammes. Le CNC, sur avis d'une commission, soutient aussi bien le cinéma (nouveau et patrimoine) que les œuvres documentaires, les courts métrages et les programmes audiovisuels diffusés à la télévision ainsi que les captations de spectacle vivant. En 2005, 393 projets sont aidés au titre de l'aide sélective, pour un montant global de 3,56 M€.

## **LES CONCOURS DU CNC AUX ORGANISMES PARTICIPANT AU DÉVELOPPEMENT DU CINÉMA ET DE L'AUDIOVISUEL**

A Paris et en régions, près d'une centaine d'organismes, des associations pour la plupart, jouent un rôle essentiel pour la création, la diffusion et la promotion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Leur action contribue à l'émergence de nouveaux talents et de nouvelles formes d'expression, à la formation des professionnels, à la connaissance et à la circulation des œuvres, en particulier les plus fragiles (productions indépendantes, documentaires, films pour le jeune public, animation, films de répertoire, courts métrages), à la formation des publics et à la diffusion de la culture cinématographique et audiovisuelle.

**à l'échelle nationale** : la Commission nationale du film France pour l'accueil des tournages, les Enfants du cinéma pour l'opération *Ecole et cinéma*, KYRNEA International pour les opérations *Un été au ciné/Cinéville*.

**en régions** : l'Atelier de production Centre – Val de Loire (APCVL), le Centre régional de ressources audiovisuel du Nord-Pas de Calais (CRRAV), le Pôle Image Haute-Normandie, Aquitaine Image Cinéma (AIC), Rhône-Alpes Cinéma, l'Agence culturelle d'Alsace (ACA)...

**patrimoine** : la Cinémathèque Française, la Bibliothèque du film (BIFI), la Cinémathèque de Toulouse, l'Institut Louis-Lumière à Lyon.

**création et accompagnement des auteurs** : le Groupe de Recherche et d'Essai Cinématographique (GREC), Emergence, Equinoxe/To be continued, l'Abominable, Périphérie,...

**accompagnement des producteurs** : l'Atelier du Cinéma Européen (A.C.E.), Eurodoc (formation à la production européenne de documentaires).

**formation professionnelle** : la FEMIS (formation initiale supérieure et formation continue aux principaux métiers de la création cinématographique), le Conservatoire Européen d'écriture Audiovisuelle (formation de scénaristes), l'Ecole de la Poudrière (formation de réalisateurs d'animation), ...

**circulation des œuvres en salles** : l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, Documentaire sur Grand Ecran,...

**festivals** : la déconcentration de la politique de soutien aux festivals et autres manifestations cinématographiques et audiovisuelles s'est achevée fin 2002 avec le transfert du CNC vers les

DRAC des crédits nécessaires à leur financement. Les DRAC sont désormais les interlocuteurs premiers et privilégiés des organisateurs de manifestations et ont également compétence pour traiter toute nouvelle demande.

A l'exception des manifestations cannoises et du FIPA, les interventions financières du CNC en faveur des manifestations cinématographiques et audiovisuelles se limiteront désormais aux seuls marchés et à des opérations ponctuelles à caractère professionnel (ateliers, colloques,...) organisées au sein de ces manifestations sur des sujets d'actualité intéressant particulièrement les professionnels. En 2005, le CNC a soutenu 11 rencontres.

**promotion des œuvres et des créateurs** : l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), l'Association française du cinéma d'animation (AFCA), l'Union française du film pour l'enfance et la jeunesse (UFFEJ),...

**diffusion culturelle** : la Confédération des Ciné-clubs (COFECIC) et les 5 fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc et Pointligne Plan (diffusion de cinéma expérimental), l'association des Trois mondes (diffusion de films de pays du Sud), le CRAC-scène nationale de Valence, la Ligue de l'enseignement (Fédération d'éducation populaire), les Toiles enchantées (diffusion de films aux enfants dans les hôpitaux), Retour d'images (diffusion de films pour sourds et malentendants).

Par ailleurs, le CNC assure la diffusion non commerciale du fonds Images de la Culture, fonds de 2 000 titres constitué des œuvres documentaires soutenues par les différentes directions du Ministère de la culture et de la communication (enrichi cette année de 200 nouveaux documentaires). Depuis 1998, 52 000 VHS et DVD ont été mis à disposition dans les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques etc. 2 200 titres ont été loués pour une représentation publique gratuite par des organismes culturels, sociaux ou éducatifs. Grâce à la convention signée par le CNC avec le Ministère de la justice, ces œuvres sont également diffusées dans les prisons.

**exportation** : Unifrance Film International, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma français à l'étranger et TV France International, association qui poursuit des buts similaires pour l'exportation de la production télévisuelle française. Conjointement avec le Ministère des affaires étrangères, le CNC accorde également son soutien à l'association des exportateurs de films (ADEF), qui rassemble aujourd'hui 21 sociétés parmi les plus actives et représente les exportateurs français de longs métrages.

**lutte contre la piraterie** : Créée en 1985, l'association de lutte contre la piraterie audiovisuelle (ALPA) combat ce fléau sous toutes ses formes. Elle constate, par le biais d'agents assermentés, les infractions liées à la contrefaçon audiovisuelle.

# panorama mondial

Les premières estimations indiquent que les entrées dans les salles de l'Union Européenne reculent d'environ 11 % en 2005. L'Allemagne subit la baisse la plus importante (-18,8 %), suivie par l'Espagne (-12,5 %), la France (-10,9 %), tandis que l'Italie et surtout le Royaume-Uni connaissent un recul plus limité (respectivement -7,5 % et -3,8 %).

Outre une baisse des entrées pour la troisième année consécutive, les Etats-Unis subissent un tassement de leurs recettes à l'international. Au Japon, malgré une diminution contenue des entrées, le cinéma national confirme sa popularité auprès du public, tandis que l'Australie présente un bilan morose.

Ce chapitre propose, pour la première fois, un aperçu de l'activité cinématographique en Inde et en Corée du Sud.

## UNION EUROPÉENNE

### Allemagne

De l'ensemble des grands territoires européens, c'est en Allemagne que les salles de cinéma subissent le plus fort recul des entrées et des recettes en 2005. Les principaux indicateurs sont à la baisse. La faiblesse générale de la consommation se répercute aujourd'hui sur l'industrie du film. Toutefois, le cinéma national, malgré une baisse de sa part de marché, bénéficie toujours d'un très bon niveau de popularité.

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), la fréquentation diminue fortement en 2005, retrouvant ainsi son niveau d'il y a dix ans. Les entrées baissent de 18,8 %, passant de 156,7 millions en 2004 à 127,3 millions en 2005. Le recul de la fréquentation se vérifie tout au long de l'année, excepté au mois de mars où le succès du film *Hitch – expert en séduction* entraîne une remontée des entrées. De même, la sortie de *Harry Potter et la coupe de feu* en fin d'année permet de freiner la tendance négative.

