

ÉDITORIAL

3

1. LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

4

2. CINÉMA

2.1	La fréquentation des films en salles	13
2.2	La distribution	38
2.3	Le public du cinéma	54
2.4	L'exploitation	67
2.5	La production cinématographique	76

3. AUDIOVISUEL

3.1	L'audience de la télévision	94
3.2	Les films à la télévision	102
3.3	Les fictions à la télévision	113
3.4	La production audiovisuelle aidée	120
3.5	La télévision de rattrapage	133

4. VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

4.1	Le marché de la vidéo	143
4.2	La vidéo à la demande (VàD payante)	146
4.3	DVD et Blu-ray	158
4.4	Le jeu vidéo	167
4.5	Les industries techniques	177

5. INTERNATIONAL

5.1	Le flux financier en provenance de l'étranger	188
5.2	L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques	191
5.3	Les oeuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger	200
5.4	Le cinéma dans le monde	209

6. ACTION PUBLIQUE

6.1	Les financements publics	224
6.2	L'égalité femmes / hommes	245
6.3	L'emploi	253
6.4	La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel	265

Éditorial

Au début de l'année 2022, la pandémie de Covid-19 sévissait toujours et les secteurs du cinéma et de l'image animée continuaient d'en subir les conséquences. Progressivement, l'épidémie a faibli et notre pays a commencé à lever les mesures sanitaires, mettant fin, en particulier, au passe vaccinal le 14 mars 2022, après tout juste deux ans (depuis le 17 mars 2020) de contraintes diverses dont 300 jours de fermeture complète des salles de cinéma en France.

Bien évidemment, dans un tel contexte, la fréquentation de nos salles en 2022 a accusé une baisse de 27 % par rapport à la moyenne 2017-2019, mais elles ont mieux résisté que dans les pays voisins et nous sommes non seulement restés le premier marché de cinéma en Europe, mais également avec une part de marché des films français historiquement élevée à plus de 40 %.

De manière générale, grâce au soutien massif de l'Etat, le secteur a pu traverser la crise sans qu'une seule entreprise ne fasse faillite. Il lui a permis de redémarrer beaucoup plus vite et mieux que d'autres secteurs de notre économie. Avec le déclenchement de la guerre en Ukraine et les sanctions européennes à l'encontre de la Russie, le secteur a dû faire face,

dans une moindre mesure cependant, à de nouvelles difficultés comme l'inflation du coût de l'énergie. Là encore, l'Etat a répondu présent, et nous avons pu prévoir de soutenir les salles qui en auraient besoin.

La production cinématographique, grâce à la prolongation du fonds de garantie pour les tournages en cas d'interruption pour cause de Covid, est revenue à un niveau proche de l'avant-crise puisque 287 films ont été agréés en 2022. Notre pays, grâce à son crédit d'impôt international, a attiré de belles productions, notamment des séries étrangères majeures comme *The Serpent Queen*, *Emily in Paris*, *Franklin* ou *The New Look*. A la télévision, les 100 meilleures audiences de fiction ont toutes été réalisées par des fictions françaises, avec en tête du classement la série *HPI, haut potentiel intellectuel*, qui réalise la meilleure audience de fiction de l'année (près de 11 millions de téléspectateurs). Le marché de la vidéo par abonnement a continué de progresser et de tirer la croissance du marché audiovisuel dans son ensemble.

L'activité du CNC n'a pas été en reste, poursuivant les trois axes stratégiques que nous nous étions fixés : indépendance, international et jeunesse.

Nous avons donné un cadre fort pour assurer l'indépendance des producteurs dans l'intégration des plateformes étrangères au modèle français de financement et de diffusion de la

création. Nous avons aussi joué notre rôle en Europe lors de la Présidence française de l'Union européenne qui nous a permis de protéger nos salles, nos sociétés de production, de jeu vidéo, nos catalogues en tant qu'actifs culturels stratégiques, et de proposer une révision de la définition de l'œuvre européenne afin qu'une œuvre dont l'IP est détenue par des acteurs extra-européens ne puisse pas être considérée comme européenne et donc avoir accès à notre système de soutien public. Nous avons poursuivi notre politique de renforcement de l'attractivité des filières françaises et de nos territoires ainsi que du rayonnement de nos œuvres à l'international, auprès de tous les publics, y compris les plus jeunes. Enfin, pour toucher ces derniers, et plus largement le public, nous avons accompagné les professionnels dans le déploiement de nouvelles initiatives de médiation culturelle ou de marketing, dans les salles et sur internet.

Ce Bilan vous donnera un aperçu d'une année encore mouvementée sur le plan conjoncturel comme structurel : aussi, je tenais à rappeler quelques grandes orientations qui ont guidé notre action pour répondre aux enjeux artistiques, industriels et économiques du cinéma et de l'image animée.

Dominique Boutonnat
Président du CNC



chapitre un

LA CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

En 2022 :

10,4 Md€ de dépenses des ménages en programmes audiovisuels

(-14,0 % par rapport à 2021)

dont :



33,2 %

télévision payante



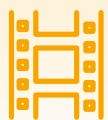
34,0 %

jeu vidéo



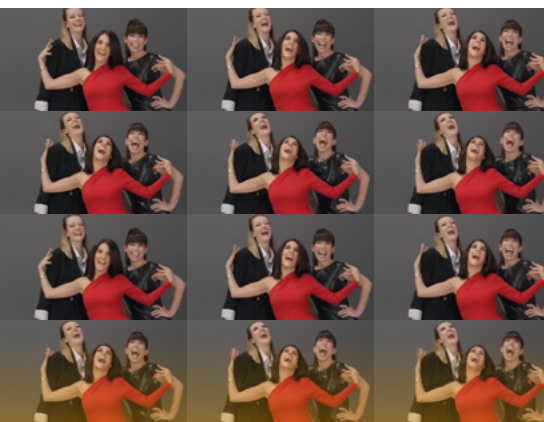
22,3 %

vidéo



10,6 %

cinéma



Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Hors contribution à l'audiovisuel public, les dépenses des Français en programmes audiovisuels sont en hausse de 6,6 %

En 2022, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) reculent de 14,0 % par rapport à 2021 à 10,4 Md€ (toutes taxes comprises). Les dépenses pour la télévision sont en très net recul (-41,0 %) en raison de la suppression en 2022 pour tous les contribuables de la contribution à l'audiovisuel public, dont le montant s'élevait à 2,3 Md€ en 2021 (part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur). Cette suppression a été compensée par l'affectation d'une fraction de la TVA au financement de l'audiovisuel public. Hors contribution à l'audiovisuel public, les dépenses des ménages progressent de 6,6 % par rapport à 2021 et de 5,3 % par rapport à 2019.

En 2022, les dépenses pour la télévision ne concernent donc que les abonnements TV, dont le montant est en légère baisse de 1,6 %. A l'inverse, les dépenses pour le cinéma en salles (+62,7 %), pour la vidéo (+7,7 %) et pour le jeu vidéo (+3,3 %) sont en hausse.

En 2022, chaque foyer français (dont le nombre s'élève à 29,1 millions, contre 29,0 millions en 2021) dépense, en moyenne, 356 € en programmes audiovisuels (-14,3 % par rapport à 2021, -17,2 % par rapport à 2019). Les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 118 € par foyer (-41,2 % par rapport à 2021, -43,5 % par rapport à 2019), contre 121 € pour le jeu vidéo (+3,0 % par rapport à 2021, +3,2 % par rapport à 2019), qui devient ainsi le premier poste de dépenses en programmes audiovisuels. Par ailleurs, chaque foyer français dépense, en moyenne, 38 € pour le cinéma (+62,2 % par rapport à 2021, -26,1 % par rapport à 2019) et 80 € pour la vidéo (+7,3 % par

rapport à 2021, +49,9 % par rapport à 2019). La hausse des dépenses pour la vidéo par rapport à 2019 est portée par les dépenses pour la vidéo à la demande (+84,4 %).

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français¹ (M€)

	2021 ³	2022
cinéma	672,6	1 094,4
télévision	5 829,5	3 437,3
abonnements TV	3 493,6	3 437,3
contribution audiovisuel public ²	2 335,9	-
vidéo	2 149,5	2 314,7
vidéo à la demande	1 904,0	2 079,8
vidéo physique	245,5	234,9
jeu vidéo	3 407,0	3 521,0
jeu vidéo dématérialisé	2 794,0	2 896,0
jeu vidéo physique	613,0	625,0
total	12 058,5	10 367,4

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

² Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur. La contribution à l'audiovisuel public a été supprimée en 2022.

³ Données mises à jour.

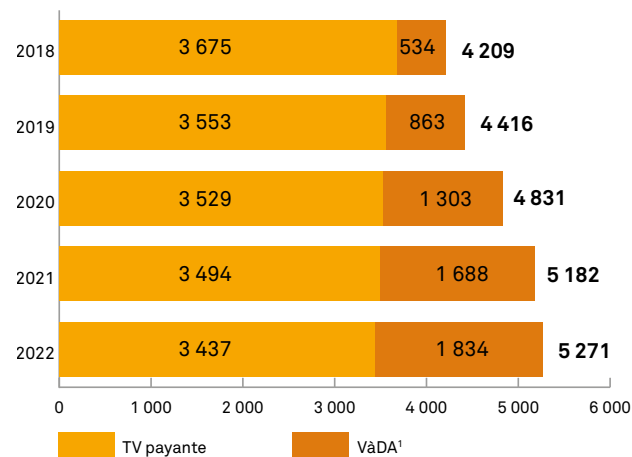
Source : CNC / AQQA, DGMIC, GfK, SELL.

Les jeux vidéo et la télévision payante représentent deux tiers des dépenses totales

Avec la suppression de la contribution à l'audiovisuel public, les jeux vidéo (dématérialisés et physiques) deviennent le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels en 2022, à 34,0 % du total (28,3 % en 2021), juste devant les abonnements aux chaînes TV payantes, qui représentent 33,2 % de l'ensemble des dépenses (29,0 % en 2021). La part des dépenses pour la vidéo atteint 22,3 %, en hausse de 4,5 points en un an, dont 20,1 % pour la vidéo à la demande (+4,3 points) et 2,3 % pour la vidéo physique (+0,3 point). La part des dépenses consacrées au cinéma s'élève à 10,6 % (+5,0 points par rapport à 2021).

En 2022, les programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) représentent 48,0 % des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels (39,0 % en 2021).

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



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

Avec la fin de la crise sanitaire, les dépenses pour le cinéma en salles remontent nettement

Alors que 2020 et 2021 avaient été marquées par la crise sanitaire, entraînant la fermeture des cinémas pendant 300 jours au total sur les deux ans, l'année 2022 est la première année de pleine ouverture, malgré une levée complète des restrictions sanitaires le 14 mars 2022. La consommation cinématographique des foyers français augmente ainsi de 62,7 % par rapport à 2021, à 1 094,4 M€. Elle demeure cependant très en-deçà de son niveau d'avant-crise (1 388,7 M€ en moyenne entre 2017 et 2019). En 2022, le nombre d'entrées en salles s'établit à 152,0 millions (+59,2 % par rapport à 2021) et le prix moyen de la place de cinéma s'élève à 7,20 € (+2,2 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent, en moyenne, à 5,2 entrées par foyer en 2022, contre 3,3 entrées en 2021 et 7,3 en moyenne entre 2017 et 2019.

Léger recul des dépenses pour la télévision payante, hausse de la VàDA

En 2022, les dépenses des ménages en matière de télévision payante sont estimées à 3 437,3 M€ (-1,6 % par rapport à 2021). En incluant la vidéo à la demande par abonnement, les dépenses des ménages en matière d'abonnements audiovisuels sont en hausse de 1,7 % à 5 271,3 M€. Les dépenses pour la télévision payante n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de base de télévision par ADSL/fibre. Selon l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), à fin 2022, près des trois-quarts des abonnements internet à haut et très haut débit disposent également d'un abonnement au service audiovisuel du fournisseur d'accès internet, soit 23,8 millions, en hausse de 2,4 % sur un an.

Hausse des dépenses pour la vidéo et le jeu vidéo

En 2022, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) progresse de 7,7 % par rapport à 2021, à 2 314,7 M€. Le marché de la vidéo à la demande est estimé à 2 079,8 M€, en hausse de 9,2 % par rapport à 2021, porté par la croissance des services par abonnement. Le marché de la vidéo physique poursuit au contraire son recul (-4,3 % à 234,9 M€), à un rythme cependant moins important que les années précédentes (-15,3 % en moyenne par an sur les dix dernières années).

Après avoir reculé en 2021, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) repartent à la hausse (+3,3 %), à 3 521,0 M€, sans retrouver leur niveau de 2020 (3 676,5 M€). La hausse des dépenses concerne à la fois le jeu vidéo dématérialisé (+3,7 %, à 2 896,0 M€) et le jeu vidéo physique (+2,0 %, à 625,0 M€).

L'équipement audiovisuel des Français

92,6 % des foyers français sont équipés d'un téléviseur, 86,5 % d'un smartphone, 76,2 % d'un ordinateur et 43,0 % d'une tablette

En 2022, selon l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), chaque foyer est équipé en moyenne de 6 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et smartphones). Selon GfK, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 92,6 % (-0,2 point par rapport à 2021 et -5,0 points par rapport à 2013). En 2022, malgré la Coupe du monde de football, les ventes de téléviseurs en France diminuent de 6,3 % par rapport à 2021 à 3,9 millions d'unités. Elles atteignent ainsi leur plus bas niveau des quinze dernières années. En 2022, plus de la moitié des foyers français (50,3 %) sont équipés d'un écran ultra haute définition (UHD), contre 44,1 % en 2021.

51,1 % des foyers sont équipés d'une TV connectable à internet en 2022.

En 2022, 51,1 % des foyers sont équipés d'un téléviseur connectable à internet, soit une progression de 5,6 points en un an. Les ventes de passerelles multimédia (boîtier ou clé OTT) reculent pour la première fois, de 19,7 %, à 1,5 million d'unités vendues en 2022.

Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis 2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Selon l'Arcom, au deuxième trimestre 2022, 63,9 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+2,6 points par rapport au deuxième trimestre 2021), 43,2 % par le réseau hertzien (-3,1 points) et 15,0 % par le satellite (-2,1 points).

La part des foyers équipés d'un lecteur de DVD / Blu-ray continue de diminuer, à 34,9 %

En 2022, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD et Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec moins de 400 000 unités vendues tous produits confondus, il diminue de 18,1 % par rapport à 2021. Les ventes de lecteurs de DVD sont en baisse de 14,5 % à 210 000 unités, les ventes de lecteurs de Blu-ray reculent de 20,9 % à 150 000 unités et les ventes de lecteurs de vidéos portables sont en baisse de 26,5 % à 35 000 unités. En 2022, le taux d'équipement des foyers français en lecteur DVD / Blu-ray s'établit à 34,9 % (-5,2 points par rapport à 2021) : plus spécifiquement, il recule de 3,2 points à 26,9 % pour les lecteurs de DVD et de 2,8 points à 21,8 % pour les lecteurs de Blu-ray.

En parallèle, la part des foyers équipés en home cinema est en baisse pour la dixième année consécutive (4,8 % en 2022, contre 6,0 % en 2021).

Equipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
téléviseur	26,6	26,6	26,8	27,0	26,9	94,0	93,6	93,2	93,0	92,6
téléviseur connectable	8,5	9,4	11,2	13,2	14,9	30,0	33,1	38,9	45,5	51,1
lecteur de DVD ¹	17,3	14,8	13,1	11,6	10,2	61,1	51,9	45,6	40,1	34,9
lecteur de Blu-ray ¹	8,2	7,7	7,3	7,1	6,3	29,0	27,0	25,5	24,6	21,8
home cinéma	3,1	2,8	2,3	1,7	1,4	11,1	9,7	8,0	6,0	4,8
ordinateur	21,5	21,6	21,9	22,1	22,2	76,0	75,8	76,0	76,2	76,2
console de jeux	15,0	15,0	15,3	15,4	15,5	52,9	52,8	53,0	53,1	53,2
tablette	12,7	12,6	12,7	12,6	12,5	45,0	44,3	44,2	43,6	43,0
smartphone ²	46,7	47,8	48,8	49,6	50,3	81,9	83,5	84,7	85,6	86,5

¹ Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.). ² % des individus de 11 ans et plus.
Source : GfK — Référence des équipements connectés.

L'équipement en smartphone progresse encore tandis que l'équipement en tablette recule

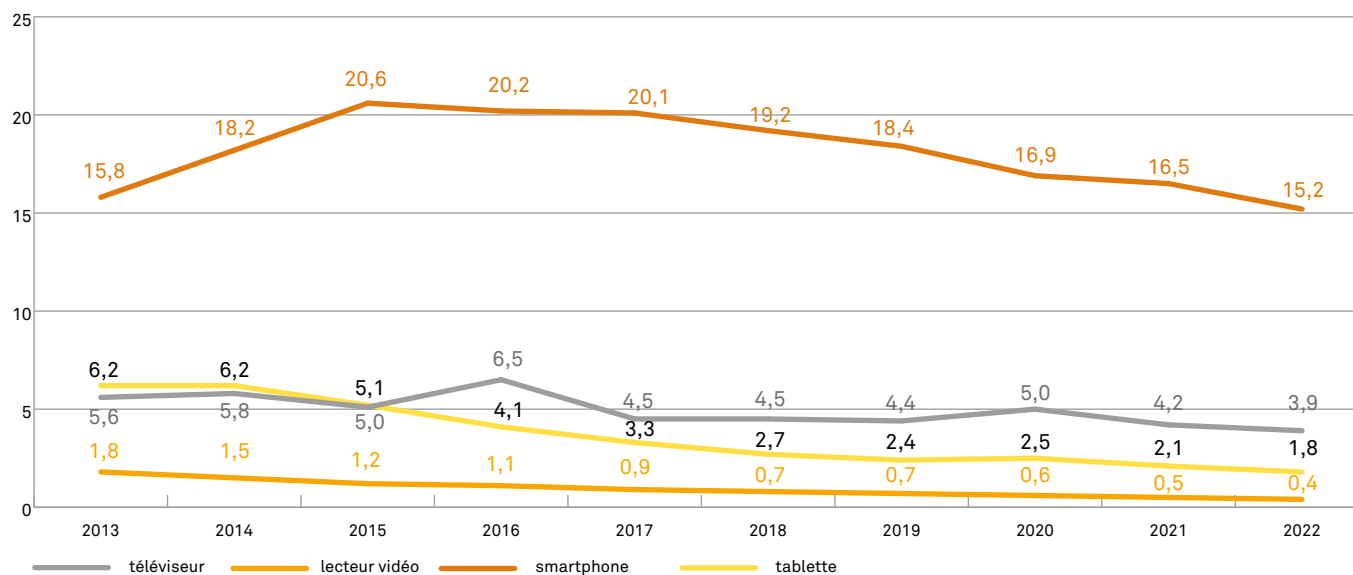
En 2022, 86,5 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone (+0,9 point par rapport à 2021) et 21,0 % possèdent un smartphone 5G (+10,2 points). En 2022, le volume des ventes de smartphones est en baisse pour la septième année consécutive. Le smartphone demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (15,2 millions d'unités vendues en 2022, contre 16,5 millions en 2021). 8,1 millions de téléphones compatibles avec la 5G, dont le lancement commercial est intervenu fin 2020, ont été vendus dans l'année (5,7 millions en 2021 et 1,2 million en 2020).

Les tablettes équipent 43,0 % des foyers français en 2022 (-0,6 point par rapport à 2021). Les ventes de tablettes sont à leur plus bas niveau depuis 2011, à 1,8 million d'unités en 2022 (-15,4 % par rapport à 2021).

En parallèle, le taux d'équipement des foyers français en ordinateurs est stable, à 76,2 %, malgré un volume de ventes en baisse de 11,7 % à 3,2 millions d'unités. Le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) est également stable, à 53,2 % (+0,1 point), dont 50,2 % pour les consoles de salon (+0,2 point) et 19,8 % pour les consoles portables (-4,0 points). En 2022, le volume des ventes de consoles de jeux (tous types confondus) recule de 24,4 % par rapport à 2021, à 1,7 million d'unités.

53,2 % des foyers disposent d'une console de jeux en 2022.

Les ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)



Source : GfK.

Les usages audiovisuels des Français : télévision et internet

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

Le nombre d'internautes progresse. En 2022, 86 % des Français âgés de 2 ans et plus utilisent internet selon Médiamétrie (85 % en 2021). Le temps passé quotidiennement sur internet que ce soit sur ordinateur, tablette ou téléphone est en léger recul par rapport au record atteint en 2021. En 2022, il s'établit à 2h18 chez les individus âgés de 2 ans et plus (-5 % par rapport à 2021 mais +10 % par rapport à 2019) et à 4h00 chez les 15-24 ans (-7 % par rapport à 2021 mais +14 % par rapport à 2019).

Le téléphone mobile constitue depuis 2019 le principal support de consommation d'internet. En 2022, il représente 75 % du temps passé sur internet par l'ensemble du public, contre 67 % en 2021. Chez les 15-24 ans, 93 % du temps passé sur internet se fait sur smartphone.

Le mobile représente les trois quarts du temps passé sur internet en 2022.

La durée d'écoute quotidienne de la télévision (3h26, -7 % par rapport à 2021) demeure largement supérieure au temps passé sur internet (tous usages confondus) pour l'ensemble du public.

La consommation à la demande constitue plus de 80 % de la consommation vidéo des 18-24 ans

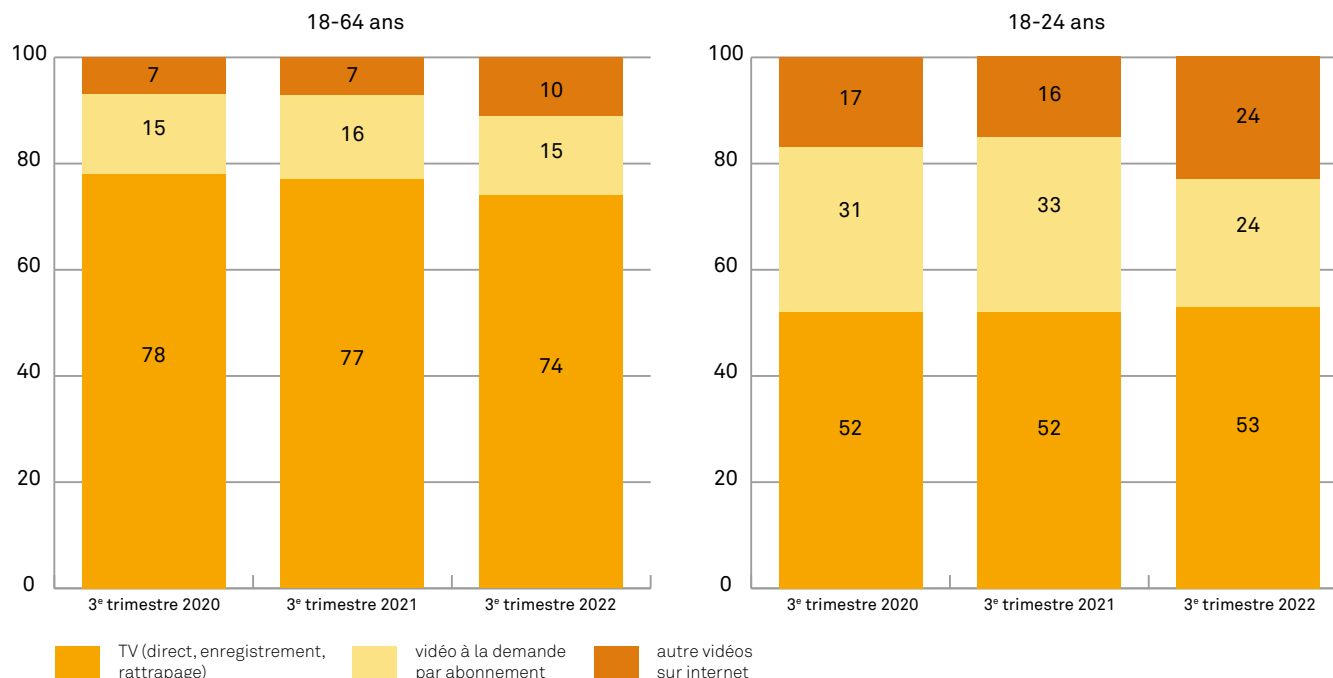
Les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale des Français. Selon Ampere Analysis, en prenant en compte l'ensemble des services audiovisuels (chaînes de télévision, vidéo à la demande par abonnement, autres vidéos sur internet) sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), les chaînes de télévision captent 74 % de la durée d'écoute totale de vidéo des 18-64 ans en France, contre 15 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et 10 % pour les autres vidéos sur internet au troisième trimestre 2022. Pour les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 53 %, contre 24 % pour la VàDA et 24 % pour les autres vidéos sur internet. La part du temps passé sur les services de

VàDA est toutefois en recul (-9 points) par rapport au troisième trimestre 2021 pour les 18-24 ans.

Au troisième trimestre 2022, la consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 50 % de la consommation vidéo des 18-64 ans (+3 points en un an) et 81 % de celle des 18-24 ans (+7 points). La consommation linéaire reste plus importante en France (50 %) que dans les autres pays européens et aux Etats-Unis : au troisième trimestre 2022, elle représente 37 % de la consommation vidéo des 18-64 ans en Italie, 30 % en Espagne, 29 % en Allemagne, 23 % au Royaume-Uni et seulement 18 % aux Etats-Unis.

La consommation de VàDA recule chez les 18-24 ans au profit des vidéos sur internet.

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



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

Remarques méthodologiques

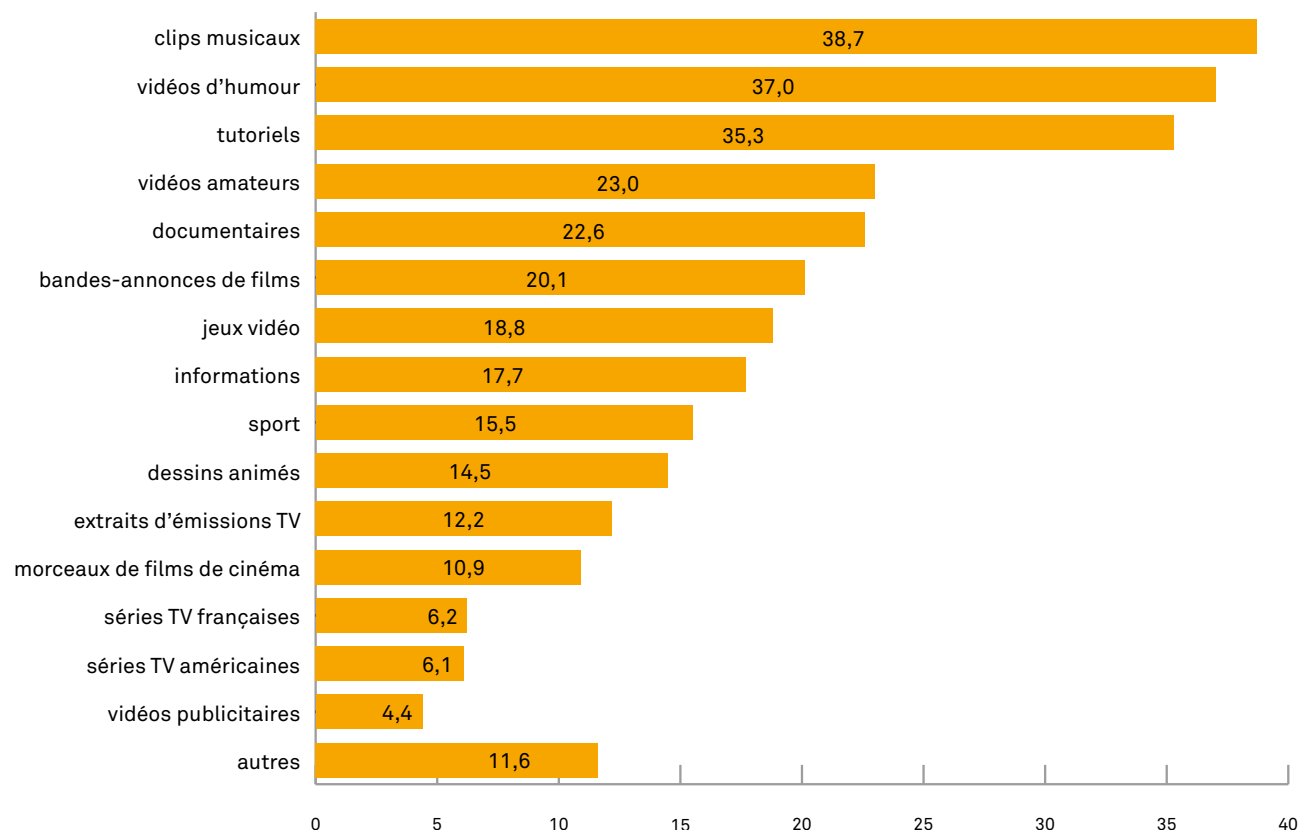
Le CNC a mis en place un suivi régulier des usages des sites de partage de vidéos sur internet, via un sondage en ligne réalisé par la société Vertigo auprès de 1 200 personnes âgées de 3 ans et plus par mois.

Les clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage devant les vidéos d'humour et les tutoriels

Les sites de partage de vidéos (comme YouTube) captent la majorité de la consommation de vidéos sur internet (hors sites des chaînes de télévision et des services de vidéo à la demande par abonnement). En 2022, 58,1 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà regardé des vidéos sur ce type de sites (-2,6 points par rapport à 2021). Cette proportion s'établit à 70,1 % pour les 3-14 ans (-2,2 points), 81,2 % pour les 15-24 ans (-0,4 point), 72,6 % pour les 25-34 ans (-2,6 points), 63,8 % pour les 35-49 ans (-0,4 point) et 39,7 % pour les 50 ans et plus (-4,3 points). Si la part des internautes qui consomment des vidéos sur les sites de partage diminue en 2022, celle de ceux qui utilisent les réseaux sociaux progresse. Selon Médiamétrie NetRatings, 91,1 % des internautes ont utilisé les réseaux sociaux en décembre 2022, soit une hausse de 1,2 point en un an.

Pour le public âgé de 3 ans et plus, les clips musicaux sont le genre de programmes le plus consommé sur les sites de partage : 38,7 % des utilisateurs de ces sites déclarent regarder ce type de contenus. Les vidéos d'humour se placent en deuxième position (37,0 %), devant les tutoriels (35,3 %). Les jeux vidéo enregistrent la plus forte progression (+2,9 points), devant les bandes-annonces de films (+1,9 point). Pour le public de 3-14 ans, les dessins animés arrivent en première position, devant les vidéos d'humour et les clips musicaux.

Genres de programmes regardés sur les sites de partage de vidéo sur internet en 2022 (% des utilisateurs)



Source : Vertigo (internautes de 3 ans et plus).

Les dessins animés, premier genre de programmes regardé par les 3-14 ans sur les sites de partage de vidéo.

chapitre deux

CINÉMA



2.1

La fréquentation des films en salles

En 2022 :

152,0 millions d'entrées*

(+59,2 % par rapport à 2021) dont :

* long métrage + court métrage + hors film



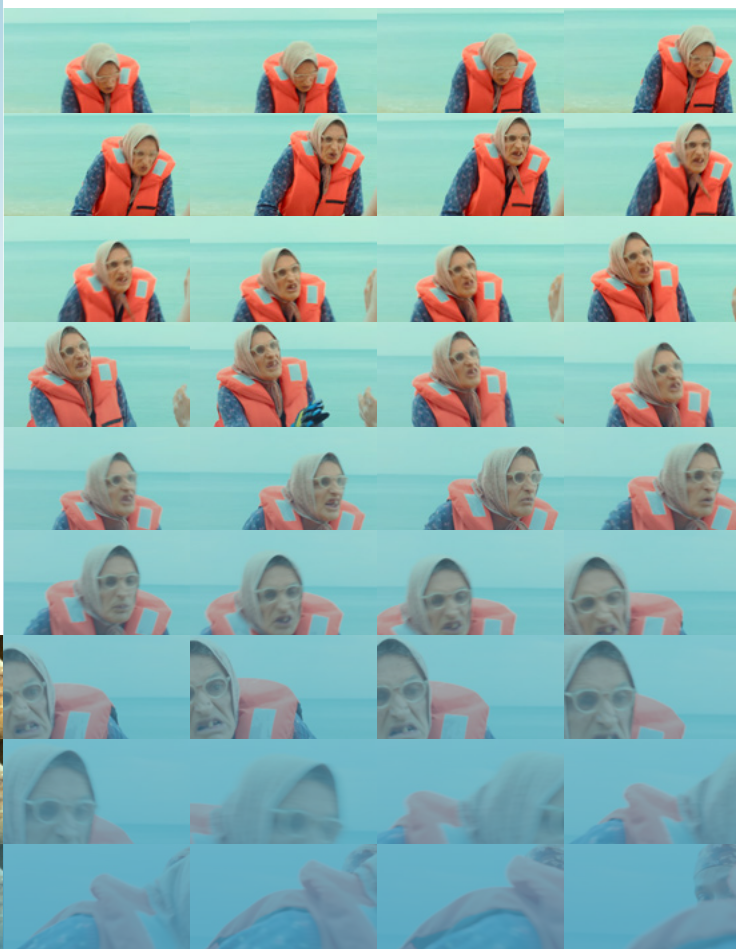
26,0 millions d'entrées

pour les films d'autres nationalités
(+69,6 % par rapport à 2021),
soit une part de marché de 17,5 %



61,0 millions d'entrées

pour les films français
(+60,1 % par rapport à 2021),
soit une part de marché de 41,1 %



61,5 millions d'entrées

pour les films américains
(+52,7 % par rapport à 2021),
soit une part de marché de 41,4 %



Remarques méthodologiques

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

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

152,0 millions d'entrées en 2022, fort rebond de la fréquentation

Avec 152,0 millions de billets vendus en 2022 en France métropolitaine, les entrées en salles progressent de 59,2 % par rapport à 2021 et retrouvent près des trois quarts de la fréquentation d'avant-crise (-26,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Alors que 2020 et 2021 avaient été marquées par la crise sanitaire entraînant la fermeture des lieux culturels, et donc des cinémas, pendant 300 jours (162 jours en 2020 et 138 jours en 2021), l'année 2022 est la première année de pleine ouverture. Toutefois, la levée complète des restrictions (couvre-feux, port du masque, passe sanitaire et/ou vaccinal) est effective depuis le 14 mars 2022 seulement. Le nombre d'entrées enregistrées en 2022 reste à un faible niveau au regard de la décennie (203,0 millions d'entrées en moyenne chaque année entre 2013 et 2019) et retrouve un niveau proche de celui observé dans les années 1990 (153,6 millions en 1999 ou 149,3 millions en 1997), toutefois supérieur à la moyenne annuelle sur la période 1990-1999 (135,3 millions).

152,0 millions d'entrées en 2022 (+59,2 % par rapport à 2021 et -26,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

En 2022, la fréquentation des salles de cinéma en France est toujours la plus élevée d'Europe. Avec un nombre d'entrées en hausse de 59,2 % par rapport à 2021 et en recul de 26,9 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, la France est un des marchés européens qui rebondit le mieux au sortir de la crise. En Allemagne et au Royaume-Uni, le nombre d'entrées reste inférieur de respectivement 32,4 % et 32,8 % par rapport au niveau d'avant-crise. La reprise est plus difficile en Espagne (-45,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et en Italie (-51,4 %).

En 2022, les 20 cinémas des départements et régions d'Outre-mer (DROM) cumulent 2,6 millions d'entrées (multiplié par 2,5 par rapport à 2021). La situation sanitaire a été plus difficile dans les DROM. Ces zones ont fait face à des contraintes différentes de celles en vigueur en France métropolitaine impactant fortement la fréquentation cinématographique en 2021 avec des entrées en baisse par rapport à 2020, soit dans une tendance inverse à celle observée en France métropolitaine. C'est notamment pour cette raison que la fréquentation remonte plus nettement dans les DROM en 2022 ; elle reste malgré tout sous la barre des 3 millions, toujours dépassée entre 2017 et 2019, et en recul de 32,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

Des recettes de nouveau supérieures à 1 Md€

En 2022, la recette aux guichets des salles de cinéma repasse au-dessus du milliard d'euros et atteint 1 094,4 M€ (+62,7 % par rapport à 2021). Elle reste cependant moins élevée que la moyenne observée entre 2017 et 2019 (1 388,7 M€ en moyenne par an, soit -21,2 %). Hors crise sanitaire, il s'agit du plus bas niveau depuis 2007 (1 061,9 M€).

La recette hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 919,3 M€ en 2022.

Légère hausse de la recette moyenne par entrée, à 7,20 €

Par rapport à 2021, la hausse des recettes est supérieure à celle des entrées. Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) sur les entrées payantes augmente de 2,2 % pour s'établir à 7,20 € TTC en 2022, au-dessus de 7,00 € pour la deuxième année consécutive. Sur la période 2017-2019, la RME s'élevait à 6,68 €, elle progresse donc de 7,8 % en 2022. La RME hors taxes (hors TVA et TSA) s'élève à 6,05 € en 2022, contre 5,92 € en 2021, et passe pour la première fois au-dessus de 6,00 €.

La hausse de la RME ne concerne pas tous les films. En 2022, les films américains et les films non européens et non américains enregistrent ainsi une hausse de leur RME, respectivement +8,7 % par rapport à 2021 à 7,98 € et +4,5 % à 6,76 €. La RME des films non européens et non américains dépasse celle des films français pour la première fois depuis sept ans. La RME des films français atteint 6,54 €, en recul de 2,9 % par rapport à 2021, à un niveau toutefois toujours supérieur à celui observé avant-crise (+2,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019). La RME des films européens non français est également en baisse à 7,26 € (-2,0 % par rapport à 2021). Les films américains dégagent la RME la plus élevée (7,98 €), soit une différence de 1,44 € avec les films français, 0,72 € avec les films européens non français et 1,22 € avec les films d'autres nationalités. Cette RME supérieure pour les films américains résulte, en partie, de la sortie en salles de films en 3D, majoritairement américains, et notamment d'*Avatar : la voie de l'eau* qui a rencontré un franc succès. Par rapport à l'avant-crise, si la RME progresse pour tous les films, la hausse est largement plus importante pour les films américains (+14,5 %), les films d'autres nationalités (+13,7 %) et les films européens non français (+10,2 %) que pour les films français (+2,5 %).

La recette moyenne par entrée s'élève à 7,20 € TTC (+2,2 % par rapport à 2021 et +7,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

Plus de 8 millions de séances, un retour au niveau d'avant-crise

En 2022, la programmation cinématographique est largement plus dense qu'en 2021 (+66,6 % de séances) et revient aux niveaux observés avant la crise sanitaire à 8,4 millions de séances (comme la moyenne annuelle 2017-2019). Si la fermeture des salles et les différents couvre-feux avaient réduit l'offre de séances en 2020 et 2021, les restrictions sanitaires au premier trimestre 2022 n'ont en revanche pas conduit les exploitants à adapter leur programmation.

Moins de 98 % des entrées réalisées par le long métrage

Chaque année, les longs métrages cinématographiques occupent plus de 98 % des séances. En 2022, 8,3 millions de séances de long métrage ont été organisées (5,0 millions en 2021 et 8,3 millions en moyenne chaque année entre 2017 et 2019). Ces longs métrages génèrent 148,5 millions d'entrées (+58,5 % par rapport à 2021) et 1 074,5 M€ de recettes (+61,9 %). Ils totalisent 97,7 % des entrées, soit le plus bas niveau depuis 2004 (première année des statistiques par type de programmes) et 98,2 % des recettes totales. En 2022, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage s'élève à 7,24 € (7,08 € en 2021, +2,1 %).

Bien qu'en nette hausse, le hors film ne retrouve pas son niveau d'avant-crise

Le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, événements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,2 % des séances, 0,3 % des entrées et 0,9 % des recettes totales en 2022. A noter que le hors film a particulièrement souffert de la crise sanitaire : la fermeture des lieux de spectacles a été nettement plus longue en 2020 et 2021 que pour les salles de cinéma et nombre de spectacles et d'événements ont été annulés ces deux années. En 2022, ce segment renoue avec la croissance. Il totalise 0,5 million d'entrées (multipliées par 3,9 par rapport à 2021) et 9,3 M€ de recettes guichets (multipliées par 4,7). Toutefois, le hors film ne retrouve pas son niveau d'avant-crise, les entrées restant inférieures de 39,1 % à la moyenne 2017-2019 et les

recettes de 31,6 %. La recette moyenne TTC par entrée du hors film progresse nettement en 2022, à 17,65 € (+20,0 % par rapport à 2021), et dépasse la moyenne observée entre 2017 et 2019 (+12,3 %). En 2022, les trois meilleures performances sont réalisées par : *Indochine Central Tour* (captation de la tournée pour les 40 ans du groupe - 118 900 entrées), *BTS permission to dance on stage - Séoul* (captation de la tournée mondiale du groupe - 54 500 entrées) et *Coldplay live broadcast from Buenos Aires* (captation de la tournée mondiale du groupe - 33 400 entrées). À noter que le premier programme hors film de 2021, *le Malade imaginaire*, enregistrait 32 800 entrées. En 2022, la majeure partie des entrées est assurée par la retransmission de concerts (46,0 %, contre 16,5 % en 2021 et 23,2 % en moyenne sur la période 2017-2019). En 2021, le théâtre était le premier genre du segment hors film (29,5 % des entrées 2021, 23,5 % en 2022 et 20,2 % en moyenne entre 2017 et 2019). Avant-crise, le premier genre était l'opéra (32,0 % des entrées du hors film sur la période 2017-2019, 22,4 % en 2021 et 23,1 % en 2022).

Deuxième plus haut niveau de fréquentation pour le court métrage

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,5 % des séances en 2022, comme en 2020 et 2021, se maintenant à un niveau plus haut qu'avant-crise (1,1 % en moyenne chaque année entre 2017 et 2019). Ils cumulent 3,0 millions d'entrées (+80,7 % par rapport à 2021) et 10,5 M€ de recettes (+55,4 %). Le genre avait montré une certaine résilience face à la crise sanitaire et sa fréquentation dépasse désormais la moyenne 2017-2019 (2,9 millions d'entrées par an). 2022 s'élève au deuxième plus haut niveau depuis 2004 (première année des statistiques par type de programmes), après 2018 (3,2 millions d'entrées). La recette moyenne TTC par entrée des programmes de courts métrages reste dans la fourchette basse au regard de la décennie à 3,49 € en 2022 (-14,0 % par rapport à 2021 et -9,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

Fréquentation des salles de cinéma¹

	entrées (millions)		recettes guichets ² (M€)		recette moyenne par entrée ² (€)		séances (millions)	
	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage	ensemble ³	dont long métrage
2013	193,7	191,1	1 250,9	1 232,7	6,46	6,45	7,3	7,2
2014	209,1	205,7	1 333,3	1 307,4	6,38	6,36	7,6	7,5
2015	205,4	202,2	1 331,7	1 309,7	6,48	6,48	7,8	7,7
2016	213,2	209,7	1 388,4	1 366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1 380,6	1 357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1 336,9	1 310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,2	209,4	1 448,7	1 422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,3	63,8	432,8	424,0	6,63	6,65	4,2	4,2
2021	95,5	93,7	672,6	663,8	7,04	7,08	5,0	5,0
2022	152,0	148,5	1 094,4	1 074,5	7,20	7,24	8,4	8,3

¹ Données provisoire pour 2022. ² Recettes toutes taxes comprises (TTC). ³ Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film. Source : CNC

Une part de marché des films français qui se maintient au-dessus des 40 %

Dans ce contexte de reprise de la fréquentation cinématographique, la hausse a été légèrement plus importante pour les films français : +60,1 % par rapport à 2021, à 61,0 millions d'entrées en 2022 (+58,5 % toutes nationalités confondues). En 2022, la part de marché des films français s'est maintenue aux niveaux élevés qu'elle a atteint depuis 2020, à l'occasion de la pandémie et de la raréfaction relative de l'offre de films américains : 41,1 % (40,6 % en 2021), troisième plus haut niveau de la décennie derrière 2014 (44,5 % grâce notamment à l'exploitation en salles de *Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*) et 2020 (45,0 %, année de crise sanitaire où les films français avaient notamment profité du manque de films américains porteurs).

Une part de marché des films français relativement stable, à 41,1 % (+0,4 point par rapport à 2021).

Une hausse continue des entrées des films américains au sortir de la crise

Les films américains enregistrent 61,5 millions d'entrées, plus bas niveau enregistré depuis 1988 (57,0 millions d'entrées), hors années de crise sanitaire. Le niveau observé en 2022 continue toutefois de progresser (+52,7 % par rapport à 2021 et +132,2 % par rapport à 2020) mais reste largement inférieur à la moyenne annuelle 2017-2019 (-38,6 %). La part de marché du cinéma américain s'établit ainsi à 41,4 % en 2022 (-1,6 point par rapport à 2021), bien en-deçà de la moyenne observée sur les dix dernières années (48,6 %) et au plus bas depuis 1985 (39,2 %). Toutefois, il convient de rappeler que l'offre de films américains, notamment sur le segment des films en première exclusivité, reste limitée en 2022 à 72 films, contre 77 en 2021 et 118 en moyenne chaque année sur la décennie.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	64,6	91,4	72,1	75,6	77,1	77,8	72,8	28,7	38,1	61,0
100% français	43,2	63,5	45,3	48,7	58,9	63,3	52,0	19,9	28,6	45,3
majoritaires français	17,7	23,3	21,5	19,2	14,7	9,4	16,7	6,8	7,7	9,7
minoritaires français	3,7	4,6	5,3	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	1,8	5,9
films américains	103,2	92,3	103,5	111,0	99,4	88,0	113,2	26,5	40,3	61,5
films européens²	14,3	12,1	19,6	19,3	23,7	27,2	17,2	5,9	13,1	18,3
allemands	1,8	2,0	2,9	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	0,9	1,2
britanniques	8,4	6,6	14,5	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	10,0	14,1
espagnols	1,4	0,3	0,6	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	0,6	1,2
italiens	0,2	0,3	0,4	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1	0,3
films d'autres nationalités	8,9	9,9	7,0	3,9	5,6	4,2	6,2	2,7	2,3	7,7
total	191,1	205,7	202,2	209,7	205,9	197,2	209,4	63,8	93,7	148,5

¹ Données provisoire pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

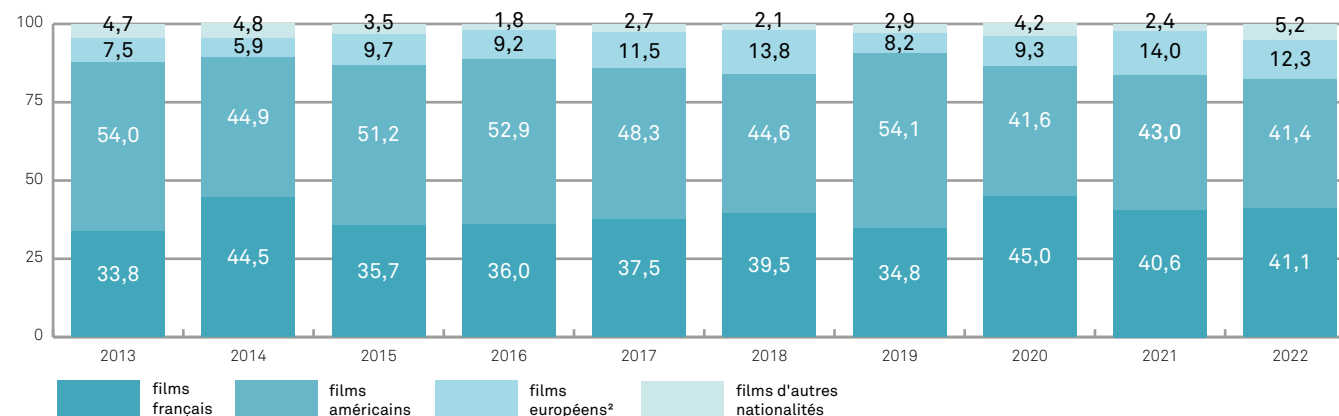
Source : CNC.

Explosion de la fréquentation des films non européens et non américains

Les entrées des films européens non français progressent de 39,8 % en 2022 par rapport à 2021 pour s'établir à 18,3 millions. Si la fréquentation de ces films reste inférieure à la moyenne 2017-2019 (22,7 millions par an en moyenne), elle est supérieure à celle de la décennie (17,1 millions). Leur part de marché recule de 1,6 point par rapport à 2021 à 12,3 %, troisième plus haut niveau de la décennie et septième plus haut niveau depuis 40 ans.

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains sont multipliées par 3,4 à 7,7 millions d'entrées en 2022, soit une part de marché de 5,2 % (2,4 % en 2021 et 3,4 % sur la période 2013-2022). Il s'agit du plus haut niveau depuis 2003 (7,4 %, année de sortie en salles de *le Seigneur des anneaux – le retour du roi*, film néozélandais). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées en 2022 est la biographie australienne *Elvis* (1,22 million d'entrées).

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



¹ Données provisoires pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

***Elvis*, 1^{er} film non européen et non américain en termes d'entrées en 2022.**

Des recettes plus élevées qu'avant-crise pour les films non européens et non américains

En 2022, les films américains réalisent 491,1 M€ de recettes guichets (+65,9 % par rapport à 2021), les films français 398,6 M€ (+55,4 %), les films européens non français 132,7 M€ (+37,0 %) et les films d'autres nationalités 52,2 M€ (+257,2 %). Si toutes les nationalités de films enregistrent des recettes en hausse, seuls les films non européens et non américains dépassent leur niveau d'avant-crise (31,7 M€ en moyenne chaque année entre 2017 et 2019, soit +64,8 % en 2022), enregistrant leur plus haut niveau depuis 2014 (65,0 M€, année de sortie en salles de *le Hobbit : la bataille des cinq armées*, exploité notamment en 3D). Les recettes des films européens non français et des films français affichent un recul moins marqué par rapport à la moyenne 2017-2019 (respectivement -11,3 % et -17,7 %) que celles des films américains (-29,7 %).

Les films français captent 37,1 % des recettes et 41,1 % des entrées des films de long métrage en 2022. La part de marché du cinéma américain s'établit à 45,7 % des recettes et 41,4 % des entrées. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées résulte d'une recette moyenne par entrée plus élevée pour les films américains (7,98 € en 2022) que pour les films français (6,54 €).

Recettes selon la nationalité des films (M€)¹

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	393,3	564,0	442,9	471,4	491,9	493,5	467,7	180,7	256,4	398,6
films américains	685,8	606,9	699,0	747,9	675,2	611,0	808,5	185,4	295,9	491,1
films européens ²	95,4	71,5	122,4	125,9	157,5	182,1	108,9	41,2	96,9	132,7
autres films	58,2	65,0	45,4	21,2	33,3	24,0	37,6	16,6	14,6	52,2
total	1 232,7	1 307,4	1 309,7	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 422,7	424,0	663,8	1 074,5

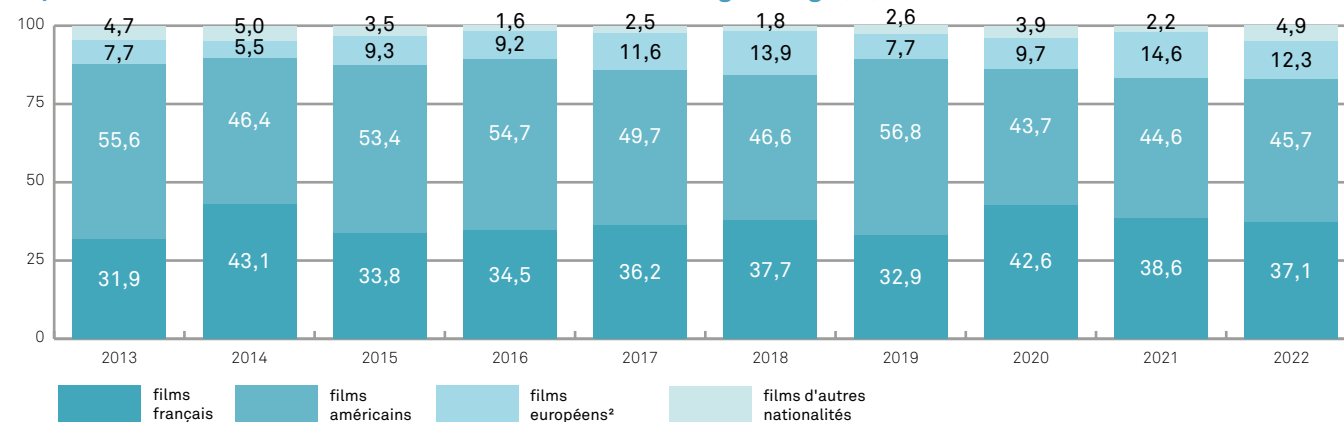
¹ Données provisoires pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

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



¹ Données provisoires pour 2022.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

Plus de 8 500 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France est plus riche qu'avant la pandémie avec 8 593 films projetés en 2022 (6 193 en 2021), contre 8 101 en moyenne chaque année entre 2017 et 2019. 681 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2022 (454 en 2021 et 707 en moyenne sur la période 2017-2019). Ces films en première exclusivité concentrent 88,7 % du total des entrées des films de long métrage enregistrés au cours de l'année, soit -4,5 points par rapport à 2021 et -2,3 points par rapport à la moyenne 2017-2019. Il s'agit du plus bas niveau depuis 1997 (86,8 %), après 2020 (82,0 %), année particulièrement impactée par la crise sanitaire avec moins de nouveautés et la reprise de films de patrimoine au moment de la réouverture des salles. Il convient de noter que la part des entrées réalisées par les films sortis l'année précédente atteint 5,9 % en 2022, soit un niveau relativement élevé (3,0 % en 2021 et 5,4 % en moyenne entre 2017 et 2019) et qui peut expliquer, en partie, le recul de la part des films en première exclusivité dans la fréquentation totale. *Spider-Man: No Way Home*, sorti le 15 décembre 2021, cumule notamment 2,09 millions d'entrées sur 2022 et *Tous en scène*, sorti le 22 décembre 2021, en cumule 1,09 million.

Avatar : la voie de l'eau totalise plus des % des entrées 3D en 2022

En 2022, huit films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (14 en 2021). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 26,3 % des entrées (6,7 millions d'entrées) et 35,3 % des recettes (78,87 M€) des films concernés. A lui seul, *Avatar : la voie de l'eau* réalise 76,6 % des entrées 3D des films sortis dans l'année et au moins 2/3 des entrées du film sont réalisées par les projections en 3D.

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

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2013	91,7	4,8	3,5	100,0
2014	91,5	5,5	3,0	100,0
2015	89,9	7,0	3,1	100,0
2016	91,6	5,4	3,0	100,0
2017	92,1	4,7	3,2	100,0
2018	89,3	6,5	4,1	100,0
2019	91,5	5,0	3,6	100,0
2020	82,0	12,9	5,1	100,0
2021	93,2	3,0	3,7	100,0
2022	88,7	5,9	5,3	100,0

¹ Données provisoires pour 2022.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Une concentration des entrées en retrait mais toujours supérieure à la moyenne des 10 dernières années

La concentration des entrées sur quelques titres se réduit en 2022 mais se maintient à un niveau élevé au regard de la décennie. Les 30 films les plus performants totalisent 49,2 % des entrées annuelles, contre 55,9 % en 2021 et 45,3 % sur la période 2017-2019 (45,9 % sur l'ensemble de la décennie). Le constat est encore plus marqué sur le top 20 : 41,0 % en 2022, contre 45,1 % en 2021 et 36,0 % en moyenne sur 2017-2019. A l'inverse, la part des entrées réalisées par les 100 premiers films retrouve son niveau d'avant-crise à 74,4 % (74,7 % en moyenne entre 2017 et 2019).

En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants recule très nettement en 2022 par rapport à 2021 et atteint un niveau très inférieur à la moyenne des dix dernières années. Les 10 films français les plus performants génèrent 27,4 % des entrées totales des films français de long métrage en 2022, contre 43,5 % en 2021 et 35,3 % en moyenne sur la période 2017-2019. L'écart important entre 2021 et 2022 s'explique notamment par la relative stabilité du cumul

des entrées des 10 premiers films français (17,0 millions en 2022 et 16,4 millions en 2021, soit +1,9 %), en comparaison à la nette hausse des entrées totales des films français (61,0 millions en 2022 et 38,1 millions en 2021, soit +60,1 %). Par rapport à 2017-2019, la baisse des entrées est nettement plus sensible sur les 10 premiers films français (-37,8 %) que pour l'ensemble des longs métrages français (-19,7 %).

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

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2013	19,8	31,5	40,9	54,4	72,7
2014	22,8	34,8	44,0	57,6	74,8
2015	25,3	39,3	49,0	60,3	76,7
2016	19,1	32,6	42,5	55,9	73,3
2017	20,3	34,1	43,9	57,3	74,7
2018	22,7	36,2	45,4	57,0	73,1
2019	26,1	37,7	46,6	58,9	76,3
2020	25,9	40,1	51,2	64,1	81,2
2021	28,9	45,1	55,9	67,9	83,6
2022	26,1	40,2	48,6	59,2	74,4

¹ Données provisoires pour 2022.
Base : long métrage.
Source : CNC.

17 films cumulent plus de 2 millions d'entrées, soit 6 de moins qu'avant-crise

Si le nombre de films dépassant le seuil des 2 millions d'entrées se rapproche de son niveau d'avant-crise (17 films en 2022, contre 23 par an en moyenne entre 2017 et 2019), le nombre de films à plus d'un million d'entrées reste largement en retrait. 29 films atteignent ce seuil en 2022, contre 50 en moyenne annuelle sur la période 2017-2019 (-21 films). L'écart se creuse encore davantage sur les films à 500 000 entrées ou plus (-36 films, à 61 en 2022) et sur les films à 100 000 entrées ou plus (-45 films, à 207 en 2022).

Huit films français réalisent plus d'un million d'entrées en 2022, contre 10 en 2021 (15 par an en moyenne sur la période 2017-2019), plus bas niveau depuis 2000 (8 films), après 2020 (4 films). Quatre films français franchissent le seuil des deux millions d'entrées. Le premier film français en termes d'entrées est *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* (2,45 millions), 11^e au classement général.

En 2022, 17 films américains enregistrent plus d'un million d'entrées (13 en 2021 et 30 par an en moyenne sur les trois années avant-crise) dont 10 dépassent le seuil des deux millions (16 avant-crise) et deux celui des quatre millions (3 avant-crise).

Trois films européens non français franchissent le seuil du million d'entrées, contre deux en 2021 et trois par an en moyenne entre 2017 et 2019. Le premier film européen non français du classement 2022 est britannique, *Jurassic World : le monde d'après* (3,49 millions d'entrées).

Un titre non européen et non américain réalise plus d'1 million d'entrées en 2022 (aucun en 2021 et un en moyenne annuelle 2017-2019). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées est 25^e, *Elvis* (film australien, 1,22 million d'entrées).

Films de long métrage atteignant un seuil d'entrées¹

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500000	plus de 100000
tous films					
2018	5	22	42	97	256
2019	7	22	51	100	249
2020	-	3	13	33	118
2021	1	6	25	43	135
2022	2	17	29	61	207
films français					
2018	3	7	11	38	127
2019	1	3	17	39	122
2020	-	-	4	14	63
2021	-	2	10	13	72
2022	-	4	8	27	119
films américains					
2018	2	12	27	48	86
2019	6	19	32	52	94
2020	-	2	8	17	36
2021	1	3	13	23	42
2022	2	10	17	24	49

¹ Données provisoires pour 2022.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?, 1^{er} film français en termes d'entrées et 11^e au classement général en 2022.

Un film américain en tête du classement des films pour la huitième fois de la décennie

En 2022, la première place du box-office est occupée par le film de science-fiction américain, *Avatar : la voie de l'eau*, pourtant sorti en toute fin d'année 2022 (14 décembre), avec 7,90 millions d'entrées. C'est la huitième fois de la décennie qu'un film américain est en tête du classement, les seules exceptions étant 2020 (*Tenet*, film britannique) et 2014 (*Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?*, film français). Le film d'aventures américain, *Top Gun : Maverick*, prend la deuxième place du classement, avec 6,69 millions d'entrées. Le film d'animation américain, *les Minions 2 : il était une fois Gru*, sorti le dernier jour de la *Fête du cinéma* (6 juillet), occupe la troisième place avec 3,92 millions d'entrées. Ces trois films cumulent 18,51 millions d'entrées, soit 12,5 % du total annuel réalisé par les films de long métrage.

Parmi les 29 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2022, figurent neuf films exploités partiellement ou intégralement en 3D et un film recommandé Art et Essai (*En corps*, comédie dramatique française).

Avatar : la voie de l'eau, 1^{er} au classement des films en 2022.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2022

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
1	<i>Avatar : la voie de l'eau</i>	US	14/12/22	7,90
2	<i>Top Gun: Maverick</i>	US	25/05/22	6,69
3	<i>Les Minions 2 : il était une fois Gru</i>	US	06/07/22	3,92
4	<i>Jurassic World : le monde d'après</i>	GB	08/06/22	3,49
5	<i>Black Panther : Wakanda Forever</i>	US	09/11/22	3,47
6	<i>Doctor Strange in the Multiverse of Madness</i>	US	04/05/22	3,29
7	<i>The Batman</i>	GB / US	02/03/22	3,04
8	<i>Thor: Love and Thunder</i>	US	13/07/22	2,86
9	<i>Les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore</i>	GB	13/04/22	2,77
10	<i>Uncharted</i>	US	16/02/22	2,51
11	<i>Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?</i>	FR / BE	06/04/22	2,45
12	<i>Novembre</i>	FR	05/10/22	2,38
13	<i>Simone, le voyage du siècle</i>	FR	12/10/22	2,30
14	<i>Sonic 2 le film</i>	US	30/03/22	2,25
15	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	US	15/12/21	2,09
16	<i>Black Adam</i>	US	19/10/22	2,08
17	<i>Maison de retraite</i>	FR	16/02/22	2,04
18	<i>Le Chat potté 2 : la dernière quête</i>	US	07/12/22	1,92
19	<i>Super héros malgré lui</i>	FR	02/02/22	1,80
20	<i>Bullet Train</i>	US	03/08/22	1,53
21	<i>Buzz l'éclair</i>	US	22/06/22	1,50
22	<i>En corps</i>	FR	30/03/22	1,39
23	<i>Vaillante</i>	CA / FR	02/02/22	1,34
24	<i>Smile</i>	US	28/09/22	1,23
25	<i>Elvis</i>	AU	22/06/22	1,22
26	<i>Krypto et les super-animaux</i>	US	27/07/22	1,17
27	<i>Ducobu président</i>	FR / BE	13/07/22	1,13
28	<i>Les Bad Guys</i>	US	06/04/22	1,11
29	<i>Tous en scène 2</i>	US	22/12/21	1,09

¹ AU : Australie / BE : Belgique / CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.

² Arrêtées au 3 janvier 2023.

Source : CNC.

11 films à plus de trois millions d'entrées depuis janvier 2021

Depuis janvier 2021, 11 films ont réalisé plus de trois millions d'entrées, *Avatar : la voie de l'eau*, *Top Gun: Maverick* et *Spider-Man: No Way Home* dépassant le seuil des six millions d'entrées sur ces deux dernières années. À l'exception de *Top Gun: Maverick*, les *Minions 2 : il était une fois Gru* et *The Batman*, les huit autres ont également été proposés en 3D. *Dune* est le seul film recommandé Art et Essai du classement.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2021 et décembre 2022

titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)	
1	<i>Avatar : la voie de l'eau</i>	US	14/12/22	7,90
2	<i>Top Gun: Maverick</i>	US	25/05/22	6,69
3	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	US	15/12/21	6,68
4	<i>Mourir peut attendre</i>	GB / US	06/10/21	4,00
5	<i>Les Minions 2 : il était une fois Gru</i>	US	06/07/22	3,92
6	<i>Jurassic World : le monde d'après</i>	GB	08/06/22	3,49
7	<i>Black Panther : Wakanda Forever</i>	US	09/11/22	3,47
8	<i>Doctor Strange in the Multiverse of Madness</i>	US	04/05/22	3,29
9	<i>Dune</i>	US	15/09/21	3,21
10	<i>Encanto, la fantastique famille Madrigal</i>	US	24/11/21	3,11
11	<i>The Batman</i>	GB / US	02/03/22	3,04

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

² Arrêtées au 3 janvier 2023.

Source : CNC.

Les films d'aventures, une valeur sûre en termes de performances

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

Depuis 2018, et 2020 mise à part, ce sont les films d'aventures qui cumulent le plus d'entrées. En 2022, le constat se vérifie à nouveau. Les 19 films d'aventures sortis dans l'année (2,8 % de l'offre de films en première exclusivité) réalisent 22,4 % des entrées des films en première exclusivité (30,2 millions d'entrées). 10 films d'aventures dépassent le million d'entrées en 2022, dont neuf américains et un britannique (*Jurassic World : le monde d'après*). Les comédies cumulent 24,3 millions d'entrées pour 90 films en première exclusivité (18,0 % des entrées de l'ensemble des films inédits et 13,2 % de l'offre). Quatre comédies dépassent le million d'entrées en 2022, toutes françaises. Les films français représentent d'ailleurs une part importante des entrées des comédies, à plus de 80 % chaque année (71,5 % de l'offre en moyenne sur la décennie). En 2022, 92,1 % des entrées des comédies proviennent de films français (85,6 % de l'offre) et 39,6 % des entrées des films français relèvent de la comédie (18,7 % de l'offre). Au sein des entrées des films français, la comédie semble cependant s'essouffler avec une part de marché à son plus bas niveau depuis 2011 (38,5%).

L'animation, 8 % de l'offre en première exclusivité et 14 % des entrées

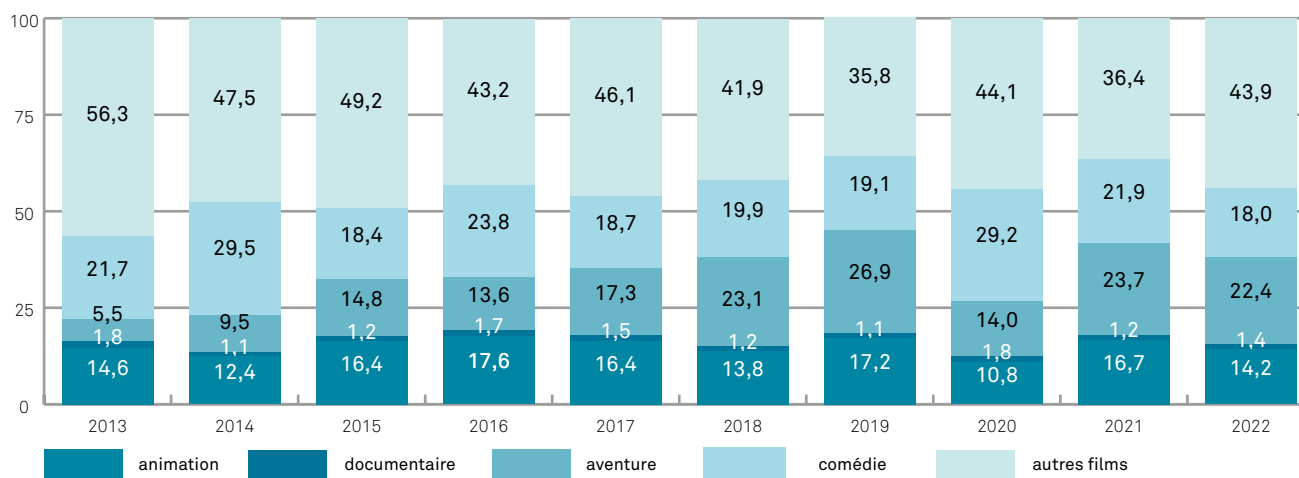
En 2022, l'offre de films d'animation retrouve son niveau de 2019 avec 52 titres inédits (comme en 2019, 38 en 2021). Ils représentent 7,6 % des films en première exclusivité et totalisent 14,2 % des entrées (19,2 millions d'entrées, +29,0 % par rapport à 2021 et -35,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Sept films d'animation réalisent plus d'un million d'entrées en 2022, six sont américains et un est canado-français (*Vaillante*, 23^e avec 1,34 million d'entrées). Le premier au classement est *les Minions 2 : il était une fois Gru* (3^e avec 3,92 millions d'entrées).

La comédie, genre incontournable du cinéma français.

Le documentaire, une fréquentation plus proche de son niveau d'avant-crise que les autres genres

L'offre de documentaires en première exclusivité progresse en 2022 pour atteindre 138 films (89 en 2021) et retrouve son niveau d'avant-crise (133 par an en moyenne entre 2017 et 2019). Ils représentent 20,3 % des films en première exclusivité, deuxième genre le plus représenté, et génèrent 1,4 % des entrées (1,9 million), avant dernier genre en entrées. Mis à part le film policier, seul genre à enregistrer plus d'entrées en 2022 qu'avant-crise (+55,6 %) grâce notamment à la sortie en salles de *The Batman* (7^e au classement général avec 3,04 millions d'entrées), le documentaire est le genre dont le niveau de fréquentation se rapproche le plus de la moyenne 2017-2019 (-21,3 %). Le film français *le Chêne* est le documentaire qui réalise le plus d'entrées en 2022 (457 000, 70^e au classement général).

Répartition des entrées selon le genre du film¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2022.

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

Source : CNC.

Une reprise plus difficile pour les films Art et Essai

En 2022, les entrées des films Art et Essai progressent de 39,3 % par rapport à 2021 à 31,9 millions, soit une hausse moins importante que celle des films non recommandés (+64,6 % à 116,6 millions d'entrées). La part des films recommandés dans la fréquentation totale atteint 21,5 % en 2022 (24,2 % en 2021), un niveau inférieur à la moyenne 2017-2019 (23,7 %) et à la moyenne des 10 dernières années (23,5 %). 4 739 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2022 (3 462 en 2021 et 4 587 par an en moyenne entre 2017 et 2019), dont 403 films inédits (278 en 2021 et 402 par an en moyenne sur la période 2017-2019).

Un film recommandé Art et Essai réalise plus d'un million d'entrées en 2022 (deux en 2021) : *En corps* à 1,39 million (1^{er} au classement des films Art et Essai et 22^e au classement général des films). En 2021, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *Dune* (2,23 millions d'entrées).

En corps, 1^{er} film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2022.

Sur le segment des films en première exclusivité, les films Art et Essai réalisent 23,9 millions d'entrées en 2022 (74,9 % des entrées totales des films Art et Essai et 18,1 % des entrées totales des films en première exclusivité). 74,1 % des entrées enregistrées par les films recommandés concernent des films français en 2022 (58,3 % en 2021 et 52,5 % en moyenne sur la période 2017-2019). Comme chaque année, la part de marché des films français est plus élevée sur le segment des films recommandés (74,1 % en 2022) que sur l'ensemble des films en première exclusivité (42,0 %). 261 films recommandés Art et Essai français sortent pour la première fois sur les écrans en 2022, contre 162 en 2021 (+61,1 %) et 227 par an en moyenne entre 2017 et 2019 (+15,0 %). Ils cumulent 17,7 millions d'entrées, contre 10,4 millions en 2021

(+69,8 %) et 21,1 millions en moyenne annuelle 2017-2019 (-16,0 %). *En corps* est le film français Art et Essai en première exclusivité qui réalise le plus d'entrées (1,39 million, 22^e au classement général). En 2021, *Illusions perdues* était le premier film français Art et Essai en première exclusivité en termes d'entrées avec 0,84 million (3^e au classement des films Art et Essai et 28^e au classement général des films).

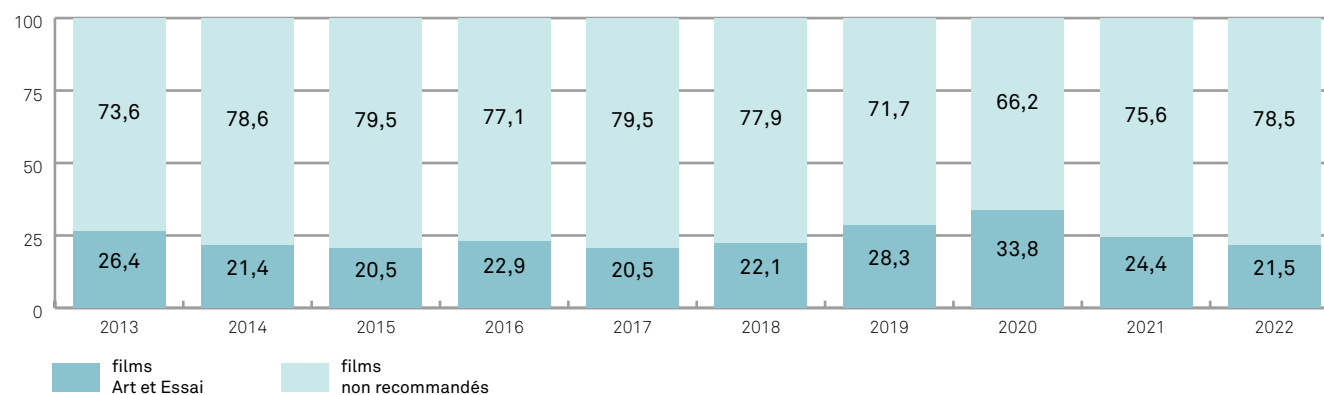
17 films américains recommandés Art et Essai sont exploités en 2022, contre 23 en 2021 (-26,1 %), toujours à un niveau très inférieur à l'avant-crise (-53,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Ils cumulent 2,0 millions d'entrées (-60,7 % par rapport à 2021 et -81,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les films américains sont à l'origine de 8,5 % des entrées des films recommandés en 2022 (28,8 % en 2021 et 27,6 % en moyenne sur la période 2017-2019). Le premier film Art et Essai américain en première exclusivité au classement est *Nope* (515 000 entrées), 5^e au classement des films recommandés et 60^e au classement général. En 2021, le premier film américain Art et Essai en première exclusivité était *Dune* (3,18 millions d'entrées, 1^{er} au classement des films Art et Essai et 3^e au classement général).

Entrées selon la recommandation du film¹ (millions)

	films Art et Essai	films non recommandés	total
2013	50,4	140,7	191,1
2014	44,1	161,6	205,7
2015	41,5	160,8	202,2
2016	48,1	161,6	209,7
2017	42,1	163,7	205,9
2018	43,5	153,7	197,2
2019	59,2	150,1	209,4
2020	21,6	42,2	63,8
2021	22,6	71,1	93,7
2022	31,9	116,6	148,5

¹ Données provisoires pour 2022.
Base : long métrage.
Source : CNC

Répartition des entrées selon la recommandation du film¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2022. Base : long métrage. Source : CNC.

Maintien de la part des entrées des films en version originale au-dessus du niveau d'avant-crise

En 2022, 17,0 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (16,8 % en 2021), soit un niveau supérieur à celui observé avant la crise sanitaire (16,3 % en moyenne chaque année entre 2017 et 2019). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère progressent légèrement plus rapidement (+60,3 % à 25,8 millions d'entrées) que la fréquentation globale (+59,2 %). *Top Gun: Maverick* est le premier film en termes d'entrées en version originale avec 1,02 million (soit 15,0 % des entrées totales du film en 2022), devant *The Batman* (987 000 entrées en VO, soit 31,9 % de ses entrées totales) et *Avatar : la voie de l'eau* (808 000 entrées en VO, soit 13,8 % de ses entrées totales). En 2021, *Dune* prenait la première place de ce classement avec 1,43 million d'entrées (45,0 % des entrées totales du film en 2021).

4 % des entrées dans les salles premium pour 8 % des recettes

4,2 % des entrées sont réalisées dans les salles premium en 2022, qu'il s'agisse d'une projection premium ou non (3,3 % en 2021), une part en hausse constante depuis 2017 et à un niveau supérieur à celui observé avant la crise sanitaire (1,8 % en moyenne sur la période 2017-2019). En valeur absolue, les entrées des salles premium sont multipliées par presque 2 entre 2021 (3,2 millions) et 2022 (6,4 millions). Le constat est identique en termes de recettes à 91,0 M€ en 2022, contre 43,4 M€ en 2021. 8,3 % des recettes globales sont ainsi le fait des salles premium (6,5 % en 2021 et 3,3 % en moyenne sur la période 2017-2019).

La RME des salles premium est plus élevée que pour l'ensemble des salles et atteint 14,14 € en 2022 (+3,2 % par rapport à 2021 et +13,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019), contre 7,20 € pour l'ensemble du parc (respectivement +2,2 % et +7,8 %). A noter que tous les films projetés dans ces salles ne font pas l'objet d'une survalorisation.

Une fréquentation dynamisée par l'offre et les opérations tarifaires

Le début d'année 2022 a été marqué par la reprise de l'épidémie de Covid-19. La fréquentation cinématographique était ainsi inférieure à la moyenne 2017-2019 de 39,8 % en janvier et de 43,7 % en février. La levée complète des restrictions sanitaires, le 14 mars 2022, ainsi que *Le Printemps du cinéma*, organisé entre le 20 et le 22 mars 2022, ont permis de redynamiser la fréquentation dès le mois de mars (-32,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019). *Le Printemps du cinéma* totalise notamment 2,2 millions d'entrées sur les 3 jours, en recul de 26,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. La fréquentation au premier trimestre atteint 37,0 millions (-38,9 %), plus bas niveau depuis 1997 (36,4 millions) hors crise sanitaire.

L'écart entre les résultats d'avant-crise et l'année 2022 se réduit de manière continue au deuxième trimestre et le mois de juin renoue avec la moyenne 2017-2019 à 11,1 millions d'entrées (-2,2 %). 36,1 millions d'entrées ont été enregistrées au deuxième trimestre, soit 18,0 % de moins que la moyenne 2017-2019, plus bas niveau depuis 1999 (31,7 millions) hors crise sanitaire. Huit films sortis sur cette période réalisent plus d'1 million d'entrées dont *Top Gun: Maverick* (2^e avec 6,69 millions) ou *Jurassic World : le monde d'après* (4^e avec 3,49 millions).

Entrées mensuelles¹ (millions)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
janvier	14,6	17,7	16,8	16,8	16,6	18,3	18,3	14,7	0,0	10,7
février	14,4	17,6	22,5	26,0	24,9	22,5	22,0	17,6	0,0	13,0
mars	19,1	21,1	17,5	19,7	19,4	20,9	18,8	5,9	0,0	13,3
avril	16,6	19,3	18,0	18,3	19,4	18,1	18,1	0,0	0,0	13,8
mai	17,2	19,7	14,3	14,2	13,0	13,9	15,5	0,0	3,5	11,2
juin	13,8	11,4	12,2	11,9	11,6	10,0	12,5	1,1	8,6	11,1
juillet	13,7	15,6	18,3	17,6	17,9	13,9	18,3	4,8	14,3	13,8
août	14,9	19,5	15,2	15,5	16,2	14,6	16,1	6,7	11,3	10,5
septembre	10,2	9,3	9,5	10,0	11,3	10,9	11,2	5,6	9,3	7,6
octobre	17,7	18,5	19,5	21,3	18,0	18,3	19,9	8,8	14,3	14,4
novembre	18,4	17,2	17,3	17,5	17,3	18,7	20,4	0,0	14,1	14,5
décembre	23,1	22,1	24,2	24,3	23,8	21,1	22,2	0,0	20,2	18,2
total	193,7	209,1	205,4	213,2	209,4	201,2	213,2	65,3	95,5	152,0

¹ Données provisoires pour 2022.

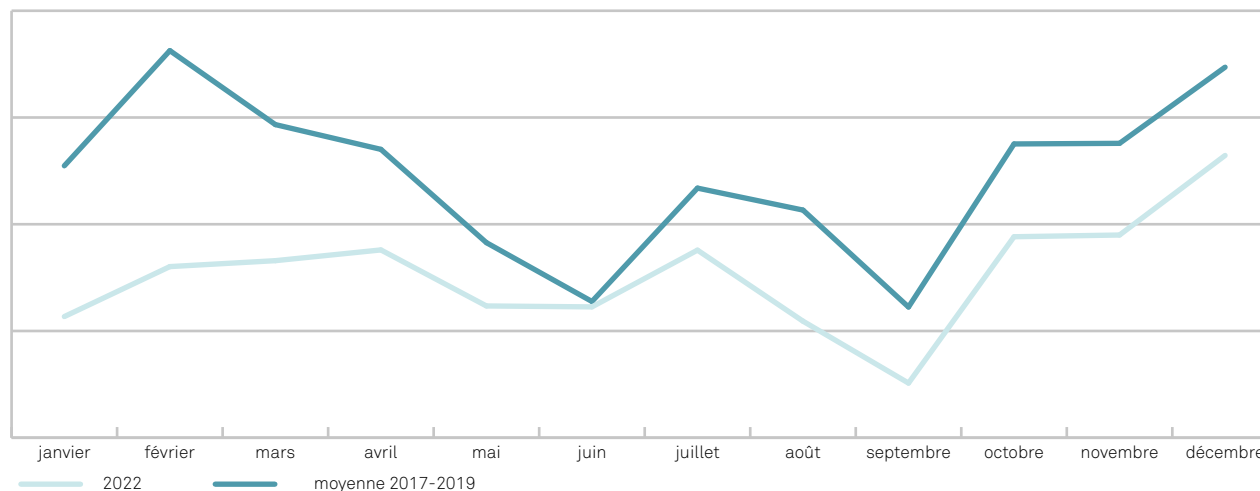
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC.

Malgré les bons résultats enregistrés pendant *la Fête du cinéma* (3,33 millions d'entrées, +9,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019), le troisième trimestre s'inscrit à nouveau dans une tendance à la baisse par rapport à la moyenne 2017-2019 (-26,8 %) mais également par rapport à 2021 (-8,8 %), à 31,8 millions d'entrées (plus bas niveau depuis 1999, 31,5 millions). En 2021, l'été avait pourtant été marqué par la mise en place du passe sanitaire, mettant un coup d'arrêt à la fréquentation en salles. Par ailleurs, le mois de septembre 2022 atteint son plus bas niveau (7,6 millions) depuis 1980 (première année des statistiques mensuelles), après 2020 (5,6 millions). En 2022, l'offre de films en première exclusivité est plus faible au troisième trimestre : 138 films sortent pour la première fois sur les écrans au cours du trimestre (dont 18 films américains), contre 166 en 2021 (dont 31 films américains) et 152 en moyenne chaque année entre 2017 et 2019 (dont 34 films américains).

La fréquentation cinématographique de fin d'année reste dans la lignée de la fin d'année 2021, en baisse sur le mois de décembre (-9,6 % par rapport à 2021 à 18,2 millions) malgré la sortie d'*Avatar : la voie de l'eau* le 14 décembre 2022 qui a réalisé le meilleur démarrage de l'année avec 2,7 millions d'entrées dès sa première semaine d'exploitation en salles et prend la 1^{ère} place du classement de l'année avec 7,90 millions d'entrées. Le dernier trimestre se termine à 47,1 millions d'entrées et réduit l'écart avec la moyenne d'avant-crise (-21,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019), plus bas niveau depuis 2007 (42,3 millions) hors crise sanitaire.

Saisonnalité de la fréquentation¹ (millions d'entrées)



¹ Données provisoires pour 2022.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Un mois de juin qui flirte avec les résultats d'avant-crise (-2,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

Plus de la moitié des entrées le week-end, une part en hausse par rapport à 2021

Les spectateurs privilégient toujours la sortie cinéma le week-end. 52,3 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2022 (50,4 % en 2021 et 53,8 % entre 2017 et 2019). Il s'agit du plus bas niveau depuis 1998 (52,0 %) hors crise sanitaire. Le poids du mercredi s'établit à 13,2 % des entrées, plus haut niveau depuis 2015 (13,2 %) après 2021 (14,3 %).

La concentration des recettes sur le week-end est encore plus élevée que pour les entrées. En 2022, 54,6 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (51,8 % en 2021), un niveau qui reste cependant inférieur à l'avant-crise (55,7 % sur la période 2017-2019). A l'inverse, le mercredi pèse moins dans les recettes (12,9 % en 2022) que dans les entrées (13,2 %).

Répartition des entrées et des recettes par jour¹ (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
entrées										
lundi	10,2	9,9	10,0	10,0	9,9	10,1	9,8	9,4	10,7	10,8
mardi	12,4	13,2	12,7	12,2	12,2	12,2	12,2	12,3	12,8	12,0
mercredi	12,6	12,7	13,2	13,0	13,1	12,6	13,1	12,9	14,3	13,2
jeudi	10,7	11,1	10,8	11,0	10,8	11,2	11,2	12,1	11,8	11,7
vendredi	13,2	13,2	13,2	13,3	12,8	12,9	12,9	13,3	12,5	14,1
samedi	20,3	20,1	20,3	20,4	20,7	20,3	20,1	20,4	18,7	19,8
dimanche	20,5	19,8	19,8	20,2	20,5	20,7	20,8	19,6	19,2	18,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
recettes										
lundi	9,6	9,3	9,4	9,4	9,5	9,6	9,2	8,9	10,4	10,1
mardi	11,6	12,4	12,0	11,4	11,4	11,5	11,3	11,4	12,3	11,0
mercredi	12,4	12,4	12,8	12,5	12,7	12,2	12,9	12,6	14,1	12,9
jeudi	10,5	11,0	10,7	10,8	10,5	11,0	11,1	11,7	11,4	11,5
vendredi	13,1	13,2	13,2	13,3	12,8	12,7	12,7	13,0	12,2	14,0
samedi	21,8	21,5	21,6	21,8	22,1	21,8	21,5	21,9	19,8	21,6
dimanche	21,0	20,3	20,2	20,7	21,0	21,2	21,2	20,5	19,8	18,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2022.

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

Source : CNC.

Hausse plus sensible de la fréquentation dans la grande couronne et les petites agglomérations hors Ile-de-France

En 2022, la hausse de la fréquentation touche l'ensemble du territoire. L'augmentation est toutefois plus élevée en régions (+60,1 % par rapport à 2021) qu'en Ile-de-France (+52,4 %). Une analyse plus fine montre que la plus forte progression est enregistrée par les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales (+62,6 %) et par la grande couronne (+61,5 %). A l'inverse, la fréquentation à Paris progresse moins significativement (+51,3 %). Par rapport à la moyenne 2017-2019, la fréquentation recule davantage dans la petite couronne (-34,0 %) et à Paris (-31,3 %) que dans les petites agglomérations et zones urbaines (-18,3 %) et dans la grande couronne (-18,7 %). La part de marché des petites agglomérations et des zones rurales continue de progresser pour atteindre un nouveau point haut, à 13,1 % en 2022 (9,7 % en 2013), tout comme la grande couronne (7,8 % en 2022, contre 7,3 % en 2013). À l'inverse, Paris est à son plus bas niveau historique (10,4 %).

Une part de marché record en termes d'entrées pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales.

Entrées selon les zones géographiques¹ (millions)

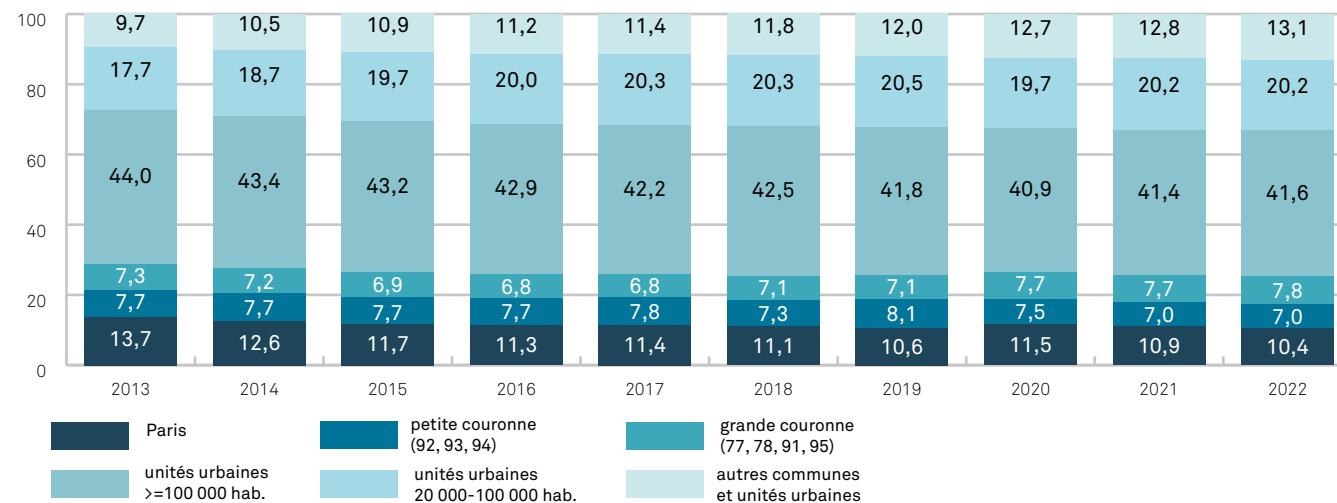
	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >=100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2013	55,5	26,6	14,8	14,1	138,2	85,3	34,2	18,7	193,7
2014	57,3	26,2	16,0	15,0	151,8	90,8	39,1	21,9	209,1
2015	53,9	24,0	15,7	14,2	151,5	88,6	40,5	22,4	205,4
2016	55,2	24,2	16,5	14,5	158,0	91,4	42,6	23,9	213,2
2017	54,5	23,9	16,3	14,3	154,9	88,4	42,5	24,0	209,4
2018	51,2	22,2	14,8	14,2	150,0	85,5	40,8	23,7	201,2
2019	54,8	22,6	17,2	15,1	158,4	89,2	43,6	25,6	213,2
2020	17,4	7,5	4,9	5,0	47,9	26,7	12,9	8,3	65,3
2021	24,4	10,4	6,7	7,3	71,1	39,5	19,3	12,3	95,5
2022	38,2	15,7	10,6	11,8	113,8	63,2	30,7	19,9	152,0

¹ Données provisoires pour 2022.

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

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

Répartition des entrées selon les zones géographiques¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2022.

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

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

Plus de 2 entrées par habitant en 2022

En 2022, la fréquentation cinématographique moyenne atteint 2,29 entrées par habitant en France (1,44 en 2021), un niveau toujours très en retrait par rapport à l'avant-crise (supérieur à 3,00 entre 2014 et 2019). Il s'agit du plus bas niveau enregistré depuis 1995 (2,23 entrées par habitant) hors années de crise sanitaire.

Cet indice reste plus élevé dans la capitale (7,28) que dans le reste du territoire. La hausse de l'indice de fréquentation est plus marquée à Paris (+2,47 par rapport à 2021) et dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (+1,32).

Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >=100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2013	4,48	12,29	3,14	2,56	2,56	2,47	4,00	1,71	2,91
2014	4,62	12,14	3,39	2,73	2,81	2,63	4,57	2,00	3,15
2015	4,35	11,09	3,33	2,57	2,80	2,56	4,73	2,04	3,09
2016	4,46	11,18	3,50	2,64	2,92	2,64	4,98	2,19	3,21
2017	4,40	11,05	3,45	2,61	2,86	2,56	4,97	2,19	3,15
2018	4,14	10,29	3,12	2,59	2,77	2,47	4,77	2,16	3,03
2019	4,43	10,43	3,64	2,75	2,93	2,58	5,09	2,34	3,21
2020	1,40	3,46	1,04	0,91	0,89	0,77	1,50	0,76	0,98
2021	1,97	4,81	1,41	1,33	1,31	1,14	2,26	1,12	1,44
2022	3,08	7,28	2,24	2,15	2,10	1,83	3,58	1,82	2,29

¹ Données provisoires pour 2022.

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

Source : CNC/INSEE — recensement 2020.

Plus de 40 % des entrées entre 5 € et 7 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques mais la proportion la plus importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2022, 42,1 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) entre 5 € et 7 €, une part en recul par rapport à 2021 (44,9 %) et à l'avant-crise (47,4 % entre 2017 et 2019). Cette tranche de prix comprend aussi bien les entrées des cartes illimitées, les tarifs pleins de certains cinémas indépendants que certains tarifs réduits (réservés aux jeunes par exemple). 17,7 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 € (17,0 % en 2021 et 18,2 % sur la période 2017-2019).

Baisse de la part des entrées entre 5,00 € et 7,00 € à 42,1 % en 2022 (47,4 % entre 2017 et 2019).

Une hausse plus importante des entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités

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

En 2022, les entrées des cartes illimitées dans les cinémas propriétaires et les cinémas indépendants acceptant les cartes s'élèvent à 10,8 millions, en hausse de 60,2 % par rapport à 2021 (+59,2 % pour l'ensemble des entrées) et en recul de 24,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (-26,9 % pour l'ensemble des entrées). Elles captent 7,1 % de la fréquentation totale (7,0 % en 2021 et 6,8 % en moyenne sur la période 2017-2019).

Près de 20 % des entrées à 10 € ou plus

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 26,7 millions d'entrées en 2022, en hausse de 75,6 % par rapport à 2021, dans un contexte où la fréquentation globale progresse de 59,2 %. Il s'agit de la seule tranche de billets qui dépasse son niveau d'avant-crise (+9,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019, contre -26,9 % pour la fréquentation globale). Cette tranche représente 17,6 % des entrées totales en 2022 (15,2 % en 2021 et 11,7 % en moyenne sur la période 2017-2019), soit un plus haut niveau historique. Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € est multiplié par 2,7 par rapport à 2021 pour atteindre 1,0 million d'entrées en 2022 (multiplié par 2,5 par rapport à la moyenne 2017-2019). Ces entrées concernent notamment le hors film, et plus précisément les captations d'opéras, mais également les billets pour la projection de films dans certaines salles premium.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
moins de 3,00 €	2,9	2,7	2,7	2,8	2,9	3,0	2,9	3,1	2,7	3,8
3,00 € à 3,99 €	5,3	4,8	3,3	2,0	2,0	2,0	1,9	2,4	1,9	2,2
4,00 € à 4,99 €	9,0	15,8	17,4	17,8	14,6	13,3	12,1	10,7	12,4	11,7
5,00 € à 5,99 €	31,2	27,2	24,7	25,5	28,5	29,5	28,7	32,6	26,2	24,8
6,00 € à 6,99 €	19,8	17,7	17,6	18,0	18,0	18,2	19,4	19,6	18,7	17,2
7,00 € à 7,99 €	10,6	10,3	11,5	11,8	11,5	10,7	10,6	9,9	9,7	10,6
8,00 € à 8,99 €	7,8	6,7	6,3	5,7	5,4	5,8	5,9	5,3	7,3	7,5
9,00 € à 9,99 €	4,4	5,2	6,2	6,3	6,6	6,0	5,4	4,8	5,1	4,6
10,00 € et plus	9,0	9,5	10,4	10,2	10,5	11,5	13,1	11,6	15,9	17,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2022.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film), hors entrées gratuites.
Source : CNC

Près de 4 millions d'entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites. En 2022, 3,7 millions d'entrées gratuites sont enregistrées (2,4 millions en 2021 et 5 millions par an en moyenne entre 2017 et 2019), ce qui porte la fréquentation totale des salles à 155,7 millions (+59,1 % par rapport à 2021 et -26,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les entrées gratuites représentent 2,4 % de l'ensemble des entrées en 2022 (2,4 % en 2021 et 2,3 % avant-crise). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 7,03 € (6,87 € en 2021).

1,0 million d'entrées entre 20 € et 30 € en 2022 (multiplié par 2,5 par rapport à la moyenne 2017-2019).

41,1 % de la recette guichets conservée par l'exploitant

La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes : la TVA à taux réduit (5,5 %) et la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le fonds de soutien du CNC (10,72 %). Déduction faite de ces taxes, la recette (appelée base film) est partagée entre l'exploitant et le distributeur, selon un taux de location négocié de gré à gré pour chaque film et chaque établissement. La rémunération du distributeur est calculée en multipliant le taux de location par la « base film ». En 2022, le taux moyen de location s'établit à 45,8 % (46,6 % en 2021 et 46,6 % en moyenne sur la période 2017-2019).

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

Répartition de la recette guichets¹

	2018	2019	2020	2021	2022
(M€)					
recettes guichets	1 336,89	1 448,66	432,78	672,57	1 094,36
T.S.A.	143,32	155,30	46,39	72,10	117,32
T.V.A.	70,70	76,57	22,87	35,53	57,79
Sacem ²	17,00	18,40	5,51	8,55	13,92
recettes HT	1 105,87	1 198,39	358,00	556,39	905,34
rémunération distributeurs ³	565,48	614,10	180,75	284,74	455,68
rémunération exploitants ⁴	540,39	584,29	177,25	271,65	449,66
(%)					
recettes guichets	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
T.S.A.	10,72	10,72	10,72	10,72	10,72
T.V.A.	5,29	5,29	5,29	5,28	5,28
Sacem ²	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs ³	42,3	42,4	41,8	42,3	41,6
rémunération exploitants ⁴	40,4	40,3	41,0	40,4	41,1
taux de location⁵	46,6%	46,7%	46,0%	46,6%	45,8%

¹ Données provisoires pour 2022.

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

³ Toutes taxes comprises avec une TVA à 10,0 %

⁴ Rémunération exploitants = recette guichet-TSA-TVA-Sacem-rémunération distributeurs. TVA Standard 5,5% France métropolitaine hors Corse. TVA Réduite 2,1% Corse, Guadeloupe, Martinique, Réunion.

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

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

Source : CNC.

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998	US	21,80
2	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	2008	FR	20,45
3	<i>Intouchables</i>	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,51
4	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966	FR/GB	17,33
5	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950	US	16,73
6	<i>Avatar</i>	J. Cameron	2009	US	15,34
7	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969	IT	14,89
8	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968	US	14,80
9	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961	US	14,70
10	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002	FR	14,41
11	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960	US	13,86
13	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993	FR	13,67
14	<i>Le Pont de la rivière Kwai</i>	D. Lean	1957	GB	13,48
15	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950	US	13,27
16	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
17	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971	US	12,74
18	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?</i>	P. De Chauveron	2014	FR	12,36
19	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962	US	11,93
20	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965	FR/IT	11,75
21	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955	US	11,25
22	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,75
23	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948	US	10,72
24	<i>Star Wars : Episode 7, le réveil de la force</i>	J. J. Abrams	2015	US	10,35
25	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
26	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985	FR	10,25
27	<i>Les Bronzés 3 - amis pour la vie</i>	P. Leconte	2006	FR	10,23
28	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
29	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962	FR	10,06
30	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
31	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982	US	9,90
32	<i>Le Roi Lion</i>	J. Favreau	2019	US	9,85
33	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966	US	9,82
34	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955	US	9,63

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
35	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001	US	9,56
36	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953	US	9,49
37	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,45
38	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998	FR	9,25
39	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988	FR	9,20
40	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
41	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
42	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002	US	8,87
43	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
44	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,78
45	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
46	<i>La Grande Evasion</i>	R. Walsh	1963	US	8,76
47	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947	FR	8,65
48	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,53
49	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004	FR/CH	8,47
50	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945	US	8,42
51	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947	US	8,27
52	<i>Rien à déclarer</i>	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
53	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
54	<i>Les Couloirs du temps - les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
55	<i>Avatar : la voie de l'eau</i>	J. Cameron	2022	US	7,90
56	<i>Le Boulanger de Valorgue</i>	H. Verneuil	1953	FR	7,89
57	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994	FR	7,89
58	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946	US	7,85
59	<i>L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures</i>	C. Saldanha	2009	US	7,84
60	<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999	US	7,84
61	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
62	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
63	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
64	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74
65	<i>Ratatouille</i>	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,73
66	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	M. Newell	2005	GB	7,72
67	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997	FR	7,71
68	<i>La famille Bélier</i>	É. Lartigau	2014	FR	7,70
69	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972	GB	7,63
70	<i>La Reine des neiges 2</i>	C. Buck, J. Lee	2019	US	7,53

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
71	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949	FR	7,46
72	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971	FR	7,46
73	<i>Le Seigneur des anneaux - le retour du roi</i>	P. Jackson	2003	NZ	7,43
74	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duviol	1953	IT/FR	7,43
75	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001	FR	7,41
76	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993	US	7,35
77	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953	US	7,35
78	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
79	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991	US	7,28
80	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977	US	7,24
81	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986	FR	7,23
82	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	2005	US	7,21
83	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004	GB	7,16
84	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,14
85	<i>Le Seigneur des anneaux - les deux tours</i>	P. Jackson	2002	NZ	7,14
86	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951	US	7,12
87	<i>Star Wars les derniers Jedi</i>	R. Johnson	2017	US	7,09
88	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949	US	7,09
89	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
90	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947	FR	7,06
91	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961	US	7,04
92	<i>Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau</i>	P. Jackson	2001	NZ	7,02
93	<i>Skyfall</i>	S. Mendes	2012	GB	7,01
94	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954	FR	6,99
95	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
96	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
97	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
98	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
99	<i>Avengers : Endgame</i>	A. Russo, J. Russo	2019	US	6,83
100	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,81
101	<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ ES/IT	6,81
102	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946	FR	6,78
103	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993	US	6,76
104	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
105	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974	US	6,73

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
106	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	P. de Chauveron	2019	FR/BE	6,72
107	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981	US	6,72
108	<i>Top Gun: Maverick</i>	J. Kosinski	2022	US	6,69
109	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	J. Watts	2021	US	6,68
110	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965	GB	6,68
111	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
112	<i>Les Minions</i>	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,67
113	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950	FR	6,66
114	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986	FR	6,65
115	<i>L'Age de glace 4 : la dérive des continents</i>	M.Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
116	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956	AT	6,64
117	<i>L'Age de glace 2</i>	C. Saldanha	2006	US	6,63
118	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989	US	6,60
119	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959	US	6,59
120	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 2^e partie</i>	D. Yates	2011	GB	6,58
121	<i>Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit</i>	G. Verbinski	2006	US	6,52
122	<i>Robin des bois</i>	W. Reitherman	1974	US	6,49
123	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998	FR	6,49
124	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989	US	6,48
125	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977	US	6,46
126	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957	AT	6,43
127	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981	US	6,40
128	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954	US	6,40
129	<i>Arthur et les Minimoys</i>	L. Besson	2006	FR	6,40
130	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
131	<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	2002	US	6,38
132	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946	FR	6,37
133	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952	US	6,36
134	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976	US	6,36
135	<i>Le Bon, la brute et le truand</i>	S. Leone	1968	IT	6,35
136	<i>Spider-Man 3</i>	S. Raimi	2007	US	6,32
137	<i>Quo Vadis</i>	M. Le Roy	1953	US	6,31
138	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990	FR	6,30
139	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979	FR	6,28
140	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989	US	6,26
141	<i>Harry Potter et l'ordre du Phénix</i>	D. Yates	2007	GB	6,22

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
142	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984	FR	6,17
143	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
144	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964	US	6,16
145	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
146	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993	FR/BE	6,15
147	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	D. Yates	2009	GB	6,14
148	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946	FR	6,14
149	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952	US	6,14
150	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967	FR	6,12
151	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
152	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 1^{re} partie</i>	D. Yates	2010	GB	6,11
153	<i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	J.J. Abrams	2019	US	6,06
154	<i>Terminator 2 - le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991	US	6,01
155	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978	GB	5,97
156	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983	ZA	5,95
157	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
158	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988	US	5,91
159	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Faiman	1987	AU	5,89
160	<i>Guerre et Paix</i>	K. Vidor	1956	US	5,89
161	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984	FR	5,88
162	<i>L'Odyssée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946	US	5,87
163	<i>Rambo 2 - la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
164	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
165	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976	FR	5,84
166	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953	FR	5,82
167	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958	AT	5,79
168	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994	GB	5,78
169	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,78
170	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
171	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952	US	5,76
172	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978	US	5,75
173	<i>Moi, moche et méchant 3</i>	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
174	<i>Les Indestructibles 2</i>	B. Brad	2018	US	5,75
175	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972	FR	5,74
176	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949	GB	5,74
177	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965	GB	5,74

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
178	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
179	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
180	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974	FR	5,73
181	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946	FR	5,73
182	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963	GB	5,72
183	<i>A nous les petites Anglaises</i>	M. Lang	1976	FR	5,70
184	<i>La Vérité</i>	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
185	<i>Notre-Dame de Paris</i>	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
186	<i>Indiana Jones et le temple maudit</i>	S. Spielberg	1984	US	5,69
187	<i>Les Tuche 3</i>	O. Baroux	2018	FR	5,69
188	<i>Matrix Reloaded</i>	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,67
189	<i>Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde</i>	G. Verbinski	2007	US	5,64
190	<i>Pocahontas, une légende indienne</i>	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,64
191	<i>La Ch'tite Famille</i>	D. Boon	2018	FR	5,63
192	<i>Bons baisers de Russie</i>	T. Young	1964	GB	5,63
193	<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	2002	US	5,62
194	<i>Le Petit Nicolas</i>	L. Tirard	2009	FR/BE	5,62
195	<i>Joker</i>	T. Phillips	2019	US	5,61
196	<i>Independence Day</i>	R. Emmerich	1996	US	5,61
197	<i>Quai des Orfèvres</i>	H.G. Clouzot	1947	FR	5,59
198	<i>La Folie des grandeurs</i>	G. Oury	1971	FR/DE/ES	5,57
199	<i>Vaïana, la légende du bout du monde</i>	J. Musker, R. Clements	2016	US	5,55
200	<i>Le Cerveau</i>	G. Oury	1969	FR/IT	5,55

¹AT : Autriche / AU : Australie / BE : Belgique / CH : Suisse / DE : Allemagne / ES : Espagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / MX : Mexique / NZ : Nouvelle Zélande / US : Etats-Unis / ZA : Afrique du Sud.

² Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 3 janvier 2023.

Source : CNC.

2.2

La distribution

En 2022 :

681 films inédits

sur 8 593 films projetés



86

autres nationalités



112

films européens



72

films américains



411

films français



Remarques méthodologiques

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

La promotion des films

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

Les frais d'édition des films d'initiative française

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

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

Les frais d'édition sont répartis en quatre catégories :

- les frais techniques de distribution : tirage de copies (argentiques et numériques), stockage et transport de copies, frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce, dépenses liées à la distribution des films en numérique (notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message)). A partir de 2012, les frais

techniques prennent également en compte les contributions numériques ;

- les achats d'espaces publicitaires : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision ;

- les dépenses liées à la conception et à la fabrication du matériel publicitaire : conception et fabrication des affiches, création et réalisation de spots radio, clips vidéo, de contenus internet, etc. ;

- les frais divers de promotion : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festivals et de représentation, honoraires, frais de tournée et déplacements, etc.

Typologie des films inédits

Les films en première exclusivité : 7,9 % des films projetés en salles

L'année 2022 est la première année complète d'activité des salles depuis la pandémie de Covid-19 qui avait conduit à la fermeture temporaire des salles de cinéma en France en 2020 et en 2021 (162 jours de fermeture en 2020 et 138 jours en 2021). 681 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France (+50,0 % par rapport à 2021), soit un niveau équivalent à celui de 2018 (683 films) mais inférieur à celui de 2019 (746 films) qui constituait un record. Au total, 8 593 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2022. Les films en première exclusivité représentent 7,9 % de l'offre de films en salles.