Les recettes des salles diminuent légèrement moins que la fréquentation (-16,6 %), en raison de l'augmentation de 2,6 % du prix moyen du billet qui s'établit à 5,85 € (5,70 € en 2004).

Conséquence directe de la chute de la fréquentation, l'indice de fréquentation moyen par habitant recule fortement (1,54 en 2005, contre 1,90 en 2004), rejoignant un niveau proche de celui de 1995.

Après un ralentissement de croissance depuis 2000, le parc de salles se stabilise en Allemagne. 4 889 écrans sont actifs en 2005, dont 3 926 dans les états de l'ex-RFA et 963 dans les nouveaux états. Subissant la mauvaise santé du secteur de l'exploitation, les entrées dans les multiplexes chutent de près de 16 % en 2005. Ces établissements génèrent 47 % des entrées et 50 % des recettes de l'année.

Alors que le cinéma allemand connaît un renouveau après de nombreuses années de morosité, la part de marché du film national recule en 2005. Le nombre de films allemands en exploitation au cours de l'année s'élève à 807, dont 103 nouveaux films. Ils génèrent 21,5 millions d'entrées en 2005 (soit une diminution de 39 % par rapport à 2004), représentant une part de marché de 17,1 % des entrées totales, contre 23,8 % en 2004. Ce niveau reste, toutefois, parmi les plus élevés de la décennie. En 2005, dix films allemands dépassent le million d'entrées, contre sept en 2004, six en 2003 et trois en 2002. Les dix films "millionnaires" génèrent globalement 13,4 millions d'entrées. En 2004, les trois premières œuvres nationales réunissaient plus de 20 millions d'entrées.

L'absence d'un grand succès national évince les sociétés allemandes des cinq premières places du classement des distributeurs en 2005. Selon les estimations de Nielsen EDI, Constantin arrive ainsi en 6<sup>e</sup> position avec une part de marché de 6,4 %. En 2004, ce distributeur occupait la 4<sup>e</sup> place avec une part de marché de 14,9 %. En 2005, UIP prend la tête du classement des distributeurs avec 23,0 % de part de marché, devant Warner Bros (17,7 %), Buena Vista International (14,1 %), Fox (11,8 %) et Sony (8,0 %).

*Harry Potter et la coupe de feu* occupe la première place du box-office 2005 avec 7,5 millions d'entrées. Pour mémoire, le leader (allemand) 2004, *(T)Raumschiff Surprise – Periode 1*, générait 9,1 millions d'entrées. A l'exception d'un film allemand *Die Weisse Massai*, qui occupe la 9<sup>e</sup> place du classement avec 2,2 millions d'entrées, le Top 10 2005 est entièrement dominé par les films américains. Cinq films allemands se placent parmi les vingt premiers films de l'année. A signaler, la performance d'un film français, *la Marche de l'empereur*, qui occupe la 19<sup>e</sup> place, avec un peu plus de 1,3 million d'entrées.

### LE CINÉMA EN ALLEMAGNE

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
films nationaux sortis	64	61	50	74	75	83	84	80	87	103
écrans	4 035	4 128	4 244	4 651	4 783	4 792	4 868	4 868	4 870	4 889
entrées (millions)	132,9	143,1	148,9	149,0	152,5	177,9	163,9	149,0	156,7	127,3
indice de fréquentation	1,6	1,7	1,8	1,8	1,9	2,2	2,0	1,8	1,9	1,5
recettes (M€)	671,9	750,9	818,2	808,4	824,5	987,2	960,1	850,0	892,9	745,0
part du film national (%)	15,3	16,7	8,1	11,1	9,4	15,7	9,5	16,7	20,8	17,1*
part du film américain (%)	75,1	70,5	85,4	78,6	81,9	77,0	83,0	76,8	72,1	n.d.
part du film français (%)	1,0	3,0	0,7	0,7	0,9	1,6	2,6	0,9	2,2	n.d.
part du film européen (%)**	9,3	14,0	6,9	14,3	8,8	11,6	13,2	8,2	8,6	n.d.

\* en termes d'entrées

\*\* en termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA

source : CNC d'après *Filmförderungsanstalt, Spitzenorganisation der Filmwirtschaft*

### Espagne

En Espagne, comme chez ses voisins européens, le cinéma affiche un net recul des entrées en 2005. Selon les chiffres communiqués par l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, le bilan du cinéma est très contrasté. En effet, tandis que le secteur de la production n'a jamais été aussi florissant en vingt ans, la fréquentation chute, mais la part de marché du film national est en progression, notamment grâce à deux coproductions majeures avec les Etats-Unis.

142 longs métrages sont produits en Espagne en 2005 (9 de plus qu'en 2004). C'est le meilleur résultat enregistré au cours des vingt dernières années. En effet, le nombre de films produits en 1995 s'élevait à 59. En 2005, 53 des 142 films espagnols sont des coproductions internationales, tournées principalement avec la France, le Royaume-Uni et l'Italie, mais aussi de plus en plus souvent avec des pays latino-américains, en particulier l'Argentine et le Chili.

En 2005, la fréquentation, avec 12,5 % d'entrées en moins, recule à 126 millions. Conséquence directe, l'indice de fréquentation moyen repasse sous le seuil des trois entrées annuelles. L'Espagne conserve cependant l'un des meilleurs niveaux d'Europe avec en moyenne 2,9 entrées annuelles par habitant. Autre conséquence liée au recul de la fréquentation, le volume des recettes totales baisse de 9,3 %, passant de 691,6 M€ en 2004 à 627,3 M€ en 2005.

La progression du parc de salles marque un arrêt. Le marché arrive à maturité. 4 383 écrans sont recensés à la fin de l'année 2005, répartis sur 1 042 sites. Ils programment 1 695 films en 2005, dont 343 films espagnols et 1 352 films étrangers.

569 nouveaux films sont sortis sur les écrans en 2005, dont 128 films espagnols, 222 films américains, 166 films provenant des pays de l'Union Européenne et 53 films de pays divers.

La part de marché des films espagnols est en nette progression en 2005. Elle s'établit à 16,7 % (13,4 % en 2004). C'est le deuxième meilleur résultat depuis quinze ans, derrière 2001 avec 17,9 %. Cependant, il convient de souligner que l'ICAA attribue la nationalité espagnole à deux coproductions majeures avec les Etats-Unis, *Kingdom of Heaven* et *Sahara*. Sans ces deux films, la part de marché du cinéma national s'établirait à 14 %.

Le cinéma européen poursuit une franche remontée, amorcée en 2004. De 13,8 % en 2004, sa part de marché (Espagne exclue) atteint 20,4 % en 2005. Avec un peu plus de 15 % de part de marché, ce sont les films britanniques qui assurent les résultats des films européens. Il convient de souligner que l'Espagne octroie la nationalité britannique à des films considérés comme américains sur d'autres marchés européens. Il en est ainsi pour *Harry Potter et la coupe de feu*, *Alexandre* et *Batman Begins*. Ces trois films exclus, la part de marché du cinéma britannique recule à 9,5 % et celle du film européen à 14,7 %. La part de marché du cinéma américain perd près de 10 points et s'établit à 60,3 % en 2005 (69,8 % en 2004). Toutefois, avec *Harry Potter*, *Alexandre* et *Batman*, cette part de marché atteindrait 66 %.

UIP prend la tête du classement des distributeurs en 2005, notamment grâce à la performance d'une œuvre espagnole *Torrente 3, el Protector* ainsi que de *la Guerre des mondes*, *Mon beau-père, mes parents...et moi* et *Madagascar*. UIP place cinq films parmi les vingt meilleurs de l'année et enregistre une recette de 118,3 M€ et une part de marché de 18,9 %.

*Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith* prend la tête du box-office 2005 en Espagne avec près de 3,7 millions d'entrées et une recette de 18,7 M€. Il est suivi de près par le premier film espagnol du classement, *Torrente 3, el Protector*, avec près de 3,6 millions d'entrées et une recette de 18,1 M€. Comme l'année précédente, quatre films espagnols dépassent le million d'entrées.

## LE CINÉMA EN ESPAGNE

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005*
longs métrages produits	91	80	65	82	98	106	137	110	133	142
écrans	2 372	2 565	2 997	3 343	3 500	3 770	4 039	4 253	4 390	4 383
entrées (millions)	104,2	105,0	112,1	131,3	135,3	146,8	140,7	137,5	143,9	126,0
indice de fréquentation	2,5	2,7	2,9	3,3	3,4	3,7	3,4	3,3	3,5	2,9
recettes (M€)	332,3	352,8	401,3	495,9	536,3	616,4	625,9	639,4	691,6	627,3
part du film national (%)	9,3	13,1	11,9	13,9	10,1	17,9	13,7	15,8	13,4	16,7
part du film américain (%)	78,3	68,2	78,5	64,2	82,7	62,2	66,1	67,3	69,8	60,3
part du film français (%)	2,7	2,6	0,9	3,3	1,6	3,6	3,7	2,6	1,5	3,9
part du film européen (%)**	8,9	12,2	19,5	13,1	7,2	10,8	10,2	10,0	8,0	n.d.

\* chiffres provisoires

\*\* en termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA

source : CNC d'après Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales

## Italie

En Italie, les premières données chiffrées communiquées par l'Associazione Nazionale Industrie Cinematografiche Audiovisive e Multimediali (ANICA) et Cinetel confirment la baisse des entrées en 2005. Le bilan de l'année reste, toutefois, contrasté. Le recul considérable du volume des films produits et des investissements est préoccupant. Alors que le nombre de nouveaux films italiens sortis sur les écrans est en baisse, les entrées et la part de marché du film national remontent nettement.

En 2005, la production cinématographique italienne se caractérise par le recul des films 100 % italiens ainsi que des coproductions minoritaires, la stabilité des coproductions majoritaires et l'accélération du désengagement de la contribution de l'Etat. 98 films sont produits, contre 134 en

2004. Le nombre de films entièrement italiens chute de 96 en 2004 à 68 en 2005. Le nombre de coproductions, après le formidable essor de 2004, recule également mais dans une moindre mesure, passant de 38 à 30. Si le nombre des coproductions majoritaires reste stable (16 contre 15 en 2004), les coproductions minoritaires chutent de 23 en 2004 à 14 en 2005.

Les investissements dans la production suivent la même tendance. Malgré une baisse des financements totaux de près de 25 %, le budget moyen par film se stabilise à 2,2 M€. Le recul des investissements est principalement dû à la diminution de près de 69 % des contributions publiques. Les capitaux consacrés aux films ICN (Intérêt Culturel National) diminuent de 75 %. Au total, la contribution de l'Etat à la production italienne concerne 18 films en 2005, pour un budget global de 29,5 M€. En 2004, l'Etat finançait 46 films pour un montant total de 94,9 M€. La contribution de l'Etat représente moins de 14 % de l'ensemble des capitaux investis (33 % en 2004).

Selon l'échantillon Cinetel, 242 films italiens sont programmés en salles en 2005 dont 98 nouveaux films (coproductions comprises). 306 films américains sont exploités dont 166 nouveaux films.

Les premières estimations de l'Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo, établies sur la base des données Cinetel, indiquent que la fréquentation s'établit provisoirement à 107,7 millions d'entrées en 2005, soit une diminution de 7,5 %. Conséquence directe de ce recul, les recettes totales diminuent également (-6,0 %) pour atteindre environ 620,0 M€.

En 2005, le cinéma national confirme son succès auprès du public. Il réalise 22,5 millions d'entrées contre 20 millions en 2004, soit une progression de 12,5 %. En termes de recettes, sa part de marché progresse également, passant de 20,3 % en 2004 à 24,7 % en 2005. Selon les estimations provisoires de Cinetel, les films américains, dont les entrées chutent de 19 %, perdent 8 points de part de marché. En termes de recettes, leur part de marché s'établit à 53,8 % en 2005, contre 61,9 % en 2004. Cependant, il convient de souligner que l'Italie (comme l'Espagne) octroie la nationalité britannique à des films comme *Harry Potter et la coupe de feu* et *Batman Begins*. Ces deux films inclus, la part de marché des films américains remonterait à 58,6 %.

UIP prend la tête du classement des distributeurs en 2005 (notamment grâce à la performance de *Madagascar*, *Mon beau-père, mes parents... et moi* et *la Guerre des mondes*), réalisant une recette de 102,1 M€ et une part de marché de 19 %. Fort du succès du film italien *le Tigre et la neige* et de *Million Dollar Baby*, le premier distributeur italien, 01 Distribution, s'installe à la 3<sup>e</sup> place du classement des distributeurs, avec une recette de 62,1 M€ et une part de marché de 11,6 %.

*Madagascar* prend la tête du box-office en 2005 avec 3,6 millions d'entrées et une recette de 21,2 M€. Il est suivi par *Harry Potter et la coupe de feu* qui génère 3,2 millions d'entrées et 19,2 M€ de recettes. Le premier film italien, *le Tigre et la neige*, occupe la 3<sup>e</sup> place avec près de 2,5 millions d'entrées et une recette de 14,8 M€. Quatre films italiens se placent parmi les dix meilleurs films de l'année. 23 films dépassent le million d'entrées, dont quatre films italiens.