681 films inédits dont 60,4 % de films français et 10,6 % de films américains.

Plus de 60 % des films en première exclusivité sont français

Au cours de cette année, le nombre de films français inédits exploités en salles augmente de 67,8%, passant de 245 titres en 2021 à 411 en 2022. Ce niveau est le plus haut depuis 1975 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). Certains films français initialement prévus pour 2020 ou 2021 sont finalement sortis en salles en 2022. Les œuvres 100 % françaises représentent les deux tiers des films français : 285 films en 2022 (+110 par rapport à 2021). L'offre de coproductions majoritaires s'élève à 53 films (+11 titres par rapport à 2021), tandis que celle des coproductions minoritaires atteint 73 films (+45 titres).

La part des films agréés dans l'offre de films français s'établit à 76,2 % en 2022, soit 313 films. 98 films français non agréés, dont une majorité de documentaires (50), sortent également en salles.

La part des films français parmi les films sortis en 2022 augmente par rapport à 2021 : +6,4 points à 60,4 %, plus haut niveau depuis 1975 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité a augmenté progressivement, passant de 35,8 % en moyenne entre 1975 et 1999, à 42,6 % entre 2000 et 2009 et 50,3 % entre 2010 et 2019.

Une baisse du nombre de films américains en première exclusivité

En 2022, les films américains représentent 10,6 % du total des films sortis en première exclusivité (17,0 % en 2021), plus bas niveau historique. Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans en France diminue à 72 films (-6,5 % par rapport à 2021), plus bas niveau historique après 2020 (55 films). Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 139 titres chaque année (25,5 % de l'offre globale). En 2021, l'offre de films américains avait augmenté par rapport à 2020 (+40,0 %) avec le report de la sortie de nombreux titres de 2020 à cause de la crise sanitaire.

Une offre de films européens non français en hausse

L'offre inédite de films européens non français augmente en 2022 à 112 films (+33 titres par rapport à 2021), soit un niveau légèrement inférieur à la moyenne 2017-2019 (116 films). 28 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2022, soit 25,0 % des films européens. L'offre de films italiens (10 titres) et espagnols (12 titres) augmente (respectivement +3 et +5 films) tout comme l'offre de films allemands (16 films, soit 3 de plus). Entre 2013 et 2022, le nombre de films d'autres nationalités (non européens et non américains) atteint en moyenne 77 films chaque année. Avec 86 titres, soit le deuxième plus haut niveau de la décennie (avec 2017 et derrière 2019 à 121 films), le nombre de films d'autres nationalités est en forte hausse (+33 films par rapport à 2021). L'offre de films japonais s'élève à 25 titres en 2022, plus haut niveau historique depuis 1975. Depuis quelques années, l'offre de films d'animation japonais tirés d'animés populaires se développe avec des œuvres surfant sur des succès littéraires récents (*Demon Slayer*, *le train de l'infini* en 2021, *My Hero Academia*, *World Heroes Mission*, *Jujutsu Kaisen 0* ou encore *The Quintessential Quintuplets* en 2022) ou plus anciens tels que *One Piece* ou *Dragon Ball*.

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	330	344	321	364	361	355	391	194	245	411
100% français ¹	197	219	206	208	252	234	270	131	175	285
majoritairement français ¹	76	64	54	81	60	53	56	30	42	53
minoritairement français ¹	57	61	61	75	49	68	65	33	28	73
films américains	149	150	140	150	124	127	131	55	77	72
films européens²	107	103	125	118	122	124	103	58	79	112
allemands	18	14	16	12	12	13	16	8	13	16
britanniques	25	28	40	38	38	41	38	12	20	28
espagnols	9	6	8	11	9	10	8	4	7	12
italiens	13	9	13	8	7	15	8	4	7	10
films d'autres nationalités	67	65	66	84	86	77	121	57	53	86
canadiens	9	5	7	12	9	5	12	4	4	5
sud-coréens	5	5	4	5	6	9	3	6	-	6
indiens	8	11	6	17	12	14	42	12	4	8
japonais	10	7	10	5	12	12	19	7	13	25
total	654	663	652	716	693	683	746	364	454	681

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

² Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

Les documentaires, deuxième plus haut niveau historique

En 2022, la part des documentaires en première exclusivité augmente à 20,3 %, contre 19,6 % en 2021. 138 films documentaires sortent ainsi pour la première fois dans les salles françaises en 2022, soit le deuxième plus haut niveau historique derrière 2019 (153 films). Les ¾ des documentaires sont français (103 films), 19 sont européens non français, huit sont américains et huit sont d'autres nationalités. 53 des 103 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 48,5 % de l'offre de documentaires français et 36,2 % de l'offre globale de documentaires.

La part des documentaires double entre 2009 et 2022.

Un nombre de films d'animation au plus haut, porté par la production japonaise

En 2022, 52 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français, soit 14 de plus qu'en 2021 (38 films) et un plus haut niveau historique avec 2019 (52 films). 15 films d'animation français sont distribués (huit en 2021), dont *le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* ou encore *Vaillante*. Sept films d'animation américains sortent en 2022 (11 en 2021 et 14 en 2019), dont notamment : *Buzz l'éclair, les Minions 2 : il était une fois Gru* et *le Chat Potté 2 : la dernière quête*. Neuf films d'animation sont européens (11 en 2021), dont notamment *Tad l'explorateur et la table d'émeraude* (film espagnol) et *Mia et moi, l'héroïne de Centopia* (film allemand), et 17 sont japonais (huit en 2021), dont *One Piece Red* ou *De l'autre côté du ciel*. Les premiers distributeurs de films d'animation sont CGR Events (10 films, dont huit films japonais) et KMBO (4 films).

Près de 9 comédies en première exclusivité sur 10 sont françaises

230 drames (dont 136 français et 12 américains) sont distribués pour la première fois sur les écrans français (161 en 2021, soit 69 titres de plus). Ils représentent 33,8 % de l'offre en 2022 (35,5 % en 2021). En 2022, le nombre de comédies augmente à 90 films (+42 films par rapport à 2021), et leur part s'élève à 13,2 % des films sortis (10,6 % en 2021). À noter que 85,6 % des comédies sont françaises (77 films).

Le drame reste le premier genre avec 230 films inédits.

Genre des films en première exclusivité

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
animation	33	29	34	35	36	36	52	25	38	52
aventure	15	21	19	31	39	53	44	13	15	19
comédie	108	98	70	111	89	84	99	63	48	90
comédie dramatique	85	74	71	65	74	55	68	14	32	56
documentaire	87	100	104	118	119	127	153	74	89	138
drame	200	212	228	235	215	212	222	120	161	230
fantastique	47	42	47	45	34	36	38	16	20	37
musical	6	5	2	3	7	2	4	3	5	5
policier	69	64	55	51	43	44	38	22	31	34
autres genres	4	18	22	22	37	34	28	14	15	20
total	654	663	652	716	693	683	746	364	454	681

Source : CNC.

Un retour au-dessus de la barre des 400 pour les films Art et Essai en 2022

En 2022, 59,2 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit une légère érosion de 2,1 points par rapport à 2021 (61,2 %). C'est la quatrième fois de la décennie que le nombre de films recommandés passe la barre des 400 et la quatrième fois depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). Le nombre de films américains recommandés passe, pour la première fois depuis 1996, en dessous de la barre des 20 (17 films).

La part de films recommandés est, chaque année, bien plus importante au sein de l'offre de films français que de films américains. En 2022, 63,5 % des nouveaux films français sont recommandés Art et Essai (-2,6 points par rapport à 2021 et +1,9 point par rapport à 2019), contre 23,6 % des nouveaux films américains (respectivement -6,3 points et -8,4 points). Par ailleurs, 67,0 % des nouveaux films européens non français (respectivement +1,1 point et +0,6 point) et 58,1 % des nouveaux films d'autres nationalités (respectivement -19,2 points et -0,2 point) sont recommandés.

Sur les 403 films recommandés Art et Essai (278 en 2021), 87 disposent d'un label (21,6 %, contre 25,5 % en 2021 et 27,8 % sur la période 2013-2022). 74 films disposent d'un label recherche et découverte (62 en 2021 et 90 en moyenne par an sur la période 2013-2022), 11 d'un label jeune public (9 en 2021 et 9 en moyenne par an sur la période 2013-2022) et deux d'un label patrimoine et répertoire (aucun en 2021 et 3 en moyenne par an sur la période 2013-2022).

403 films recommandés Art et Essai dont 260 films français.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	218	221	222	227	210	230	241	116	162	260
films américains	42	44	38	34	36	32	41	24	24	17
films européens ¹	81	74	94	73	75	82	71	44	51	75
autres films	50	44	54	59	59	59	70	32	41	50
total	391	383	408	393	380	403	423	216	278	403

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

Plus de 15 % des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction

En 2022, 623 films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics (91,5 %) dont 390 films français (94,9 % de l'offre de films français) et 58 films américains (79,5 % de l'offre de films américains).

En 2021, la part des films assortis d'un avertissement ou d'une interdiction est de 15,9 %. Il s'agit de la quatrième plus faible part depuis 1996 après 2020 (13,7 %), 2009 (14,6 %) et 2021 (15,6 %).

Pour 67 films, le visa d'exploitation est assorti d'un avertissement, soit 9,8 % des films en première exclusivité en 2022 (8,8 % en 2021).

48 films font l'objet d'une interdiction aux moins de 12 ans (dont 18 films français et 11 films américains) et 10 films sont interdits aux moins de 16 ans en 2022, dont *Scream* (film d'horreur américain) ou *Bones and all* (drame américain). Aucun film n'est interdit aux moins de 18 ans et ce, depuis 2018.

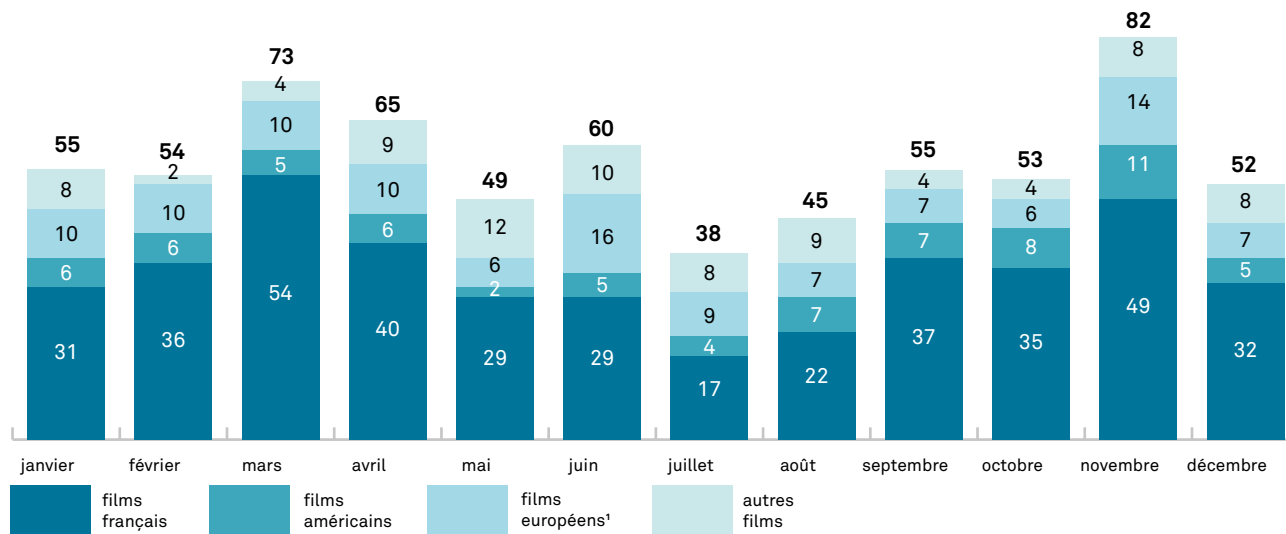
Plus de 90 % des films bénéficient d'un visa d'exploitation tous publics.

13 nouveaux films chaque semaine

En 2022, 57 films, en moyenne, sortent chaque mois en salles, soit 13 films par semaine, des chiffres équivalents à ceux de la période d'ouverture des établissements en 2021 (57 films par mois et 14 par semaine) et à la moyenne de la période 2017-2019 (59 films par mois et 14 par semaine). Les deux mois les plus chargés en termes de sortie sont les mois de novembre (82 films) et de mars (73 films). La semaine la plus chargée est celle du 09 novembre avec 20 films en première exclusivité.

En moyenne, huit films français sortent chaque semaine en 2022, contre un film américain, deux films européens et deux films d'autres nationalités. Les films français représentent entre 44,7 % (juillet) et 74,0 % (mars) des sorties mensuelles, contre 4,1 % (mai) à 15,6 % (août) pour les films américains.

Nombre de films sortis par mois en 2022



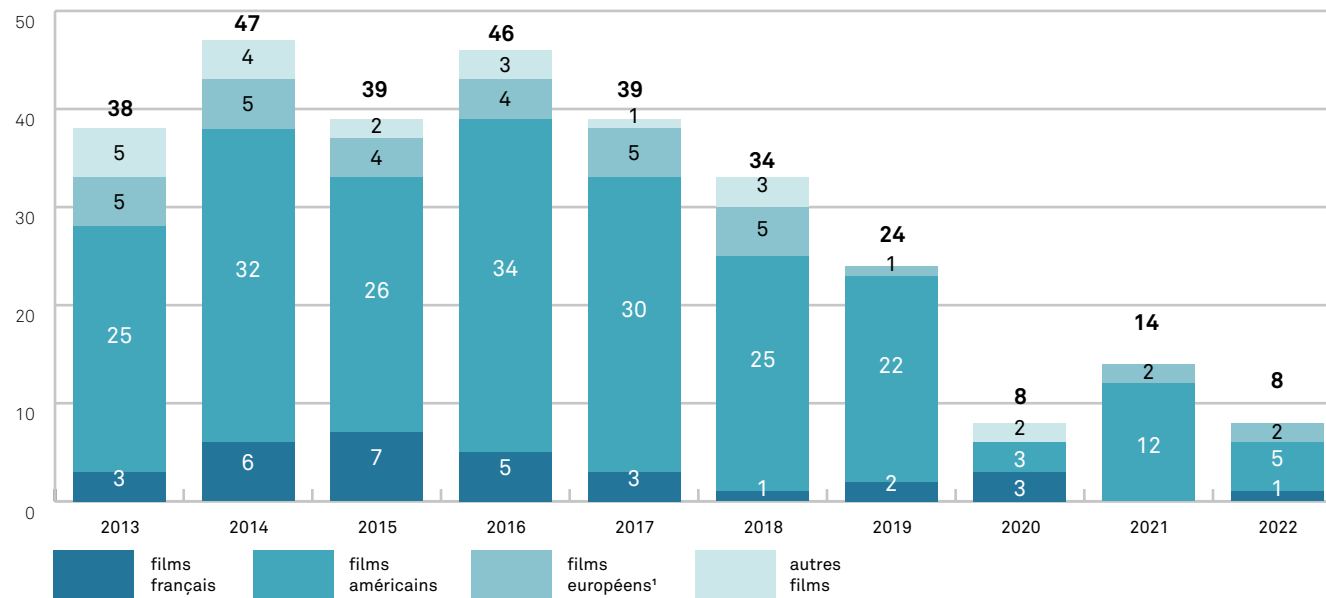
¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Plus bas niveau de films 3D avec 2020

En 2022, huit films inédits sont disponibles en numérique 3D, alors qu'ils étaient 14 en 2021. Cinq de ces huit films sont américains, deux sont britanniques (*les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore* et *Jurassic World : le monde d'après*) et un est franco-belge (*Hopper et le Hamster des ténèbres*). Ces huit films en 3D sont projetés dans 500 établissements ou plus en première semaine, dont notamment *Avatar : la voie de l'eau*, *les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore* ou encore *Jurassic World : le monde d'après*.

Parmi les huit films sortis en 3D en 2022, sont dénombrés quatre films d'aventures, deux films d'animation, un film fantastique (*les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore*) et un film de science-fiction (*Avatar : la voie de l'eau*).

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



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

Exposition des films inédits

Une part de films sortis dans 500 établissements ou plus à son plus haut niveau historique

En 2022, 73 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (48 films en 2021 et, en moyenne 56 films sur la période 2017-2019) dont 43 films français, 19 films américains, huit films européens et trois films d'autres nationalités. Parmi ces titres, sept ont été distribués dans plus de 800 établissements : *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* (comédie française), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (film d'animation américain), *le Chat Potté 2 : la dernière quête* (film d'animation américain), *Avatar : la voie de l'eau* (film de science-fiction américain), *Top Gun : Maverick* (film d'aventures américain), *les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore* (film fantastique britannique) et *Super-héros malgré lui* (comédie française). La part des films distribués dans 200 établissements ou plus en première semaine (30,0 %) est à son deuxième plus haut niveau depuis 1996, derrière 2021 (32,2 %) et 2020 (30,2 %). La part des films distribués dans 500 établissements ou plus atteint son plus haut niveau historique avec 10,7 %.

En 2022, 167 films (24,5 % de l'offre de films en première exclusivité) disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 20 établissements), contre 225 en moyenne entre 2017 et 2019 (31,9 % de l'offre en moyenne). 109 films français et neuf films américains sont programmés dans moins de 20 établissements en première semaine.

Près de 4 documentaires sur 10 sortent dans moins de 10 établissements en première semaine

Plus du tiers des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine en 2022 (53 titres). Ils composent 50,5 % des films projetés dans moins de 10 établissements et 38,4 % des documentaires en première exclusivité.

53,8 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2022 sont projetés dans 200 établissements ou plus (28 titres sur 52). Ils représentent 13,7 % de l'ensemble des films projetés dans 200 cinémas ou plus en première semaine.

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

44 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2022 (11,1 % des films recommandés). Ces 44 films représentent 41,9 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. Quatre films Art et Essai sont programmés dans 500 établissements ou plus en première semaine, tous français (cinq films Art et Essai en moyenne chaque année entre 2017 et 2019) : *Ernest et Célestine, le voyage en Charabie* (film d'animation), *les Volets verts* (drame), *l'Année du requin* (comédie) et *le Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ?* (film d'animation).

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
moins de 5	87	96	76	89	98	80	118	46	46	72
5 à 9	76	57	65	68	45	56	61	29	28	33
10 à 19	89	85	68	87	82	64	72	37	35	62
20 à 49	86	92	110	118	110	131	134	50	69	123
50 à 99	63	76	82	86	94	87	88	51	65	98
100 à 199	80	81	97	93	84	78	86	41	65	89
200 à 499	124	133	112	117	124	133	128	71	98	131
500 à 799	45	36	34	52	50	48	54	39	42	66
800 et plus	4	7	8	6	6	6	5	-	6	7
total	654	663	652	716	693	683	746	364	454	681

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

Des plans de sortie plus larges qu'avant crise avec 169 établissements par film, en moyenne, en première semaine

Après avoir fortement augmenté à la faveur de la crise sanitaire et d'une offre moins porteuse, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine diminue à 169 en 2022 (-10 établissements par rapport à 2021). Toutefois, celui-ci reste toujours plus élevé que le niveau d'avant-crise (144 établissements en première semaine en moyenne par film entre 2017 et 2019).

En moyenne, un film français est distribué dans 166 établissements (-2,5 %, 4 de moins qu'en 2021), un film agréé sort dans 210 établissements (-5,0 %, 11 de moins qu'en 2021) et un film non agréé dans 24 établissements (+29,4 %, cinq de plus qu'en 2021). En 2022, 109 films français sortent dans moins de 20 établissements en première semaine (26,5 % de l'offre de films français, comme en 2021), dont 46 films agréés (14,7 % de l'offre de films agréés, contre 9,2 % en 2021) et 63 films non agréés (64,3 % de l'offre de films non agréés, contre 78,7 % en 2021).

Un film américain sort, en moyenne, dans 319 cinémas (+0,9 %, 3 de plus par rapport à 2021), soit le plus haut niveau historique. En 2022, 45 films américains sortent dans 200 établissements ou plus en première semaine (62,5 % de l'offre), contre 48 en 2021 (62,3 %).

Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français baisse en 2022, à 126 (154 en 2021), mais se maintient à un haut niveau. 22 films européens non français sont programmés dans 200 établissements ou plus en première semaine en 2022 (19,6 % de l'offre), comme en 2021 (27,8 %).

Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 109 établissements en 2022 (53 en 2021), soit le plus haut niveau historique. Cependant, en fonction de l'offre, ce chiffre peut varier énormément d'une année sur l'autre.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2022 est une comédie française : *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* avec 906 établissements. Dans le classement des 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine, quatre sont français, quatre américains et deux britanniques.

En moyenne, un film sort dans 169 établissements en première semaine, un nombre en recul par rapport à 2021 mais toujours supérieur au niveau d'avant-crise.

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film¹

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ensemble	141	138	137	140	145	148	140	163	179	169
nationalité										
films français	118	120	118	116	136	134	128	175	171	166
films américains	267	258	265	298	291	280	303	259	316	319
films européens ²	74	70	88	90	100	118	103	111	154	126
autres films	75	64	49	36	37	43	36	81	53	109
Art et Essai										
films recommandés	59	59	61	69	70	76	83	108	101	97
films non recommandés	262	246	264	228	236	251	215	243	302	272
genre										
animation	326	361	341	349	343	339	318	351	361	323
aventure	356	396	422	326	318	309	303	324	528	423
comédie	200	230	260	232	262	277	239	285	408	317
comédie dramatique	96	104	117	125	118	138	162	222	166	186
documentaire	25	23	23	21	28	23	22	30	31	31
drame	69	67	67	67	73	74	80	85	93	101
fantastique	326	325	289	286	355	277	239	283	298	242
musical	128	121	95	140	198	173	106	108	276	181
policier	190	146	156	155	141	159	120	228	204	249

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

² Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

La plus large exposition pour les films d'aventures

En 2022, les films d'aventures disposent, pour la deuxième année consécutive, de la plus large exposition en première semaine : 423 établissements en moyenne. Suivent les films d'animation (323 établissements en première semaine) et les comédies (317 établissements). À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité (respectivement 31 et 101 établissements).

Au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements en première semaine, sont présents en 2022, deux comédies, deux films d'aventures, trois films d'animation, un film de science-fiction (*Avatar : la voie de l'eau*), un film fantastique (*les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore*) et un drame (*Notre-Dame brûle*). Le documentaire cumulant le plus d'établissements en première semaine est *le Chêne* (249 établissements, 172^e). Avec, en moyenne, respectivement, 323 établissements et 242 établissements, les films d'animation et fantastiques reviennent à leur niveau d'avant-crise (318 pour les films d'animation et 239 pour les films fantastiques).

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

À leur sortie, les films Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans trois fois moins d'établissements que les films non recommandés. Entre 2013 et 2015, les films Art et Essai présentaient une combinaison de sortie en moyenne quatre fois moins importante. Un film Art et Essai est projeté dans 97 établissements en 2022 (-4 établissements par rapport à 2021 et +14 par rapport à 2019), contre 272 établissements pour un film non recommandé (-29 par rapport à 2021 et +57 par rapport à 2019).

Les films français recommandés Art et Essai sont, en moyenne, distribués dans 106 établissements en première semaine, contre 125 établissements pour les films américains recommandés.

La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est le film d'animation

franco-luxembourgeois, *Ernest et Célestine, le voyage en Charabie* (8^e avec 783 établissements en première semaine). En 2021, le premier film Art et Essai était 10^e (*Dune*, 716 établissements en première semaine).

Les 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine en 2022

titre	nationalité ¹	distributeur	sortie	étab. ²	copies ³
<i>Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?</i>	FR/BE	UGC Distribution	06/04/22	906	923
<i>Les Minions 2 : Il était une fois Gru</i>	US	Universal Pictures International	06/07/22	889	837
<i>Le Chat Potté 2 : la dernière quête</i>	US	Universal Pictures International	07/12/22	849	700
<i>Avatar : la voie de l'eau</i>	US	The Walt Disney Company	14/12/22	821	762
<i>Top Gun : Maverick</i>	US	Paramount Pictures	25/05/22	806	790
<i>Les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore</i>	GB	Warner Bros.	13/04/22	804	842
<i>Super-héros malgré lui</i>	FR	StudioCanal	02/02/22	801	688
<i>Ernest et Célestine, le voyage en Charabie</i>	FR/LU	StudioCanal	14/12/22	789	607
<i>Jurassic World : le monde d'après</i>	GB	Universal Pictures International	08/06/22	783	749
<i>Notre-Dame brûle</i>	FR	Pathé Films	16/03/22	779	752

¹ BE = Belgique / FR = France / GB = Grande-Bretagne / LU=Luxembourg / US = Etats-Unis.

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

³ Source distributeurs.

Source : CNC.

Classement des distributeurs

142 distributeurs actifs en 2022

En 2022, 142 distributeurs participent à la sortie des 681 nouveaux films. Il s'agit d'un retour au niveau de 2018 (144 distributeurs). 22 distributeurs distribuent plus de 10 films chacun et totalisent 46,0 % de l'offre totale de films inédits et deux distributeurs (Universal Pictures International et Le Pacte) distribuent plus de 20 films chacun (7,5 % de l'offre totale). En moyenne, 20 distributeurs assuraient plus de 10 sorties chacun entre 2017 et 2019 et totalisaient 46,3 % de l'offre totale de films inédits. Parmi ces 142 distributeurs actifs en 2022, 54 n'avaient pas distribué de films en 2021 (38,0 % des distributeurs actifs, 35,7 % en 2021). 60 ne distribuent qu'un seul film dans l'année (42,3 % des distributeurs actifs, 37,5 % en 2021).

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

En 2022, The Walt Disney Company est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films à succès tels qu'*Avatar : la voie de l'eau* (1^{er} film en termes d'encaissements en 2022, sorti le 14 décembre), *Black Panther : Wakanda forever* (sorti le 9 novembre), *Thor: Love and Thunder* (sorti le 13 juillet) et de films d'animation, tel que *Buzz l'éclair* (sorti le 22 juin) lui permet de réaliser une part de marché de 19,8 % (14,2 % en 2021). En deuxième position, Universal Pictures International capte 11,2 % des encaissements distributeurs en 2022, notamment grâce à *Jurassic World : le monde d'après* (sorti le 8 juin). StudioCanal, premier distributeur français, occupe la 6^e place avec 5,9 % de part de marché. La société distribue notamment *Novembre*. En 2022, les dix premiers distributeurs réalisent 79,7 % de l'ensemble des encaissements (82,9 % en 2021 et 75,8 % en 2019). Les cinq premiers en captent 57,0 % (59,1 % en 2021 et 55,4 % en 2019).

Hausse de l'encaissement moyen par entrée

En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 3,12 € en 2022, soit une augmentation de 0,7 % par rapport à 2021 (3,10 €). Pour un film français, il s'élève à 2,76 € (-3,9 % par rapport à 2021), contre 3,54 € pour un film américain (+8,0 %), 3,13 € pour un film européen non français (-5,8 %) et 2,82 € pour un film d'autres nationalités (+3,3 %). Il s'agit pour les films américains de leur plus haut niveau historique.

Un nombre de distributeurs actifs revenu au niveau de 2018.

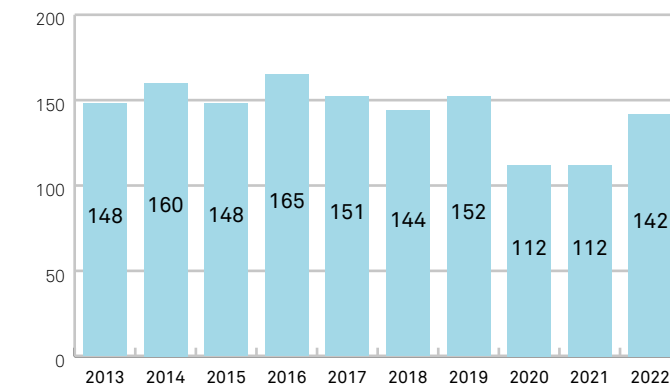
Les 10 premiers distributeurs en 2022

	part de marché ¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
1 The Walt Disney Company	19,8	182	12
2 Universal Pictures International	11,2	213	27
3 Warner Bros.	10,6	365	11
4 Paramount	8,4	53	7
5 Sony Pictures Home Entertainment	7,1	52	11
6 StudioCanal	5,9	83	10
7 Pathé Films	5,1	211	12
8 UGC Distribution	5,1	74	9
9 SND	3,9	97	12
10 Gaumont	2,7	267	12

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

42,3 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2022.

Evolution du nombre de distributeurs actifs¹



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

La promotion des films

Plus de 70 % des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion

Au total, 496 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2022 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média (72,8 % des films en première exclusivité en 2022, contre 72,0 % pour les films de 2021 et 66,6 % pour les films de 2019). Sur les 411 films français sortis pour la première fois en salles en 2022, 73,2 % font l'objet d'une promotion sur au moins un média. 86,1 % des films américains en première exclusivité en 2022 sont également dans ce cas. Si la part de films français promus retrouve son niveau d'avant-crise (74,6 % en 2018) après trois années consécutives à moins de 70 %, la part des films américains est légèrement en-deçà puisque, chaque année, 90 % des films américains faisaient l'objet d'une campagne publicitaire sur au moins un média entre 2013 et 2019.

Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2022 s'élèvent à 398,1 M€, en hausse de 37,1 % par rapport aux films de 2021 et un retour au niveau de 2013 (383,5 M€).

398,1 M€ d'investissements publicitaires pour les films de 2022, un retour au niveau de 2013.

Un investissement moyen 2,6 fois plus élevé pour les films américains que pour les films français

Les films français captent 54,0 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2022 pour 60,7 % des films, contre respectivement 28,4 % et 12,5 % pour les films américains. Un film français bénéficie, en moyenne, de 714,3 K€ d'investissements publicitaires (-4,9 % par rapport aux films français de 2021 et -8,7 % par rapport à ceux sortis entre 2017 et 2019). L'investissement publicitaire moyen pour un film américain s'élève à 1,82 M€, stable par rapport à 2021 (+0,5%) et en recul de 6,9 % par rapport à un film sorti entre 2017 et 2019. L'investissement moyen pour un film français est ainsi 2,6 fois moins élevé que pour un film américain (2,4 fois en 2021 et 2,5 fois sur la période 2017-2019).

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films français	137,8	160,7	133,3	163,7	204,6	195,7	212,8	110,2	126,1	215,0
films américains	198,0	225,7	212,0	287,1	219,8	215,5	251,6	52,2	119,7	113,0
films européens ¹	31,8	30,8	44,6	49,2	66,1	73,6	39,9	18,0	40,5	54,4
autres films	15,9	15,6	11,9	10,1	11,0	8,1	14,1	6,6	4,1	15,7
total	383,5	432,8	401,8	510,1	501,5	492,8	518,5	187,0	290,4	398,1

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

Top Gun: Maverick, 1^{er} au classement des films

Top Gun: Maverick (film d'aventures américain) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2022, suivi de *The Batman* (film policier britannique) et *Jurassic World : le monde d'après* (film d'aventures britannique). Trois films français, 12 films américains et cinq films britanniques figurent parmi les 20 premiers du classement. Ce top 20 compte par ailleurs deux comédies, sept films d'aventures et quatre films d'animation. Le premier documentaire, *le Chêne* (film français), est 134^e.

Le cinéma reste le premier support de promotion des films en investissements bruts tarifés en 2022

Les investissements publicitaires bruts dans le cinéma augmentent de 56,0 % par rapport à 2021 (-22,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et atteignent 185,5 M€ pour les films en première exclusivité de 2022. La part du cinéma dans les investissements totaux s'élève à 46,6 % pour ces films (40,9 % en 2021 et 47,6 % en moyenne pour les films sortis entre 2017 et 2019).

Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l'affichage augmentent, à 87,8 M€ en 2022 (+31,2 % par rapport à 2021 et -33,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019). L'affichage capte 22,1 % des dépenses publicitaires totales des films de 2022 (23,1 % pour les films de 2021 et 26,1 % pour les films sortis entre 2017 et 2019).

Près de 75 % des films bénéficiant d'une promotion font l'objet d'un encart dans la presse

En moyenne, la promotion d'un film sorti pour la première fois en salles en 2022 coûte 802,6 K€. L'investissement moyen est très différent selon les médias. Il s'échelonne entre 133,3 K€ pour une publicité radiophonique et 789,3 K€ pour une campagne publicitaire en salles de cinéma.

La presse est le média le plus largement utilisé. 366 films font l'objet d'un encart dans la presse (73,8 % des films faisant l'objet d'une promotion), notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables, à 145,5 K€ pour un film de 2022 en moyenne. De plus, les distributeurs concluent régulièrement des partenariats à des tarifs négociés avec certains titres de presse. L'investissement moyen par film pour un encart presse recule cependant de 7,0 % par rapport à 2021 et est en très nette baisse par rapport à la moyenne 2017-2019 (-24,4 %).

La publicité classique en faveur du cinéma était interdite à la télévision jusqu'en août 2020. Depuis, un décret l'autorise à titre expérimental jusqu'en avril 2024. Le parrainage, lui, était déjà autorisé. En 2022, 128 films (117 en 2021) ont bénéficié d'une campagne publicitaire sur les chaînes de télévision dont 75 films français, 33 films américains, 14 films européens et six films d'autres nationalités. En 2022, l'investissement moyen par film réalisé sur ce média est de 382,8 K€, en baisse de 3,9 % par rapport à 2021 mais multiplié par plus de 2 par rapport à la période 2017-2019. 25,8 % des films sortis en salles en 2022 bénéficient d'une promotion télévisuelle (35,8 % pour les films de 2021, 23,4 % pour les films de 2020 et 16,9 % pour les films sortis entre 2017 et 2019).

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
affichage	78,2	82,9	76,5	150,5	146,0	126,6	122,4	47,9	67,0	87,8
cinéma	142,5	173,5	173,3	208,8	217,5	235,4	268,0	71,9	118,9	185,5
presse	114,4	122,8	101,5	100,6	92,7	78,1	75,5	36,4	38,6	53,3
radio	45,8	48,1	41,6	40,8	37,5	35,5	34,8	13,7	19,4	22,5
télévision	2,5	5,5	8,8	9,4	7,8	17,2	17,9	17,1	46,6	49,0
total	383,5	432,8	401,8	510,1	501,5	492,8	518,5	187,0	290,4	398,1

Source : Kantar Media – CNC.

25,8 % des films sortis en salles en 2022 bénéficient d'une promotion télévisuelle.

Les frais d'édition des films d'initiative française sortis en salles en 2021

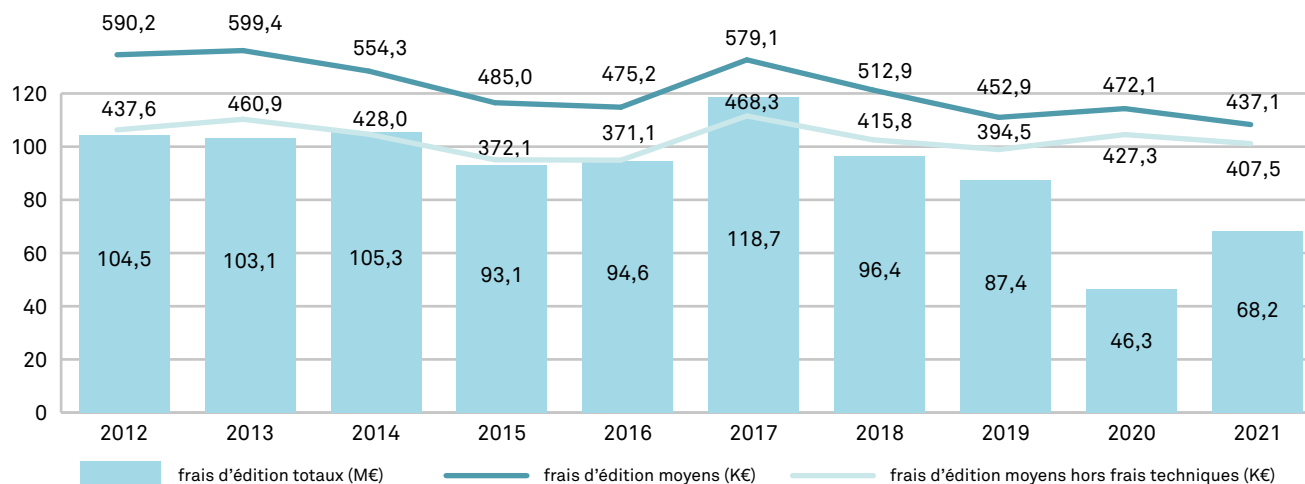
68,2 M€ de frais d'édition pour les films d'initiative française, en hausse sensible par rapport à 2020

L'échantillon compte 156 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2021 (96,3 % des films d'initiative française sortis en 2021) distribués par 41 éditeurs, plus bas niveau depuis 2005 (150 films). Ce faible nombre de sorties est dû à la fermeture des salles jusqu'au 19 mai 2021. Cependant, sur la période d'ouverture, 2021 revient à un rythme normal de sorties hebdomadaires. Six films d'initiative française agréés sortent chaque semaine, contre cinq en 2019. Par rapport à 2020, l'offre de films s'est donc élargie et a entraîné une hausse des frais d'édition totaux (68,2 M€, contre 46,3 M€ en 2020).

En moyenne cependant, le montant alloué à la distribution d'un film se réduit à nouveau en 2021 à 437,1 K€ (-6,5 % par rapport à 2020), à son plus bas niveau depuis 2004. Cette baisse est largement imputable aux frais techniques (29,5 K€ par film en 2021, contre 40,1 K€ en 2020 et 208,4 K€ en 2004). La généralisation de la projection numérique a permis aux éditeurs de faire une économie d'échelle grâce à des coûts de copie bien moins importants et à la réduction, puis l'arrêt fin 2021, des VPF (contribution des éditeurs à destination des exploitants afin de les accompagner dans le financement de leur matériel de projection numérique). Sans les frais techniques, les frais moyens d'édition par film atteignent 407,5 K€ en 2021, un recul plus limité par rapport à 2020 (-4,6 %) et à 2004 (-6,0 %).

La baisse sur longue période des frais d'édition touche tous les types de films, quels que soient leur genre, leur recommandation ou leur combinaison de sortie. A noter que ces frais augmentent avec la combinaison de sortie, passant de 26,4 K€ pour un film sorti dans moins de

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



Source: CNC.

10 établissements en première semaine en 2021 à 1 075,6 K€ pour un film sorti dans 400 établissements ou plus.

De profondes mutations des frais techniques, liées à la numérisation de la projection en salles

La répartition des frais techniques a subi une profonde mutation depuis 2004. Jusqu'en 2011, le tirage de copies (argentiques en large majorité) représentait les ¾ des dépenses sur ce poste. Entre 2012 et 2019, les VPF ont pris le relais, totalisant entre 45 % et 75 % des frais techniques. A partir de 2018, la part dédiée au transport et à l'envoi dématérialisé progresse, et devient un important poste de dépenses : 31,9 % en 2021 (3,2 % en 2007), à égalité avec le tirage de copies.

En moyenne, 85,1 K€ par film ont été investis en frais divers de promotion en 2021, soit une hausse par rapport à 2020 (+3,5 %) et un maintien par rapport à 2019 (+0,8 %). 19,5 % des frais d'édition sont consacrés à ces dépenses, soit un plus haut niveau historique. Malgré les restrictions

sanitaires, les éditeurs ont maintenu une place importante à l'évènementiel. Malgré une baisse et un plus bas niveau enregistré depuis 2011, les frais de tournée et de déplacement restent le premier poste de dépenses en frais divers de promotion à 19,0 %. Les animations et réceptions organisées autour de la sortie des films représentent 18,9 % des dépenses du poste, un retour au niveau pré-pandémique (18,9 % en 2019).

Les dépenses en frais divers de promotion tiennent une place plus importante dans les frais d'édition des documentaires (30,2 % en 2021) au détriment de l'achat d'espaces (47,7 %) mais également dans les frais des films avec une petite combinaison de sortie (38,2 % pour les films sortis dans moins de 10 établissements en première semaine, contre 33,8 % pour les achats d'espaces).

Des frais moyens d'édition à leur plus bas niveau depuis 2004, en grande partie lié à la dématérialisation de la distribution des films.

Une place plus importante d'Internet et de la télévision dans les achats d'espaces publicitaires

Depuis 2015, les achats d'espaces cumulent chaque année plus de la moitié des frais d'édition (62,9 % en 2021). En moyenne, les éditeurs consacrent 274,7 K€ par film à l'achat d'espaces publicitaires (-4,5 % par rapport à 2004) et 47,7 K€ par film pour le matériel publicitaire (-3,0 %). Ces deux postes enregistrent les plus faibles baisses sur la période.

Depuis 2007, Internet est venu bousculer les grands équilibres, les éditeurs lui consacrant une part croissante sur la période. L'achat d'espaces Internet avoisine les 20 % en 2020 et 2021 (17,7 % en 2019 et 5,3 % en 2007), niveau qui peut s'expliquer, pour ces deux années, par un contexte de crise sanitaire qui a accéléré la digitalisation des campagnes. Par ailleurs, la part considérée ici doit être appréhendée comme un niveau plancher, de nombreux éditeurs assurant en interne la promotion de leurs films sur leurs réseaux sociaux (non valorisé ici).

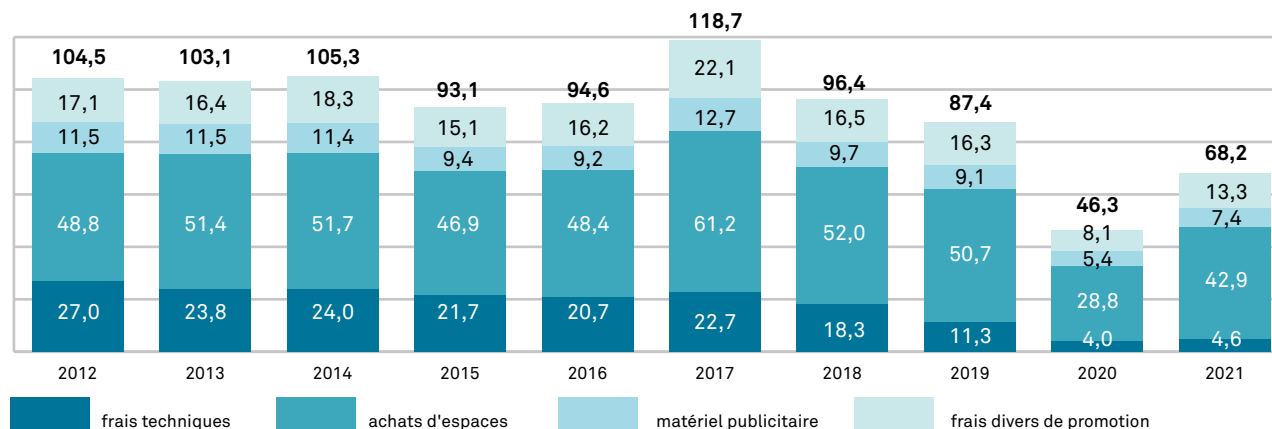
La part du cinéma est également en hausse sur la période, passant de 13,5 % en 2007 à 21,9 % en 2021. Elle a cependant reculé pendant les deux années de crise sanitaire du fait de la fermeture temporaire des salles, et reste loin du niveau d'avant-crise (32,7 % en 2019).

Autre facteur qui a impacté la répartition des investissements sur les différents médias, l'ouverture de la publicité à la télévision pour la promotion des sorties en salles. Le média TV totalise 13,8 % des achats d'espaces en 2021, contre 0,9 % en 2019, année précédant l'ouverture.

Près de 10 % des coûts définitifs alloués aux frais d'édition

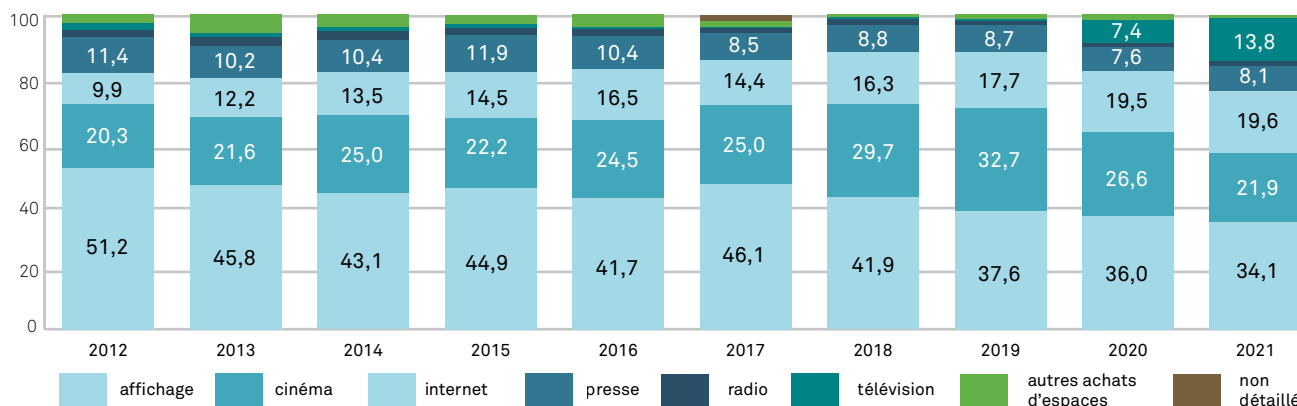
Parmi les 156 films de l'échantillon, le CNC dispose du coût de production de 151 films permettant de calculer un coût définitif (coût de production + frais d'édition) qui s'élève à 4,65 M€ en moyenne en 2021, soit un des plus bas niveaux depuis 2004. Ce coût recule par rapport à 2020 (4,76 M€) mais reste supérieur à 2019 (4,55 M€). Les frais d'édition représentent 9,5 % du coût définitif, dans la fourchette basse sur l'ensemble de la période, au niveau de 2018 (9,5 %), mais au-dessus de celui de 2017 (9,0 %) qui constitue le point bas.

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



Source : CNC.

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



Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude *Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2021*
 - les séries statistiques sur les coûts de distribution des films

2.3

Le public du cinéma

En 2022 :

39,9 millions de spectateurs

62,5 % des Français vont au cinéma



3-14 ans

17,4 %

des spectateurs de cinéma
14,5% de la population
française



15-24 ans

15,7 %

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



25-49 ans

32,8 %

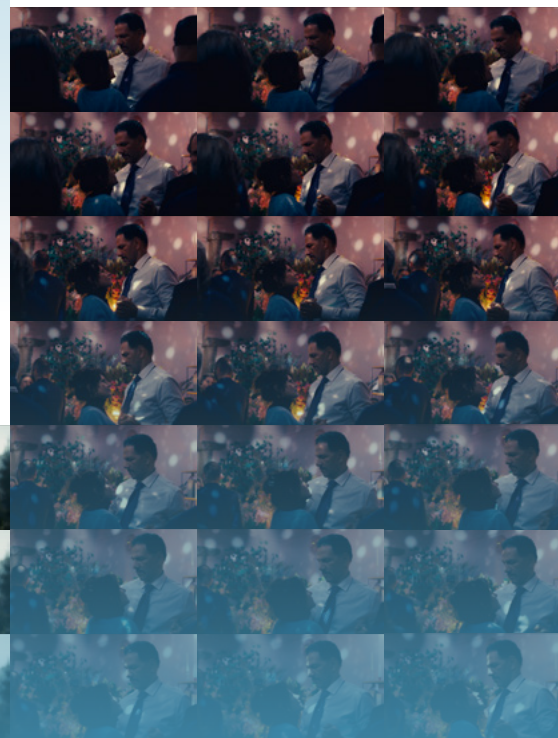
des spectateurs de cinéma
31,0% de la population
française



50 ans et plus

34,1 %

des spectateurs de cinéma
42,1% de la population
française



Remarques méthodologiques

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

Le public des films porte sur les films sortis en salle en 2022 et exploités dans au moins 50 établissements en première semaine.

Le public des salles de cinéma en 2022

Définitions

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

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

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

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

- individus concernés / population cinématographique totale.

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

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

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

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

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

Un retour en salles des spectateurs nettement plus marqué en 2022

L'année 2022 a été la première année d'ouverture complète des salles après deux années marquées par de longues périodes de fermetures (162 jours en 2020 et 138 jours en 2021). 2022 recense ainsi un nombre de spectateurs qui se rapproche de son niveau d'avant-crise : 39,9 millions d'individus âgés de 3 ans ou plus sont allés au moins une fois au cinéma dans l'année (32,7 millions en 2021 et 43,0 millions en 2019). La population cinématographique compte 7,2 millions d'individus de plus qu'en 2021 (+22,1 %) et seulement 3,0 millions d'individus de moins qu'en 2019 (-7,0 %). La population cinématographique représente 62,5 % de la population totale des 3 ans et plus en 2022, contre 51,4 % en 2021 et 43,6 % en 2020, démontrant un retour progressif et continu des Français dans les salles obscures. Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 3,8 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2022, un nombre qui progresse fortement par

Plus de 60 % des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2022.

rapport à 2021 (2,9 entrées en moyenne) mais qui reste encore en-deçà des années précédant la crise sanitaire (5,0 entrées en moyenne en 2019).

Sur la population des 6 ans et plus, pour laquelle un historique existe depuis 1993 (début des enquêtes sur le public), 2022 compte 38,8 millions de spectateurs de cinéma (+22,7 % par rapport à 2021, -6,5 % par rapport à 2019 et +32,3 % par rapport à 1993), soit le niveau le plus bas depuis 2013 (37,6 millions) hors période de crise sanitaire. Par ailleurs, la pénétration du cinéma sur cette population progresse fortement en un an puisque 62,8 % de la population totale des 6 ans et plus sont allés au cinéma en 2022 (+11,4 points par rapport à 2021, -5,6 points par rapport à 2019 et +7,4 points par rapport à 1993). Il s'agit du taux de pénétration le plus bas depuis 2007 (61,1 %) hors période de crise sanitaire.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	nombre moyen d'entrées
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,0	68,3	5,0
2020	63,2	27,6	43,6	2,4
2021	63,6	32,7	51,4	2,9
2022	63,9	39,9	62,5	3,8

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

Un public plus féminin

En 2022, les femmes constituent 51,7 % de la population française âgée de 3 ans et plus et représentent 53,3 % des spectateurs (51,5 % en 2021). Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes progresse plus fortement (+26,3 %, avec 4,4 millions de spectatrices supplémentaires en 2022) que le nombre d'hommes (+17,7 %, avec 2,8 millions de spectateurs supplémentaires). En 2022, les femmes se sont davantage rendues en salles puisque 64,5 % d'entre elles y sont allées au moins une fois au cours de l'année (51,3 % en 2021), contre 60,4 % des hommes (51,5 % en 2021). Si les taux de pénétration sont en forte hausse sur un an, ils restent cependant inférieurs au niveau d'avant-crise quel que soit le genre (67,3 % pour les femmes et 69,3 % pour les hommes en 2019).

En 2022, les femmes génèrent plus d'entrées en salles (54,9 %) que les hommes (45,1 %). À l'exception de 2019 (48,9 % des entrées générées par les femmes), les spectatrices génèrent toujours un peu plus d'entrées que les hommes. Par ailleurs, en 2022, elles représentent plus de 60 % des entrées sur des films qui ont rencontré un large succès en salles (*Simone, le voyage du siècle, les Animaux fantastiques 3 : les secrets de Dumbledore, Smile* ou *En corps*). Toutefois, le nombre d'entrées générées par les femmes rebondit un peu moins fortement en 2022 (+52,6 % à 83,5 millions), que celui des hommes (+68,5 % à 68,7 millions) qui étaient moins retournés en salles en 2021. En 2022, les spectateurs sont allés, en moyenne, 3,7 fois au cinéma dans l'année, contre 3,9 fois pour les spectatrices.

Fréquentation selon le genre en 2022

	pois dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
femmes	51,7	64,5	53,3	54,9	3,9
hommes	48,3	60,4	46,7	45,1	3,7
ensemble	100,0	62,5	100,0	100,0	3,8

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

Un retour en salles massif pour les 25-49 ans

Les seniors (50 ans ou plus) représentent 34,1 % de la population cinématographique en 2022 (30,3 % en 2021). La part des seniors dans la population cinématographique apparaît en hausse de 1,8 point par rapport à 2019 (32,2 %), illustrant un vieillissement du public par rapport à la période d'avant-crise. En 2022, ils génèrent 37,2 % des entrées (42,0 % en 2021 et 37,4 % en 2019), soit 4,0 entrées par spectateur en moyenne. Portant la hausse des seniors, la part des 60 ans ou plus dans la population cinématographique progresse à 20,7 % en 2022 (18,5 % en 2021 et 19,7 % en 2019) alors que leur poids dans la population totale de référence est stable, à 28,5 % en 2022 (+0,2 point par rapport à 2021). Le nombre moyen annuel d'entrées pour les 60 ans et plus atteint 4,6 (5,0 entrées en moyenne en 2021), soit le nombre moyen le plus élevé derrière les 20-24 ans (5,1). Les 60 ans ou plus génèrent 24,9 % des entrées en salles en 2022 (-6,6 points par rapport à 2021 et -1,3 point par rapport à 2019).

Après avoir chuté en 2020 à cause de la crise sanitaire (44,5 %, soit -30,4 points par rapport à 2019) et connu un premier rebond en 2021 (53,9 %), la pénétration du cinéma chez les 25-49 ans augmente plus fortement en 2022 et gagne 12,2 points par rapport à 2021, pour atteindre 66,0 %. La part des 25-49 ans au sein du public s'élève à 32,8 % (32,7 % en 2021 et 34,8 % en 2019). Ils génèrent 29,3 % des entrées en 2022 (22,6 % en 2021 et 32,1 % en 2019), soit une moyenne de 3,4 entrées annuelles par spectateur (2,0 en 2021 et 4,6 en 2019) illustrant une nette reprise des pratiques cinéma pour cette tranche d'âge en 2022.