## LE CINÉMA EN ITALIE

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005****
longs métrages produits	99	87	92	108	103	103	130	117	134	98
écrans*	4 004	2 456	2 619	2 839	2 496	2 662	2 839	3 038	3 171	n.d.
entrées (millions)**	96,5	102,8	118,5	103,5	104,2	113,3	115,6	110,5	116,3	107,7
indice de fréquentation	1,7	1,8	2,1	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9
recettes (M€)**	425,0	496,5	589,3	532,9	545,8	600,7	654,0	614,8	660,5	620,0
part du film national (%)	24,9	32,9	24,7	24,1	17,5	19,4	22,2	21,8	20,3	24,7
part du film américain (%)	59,7	46,7	63,8	53,1	69,5	59,7	60,2	64,5	61,9	53,8
part du film français (%)	2,5	4,0	2,2	2,7	5,8	3,8	6,1	1,9	1,0	3,0
part du film européen (%)***	11,5	15,5	12,4	14,3	11,4	18,0	14,7	11,8	7,5	n.d.

\* à partir de 1997, salles ouvertes plus de 60 jours par an ; à partir de 2000, chiffres extraits de l'Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo

\*\* à partir de 2000, chiffres extraits de l'Osservatorio Italiano dell'Audiovisivo

\*\*\* en termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA

\*\*\*\* chiffres provisoires

source : CNC d'après ANICA, Cinetel, SIAE, OIA, Giornale dello Spettacolo

## Royaume-Uni

Les premiers chiffres communiqués par le UK Film Council indiquent que le secteur du cinéma au Royaume-Uni offre un bilan nuancé en 2005. Le volume global de la production et des investissements est en recul, tandis que le nombre de films 100 % britanniques augmente. La baisse des entrées est plus limitée que sur les autres marchés européens et le niveau de la fréquentation reste confortable. La part de marché du film national affiche son meilleur résultat depuis plus de trente ans.

Pour la deuxième année consécutive, le secteur de la production au Royaume-Uni subit un net ralentissement de son activité. Selon le UK Film Council, la production cinématographique est affectée par l'incertitude qui plane sur les capitaux investis en matière d'exonérations fiscales. Par ailleurs, le volume des investissements étrangers est affecté par la faible parité du dollar par rapport à la livre sterling en 2005, rendant la production de films aux Etats-Unis -ou dans d'autres pays émergents- plus compétitive. Le Royaume-Uni produit 124 films en 2005 pour un investissement total de 568,8 M€ (824 M€). Le budget global de la production baisse de 30 % et rejoint le niveau de 2000 et 2002. En 2004, 133 films étaient produits pour un investissement global de 811,9 M€ (1,2 Md€). En 2005, la production cinématographique comprend 37 films 100 % britanniques, 25 films étrangers produits principalement sur le territoire anglais et 62 coproductions majoritaires.

Après l'érosion du nombre de projets intégralement britanniques amorcée depuis plusieurs années, la tendance s'inverse en 2005. Elle est accompagnée d'une remontée des investissements. Passant de 27 titres en 2004 à 37 en 2005, le volume des productions 100 % britanniques progresse de 37 % et les investissements correspondants de 42 %, passant de 117,8 M€ en 2004 à 166,3 M€ en 2005.

19 films étrangers sont tournés au Royaume-Uni, essentiellement par les studios hollywoodiens (17 en 2004) pour un budget total de 240,8 M€ (476,9 M€ en 2004). Les investissements dans ces films diminuent pratiquement de moitié. A ces films étrangers, il convient d'ajouter 6 titres auxquels le Royaume-Uni participe en tant que pays coproducteur minoritaire. Sa participation globale atteint 71,2 M€. En 2004, 3 de ces films étaient produits avec une participation anglaise de 71,6 M€. Poursuivant leur érosion amorcée depuis plusieurs années, les coproductions majoritaires diminuent de 28 %, passant de 86 en 2004 à 62 en 2005. Avec 90,5 M€, le volume des investissements consacrés à ces films baisse de près de 38 % par rapport à 2004.

Selon le UK Film Council, bien que les entrées reculent de 3,8 % en 2005, la fréquentation des salles de cinéma au Royaume-Uni affiche un niveau relativement élevé. La progression des entrées en fin d'année (+20 % en décembre) compense la faible performance des mois d'été (-28 % en juin). Les recettes, soutenues par l'augmentation du prix des places, progressent de 1 % et s'établissent à 840,4 M€ (1,2 Md€) en 2005. Les 20 meilleurs films britanniques de l'année assurent 29 % de la recette totale. Ils génèrent ensemble 244,1 M€, soit une progression de 39 %. Sept films, produits au Royaume-Uni par les studios hollywoodiens, dépassent le seuil des 10 M€ de recettes.

La part de marché du film britannique poursuit sa remontée et s'établit à 34,0 % en 2005, contre 23,6 % en 2004 et 10,2 % en 2003. Le succès de *Harry Potter et la coupe de feu*, *le Monde de Narnia* et *Batman Begins*, considérés comme des films nationaux au Royaume-Uni, n'est sans doute pas étranger à cette évolution.

En 2005, grâce au succès des dernières aventures de *Wallace & Gromit*, de *la Guerre des mondes*, *King Kong*, *Mon beau-père, mes parents...et moi*, *Madagascar*, UIP conserve sa place de leader du classement des distributeurs avec 44 films distribués, une recette de 243,3 M€ et une part de marché de 29,1 %. Le premier distributeur indépendant, Entertainment, occupe la 5<sup>e</sup> place avec 25 films distribués, 78,6 M€ de recette et une part de marché de 9,4 %.

*Harry Potter et la coupe de feu*, coproduction anglo-américaine, prend la tête du box-office 2005 avec une recette de plus de 48 M€. Il est suivi de près par *le Monde de Narnia* qui génère 43,2 M€.

## LE CINÉMA AU ROYAUME-UNI

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
longs métrages produits*	121	115	91	103	90	83	119	173	133	124
écrans	2 166	2 383	2 581	2 758	2 954	3 164	3 258	3 316	3 342	3 357
entrées (millions)	123,8	138,9	135,2	139,1	142,5	155,9	175,9	167,3	171,3	164,7
indice de fréquentation	2,1	2,4	2,3	2,4	2,4	2,6	2,9	2,8	2,8	2,7
recettes (M€)	440,2	512,4	539,0	583,4	621,2	727,2	802,1	809,5	833,0	840,4
part du film national (%)	12,8	23,0	14,1	16,5	19,6	4,9	8,3	10,2	23,6	34,0
part du film américain (%)	81,7	73,5	83,9	80,5	75,3	73,9	71,3	73,5	73,2	n.d.
part du film européen (%)**	3,1	2,0	1,9	1,6	1,5	4,2	1,5	2,1	1,5	n.d.

\* ces chiffres incluent des films entièrement financés et tournés par des sociétés américaines au Royaume-Uni ; à partir de 2002, source UK Film Council ; années antérieures, source British Film Institute

\*\* en termes d'entrées, hors film national, d'après la base Lumière de l'OEA

source : CNC d'après UK Film Council, Screen Finance, Cinema Advertising Association

## Union Européenne

### net recul des entrées en 2005

Les premières estimations de l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel indiquent que les entrées dans les salles de l'Union reculent d'environ 11 % en 2005. Les principaux marchés sont tous affectés. L'Allemagne (-18,8 %), l'Espagne (-12,5 %) et la France (-10,9 %) connaissent une diminution à deux chiffres, tandis que les bons résultats de juillet et novembre en Italie et une excellente fin d'année au Royaume-Uni permettent à ces marchés de mieux résister à la tendance négative (respectivement -7,5 % et -3,8 %). Il convient cependant de garder en mémoire les résultats exceptionnels de 2004.

Par ailleurs, la part de marché du cinéma national est en progression sur les principaux marchés et sur les marchés de taille moyenne, à l'exception de l'Allemagne et de la France, où elle se maintient toutefois à un bon niveau.

### bilan 2004

Selon l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel (OEA), le volume de la production en Europe augmente de nouveau en 2004. 761 films ont été produits dans les 25 pays membres de l'Union, contre 746 en 2003, soit une progression de 1,9 %. Bien que l'écart entre les budgets européens et américains reste important, le volume des investissements augmente en France et en Italie, mais se révèle moins prolifique au Royaume-Uni, après le record historique de 2003.

Environ 1,007 milliard d'entrées sont recensées dans les salles de cinéma de l'Union en 2004, contre 955 millions en 2003, soit une progression de 5,4 %. L'ensemble des principaux marchés (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume-Uni) enregistre un résultat positif. Parmi les marchés de taille moyenne, la Pologne se démarque avec une progression de 40,5 %, suivie de loin par l'Autriche (+9,4 %). Conséquence directe de la croissance, l'indice de fréquentation progresse à 2,2 entrées annuelles par habitant en 2004 (2,1 en 2003).

Les estimations de l'OEA indiquent que le niveau de la part de marché globale des films européens atteint environ 27,4 % des entrées totales des 25 pays membres de l'Union en 2004. Cette part est en légère progression par rapport aux 26,7 % réalisés en 2003. Le bon score des films européens est à attribuer aux résultats très satisfaisants des films nationaux sur plusieurs grands marchés. La part de marché globale des films américains dans l'Europe des 25 se maintient à environ 70,5 % des entrées, contre 71 % en 2003.

Les distributeurs affiliés aux majors américaines dominent les grands marchés. Sur les cinq principaux pays, UIP occupe la première place en 2004 avec 18,6 % des recettes guichet, devant Buena Vista (leader 2003) avec 14,9 %.



Avec plus de 43 millions d'entrées, *Shrek 2* prend la tête du box-office européen\* en 2004. Outre les deux coproductions anglo-américaines *Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban* et *Troie*, qui occupent les 2<sup>e</sup> et 3<sup>e</sup> places du classement avec respectivement 40,5 millions et 27,7 millions d'entrées, un autre film britannique se place parmi les dix meilleurs films de l'année : *Bridget Jones : l'âge de raison* (10<sup>e</sup> place et 16,3 millions d'entrées). Le premier film allemand du classement *(T)Raumschiff Surprise – Periode 2* occupe la 19<sup>e</sup> place avec 10,7 millions d'entrées, juste devant le premier film français *les Choristes* (10,4 millions d'entrées). A l'inverse des films britanniques, qui réalisent la majeure partie de leurs entrées en dehors de leur marché national, ces deux films génèrent leurs entrées sur leur propre marché.

La place des films européens demeure très modeste sur le marché américain. Ils recueillent environ 68 millions d'entrées aux Etats-Unis en 2004, en progression de 3,5 % par rapport à 2003 (65,8 millions). Ils génèrent 4,6 % des entrées, contre 4,3 % en 2003. La coproduction anglo-américaine *Retour à Cold Mountain* (8,4 millions d'entrées) est la plus performante de l'année sur le marché américain.

\* Europe des 25 + Suisse, Islande, Norvège, Roumanie, Turquie

## LE CINÉMA DANS L'UNION EUROPÉENNE

	longs métrages produits*	écrans**	entrées** (millions)	Indice de fréquentation	part du film européen (%)	part du film américain (%)
1995	443	18 606	664	1,8	n.d.	72
1996	569	19 451	709	1,9	25	71
1997	560	20 605	765	2,0	32	65
1998	555	21 855	828	2,2	21	77
1999	603	23 181	810	2,2	29	69
2000	602	23 555	844	2,3	23	73
2001	626	24 448	935	2,5	32	65
2002	639	25 145	940	2,5	28	70
2003	672	25 711	893	2,4	26	71
2004***	761	29 087	1 007	2,2	27	71

\* estimations hors coproductions minoritaires et films à capitaux américains au Royaume-Uni

\*\* estimations

\*\*\* à partir de 2004, Europe des 25

source : CNC d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel

## AUTOUR DU MONDE

### États-Unis

Selon les chiffres présentés par la Motion Picture Association of America, le secteur du cinéma aux Etats-Unis présente un bilan décevant en 2005. Les studios hollywoodiens sont particulièrement préoccupés par les pertes financières engendrées par la piraterie et estimées à 5,4 Md\$ (4 Md€) en 2005. Les exploitants doivent faire face à une baisse conséquente de la fréquentation. Si les coûts de production se stabilisent, les frais de distribution et de marketing sont de nouveau en hausse. A l'international, les recettes des films américains enregistrent une baisse préoccupante, face à la remontée des parts de marché des films nationaux.

Après une très légère progression en 2004, les recettes des salles de cinéma américaines baissent de 5,7 % en 2005, l'augmentation du prix des places ne compensant pas le déficit provoqué par le recul des entrées. Les recettes atteignent 8,99 Md\$ (7 Md€) en 2005. Le prix moyen de place progresse de 3,2 % à 6,41 \$ (5 €) en 2005. Il augmente de près de 50 % en dix ans.

Depuis trois ans, la fréquentation baisse régulièrement. S'établissant à 1,40 milliard en 2005 (1,54 milliard en 2004), les entrées chutent de 8,7 %. Elles rejoignent un niveau à peine supérieur à celui de 1997. La baisse enregistrée est la plus forte depuis 1985. L'indice de fréquentation, poursuivant son recul, repasse sous le seuil des 5 entrées annuelles et s'établit à 4,7 entrées par habitant en 2005. Les Américains demeurent toutefois plutôt satisfaits de leur cinéma. Une récente étude, menée par Nielsen Entertainment, révèle que 81 % des spectateurs qui ont vu au moins un film en 2005 s'estiment satisfaits, tandis que 15 % d'entre eux préfèrent regarder les films sur DVD et 4 % ne pas en voir du tout.