Les 60 ans ou plus génèrent près d'un quart des entrées en salles en 2022.

Le cinéma, un loisir toujours plus répandu chez les moins de 25 ans

La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma diminue en 2022 et revient à son niveau d'avant-crise. Ils représentent 33,1 % des spectateurs, contre 37,0 % en 2021 et 33,0 % en 2019. Ils sont 13,2 millions à s'être rendus au cinéma (12,1 millions en 2021), soit +9,2 % par rapport à 2021 mais -6,7 % par rapport à 2019 (14,2 millions). Les moins de 25 ans sont à l'origine de 33,5 % des entrées (35,4 % en 2021 et 30,5 % en 2019). En termes de pénétration, le cinéma touche toujours davantage les jeunes : 76,9 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2022, contre 66,0 % des 25-49 ans et 50,7 % des 50 ans ou plus. Le taux de pénétration est plus important chez les 15-19 ans (83,5 %) et chez les 11-14 ans (80,2 %) que chez les 20-24 ans (74,7 %) et chez les 3-10 ans (72,0 %). Il s'avère particulièrement élevé pour les garçons âgés de 15 à 19 ans : 84,5 % d'entre eux sont allés au cinéma en 2022, le taux le plus haut observé, ce qui constitue une première sur cette cible depuis 2015.

Progression de la part des 15-24 ans dans les entrées en 2022

Au global, 6,3 millions de 15-24 ans sont allés au cinéma, soit un nombre similaire à 2019. 79,2 % des 15-24 ans sont allés au moins une fois au cinéma en 2022 (73,1 % en 2021). La part dans le public du cinéma des 15-24 ans diminue légèrement et s'établit à 15,7 % en 2022 (17,6 % en 2021 et 14,7 % en 2019), cependant la proportion des entrées qu'ils réalisent progresse et s'élève à 19,3 % (17,9 % en 2021), dépassant ainsi le niveau d'avant-crise (15,8 % des entrées en 2019). Cette tranche d'âge réalise 29,3 millions d'entrées en 2022, soit une hausse de 71,2 % par rapport à 2021 mais une baisse de 12,7 % par rapport à 2019 (33,6 millions d'entrées). Les 15-24 ans se sont rendus 4,7 fois dans les salles en 2022 (2,9 fois en 2021 et 5,3 fois en 2019). Plus précisément, les 20-24 ans enregistrent le nombre moyen d'entrées le plus élevé en 2022, toutes tranches d'âges confondues, avec 5,1 entrées en moyenne sur l'année.

Fréquentation selon l'âge en 2022

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	9,4	72,0	10,8	8,4	3,0
11-14 ans	5,2	80,2	6,6	5,8	3,3
15-19 ans	6,4	83,5	8,5	9,6	4,3
20-24 ans	6,0	74,7	7,2	9,7	5,1
25-34 ans	11,8	67,2	12,6	11,5	3,5
35-49 ans	19,3	65,4	20,1	17,7	3,4
50-59 ans	13,5	61,7	13,4	12,4	3,5
60 ans et plus	28,5	45,5	20,7	24,9	4,6
ensemble	100,0	62,5	100,0	100,0	3,8

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

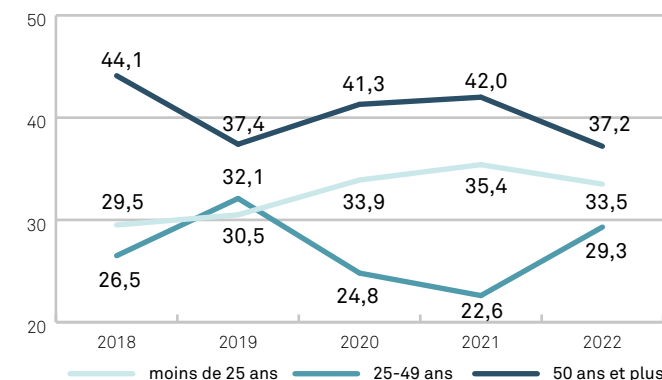
Une majorité d'entrées toujours réalisée par les seniors

La part des seniors (50 ans et plus) dans le public du cinéma progresse de 3,8 points par rapport à 2021 quand celle des moins de 25 ans se réduit de 3,9 points. La part des seniors (34,1 %) devient ainsi légèrement supérieure à celle des moins de 25 ans (33,1 %) dans le public du cinéma en 2022.

Les seniors réalisent 37,2 % des entrées en salles en 2022, tandis que les jeunes en réalisent 33,5 %. Toutefois, cette part diminue davantage pour les seniors (-4,8 points par rapport à 2021) que pour les moins de 25 ans (-1,9 point) et la part d'entrées enregistrées par les seniors retrouve un niveau proche de 2019 (37,4 %). De leur côté, les 25-49 ans pèsent davantage dans les entrées, puisque bien qu'ils n'en réalisent que 29,3 % en 2022, cette part augmente de 6,7 points par rapport à 2021 (22,6 %).

La structure des entrées par âge redevient ainsi plus proche de celle constatée en 2019 après deux années de crise sanitaire : la part des seniors dans le total des entrées est stable (-0,2 point par rapport à 2019), celle des 25-49 ans toujours en léger retrait de 2,8 points au profit des moins de 25 ans (+ 3,0 points).

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



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

76,9 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2022.

Plus de 70 % des CSP+ sont allés au moins une fois au cinéma en 2022

Bien qu'encore en-deçà des niveaux d'avant-crise, la pratique cinématographique reste plus répandue pour les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) : 71,1 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2022, contre 60,6 % pour les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) et 59,5 % pour les inactifs. Par rapport à 2021, le taux de pénétration progresse quelle que soit la catégorie, toutefois la hausse est plus sensible pour les CSP- (+13,4 points) que pour les CSP+ (+11,4 points) et les inactifs (+10,1 points). Par rapport à 2019, les CSP+ enregistrent un recul du taux de pénétration plus important, ce dernier restant encore inférieur de 9,3 points (-5,0 points pour les inactifs et -4,6 points pour les CSP-). Les CSP- génèrent 15,9 % de la fréquentation en 2022 (15,1 % en 2021 et 16,9 % en 2019) et représentent 20,9 % de la population cinématographique en 2022 (19,8 % en 2021 et 22,2 % en 2019). Il s'agit de la catégorie socioprofessionnelle la moins représentée en termes de public et d'entrées comme cela était déjà le cas avant la crise sanitaire. Les CSP+ représentent, eux, 27,2 % du public en 2022 (27,1 % en 2019) et les inactifs, 51,9 % (50,7 % en 2019). Concernant les entrées, les CSP+ enregistrent 31,1 % des entrées (28,7 % en 2019) et les inactifs en enregistrent plus de la moitié avec 52,9 % des entrées, comme cela était déjà le cas en 2019 (54,3 %). Bien que le nombre moyen d'entrées augmente pour toutes les catégories, les CSP+ enregistrent la plus forte progression en un an avec 4,4 entrées en moyenne (2,7 entrées en 2021). Ils représentent également la catégorie dont le nombre moyen d'entrées se rapproche le plus de son niveau d'avant-crise (5,3 entrées en 2019) devant les CSP- (2,9 entrées en 2022 et 3,8 entrées en 2019) et les inactifs (3,0 entrées en 2022 et 5,3 en 2019).

La pénétration du cinéma chez les élèves et étudiants reste la plus importante de toutes les catégories socio-professionnelles. Ils sont 77,7 % à fréquenter les salles

de cinéma en 2022 (73,3 % en 2021 et 85,4 % en 2019). Les élèves et étudiants représentent 27,0 % du public du cinéma en 2022 (-4,0 points par rapport à 2021 et -0,1 point par rapport à 2019). Le taux de pénétration du cinéma chez les retraités connaît une forte hausse et s'établit à 46,0 % en 2022, contre 32,8 % en 2021. Par rapport à 2021, leur part dans le public gagne 2,4 points à 18,0 % ; les retraités enregistrent ainsi une hausse de 2,1 millions de spectateurs, soit +41,0 % en un an. Ils restent également ceux parmi les inactifs qui se rendent le plus souvent en salles en 2022, avec 4,4 entrées en moyenne.

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2022

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	24,0	71,1	27,2	31,1	4,4
chefs d'entreprises, cadres...	9,1	75,8	11,1	13,0	4,5
professions intermédiaires	11,8	72,8	13,7	14,5	4,0
artisans, commerçants	3,0	50,2	2,4	3,6	5,6
CSP -	21,5	60,6	20,9	15,9	2,9
employés	12,2	66,4	12,9	9,8	2,9
ouvriers	8,8	54,9	7,7	6,0	3,0
agriculteurs	0,6	24,8	0,2	0,1	1,9
inactifs	54,5	59,5	51,9	52,9	3,9
retraités	24,4	46,0	18,0	20,8	4,4
élèves, étudiants	21,7	77,7	27,0	24,7	3,5
autres inactifs (chômeurs,...)	8,4	51,8	6,9	7,5	4,1
ensemble	100,0	62,5	100,0	100,0	3,8

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

Forte hausse du nombre de spectateurs retraités en 2022 (+41,0 %).

Une reprise de la fréquentation plus forte dans les zones rurales et les petites agglomérations

La pénétration du cinéma parmi les habitants des zones rurales (+14,3 points entre 2021 et 2022) et parmi ceux des unités urbaines de moins de 20 000 habitants (+15,9 points) connaît la plus forte hausse en 2022. Bien que les taux de pénétration de chaque unité urbaine augmentent en 2022, ils restent tous en dessous de leur niveau de 2019.

Les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants concentrent 37,4 % du public (36,1 % en 2021 et 39,8 % en 2019) et leurs habitants génèrent 36,5 % des entrées en 2022 (27,0 % en 2021 et 31,6 % en 2019). Le nombre moyen d'entrées s'établit à 3,7 entrées par spectateur de ces zones en 2022 (2,2 entrées en 2021). L'unité urbaine de Paris et les unités urbaines de 100 000 habitants ou plus concentrent la majorité des spectateurs. Ces unités urbaines rassemblent 49,9 % des spectateurs en 2022, contre 50,6 % en 2021. Bien qu'en baisse, elles captent toujours la plus grande part des entrées (50,6 % en 2022, contre 59,9 % en 2021 et 57,2 % en 2019). Les spectateurs de ces zones sont allés 3,9 fois au cinéma en moyenne en 2022 (3,5 fois en 2021). Les spectateurs se rendant le plus fréquemment au cinéma en 2022 sont ceux de l'agglomération parisienne, des unités urbaines de moins de 20 000 habitants et des unités urbaines de 20 000 à 50 000 habitants qui enregistrent tous les trois une moyenne de 4,2 entrées.

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2022

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales	21,3	56,5	19,3	16,7	3,3
UU < 20 000 hab.	18,2	62,2	18,1	19,9	4,2
UU de 20 000 à 50 000 hab.	6,2	54,8	5,4	6,0	4,2
UU de 50 000 à 100 000 hab.	7,6	59,7	7,3	6,8	3,6
UU >= 100 000 hab.	30,2	64,3	31,0	29,8	3,7
UU de Paris	16,5	71,7	18,9	20,9	4,2
ensemble	100,0	62,5	100,0	100,0	3,8

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

Une part de réguliers toujours en retrait tant en termes de spectateurs que d'entrées réalisées

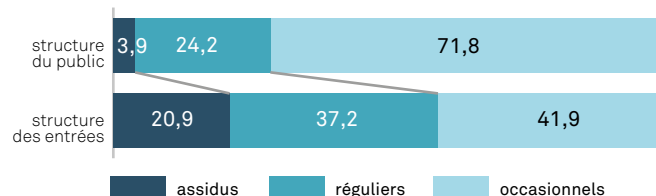
En 2022, le nombre de spectateurs occasionnels progresse de 19,5 % pour atteindre 28,7 millions. Les occasionnels composent ainsi 71,8 % du public en 2022, contre 73,4 % en 2021 et moins de 70 % avant-crise. Ils génèrent 41,9 % de la fréquentation des salles en 2022 avec 63,8 millions d'entrées, soit plus du double de 2021 (31,7 millions). En 2019, les occasionnels enregistraient 56,3 millions d'entrées, soit 26,4 % des entrées. Les occasionnels vont notamment davantage voir des films d'animation comme *Samourai Academy* (56,8 % de public occasionnel), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (56,4 %) ou *Vaillante* (56,0 %). Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours l'essentiel de la fréquentation. Ils génèrent 58,1 % des entrées totales de l'année (-8,7 points par rapport à 2021 et -15,5 points par rapport à 2019), soit 88,4 millions d'entrées (63,8 millions en 2021 et 156,9 millions en 2019) et composent 28,2 % du public (26,6 % en 2021 et 30,8 % en 2019). Par rapport à 2021, la population cinématographique compte davantage de spectateurs assidus (+0,6 million d'individus, soit +59,1 %) et de spectateurs réguliers (+2,0 millions d'individus, soit +25,6 %). Pour autant, les réguliers enregistrent 37,2 % des entrées, soit une baisse de 8,8 points par rapport à 2021 et de 12,6 points par rapport à 2019. Ce recul des entrées est lié au fait que certains réguliers sont devenus occasionnels durant les deux années de crise sanitaire et peinent à revenir plus fréquemment en salles (9,7 millions de spectateurs réguliers en 2022, contre 11,6 millions en 2019). Néanmoins, les spectateurs assidus sont, de leur côté, revenus à leur niveau d'avant-crise. En 2022, comme en 2019, 1,6 million d'assidus sont recensés, soit 3,9 % du public en 2022 (3,8 % en 2019). Leur fréquentation reste malgré tout à un niveau inférieur à celui de 2019. Ils représentent ainsi 20,9 % des entrées en 2022 (23,8 % en 2019) en raison d'un nombre moyen d'entrées par spectateur sur l'année moins élevé, à 20,3 entrées en 2022 (31,3 en 2019).

Habitudes du public du cinéma

	2018	2019	2020	2021	2022
structure du public (%)					
habitués	31,0	30,8	47,0	26,6	28,2
assidus	3,1	3,8	6,7	3,0	3,9
réguliers	27,9	27,0	40,3	23,6	24,2
occasionnels	69,0	69,2	53,0	73,4	71,8
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)					
habitués	65,1	73,6	68,6	66,8	58,1
assidus	22,5	23,8	23,0	20,8	20,9
réguliers	42,6	49,8	45,6	46,0	37,2
occasionnels	34,9	26,4	31,4	33,2	41,9
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2022 (%)



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

Les habitués représentent 28,2 % du public et 58,1 % des entrées en 2022.

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont en grande partie liées aux critères sociodémographiques. En 2022, 42,8 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (30,7 % pour les occasionnels), 57,5 % sont des inactifs (49,7 % pour les occasionnels) et 56,5 % habitent l'unité urbaine de Paris ou une unité urbaine de 100 000 habitants ou plus (47,3 % pour les occasionnels).

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2022 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
femmes	53,6	53,2	53,3
hommes	46,4	46,8	46,7
âge			
3-14 ans	12,1	19,5	17,4
15-24 ans	20,3	13,9	15,7
25-49 ans	24,8	35,9	32,8
50 ans et plus	42,8	30,7	34,1
activité professionnelle			
CSP+	23,6	26,2	27,2
CSP-	18,9	24,1	20,9
inactifs	57,5	49,7	51,9
agglomération de résidence			
zones rurales	14,3	21,2	19,3
UU <20 000 hab.	17,5	18,4	18,1
UU de 20 000 à 50 000 hab.	4,7	5,7	5,4
UU de 50 000 à 100 000 hab.	6,9	7,4	7,3
UU >=100 000 hab.	32,2	30,5	31,0
UU de Paris	24,3	16,8	18,9

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

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- les séries statistiques sur le profil du public des salles de cinéma
- l'étude *Le public du cinéma en 2022* (à paraître)

Le public des films en 2022

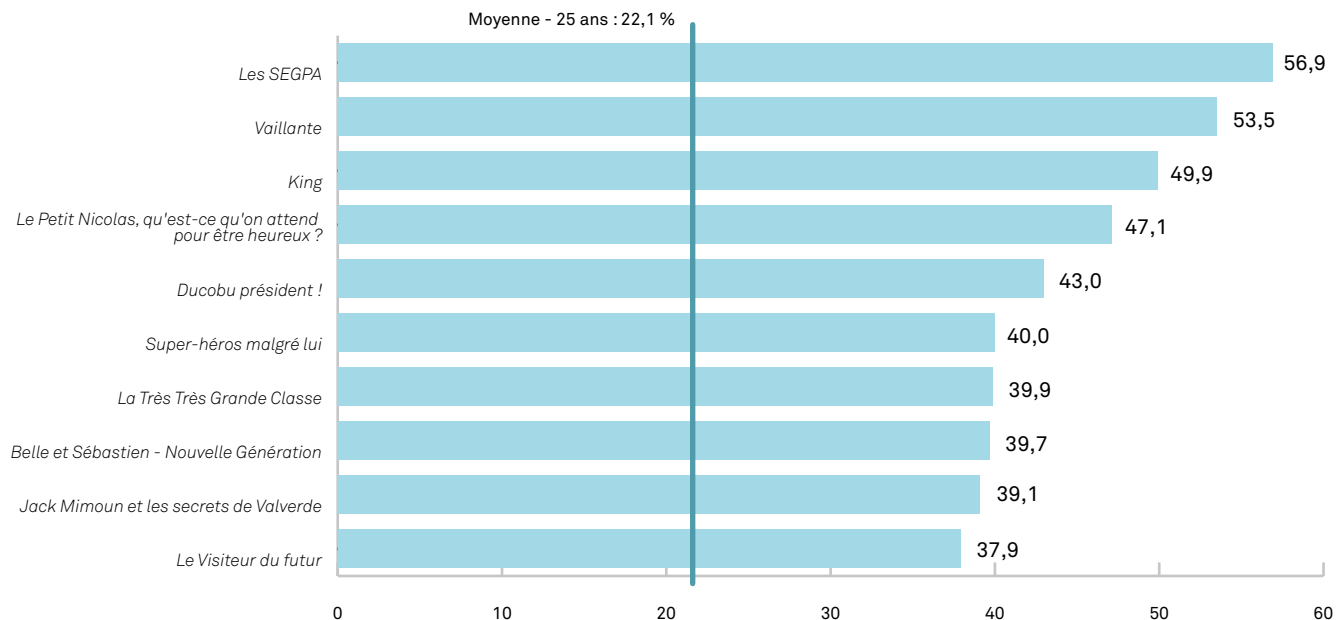
Films français enregistrant une part importante de moins de 25 ans dans leurs entrées en 2022 (%)

Un public traditionnellement plus âgé pour les films français

Les films français sont toujours particulièrement appréciés par les seniors (50 ans et plus). La part de cette population dans le public des films français est supérieure de 16,4 points à sa part dans le public de l'ensemble des films. En 2022, le public des films français se compose ainsi à 56,6 % de seniors (+1,7 point par rapport à 2021). Les moins de 25 ans restent sous-représentés au sein du public des films français, à 22,1 % en 2022 (-0,9 point par rapport à 2021 et +3,8 points par rapport à 2019), contre 33,2 % pour l'ensemble des films. Toutefois, certains films français ont été plébiscités par cette tranche d'âge, c'est le cas notamment du film *les SEGPA* (56,9 % de moins de 25 ans, comédie), *Vaillante* (53,5 %, film d'animation) ou encore *King* (49,9 %, film d'aventures). Si la comédie reste surtout appréciée des plus âgés (50,2 % de 50 ans et plus), les films d'animation et les films d'aventures, à l'inverse, attirent davantage les jeunes (respectivement 59,8 % et 39,1 % de moins de 25 ans). Concernant le genre comédie, ce constat est encore plus marqué sur les comédies françaises qui représentent 86,0 % des comédies en première exclusivité : leur public se compose à 53,5 % de 50 ans et plus.

Les assidus sont, en général, plus friands de films français. En 2022, ils représentent 28,7 % des spectateurs de ces films, contre 23,5 % du public tous films confondus. Des films tels que *l'Innocent* ou *Un autre monde* concentrent une forte proportion d'assidus (respectivement 41,7 % et 40,2 %).

En 2022, deux films français avec plus de 50 % de moins de 25 ans dans leurs entrées : les *Segpa* et *Vaillante*.



Base : films français sortis en salles en 2022 dans 50 établissements ou plus en première semaine ou plus et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Un public plus jeune pour les films américains, notamment grâce aux films d'animation et films de genre

Le public des films américains demeure le public le plus jeune parmi toutes les nationalités. 41,6 % des spectateurs du cinéma américain ont moins de 25 ans, contre 33,2 % pour l'ensemble des films. Ce sont avant tout les films d'animation américains qui attirent davantage le jeune public en 2022 : *Sonic 2 le film* (62,6 % de 3-24 ans), *Buzz l'éclair* (60,2 %), ou encore *le Chat potté 2, la dernière quête* (60,1 %). Les films d'horreur sont également prisés des jeunes en 2022, notamment *Smile* (49,5 % de 15-24 ans), *Esther 2 : les origines* (45,2 %) ou encore *Black phone* (43,2 %). Les seniors (27,6 %) et les spectateurs assidus (18,4 %) sont moins représentés dans le public du cinéma d'outre-Atlantique, en raison des principaux genres de films produits (animation, aventures, science-fiction et horreur) qui attirent moins ces spectateurs.

Plus de 60 % de moins de 25 ans pour 17 films d'animation dont 4 films américains : *Hopper et le hamster des ténèbres, Samouraï Academy, Buzz l'éclair et le Chat potté 2, la dernière quête.*

Public des films selon la nationalité en 2022 (%)

	films français	films américains	films européens ¹	autres films	tous films
genre					
femmes	52,4	47,8	48,5	50,2	49,8
hommes	47,6	52,2	51,5	49,8	50,2
âge					
3-14 ans	8,7	17,6	18,4	10,8	13,8
15-24 ans	13,4	24,0	21,3	23,0	19,4
25-49 ans	21,3	30,8	29,1	24,7	26,6
50 ans et plus	56,6	27,6	31,2	41,5	40,2
activité professionnelle					
CSP+	32,5	32,0	33,3	36,6	32,5
CSP-	15,9	20,1	18,1	16,6	18,1
inactifs	51,6	47,9	48,6	46,7	49,4
habitat					
région parisienne	21,9	20,7	24,4	28,6	21,8
autres régions	78,1	79,3	75,6	71,4	78,2
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	28,7	18,0	22,9	30,8	23,5
réguliers	46,5	45,4	45,7	46,7	46,0
occasionnels	24,8	36,6	31,4	22,5	30,5

¹ Europe au sens continental, hors France.
 Base : échantillon de 343 films en 2022 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
 Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

L'animation, un public plus jeune et plus occasionnel

Parmi les principaux genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les enfants (3-14 ans) constituent 43,7 % du public de ces films, contre 13,8 % de celui de l'ensemble des films. Les 3-14 ans représentent jusqu'à 63,3 % des spectateurs pour le film mexicain *Koati*. Au sein du public des films d'animation, 38,5 % sont des occasionnels, contre 30,5 % de ceux de l'ensemble des films. Les réguliers composent 43,4 % du public de ces films (46,0 % tous genres confondus) et les assidus 18,1 % (23,5 % tous genres confondus).

Le documentaire, un public d'assidus et de CSP+

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée (31 établissements première semaine en moyenne pour les documentaires sortis en 2022).

L'analyse du public des documentaires fait apparaître une part importante de CSP+ (35,7 % du public, contre 32,5 % tous films confondus) et d'assidus (30,1 %, contre 23,5 % tous films). La part des spectateurs assidus dans le public des documentaires est ainsi supérieure à celle tous films confondus en 2022, comme c'est le cas chaque année, à l'exception de 2016. Les occasionnels composent 20,6 % du public des documentaires (30,5 % tous films confondus).

Public des films selon le genre en 2022 (%)

	animation	docu- mentaire	fiction	dont comédie	tous films
genre					
femmes	48,7	53,5	50,0	53,0	49,8
hommes	51,3	46,5	50,0	47,0	50,2
âge					
3-14 ans	43,7	19,8	9,0	9,7	13,8
15-24 ans	16,1	19,0	19,9	16,2	19,4
25-49 ans	26,2	21,8	26,7	23,9	26,6
50 ans et plus	14,0	39,4	44,4	50,2	40,2
activité professionnelle					
CSP+	21,4	35,7	34,3	31,0	32,5
CSP-	15,2	13,4	18,6	18,6	18,1
inactifs	63,4	50,9	47,2	50,5	49,4
habitat					
région parisienne	19,9	20,7	22,0	19,5	21,8
autres régions	80,1	79,3	78,0	80,5	78,2
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	18,1	30,1	24,0	26,0	23,5
réguliers	43,4	49,3	46,2	46,4	46,0
occasionnels	38,5	20,6	29,8	27,6	30,5

Base : échantillon de 343 films en 2022 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

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

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici. Cette restriction exclut de nombreux films Art et Essai dont la combinaison de sortie est généralement limitée (47,3 % des films Art et Essai sortis en 2022 sont programmés dans moins de 50 établissements en première semaine).

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. En 2022, il se compose à 60,2 % de seniors, à 38,0 % de CSP+, à 30,3 % d'habitants de Paris et sa région et à 39,9 % d'assidus. À l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et avec un poids plus important des régions.

Les assidus ont notamment plébiscité certains films recommandés Art et Essai tels que *l'Innocent* (41,7 % d'assidus), *Un autre monde* (40,2 %) ou *la Nuit du 12* (38,1 %). Parmi les 190 films recommandés Art et Essai de l'échantillon en 2022, 71 présentent un public où la part des occasionnels est supérieure à la moyenne tous films Art et Essai (15,5 % d'occasionnels en moyenne), contre 26 films sur 147 en 2021. *Ernest et Célestine, le voyage en Charabie*, film d'animation classé Art et Essai, présente ainsi une part d'occasionnels importante, à 39,5 %.

L'Innocent, Un autre monde et la Nuit du 12, films Art et Essai avec le plus fort taux d'assidus en 2022.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2022 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
femmes	51,1	49,6	49,8
hommes	48,9	50,4	50,2
âge			
3-14 ans	6,0	15,4	13,8
15-24 ans	12,6	20,7	19,4
25-49 ans	21,2	27,6	26,6
50 ans et plus	60,2	36,3	40,2
activité professionnelle			
CSP+	38,0	31,4	32,5
CSP-	12,9	19,1	18,1
inactifs	49,2	49,5	49,4
habitat			
région parisienne	30,3	20,0	21,8
autres régions	69,7	80,0	78,2
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	39,9	20,0	23,5
réguliers	44,5	46,3	46,0
occasionnels	15,5	33,8	30,5

Base : échantillon de 343 films en 2022 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le succès populaire d'un film toujours porté par les occasionnels

De façon corrélée, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film varient en fonction de ses performances en salles. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante (41,9 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2022). À l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public (39,8 % pour les films à deux millions d'entrées ou plus en 2022). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille et séduire par les films à fort potentiel commercial. Deux films américains ayant réalisé plus de trois millions d'entrées en salles sont composés d'environ la moitié d'occasionnels : *Avatar : la voie de l'eau* (50,5 % d'occasionnels, contre 30,5 % en moyenne tous films) et *les Minions 2 : il était une fois Gru* (47,2 %).

Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (23,5 % de moins de 25 ans pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2022, contre 37,5 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus), inactif (44,2 % d'inactifs pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, contre 47,0 % pour les films à plus de 2 millions d'entrées) et réside en régions (70,0 % de personnes résidant en régions pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, contre 81,4 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus).

Plus de 50 % d'occasionnels pour *Avatar : la voie de l'eau* en 2022.

Public des films selon le nombre d'entrées en 2022 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions et plus	tous films
genre						
femmes	49,5	51,4	50,5	50,1	48,7	49,8
hommes	50,5	48,6	49,5	49,9	51,3	50,2
âge						
3-14 ans	6,3	9,5	7,9	28,5	14,3	13,8
15-24 ans	17,1	14,8	16,8	19,1	23,2	19,4
25-49 ans	25,6	22,8	23,9	26,5	29,7	26,6
50 ans et plus	51,0	53,0	51,4	25,8	32,7	40,2
activité professionnelle						
CSP+	40,4	33,8	32,0	27,4	32,6	32,5
CSP-	15,5	15,8	17,9	16,2	20,4	18,1
inactifs	44,2	50,3	50,2	56,4	47,0	49,4
habitat						
région parisienne	30,0	25,7	22,0	21,0	18,6	21,8
autres régions	70,0	74,3	78,0	79,0	81,4	78,2
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	41,9	34,1	26,6	19,5	14,7	23,5
réguliers	43,0	45,8	47,8	47,3	45,5	46,0
occasionnels	15,1	20,1	25,6	33,2	39,8	30,5

Base : échantillon de 343 films en 2022 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus. Données provisoires.

2.4

L'exploitation

En 2022 :

2 061 établissements actifs
(+32 établissements par rapport à 2021)
dont :



247

multiplexes
12,0 % des établissements,
58,2 % des entrées

686

établissements de 2 à 7 salles
33,3 % des établissements



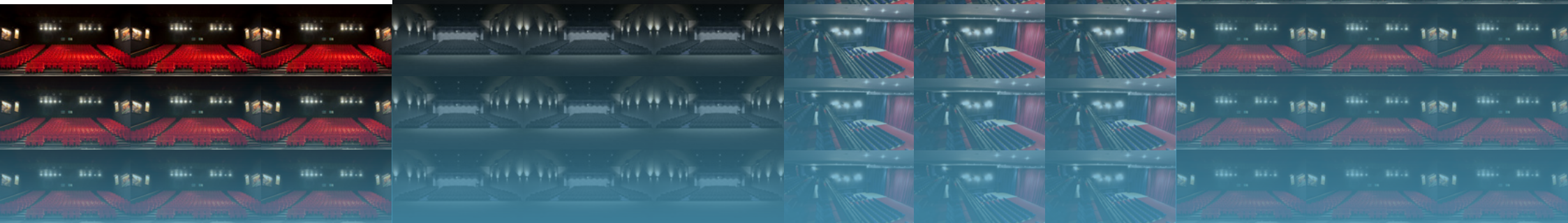
1 128

établissements mono-écran
54,7 % des établissements



6 298

écrans actifs
+107 écrans par rapport
à 2021



Définition d'une salle active

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

Le parc cinématographique

Une hausse du nombre d'établissements actifs, après deux années de baisse consécutive

En 2022, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2 061, soit 32 de plus qu'en 2021 et plus haut niveau depuis 2009 (2 073 établissements). 38 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que six ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement. En 2022, un cinéma de deux salles et cinq mono-écrans ferment, provisoirement ou définitivement.

73,7 % des établissements ouverts en 2022 comptent un écran (28 établissements). Trois comptent huit écrans ou plus, plus bas niveau avec 2020 depuis 2014 (2 multiplexes). Ouvrent également en 2022, trois cinémas de trois écrans, deux de quatre écrans, un de cinq écrans et un de sept écrans.

Près de 6 300 salles actives

6 298 salles sont actives en France métropolitaine en 2022, soit 107 de plus qu'en 2021 (+1,7 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 115 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de huit écrans, soit des niveaux bien en-deçà de la moyenne de la décennie (153 ouvertures en moyenne par an et 74 fermetures). En 2022, 40,0 % des nouveaux écrans se situent dans des établissements de 8 écrans et plus (38,8 % en 2021 et 46,0% entre 2013 et 2022), contre 21,7 % dans des établissements de 4 à 7 écrans (37,4 % en 2021 et 28,7 %

entre 2013 et 2022) et 38,3 % dans des établissements de 1 à 3 écrans (23,8 % en 2021 et 25,3 % entre 2013 et 2022). Parmi les 115 écrans ouverts en 2022, 32 résultent de l'extension de cinémas préexistants, soit 27,8 % (6,5 % en 2021 et 17,6 % entre 2013 et 2022). Parmi ces derniers, 20 écrans relèvent de l'extension de multiplexes (62,5 % d'entre eux en 2022, contre 50,0 % en 2021 et 50,6 % entre 2013 et 2022).

Parmi les 6 298 écrans actifs en 2022 figurent 114 circuits itinérants (109 en 2021 et 108 en 2019).

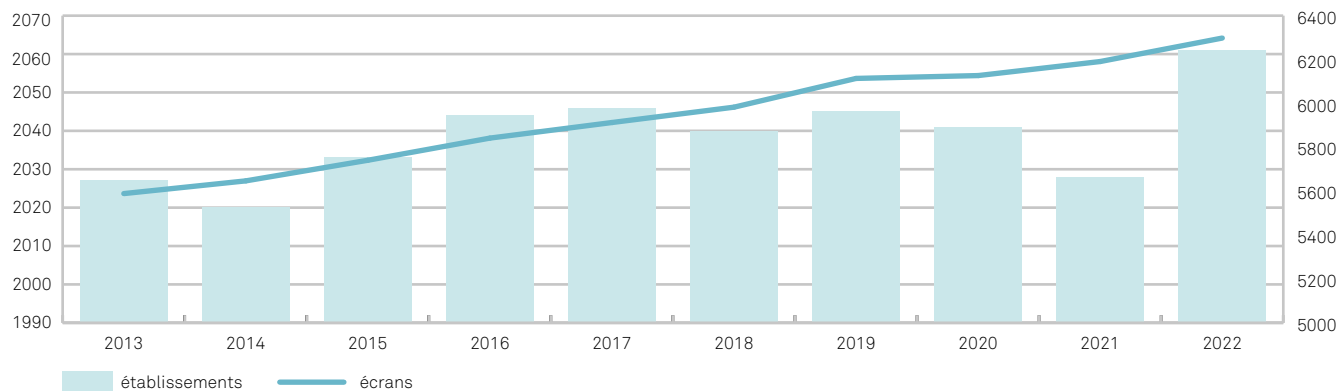
Parc cinématographique français¹

	établissements	écrans	fauteuils	nombre moyen de fauteuils par établissement	nombre moyen de fauteuils par écran
2013	2 027	5 589	1 065 929	526	191
2014	2 020	5 647	1 071 305	530	190
2015	2 033	5 741	1 094 883	539	191
2016	2 044	5 842	1 099 671	538	188
2017	2 046	5 913	1 118 916	547	189
2018	2 040	5 983	1 126 162	552	188
2019	2 045	6 114	1 145 618	560	187
2020	2 041	6 127	1 138 530	558	186
2021	2 029	6 191	1 146 190	565	185
2022	2 061	6 298	1 161 329	563	184

¹ Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France métropolitaine.

2 061 établissements actifs en 2022, plus haut niveau depuis 2009 (2 073).

Evolution du nombre d'établissements et d'écrans actifs¹



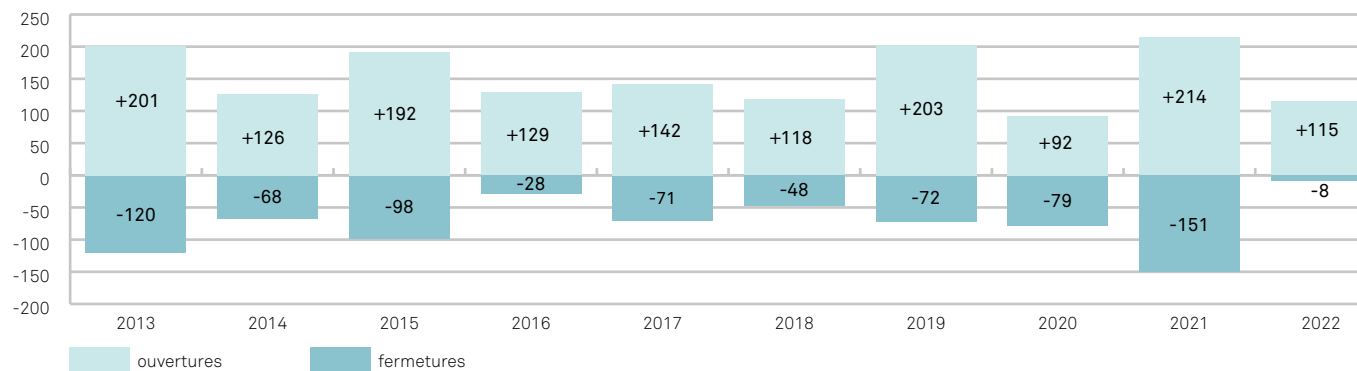
¹Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France métropolitaine.

20 établissements dans les DROM

En 2022, 20 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer, comme en 2021 et un de moins qu'en 2019, dont quatre multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Ils regroupent 70 écrans.

La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec neuf cinémas dont deux multiplexes et 34 écrans, devant la Guadeloupe (quatre établissements dont un multiplexe, et 14 écrans), la Guyane (trois cinémas et neuf écrans), la Martinique (trois cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant, et 12 écrans) et Mayotte (un cinéma mono-écran).

Evolution des ouvertures et fermetures d'écrans¹



¹Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France métropolitaine.

77 établissements à Paris

En 2022, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 400 (389 en 2021 et 404 en moyenne chaque année entre 2013 et 2022). Le mono-écran Mac Mahon dans le XVII^e arrondissement, fermé depuis le confinement, a rouvert ses portes. Par ailleurs, les séances en plein air du mono-écran Boris Vian Grand Halle dans le XIX^e ont repris. Par ailleurs, le cinéma Le Grand Action situé dans le X^e arrondissement compte une salle de plus (trois écrans en tout), tandis que dans le XVII^e arrondissement, le cinéma UGC Maillot est devenu le multiplexe UGC Ciné Cité Maillot avec huit salles de plus (12 écrans en tout).

Le parc parisien compte 77 établissements dont 14 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Le VII^e arrondissement est le seul à ne pas abriter de cinéma depuis la fermeture de la Pagode en 2015. Le cinéma a été racheté en 2017 et est actuellement en travaux. Le VI^e et le XIX^e arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 49 écrans regroupés dans 15 établissements et 43 écrans regroupés dans cinq établissements.

La capitale dispose de 68 663 fauteuils cinématographiques en 2022. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 892 fauteuils en 2022 (861 en 2013, soit +3,5 % en 10 ans) et une salle en contient 172 (189 en 2013, soit -9,2 % en 10 ans). En dix ans, le parc parisien a perdu 11 établissements, un écran et 7 127 fauteuils.

Parc cinématographique parisien¹

	établissements	écrans	fauteuils
2013	88	401	75 790
2014	87	404	75 263
2015	85	389	72 528
2016	87	419	78 826
2017	84	406	74 939
2018	85	417	76 081
2019	82	411	74 052
2020	78	400	70 700
2021	75	389	68 533
2022	77	400	68 663

¹ Données provisoires pour 2022.
Source : CNC.

Nette reprise des performances par cinéma, bien qu'à un niveau toujours inférieur à l'avant-crise

En 2022, le nombre moyen d'entrées par établissement augmente pour atteindre 73 760 entrées, soit +56,7 % par rapport à 2021 et -29,3 % par rapport à 2019. Le nombre moyen d'entrées par écran remonte à 24 138 entrées (+56,5 % par rapport à 2021 et -30,8 % par rapport à 2019).

En moyenne, un multiplexe enregistre 358 302 entrées en 2022 (234 864 en 2021, soit +52,6 % et -35,2 % par rapport à 2019), niveau toujours inférieur à celui observé avant crise.

Nombre moyen d'entrées¹

	par établissement	par écran
2013	95 580	34 665
2014	103 504	37 025
2015	101 013	35 771
2016	104 308	36 495
2017	102 352	35 416
2018	98 634	33 631
2019	104 266	34 875
2020	31 976	10 652
2021	47 069	15 426
2022	73 760	24 138

¹ Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France Métropolitaine.

Les trois quarts des cinémas réalisent moins de 80 000 entrées

77,3 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 80 000 entrées en 2022 ; ils totalisent 37,7 % des écrans actifs, 38,5 % des fauteuils et 20,9 % des entrées. A l'inverse, les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 2,6 % des établissements, 12,5 % des écrans, 14,7 % des fauteuils et 24,1 % de la fréquentation globale.

La part des établissements à moins de 80 000 entrées annuelles dans le parc actif baisse par rapport à 2021 (-6,1 points), pour revenir à un niveau plus proche de celui d'avant-crise (74,4 % en 2019). Dans le même temps, la part des cinémas réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées par an augmente de 4,4 points à 20,0 % (19,3 % en 2019) et celle des cinémas à 450 000 entrées annuelles et plus de 1,7 point à 2,6 % (6,3 % en 2019).

En termes d'entrées, la part assumée par les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus augmente de 12,6 points par rapport à 2021 à 24,1 %, encore largement inférieure au niveau d'avant-crise (45,5 % en 2019). La baisse de la part de marché est plus prononcée pour les cinémas à moins de 80 000 entrées annuelles (-6,7 points à 20,9 %, contre 16,4 % en 2019) que pour les établissements enregistrant entre 80 000 et 450 000 entrées (-3,8 points à 54,7 %, contre 38,2 % en 2019).

La part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées retrouve un niveau proche de celui d'avant-crise en 2022, à 77,3 % des cinémas actifs.

Etablissements selon le nombre d'entrées¹

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 80 000 entrées					
2020	1 807	3 566	635 244	25,90	14 336
2021	1 694	2 938	530 614	26,31	15 531
2022	1 594	2 375	447 057	31,79	19 447
de 80 000 à 450 000 entrées					
2020	230	2 476	483 804	36,74	159 758
2021	317	2 949	544 770	55,83	176 127
2022	413	3 135	544 064	83,32	201 753
450 000 entrées et plus					
2020	4	85	19 482	2,63	657 895
2021	18	304	70 806	10,99	610 792
2022	54	788	170 208	36,70	679 542

¹ Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France métropolitaine..

Près de 60 % des entrées réalisées dans les multiplexes

En 2022, 247 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France dont trois ont ouvert dans l'année. Le nombre de créations est inférieur à la moyenne des dix dernières années (six ouvertures en moyenne chaque année). Aucun multiplexe ne ferme en 2022. Quatre établissements deviennent des multiplexes à la suite de travaux d'extensions : l'UGC Ciné Cité Maillot (12 écrans) dans le XVII^e arrondissement de Paris (75), le Cinéville (8 écrans) à Les Ponts-de-Cé (49), l'Omnia République (8 écrans) à Rouen (76) et le Grand Ecran (8 écrans) à Sainte-Eulalie (33).

12,0 % des établissements français sont des multiplexes en 2022. Ces derniers regroupent 44,6 % des écrans et 46,3 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 58,2 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2022 (59,0 % en 2021 et 60,1 % en 2019). Au total, leur fréquentation augmente de 57,0 % par rapport à 2021 (-31,0 % par rapport à 2019), contre +59,2 % pour l'ensemble des cinémas (-28,7 % par rapport à 2019). La reprise est ainsi un peu moins forte pour les multiplexes par rapport à l'avant-crise.

En moyenne, un multiplexe compte 11 écrans et 2 177 fauteuils en 2022.

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 128 établissements mono-écran en 2022 (17,9 % des écrans et 54,7 % des établissements). Ces salles totalisent 21,4 % des fauteuils et réalisent 8,9 % des entrées. La part de marché des mono-écrans est à son plus haut niveau depuis 2008 (9,5 %), avec 2020 (9,5 %). Les 686 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,4 % des écrans et 32,3 % des fauteuils en 2022. Ils génèrent 32,9 % des entrées de l'année, plus haut niveau depuis 2010 (33,1 %), après 2020 (33,3 %) et 2021 (32,9 %).

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2022

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
Kinepolis Amphithéâtre	Kinepolis	Metz	Metz	septembre 2022	8	1 105
Mégarama	Agora Cinémas	Annecy	Annecy	mars 2022	9	1 380
Pathé	Les Cinémas Pathé Gaumont !	Dijon	Dijon	mars 2022	9	1 215

Source : CNC – France métropolitaine.

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

	établissements	écrans	fauteuils	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
2018	226	2 582	505 840	120,93	535 090
2019	232	2 666	519 431	128,23	552 696
2020	233	2 677	518 905	37,35	160 312
2021	240	2 746	528 484	56,37	234 864
2022	247	2 812	537 620	88,50	358 302

¹ Données provisoires pour 2022.

Source : CNC – France métropolitaine.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2022¹

	établissements	écrans	fauteuils	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 128	1 128	248 025	8,9%	12 015
2 à 3 écrans	439	1 054	172 202	12,4%	42 805
4 à 5 écrans	148	658	99 592	9,7%	99 807
6 à 7 écrans	99	646	103 890	10,8%	165 694
8 à 11 écrans	136	1 257	221 119	22,6%	252 938
12 écrans et plus	111	1 555	316 501	35,6%	487 396
total	2 061	6 298	1 161 329	100,0%	73 760

¹ Données provisoires.

Source : CNC – France métropolitaine.

56,6 % des établissements équipés pour la projection numérique 3D

À fin décembre 2022, 1 166 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 56,6 % du parc total d'établissements cinématographiques (57,3 % à fin 2021). Comme en 2021, 24 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection en 2022.

18,2 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2022 sont des multiplexes (18,1 % en 2021) et 44,3 % sont des mono-écrans (44,4 % en 2021). Si 85,8 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2022, ce taux d'équipement baisse à 64,4 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 63,3 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 45,8 % pour les mono-écrans.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total (%)
2018	1 203	59,0
2019	1 167	57,1
2020	1 160	56,8
2021	1 163	57,3
2022	1 166	56,6

Source : CNC – Cinégo – France métropolitaine.

4,9 % des cinémas actifs en France disposent d'une salle premium.

101 établissements disposent d'au moins une salle premium

De nombreuses technologies se déploient aujourd'hui : projection 4K, écrans enveloppants, très grands écrans, son 3D, fauteuils 4DX. En 2022, huit technologies sont utilisées en France :

- ICE (Immersive Cinema Experience, technologie développée par CGR qui associe la projection Laser 4K, le son Dolby Atmos et la technologie LightVibes),
- IMAX (contraction de « image maximum », projection immersive qui conduit le spectateur à oublier les limites de l'écran, créée aux Etats-Unis en 1973),
- Dolby Cinema (utilise les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos, sentiment d'être au cœur de l'action avec des sons enveloppants),
- 4DX (créée en 2009 en Corée, association du mouvement des sièges et d'effets sensoriels),
- Screen X (système de projection « augmentée », l'image s'étend sur les murs latéraux pour entourer le spectateur à 270 degrés),

Salles premium

	4DX	Aurore	Dolby Cinema	ICE	Imax	Onyx LED	ScreenX	Sphera	total	poids dans le total (%)
2018	31	-	7	25	7	-	2	1	66	3,2
2019	40	-	10	34	16	-	6	1	86	4,2
2020	42	-	10	34	16	2	6	1	87	4,3
2021	43	1	10	40	17	2	8	1	96	4,7
2022	44	1	11	43	19	9	8	1	101	4,9

Source : CNC.

- Sphera (utilise les technologies Dolby Atmos, EclairColor et l'ajout de bandes LED sur les murs qui retranscrivent en live les couleurs du film sur les murs),
- Aurore (salle équipée d'une toile de 18 mètres ultra-haute définition non-perforée qui donne aux couleurs tout leur éclat et offre des effets de contrastes saisissants, et de 84 haut-parleurs pour un rendu sonore plus immersif),
- Onyx LED (transposition de la qualité d'image de la technologie LED grâce à la technologie HDR).

En 2022, 101 établissements disposent d'au moins une salle premium, soit 4,9 % des cinémas actifs en France (96 en 2021, soit 4,7 %). Ils regroupent 1 235 écrans au total dont 129 sont des salles premium (2,0 % du parc d'écrans actifs en 2022 et 1,9 % en 2021). Par rapport à 2018, le nombre d'établissements avec au moins une salle premium progresse de 53,0 % et le nombre de salles premium de 63,3 %.

Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 44 établissements et 43 établissements équipés (43 et 40 en 2021).

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets en 2022 exploitent 2 629 écrans, soit 41,7 % de l'ensemble des écrans actifs. Elles concentrent 53,9 % des entrées en 2022, à leur plus bas niveau depuis 2017 (53,2 %).

Les Cinémas Pathé Gaumont ! exploitent 870 salles de cinéma (13,8 % du parc national). Avec 11,2 % du parc (705 écrans), CGR est le deuxième exploitant. En troisième position, UGC détient 524 salles (8,3 % des écrans français).

Les cinémas Pathé Gaumont !, 1^{er} exploitant de salles de cinéma en France métropolitaine avec 870 salles.

Principaux exploitants de salles¹

	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
nombre d'établissements										
Les Cinémas Pathé Gaumont !	69	89	86	85	81	3,4%	4,4%	4,2%	4,2%	3,9%
CGR	73	73	72	74	74	3,6%	3,6%	3,5%	3,6%	3,6%
UGC	39	51	50	49	52	1,9%	2,5%	2,4%	2,4%	2,5%
Megarama	25	22	22	23	20	1,2%	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%
Kinépolis	12	13	12	14	14	0,6%	0,6%	0,6%	0,7%	0,7%
SAS Cinéville	13	16	15	16	16	0,6%	0,8%	0,7%	0,8%	0,8%
MK2	13	13	13	12	12	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
<i>sous-total</i>	<i>244</i>	<i>277</i>	<i>270</i>	<i>273</i>	<i>269</i>	<i>12,0%</i>	<i>13,5%</i>	<i>13,2%</i>	<i>13,5%</i>	<i>13,1%</i>
total	2 040	2 045	2 041	2 029	2 061	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
nombre d'écrans										
Les Cinémas Pathé Gaumont !	779	913	895	899	870	13,0%	14,9%	14,6%	14,5%	13,8%
CGR	668	686	684	705	705	11,2%	11,2%	11,2%	11,4%	11,2%
UGC	419	510	501	507	524	7,0%	8,3%	8,2%	8,2%	8,3%
Megarama	151	161	161	191	179	2,5%	2,6%	2,6%	3,1%	2,8%
Kinépolis	138	145	141	156	156	2,3%	2,4%	2,3%	2,5%	2,5%
SAS Cinéville	106	120	116	122	124	1,8%	2,0%	1,9%	2,0%	2,0%
MK2	68	70	70	71	71	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
<i>sous-total</i>	<i>2 329</i>	<i>2 605</i>	<i>2 568</i>	<i>2 651</i>	<i>2 629</i>	<i>38,9%</i>	<i>42,6%</i>	<i>41,9%</i>	<i>42,8%</i>	<i>41,7%</i>
total	5 983	6 114	6 127	6 193	6 298	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
entrées										
Les Cinémas Pathé Gaumont !	43,3	50,3	14,6	21,6	32,2	21,5%	23,6%	22,3%	22,7%	21,2%
CGR	23,1	25,0	6,8	10,8	17,1	11,5%	11,8%	10,5%	11,3%	11,2%
UGC	23,4	26,3	8,2	10,9	16,9	11,6%	12,4%	12,5%	11,4%	11,1%
Megarama	4,6	6,1	1,7	2,9	4,2	2,3%	2,8%	2,6%	3,0%	2,8%
Kinépolis	6,4	7,2	2,0	3,1	4,8	3,2%	3,4%	3,0%	3,2%	3,2%
SAS Cinéville	5,0	5,3	1,6	2,3	3,7	2,5%	2,5%	2,5%	2,5%	2,4%
MK2	4,0	4,1	1,6	2,1	3,0	2,0%	1,9%	2,4%	2,2%	2,0%
<i>sous-total</i>	<i>109,8</i>	<i>124,3</i>	<i>36,5</i>	<i>53,6</i>	<i>82,0</i>	<i>54,6%</i>	<i>58,3%</i>	<i>55,9%</i>	<i>56,2%</i>	<i>53,9%</i>
total	201,2	213,0	65,2	93,1	152,0	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Exploitants cumulant plus de 1 % des recettes guichets en 2022. Données provisoires pour 2022.
Source : CNC – France métropolitaine.

2.5

La production cinématographique

En 2022 :

1 182,2 M€ d'investissements dans la production cinématographique

(-12,8 % par rapport à 2021, -0,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019)

287

films agréés,

(-53 films par rapport à 2021,

-13 films par rapport à la moyenne
2017-2019)



143

films intégralement français

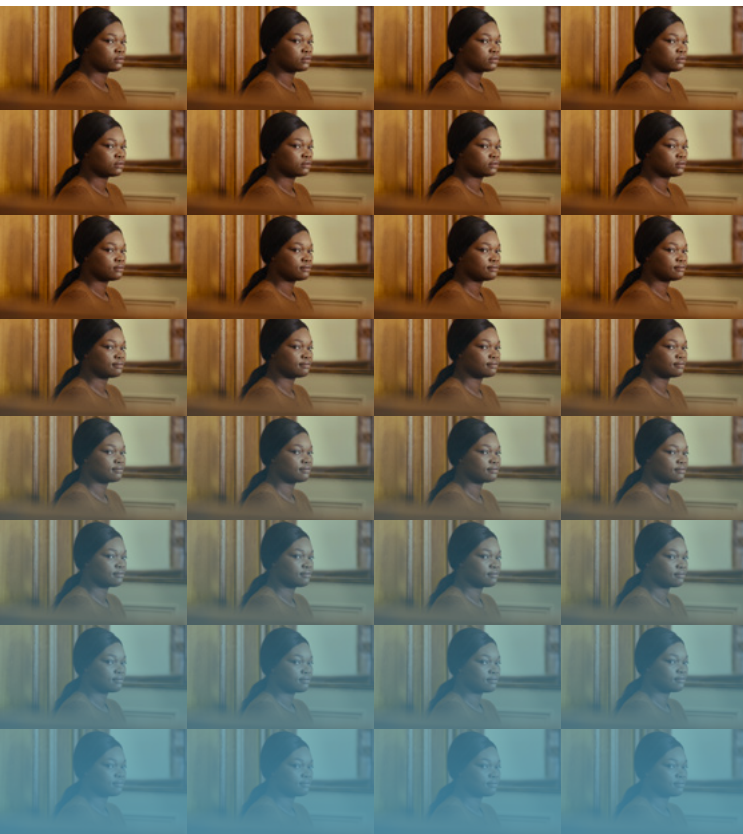
(-54 films par rapport à 2021, -38 films
par rapport à la moyenne 2017-2019)



144

films en coproduction internationale
avec 33 pays différents

(+1 film par rapport à 2021, +25 films
par rapport à la moyenne 2017-2019)



Le financement de la production

Remarques méthodologiques

Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2022 (agrément des investissements ou agrément de production pour les films pour lesquels l'agrément des investissements n'est pas requis). Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes ainsi que les films qui ne font appel à aucun financement encadré ni au soutien financier du CNC et dont la production n'est pas terminée en sont exclus.

Une production de films français qui retrouve un niveau proche des années pré-Covid

Après une année 2020 marquée par la crise sanitaire, avec comme conséquence une chute du nombre de films agréés, la production cinématographique française avait connu un important effet de rattrapage et atteint un niveau record en 2021. En 2022, la production de longs métrages ralentit par conséquent nettement par rapport à l'année précédente et retrouve un niveau proche des années pré-Covid. 287 films sont agréés en 2022, soit un niveau en baisse de 15,6 % par rapport à 2021 et de 4,4 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, mais en ligne avec la moyenne observée sur les dix dernières années (288 films).

La production de films d'initiative française recule également par rapport au niveau historique atteint en 2021 (265 films) à 208 films agréés en 2022, en recul de 10,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Elle retrouve ainsi le volume de production du début de la décennie. Le nombre de films intégralement financés par la France s'établit à 143 en 2022, contre 197 en 2021 et 181 en moyenne entre 2017 et 2019.

La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est de 91,3 % en 2022, contre 94,3 % en 2021 et 94,0 % en moyenne entre 2017 et 2019. 18 films d'initiative française ont été tournés dans une langue étrangère, contre 15 en 2021.

Nombre de films agréés

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films d'initiative française	208	203	234	221	222	237	240	188	265	208
dont films intégralement français	153	152	158	159	177	182	185	151	197	143
et films de coproduction	55	51	76	62	45	55	55	37	68	65
films à majorité étrangère	61	55	66	62	78	63	61	49	75	79
total films agréés	269	258	300	283	300	300	301	237	340	287

Source : CNC.

287 films agréés en 2022, un niveau en ligne avec la moyenne observée sur les dix dernières années (288 films).

Les investissements dans les films d'initiative française au niveau de 2019

Les investissements dans la production de films d'initiative française atteignent 914,59 M€, en ligne avec le niveau observé en 2019. Les investissements français consentis dans la production de films d'initiative française diminuent de 20,7 % par rapport à 2021 et de 7,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Par rapport à 2021, les apports étrangers dans les coproductions majoritaires progressent de 27,5 % à 66,39 M€, un montant proche de leur niveau prépandémique (-2,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

914,6 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2022.

Investissements dans les films agréés (M€)

		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films d'initiative française	investissements français	931,5	753,2	923,7	1 123,8	1 034,3	890,5	820,9	604,9	1 070,1	848,2
	investissements étrangers	87,7	45,9	100,1	85,0	54,6	66,4	82,5	36,4	52,1	66,4
	total	1 019,2	799,2	1 023,8	1 208,8	1 088,9	956,9	903,4	641,3	1 122,2	914,6
films à majorité étrangère	investissements français	50,7	44,2	46,5	40,8	53,2	36,1	39,1	24,9	42,7	50,3
	investissements étrangers	184,1	150,8	153,9	138,9	185,8	132,5	174,1	115,4	190,8	217,3
	total	234,7	195,0	200,4	179,7	239,0	168,6	213,2	140,3	233,4	267,6
total films agréés	investissements français	982,2	797,4	970,2	1 164,6	1 087,5	926,7	860,0	629,8	1 112,8	898,5
	investissements étrangers	271,8	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	283,7
	total	1 253,9	994,1	1 224,2	1 388,5	1 327,9	1 125,5	1 116,6	781,5	1 355,6	1 182,2

Source : CNC.

Un nombre record de coproductions internationales

Le nombre de coproductions internationales, fortement reparti à la hausse en 2021 avec l'allègement progressif des restrictions de déplacement, se maintient à un niveau très élevé en 2022. Le nombre de coproductions internationales atteint ainsi 144 films, soit une augmentation de 0,7 % par rapport à 2021 et de 21,0 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Ces films ont été coproduits avec un nombre légèrement moins important de pays partenaires : 33 pays différents en 2022, contre 45 en 2021 et 39 en moyenne sur la dernière décennie. En 2022, les films de coproduction internationale composent 50,2 % de l'ensemble des films agréés, contre 42,1 % en 2021 et 39,6 % en 2017-2019. En 2022, les financements (français et étrangers) alloués aux coproductions internationales s'établissent à 517,54 M€, en hausse de 10,6 % par rapport à 2021 et de 16,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

Le nombre de films coproduits majoritairement par la France s'établit à 65 en 2022, contre 68 en 2021 et 52 en moyenne entre 2017 et 2019. 19 partenaires étrangers participent au financement de la production des films de coproduction à majorité française en 2022 (23 en moyenne entre 2017 et 2019). En 2022, les investissements totaux dans ces films sont de 249,93 M€, contre 234,67 M€ en 2021, soit une hausse de 6,5 % pour un nombre de films qui recule de 4,4 %. En 2022, le devis moyen des films de coproduction à majorité française repart à la hausse et s'élève à 3,85 M€, soit + 11,4 % par rapport à 2021.

A 79 titres en 2022, le nombre de films majoritairement coproduits par un pays étranger augmente de quatre films par rapport à 2021 et atteint son plus haut niveau historique. 30 partenaires étrangers participent au financement de la production de ces films en 2022. Le devis moyen des films majoritairement coproduits par un pays étranger s'établit à 3,39 M€ en 2022 (3,11 M€ en 2021).

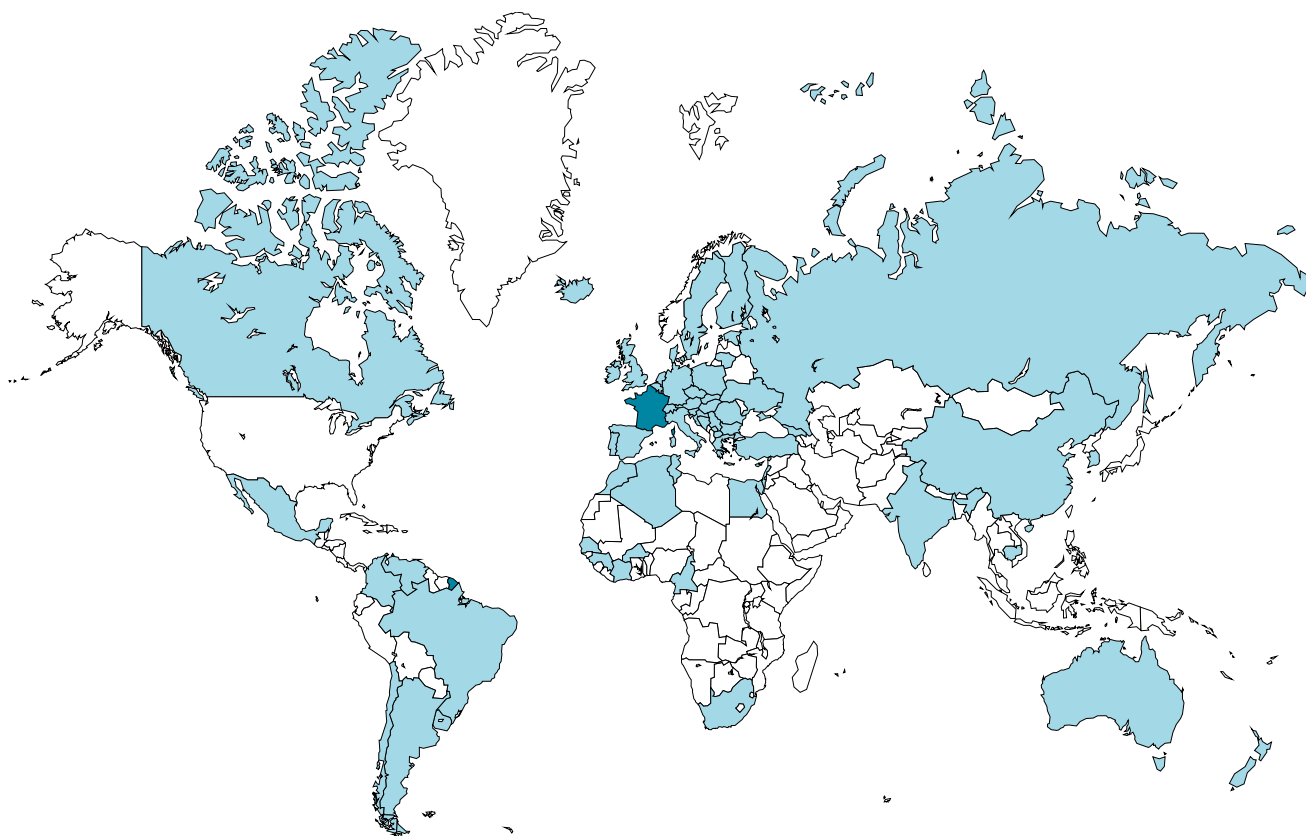
144 films sont coproduits avec 33 partenaires étrangers en 2022.

Coproductions internationales en 2022

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	65	79	144
investissements français (M€)	183,5	50,3	233,9
investissements étrangers (M€)	66,4	217,3	283,7
investissements totaux (M€)	249,9	267,6	517,5

Source : CNC.

Carte des 62 accords de coproduction en 2022



Source : CNC

Nombre de films coproduits en 2022

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

Europe

Allemagne	15
Autriche	2
Belgique	48
Croatie	1
Danemark	2
Espagne	10
Estonie	1
Royaume-Uni	6
Grèce	3
Irlande	2
Italie	27
Luxembourg	9
Pays-Bas	4
Pologne	2
Portugal	11
Roumanie	3
Suède	1
Suisse	12
Ukraine	1

Source : CNC

Hors Europe

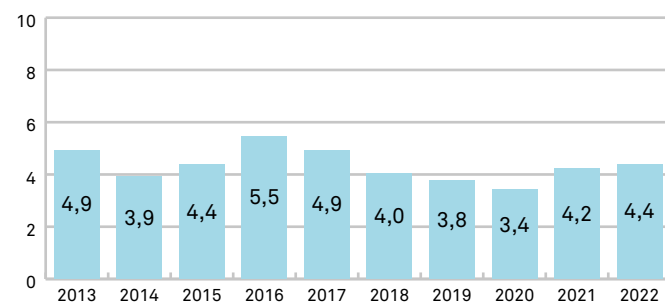
Brésil	2
Canada	14
Chili	1
Colombie	2
Inde	3
Liban	1
Maroc	4
Mexique	2
Sénégal	3
Territoires palestiniens	2
Tunisie	8
Uruguay	1

Source : CNC

Un devis moyen en hausse pour la 2^e année consécutive, à 4,40 M€ en 2022

Après plusieurs années à la baisse, le rebond du devis moyen des films d'initiative française observé en 2021 se confirme en 2022 avec une nouvelle hausse de 3,8 %, à 4,40 M€, plus haut niveau depuis 2017 (4,90 M€). En excluant le seul film agréé en 2022 qui présente un devis supérieur à 50 M€, le devis moyen s'établit à 4,13 M€ (4,01 M€ en 2021, en excluant également le seul film agréé à très haut devis, *Astérix et Obélix : l'Empire du Milieu* de Guillaume Canet). En 2022, quatre films présentent un devis supérieur à 20 M€, comme en 2021 et comme la moyenne observée entre 2017 et 2019. Le film d'initiative française au devis le plus élevé en 2022 est le film d'animation *Miraculous - le film* de Jeremy Zag à 60,0 M€, suivi par le film de Dany Boon *la Vie pour de vrai* (21,9 M€), *Jeanne du Barry* de Maïwenn (20,6 M€) et *Dogman* de Luc Besson (20,4 M€).

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



Source: CNC

Une production élevée de documentaires et de films d'animation

La production de films documentaires reste dynamique en 2022 avec 43 films d'initiative française (un film de moins qu'en 2021), pour un devis moyen en baisse de 8,4 %, à 558,7 K€.

Six films d'animation d'initiative française sont agréés en 2022 (sept en 2021), dont le film le plus cher de l'année et le 4^e film d'animation français le plus cher de l'histoire, *Miraculous - le film* (60,0 M€). Coproductions minoritaires incluses, 13 films d'animation ont été agréés en 2022, soit le plus haut niveau enregistré.

Nombre de films agréés selon le genre

	2018	2019	2020	2021	2022
fiction	238	226	173	280	220
dont FIF ¹	184	179	133	214	159
documentaires	55	65	52	50	54
dont FIF ¹	48	56	48	44	43
animation	7	10	12	10	13
dont FIF ¹	5	5	7	7	6
total	300	301	237	340	287
dont FIF ¹	237	240	188	265	208

¹Films d'initiative française.

Source: CNC.

Films d'initiative française selon le devis

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
10 M€ ou plus	19	17	27	24	22	15	23	13	19	19
7 M€ à 10 M€	29	19	24	16	27	18	13	13	19	20
5 M€ à 7 M€	17	22	26	37	35	33	34	18	30	20
4 M€ à 5 M€	11	3	7	6	14	23	9	19	29	13
2 M€ à 4 M€	47	61	50	43	52	50	52	41	71	58
1 M€ à 2 M€	32	22	36	28	24	29	35	16	30	25
moins de 1 M€	53	59	64	67	48	69	74	68	67	53
total	208	203	234	221	222	237	240	188	265	208

Source: CNC.

Une production 2022 marquée par le nombre important de films entre 1 M€ et 4 M€ et de films à plus de 7 M€

La production agréée en 2022 est marquée par le nombre élevé de films d'initiative française dont le devis dépasse 7 M€ : 39 films d'initiative française, soit un de plus qu'en 2021 et autant que la moyenne 2017-2019. Au total, les films à 7 M€ ou plus représentent 18,8 % des films d'initiative française agréés en 2022, contre 16,9 % entre 2017 et 2019. Sur les dix dernières années, le nombre de films à devis élevé recule néanmoins progressivement et n'a plus dépassé la barre des 50 productions depuis 2015.

La progression du devis moyen observée en 2022 est également due à une proportion moindre de films avec un devis inférieur à 1 M€ au profit des films de la tranche supérieure, entre 1 M€ et 4 M€. Ces derniers atteignent 83 films, soit 39,9 % du total, plus haut niveau depuis 2014 (40,9 %). A contrario, la part des films dont le devis est inférieur à 1 M€ est en baisse de 1,8 point par rapport à la moyenne 2017-2019, à 25,5 %, et se situe dans la fourchette basse de la décennie. Enfin, les films d'initiative française dont le devis est compris entre 4 M€ et 7 M€ représentent 15,9 % du total, plus faible niveau depuis 2015 (14,1 %).

Près de la moitié des films d'initiative française sont des premiers ou deuxièmes films

64 premiers films d'initiative française sont agréés en 2022, contre 67 en 2021 et 74 en moyenne entre 2017 et 2019. Ils représentent 30,8 % des films d'initiative française agréés en 2022, contre 25,3 % en 2021 et 31,8 % entre 2017 et 2019. En 2022, un premier film présente, en moyenne, un devis de 3,31 M€, en augmentation de 44,5 % par rapport à l'année précédente et de 43,0 % par rapport à 2017-2019. Trois premiers films présentent un devis supérieur à 7 M€ : le film d'animation *Miraculous – le film* de Jeremy Zag, également le film au devis le plus élevé en 2022, *la Mer et au-delà* de Géraldine Danon, et *les As de la jungle 2*, autre film d'animation, de Laurent Bru, Yannick Moulin et Benoît Somville.

39 films d'initiative française sont des deuxièmes films en 2022, soit 17 films de moins qu'en 2021 et cinq films de moins par rapport à la moyenne 2017-2019. Ils représentent 18,8 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés, contre 21,1 % en 2021, soit un niveau proche de la période d'avant-crise (18,7 % en moyenne en 2017-2019). Le devis moyen des deuxièmes films atteint 3,78 M€, en hausse de 19,0 % par rapport à 2021 et de 4,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Dans cette catégorie, le deuxième film au devis le plus élevé en 2022 est *le Règle animal* de Thomas Cailley (16,0 M€).

Premiers et deuxièmes films d'initiative française

	premiers films		deuxièmes films	
	nombre	% des FIF ¹	nombre	% des FIF ¹
2013	67	32,2	39	18,8
2014	60	29,6	35	17,2
2015	75	32,1	38	16,2
2016	80	36,2	34	15,4
2017	72	32,4	40	18,0
2018	80	33,8	37	15,6
2019	70	29,2	54	22,5
2020	59	31,4	38	20,2
2021	67	25,3	56	21,1
2022	64	30,8	39	18,8

¹ Films d'initiative française.
Source : CNC.

64 premiers films en 2022, soit 30,8 % des films d'initiative française agréés.

Remarques méthodologiques

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

Une structure de financement globalement stable depuis 2016

En 2022, les producteurs français demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française devant les diffuseurs. Les apports des producteurs français reculent de 13,2 % entre 2021 et 2022 à 361,40 M€, mais sont stables par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019 (+0,6 %). Leurs apports représentent 39,5 % des devis, soit un niveau qui reste très élevé depuis la réforme du crédit d'impôt en 2016.

Les investissements des diffuseurs dans le financement des films d'initiative française (préachats + apports en coproduction) reculent de 19,6 % en 2022 à 271,54 M€. Le recul par rapport à la période 2017-2019 est plus limité, à 7,9 %. La part du financement apportée par les diffuseurs est stable à 29,7 % en 2022, contre 30,1 % en 2021 et 30,0 % en 2017-2019.

En 2022, les mandats (distribution en salles, édition vidéo, exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française s'établissent à 116,52 M€, soit une diminution de 32,0 % par rapport au niveau très élevé de 2021 et de 18,3 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et

2019. L'ensemble des mandats, y compris les mandats pour la vente des films sur les marchés étrangers hors pays coproducteurs, financent 12,7 % des devis des films d'initiative française en 2022, en recul de 1,8 point par rapport à la moyenne 2017-2019.

Après avoir atteint un niveau très élevé en 2021 en raison du plan de relance et des majorations de soutien automatique, les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides régionales) reculent de 35,5 % en 2022 à 72,3 M€ et sont en baisse de 16,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Ils représentent 7,9 % des financements des films d'initiative française en 2022,

en baisse de 2,1 points par rapport à 2021 et sont stables par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019 (-0,9 point). La contribution des collectivités territoriales (y compris apports du CNC) au financement des films d'initiative française représente 2,3 % du total des devis, soit un niveau comparable à la période 2017-2019 (2,2 %).

La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française s'élève à 3,1 % en 2022 (-0,1 point par rapport à 2021). Les apports des SOFICA reculent de 20,4 % en 2022 et s'élèvent à 28,79 M€ (36,15 M€ en 2021 et 36,15 M€ en moyenne entre 2017 et 2019).

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
investissements français	91,4	94,3	90,2	93,0	95,0	93,1	90,9	94,3	95,4	92,7
apport des producteurs français ¹	29,2	29,7	30,5	38,1	34,9	37,8	37,1	38,2	37,1	39,5
apports des SOFICA	3,1	3,9	3,4	2,4	3,8	3,6	3,6	4,5	3,2	3,1
soutien automatique du CNC ²	2,9	3,3	2,5	2,2	3,8	3,9	3,5	2,1	3,6	2,1
aides sélectives du CNC et aides régionales ³	4,8	5,6	4,8	4,2	4,6	5,4	5,5	5,9	6,4	5,8
chaînes de TV ⁴	27,3	34,6	35,5	25,4	31,9	28,6	29,1	31,4	30,1	29,7
mandats ⁵	24,1	17,2	13,6	20,7	16,0	13,8	12,0	12,3	15,0	12,5
investissements étrangers	8,6	5,7	9,8	7,0	5,0	6,9	9,1	5,7	4,6	7,3
mandats étrangers (part étrangère)	0,5	0,2	0,6	0,3	0,3	0,2	0,9	0,1	0,3	0,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

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

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

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

⁴ Apports en coproduction + préachats.

⁵ Salles + vidéo + étranger.

Source : CNC.

En 2022, les financements publics atteignent 72,3 M€.

Remarques méthodologiques

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

Les diffuseurs financent 159 films au total, soit 55,4 % des films agréés.

Des investissements des diffuseurs à un niveau proche de 2018 et 2019 grâce à la contribution des plateformes

En 2022, les diffuseurs (payants et gratuits) ont financé 159 films, soit 55,4 % des films agréés, un niveau en retrait de 9,6 points par rapport au record de 2021 et de 4,4 points par rapport à la moyenne 2017-2019. 141 films d'initiative française ont bénéficié d'apports de diffuseurs (67,8 % des films d'initiative française agréés, soit un niveau proche de la moyenne observée entre 2017 et 2019 à 68,2 %).

Les apports des diffuseurs atteignent au total (films d'initiative française + films minoritaires) 280,8 M€ en 2022, soit un montant en baisse de 19,6 % par rapport à 2021, mais proche des niveaux observés en 2018 et 2019 (respectivement 281,7 M€ et 273,2 M€). Leur taux de couverture des devis repart à la hausse : au total, les diffuseurs financent 32,2 % du devis des films agréés dans lesquels ils investissent, contre 29,6 % en 2021 et 29,8 % entre 2017 et 2019.

Canal+ reste le premier financeur avec 43,7 % des investissements totaux des diffuseurs en 2022, soit le plus haut niveau depuis 2016 (45,6 %). France 2 est de nouveau le deuxième diffuseur au total, et le premier diffuseur gratuit avec 14,3 % du total des apports, devant TF1 (10,5 %)

et France 3 (6,2 %). En 2022, les plateformes (Disney+, Netflix, Prime Video), dont les apports viennent le plus souvent en complément de ceux des diffuseurs linéaires, représentent 7,5 % du total des apports des diffuseurs dans la production agréée.

Recul de 22,7 % des investissements des chaînes en clair

En 2022, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des diffuseurs (gratuits et payants) passe de 41,2 % à 39,6 % pour un apport global de 111,2 M€ (-22,7 % par rapport à 2021 et -15,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019) dans 91 films (-27,8 % par rapport à 2021 et -22,4 % par rapport à 2017-2019). En 2022, les investissements des chaînes en clair sont constitués à 64,7 % par des préachats de droits de diffusion (61,9 % en 2021 et entre 61 % et 65 % chaque année sur les dix dernières années). La part des apports en coproduction s'établit à 35,3 % (38,1 % en 2021).

Les chaînes en clair financent 91 films au total, soit 31,7 % des films agréés.

En 2022, les chaînes en clair (TF1, France 2, France 3, M6, Arte, C8, W9, TMC et CStar) financent 91 films au total dont 84 d'initiative française, soit 31,7 % des films agréés et 40,4 % des films d'initiative française, un niveau qui reste en-deçà des années d'avant-crise : entre 2017 et 2019, elles préachetaient 39,1 % des films agréés et 46,2 % des films d'initiative française.

En moyenne, ces chaînes apportent 1,22 M€ aux films qu'elles financent en 2022 (1,14 M€ en 2021 et 1,12 M€ en moyenne entre 2017 et 2019) : 1,29 M€ pour les films d'initiative française (1,18 M€ en moyenne entre 2017 et 2019) et 419,9 K€ pour les coproductions minoritaires (496,6 K€ en moyenne entre 2017 et 2019).

En 2022, 16 films sont préachetés par les nouvelles chaînes de la TNT gratuite (C8, W9, TMC et CStar), tous d'initiative française (27 films en 2021 et 37 films en moyenne entre 2017 et 2019).

Les investissements des chaînes en clair s'établissent à 111,2 M€, soit 39,6 % de l'ensemble du financement des diffuseurs.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés¹

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
nombre de films	100	104	135	105	128	116	108	90	126	91
dont FIF²	88	93	123	98	117	107	99	85	115	84
coproductions (M€)	36,0	42,1	57,5	43,9	52,4	45,8	44,9	35,8	54,9	39,3
préachats (M€)	65,6	71,1	100,5	80,7	99,4	75,4	76,7	56,6	89,1	72,0
total des apports (M€)	101,5	113,2	157,9	124,7	151,8	121,2	121,6	92,4	144,0	111,2
apport moyen par film (M€)	1,0	1,1	1,2	1,2	1,2	1,0	1,1	1,0	1,1	1,2
devis moyen des films concernés	8,0	6,7	6,5	9,2	7,4	6,8	6,8	6,2	7,0	7,2
% du devis des films concernés	12,7	16,3	18,1	13,0	16,1	15,4	16,6	16,6	16,2	16,9

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

² Films d'initiative française.

Source : CNC.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2022 : détail par chaîne¹

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT ²	total
nombre de films	11	36	22	6	16	16	91
total des apports (M€)	29,6	40,2	17,3	13,2	6,5	4,4	111,2
préachats (M€)	22,8	22,6	9,1	11,1	2,1	4,4	72,0
coproductions (M€)	6,8	17,7	8,2	2,1	4,5	-	39,3
apport moyen par film (M€)	2,7	1,1	0,8	2,2	0,4	0,2	1,2
devis moyen des films concernés (M€)	13,2	7,2	6,4	10,9	4,8	10,2	7,2
% du devis des films	20,3	15,6	12,2	20,1	8,5	2,7	16,9

¹ 17 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair en 2022.

² Quatre chaînes de la TNT gratuite investissent en 2022 : C8, W9, TMC et CStar.

Source : CNC

Remarque méthodologique

Les données sur les diffuseurs payants n'incluent ni les indexations de prix calculées sur les recettes en salles, ni les films financés par un diffuseur payant et sans financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans ces statistiques. Depuis 2021, les apports des services de vidéo à la demande sont inclus dans le total des diffuseurs payants.

Avec l'arrivée des plateformes, un poids renforcé des diffuseurs payants dans le total des apports

En 2022, les investissements des diffuseurs payants (Canal+, Ciné+, OCS, TV5 Monde, Disney+, Netflix, Prime Video) s'établissent à 169,5 M€, soit une baisse de 17,5 % par rapport à 2021 et de 2,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. En 2022, les diffuseurs payants représentent 60,4 % des apports des diffuseurs. Leur part de ces diffuseurs est supérieure à 60 % pour la première fois depuis 2016 grâce à l'arrivée des plateformes.

Le nombre de films préachetés recule de 27,3 % par rapport à 2021 et de 9,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019, pour s'établir à 152 films au total (53,0 % des films agréés), dont 135 d'initiative française (64,9 % des films d'initiative française).

Le devis moyen des films d'initiative française préachetés par les diffuseurs payants atteint 5,65 M€ en 2022, en hausse de 2,1 % par rapport à 2021. Ils apportent, en moyenne, 1,21 M€ aux films d'initiative française qu'ils financent (1,04 M€ en 2021) et couvrent 21,4 % de leur devis (18,8 % en 2021).

En 2022, les plateformes numériques (Disney+, Netflix, Prime Video) financent 17 films, tous d'initiative française (un seul film en 2021), soit 8,2 % des films d'initiative française agréés dans l'année. Les investissements des plateformes dans les films d'initiative française atteignent 21,0 M€ en 2022. Les films préachetés par les plateformes affichent un devis moyen de 6,42 M€. L'apport moyen des plateformes s'élève à 1,24 M€, soit un taux de couverture des devis de 19,3 %.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés en 2022 : détail par diffuseur ¹

	Canal+	Ciné+	OCS	plateforme	total ²
films	116	119	17	17	152
dont FIF ³	104	105	36	17	135
préachats (M€)	122,7	14,3	10,9	21,0	169,5
préachat moyen par film (M€)	1,1	0,1	0,6	1,2	1,1
devis moyen des films concernés (M€)	5,9	5,7	4,3	6,4	5,6
% du devis des films	17,8	2,1	14,9	19,3	20,0

¹ 117 films sont financés simultanément par deux chaînes payantes en 2022 dont 106 d'initiative française, et six films par trois chaînes payantes, tous d'initiative française.

² Inclut TV5 Monde.

³ Films d'initiative française.

Source : CNC.

Les diffuseurs payants préachètent 152 films au total, soit 53,0 % des films agréés, et investissent 169,5 M€.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés¹

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films	142	136	168	150	177	164	160	120	209	152
dont FIF ²	128	122	152	141	154	154	147	109	190	135
préachats (M€)	190,2	178,2	220,0	190,4	211,5	160,5	151,6	113,0	205,5	169,5
apport moyen par film (M€)	1,3	1,3	1,3	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	1,0	1,1
devis moyen des films concernés (M€)	7,2	6,1	6,2	8,1	6,2	5,8	5,8	5,4	5,5	5,6
% du devis des films concernés	18,7	21,6	21,1	15,7	19,3	17,0	16,4	17,3	17,9	20,0

¹ Diffuseurs payants dont les investissements sont recensés : 13^{ème} Rue, Altice Studio, Canal+, Ciné+, OCS, TPS, TV5 Monde, plateformes Disney+, Netflix, Prime Video.

² Films d'initiative française.

Source : CNC.

Les films sans financement de diffuseur

À noter qu'est exclu de cette analyse le film *Miraculous - le film*, dont le diffuseur n'a pas été communiqué au moment de l'obtention de l'agrément des investissements et dont le devis est le plus élevé des films agréés en 2022.

En 2022, 66 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement d'un diffuseur, soit 31,7 % des films d'initiative française agréés, contre 26,0 % en 2021 et 31,8 % entre 2017 et 2019.

La grande majorité des films d'initiative française sans financement de diffuseur présente des devis inférieurs à 1 M€ (68,2 %). Leur devis moyen s'établit à 1,12 M€ (0,82 M€ en 2021), contre 4,40 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française. 36,4 % de ces films sont des premiers films et 51,5 % sont des documentaires.

5 352 jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française

Le nombre cumulé des jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française s'établit à 5 352 jours, soit une baisse de 22,9 % par rapport à 2021 et de 15,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Cette baisse est à mettre en lien avec la baisse du volume de production de fiction à -25,7 % par rapport à 2021 et -12,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

Le nombre de jours de tournage sur le territoire français s'élève à 4 136 jours en 2022, contre 5 949 jours en 2021 (-30,5 %) et 4 871 jours en moyenne entre 2017 et 2019 (-15,1 %). A l'inverse, les jours de tournage à l'étranger progressent de nouveau nettement (+22,0 % par rapport à 2021) pour s'établir à 1 216 jours, mais ne retrouvent pas leur niveau d'avant-crise (1 436 jours en moyenne entre 2017 et 2019). La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française s'établit à 34 jours ; entre 2017 et 2019, elle s'élevait à 35 jours.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
jours de tournage en France	4 602	4 359	4 731	4 514	5 064	4 722	4 827	3 590	5 949	4 136
dont :										
extérieur en France	4 229	4 072	4 550	4 232	4 755	4 456	4 536	3 388	5 730	3 918
studios en France	373	287	181	282	309	266	291	202	219	218
jours de tournage à l'étranger	1 497	1 359	2 116	1 566	1 496	1 524	1 288	651	997	1 216
total	6 099	5 718	6 847	6 080	6 560	6 246	6 115	4 241	6 946	5 352

Source : CNC.

77,3 % des jours de tournage sont réalisés en France, dans la moyenne de la décennie (77,2 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *La production cinématographique en 2022*

- les séries statistiques sur la production cinématographique

Les coûts de production

Remarques méthodologiques

Les données présentées ci-après appréhendent les coûts définitifs de production, c'est-à-dire une fois le tournage du film achevé. Elles sont issues de l'agrément de production du CNC. Il s'agit d'un périmètre différent de celui du bilan annuel de la production cinématographique, qui s'appuie sur l'année d'agrément des investissements. Il se passe, en moyenne, 18 mois entre les deux agréments. En 2022, 52,7 % des films d'initiative française agréés qui ont reçu l'agrément de production ont bénéficié d'une exploitation commerciale en salles la même année, 37,6 % sont sortis en salles en 2021, et 9,7 % n'ont pas encore été exploités. En 2022, les coûts définitifs des films agréés sont inférieurs de 8,4 % à leurs devis totaux.

226 films agréés en production, plus haut niveau jamais enregistré

En 2022, 226 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production. Il s'agit du plus haut niveau jamais enregistré, devant l'année 2019 (220 films agréés). Cette hausse s'explique principalement par la résilience de la filière face à la pandémie de Covid-19 avec une reprise des tournages dès juin 2020 et donc des stocks de films français prêts à sortir importants et disponibles dès la réouverture des cinémas le 19 mai 2021.

En 2022, le total des dépenses effectuées par les films d'initiative française est en forte hausse par rapport à 2021. 850,4 M€ de dépenses sont enregistrées en 2022, un cumul en nette hausse sur un an (+74,8 % par rapport à 2021) mais plus faible qu'en 2019 (-11,3 %).

Des dépenses à l'étranger faibles au regard du nombre de films concernés

En 2022, 84,3 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, soit un montant stable par rapport à 2021 (+0,6 %) mais qui reste relativement faible (4^e plus bas niveau depuis 2003) et très éloigné des

niveaux d'avant-crise (-56,2 % par rapport à 2019). Le nombre de films ayant eu des dépenses à l'étranger ayant fortement augmenté (154 films en 2022, soit +57,1 % par rapport à 2021), le montant des dépenses à l'étranger est donc significativement faible comparé aux trois dernières années. Cette hausse est par ailleurs inférieure à la hausse globale du nombre de films agréés en 2022 et la part de films d'initiative française ayant effectué des dépenses à l'étranger recule par conséquent à 68,1 % (-4,5 points par rapport à 2021 et -5,0 points par rapport à 2019). La fiction et l'animation concentrent respectivement 85,7 % et 10,9 % des dépenses totales réalisées hors de France en 2022.

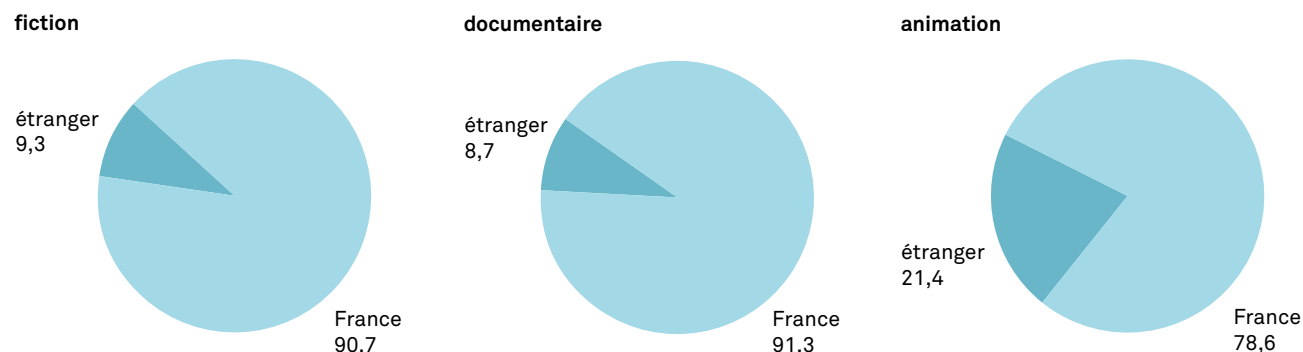
Parmi les 175 films de fiction ayant reçu un agrément de production en 2022, 119 films (68,4 %) font l'objet de dépenses à l'étranger, un niveau proche de 2018 (67,9 %) mais en retrait par rapport à 2021 (74,5 %) et à 2019 (76,0 %). Le montant total des dépenses hors de France des films de fiction est stable par rapport à 2021 (-0,3 %), mais recule de 60,6 % par rapport à 2019 pour s'établir à 72,3 M€. La part des dépenses effectuées à l'étranger est en forte baisse, à 9,3 % des dépenses totales, contre 16,4 % en 2021 et 21,1 % en 2019, atteignant ainsi le plus bas niveau depuis 2003. En 2022, 7 films effectuent plus

de 2 M€ de dépenses hors Hexagone, contre 11 en 2021 et 20 en 2019.

29 des 46 documentaires d'initiative française agréés en 2022 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit un des plus hauts niveaux sur les vingt dernières années. 63,0 % des documentaires agréés en 2022 déclarent ainsi des dépenses à l'étranger, plus haut niveau depuis 2007 (80,0 %) après 2018 (71,9 %). Cependant, les dépenses extranationales des films documentaires ne représentent que 8,7 % des coûts totaux du genre en 2022, une part en très nette baisse par rapport à 2021 (21,8 %) et plus bas niveau depuis 2008 (7,3 %) derrière 2015 (8,4 %). En 2021, le documentaire franco-néo-zélandais *le Capital au XXI^e siècle* concentrait à lui seul 40,4 % des dépenses étrangères, ce qui explique la part plus élevée de 2021.

La part de dépenses effectuées à l'étranger pour les films d'animation varie fortement d'une année à l'autre, en fonction de la typologie des films agréés. En 2022, 21,4 % des dépenses des films d'animation sont réalisées à l'international, en baisse par rapport à 2021 (29,3 %) mais au-dessus du niveau de 2019 (17,5 %). Depuis 2018, l'intégralité des films d'animation réalise des dépenses à l'étranger.

Dépenses de production en 2022 (%)

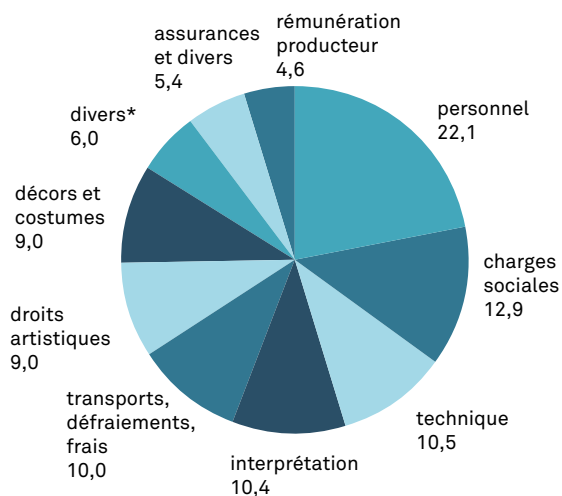


Source : CNC.

1,1 Md€ de crédit d'impôt cinéma depuis 2004

Depuis la mise en place du dispositif en 2004, le montant total de crédit d'impôt atteint 1,1 Md€, soit 23,1 % des dépenses éligibles et 11,5 % du coût total des films. Le poids du crédit d'impôt augmente en fonction des différentes réformes : le montant total du crédit d'impôt représente ainsi 18,5 % des dépenses éligibles des films ayant obtenu un agrément des investissements entre 2004 et 2012, contre 29,0 % pour ceux bénéficiant de la réforme de 2016, qui voit notamment l'application du taux de 30 % du crédit d'impôt à tous les films en langue française. Parmi les 616 films de fiction bénéficiant des derniers aménagements du crédit d'impôt, plus du quart (27,3 %) ont reçu au moins 1 M€ de crédit d'impôt et 7,0 % ont reçu plus de 2 M€.

Répartition des coûts de production des films de fiction en 2022 (%)



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

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2022 : 4,5 M€

En 2022, la répartition des coûts de production des films de fiction reste stable par rapport à 2021 et 2020. Les dépenses relatives aux rémunérations (hors participations) composent 59,1 % du coût total d'un film de fiction, les dépenses de tournage, 30,4 % et les dépenses techniques, 10,5 %.

Sur les vingt dernières années, la structure des coûts de production des films de fiction est principalement impactée par la réduction des dépenses techniques (-5,5 points entre 2003 et 2022). Cette évolution est liée à la numérisation croissante des techniques de tournage, avec une baisse des dépenses en laboratoires, sans qu'une nette augmentation des budgets investis en effets visuels numériques ne compense cette diminution.

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2022 : 719,3 K€

46 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2022, soit 17 films de plus qu'en 2021 et un record historique. La part consacrée aux dépenses de rémunérations de ces films est en légère baisse, à 57,0 % de l'ensemble des coûts de production des films documentaires en 2022, contre 59,4 % en 2021. Cette part reste toutefois supérieure à 50 % et dans la tendance observée avant la crise sanitaire. À l'inverse, la part des dépenses techniques progresse à 20,3 % en 2022. Cette part est plutôt fluctuante sur la dernière décennie mais se situe toujours autour des 20 %, entre 17,8 % (2018) et 25,1 % (2013). Les dépenses liées au tournage représentent 22,7 % en 2022, une part relativement stable par rapport à 2021 (22,4 %) et 2019 (23,3 %) mais supérieure à 2013 (18,9 %).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2022 : 7,2 M€

En 2022, six films d'animation ont été agréés, soit deux de plus qu'en 2021 et autant qu'en 2019. La structure des dépenses de production des films d'animation pour l'année 2022 est en ligne avec celle observée en 2021, avec des dépenses de rémunération importantes, qui constituent plus des trois quarts (79,3 %) des coûts de production, le plus haut niveau jamais observé sur ce poste. À l'inverse, les dépenses techniques diminuent à 8,0 % du total des dépenses des films d'animation en 2022 (8,7 % en 2021), plus bas niveau de la période après 2016 (5,9 %). Les dépenses de tournage diminuent également mais conservent un niveau relativement proche de celui constaté ces dernières années, à 12,6 % de l'ensemble des coûts (15,5 % en 2021 et 12,4 % en 2019).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Les coûts de production des films en 2022*

- Les séries statistiques sur les coûts de production des films

Les plans de financement

Remarques méthodologiques

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

Hausse de la part du crédit d'impôt

En dix ans, la part des soutiens publics (soutiens automatiques et sélectifs du CNC, aides régionales, crédit d'impôt cinéma) a plus que doublé, passant de 14,3 % en 2013 à 30,2 % en 2022. La part du crédit d'impôt notamment augmente sur la période et atteint un niveau record de 14,7 % en 2022, contre 4,7 % en 2013. L'apport des producteurs atteint son plus bas niveau depuis 2013 à 12,0 % en 2022 (11,9 % en 2013). La part des financements sous forme de mandat s'établit à 12,2 % en 2022, à un niveau qui reste faible par rapport à l'avant-crise. Enfin, les chaînes de télévision restent la première source de financement avec une part qui atteint 32,6 % (33,3 % au début de la décennie).

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
apports producteurs français	11,9	14,6	13,5	14,3	12,4	23,4	15,4	13,4	14,8	12,0
crédit d'impôt	4,7	5,5	6,9	7,7	9,9	12,0	12,5	14,4	12,9	14,7
SOFICA	3,5	3,9	3,4	3,5	3,7	3,1	3,5	3,8	4,0	4,6
aides publiques ¹	9,7	10,3	12,6	11,5	10,8	10,8	12,0	15,5	13,9	15,5
apports chaînes TV	33,3	31,4	33,5	31,9	35,2	28,7	28,6	31,0	29,5	32,6
mandats France ²	21,9	21,0	21,0	16,5	13,2	15,1	16,7	12,2	11,9	12,2
autres financements français	1,1	0,9	1,0	3,5	1,5	0,8	0,7	1,3	1,3	1,1
financements étrangers ³	13,9	12,5	8,0	11,3	13,3	6,1	10,5	8,4	11,7	7,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Aides automatiques, sélectives et régionales.

² Incluent les mandats étrangers portés par les coproducteurs français.

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

Source : CNC.

Les courts métrages aidés en production

Remarques méthodologiques

Cette partie analyse les films de court métrage dont la production a été financièrement soutenue par le CNC à travers cinq mécanismes d'aides : l'aide avant réalisation, l'aide au programme de production, l'aide après réalisation, les allocations directes audiovisuelles et l'investissement du fonds de soutien automatique. C'est sur ce périmètre et à partir des éléments transmis par les producteurs que sont basées les analyses de cette partie.

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

345 œuvres bénéficiaires d'une aide spécifique au court métrage en 2021

Sur le segment des seules aides spécifiquement attribuées au court métrage, le CNC a versé 9,4 M€ à 345 courts métrages en 2021 au titre de l'aide avant réalisation, l'aide au programme, l'aide après réalisation, l'allocation directe audiovisuelle ou encore dans le cadre de l'investissement du fonds de soutien automatique des producteurs. Les aides du CNC représentent 26,7 % du devis en moyenne en 2021.

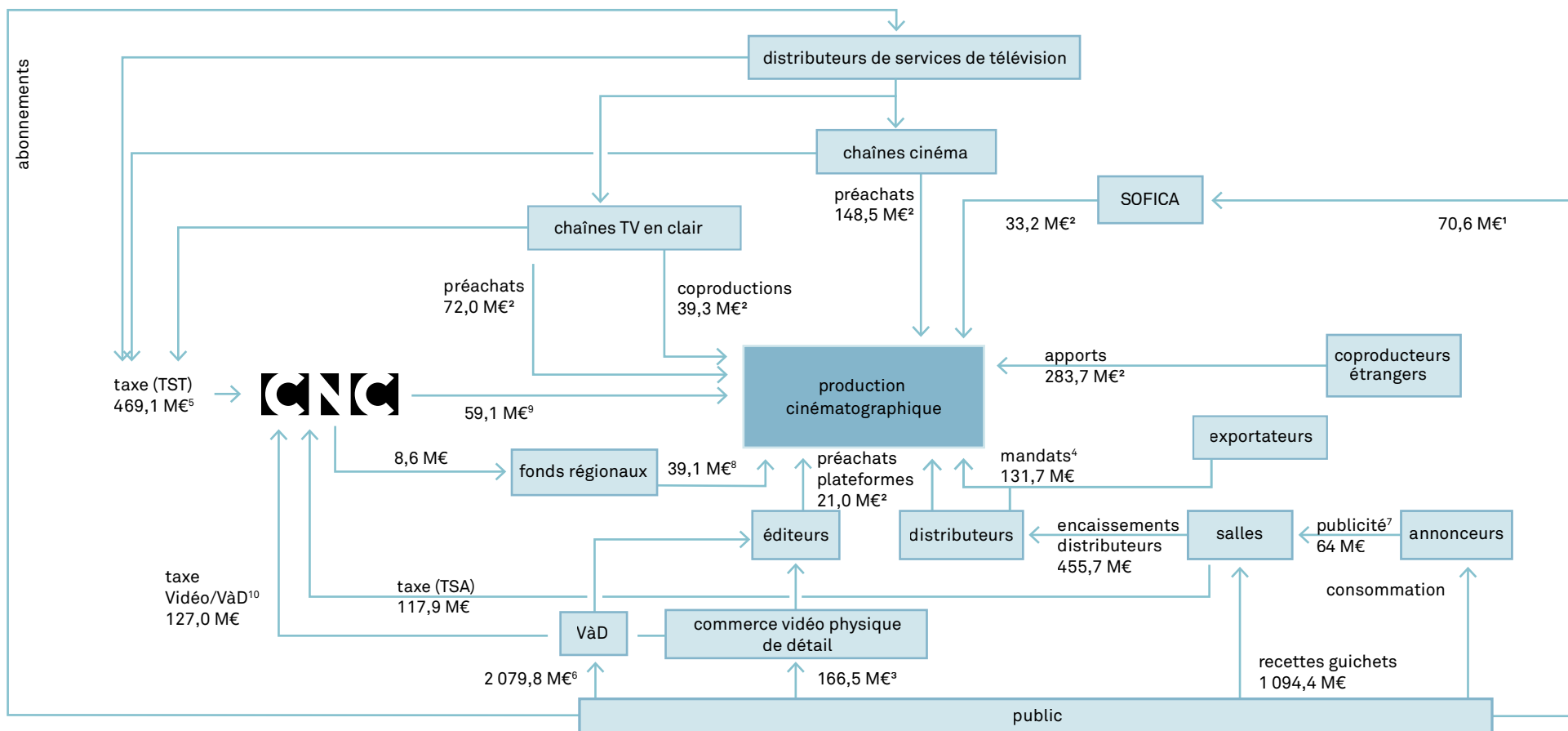
Le devis prévisionnel / coût définitif d'un court métrage soutenu par le CNC en 2021 atteint 102,4 K€. Il varie fortement entre les différents mécanismes d'aide : il est plus élevé pour les films bénéficiaires de l'aide avant réalisation (155,2 K€) et nettement plus faible pour ceux bénéficiaires de l'aide après réalisation (57,4 K€), souvent autoproduits. Le devis prévisionnel / coût définitif d'un court métrage aidé varie également selon le genre du film. Les films d'animation aidés par le CNC ont un devis moyen de 188,8 K€ en 2021, contre 95,9 K€ pour les fictions

et 74,1 K€ pour les documentaires de création / films expérimentaux.

44,0 % de réalisatrices parmi les bénéficiaires d'une aide au court métrage

368 réalisateurs et réalisatrices ont bénéficié d'une aide du CNC en 2021. 56,0 % d'entre eux sont des réalisateurs et 44,0 % des réalisatrices. En 2021, plus de 60 % des réalisateurs de courts métrages d'animation aidés sont des femmes tandis que 56,8 % des réalisateurs de fictions et 65,0 % des réalisateurs de documentaires de création et films expérimentaux sont des hommes.

Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2022 (M€)



¹ Collecte 2021 correspondant à des investissements réalisés en 2022 et jusqu'à mars 2023 (cinéma et audiovisuel).

Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.

² Investissements réalisés dans des films agréés en 2022.

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

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

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

⁶ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en vidéo à la demande sur les plateformes généralistes.

⁷ Recettes publicitaires nettes après remises.

⁸ Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2022.

⁹ Ensemble des aides sélectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2022.

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

Sources : Agréments des investissements délivrés par le CNC ; Le Marché Publicitaire Français en 2022 – IREP ; Recettes du CNC exécutées 2022 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK ; Baromètre VàD CNC-AQQA.

chapitre trois

AUDIOVISUEL



3.1

L'audience de la télévision

En 2022 :

3h26 de durée d'écoute TV en France

(-15 minutes par rapport à 2021)



21,3 %

pour la fiction



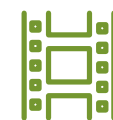
18,1 %

pour les magazines



10,3 %

pour les documentaires



5,4 %

pour les films



1,5 %

pour les programmes jeunesse



Remarques méthodologiques

La durée d'écoute est un indicateur d'audience mesuré par Médiamétrie sur les écrans à domicile (téléviseur) et hors domicile (téléviseur, ordinateur, tablette et téléphone), et quel que soit le mode de consommation (direct, différé enregistré et rattrapage). Elle correspond à la moyenne du temps passé par un individu à regarder la télévision et est exprimée en minutes.

La mesure d'audience intègre la consommation en différé sur le téléviseur via un service de télévision de rattrapage, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes depuis le 29 septembre 2014. Elle intègre la consommation en différé via un enregistrement personnel et en rattrapage sur le téléviseur, quelle que soit la date de diffusion initiale des programmes, depuis le 4 janvier 2016. La consommation en direct et en différé sur les autres écrans que le téléviseur (ordinateur, tablette, téléphone) a été intégrée en 2018.

Les résultats d'audience intègrent les audiences hors domicile depuis le 30 mars 2020.

Répartition des chaînes nationales par groupe :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 5, franceinfo. Exclusion de France 4 sur l'année 2022 dans le périmètre de mesure d'audience quotidienne de Médiamétrie.

Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI.

Groupe M6 : M6, W9, Gulli, 6ter.

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

Groupe NRJ : NRJ12, Chérie 25.

Groupe Altice Media : BFMTV, RMC Story, RMC Découverte.

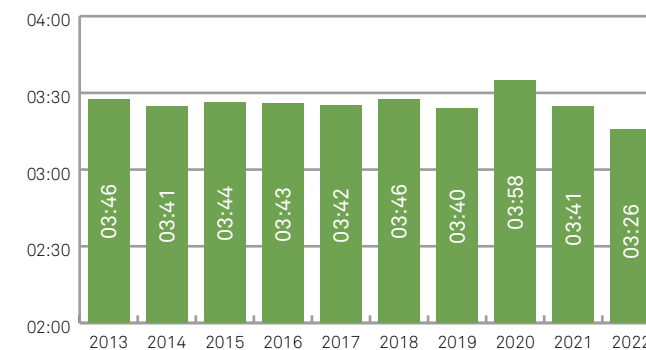
Mediamat'Thématik est la mesure d'audience de la télévision auprès des personnes recevant une offre de chaînes via le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique, que ces personnes soient abonnées ou non à des chaînes payantes. Les résultats de l'étude sont publiés deux fois par an et couvrent les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

La durée d'écoute de la télévision en France connaît une baisse importante en 2022 et atteint son plus bas niveau depuis plus de 10 ans

La durée d'écoute de la télévision, qui avait progressé sensiblement en 2020 lors des différents confinements, était repartie à la baisse et avait retrouvé son niveau d'avant crise en 2021 (3h41, contre 3h40 en 2019). En 2022, elle continue à baisser.