Le nombre de films produits continue d'augmenter et la nouvelle hausse des coûts de marketing pénalise les efforts des producteurs visant à réduire les frais de production. 699 films ont été produits en 2005 contre 611 en 2004. Ces chiffres incluent des films qui ne sortent jamais en salles et sont destinés directement au marché de la télévision et de la vidéo. Depuis 2003, les coûts de production sont en baisse de 6,5 %. Cependant, entre 2004 et 2005, la baisse du coût global de la production est freinée par la nouvelle envolée des frais de publicité. Le budget moyen d'un film produit par les majors baisse de 3,8 %, passant de 62,4 M\$ en 2004 à 60 M\$ en 2005, tandis que les frais de distribution et de marketing repartent à la hausse (+5,2 %) pour atteindre 36,2 M\$ en moyenne par film. Ainsi, le coût global de production atteint en moyenne 96,2 M\$ (77M€) par film en 2005, soit une baisse de 0,6 % par rapport à 2004.

En 2005, 549 films sont distribués dans les salles américaines (528 en 2004) dont 535 films inédits (520 en 2004) et 14 rééditions (8 en 2004). Les majors assurent la distribution de 190 nouveaux films, contre 198 en 2004. Les nouveaux films génèrent une recette moyenne de 15,8 M\$ par film sur le territoire américain (-21 % par rapport à 2004). Les films des majors, avec une recette moyenne de 38,1 M\$, progressent de 10 %.

Après plusieurs années difficiles, marquées par le souvenir des nombreuses faillites des années 90, les exploitants ont réussi à assainir et à améliorer le parc des salles aux Etats-Unis, en réduisant le nombre de sites tout en augmentant le nombre d'écrans. Mais, le secteur de l'exploitation se trouve de nouveau en difficulté. Les retours tardifs sur investissements, liés à la baisse régulière des entrées, provoquent de nouvelles fusions entre grands circuits, renforçant le phénomène de consolidation du secteur. 38 852 écrans, répartis sur 6 336 sites, sont recensés aux Etats-Unis en 2005 (36 594 écrans sur 6 012 sites en 2004). Les salles "indoor" (salles fixes et fermées, par opposition aux ciné-parcs et autres salles en plein air) représentent 38 143 écrans répartis sur 5 897 sites. La moyenne des entrées par salle diminue, avoisinant les 37 000 en 2005, contre 42 000 en 2004.

Warner Bros est le leader incontesté des distributeurs de l'année, tant sur le marché domestique qu'à l'international. Avec une recette de 1,38 Md\$, la société réalise une part de marché de 15,6 %, notamment grâce au succès de *Harry Potter et la coupe de feu* (2<sup>e</sup> film de l'année sur le marché américain), *Charlie et la chocolaterie*, *Batman Begins* et *Million Dollar Baby*. La Fox et Universal rejoignent le club des "milliardaires" en dollars en 2005.

Le marché américain demeure insuffisant pour rentabiliser les films produits par les majors. Il ne couvre, en moyenne, qu'un tiers des coûts de production de ces films, le reste étant fourni par les marchés internationaux et la vidéo. Fait nouveau et déstabilisant cette année, les recettes mondiales des majors, évaluées à 23,24 Md\$ en 2005, reculent de 7,9 %. Warner Bros, dont le chiffre d'affaires baisse de 13,7 %, conserve sa première place au classement des distributeurs à l'international en 2005, avec une recette de 1,89 Md\$, notamment grâce à la performance de *Harry Potter et la coupe de feu* (meilleur film à l'international), *Charlie et la chocolaterie* et *Batman Begins*.

*Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith* occupe la 1<sup>ère</sup> place du box-office américain 2005 avec une recette de plus de 380 M\$. Le nombre de films dépassant les 100 M\$ de recettes

diminue, poursuivant la tendance amorcée en 2004 (18 films en 2005, contre 21 films en 2004 et 26 en 2003). Les sept premiers films dépassent 200 M\$ (5 en 2004), mais seul le leader de l'année dépasse les 300 M\$, contre trois films en 2004.

## LE CINÉMA AUX ÉTATS-UNIS

	longs métrages produits*	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (M\$)	part du film étranger (%)**
1996	735	29 690	1 338,6	5,0	5 911,5	2,7
1997	767	31 640	1 387,7	5,2	6 365,9	5,8
1998	686	34 186	1 480,7	5,5	6 949,0	3,1
1999	758	37 185	1 465,2	5,4	7 448,0	6,6
2000	683	37 396	1 420,8	5,2	7 660,7	4,5
2001	611	36 764	1 487,3	5,3	8 412,5	6,1
2002	543	35 280	1 639,3	5,7	9 519,6	4,5
2003	593	35 786	1 574,0	5,4	9 488,5	4,3
2004	611	36 594	1 536,1	5,2	9 539,2	4,6
2005	699	38 852	1 402,7	4,7	8 991,2	n.d.

\* ces chiffres incluent des films qui ne sont jamais sortis en salles

\*\* part du film européen compilée par l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel

source : CNC d'après Motion Picture Association of America

## Japon

Les premiers chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan (MPPAJ) présentent un bilan contrasté pour le secteur du cinéma en 2005. Comme sur les principaux marchés occidentaux, mais dans une moindre mesure, les entrées et les recettes diminuent au Japon, tandis que le cinéma national poursuit la reconquête de son public, avec une part de marché rejoignant ses meilleurs niveaux.

Grâce à un volume important de titres en exploitation et à la performance de plusieurs films qui ont trouvé leur public, sans toutefois atteindre le niveau habituel des grosses productions, la baisse des entrées et des recettes a été contenue en 2005. Les entrées dans les salles de cinéma japonaises baissent de 5,7 % et s'établissent à 160,5 millions, contre 170,1 millions en 2004. Conséquence directe de cette évolution, l'indice de fréquentation moyen recule à 1,26 entrée par habitant.

Les recettes correspondantes reculent également de 6 %. Elles passent de 210,9 MdY en 2004 à 198,2 MdY (1,4 Md€) en 2005. En 2005, 62 films franchissent le seuil du milliard de yens de recettes (49 en 2004), dont 26 films japonais et 36 films étrangers, parmi lesquels deux films français : *Alexandre* et *la Marche de l'empereur*.

L'expansion du parc de salles de cinéma, amorcée en 1993, se poursuit. De tous les marchés cinématographiques majeurs, le Japon reste toutefois le moins bien équipé en termes d'écrans. De 2 825 écrans en 2004, le parc s'établit à 2 926 en 2005 (67 % d'entre eux sont au sein de multiplexes). Ils programment 731 nouveaux films en 2005 (en progression par rapport aux 649 films de 2004), dont 356 films japonais. C'est le chiffre le plus élevé depuis 16 ans. Conservant sa réputation de loisir cher, le cinéma enregistre un très léger fléchissement de son prix moyen de place, qui s'établit à 1 235 yens en 2005 (environ 9 €).

Après avoir connu le plus mauvais résultat de son histoire en 2002 (27,0 % de part de marché), le cinéma national poursuit, pour la troisième année consécutive, la reconquête de son public. Sa part de marché progresse de près de 4 points en 2005. Les films japonais génèrent une recette de 81,8 MdY en 2005, soit 41,3 % de part de marché contre 37,5 % en 2004. Ils n'avaient pas dépassé le seuil des 40 % depuis 1997. Cette performance s'opère au détriment des films étrangers, qui subissent un recul équivalent de leur part de marché. Avec 116,4 MdY en 2005, ils assurent 58,7 % des recettes (62,5 % en 2004), au sein desquelles le cinéma américain conserve une position dominante.

Notamment grâce au considérable succès du leader de l'année *le Château ambulant*, Toho prend la tête du classement des distributeurs en 2005 avec une part de marché de 25 %. Il place trois films japonais parmi les dix premiers films de l'année et sept films parmi les vingt premiers.

Pour la troisième année consécutive, un film japonais domine le box-office. Fait sans précédent, le même film japonais prend la tête du classement deux années de suite. Sorti en novembre 2004, *le Château ambulant*, génère 19,6 MdY de recettes en 2005 (20 MdY en 2004). Il est suivi, de loin, par *Harry Potter et la coupe de feu* (11,5 MdY).

## LE CINÉMA AU JAPON

	films nationaux sortis	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (Md¥)	part du film national (%)
1996	278	1 828	119,6	1,0	148,9	36,3
1997	278	1 884	140,7	1,1	177,2	41,5
1998	249	1 998	153,1	1,2	193,5	30,2
1999	270	2 221	144,7	1,1	182,8	31,9
2000	282	2 524	135,4	1,1	170,9	31,8
2001	281	2 585	163,3	1,3	200,2	39,0
2002	293	2 635	160,8	1,3	196,8	27,0
2003	287	2 681	162,3	1,3	203,3	33,0
2004	310	2 825	170,1	1,3	210,9	37,5
2005	356	2 926	160,5	1,3	198,2	41,3

NB : les films américains captent environ 95 % de la recette réalisée par l'ensemble des films étrangers  
source : CNC d'après Motion Picture Producers Association of Japan – EIREN

## Australie

Selon les premiers chiffres communiqués par l'Australian Film Commission (AFC), l'année cinématographique présente un bilan à la baisse en 2005. A l'instar des pays occidentaux, les entrées reculent nettement. Le secteur de la production présente un bilan satisfaisant dans sa globalité, mais le fort recul des investissements dans la production intégralement australienne est préoccupant. La part de marché du cinéma national, bien qu'en nette progression, reste très modeste.

En 2005\*, le volume de la production augmente en Australie, tandis que celui des investissements diminue, en particulier la part consacrée aux films 100 % nationaux. Cette dernière est en recul pour la quatrième année consécutive. Coproductions et films étrangers compris, le nombre total de films produits sur le territoire australien s'élève à 31 longs métrages en 2005 pour un budget global de 588 M\$A (355 M€), dont 331 M\$A investis en Australie. En 2004, 24 films étaient produits pour un budget global de 573 M\$A (dont 366 M\$A investis dans le pays). Sur ces 31 films, 19 films 100 % australiens sont produits pour un budget global de 60 M\$A, 3 coproductions pour un coût global de 27 M\$A et 9 films étrangers pour un budget global de 243 M\$A. Les films australiens captent 18 % des capitaux investis en Australie et les coproductions 8 %, tandis que les films étrangers en captent 74 %. Le budget moyen d'un film 100 % australien atteint 3,24 M\$A (2 M€) en 2005.

Les premières estimations de la Motion Picture Distributors Association of Australia indiquent un net recul des entrées en 2005. Les 1 943 écrans actifs (34 de plus qu'en 2004) réalisent 82,2 millions d'entrées en 2005, contre 91,5 millions en 2004, soit un recul d'un peu plus de 10 %. Le niveau de la fréquentation reste malgré tout élevé, avec un indice de fréquentation à 4 entrées annuelles par habitant (4,6 en 2004). Pour mémoire, on enregistrait 24,6 millions d'entrées en 1977. Conséquence directe de la baisse des entrées, les recettes reculent également de 10 % et s'établissent à 817,5 M\$A (494 M€) en 2005. Le prix moyen de place se stabilise à 9,94 \$A (5,90 €), la place la plus chère atteignant 16 \$A (9,50 €).

Après le très mauvais résultat de 2004, la part de marché du film national remonte en 2005, notamment grâce au succès du film *Wolf Creek* et à l'augmentation du nombre de nouveaux films en exploitation (27 contre 16 l'année précédente). Cette progression, ajoutée à celle des films britanniques, s'effectue au détriment de la part de marché du film américain, qui perd près de 5 points. Les films australiens génèrent 23,1 M\$A en 2005, soit 2,8 % du marché (11,9 M\$A et 1,3 % en 2004). Bien que très modeste, ce résultat reste positif pour la vingtaine de films australiens qui sortent chaque année sur un marché qui offre, par ailleurs, plus de 300 titres. Les films américains perdent près de 15 % en termes de recettes. Ils génèrent 663,8 M\$A, soit 81,2 % du marché, contre 85,9 % en 2004. Grâce au succès de *Harry Potter et la coupe de feu*, les films britanniques doublent leur part de marché, leurs recettes progressant de plus de 87 %. Ils génèrent 87 M\$A en 2005, soit une part de marché de 10,6 %.

*Star Wars : épisode 3 – la revanche des Sith* occupe la première place du box-office 2005 avec une recette de 35,5 M\$A, loin toutefois du record de 50 M\$A réalisé par *Shrek 2* en 2004. A l'exception de *Harry Potter et la coupe de feu* (coproduction anglo-américaine), le classement est entièrement dominé par les productions hollywoodiennes. Un film australien est présent dans le Top 50 de l'année : *Wolf Creek* occupe la 44<sup>e</sup> place avec une recette de 5,8 M\$A.

\* Les statistiques de production sont établies de juin à juin. Pour l'année 2005, lire juin 2004/juin 2005 ; pour l'année 2004, lire juin 2003/juin 2004.