Selon Médiamétrie, la durée d'écoute totale de la télévision en France s'établit à 3h26, en moyenne, par individu et par jour. Elle est en baisse de 15 minutes (-6,8 %) par rapport à 2021 et repasse sous la barre des 3h30 pour la première fois depuis 2009 (3h25). La baisse tendancielle de la durée d'écoute constatée depuis 2013 se confirme, 2020 ayant été une année atypique. En 2022, elle s'inscrit en-deçà de son niveau de 2021 sur chaque mois de l'année à l'exception du mois d'octobre lors duquel ont notamment été diffusées la mini-série française inédite *Les Combattantes* (TF1) et la 7^e saison de *La Stagiaire* (France 3). Ce mois a également été marqué par deux émissions de divertissement françaises avec le retour à l'écran de la *Star Academy* (TF1) et la diffusion de la 17^e saison de *L'amour est dans le pré* (M6). Si les 9 premiers mois de l'année affichent des résultats en forte baisse par rapport à 2021, le dernier trimestre se maintient à des niveaux proches. La durée d'écoute sur les mois de novembre et de décembre a été portée par la diffusion de la *Coupe du Monde de Football* entre le 20 novembre et le 18 décembre 2022. Six matchs de l'équipe de France ont ainsi dépassé les 11 millions de téléspectateurs, en particulier la demi-finale France - Maroc réunissant 20,7 millions de téléspectateurs et la finale France - Argentine qui a rassemblé 24,1 millions de téléspectateurs. Il s'agit de la meilleure audience de l'histoire de la télévision française.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision en France (h:mn)



Voir les remarques méthodologiques en début de chapitre concernant les évolutions du périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie.

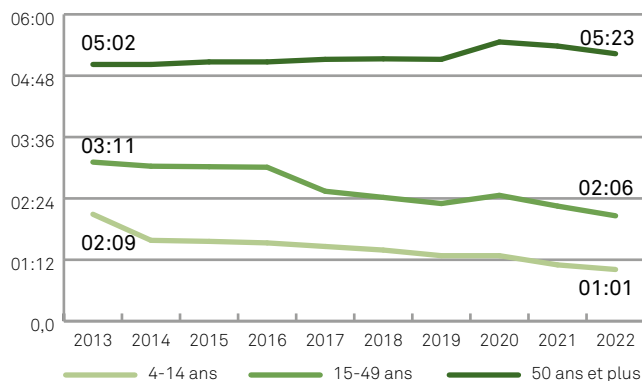
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

La durée d'écoute de la télévision recule pour toutes les tranches d'âge par rapport à 2021.

En 2022, l'audience de la télévision diminue pour toutes les tranches d'âge. La durée d'écoute de la télévision s'établit à 1h01, en moyenne, par jour pour les 4-14 ans. Elle diminue de 9 minutes (-12,9 %) par rapport à 2021 et de 77 minutes (-55,8 %) par rapport au record de 2011 (2h18). Chez les 15-49 ans, la durée moyenne d'écoute de la télévision s'établit à 2h06 par jour en 2022. Elle diminue de 19 minutes (-13,1 %) par rapport à 2021 et de 73 minutes (-36,7 %) par rapport au record de 2012 (3h19).

Les 50 ans et plus regardent les programmes de télévision, en moyenne, 5h23 par jour en 2022. Cette durée d'écoute diminue de 15 minutes (-4,4 %) par rapport à 2021 et de 23 minutes (-6,6 %) par rapport au record de 2020 (5h46). Elle reste cependant supérieure de 11 minutes (+3,5 %) par rapport à 2019. Ces évolutions par tranche d'âge reflètent le vieillissement du public des chaînes de télévision. L'âge moyen du public de la télévision passe ainsi de 49 ans en 2013 à 57 ans en 2022.

Durée d'écoute selon la tranche d'âge (h:mn)



Voir les remarques méthodologiques en début de chapitre concernant les évolutions du périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie.
Source : Médiamétrie - Médiamat.

La part des chaînes nationales historiques à son plus bas niveau depuis 2017

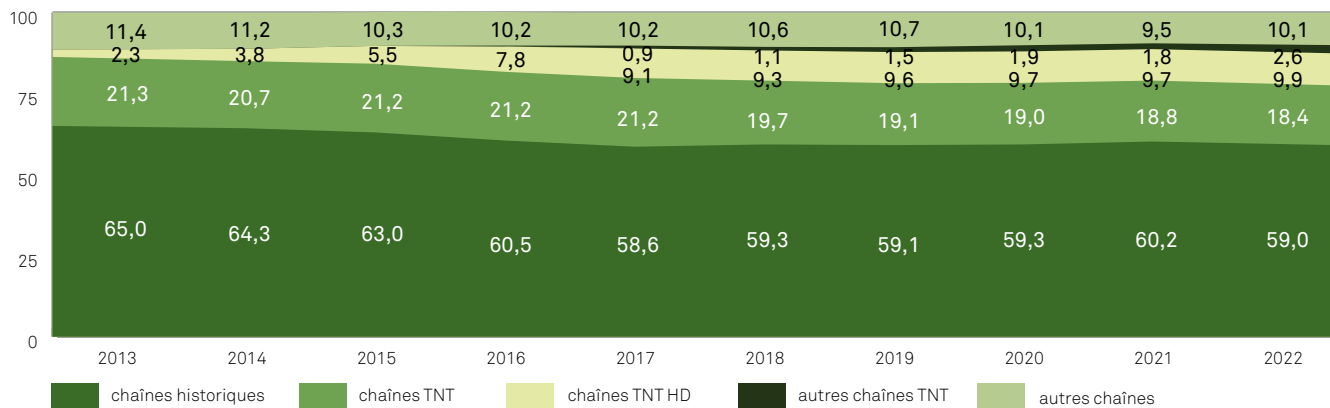
La part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) s'est légèrement érodée en 2022. Elle baisse de 1,2 point par rapport à 2021 à 59,0 %. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT/TNT HD/autres TNT s'établit à 30,9 % (+0,6 point) dont 18,4 % (-0,4 point) pour les chaînes TNT (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, BFMTV, CNews, CStar, Gulli), 9,9 % (+0,2 point) pour les chaînes TNT HD (TF1 Séries Films, La chaîne L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) et 2,6 % (+0,8 point) pour les autres chaînes TNT (LCI, franceinfo). A noter que la part d'audience des chaînes TNT n'intègre pas France 4 en 2022, expliquant en partie cette baisse. A périmètre constant, la part d'audience des chaînes TNT de cette année enregistre

une hausse de 0,4 point par rapport à 2021. En 2022, la part d'audience des chaînes thématiques est quant à elle stable, à 9,1 %.

En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 6,0 points alors que la part d'audience des chaînes de la TNT progresse de 7,3 points.

La part d'audience des chaînes nationales historiques s'est légèrement érodée en 2022 (-1,2 point par rapport à 2021).

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



Définition des types de chaînes :
 Chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte.
 Chaînes TNT : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4 jusqu'en 2021, BFMTV, CNews, CStar, Gulli, France Ô jusqu'en 2017.
 Chaînes TNT HD : TF1 Séries Films, La chaîne L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.
 Autres chaînes TNT : LCI, franceinfo.
 Autres chaînes : Chaînes thématiques et chaînes non souscriptrices à la mesure d'audience.
 Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

En 2022, 11 chaînes nationales présentent une hausse de leur part d'audience par rapport à 2021. Les chaînes d'informations LCI (1,7 %) et BFM TV (3,3 %) enregistrent les plus fortes progressions avec une augmentation de 0,6 point pour LCI et de 0,4 point pour BFM TV. Les parts d'audience de France 3 (9,4 %), Arte (2,9 %), TMC (3,0 %), TFX (1,5 %), CStar (1,1%), Gulli (1,2 %), et La chaîne L'Equipe (1,5 %) sont stables. Six chaînes présentent une part d'audience en baisse. TF1 (18,7 %) enregistre le plus fort recul, soit -1,0 point. Cette baisse s'explique en partie par le conflit ayant opposé le groupe TF1 au groupe Canal+ concernant le nouvel accord de diffusion et qui a conduit le groupe Canal+ à arrêter la diffusion des chaînes du groupe TF1 (TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films et LCI) pendant plus de deux mois, entre septembre et novembre 2022. L'arrêt du signal a ainsi privé de nombreux foyers des cinq chaînes gratuites. M6 (8,4 %) affiche la deuxième plus forte baisse, de 0,7 point. Les chaînes M6 et TF1 enregistrent ainsi leur plus faible part d'audience historique.

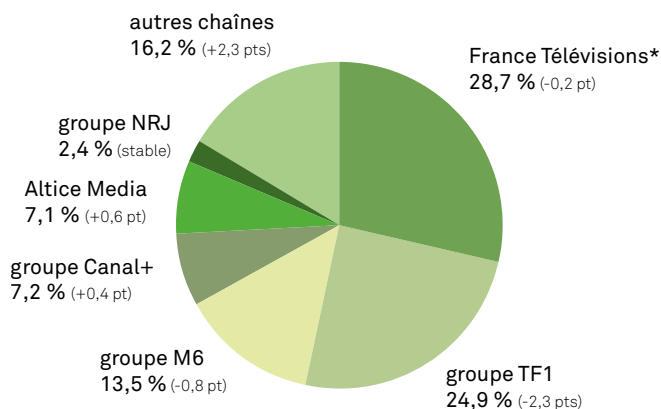
Six chaînes dont quatre chaînes d'information (LCI, BFM TV, franceinfo, CNews, RMC Story et Chérie 25) enregistrent au contraire leur meilleure performance historique, démontrant un intérêt fort des téléspectateurs pour les chaînes d'information en continu au cours d'une année qui a connu une actualité riche.

En 2022, TF1 reste la première chaîne nationale devant France 2, France 3, M6 et France 5. En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, France Télévisions (28,7 % de part d'audience, soit -0,2 point par rapport à 2021) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2022. À périmètre constant (en excluant France 4), le groupe France Télévisions enregistre une hausse de 0,6 point de sa part d'audience en 2022. Il se place devant le groupe TF1 (24,9 %, -2,3 points). Le groupe M6, troisième au classement, est loin derrière avec 13,5 % de part d'audience (-0,8 point par rapport à 2021).

Les chaînes nationales privées représentent 59,2 % de l'audience de la télévision (+0,5 point), contre 31,6 % pour les chaînes nationales publiques (-0,2 point). Les chaînes

gratuites totalisent 89,7 % de l'audience de la télévision (-0,1 point), contre 10,3 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus, +0,1 point).

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2022 (évolution par rapport à 2021)



* Exclusion de France 4 du groupe France Télévisions en 2022. A périmètre constant (hors France 4), France Télévisions enregistre une hausse de 0,6 point avec une part d'audience de 28,1 % en 2021.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

France Télévisions demeure en 2022 le premier groupe en part d'audience devant le groupe TF1.

Part d'audience nationale des chaînes (%)

	2018	2019	2020	2021	2022
chaînes nationales¹	89,9	89,7	90,4	90,9	90,9
TF1	20,2	19,5	19,2	19,7	18,7
France 2	13,5	13,9	14,1	14,7	14,8
France 3	9,4	9,3	9,4	9,4	9,4
Canal+	1,2	1,3	1,2	1,1	1,2
France 5	3,5	3,6	3,5	3,3	3,6
M6	9,1	8,9	9,0	9,1	8,4
Arte	2,4	2,6	2,9	2,9	2,9
C8	3,0	2,9	2,6	2,6	2,8
W9	2,6	2,5	2,6	2,5	2,3
TMC	3,0	3,1	3,0	3,0	3,0
TFX	1,9	1,8	1,6	1,5	1,5
NRJ12	1,5	1,5	1,3	1,2	1,1
France 4	1,6	1,6	1,2	0,8	nd
BFMTV	2,6	2,3	2,9	2,9	3,3
CNews	0,7	0,8	1,4	2,0	2,1
CStar	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1
Gulli	1,7	1,4	1,3	1,2	1,2
TF1 Séries Films	1,8	1,8	1,8	1,9	1,7
La chaîne L'Equipe	1,2	1,4	1,3	1,5	1,5
6ter	1,6	1,7	1,7	1,5	1,6
RMC Story	1,4	1,3	1,5	1,6	1,9
RMC Découverte	2,2	2,3	2,3	2,0	1,9
Chérie 25	1,1	1,1	1,1	1,2	1,3
LCI	0,7	1,0	1,2	1,1	1,7
franceinfo	0,4	0,5	0,7	0,7	0,9
autres chaînes²	10,1	10,3	9,6	9,1	9,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Y compris chaînes non souscriptrices à la mesure d'audience.
² Chaînes thématiques, locales et étrangères.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Le cinéma est surconsommé à la télévision

En 2022, la fiction constitue le premier genre de programmes proposé sur les chaînes nationales (21,0 % de l'offre en volume horaire) et passe devant les magazines (19,8 %) qui représentaient le genre de programmes le plus proposé en 2021. Les documentaires occupent toujours la troisième position (18,0 %). En termes de consommation, la fiction (21,3 % de la durée d'écoute des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus), les magazines (18,1 %) et les journaux télévisés (13,0 %) se placent en tête, suivis des documentaires (10,3 %). Le classement des genres de programmes les plus consommés est inchangé par rapport à 2021.

Le cinéma est surconsommé à la télévision (5,4 % de la consommation pour 3,2 % de l'offre). Au contraire, les programmes jeunesse (animation et autres programmes), destinés à un public spécifique et donc plus restreint, apparaissent proportionnellement moins consommés par l'ensemble des spectateurs par rapport à leur poids dans l'offre (1,5 % de la consommation pour 6,4 % de l'offre). Sur la cible des 4-14 ans plus particulièrement, ces programmes jeunesse se révèlent bel et bien surconsommés puisqu'ils représentent 15,5 % de leur consommation de programmes télévisuels, constituant ainsi le genre le plus consommé devant la fiction. Par ailleurs, la non-prise en compte de France 4 dans le périmètre de Médiamétrie en 2022 peut également jouer sur une offre et une consommation en baisse des programmes jeunesse cette année. Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 48,6 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales et 38,5 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2022.

Les retransmissions d'évènements sportifs tels que les matchs de la *Coupe du Monde de Football* ont eu notamment pour effet une augmentation de la part des programmes sportifs dans la consommation télévisuelle par rapport à 2021 (+0,6 point).

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2022 (%)¹

	offre (part du volume horaire)	consommation (part du temps d'écoute)
fictions télévisuelles	21,0	21,3
films	3,2	5,4
documentaires	18,0	10,3
magazines	19,8	18,1
journaux télévisés	2,1	13,0
sport	1,1	4,6
variétés	7,3	2,5
jeux	3,3	9,2
émissions jeunesse	6,4	1,5
publicité	11,8	10,8
autres	6,1	3,1
total	100,0	100,0

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

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

Les programmes de stock constituent 38,5 % du temps passé pour 48,6 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales.

Les programmes télévisuels qui ont eu les plus gros succès d'audience en 2022 sont liés à la *Coupe du monde de Football* qui s'est tenue exceptionnellement entre le 20 novembre et le 18 décembre 2022, période de l'année où la durée d'écoute par individu est généralement plus élevée. Les retransmissions des 7 matchs de l'Equipe de France ont rassemblé entre 8,8 et 24,1 millions de téléspectateurs sur TF1. Par ailleurs, cet évènement sportif a également permis au magazine sportif *Foot les Bleus en finale* d'enregistrer la meilleure audience des magazines, soit 9,0 millions de téléspectateurs sur TF1 et au documentaire *Merci les Bleus* (en deux parties) de se hisser à la seconde place en termes d'audience pour les documentaires, avec une moyenne de 3,4 millions de téléspectateurs sur TF1.

Meilleure audience par chaîne en 2022

chaîne	programme	genre	date	millions de téléspectateurs
TF1	Football : France - Argentine (finale)	sport	18/12/2022	24,1
France 2	Rugby : France - Angleterre	sport	19/03/2022	9,1
France 3	Alex Hugo en terre sauvage	fiction	01/11/2022	6,7
Canal+	Football : PSG – Real Madrid	sport	15/02/2022	2,5
France 5	Des trains pas comme les autres	documentaire	01/09/2022	2,0
M6	Football : France – Danemark	sport	03/06/2022	5,7
Arte	Sierra Torride	cinéma	20/11/2022	1,9
C8	Touche pas à mon poste	magazine	17/12/2022	2,1
W9	Football : PAOK Salonique - OM	sport	14/04/2022	1,7
TMC	Quotidien	magazine	12/12/2022	2,5
TFX	Moi, moche et méchant 3	cinéma	10/11/2022	1,1
NRJ12	Otage	cinéma	26/01/2022	1,2
CStar	Rambo II	cinéma	30/03/2022	0,8
Gulli	Jumanji	cinéma	11/02/2022	0,8
TF1 Séries Films	L'Arme fatale 4	cinéma	31/03/2022	1,1
6ter	Zootopie	cinéma	28/12/2022	1,1
RMC Story	Faites entrer l'accusé	magazine	13/11/2022	0,7
RMC Découverte	Top Mecanic : 5 jours pour restaurer une épave	documentaire	11/11/2022	0,8
Chérie 25	Les Pleins Pouvoirs	cinéma	07/04/2022	1,1

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

Meilleure audience par genre de programmes en 2022

	programme	chaîne	date	millions de téléspectateurs
fictionnelles	HPI, haut potentiel intellectuel	TF1	12/05/2022	10,9
films	Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?	TF1	03/04/2022	7,8
documentaires	Harry Potter : retour à Poudlard	TF1	11/03/2022	3,6
magazines	Foot les Bleus en finale	TF1	14/12/2022	9,0
journaux télévisés	TF1 20h (allocution du Président de la République relative à la guerre en Ukraine)	TF1	02/03/2022	8,0
sport	Football : France - Argentine (finale)	TF1	18/12/2022	24,1
variétés	Un air d'enfoirés	TF1	04/03/2022	7,5
jeux	The Voice, la plus belle voix	TF1	12/02/2022	5,8
émissions jeunesse	Disney Day	M6	13/03/2022	1,2

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

79,5 % des équipés TV reçoivent une offre élargie de chaînes

En février 2023, 45,7 millions de personnes reçoivent une offre élargie de chaînes selon Médiamétrie (+0,6 % par rapport à février 2022) dont 40,6 millions par câble, ADSL ou fibre optique (+4,2 %) et 8,6 millions par satellite (-15,3 %). La durée d'écoute de la télévision des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie s'établit à 3h20 en moyenne chaque jour. Cette durée d'écoute apparaît légèrement inférieure à la durée d'écoute totale de la télévision en France en 2022, qui s'établit de son côté à 3h26 par individu et par jour. Cependant, tandis que la durée d'écoute totale de la télévision enregistre une baisse de 15 minutes (-6,8 %) sur un an, la durée d'écoute des personnes vivant dans un foyer recevant une offre élargie ne diminue que de 6 minutes (-2,9 %) par rapport à février 2022. Parmi l'ensemble des personnes recevant une offre élargie de chaînes (abonnées ou non à des chaînes payantes), la part d'audience des chaînes nationales s'établit à 88,3 % (stable sur un an), contre 11,0 % pour les chaînes thématiques (-0,1 point).

Parmi les 85 chaînes thématiques étudiées par le Mediamat'Thématik, TV Breizh et Paris Première sont les deux premières chaînes en part d'audience (0,7 % chacune, sur l'ensemble des personnes recevant une offre élargie) devant BelN Sports 1 (0,6 %) sur la période allant de septembre 2022 à février 2023. En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les six chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 0,8 %, contre 0,3 % cumulé pour Paramount Channel et Paramount Channel décalé, 0,2 % pour Action et 0,1 % pour TCM Cinéma.

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

	chaînes nationales	chaînes thématiques	autres chaînes	total
janv. - juin 2017	86,7	12,7	0,6	100,0
sept. 2017 - févr. 2018	87,0	12,5	0,5	100,0
janv. - juin 2018	86,7	13,1	0,2	100,0
sept. 2018 - févr. 2019	87,5	12,1	0,4	100,0
janv. - juin 2019	86,8	12,9	0,3	100,0
sept. 2019 - févr. 2020	86,8	12,9	0,3	100,0
janv. - juin 2020	87,2	12,6	0,2	100,0
sept. 2020 - févr. 2021	88,8	10,7	0,5	100,0
janv. - juin 2021	88,5	11,1	0,4	100,0
sept. 2021 - févr. 2022	88,3	11,1	0,6	100,0
janv. - juin 2022	88,4	11,1	0,5	100,0
sept. 2022 - févr. 2023	88,3	11,0	0,7	100,0

Source : Médiamétrie - Médiamat'Thématik, individus de 4 ans et plus, recevant la télévision par satellite, ADSL, câble ou fibre optique.

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

3.2

Les films à la télévision

En 2022 : **2 127** œuvres cinématographiques
différentes diffusées à la télévision
(-209 films par rapport à 2021)



925 films français



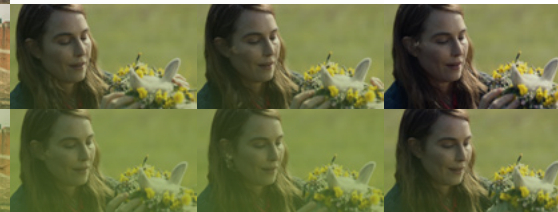
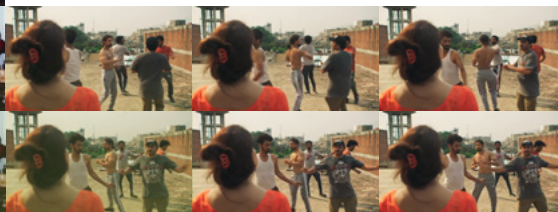
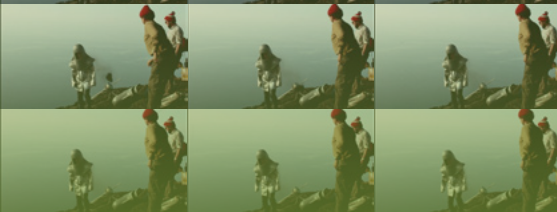
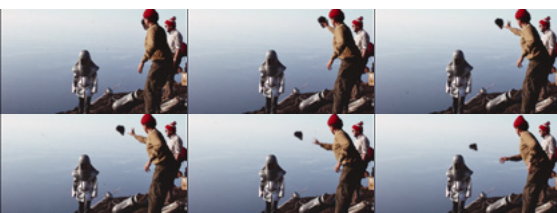
694 films américains



384 films européens
non français



124 films d'autres
nationalités



L'offre de cinéma à la télévision

Remarques méthodologiques

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

La diffusion de la chaîne France Ô a pris fin le 23 août 2020.

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

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

1° Les œuvres qui ont obtenu un visa d'exploitation au sens de l'article 19 du code de l'industrie cinématographique susvisé à l'exception des œuvres documentaires qui ont fait l'objet d'une première diffusion en France à la télévision.

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

La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualifi-

cation définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuée par l'Arcom dans les conditions fixées par l'article 6-1 du décret du 17 janvier 1990 précité.

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

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

À compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films et supprimant les jours interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30). En revanche, les services de cinéma ne peuvent diffuser de films le samedi à partir de 20h30, sauf films d'expression originale française préachetés en exclusivité, films Art et Essai, films ayant réalisé moins de 2 millions d'entrées en salles en France, films sortis en salles en France depuis au moins 30 ans, avec des dérogations possibles pour un maximum de 15 films. Sur les services autres que de cinéma, les films ne peuvent être diffusés le samedi après 20h30, sauf films coproduits ou préfinancés par la chaîne et films Art et Essai.

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

Fin des confinements et réduction de l'offre de films à la télévision

Suite à la fin des restrictions liées à la crise sanitaire, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) se réduit en 2022 à 2 127 œuvres cinématographiques différentes diffusées (-209 titres et -8,9 % par rapport à 2021, -195 films et -8,4 % par rapport à 2019), et retrouve un niveau proche de 2012. Cette baisse est notamment imputable aux chaînes du groupe Canal+ (-88 titres) et France Télévisions (-61 titres), qui avaient toutes fait évoluer leur offre pendant le premier confinement de 2020.

Le nombre de films diffusés recule sur l'ensemble des chaînes du groupe France Télévisions à l'exception de France 4 pour laquelle le nombre de titres progresse légèrement (+4 films par rapport à 2021). Le nombre de films diffusés sur les chaînes du groupe (285 films) atteint le niveau le plus bas depuis 1974. Les chaînes nationales publiques diffusent 709 films différents en 2022 (99 titres de moins qu'en 2021, -12,3 %) et les chaînes nationales privées gratuites, 1 107 films (-50 titres par rapport à 2021, -4,3 %).

Sur le groupe TF1, le nombre de films est en recul sur la chaîne mère TF1 (-8 films par rapport à 2021) tandis qu'il progresse sur les chaînes filles (+4 films sur TMC, +24 films sur TFX et +6 films sur TF1 Séries Films). Concernant le groupe M6, le nombre de films diffusés sur la chaîne mère, M6, est également en baisse (-10 films) tandis que l'offre est relativement stable sur les chaînes filles à l'exception de Gulli qui connaît une croissance importante (+25 films) notamment grâce à l'ouverture d'une case cinéma les mardi et vendredi soirs.

En 2022, l'offre du groupe Canal+ se réduit fortement (-88 films). Sur la chaîne premium Canal+, l'offre se réduit de 68 titres à 348 films (-16,3 %), soit un plus bas niveau

historique. Les chaînes gratuites du groupe connaissent également une baisse importante : -5 films sur C8 et -14 films sur CStar.

Le groupe Altice Media n'a diffusé aucun film cinématographique en 2022.

Un recul moins important du nombre de diffusions (-138 diffusions)

Les 2 127 films programmés donnent lieu à 5 454 diffusions (-2,5 % par rapport à 2021). La fréquence de multidiffusion progresse légèrement. Un film est diffusé en moyenne 2,6 fois en 2022 (2,4 fois en 2021). Canal+ est la chaîne qui a le plus recours à la multidiffusion, ce qui s'inscrit historiquement dans sa stratégie de programmation. Chaque film est programmé 5,9 fois en moyenne sur la chaîne. LCP-AN, CStar et Gulli sont également des chaînes qui ont beaucoup recours à la multidiffusion. Chaque film est programmé deux fois ou plus sur ces chaînes. Toutes chaînes confondues, 43,8 % des diffusions concernent des films français (45,7 % en 2021).

Les films diffusés à la télévision

	nombre de titres ¹			nombre de diffusions		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
France Télévisions²	466	346	285	599	381	307
France 2	176	127	92	198	135	99
France 3	153	150	132	158	156	138
France 4	91	24	28	144	38	35
France 5	66	51	35	66	52	35
France Ô ³	14	-	-	33	-	-
Groupe TF1²	432	409	431	782	921	922
TF1	162	123	115	236	211	186
TMC	122	142	146	205	254	251
TFX	103	112	136	166	214	242
TF1 Séries Films	105	124	130	175	242	243
Groupe M6²	369	377	372	803	867	826
M6	107	107	97	148	145	124
W9	131	123	127	222	236	243
6ter	129	140	126	238	242	236
Gulli	84	84	109	195	244	223
Groupe Canal+²	636	612	524	2 218	2 238	2 382
Canal+	470	416	348	1 914	1 880	2 059
C8	121	151	146	194	244	231
CStar	55	57	43	110	114	92
NRJ Group²	166	173	128	324	348	254
NRJ12	69	71	57	124	143	111
Chérie 25	107	107	74	200	205	143
Groupe Altice Media²	2	-	-	2	-	-
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-
RMC Story	2	-	-	2	-	-
autres chaînes						
Arte	452	448	421	785	752	704
LCP-AN	7	15	5	18	31	12
La Chaîne L'Equipe	17	36	35	46	54	47
total²	2 432	2 336	2 127	5 577	5 592	5 454

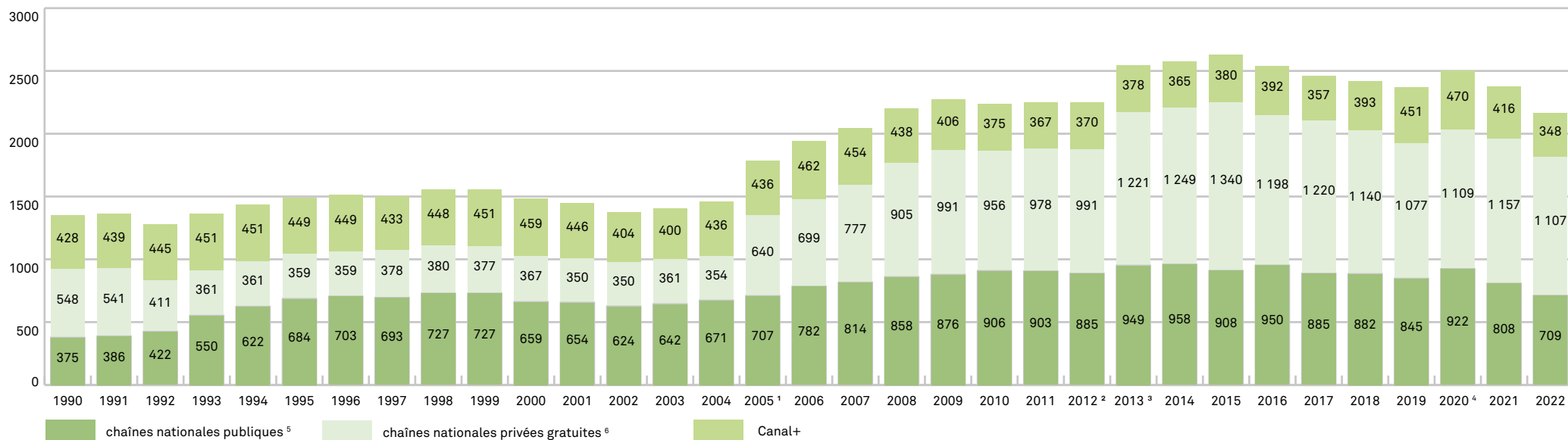
¹ Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

² Total hors double compte.

³ Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom (données provisoires).

Nombre de films diffusés à la télévision selon le type de chaînes



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

41 films inédits de moins sur les chaînes nationales publiques en 2022 (-15,6 %)

Sur les chaînes nationales gratuites, 18,2 % des films diffusés à la télévision sont inédits (20,4 % en 2021), c'est-à-dire programmés pour la première fois. Cela représente 331 films inédits diffusés en 2022. Sur ces chaînes, la part de films français dans le total des films inédits s'élève à 46,8 % et celle des films américains à 18,7 %. Sur les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, France 5, Arte, M6), le taux d'inédits s'élève à 29,3 % (261 films), contre 32,1 % en 2021.

Avec 41 titres inédits de moins à 222 films, la part de films inédits est en recul sur les chaînes nationales publiques pour atteindre 31,3 % (-1,2 point par rapport à 2021). 9,8 % des films diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (109 films en 2022). Cette part, réduite

par rapport à celle observée sur les chaînes nationales publiques, s'explique par la politique de programmation des chaînes de la TNT privées gratuites qui diffusent en majorité des films de catalogue (90,2 % de films non inédits sur ces chaînes).

Canal+ programme 251 films inédits en 2022 (+6 titres), ce qui représente 72,1 % de son offre (58,9 % en 2021). Cette part importante d'inédits est au cœur de la ligne éditoriale de Canal+ qui bénéficie d'une première fenêtre d'exploitation en télévision et a des obligations d'investissement importantes dans la production de films cinématographiques.

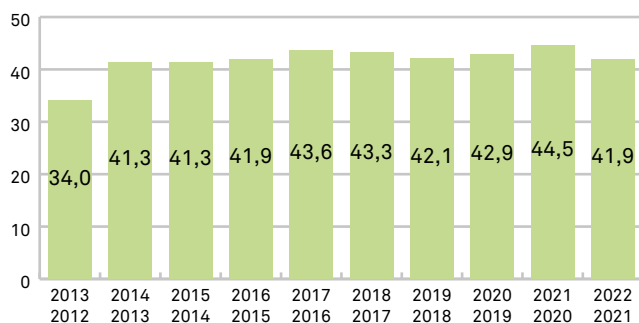
27,4 % des films diffusés à la télévision en 2022 sont inédits.

La part des rediffusions recule

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 12,0 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2022 (12,4 % en 2021).

Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. 41,9 % des films programmés à la télévision en 2022 avaient déjà été diffusés en 2021. Cette part s'élevait à 34,0 % en 2013. Ce niveau particulièrement bas au regard du reste de la décennie tient au fait que les nouvelles chaînes de la TNT ont ouvert en décembre 2012 et n'ont eu un réel impact sur ces rediffusions qu'à partir de 2014. En 2022, cette pratique est plus répandue sur Arte (50,9 % des films programmés par Arte en 2022 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2021) et TMC (44,3 %). A noter qu'Arte a toujours intégré la multidiffusion dans sa stratégie de programmation et que les films diffusés en décembre peuvent également l'être en janvier de l'année suivante.

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-Arcom.

Une offre de films français au plus bas depuis 10 ans

En 2022, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et Canal+), 925 films français sont diffusés, soit 126 films de moins qu'en 2021 (sans double compte des œuvres). Les films français représentent 43,5 % de l'offre cinématographique à la télévision, contre 45,0 % en 2021. Cette part dépasse 50 % sur les chaînes du groupe France Télévisions (61,1 %), sur C8 (59,6 %) et sur LCP-AN (80,0 %). Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe TF1 (46,4 %) et celles du groupe M6 (43,8 %). Au total, les films d'outre-Atlantique représentent 32,6 % de

l'offre cinématographique en 2022, soit 694 films (-61 titres par rapport à 2021). En 2022, le nombre de films européens non français diffusés à la télévision recule à 384 films (dont 155 films britanniques et 116 films allemands), soit 18,1 % (454 films en 2021, soit 19,4 %). Arte se distingue des autres chaînes en proposant une programmation principalement axée sur les films européens non nationaux (37,8 %), notamment allemands (21,9 %). Les films non européens et non américains sont, à l'inverse, en hausse en 2022 à 124 titres (+48 titres par rapport à 2021).

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

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
2013	1 036	41,5	952	38,2	440	17,6	67	2,7	2 495
2014	1 071	42,5	946	37,5	438	17,4	65	2,6	2 520
2015	1 077	42,0	972	37,9	427	16,7	88	3,4	2 564
2016	1 035	41,8	891	35,9	463	18,7	90	3,6	2 479
2017	1 071	44,1	816	33,6	459	18,9	81	3,3	2 427
2018	1 043	44,1	802	33,9	463	19,6	56	2,4	2 364
2019	1 030	44,4	792	34,1	432	18,6	68	2,9	2 322
2020 ²	1 157	47,6	801	32,9	421	17,3	53	2,2	2 432
2021	1 051	45,0	755	32,3	454	19,4	76	3,3	2 336
2022	925	43,5	694	32,6	384	18,1	124	5,8	2 127

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe.

² Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

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

Source : CNC-Arcom (données provisoires).

Un taux de rediffusion des films qui retrouve son niveau d'avant-crise à 41,9 %.

Nombre de films diffusés à la télévision en 2022 selon la nationalité¹

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nb.	%	nb.	%	nb.	%	nb.	%	
France Télévisions²	174	61,1	81	28,4	22	7,7	8	2,8	285
France 2	65	70,7	21	22,8	4	4,3	2	2,2	92
France 3	76	57,6	41	31,1	10	7,6	5	3,8	132
France 4	14	50,0	9	32,1	4	14,3	1	3,6	28
France 5	20	57,1	11	31,4	4	11,4	-	-	35
Groupe TF1²	168	39,0	200	46,4	51	11,8	12	2,8	431
TF1	44	38,3	58	50,4	13	11,3	-	-	115
TMC	56	38,4	64	43,8	19	13,0	7	4,8	146
TFX	58	42,6	62	45,6	13	9,6	3	2,2	136
TF1 Séries Films	51	39,2	59	45,4	18	13,8	2	1,5	130
Groupe M6²	150	40,3	163	43,8	55	14,8	4	1,1	372
M6	42	43,3	42	43,3	13	13,4	-	-	97
W9	58	45,7	55	43,3	14	11,0	-	-	127
6ter	51	40,5	56	44,4	16	12,7	3	2,4	126
Gulli	47	43,1	38	34,9	23	21,1	1	0,9	109
Groupe Canal+²	252	48,1	124	23,7	77	14,7	71	13,5	524
Canal+	150	43,1	66	19,0	63	18,1	69	19,8	348
C8	87	59,6	51	34,9	6	4,1	2	1,4	146
CStar	21	48,8	13	30,2	9	20,9	-	-	43
NRJ Group²	55	43,0	48	37,5	22	17,2	3	2,3	128
NRJ12	26	45,6	21	36,8	9	15,8	1	1,8	57
Chérie 25	32	43,2	27	36,5	13	17,6	2	2,7	74
autres chaînes									
Arte	141	33,5	95	22,6	159	37,8	26	6,2	421
LCP-AN	4	80,0	-	-	-	-	1	20,0	5
La Chaîne L'Equipe	17	48,6	15	42,9	2	5,7	1	2,9	35
total²	925	43,5	694	32,6	384	18,1	124	5,8	2 127

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe.

² Total hors double compte.

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

Source : CNC-Arcom (données provisoires).

Recul de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes nationales

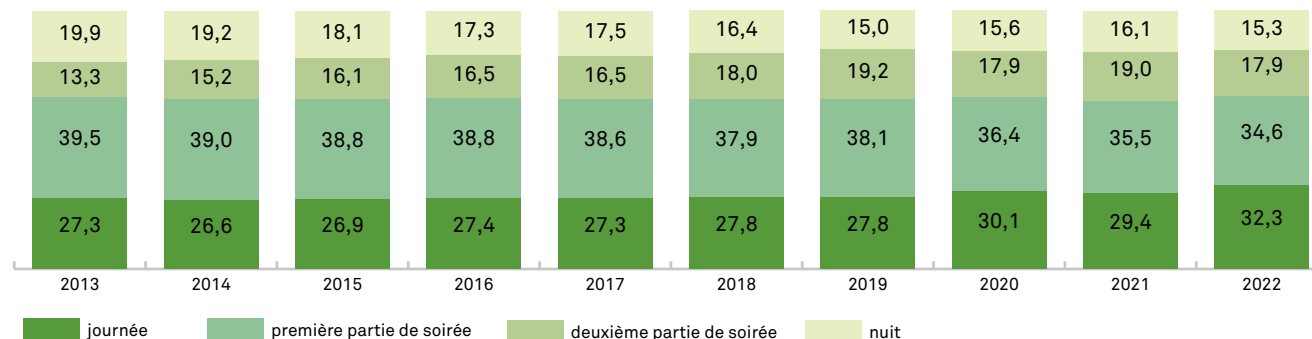
L'offre cinématographique en première partie de soirée se réduit et reste sous la barre des 2 000 diffusions pour la deuxième année consécutive et pour la troisième fois de la décennie : 1 886 diffusions en première partie de soirée sont comptabilisées en 2022, 98 diffusions de moins par rapport à 2021 (-4,9 %). Cette baisse est essentiellement portée par Canal+ (-64 diffusions par rapport à 2021) et les chaînes de NRJ Group (-47 diffusions). L'offre cinématographique en première partie de soirée progresse sur les chaînes du groupe TF1 (523 diffusions en 2022, +10,6 % par rapport à 2021), mais se réduit au global sur les chaînes nationales privées gratuites (-1,6 %).

Après un recul en 2021, l'offre cinématographique en journée progresse fortement en 2022 et atteint même un niveau supérieur à 2020 avec 1 760 diffusions (+115 diffusions et +7,0 % par rapport à 2021). Cette croissance est portée par Canal+ dont le nombre de diffusions en journée progresse de 17,5 % par rapport à 2021 (+188 diffusions).

Depuis le 7 août 2020, les jours et horaires interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30) ont été supprimés. Cette levée n'a pas eu d'impact notable sur le nombre de films diffusés mais a permis une plus grande flexibilité de programmation pour les chaînes.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** se réduit en 2022 à 155 films (169 films en 2021), soit le niveau le plus bas depuis 2004 (148 films). À noter que le nombre de diffusions de films en première partie de soirée recule sur France 2 et France 3 (respectivement -6,7 % et -20,3 % par rapport à 2021). Les films diffusés en première partie de soirée composent 50,5 % de l'offre de films de France Télévisions en 2022, contre 44,4 % en 2021. 65,8 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe France Télévisions est française et 23,9 % est américaine. Les chaînes du groupe

Répartition des diffusions selon l'horaire (%)



Source : CNC-Arcom (données provisoires).

ne proposent plus que deux cases régulières de cinéma en première partie de soirée (une sur France 2 le dimanche et une sur France 5 le vendredi), contre cinq cases en 2021.

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** progresse en 2022 à 523 films (473 films en 2021). Cette hausse est due à TFX (+23 diffusions), TF1 Séries Films (+16 diffusions) et TMC (+15 diffusions). Les films diffusés en première partie de soirée composent 56,7 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2022, contre 51,4 % en 2021. Huit cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2021 (trois sur TF1 Séries Films, deux sur TMC et TFX et une sur TF1), dont trois le dimanche, deux le jeudi, une le lundi, une le mardi et une le vendredi. 45,1 % de l'offre du groupe en première partie de soirée est française et 40,7 % est américaine.

L'offre cinématographique des chaînes du **groupe M6** en première partie de soirée représente 436 diffusions, soit 52,8 % de l'ensemble des diffusions du groupe (451 diffusions et 52,0 % en 2021). Sur les quatre chaînes du groupe M6, seule W9 (+3 films) fait progresser sa programmation en première partie de soirée en 2022. Mis à part M6 qui ne propose aucune case cinéma, les chaînes du groupe proposent en 2022 deux ou trois cases par semaine (deux

cases pour Gulli le mardi et le vendredi, deux cases pour W9 le lundi et le dimanche et trois cases pour 6ter les mardi, mercredi et dimanche). 46,3 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 40,6 % est américaine.

En 2022, l'offre cinématographique du **groupe Canal+** en première partie de soirée se réduit de 64 diffusions à 413 diffusions. À noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne Canal+ est plus large que sur les autres chaînes. Elle s'étale entre 18h00 et 23h00. Le groupe Canal+ propose plusieurs cases cinéma : trois cases sur Canal+ (mardi, mercredi et vendredi) et sur C8 (lundi, mardi et dimanche) et une sur CStar (le mercredi). Le groupe programme 48,7 % de films français (46,3 % en 2021) et 30,0 % de films américains (33,3 % en 2021) sur cette tranche horaire en 2022.

En 2022, 126 films sont programmés en première partie de soirée sur les chaînes de **NRJ Group**, contre 173 films en 2021. L'offre de films français en première partie de soirée perd 26 titres à 56 films (82 films en 2021), soit 44,4 % de l'offre de films en première partie de soirée. Le nombre de films américains diffusés à cet horaire recule de 24 titres (47 films en 2022, contre 71 en 2021) et représente 37,3 % de l'offre de films en première partie de soirée (41,0 % en 2021).

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée : le lundi, le mercredi et le dimanche. La chaîne diffuse 183 films à cet horaire en 2022 (189 en 2021). Les films français représentent 44,3 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 36,1 % et les films européens non français 14,2 %. Arte demeure la première chaîne gratuite pour le cinéma en première partie de soirée, tant en volume qu'en diversité d'offre.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
France Télévisions³	349	346	329	329	332	330	316	272	169	155
France 2	59	53	49	47	47	50	52	62	60	56
France 3	67	63	65	56	59	45	64	51	59	47
France 4	149	154	143	132	138	146	122	96	18	18
France 5	-	2	2	25	23	28	30	35	32	34
France Ô ³	74	74	70	69	65	61	48	28	-	-
Groupe TF1³	470	426	422	470	467	472	448	453	473	523
TF1	55	51	55	62	73	72	68	106	75	71
TMC	134	118	126	144	144	130	115	129	146	161
TFX	145	138	132	131	120	135	135	108	126	149
TF1 Séries Films	136	119	109	133	130	135	130	110	126	142
Groupe M6³	463	458	413	405	394	386	398	429	451	436
M6	40	55	35	35	35	38	35	55	49	42
W9	143	144	139	138	133	134	141	134	140	143
6ter	143	138	142	144	134	135	130	138	147	142
Gulli	137	121	97	88	92	79	92	102	115	109
Groupe Canal+³	492	480	474	448	442	432	421	487	477	413
Canal+	279	279	277	254	246	246	245	311	275	222
C8	145	146	144	142	143	134	116	121	146	146
CStar	68	55	53	52	53	52	60	55	56	45
NRJ Group³	146	140	254	260	251	203	189	173	173	126
NRJ12	103	84	115	116	107	92	85	70	70	55
Chérie 25	43	56	139	144	144	111	104	103	103	71
Groupe Altice Media³	130	168	164	67	54	53	40	1	-	-
RMC Découverte	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	129	167	164	67	54	53	40	1	-	-
autres chaînes										
Arte	201	200	197	193	193	190	191	189	189	183
LCP-AN	14	27	18	14	15	12	-	4	10	7
La Chaîne L'Equipe	5	11	10	7	3	-	5	24	42	43
total³	2 270	2 256	2 281	2 193	2 151	2 078	2 008	2 032	1 984	1 886

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+.

² Total hors double compte.

³ Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom (données provisoires).

Le film le plus diffusé sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957 est *Kirikou et les bêtes sauvages* avec 61 diffusions dont 51 sur Gulli, soit 4,4 diffusions par an (année de production : 2004). Il est suivi par *Delphine 1, Yvan 0* (année de production : 1998) avec 60 diffusions dont 53 sur TF1, soit 2,5 diffusions par an, et *Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ* (année de production : 1986) avec 56 diffusions dont 10 sur NRJ12 et 8 sur France 4, soit 1,6 diffusion par an.

Les films de patrimoine français dominent le classement des films les plus diffusés à la télévision. La majorité d'entre eux sont proposés en première partie de soirée, à l'exception de *Delphine 1, Yvan 0* et de *Bouge !* qui sont quasi exclusivement diffusés la nuit.

***Kirikou et les bêtes sauvages*, film le plus diffusé à la télévision depuis 1957.**

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957¹

titre	année de production	nationalité ²	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont ³			nb. moyen de diffusions par an	nb. de diffusions au cours des 10 dernières années	
					journée	1 ^{re} partie de soirée	2 ^e partie de soirée			nuit
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	FR	2021	61	11	23	14	13	4,4	50
<i>Delphine 1, Yvan 0</i>	1996	FR	2022	60		5	1	54	2,5	50
<i>Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ</i>	1982	FR	2022	56	2	33	15	3	1,6	40
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	FR / BE	2022	55	12	41			1,6	40
<i>Astérix et Cléopâtre</i>	1968	FR	2022	53	9	40	1		1,4	39
<i>Kirikou et la Sorcière</i>	1995	FR	2021	53	13	27	7	6	2,7	38
<i>Astérix le Gaulois</i>	1967	FR / BE	2022	52	12	37			1,3	38
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	FR	2022	51	4	47			2,1	36
<i>Scout toujours</i>	1985	FR	2022	51	4	35	7	3	1,5	35
<i>Tintin et le temple du soleil</i>	1969	FR	2022	51	14	18	5	14	2,0	35
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	FR	2022	50	5	45			2,1	34
<i>Tintin et le lac aux requins</i>	1972	FR / BE	2022	50	11	21	4	14	1,9	34
<i>Le Grand Restaurant</i>	1966	FR	2022	49	7	28	3	4	1,0	32
<i>Les Sous-doués</i>	1979	FR / BE	2022	48	2	32	10		1,2	32
<i>La Vie est un long fleuve tranquille</i>	1987	FR	2022	47	5	32	8	2	1,5	32
<i>Astérix et le coup du menhir</i>	1988	FR	2022	46	5	41			1,9	32
<i>Bouge !</i>	1997	FR	2022	46	1	10	1	34	2,1	32
<i>Le Cerveau</i>	1968	FR	2022	46	2	28	8	2	1,0	32
<i>Les Sous-doués en vacances</i>	1981	FR / IT	2022	46	4	31	7	1	1,3	31
<i>Flic ou voyou</i>	1979	FR / IT	2021	45		30	12		1,3	31

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

² BE : Belgique / FR : France / IT : Italie.

³ Des écarts entre le nombre total de diffusions et la somme des diffusions selon l'horaire peuvent apparaître. Ceci est dû au fait que l'horaire de diffusion n'est pas connu pour toutes les diffusions et notamment celles avant le 1^{er} janvier 1990.

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

Source : CNC-Arcom.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exploitation des films hors des salles de cinéma*

- les séries statistiques sur la diffusion des films à la télévision

L'audience des films à la télévision

La comédie française, meilleure audience du cinéma à la télévision chaque année

Depuis 2018, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française. En 2022, la meilleure audience du cinéma à la télévision est enregistrée par un film français pour sa première diffusion en clair, *Qu'est ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?* avec 7,8 millions de téléspectateurs sur TF1. En 2022, le cinéma français, toujours porté par les comédies, représente 68 des 100 meilleures audiences des films diffusés à la télévision (57 sur 100 en 2021), contre 32 pour le cinéma étranger (américain ou britannique). Il s'agit du plus haut niveau sur les cinq dernières années.

Les Français ont consommé 65 heures de films sur les chaînes nationales gratuites en 2022 (source : Médiamétrie).

Les meilleures audiences du cinéma sont enregistrées par des films français sur la majorité des chaînes historiques, à l'exception d'Arte et Canal+ (un film américain pour chacune), alors que les films américains réalisent les meilleures audiences sur la majorité des chaînes TNT/TNT HD. Sept chaînes réalisent leur meilleure audience cinéma annuelle avec un film français, neuf chaînes avec un film américain et une chaîne avec un film australien.

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2018	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?</i>	TF1	FR	2	8,7	34,0
2019	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	TF1	FR	4	6,7	30,9
2020	<i>Les Visiteurs</i>	TF1	FR	13	8,1	28,0
2021	<i>Le Sens de la fête</i>	TF1	FR	1	7,5	31,2
2022	<i>Qu'est ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	TF1	FR	1	7,8	34,0

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

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2022

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité ¹	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	03/04/2022	FR	2	7,8	34,0
France 2	<i>Rebelles</i>	11/12/2022	FR	1	4,3	18,6
France 3	<i>La Bonne Epouse</i>	21/02/2022	FR	2	3,0	13,7
Canal+	<i>Top Gun Maverick</i>	22/12/2022	US	1	1,3	6,8
France 5	<i>La Bonne Année</i>	03/01/2022	FR	10	1,4	6,3
M6	<i>Astérix et le secret de la potion magique</i>	26/12/2022	FR	2	3,6	17,4
Arte	<i>Sierra Torride</i>	20/11/2022	US	9	1,9	8,6
C8	<i>Sans mobile apparent</i>	19/06/2022	FR	17	1,1	5,6
W9	<i>Die hard 4 - Retour en enfer</i>	05/12/2022	US	13	1,6	8,9
TMC	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon Dieu ?</i>	25/05/2022	FR	5	1,8	8,7
TFX	<i>Moi, moche et méchant 3</i>	10/11/2022	US	5	1,1	4,9
NRJ12	<i>Otage</i>	26/01/2022	US	5	1,2	5,8
CStar	<i>Rambo II</i>	30/03/2022	US	20	0,8	3,4
Gulli	<i>Jumanji</i>	11/02/2022	US	22	0,8	3,7
TF1 Séries Films	<i>L'Arme fatale 4</i>	31/03/2022	US	17	1,1	5,5
6ter	<i>Zootopie</i>	28/12/2022	US	3	1,1	5,5
Chérie 25	<i>Les Pleins Pouvoirs</i>	07/04/2022	US	10	1,1	4,9

¹ FR : France / US : Etats-Unis.

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

3.3

Les fictions à la télévision

En 2022 : **733** soirées dédiées

à la fiction sur les chaînes nationales historiques

(-34 soirées par rapport à 2021) dont :



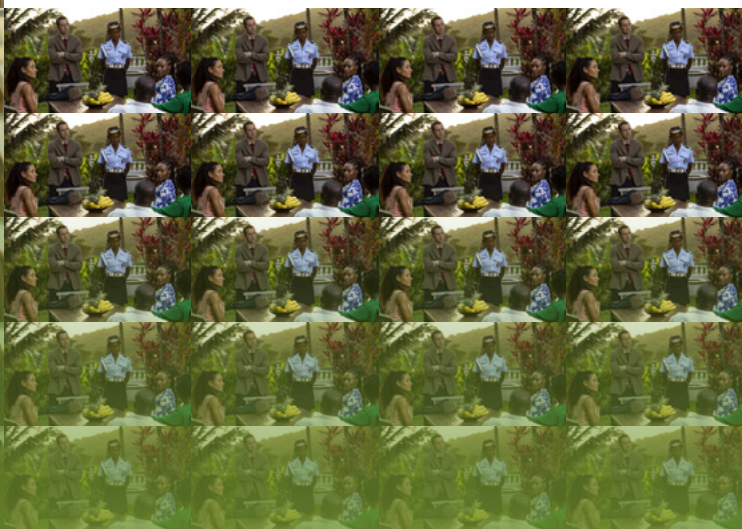
55,4 %

de soirées
de fiction française



22,1 %

de soirées de fiction
européenne (hors France)



19,9 %

de soirées
de fiction américaine



Remarques méthodologiques

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

Voir les remarques méthodologiques au début du chapitre 3.1 concernant le périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie.

La fiction, premier genre regardé à la télévision

En 2022, les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte et Chérie 25) diffusent 32 979 heures de fiction sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie (+2,8 % par rapport à 2021).

La fiction représente 20,9 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (+1,6 point par rapport à 2021) et 21,3 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (-0,8 point) sur l'ensemble de la journée. La fiction est ainsi le premier genre de programmes en termes de consommation de programmes télévisuels (cf. remarques méthodologiques chapitre 3.1). En 2022, les individus âgés de 4 ans et plus regardent, en moyenne, 201 heures de fiction par an sur les chaînes nationales gratuites, soit 33 minutes par jour. Ce temps d'écoute quotidien recule de 13,1 % par rapport à 2021 alors que l'offre progresse de 2,8 % sur la même période. Cette baisse apparaît encore plus marquée que celle de la durée d'écoute quotidienne globale de la télévision qui diminue de 6,8 % en 2022 (-15 minutes). Le volume horaire de fiction disponible diminue de 4,0 % sur les chaînes nationales historiques mais augmente de 5,7 % sur les chaînes TNT. Plus précisément, ce volume diminue de 0,8 % en première partie de soirée et augmente de 6,1 % sur le reste de la journée sur ces mêmes chaînes, pouvant expliquer la baisse de durée d'écoute de ce genre malgré une offre plus importante en journée.