## LE CINÉMA EN AUSTRALIE

	longs métrages produits*	écrans	entrées (millions)	indice de fréquentation	recettes (M\$A)	part du film national (%)
1996	28	1 251	73,9	4,2	536,0	8,3
1997	35	1 431	77,4	4,2	583,9	4,9
1998	38	1 576	79,8	4,4	629,2	4,0
1999	33	1 748	88,0	4,8	704,1	3,0
2000	29	1 817	82,2	4,5	689,5	7,9
2001	30	1 855	92,5	5,1	812,4	7,8
2002	33	1 872	92,5	4,7	844,8	4,9
2003	23	1 907	89,8	4,5	865,8	3,5
2004	24	1 909	91,5	4,6	907,2	1,3
2005	31	1 943	82,2	4,0	817,5	2,8

\* y compris les films étrangers tournés en Australie

source : CNC d'après Australian Film Commission, Motion Picture Distributors Association of Australia

## Inde

Présentant un bilan de la situation du cinéma en Inde, le leader des distributeurs de Bollywood, Eros Entertainment, a rappelé que l'Inde est souvent considérée comme "la plus grande industrie cinématographique du monde", en référence à sa prolifique production de films. Plus de 70 000 films ont été produits en Inde depuis 1931, dans 30 langues et dialectes différents.

Mais, l'Inde est également le leader mondial en termes d'entrées, avec quelque 3 milliards de billets vendus en 2005, soit plus du double de la fréquentation aux Etats-Unis. Ce record est en grande partie dû au coût modeste de la place de cinéma. Tandis que le prix moyen de place se situe entre 5 \$ et 10 \$ dans les pays occidentaux, une place de cinéma en Inde coûte environ 1 \$. Selon Eros, les recettes globales de l'industrie du divertissement en Inde représentent plus de 4,5 Md\$ en 2005. Avec une croissance attendue de 18 % par an, les recettes devraient atteindre 10 Md\$ en 2009. L'industrie du cinéma fournit environ 30 % de ces recettes et la télévision 60 %. Le pays dispose actuellement de 12 000 écrans dont 8 000 permanents. Cela correspond à 8 à 12 écrans pour un million d'habitants.

25 millions de personnes originaires d'Inde vivent à l'étranger. Un quart d'entre elles sont installées aux Etats-Unis et dans les pays de l'Union Européenne. Bollywood assure la diffusion de

ses films auprès de ces communautés, pratiquement en même temps que dans leur pays d'origine. Ces recettes étrangères sont en progression constante. Elles représentent 20 % des recettes globales de Bollywood. Le Royaume-Uni, où vit une importante communauté indienne, est le premier marché étranger en termes de recettes.

## Corée du Sud

Selon les chiffres communiqués par le Korean Film Council (KOFIC), l'industrie cinématographique en Corée du Sud présente un bilan à la hausse en 2005. Depuis cinq ans, le secteur du cinéma affiche une croissance considérable.

Les entrées dans les salles de cinéma sud-coréennes progressent de 5,8 % en 2005, pour atteindre environ 143 millions, contre 135,2 millions en 2004. Le niveau de la fréquentation a augmenté de plus de 130 % en cinq ans (62 millions d'entrées en 2000). Séoul, la capitale du pays, génère le tiers des entrées totales. Stimulées par la hausse des entrées, les recettes progressent de 6 % et atteignent 900,9 Mdwon (777 M€) en 2005. Avec une population de 48 millions d'habitants, l'indice de fréquentation moyen frôle les 3 entrées annuelles par habitant.

83 films sont produits en 2005 pour un coût moyen de 3,990 Mdwon (3,4 M€), dont 2,73 Mdwon de coût de production net et 1,26 Mdwon consacrés à l'édition des copies et aux frais de publicité.

1 634 écrans sont en activité à la fin de l'année 2005 (1 451 en 2004 et 720 en 2000). Ils programment 319 films en 2005 dont 296 nouveaux films (40 de plus qu'en 2004). 87 d'entre eux sont des films coréens et 232 des films étrangers, dont respectivement 83 et 213 nouveaux films.

Les films nationaux occupent une place prépondérante sur le marché coréen. Ils génèrent 59 % des entrées totales du pays en 2005, contre 35,1 % en 2000. Les films américains captent 39 % des entrées.

CJ Entertainment est à la tête du classement des distributeurs en 2005 avec une part de marché de 22 %. Le premier distributeur américain, Warner Bros, occupe la 3<sup>e</sup> place du classement avec une part de marché de 10,5 %.

Le film coréen *Welcome to Dongmakgo!* domine le box-office 2005 et génère plus de 8 millions d'entrées sur l'ensemble du territoire. Sept des dix meilleurs films de l'année sont coréens. Le premier film américain, *Mr. & Mrs. Smith*, est 7<sup>e</sup> avec 3,5 millions d'entrées.

## PANORAMA MONDIAL DU CINÉMA EN 2004

	Union Européenne**	Allemagne	Espagne	France	Italie	Royaume- Uni	Etats- Unis	Japon
population totale (millions)	455,5	82,5	42,2	60,0	57,9	60,2	294,7	127,7
nombre de foyers (millions)	187,0	39,1	14,0	24,7	22,9	26,3	112,3	47,0
<b>production</b>								
longs métrages (y compris coproductions)	761	87	133	203	134	133	611	310
<b>exploitation – distribution</b>								
Ecrans	29 087	4 870	4 390	5 347	3 171****	3 342	36 652	2 825
nombre de films distribués	566***	368	530	559	392	451	528	649
entrées (millions)	1 007	156,7	143,9	195,4	116,3	171,3	1 536,1	170,1
indice de fréquentation	2,2	1,9	3,5	3,3	2,0	2,8	5,2	1,3
entrées moyennes par salle	34 620	32 180	32 780	36 540	36 680	51 260	41 910	60 210
recettes guichet (millions dans la monnaie locale)*	5 700***	892,9	691,0	1 137,2	660,5	833,0	9 539,2	210,9
recettes guichet (M€)	5 700***	892,9	691,0	1 137,2	660,5	1 188,1	7 775,7	1 462,2
part du film national (% des recettes)	27****	20,8	13,4	38,5	20,3	23,6	95,4	37,5
part du film américain (% des recettes)	71	72,1	69,8	48,3	61,9	73,2	95,4	59,4
<b>vidéo</b>								
taux d'équipement DVD (%)	39,7	58,0	57,2	61,0	36,0	61,2	64,4	33,9
<b>câble</b>								
taux de pénétration des foyers TV (%)	35,0	59,0	8,3	15,5	0,7	15,8	66,8	36,7
<b>satellite</b>								
taux de pénétration des foyers TV (%)	22,9	36,0	20,1	19,4	13,7	29,0	22,4	40,4

\* en milliards pour le Japon

\*\* Europe des 25

\*\*\* estimation

\*\*\*\* part du film européen

\*\*\*\*\* salles ouvertes plus de 60 jours par an

source : CNC d'après FFA, SPIO, ICAA, SIAE, ANICA, UK Film Council, CAA, MPAA, EIREN, OEA? Screendigest, Screen International, Screen Finance, Variety, OMSYC, IDATE, IVF

## INDICE DE FRÉQUENTATION DANS LE MONDE