En 2022, France 3 est le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée.

En 2022, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6 et Arte) consacrent 733 soirées à la fiction (-34 soirées par rapport à 2021), soit 33,2 % de l'ensemble de leurs soirées et le plus bas niveau depuis 2010 (751 soirées). Par rapport à 2021, l'offre de fiction diminue de 27 soirées sur M6, de 25 soirées sur TF1 et d'une soirée sur Arte. Elle augmente de 3 soirées sur Canal+, de 4 soirées sur France 2 et de 12 soirées sur France 3. L'offre de fiction atteint ainsi son plus bas niveau historique sur TF1 et M6. France 3 demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée devant France 2 et TF1.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2018	2019	2020	2021	2022
TF1	173	179	148	157	132
France 2	150	148	142	143	147
France 3	188	173	176	173	185
Canal+	99	102	97	93	96
M6	128	126	136	111	84
Arte	86	86	88	90	89
total	824	814	787	767	733

Source : CNC, Médiamétrie.

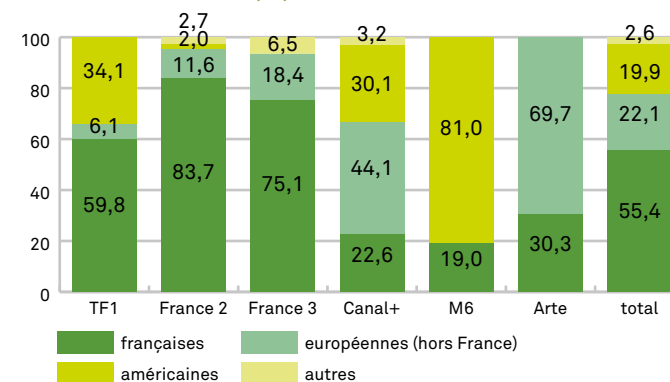
La fiction française occupe plus de la moitié des soirées dédiées à la fiction

En 2022, le nombre de soirées de fiction française augmente de 2,5 % par rapport à 2021 (406 soirées) alors que l'offre de fiction étrangère est en baisse de 11,8 % (327 soirées) dont -21,9 % pour la fiction américaine (146 soirées), +8,7 % pour la fiction européenne non française (162 soirées) et -45,7 % pour la fiction étrangère non européenne et non américaine (19 soirées). L'offre de fiction américaine atteint ainsi un nouveau point

bas. La fiction française constitue pour la seconde année consécutive plus de 50 % de l'offre de fiction en première partie de soirée. En 2022, la fiction française occupe 55,4 % des soirées dédiées à la fiction, contre 44,6 % pour la fiction étrangère, dont 22,1 % pour la fiction européenne non française, 19,9 % pour la fiction américaine et 2,6 % pour la fiction étrangère d'autres nationalités. L'évolution de l'offre de fiction selon la nationalité est liée aux lignes éditoriales des chaînes historiques. M6 est la chaîne proposant la plus grande proportion de fictions américaines, la baisse enregistrée par ces dernières en 2022 peut alors s'expliquer en partie par le choix de M6 de réduire le nombre de soirées consacrées à la fiction. France 2 et France 3 apparaissent comme les deux chaînes proposant le plus grand nombre de soirées dédiées à la fiction française. La hausse du nombre de soirées consacrées à la fiction sur ces chaînes, et notamment sur France 3, peut alors expliquer l'augmentation de la part de la fiction française en 2022.

Sur dix ans, l'offre de fiction américaine en première partie de soirée baisse de 58,9 %.

Répartition des soirées de fictions par chaîne selon la nationalité en 2022 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

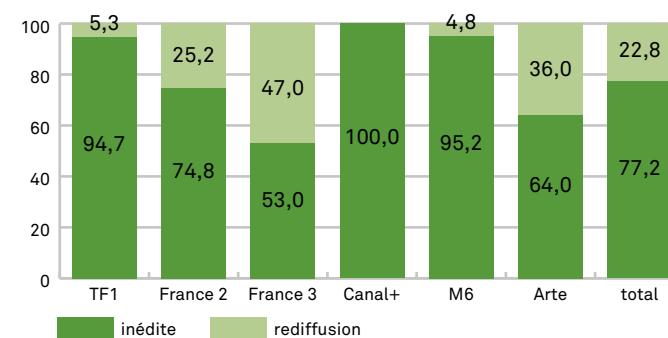
Le nombre de soirées consacrées à des fictions françaises inédites est à son plus haut niveau

Le nombre de premières parties de soirées consacrées à la fiction inédite (téléfilms, épisodes de séries et de feuilletons) sur les chaînes nationales historiques baisse de 8,0 % par rapport à 2021 (+7,7 % pour la fiction française et -20,4 % pour la fiction étrangère, soit 293 fictions françaises et 273 fictions étrangères en 2022) alors que le nombre de fictions en rediffusion augmente de 9,9 % (+1,6 % pour la fiction française et +46,4 % pour la fiction étrangère, soit 126 fictions françaises et 41 fictions étrangères en 2022). Le nombre de fictions françaises inédites atteint son plus haut niveau alors que l'offre en fiction étrangère inédite est à son plus bas niveau depuis 2010.

En 2022, la fiction inédite constitue 72,4 % de l'offre totale de fiction des chaînes nationales historiques en volume horaire en première partie de soirée (-1,7 point par rapport à 2021), soit 566 soirées consacrées à la fiction inédite et 167 soirées de rediffusions en 2022. La part de l'inédit augmente pour la fiction française mais diminue pour la fiction étrangère. En 2022, 82,9 % du volume horaire de fiction étrangère diffusée en première partie de soirée est inédit (-7,2 points), contre 65,5 % du volume de fiction française (+3,0 points).

La répartition entre les programmes inédits et rediffusés dépend de stratégies distinctes entre les chaînes nationales historiques. TF1 ne propose en rediffusion que des fictions françaises en 2022 et uniquement pendant la période estivale, moment de l'année où la durée d'écoute par individu est la plus faible. Dans une stratégie similaire, la majorité des rediffusions de fictions de M6 sont également des fictions françaises, rediffusées en décembre durant la période des vacances de Noël. Arte propose davantage de fictions en rediffusion, françaises et européennes, dont une partie importante sont aussi diffusées au cours de l'été. France 2 consacre un quart de ses soirées fiction à des rediffusions, dont la grande majorité sont françaises. Enfin, France 3, chaîne proposant le plus grand nombre de soirées dédiées à la fiction, consacre près de la moitié de son offre à des programmes en rediffusion dont la majorité sont à nouveau des fictions françaises. Canal+, de son côté, ne consacre ses soirées fiction qu'à des programmes inédits.

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon leur statut en 2022 (%)

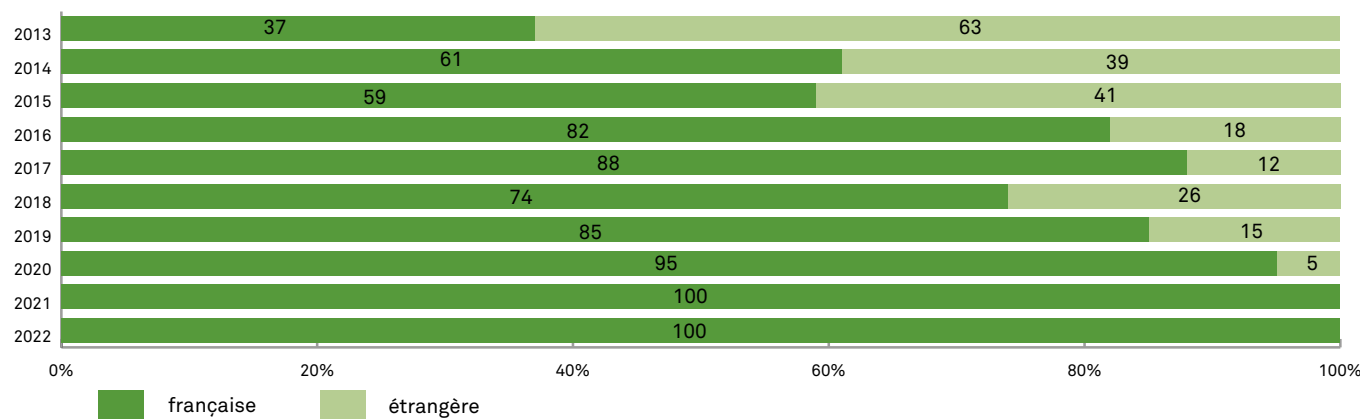


Source : CNC, Médiamétrie.

Les 100 meilleures audiences de fiction sont françaises pour la deuxième année consécutive

En 2022, les 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont intégralement enregistrées par des fictions françaises, comme cela était déjà le cas en 2021. La fiction française occupe pour la huitième année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction. En 2013, la fiction étrangère dominait ce palmarès avec 63 des 100 meilleures audiences de fiction et la fiction américaine était en tête du classement, notamment sur TF1, France 2 et M6.

Répartition des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée selon la nationalité (%)



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

Le premier épisode de la nouvelle saison de la série française *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1, enregistre la meilleure audience pour une fiction télévisuelle en 2022 avec 10,9 millions de téléspectateurs et se place ainsi en première position du palmarès des meilleures audiences de fiction à la télévision chez les 4 ans et plus. Les trois premières places du palmarès des meilleures audiences de fiction sont occupées par des créations originales françaises : *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1), *Capitaine Marleau* (France 2) et *Les Combattantes* (TF1).

La part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les chaînes nationales historiques. En 2022, la part d'audience moyenne de la fiction française en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 21,0 % sur TF1 (contre 14,3 % pour la fiction étrangère), 18,3 % sur France 3 (contre 12,8 %), 17,6 % sur France 2 (contre 14,7 %), 9,1 % sur M6 (contre 8,5 %), 4,4 % sur Arte (contre 3,7 %) et 1,7 % sur Canal+ (contre 0,8 %).

Palmarès des 10 meilleures audiences de fiction en première partie de soirée sur les chaînes historiques en 2022

titre	date de diffusion	chaîne	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
<i>HPI haut potentiel intellectuel*</i>	12/05/2022	TF1	10,9	44,5
<i>Capitaine Marleau*</i>	01/04/2022	France 2	7,2	30,7
<i>Les Combattantes*</i>	19/09/2022	TF1	7,0	27,9
<i>Menace sur Kermadec</i>	04/02/2022	France 2	7,0	32,2
<i>Balthazar*</i>	10/03/2022	TF1	6,9	28,3
<i>Alex Hugo en terre sauvage**</i>	01/11/2022	France 3	6,7	28,1
<i>Alex Hugo seuls au monde**</i>	25/01/2022	France 3	6,3	26,5
<i>Astrid et Raphaëlle*</i>	09/09/2022	France 2	6,3	29,4
<i>Alice Nevers le juge est une femme*</i>	10/02/2022	TF1	6,2	26,2
<i>Alex Hugo la fille de l'hiver**</i>	01/02/2022	France 3	6,0	27,1

* Seule la meilleure audience a été retenue pour les séries.

**Le programme *Alex Hugo* étant considéré comme une collection d'unitaires et non une série, plusieurs titres ont été retenus dans ce tableau.

Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2022, la série française *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1) enregistre la meilleure audience pour une fiction télévisuelle avec 10,9 millions de téléspectateurs pour le premier épisode de la saison 2.

Au total, 8 chaînes (sur les 18 étudiées qui diffusent de la fiction), dont toutes les chaînes historiques à l'exception d'Arte, réalisent leur meilleure audience de fiction avec une fiction française.

Les meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée par chaîne en 2022

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	inédit	télespectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>HPI haut potentiel intellectuel</i>	12/05/2022	France	inédit	10,9	44,5
France 2	<i>Capitaine Marleau</i>	01/04/2022	France	inédit	7,2	30,7
France 3	<i>Alex Hugo en terre sauvage</i>	01/11/2022	France	inédit	6,7	28,1
Canal+	<i>Le flambeau, les aventuriers de Chupacabra</i>	23/05/2022	France	inédit	1,3	5,5
France 5	<i>Parlement</i>	09/05/2022	Allemagne, France, Belgique	inédit	1,0	4,2
M6	<i>Scènes de ménages</i>	07/03/2022	France	inédit	4,1	17,1
Arte	<i>Meurtres à Sandhamn</i>	28/01/2022	Suède	inédit	1,7	7,8
C8	<i>Mongeville</i>	24/08/2022	France	inédit	1,7	10,1
W9	<i>FBI</i>	21/07/2022	Etats-Unis	inédit	0,8	5,0
TMC	<i>Yellowstone</i>	23/06/2022	Etats-Unis	inédit	0,9	5,4
TFX	<i>Sniper 6 ghost shooter</i>	30/01/2022	Etats-Unis	rediffusion	0,4	5,3
NRJ12	<i>Revolt</i>	19/01/2022	Royaume-Uni	inédit	0,9	4,2
CStar	<i>Big game</i>	04/05/2022	Etats-Unis	rediffusion	0,6	2,7
Gulli	<i>Un Noël en pain d'épice</i>	24/11/2022	Etats-Unis	rediffusion	0,5	2,6
TF1 Séries Films	<i>Section de recherches</i>	21/07/2022	France	rediffusion	1,0	7,3
6ter	<i>NCIS enquêtes spéciales</i>	21/01/2022	Etats-Unis	rediffusion	0,7	3,5
RMC Story	<i>New York police judiciaire</i>	31/12/2022	Etats-Unis	rediffusion	0,4	2,6
Chérie 25	<i>Comme un mauvais souvenir</i>	11/05/2022	France	rediffusion	0,9	4,5

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

3.4

La production audiovisuelle aidée

En 2022 : **4 005** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC
(-12,6 % par rapport à 2021)

1,5 Md€ de devis (-21,6 %)



206,7 M€ *

d'apports du CNC
(-20,5 %)

* Y compris compléments d'aides.



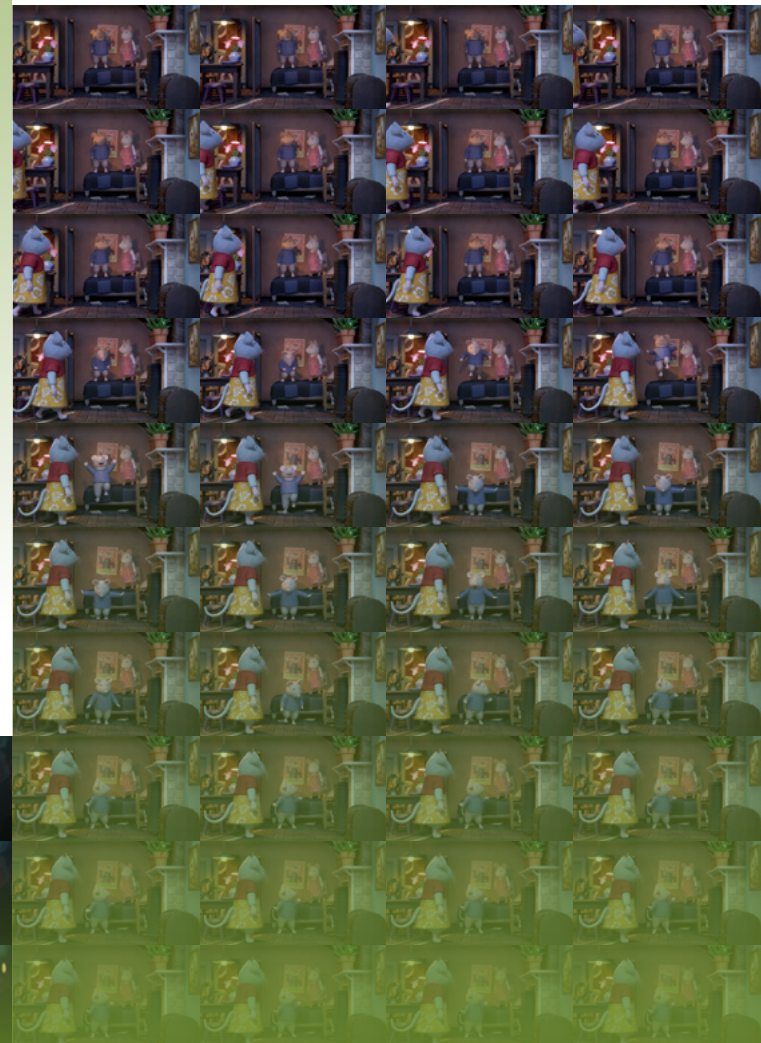
104,9 M€

d'apports étrangers
(-44,7 %)



777,7 M€

d'apports des diffuseurs
(-18,0 %)



Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production 2022 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2022. Ces données sont différentes de celles de l'Arcom (qui correspondent aux obligations des chaînes) pour deux raisons principales :

- les statistiques de l'Arcom portent sur les « œuvres audiovisuelles », concept plus large que les seuls programmes aidés par le CNC ;
- 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 l'Arcom.

4 005 heures de programmes audiovisuels aidés

En 2022, le CNC soutient la production de 4 005 heures de programmes audiovisuels français. En comparaison avec l'année 2021, année marquée par le tournage de projets n'ayant pu être réalisés en 2020 en raison de la crise sanitaire, ce chiffre fait apparaître une baisse de 12,6 % (-5,8 % par rapport à 2019). Les devis des programmes audiovisuels aidés par le CNC diminuent de 21,6 % à 1 502,7 M€. Les aides du CNC affichent une baisse légèrement moins importante que les devis (-20,5 %), et atteignent 206,7 M€, y compris compléments d'aides mais hors aides à la préparation. Les investissements des diffuseurs baissent de 18,0 % à 777,7 M€. En 2022, la fiction reste le genre le plus soutenu par le CNC avec 79,5 M€ (-22,8 % par rapport à 2021), devant le documentaire à 65,5 M€ (-4,2 %), l'animation à 32,9 M€ (-43,3 %), la captation audiovisuelle de spectacle vivant à 26,1 M€ (-2,6 %) et le magazine d'intérêt culturel à 2,7 M€ (-28,7 %). En 2022, les chaînes nationales gratuites apportent 80,6 % des investissements totaux des chaînes de télévision (pour 69,1 % des heures commandées), contre 83,8 % en 2021 (68,2 % des heures commandées). Parmi ces diffuseurs, les chaînes de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) occupent une place toujours restreinte. Elles représentent 3,3 % des apports globaux des diffuseurs et sont à l'ini-

tiative de 5,9 % des heures aidées (respectivement 2,3 % et 4,9 % en 2021). Les chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) commandent 16,8 % des heures aidées et totalisent 12,3 % de l'ensemble des apports des diffuseurs en 2022 (respectivement 17,3 % et 11,9 % en 2021). Les services en ligne représentent 6,3 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée (3,5 % en 2021) et commandent 6,7 % des heures aidées (6,5 % en 2021). La contribution des chaînes locales dans le financement de la production audiovisuelle aidée par le CNC est stable, à 0,8 % de l'ensemble des apports des diffuseurs comme en 2021. Elles sont à l'origine de 7,4 % des heures aidées par le CNC (8,0 % en 2021).

Les financements en provenance de partenaires étrangers s'établissent à 104,9 M€, en baisse de 44,7 %. Ils augmentent en spectacle vivant (+7,8 %) ainsi qu'en documentaire (+5,7 %) et affichent une baisse sensible en fiction (-54,5 %) et plus modérée en animation (-5,6 %).

Production audiovisuelle aidée

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
durée (heures)	5 427	4 828	4 943	4 864	4 873	4 716	4 251	3 756	4 582	4 005
devis (M€)	1 552,2	1 436,4	1 386,3	1 584,9	1 536,7	1 552,1	1 604,8	1 511,9	1 917,0	1 502,7
diffuseurs (M€)	862,6	793,3	784,0	862,8	812,9	836,3	850,3	764,7	948,1	777,7
aides du CNC¹ (M€)	251,0	224,9	227,0	258,1	258,2	255,6	241,4	207,6	259,9	206,7
apports étrangers (M€)	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	189,8	104,9

¹ Y compris compléments d'aides mais hors aides à la préparation.
Source : CNC.

Le CNC soutient la production de 4 005 heures de programmes audiovisuels français en 2022.

La fiction

Maintien au-dessus des 1 000 heures de fiction aidées

En 2022, le volume de fiction diminue de 17,6 % par rapport à 2021 à 1 083 heures, le deuxième plus haut niveau historique après le niveau record de 2021 (1 314 heures). Les devis de fiction baissent de 21,4 % à 870,3 M€, soit un niveau proche de celui de 2019 (-2,2 %). Le coût horaire moyen de la fiction aidée recule de 4,6 % à 803,4 K€, plus bas niveau de la décennie après 2018 (800,8 K€). Toutefois, le poids croissant des feuilletons dans la production, dont les devis sont relativement faibles (403,7 K€ par heure en 2022), entraîne une baisse du coût horaire global. Hors feuilletons, le coût horaire des fictions aidées se maintient à un niveau élevé, à 1 182,7 K€ (-0,5 % par rapport à 2021). L'apport horaire moyen du CNC (y compris compléments) recule de 6,3 % à 73,4 K€. La fiction représente 27,0 % du volume total des programmes audiovisuels aidés par le CNC en 2022, contre 28,7 % en 2021.

Essor des investissements des plateformes dans la production indépendante

En 2022, si les financements français pour la fiction reculent de 19,1 % par rapport à 2021 à 837,4 M€, ils demeurent à un niveau supérieur à la moyenne sur 10 ans (765,1 M€). Les financements étrangers diminuent de 54,5 % à 33,0 M€, après avoir atteint en 2021 leur plus haut niveau depuis 2000 (première année des statistiques détaillées).

En 2022, la contribution des diffuseurs à la production des programmes de fiction recule de 17,8 % par rapport à 2021 à 538,6 M€. Leur apport horaire est cependant stable sur un an à 497,2 K€ (498,7 K€ en 2021), à un niveau qui reste faible au regard de la décennie, en lien avec le développement des feuilletons : sur la période 2013-2022, celui-ci s'élève en moyenne à 563,5 K€. Après avoir atteint son plus bas niveau en 2021 depuis 2000 (première année des statistiques détaillées), la part des diffuseurs repart légèrement à la hausse en 2022 à 61,9 % (+2,7 points). Suite à la mise en œuvre du dispositif expérimental Fonds sélectif plate-

formes (FSP), les plateformes étrangères ont augmenté leurs investissements dans la production déléguée indépendante, avec 44,1 M€ en préachats en 2022 contre 2,7 M€ en 2021. Hors plateformes étrangères, la part des diffuseurs historiques atteint son plus bas niveau, à 56,8 %. Le groupe France Télévisions reste le premier commanditaire de fiction (531 heures en 2022) et également son premier financeur (252,9 M€), devant le groupe TF1 (402 heures pour 149,7 M€). Les plateformes viennent désormais concurrencer le groupe Canal+ en termes d'apport horaire (respectivement 2 158,7 K€ et 1 139,1 K€). La part des diffuseurs tend à diminuer depuis 2015 (72,4 %), tandis que la part des producteurs augmente progressivement (9,0 % du financement total en 2015, contre 19,4 % en 2022). La contribution des producteurs est malgré tout en baisse de 20,1 % à 168,9 M€ en 2022, à un niveau toujours élevé au regard des dix dernières années (113,6 M€ en moyenne) mais qui sera, en partie, couverte par le crédit d'impôt audiovisuel (non connu au moment du

dépôt de la demande d'aide). Les apports du CNC (y compris compléments) reculent de 22,8 % à 79,5 M€ en 2022, un niveau légèrement inférieur à celui observé sur la dernière décennie (82,9 M€ en moyenne par an). La part de ces apports dans le financement de la fiction est stable, à 9,1 % (9,3 % en 2021).

En 2022, la part des apports étrangers dans le financement de la fiction recule de 2,8 points par rapport à 2021 à 3,8 %. Les apports en coproduction diminuent de 50,3 % à 13,4 M€, contre une moyenne de 21,3 M€ sur les dix dernières années. Les préventes (y compris minimums garantis) sont également en recul après avoir atteint un record en 2021. Elles s'établissent à 19,6 M€ (-57,0 %), soit un niveau en ligne avec la moyenne des 10 dernières années (19,0 M€). Le volume horaire total des programmes bénéficiant d'un financement étranger recule de 12,1 %. 613 heures de fiction sont financées avec des partenaires étrangers en 2022, soit 56,5 % du volume horaire total de fiction (697 heures, soit 53,0 % en 2021).

Les chiffres clés de la fiction

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
volume horaire (heures)	782	748	743	897	871	995	1 040	930	1 314	1 083
devis (M€)	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3
coût horaire (K€/heure)	909,5	958,3	859,3	868,6	826,5	800,8	855,9	886,2	842,6	803,4

Source : CNC.

En 2022, la part des diffuseurs historiques dans le financement de la fiction s'établit à 56,8 % des devis et celle des plateformes étrangères à 5,1 %.

Les séries, 85 % du volume de fiction aidé

En 2022, les séries composent 84,2 % du volume de fiction aidée par le CNC (-2,6 points par rapport à 2021 et +1,2 point par rapport à la moyenne 2013-2022), contre 15,7 % pour l'ensemble de la production unitaire, y compris les collections et courts métrages. Les feuilletons constituent le premier format de fiction avec 48,7 % du volume total, soit le plus haut niveau enregistré (44,0 % en 2021, précédent record), devant les séries de 52 minutes, les séries de format court, les unitaires, les collections et les séries de 26 minutes.

En matière de devis, les séries de 52 minutes concentrent 34,3 % du total, soit le niveau le plus bas de la décennie, devant les feuilletons (24,5 %, niveau le plus élevé depuis l'arrivée des feuilletons) et les unitaires (17,2 %, dans la fourchette haute de la décennie).

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
financements français	683,8	671,9	619,2	727,7	691,1	767,8	852,5	765,2	1 034,7	837,4
producteurs français	78,2	69,8	57,2	80,6	85,4	104,6	133,0	147,1	211,5	172,1
préventes en France	5,7	15,8	10,2	8,5	7,5	10,2	17,5	8,2	23,6	14,1
diffuseurs	500,9	483,9	462,5	536,0	491,5	534,4	583,7	511,9	655,3	538,6
SOFICA	2,0	2,5	1,1	2,3	1,5	3,2	2,3	1,7	2,3	5,3
CNC	74,9	68,4	65,4	80,6	76,9	83,6	83,3	74,7	99,7	75,1
compléments CNC ¹	6,1	3,5	2,5	2,7	4,6	8,0	7,9	3,0	3,3	4,4
autres	15,9	28,0	20,4	16,9	23,7	23,7	24,9	18,6	39,1	27,7
financements étrangers	27,1	45,3	19,6	51,2	28,8	29,2	37,6	58,9	72,4	33,0
coproductions étrangères	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9	26,9	13,4
préventes à l'étranger ²	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0	45,5	19,6
total des financements	710,9	717,2	638,9	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3

¹ Aides accordées après la première décision.

² Y compris minimums garantis.

Source : CNC.

L'animation

Baisse du volume d'animation aidé après une année 2021 particulièrement dynamique

En 2022, le volume de production d'animation s'établit à 221 heures et diminue de 38,1 % par rapport à 2021, une année qui avait été particulièrement dynamique avec un pic du volume à 357 heures. Entre 2013 et 2022, le volume annuel moyen de production d'animation s'établit à 307 heures.

La production d'animation, marquée par des cycles de production de deux ou trois ans, connaît généralement des variations annuelles importantes. La baisse du volume de production entre 2021 et 2022 s'explique également par le développement de nouveaux programmes avec un plus faible nombre d'épisodes. Ces 221 heures représentent ainsi 50 programmes, un niveau proche de celui observé en 2019 (52 programmes), mais seulement 1 618 épisodes (-13,8 % par rapport à 2019) ; outre le nombre plus limité d'épisodes, la production 2022 se caractérise par un poids important des séries courtes, de moins de 8 minutes, à 40,2 % des heures aidées en 2022 (50,0 % des programmes), contre 28,7 % en 2019 (42,3 % des programmes), ce qui se traduit par un volume horaire moins important.

A noter que le marché de l'animation reste pour autant dynamique en France en 2022, porté par la croissance du nombre de productions exécutives venues élarger au crédit d'impôt international et qui sollicitent le tissu productif local : 19 programmes en 2022 (13 commandés par les plateformes mondiales), en hausse de 26,7 % par rapport à 2021 et de 58,3 % par rapport à 2019.

En 2022, en cohérence avec la baisse du volume de la production aidée (-38,1 %), le montant des devis des programmes d'animation diminue de 42,0 % par rapport à 2021 à 182,3 M€. En parallèle, le coût horaire de l'animation atteint 824,9 K€, en baisse de 6,3 % par rapport

à 2021 mais à un niveau qui reste très supérieur à la moyenne des dix dernières années : 744,8 K€ entre 2013 et 2022.

En 2022, les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation s'élèvent à 138,2 M€ (-38,1 % par rapport à 2021). Ils représentent 75,8 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (71,0 % en 2021). Depuis 2008, la part des financements français est toujours supérieure à 70 %.

Les apports des producteurs français reculent proportionnellement à la baisse des devis, à 41,1 M€ (-39,0 % par rapport à 2021), soit 22,6 % du montant total des devis (21,4 % en 2021).

La contribution des diffuseurs diminue de 41,1 % à 39,8 M€, après une année 2021 où leurs apports étaient exceptionnellement élevés. A noter que ces derniers financent mieux les programmes qu'ils soutiennent

puisqu'ils apportent, en moyenne, 180,2 K€ par heure d'animation, en hausse par rapport à 2019 (166,5 K€) et troisième plus haut niveau de la décennie derrière 2021 (189,1 K€) et 2017 (180,4 K€).

L'apport total du CNC dans le financement des programmes d'animation s'élève à 32,9 M€ (58,0 M€ en 2021). Les aides du CNC couvrent 18,0 % des devis en 2022 (18,4 % en 2021). En 2022, l'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 148,7 K€ (162,2 K€ en 2021).

Les préventes en France s'établissent à 8,9 M€, en hausse de 38,8 % par rapport à l'année précédente (6,4 M€ en 2021). Cette hausse doit cependant être relativisée car elle est corrélée à des minimums garantis élevés, apportés par des structures de distribution intégrées aux sociétés de production pour 3 œuvres.

Les chiffres clés de l'animation

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
volume horaire (heures)	326	260	285	388	353	289	295	295	357	221
devis (M€)	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3
coût horaire (K€/heure)	654,3	684,8	633,7	660,1	761,9	726,7	805,2	829,7	879,9	824,9

Source : CNC

En 2022, le volume de production d'animation atteint 221 heures, un cycle bas de production lié à une conjonction de facteurs.

Plus de 40 % de formats courts de moins de 8 minutes en 2022

En 2022, les séries de 11 à 15 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (50,6 % du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes (40,2 %), les séries de 23 à 26 minutes (8,3 %) et les unitaires (0,9 %). Le volume horaire des séries de moins de 8 minutes est stable par rapport à 2021 (+0,6 % à 89 heures), soit 40,2 % des heures d'animation aidées en 2022 (24,7 % en 2021), une part en hausse sensible sur la décennie (19,9 % en 2013). Le volume des séries de 11 à 15 minutes (-50,6 % à 112 heures) et de 23 à 26 minutes (-41,2 % à 18 heures) baissent fortement après une année 2021 exceptionnellement concentrée sur les séries de 11 à 15 minutes (226 heures en 2021).

En 2022, l'apport horaire des diffuseurs sur l'animation atteint 180,2 K€, troisième plus haut niveau de la décennie.

Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
financements français	161,0	132,5	137,2	198,3	208,3	166,8	175,1	176,0	223,3	138,2
producteurs français	43,4	34,0	38,8	51,5	61,3	47,4	57,8	58,1	67,4	41,1
préventes en France	7,2	8,7	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3	6,4	8,9
diffuseurs	58,0	46,7	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7	67,6	39,8
SOFICA	3,8	2,2	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1	5,7	4,6
CNC	33,6	29,6	28,2	49,2	45,8	30,5	34,1	33,0	46,6	22,6
compléments CNC ¹	7,5	5,2	8,4	11,0	13,1	18,7	16,0	7,9	11,4	10,2
autres	7,6	6,0	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8	18,2	10,8
financements étrangers	52,1	45,6	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1	91,2	44,2
coproductions étrangères	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	44,1	23,6
préventes à l'étranger	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	47,0	20,6
total des financements	213,0	178,1	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3

¹ Aides accordées après la première décision.
Source : CNC

Le documentaire

Nouveau point bas à moins de 1 700 heures aidées de documentaire

Avec un total de 1 669 heures aidées en 2022, le volume de documentaires recule de 10,7 % par rapport à 2021. Après un léger rebond en 2021 lié à un effet de rattrapage des tournages qui n'avaient pas pu se faire en 2020, et malgré une stabilisation du périmètre de soutien du CNC au documentaire, le volume d'œuvres s'inscrit à nouveau dans la tendance baissière observée depuis 2014. En 2022, la part occupée par le documentaire dans le volume d'œuvres audiovisuelles aidées est cependant stable. Elle représente 41,7 % des heures totales de programmes audiovisuels aidés par le CNC, contre 41,1 % en 2021.

En 2022, les devis des documentaires reculent légèrement moins que le volume horaire, à 341,3 M€ (-7,3 %). Par conséquent, le coût horaire moyen prévisionnel progresse de 3,8 % à 204,5 K€, et constitue le deuxième plus haut niveau depuis 1994 (224,9 K€).

Des apports horaires en hausse des diffuseurs, des partenaires étrangers et du CNC

Les financements français destinés à la production de programmes documentaires sont en recul à 315,9 M€ en 2022 (-8,2 %). Les engagements des diffuseurs diminuent également (-8,6 %) à 152,7 M€ mais couvrent toujours près de la moitié (44,7 %) des devis totaux du genre (-0,7 point). L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 91,5 K€ (+2,4 % par rapport à 2021). En 2022, les apports des producteurs français reculent (-4,8 %), à 60,1 M€. Toutefois, la part des devis assumée par les producteurs (dont une partie est couverte par le crédit d'impôt audiovisuel, pour un montant inconnu au moment du dépôt du dossier) atteint 17,6 % en 2022, soit le plus haut niveau depuis 2005 (18,1 % et 15,7 % sur la période 2013-2022). Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaires s'élèvent à 65,5 M€, en très légère baisse en raison de la baisse des volumes (-4,2 %

par rapport à 2021). L'apport horaire du CNC, en hausse constante depuis 2012 à l'exception de 2021, est à nouveau en hausse, atteignant son plus haut niveau historique, 39,2 K€ en 2022 (+7,3 % par rapport à 2021). A titre de comparaison, cet apport horaire du CNC était en 2020 au plus haut notamment en raison de la mise en place des mesures d'urgences en réponse à la crise sanitaire.

Les financements français couvrent au total 92,6 % des devis des programmes documentaires aidés par le CNC en 2022 (93,5 % en 2021).

Les financements étrangers augmentent de 5,7 % par rapport à 2021 à 25,4 M€, retrouvant leur niveau d'avant-crise. 9,7 M€ sont investis au titre des préventes (+11,2 %) et 15,6 M€ au titre des apports en coproduction (+2,5 %). Si le montant des apports en coproduction atteint des niveaux déjà observés avant-crise, celui des préventes constitue le deuxième plus haut niveau de la décennie derrière 2016 (12,6 M€). En 2022, quatre programmes totalisent plus de 500 K€ de préachats étrangers, le plus haut niveau depuis 2007 (première année des statistiques) derrière 2016 (six œuvres).

Un meilleur financement du documentaire par les diffuseurs, à 91,5 K€ par heure en moyenne en 2022 (+2,4 % par rapport à 2021).

Les chiffres clés du documentaire

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
volume horaire (heures)	3 092	2 590	2 480	2 253	2 266	2 141	1 960	1 750	1 869	1 669
devis (M€)	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3
coût horaire (K€/heure)	158,3	153,9	165,0	179,9	175,4	181,9	185,0	200,2	197,0	204,5

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

Le documentaire de société, premier thème commandé par les diffuseurs

Les documentaires de société, historiques et sur les arts sont les trois thématiques les plus représentées au sein des heures aidées par le CNC. Toutefois, dans un contexte de baisse globale, le volume des commandes des diffuseurs recule sur ces trois thématiques en 2022. Le documentaire de société conserve sa prééminence avec 50,2 % du volume total du genre en 2022 (46,4 % en 2021) malgré un volume de commandes en léger recul : -3,4 % à 838 heures. Avec 71 heures commandées en 2022, Arte arrive en tête sur le segment, devant France 5 à 70 heures.

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
financements français	463,5	383,6	389,6	374,6	375,3	367,5	337,2	323,0	344,2	315,9
producteurs français	75,1	61,2	60,8	59,4	63,5	60,3	58,5	55,1	63,1	57,1
préventes en France	6,1	4,4	5,5	4,9	4,7	5,4	6,5	6,2	5,7	6,3
diffuseurs	243,0	204,3	209,7	204,6	195,3	189,2	168,2	157,9	167,0	152,7
SOFICA	0,9	0,9	1,3	0,9	0,7	0,8	0,4	0,5	0,5	0,5
CNC	92,5	79,6	81,9	75,8	77,6	76,7	71,0	66,6	68,2	62,4
compléments CNC ¹	3,1	0,6	0,8	1,9	2,1	0,7	1,6	0,6	0,1	3,1
autres	42,8	32,7	29,6	27,1	31,5	34,6	31,1	36,0	39,7	34,0
financements étrangers	26,0	15,1	19,4	30,6	22,3	21,9	25,4	27,5	24,0	25,4
coproductions étrangères	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6	15,2	15,6
préventes à l'étranger	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8	8,8	9,7
total des financements	489,5	398,7	409,0	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3

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

La captation audiovisuelle de spectacle vivant

Une nouvelle hausse du nombre d'heures aidées de spectacle vivant au sortir de la crise sanitaire

L'année 2022 est marquée par une levée globale des restrictions sanitaires imposées durant la crise du Covid-19, favorisant ainsi la reprise progressive des représentations de spectacles vivants. En 2022, le nombre d'heures aidées d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant continue de se redresser et progresse de 4,5 % par rapport à 2021 (+34 heures par rapport à 2021, et +262 heures par rapport à 2020) pour atteindre 776 heures. Les devis des œuvres aidées par le CNC diminuent de 7,0 % par rapport à 2021 à 93,3 M€, entraînant un net recul du coût horaire moyen à 120,3 K€ (-11,0 % par rapport à 2021). Les programmes de spectacle vivant représentent 19,4 % du total des heures de programmes aidés en 2022 (+3,0 points par rapport à 2021) et captent 13,7 % des aides audiovisuelles du CNC (+2,7 points).

En 2022, la participation des diffuseurs à la production d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant diminue de 9,9 % par rapport à 2021 à 36,8 M€. L'apport horaire des diffuseurs diminue ainsi à 47,4 K€ (-13,8 % par rapport à 2021). Pendant la crise sanitaire, l'apport horaire des diffuseurs au sein du financement des programmes de spectacle vivant avait atteint un niveau important notamment en raison de la volonté des diffuseurs de maintenir certaines œuvres dans un contexte de fermeture des salles de spectacle. En 2022, si leur apport horaire retrouve le niveau de 2019, leur taux de couverture des devis se maintient à un niveau élevé, à 39,4 % (40,7 % en 2021 et 36,7 % en 2019).

La participation des producteurs français augmente de 0,6 % en 2022 à 26,5 M€. Leur part dans les devis de production s'établit à 28,4 % (26,3 % en 2021).

Les subventions versées par le CNC (y compris les compléments d'aides) sont en légère baisse de 3,6 % à 25,8 M€

en 2022. La contribution du CNC au financement d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant atteint ainsi 27,6 % des devis en 2022 (26,7 % en 2021), soit un niveau similaire au début de la décennie (27,6 % en 2013). L'apport horaire du CNC s'élève, lui, à 33,3 K€ en moyenne (-7,7 % par rapport à 2021).

En 2022, les apports étrangers repartent à la hausse pour la première fois depuis quatre ans : +7,8 % à 2,4 M€. Leur part dans le total des devis s'établit à 2,5 % des financements totaux des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant (2,2 % en 2021). Les apports en coproduction sont en baisse, à 1,8 M€ (-11,1 % par rapport à 2021) tandis que les préventes à l'étranger sont en hausse, à 0,5 M€ (multipliées par 4). Au total, 88 heures de spectacle vivant font l'objet d'un financement étranger en 2022 (64 heures en 2021).

Les chiffres clés du spectacle vivant

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
volume horaire (heures)	793	976	1 082	954	1 033	939	693	514	742	776
devis (M€)	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3
coût horaire (K€/heure)	129,9	122,3	115,8	122,7	117,8	131,4	127,9	136,8	135,2	120,3

Source : CNC.

La réouverture des salles de spectacles entraîne une hausse du volume horaire aidé de spectacle vivant à 776 heures en 2022 (+4,5 % par rapport à 2021).

La variété / rock, premier genre de spectacle vivant en volume horaire en 2022

En 2022, la hausse du volume de production de programmes de spectacle vivant concerne en particulier la musique (564 heures, soit +9 heures par rapport à 2021) et notamment la variété / rock (+75 heures), qui devient ainsi le premier genre musical en volume avec 165 heures, devant l'opéra (+12 heures à 110 heures) et la musique classique (-66 heures à 109 heures). Les adaptations audiovisuelles de spectacles musicaux représentent ainsi toujours une très grande majorité des heures aidées avec 72,7 % du volume total en 2022 (74,8 % en 2021).

Parmi les autres genres de spectacle vivant, les enregistrements de théâtre progressent de 26 heures à 147 heures, et le volume de production de programmes de cirque progresse de 12 heures pour atteindre 18 heures.

Le cirque reste le genre de spectacle vivant le plus coûteux en 2022 à 145,2 K€ par heure de programme (-31,2 %), devant la danse à 144,4 K€ (+5,3 %) et la musique classique à 139,3 K€ (-3,3 %).

En 2022, le CNC soutient 564 heures de captations de spectacles musicaux.

Financement prévisionnel du spectacle vivant (M€)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
financements français	96,5	112,7	117,2	109,9	113,2	115,2	84,2	67,9	98,1	90,9
producteurs français	28,1	31,7	31,9	30,6	31,9	35,5	25,5	18,5	26,4	26,5
préventes en France	1,3	1,2	1,6	1,2	1,3	1,3	0,8	0,3	0,5	0,3
diffuseurs	35,9	42,4	46,0	42,3	42,8	43,0	32,5	28,7	40,9	36,8
SOFICA	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments ¹	29,3	35,4	36,4	34,2	34,9	33,5	24,1	18,7	26,8	25,8
autres	1,7	1,9	1,3	1,6	2,2	1,8	1,3	1,7	3,5	1,2
financements étrangers	6,6	6,7	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4	2,4	2,2	2,4
coproductions étrangères	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2	2,1	1,8
préventes à l'étranger	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2	0,1	0,5
total des financements	103,1	119,4	125,2	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3

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

Le magazine d'intérêt culturel

Baisse du nombre d'heures aidées en raison d'un plus faible nombre de dossiers déposés

Le CNC apporte un soutien exclusivement sélectif aux magazines d'intérêt culturel, après avis des commissions documentaire-magazine et des commissions spectacle vivant.

36 magazines bénéficient d'un soutien financier en 2022 (55 en 2021 et 51 en 2019). La baisse s'explique notamment par le volume de dossiers déposés auprès des deux commissions compétentes :

- 24 dossiers présentés en documentaire-magazine en 2022 contre 40 en 2021, d'où un nombre inférieur de dossiers soutenus (20 magazines soutenus en 2022 contre 31 en 2021) ;
- 19 dossiers présentés en spectacle vivant en 2022 contre 27 en 2021, d'où un nombre inférieur de dossiers soutenus (16 magazines soutenus en 2022 contre 24 en 2021).

En raison de la baisse du nombre de dossiers déposés, le volume de production aidée diminue à 256 heures (-14,3 % par rapport à 2021 et proche du niveau de 2019, 263 heures). Les devis de ces programmes aidés reculent également, de 42,6 % par rapport à 2021, à 15,4 M€, soit un coût horaire moyen de 60,0 K€ (-33,1 %).

Les subventions versées par le CNC, y compris compléments d'aides, sont en baisse à 2,7 M€ (-28,7 %), un niveau proche de celui observé en 2016 (2,5 M€). En moyenne, le CNC apporte 10,6 K€ par heure de programmes en 2022, contre 12,7 K€ en 2021 (-16,8 %) plus bas niveau depuis 2017 (9,1 K€ par heure). Le coût horaire des magazines aidés ayant baissé plus fortement, les aides publiques affichent un meilleur taux de couverture des devis : 17,6 % en 2022 (14,2 % en 2021 et 12,2 % en moyenne sur la décennie).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
volume horaire (heures)	434	254	353	372	350	353	263	267	299	256
devis (M€)	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	26,8	15,4
coût horaire (K€/heure)	82,4	90,8	91,5	73,9	81,9	92,4	99,1	82,3	89,7	60,0

Source : CNC.

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

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
financements français	35,7	23,0	32,2	27,3	28,6	32,5	26,0	21,9	26,8	15,4
producteurs français	5,1	3,8	5,0	4,7	4,6	5,4	4,1	3,1	4,3	2,2
préventes en France	0,4	-	0,1	0,2	-	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
diffuseurs	24,9	16,0	22,4	18,5	19,6	21,9	16,9	14,4	17,3	9,7
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC y compris compléments ¹	3,9	2,7	3,4	2,5	3,2	3,9	3,5	3,2	3,8	2,4
autres	1,4	0,6	1,3	1,4	1,2	1,3	1,5	1,2	1,3	0,8
financements étrangers	0,1	0,0	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0
coproductions étrangères	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-	0,0	0,0
préventes à l'étranger	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-	0,1	0,0	-
total des financements	35,8	23,0	32,3	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	26,8	15,4

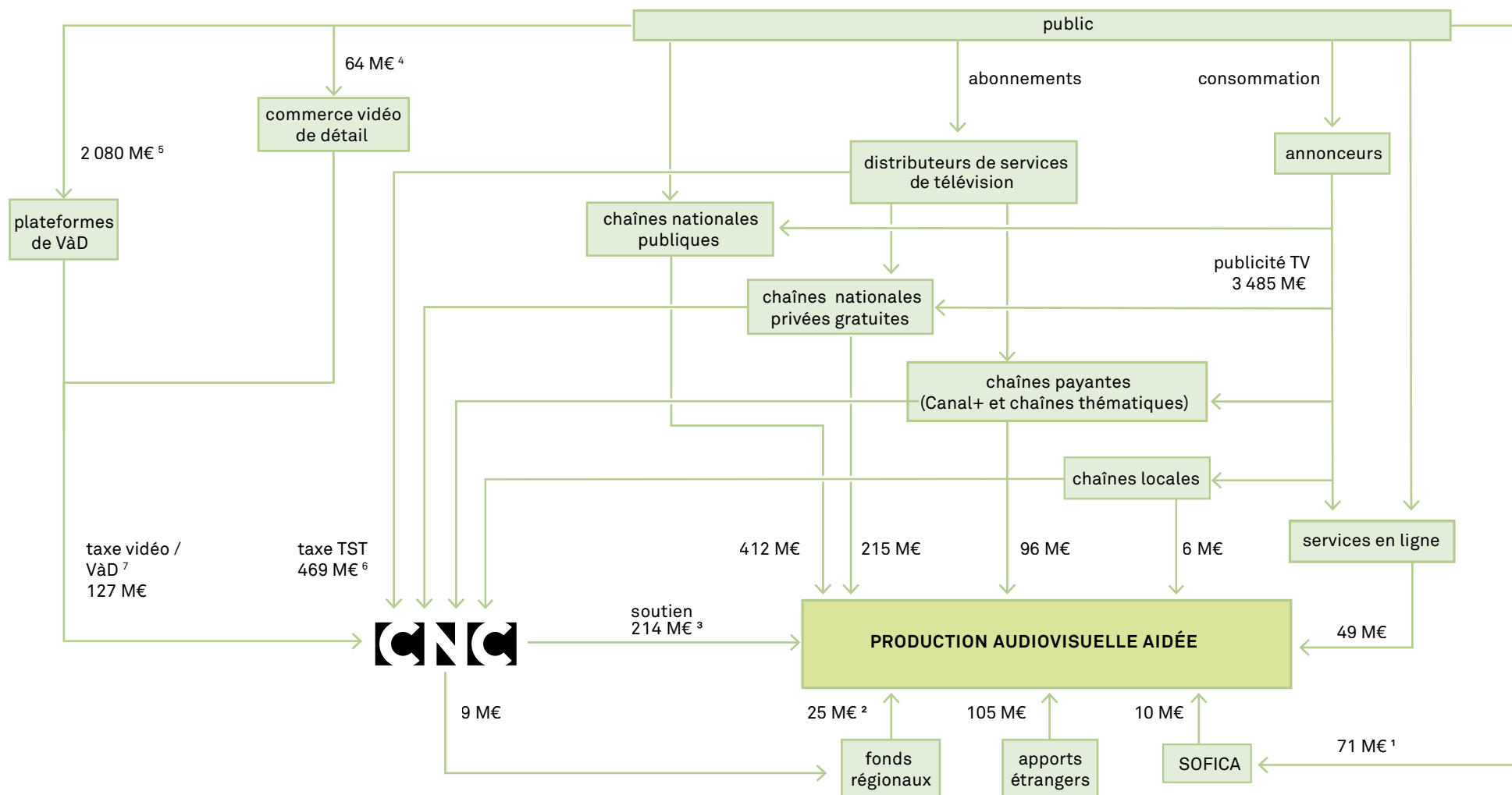
¹ Aides accordées après la première décision.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

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

- l'étude *La production audiovisuelle aidée 2022*

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2022 (M€)



¹ Montant agréé en 2021 pour des investissements en 2022 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle. ² Engagements 2022 des conventions triennales Etat / CNC / régions. ³ Soutien total du CNC : aides à la production (y compris compléments d'aides) + aides au développement ⁴ Ventes au détail de programmes hors film (TTC). ⁵ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en VàD. ⁶ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et des distributeurs de services de télévision. ⁷ Taxe sur le chiffre d'affaires en vidéo et VàD, toutes œuvres confondues.
Sources : Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant, magazine d'intérêt culturel).
Le marché publicitaire français en 2022 – IREP. Recettes du CNC exécutées en 2022. Baromètre vidéo CNC-GfK- AQQA.

3.5

La télévision de rattrapage

En 2022 : **6,5** milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage
(-11,0% par rapport à 2021 à périmètre constant)



3,7 milliards
de vidéos vues sur un appareil mobile *

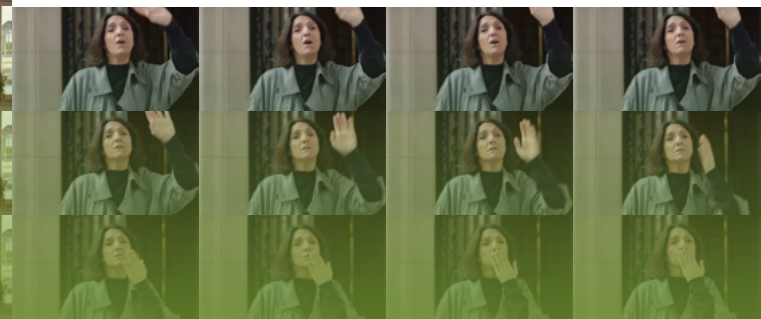
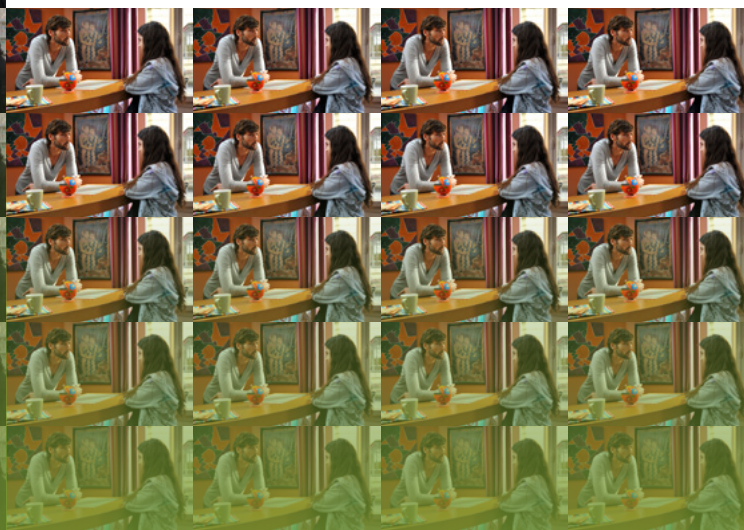


2,9 milliards
de vidéos vues sur un téléviseur *



1,4 milliard
de vidéos vues sur un ordinateur *

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



Remarques méthodologiques

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

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

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

- 6 chaînes nationales historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 (depuis 2011).

- 11 chaînes TNT / TNT HD : C8 (depuis octobre 2012), W9 (depuis 2011), TMC (depuis janvier 2012), TFX (depuis janvier 2012), France 4 (depuis 2011), CNews (depuis 2011), CStar (depuis octobre 2012), Gulli (depuis janvier 2014), TF1 Séries Films (depuis janvier 2014), 6ter (depuis janvier 2014), LCI (depuis 2011).

- 20 autres chaînes : Outre-mer 1ère, Paris Première (depuis 2011), Téva (depuis 2011), les six chaînes Ciné+ (Ciné+ Premier, Ciné+ Frisson, Ciné+ Emotion, Ciné+ Famiz, Ciné+ Club et Ciné+ Classic), Clique TV, Comédie+, Golf+, Infosport+, Piwi+, les trois chaînes Planète+ (Planète+, Planète+ CI et Planète+ A&E), Polar+, Seasons, Télétoon+ (depuis juin 2019).

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

Les programmes exclusifs ainsi que les avant-premières, qui n'ont pas été diffusés en linéaire, ne font pas partie du périmètre.

Le public de la télévision de rattrapage et ses usages sont mesurés, chaque mois, par Vertigo via un sondage en ligne auprès de 1 000 internautes âgés de 3 ans et plus depuis juin 2020. Entre janvier 2016 et juin 2020, Vertigo réalisait ce sondage auprès des internautes de 15 ans et plus. Jusqu'en décembre 2015, le public de la télévision de rattrapage était mesuré par Harris Interactive auprès de 1 200 internautes âgés de 15 ans et plus.

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

L'offre de TVR

Les chaînes en télévision de rattrapage disponibles sur tous les supports

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

Près de 40 % des programmes des chaînes nationales sont disponibles en rattrapage en décembre 2022

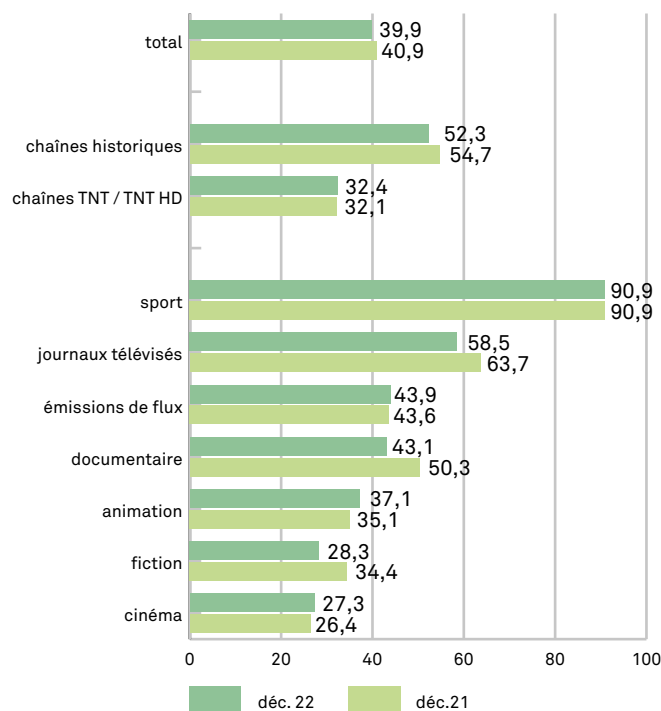
En décembre 2022, 39,9 % des programmes diffusés sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée sont disponibles en télévision de rattrapage, légèrement moins qu'en décembre 2021 (40,9 %). Cette proportion est plus élevée, à 52,3 %, pour les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte), contre 32,4 % pour les chaînes TNT / TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, LCP-AN / Public Sénat, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25).

La part des programmes de sport disponibles en TVR est plus élevée que celle des autres programmes à 90,9 %. La part des journaux télévisés disponibles en TVR est de 58,5 % tandis que celle des émissions de flux est de 43,9 %. Les programmes documentaires disponibles en TVR représentent 43,1 % de l'offre totale de programmes documentaires diffusées sur les chaînes nationales.

La part des films cinématographiques disponibles en TVR est quant à elle encore limitée, à 27,3 % en décembre 2022 contre 26,4 % en décembre 2021. Canal+ propose plus de la moitié des contenus de cinéma diffusés en TVR. En décembre 2022, 156 films de cinéma ont été proposés en télévision de rattrapage dont notamment 87 par Canal+ (55,8 % des films diffusés), 28 par Arte (18,0 %) et 10 par TF1 (6,4 %), contre 146 en décembre 2021.

Les programmes sportifs sont davantage disponibles en TVR après leur passage en linéaire.

Part des programmes disponibles en TVR¹ (%)



¹ Sur l'ensemble des programmes diffusés sur les chaînes nationales. Source : Plurimédia.

En décembre 2022, 9 035 vidéos sont disponibles en télévision de rattrapage (-4,2 % par rapport à décembre 2021). 56,7 % des vidéos sont disponibles pour une durée de 0 à 7 jours (56,4 % en décembre 2021) et 25,1 % pour plus de 30 jours (23,5 % en décembre 2021). 5 933 heures de programmes sont disponibles en télévision de rattrapage en décembre 2022 (-3,8 % par rapport à décembre 2021) dont 51,3 % pendant 0 à 7 jours (48,1 % en décembre 2021) et 28,9 % pour plus de 30 jours (27,6 % en décembre 2021).

Offre de TVR selon la durée de disponibilité

	nombre de vidéos		volume (heures)	
	déc. 2021	déc. 2022	déc. 2021	déc. 2022
0 à 7 jours	5 322	5 121	2 967	3 047
8 à 14 jours	515	460	408	335
15 à 30 jours	1 382	1 189	1 092	846
plus de 30 jours	2 216	2 265	1 703	1 706
total	9 435	9 035	6 170	5 933

Source : Plurimédia.

49,3 % des heures de programmes disponibles en télévision de rattrapage en décembre 2022 sont des émissions de flux, contre 47,6 % en décembre 2021. Ces programmes représentent 2 927 heures disponibles en décembre 2022.

Les films de cinéma ne représentent que 1,7 % des programmes disponibles et 4,6 % du volume horaire en décembre 2022. La fiction représente quant à elle 11,7 % des programmes disponibles et 18,3 % du volume horaire.

Offre de TVR selon le genre

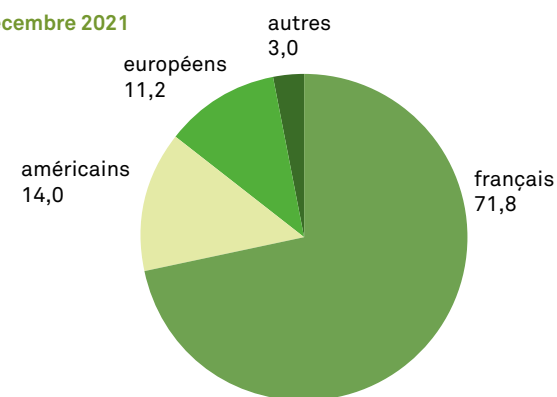
	nombre de vidéos		volume (heures)	
	déc. 2021	déc. 2022	déc. 2021	déc. 2022
animation	2 471	2 327	540	531
documentaire	976	819	873	804
fiction	1 364	1 053	1 234	1 087
cinéma	146	156	249	275
émissions de flux	3 576	3 847	2 938	2 927
journaux télévisés	832	783	222	215
sport	70	50	115	94
total	9 435	9 035	6 170	5 933

Source : Plurimédia.

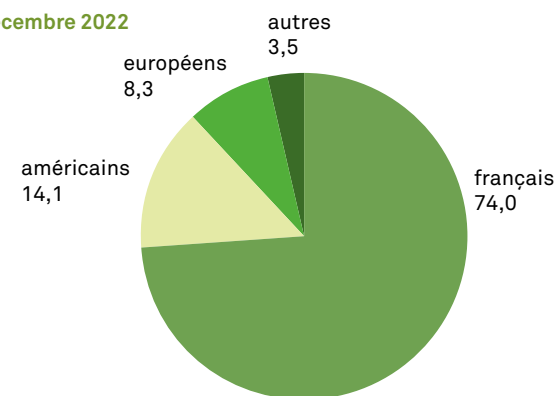
En décembre 2022, les programmes français, tous genres confondus, représentent 74,0 % de l'offre totale disponible en TVR (71,8 % en décembre 2021), les programmes américains 14,1 % et les programmes européens 8,3 %. La part des programmes français est largement moins importante en fiction (39,2 % des programmes de fiction disponibles en décembre 2022) et en cinéma (39,7 % des films disponibles). A l'inverse, les programmes étrangers et notamment les programmes américains sont mieux représentés : 47,3 % des fictions et 31,4 % des films disponibles.

Répartition des programmes disponibles en TVR selon la nationalité (%)

Décembre 2021



Décembre 2022



Source : Plurimédia.

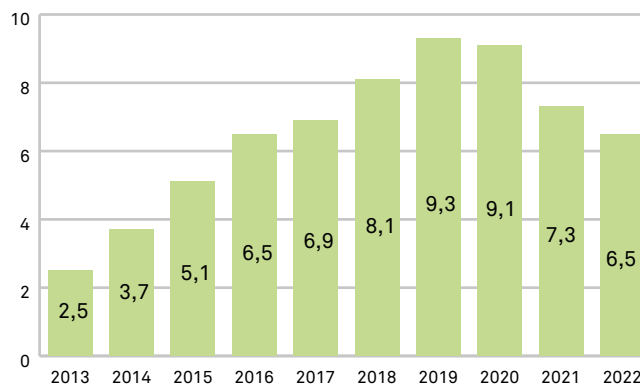
La consommation de la TVR

6,5 milliards de vidéos vues en télévision de rattrapage en 2022

En 2022, 6,5 milliards de vidéos sont visionnées en télévision de rattrapage (hors programmes exclusifs et avant-premières), contre 7,3 milliards en 2021. Le nombre de vidéos visionnées en TVR est en forte baisse (-11,0 % par rapport à 2021) et retombe au niveau de 2016. En 2022, 544,13 millions de vidéos sont visionnées, en moyenne, chaque mois en TVR (611,46 millions en 2021), soit 18,1 millions de vidéos vues en moyenne chaque jour (20,1 millions en 2021). La baisse de la consommation pourrait, en partie, s'expliquer par la concurrence de la vidéo à la demande par abonnement dont le taux de SVODistes quotidiens passe de 16,1 % au dernier trimestre 2021 à 17,5 % au dernier trimestre 2022, et de la plateforme de vidéos en ligne gratuite YouTube dont l'accès via les téléviseurs connectés est aujourd'hui facilité. Cette baisse peut également s'expliquer par la méthodologie. En effet, le périmètre ne prend pas en compte les programmes exclusifs et en avant-première disponibles sur les plateformes de TVR. Ils semblent pourtant séduire particulièrement le public et porter la consommation sur ces plateformes.

Plus de 18 millions de vidéos sont consommées en moyenne chaque jour en TVR.

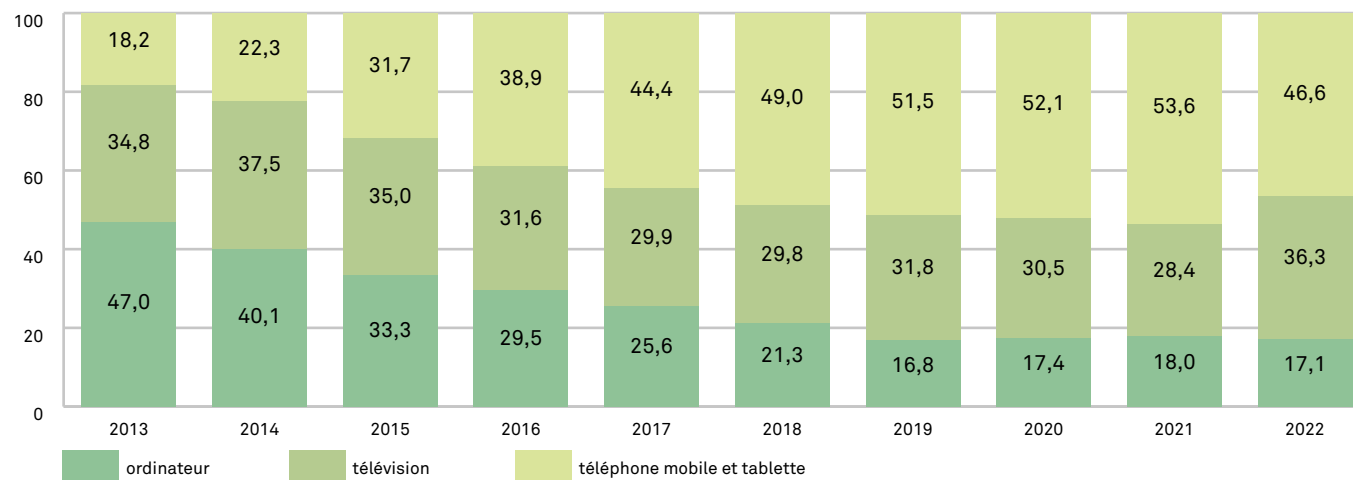
Consommation de TVR¹ (milliards de vidéos vues)



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

Une pratique nomade, les écrans mobiles totalisent près de la moitié de la consommation de télévision en ligne.

Consommation de télévision en ligne¹ selon le support² (%)



¹ Télévision en ligne = télévision de rattrapage + bonus + chaînes en direct sur les autres supports que la télévision. ² En nombre de vidéos visionnées. Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+. Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli.

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

Après trois années pendant lesquelles les écrans mobiles (téléphone et tablette) représentaient plus de la moitié de la consommation de télévision en ligne (qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision, en nombre de vidéos vues), en 2022, la part des écrans mobiles dans la consommation de télévision en ligne repasse sous la barre des 50 %. 3,7 milliards de vidéos sont ainsi visionnées sur un appareil mobile (dont 2,9 milliards sur un téléphone mobile et 0,8 milliard sur une tablette), 2,9 milliards sur un écran de télévision et 1,4 milliard sur un ordinateur. En 2022, les supports mobiles totalisent 46,6 % des vidéos vues (dont 36,1 % pour le téléphone mobile et 10,6 % pour la tablette), l'écran de télévision 36,3 % et l'ordinateur 17,1 %.

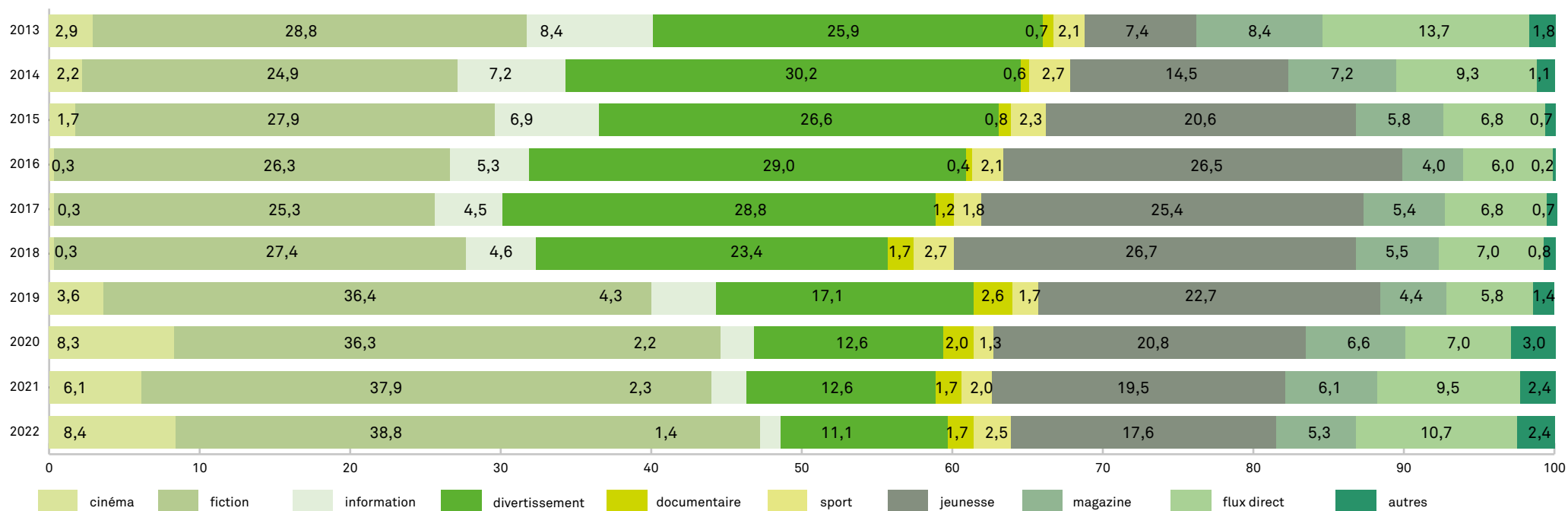
Depuis 2013, la part de consommation de TVR sur ordinateur chute et passe de 47,0 % à 17,1 % en 2022 (-29,9 points). A l'inverse, la part du mobile augmente : +28,4 points. La part du téléviseur est stable entre 2013 et 2022 (+1,5 point).

La fiction, genre le plus consommé devant les programmes jeunesse

En 2022, les programmes de stock (fiction, cinéma, documentaire et programmes jeunesse) composent 66,5 % de la consommation de télévision en ligne (qui inclut la télévision de rattrapage ainsi que les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision). Pour la cinquième année consécutive, la fiction est le genre de programmes le plus consommé (38,8 % des vidéos vues). La part de la fiction augmente en 2019 avec l'intégration des chaînes thématiques du groupe Canal+. Cette intégration semble également avoir un impact sur l'offre cinéma dont la part passe de 2,9 % en 2013 à 3,6 % en 2019 et à 8,4 % en 2022.

En 2022, les meilleures audiences mensuelles de la télévision en ligne sont réalisées par les feuilletons français *Demain nous appartient* et *Ici Tout Commence* pour le groupe TF1 et *Plus belle la vie* et *Un Si Grand Soleil* pour le groupe France Télévisions, par des séries pour le groupe Canal+ (notamment les créations originales de la chaîne comme *Le Flambeau*, *Désordres* et les séries américaines *Tokyo Vice*, *Halo*), par des divertissements pour le groupe M6 (*Les Cinquante*, *Le Cross*, *Le Reste du Monde*, etc.) et par des fictions pour les jeunes et des programmes d'animation pour Gulli.

Consommation de télévision en ligne¹ selon le genre² (%)



¹ Télévision en ligne = télévision de rattrapage + bonus + chaînes en direct sur les autres supports que la télévision.

² En nombre de vidéos visionnées.

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

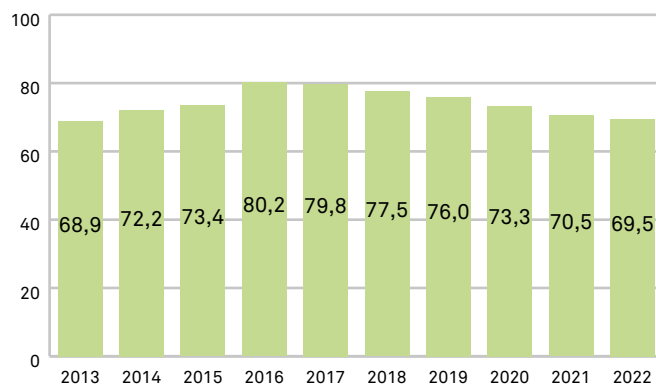
Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli.

Le public de la TVR

La pénétration de la TVR s'établit à 69,5 %

L'usage des services de télévision de rattrapage est largement répandu au sein de la population française. Cette pratique apparaît cependant en retrait pour la sixième année consécutive. En 2022, 69,5 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en TVR (tous supports confondus) au cours des 12 derniers mois (-1,0 point par rapport à 2021 et -6,5 points par rapport à 2019). Le recul de la pénétration de la TVR concerne presque toutes les tranches d'âges sauf les 3-14 ans pour lesquels la pénétration reste stable (+0,4 point par rapport à 2021). Ce recul apparaît toutefois plus marqué chez les 15-24 ans (-5,6 points). La démocratisation de la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) ainsi que les pratiques autour des réseaux sociaux et des jeux vidéo peuvent expliquer en partie cette baisse. En effet, le temps consacré aux loisirs n'étant pas extensible, les Français sont obligés de faire des choix. Selon Médiamétrie, 17,5 % des Français âgés de 15 ans et plus ont utilisé un service de VàDA au moins une fois par jour au dernier trimestre 2022, contre 16,1 % au dernier trimestre 2021 (+1,4 point). Selon Médiamétrie NetRatings, le taux de pénétration des réseaux sociaux est passé de 80,8 % en janvier 2020 à 91,1 % en décembre 2022.

Pénétration de la TVR¹ (%)



¹ Internauteurs utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

La pénétration de la TVR se réduit fortement chez les 15-24 ans.

Pénétration de la TVR selon l'âge¹ (%)

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
3-14 ans	-	-	-	-	-	-	-	-	69,3	69,7
15-24 ans	73,1	79,3	78,3	84,5	86,5	81,4	78,4	76,7	71,5	65,8
25-34 ans	77,0	78,5	79,0	83,0	83,7	80,6	76,3	72,4	68,5	67,6
35-49 ans	70,3	71,1	73,0	81,9	81,0	78,5	78,2	76,3	73,1	72,2
50 ans et plus	55,3	60,7	63,6	76,1	75,7	74,5	73,7	70,9	70,0	69,3

¹ Internauteurs utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

La majorité des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine

En 2022, 58,4 % des utilisateurs regardent des programmes en TVR au moins une fois par semaine, contre 61,3 % en 2021. La part des utilisateurs quotidiens recule (-1,3 point par rapport à 2021) et s'élève à 16,5 %. Cette pratique quotidienne est plus répandue chez les moins de 35 ans. En 2022, elle s'établit à 20,8 % pour les 3-14 ans, 20,0 % pour les 15-24 ans, 20,9 % pour les 25-34 ans, 17,6 % pour les 35-49 ans et 12,2 % pour les 50 ans et plus.

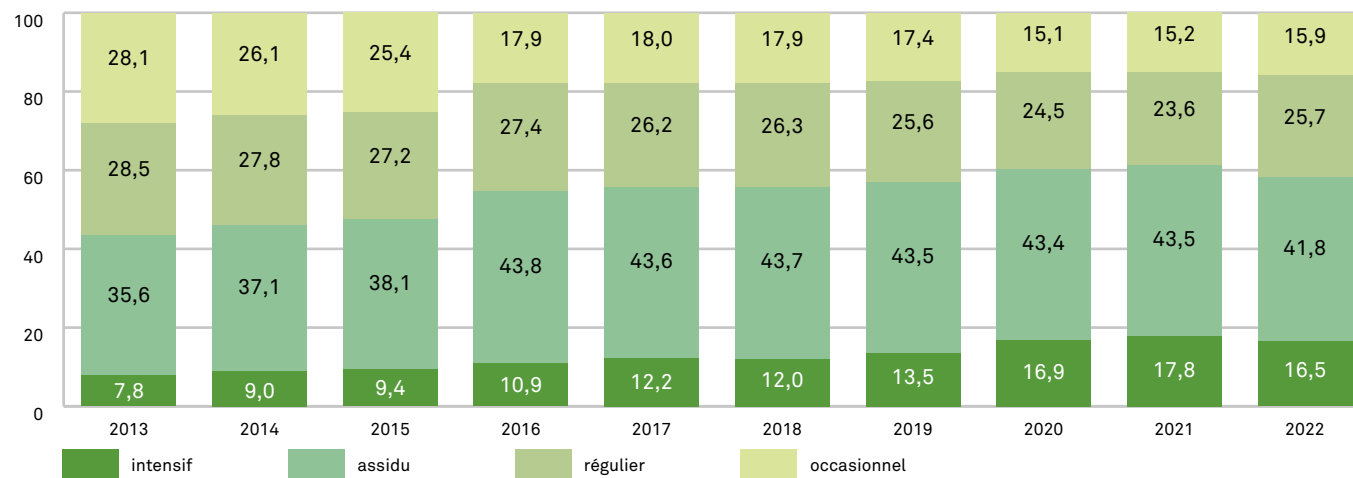
La part des utilisateurs assidus (qui regardent des programmes au moins une fois par semaine et moins d'une fois par jour) s'établit à 41,8 % (+1,7 point). Près des deux tiers des assidus ont plus de 35 ans (62,9 %). La proportion des utilisateurs réguliers (au moins une fois par mois et moins d'une fois par semaine) est en progression à 25,7 % (+2,1 points), ainsi que la proportion des utilisateurs occasionnels (moins d'une fois par mois) à 15,9 % (+0,7 point). 46,8 % des utilisateurs réguliers ont plus de 50 ans. Depuis 2013, la consommation de TVR a considérablement changé. La part des intensifs et des assidus progresse fortement, respectivement +8,7 points et +6,2 points.

Habitudes du public de la TVR selon l'âge en 2022¹ (%)

	3-14 ans	15-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50 ans et plus
intensif	20,8	20,0	20,9	17,6	12,2
assidu	47,7	31,5	38,7	43,0	42,9
régulier	21,3	24,6	23,4	23,4	29,4
occasionnel	10,1	23,9	17,0	16,0	15,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Internaute utilisateurs 12 derniers mois de 3 ans et plus.
Source : Vertigo.

Habitudes du public de la TVR¹ (%)



¹ Internaute utilisateurs 12 derniers mois (15 ans et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).
Source : Harris Interactive et, à partir de 2016, Vertigo.

chapitre quatre

VIDÉO, JEU VIDÉO ET INDUSTRIES TECHNIQUES

4.1

Le marché de la vidéo

En 2022 :

2,3 Md€ de ventes en vidéo

(+7,7 % par rapport à 2021)



2 079,8 M€

de ventes en vidéo à la demande

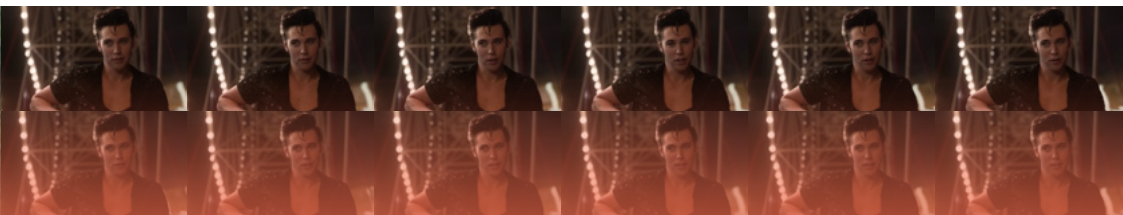
(+9,2 %)



234,9 M€

de ventes en vidéo physique

(-4,3 %)



Précisions méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, par correspondance et sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location.

Pour la vidéo à la demande, les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD), et par le CNC pour la VàD par abonnement notamment sur la base des données publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

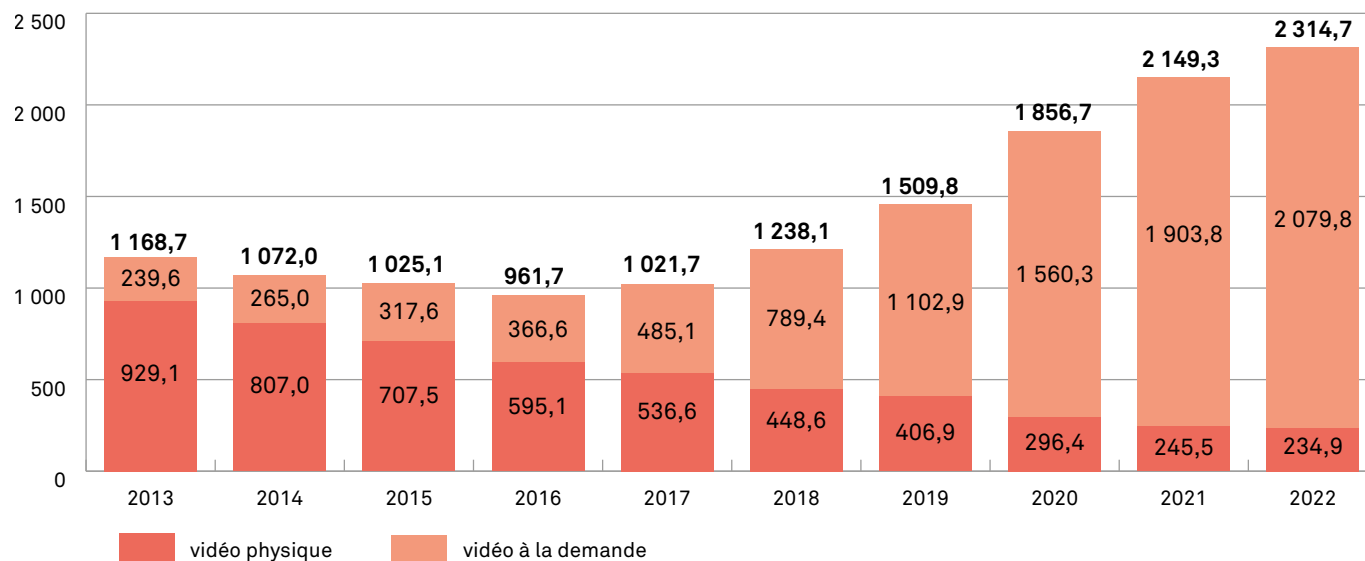
Le marché de la vidéo toujours au-dessus des 2 Md€

En 2022, les ventes totales de vidéo en France, qui comprennent les ventes de vidéo physique (DVD/Blu-ray, hors location) et de vidéo à la demande (paiement à l'acte et abonnement), augmentent de 7,7 % par rapport à 2021 à 2 314,7 M€. Elles sont en hausse pour la sixième année consécutive.

En 2022, le marché de la vidéo à la demande est presque multiplié par 2 depuis 2019.

Le marché de la vidéo s'est profondément transformé au cours des dix dernières années, en passant d'un marché dominé par la vidéo physique (79,5 % du marché en 2013) à un marché dominé par la vidéo dématérialisée (89,9 % du marché en 2022).

Marché de la vidéo par segment¹ (%)



¹ En valeur (TTC)
Source : CNC, AQOA, GfK.

4.2

La vidéo à la demande (VàD payante)

En 2022 :

2 079,8 M€

de dépenses des ménages en vidéo à la demande

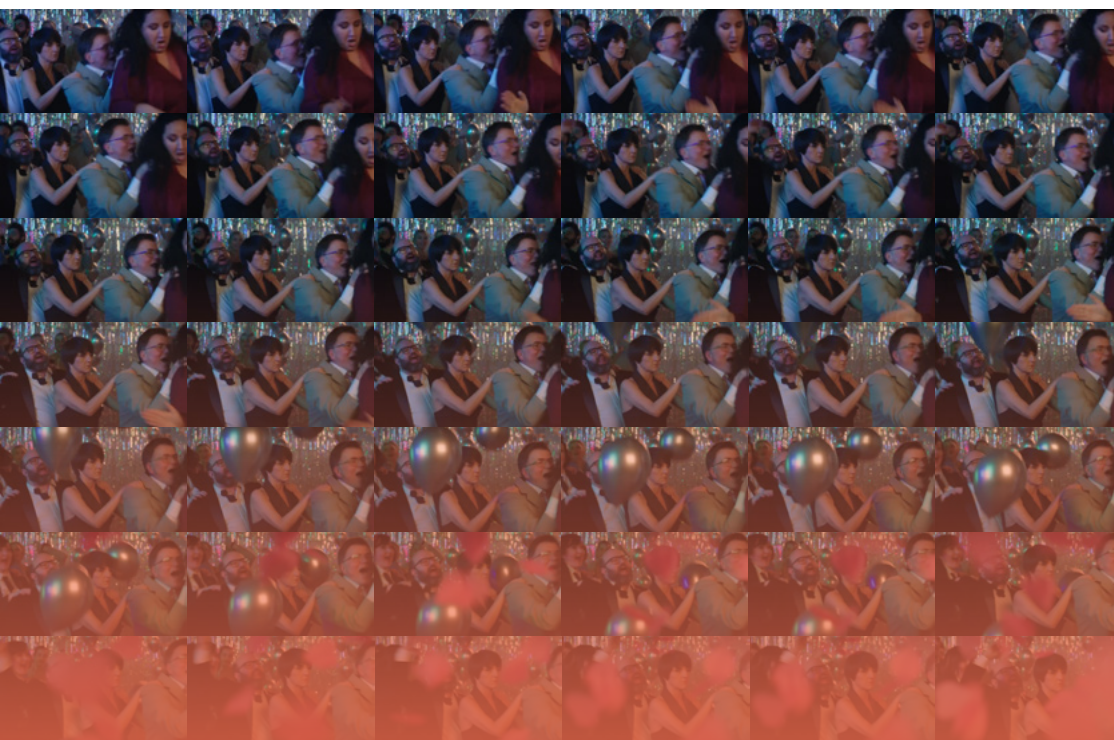
(+9,2 % par rapport à 2021)



1 834,0 M€

en abonnement

(+8,6 %)



245,8 M€

en paiement à l'acte

(+13,9 %)



Le marché de la VàD

Remarques méthodologiques

Vidéo à la demande transactionnelle

Les dépenses sont évaluées par AQOA pour la VàD à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD).

Les données en valeur s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Les références actives sont les programmes qui ont fait l'objet d'au moins une transaction en VàD à l'acte (location et vente) au cours de la période étudiée. Une référence correspond à un épisode.

La catégorie 'autres programmes' regroupe les programmes documentaires audiovisuels, les programmes de spectacles, de théâtre, de concerts et d'humour.

Vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

Les dépenses sont évaluées par le CNC pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sur la base notamment des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par la société Médiamétrie. L'analyse couvre 18 plateformes : Netflix, FilmoTV, Gullimax, Vidéo Futur, TFOU Max, SFR Play, Prime Video, OCS, Canal+ Séries, MyCanal, ADN, AppleTV+, Disney+, StarzPlay, Salto, Benshi, Shadowz et UniversCiné.

Usages de la VàD payante

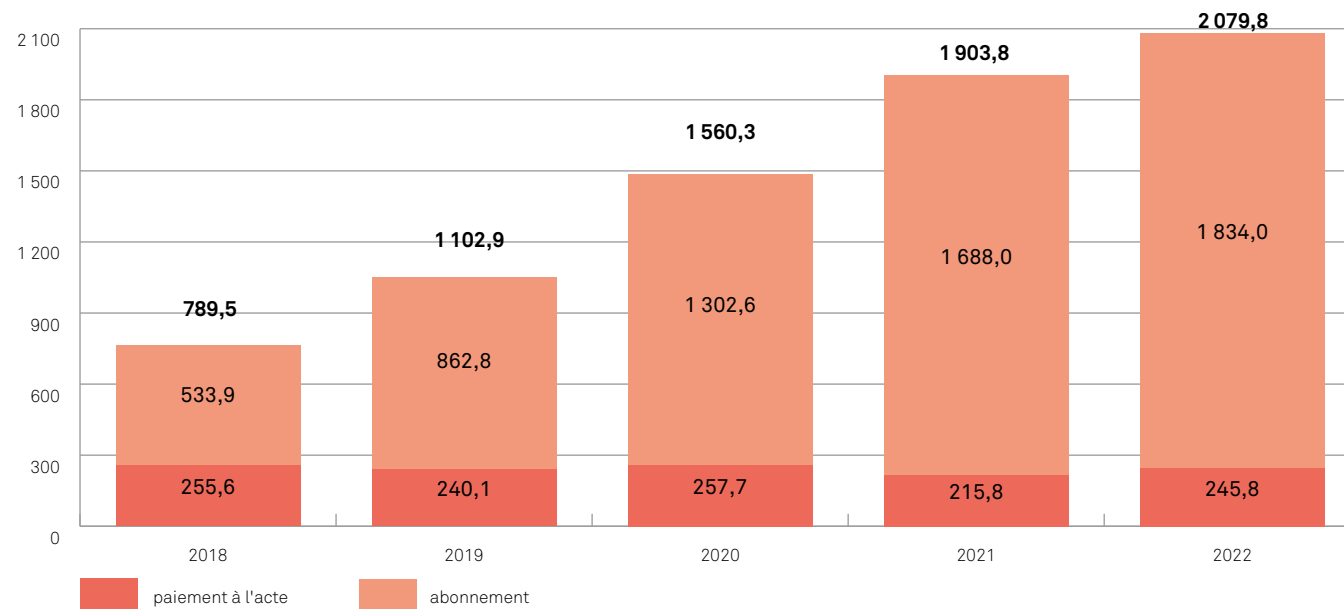
Les données sur l'usage de la vidéo à la demande en France sont issues d'une enquête sur internet administrée, à la demande du CNC, par la société Vertigo auprès de 1 000 individus âgés de 15 ans et plus chaque mois. Depuis juin 2020, l'enquête est administrée auprès des 3 ans et plus.

En 2022, le marché de la VàD payante en France est en croissance de 12,9 % par rapport à 2021.

Un marché de plus de 2 Md€ dominé par l'abonnement

En 2022, le marché de la VàD payante en France est estimé à 2 079,8 M€ par le CNC et AQOA, en progression de 9,2 % par rapport à 2021. Le chiffre d'affaires de la VàDA est, depuis 2017, plus élevé que celui de la VàD en paiement à l'acte. En 2022, la VàDA capte 88,2 % du marché de la VàD (88,7 % en 2021). En parallèle, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 7,8 % (7,4 % en 2021) et la part de marché de la vente à l'acte à 4,0 % (4,0 % en 2021).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction¹ (M€)



¹ Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC - AQOA (GfK - NPA Conseil avant 2018).

Les services de VàDA américains monopolisent le podium

Netflix conserve sa place de première plateforme de VàD payante en France, qu'elle occupe depuis 2017 ; le service a été lancé en France en 2014. En 2022, 62,7 % des consommateurs de VàD payante déclarent en effet avoir payé pour regarder des programmes sur ce service américain de VàDA. Pour la première fois depuis son lancement, la part des consommateurs de VàD utilisant Netflix est en léger recul (-0,9 point par rapport à 2021). Prime Video (+9,8 points à 45,9 %) progresse et conforte sa deuxième place du classement. Disney+ se maintient à la troisième place (32,7 %, +6,6 points). Orange VOD conserve la quatrième place du classement et sa place de leader de la VàD en paiement à l'acte.

Prime Video et Disney+ consolident leur deuxième et troisième places.

Classement des services de VàD payante (% des consommateurs)

rang	nom du service	type de service	2018	2019	2020	2021	2022
1	Netflix	VàDA	48,0	58,0	61,9	63,6	62,7
2	Prime Vidéo	VàDA / VàD	13,4	19,8	30,1	36,1	45,9
3	Disney+	VàDA	-	-	18,2	26,1	32,7
4	Orange VOD	VàD	23,6	20,9	19,0	16,6	21,1
5	Canal VOD	VàD	14,6	15,0	14,0	12,9	16,7
6	Canal+ Séries	VàDA	-	14,0	13,8	11,3	16,3
7	Arte VOD	VàD	12,0	12,9	14,8	14,5	14,5
8	Google Play	VàD	11,2	10,3	10,2	9,8	13,6
9	Cinéma[s] @ la demande	VàD	8,3	8,3	8,4	6,8	13,6
10	Wuaki/Rakuten TV	VàDA / VàD	4,6	5,1	8,4	7,1	13,1
11	iTunes	VàD	11,1	9,0	8,4	7,9	13,0
12	SFR Club Vidéo	VàD	8,9	7,3	7,2	7,2	12,9
13	Salto	VàDA	-	-	-	8,7	12,0
14	Filmo TV	VàDA / VàD	6,0	5,8	6,6	6,7	11,8
15	e-cinéma	VàDA / VàD	-	5,6	6,1	5,8	11,8
16	Capuseen	VàD	5,3	5,8	6,0	6,3	11,5
17	La Cinetek	VàD	5,0	4,2	4,4	5,7	11,4
18	Apple TV+	VàDA	-	9,1	8,3	8,8	9,2
19	TFOU MAX	VàDA	6,5	6,5	7,5	7,7	8,8
20	SFR Play	VàDA	10,4	8,9	10,3	8,2	8,2
21	ADN Anime Digital Network	VàDA	4,7	5,4	6,0	6,5	8,1
22	Gulli Max	VàDA	5,3	6,2	7,3	7,1	7,9
23	Vidéo Futur	VàDA / VàD	4,8	4,3	5,8	5,4	6,7
24	Starzplay	VàDA	-	4,9	5,2	6,3	6,7
25	Universciné	VàDA / VàD	4,7	4,3	5,1	5,4	6,6
26	Spicee	VàDA	-	1,4	5,3	5,4	6,6
27	Tènk	VàDA	4,8	4,4	4,9	5,0	6,1

Base : internautes de 15 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD payante sur la période étudiée (3 ans et plus à partir de juin 2020), soit 25,5 % des internautes de 15 ans et plus.

Périmètre : services de VàD payante avec au moins 6 % des consommateurs.

Lecture : en 2022, 62,7 % des utilisateurs des services de VàD payante déclarent avoir regardé au moins un programme sur Netflix. Le classement étant basé sur du déclaratif, la consommation de certaines plateformes qui proposent également du contenu en TVR (télévision de rattrapage) ou en AVoD (VàD financée par la publicité) peut, par conséquent, être surestimée.

Source : CNC - Vertigo.

La VàD en paiement à l'acte

Reprise du marché de la VàD à l'acte en 2022

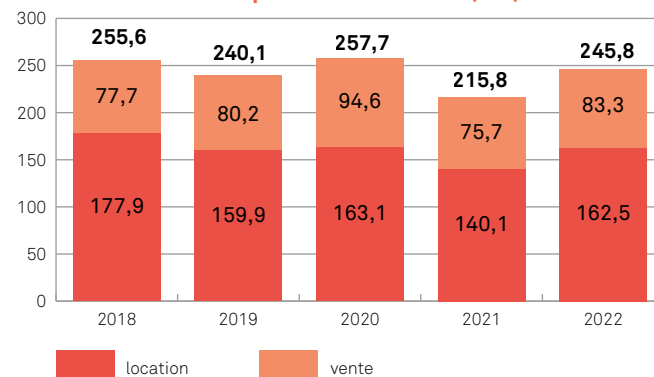
Selon AQOA, le marché de la VàD en paiement à l'acte (location et vente) progresse de 13,9 % en 2022 par rapport à 2021 à 245,8 M€ après une année de baisse exceptionnelle en 2021 (-16,3 %). Cette baisse était due au fait que ce marché est porté par le cinéma et que la fermeture des salles liée aux restrictions sanitaires avait asséché l'offre de films en VàD. La réouverture des salles le 19 mai 2021 a permis un retour des nouveautés sur le marché de la VàD en 2022.

La location à l'acte est en hausse de 16,0 % à 162,5 M€ et la vente à l'acte de 10,0 % à 83,3 M€. La location représente 66,1 % du marché de la VàD en paiement à l'acte (64,9 % en 2021), contre 33,9 % pour la vente (35,1 % en 2021). En 2022, le prix moyen d'une transaction en VàD s'établit à 4,15 € pour la location et à 9,90 € pour la vente, contre respectivement 3,67 € et 9,46 € en 2021.

43,8 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte est réalisé en TVIP (c'est-à-dire via les distributeurs de services de télévision), contre 56,2 % en OTT (c'est-à-dire directement par internet). L'équipement des foyers français en télévisions connectées est en hausse depuis plusieurs années pour atteindre 51,1 % en 2022. Pour la première fois, la majorité du chiffre d'affaires de la location et de la vente est enregistrée en OTT, à 52,7% pour la location et 61,8 % pour la vente.

Le marché de la VàD en paiement à l'acte s'établit à 245,8 M€ en 2022 (+13,9 %).

Marché de la VàD en paiement à l'acte¹ (M€)

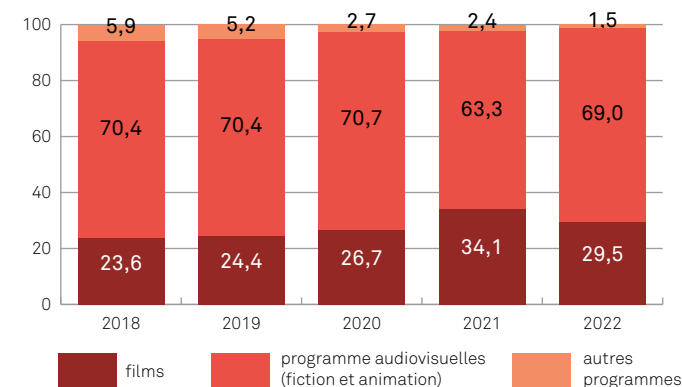


¹Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : AQOA.

Le film représente 84,4 % du marché de la VàD à l'acte

Le marché de la vidéo à la demande en paiement à l'acte (location et vente) est dominé par le film qui totalise 207,4 M€ de chiffre d'affaires (+17,9 % par rapport à 2021), contre 13,5 M€ pour les programmes audiovisuels (fiction et animation, -6,9 %). En 2022, le top 10 est uniquement composé de films. Les films représentent 84,4 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte (+2,9 points par rapport à 2021 et -3,9 points par rapport à 2019) et les programmes TV (fiction et animation) 5,5 % (-1,2 point par rapport à et -3,0 points par rapport à 2019). La part de marché du film s'établit à 86,0 % sur le segment de la location et à 81,3 % sur le segment de la vente. Les programmes TV (fiction et animation), eux, représentent 13,4 % du segment de la vente et 1,4 % de celui de la location. Cet écart entre la vente et la location s'explique notamment par une plus forte consommation des programmes pour adultes en location, ce qui diminue ainsi le poids des programmes audiovisuels.

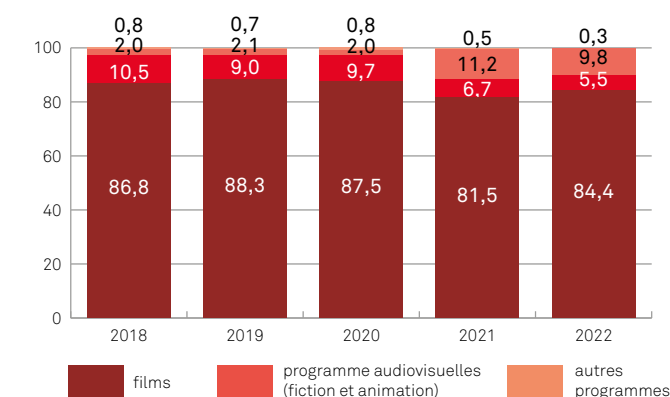
Structure de l'offre¹ de la VàD à l'acte selon le genre de programmes² (%)



¹ Location et vente, en chiffre d'affaires.

² Les programmes sont comptabilisés en nombre d'épisodes. Les DTV sont inclus dans la catégorie cinéma.
Source : AQOA.

Structure de la consommation en VàD à l'acte selon le genre de programmes¹ (%)



¹ Location et vente, en chiffre d'affaires. Les DTV sont inclus dans la catégorie cinéma.
Source : AQOA.

En 2022, 82 497 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes pour adultes), contre 75 989 en 2021 (+8,6 %) et 74 745 en 2019 (+10,4 %). 69,0 % des références actives sont des programmes audiovisuels (fiction et animation), 29,5 % des films (cinéma et DTV) et 1,5 % des programmes d'autres genres. La part des films dans l'offre active recule par rapport à 2021 (-4,8 points) mais reste supérieure à sa part en 2019 (+2,8 points).

En 2022, 46,4 % des références (tous genres confondus) sont actives en VàD à l'acte (location et vente) sur une seule plateforme (51,0 % en 2019), 18,7 % sur deux plateformes, 13,4 % sur trois plateformes, 8,0 % sur quatre plateformes et 13,4 % sur cinq plateformes ou plus. Le cinéma est le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur une seule plateforme s'établit à 24,1 % pour le cinéma, 55,7 % pour les programmes audiovisuels (fiction et animation) et 58,1 % pour les autres genres de programmes.

Les films américains représentent plus des deux tiers de la consommation des films en VàD à l'acte

En 2022, les films américains composent 67,9 % du segment du cinéma en VàD à l'acte en valeur (+12,2 points par rapport à 2021). La part de marché en valeur du cinéma américain retrouve ainsi son niveau d'avant-crise. Le titre le plus consommé en 2022 est un film américain : *Top Gun Maverick*. Huit films du top 10 film sont des films américains. 29,3 % des films vendus en VàD sont des films français (-11,8 points par rapport à 2021 et -8,2 points par rapport à 2019). Un seul film français apparaît dans le top 10 en 2022 : *Bac Nord*, contre 3 en 2021 et 2 en 2019.

Malgré la présence du film *Mourir peut attendre* au classement des films les plus consommés en VàD, la part de marché des films européens non français reste stable à 2,1 % (-0,5 point). Les films d'autres nationalités représentent 0,7 % des films vendus en VàD à l'acte (+0,1 point).

En 2022, la part de marché en valeur des 10 premiers films

en VàD à l'acte (location et vente) s'établit à 10,7 %. Elle atteint 17,1 % pour les 20 films les plus performants (23,5 % en 2021) et 21,7 % pour les 30 premiers films du palmarès (40,6 % en 2021). Le marché est moins concentré en 2022 qu'en 2021 mais plus qu'en 2019.

Plus de 82 000 références actives en VàD à l'acte en 2022 (+8,6 % par rapport à 2021).

L'offre cinéma en VàD à l'acte est composée de 23 313 références actives en 2022, contre 23 132 en 2021 (+0,8 % et +42,8 % par rapport à 2019). La forte progression du nombre de références actives cinéma entre 2019 et 2022 s'explique par l'arrivée de Prime Vidéo qui a lancé son service de VàD en France en 2020 avec un vaste catalogue de titres en location ou à l'achat ainsi que l'enrichissement des catalogues des services spécialisés tels qu'Universciné. En 2022, les films américains constituent 63,7 % des références actives de films (+4,4 points par rapport à 2021), contre 27,9 % pour les films français (-3,6 points).

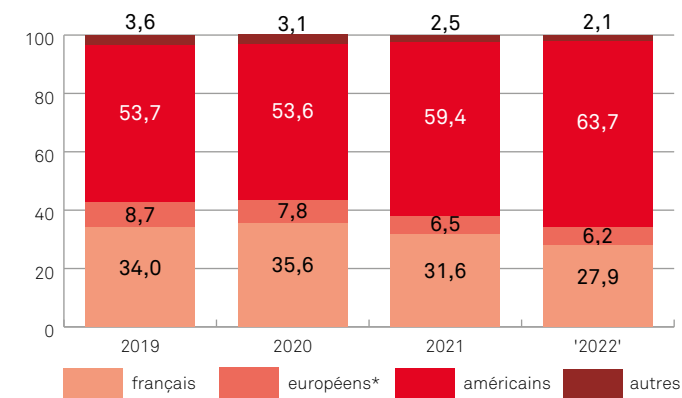
Part de marché des films les plus performants en VàD à l'acte¹ (%)

	2019	2020	2021	2022
top 10	8,1	7,8	9,5	10,7
top 20	12,7	19,9	23,5	17,1
top 30	16,3	35,6	40,6	21,7
autres	83,7	64,4	59,4	78,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Location et vente, en chiffre d'affaires. Source : AQQA.

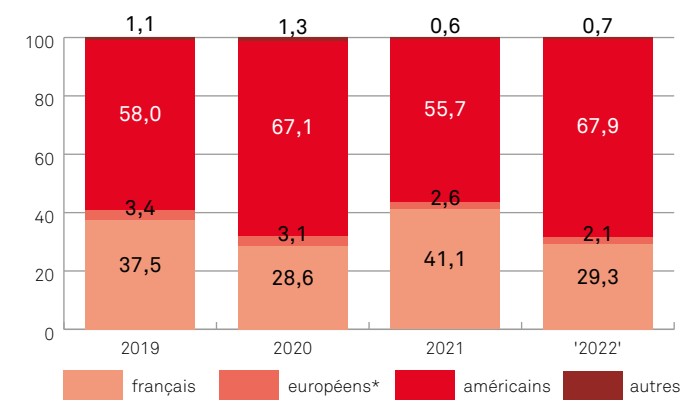
Plus de 23 000 films sont actifs en VàD à l'acte en 2022.

Répartition de l'offre¹ du cinéma en VàD à l'acte par nationalité (%)



¹ Offre : références actives. * Europe au sens continental. Source : AQQA.

Répartition de la consommation¹ du cinéma en VàD à l'acte par nationalité (%)



¹ Consommation : location et vente, en chiffre d'affaires. * Europe au sens continental. Source : AQQA.

La saison 1 de la série *House of the Dragon*, première fiction TV consommée en VàD à l'acte

En 2022, la fiction télévisuelle représente 5,1 % du marché de la VàD à l'acte (location et vente), contre 6,3 % en 2021. La fiction américaine (77,5 % du chiffre d'affaires en 2022) reste largement devant la fiction française (19,5 %). La fiction américaine est en nette progression par rapport à 2021 (+24,3 points). La première saison de *House of the Dragon* (US) occupe la première place du classement des programmes audiovisuels (fiction et animation) les plus consommés en VàD à l'acte, suivie par la deuxième saison de *HPI haut potentiel intellectuel* (FR) et la première saison de *Euphoria* (US).

Sur le segment de l'animation télévisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 78,5 % en 2022 (stable par rapport à 2021), contre 16,8 % pour les programmes français (15,3 % en 2021).

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2022 (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	<i>Top Gun Maverick</i>	cinéma	2022	Etats-Unis
2	<i>Spider-Man : No Way Home</i>	cinéma	2021	Etats-Unis
3	<i>Bac Nord</i>	cinéma	2020	France
4	<i>Encanto, la fantastique famille Madrigal</i>	cinéma	2021	Etats-Unis
5	<i>Dune (2021)</i>	cinéma	2021	Etats-Unis
6	<i>Venom: Let There Be Carnage</i>	cinéma	2021	Etats-Unis
7	<i>Mourir Peut Attendre</i>	cinéma	2021	Grande-Bretagne
8	<i>Uncharted</i>	cinéma	2022	Etats-Unis
9	<i>Avatar</i>	cinéma	2009	Etats-Unis
10	<i>Les Eternels (2021)</i>	cinéma	2021	Etats-Unis

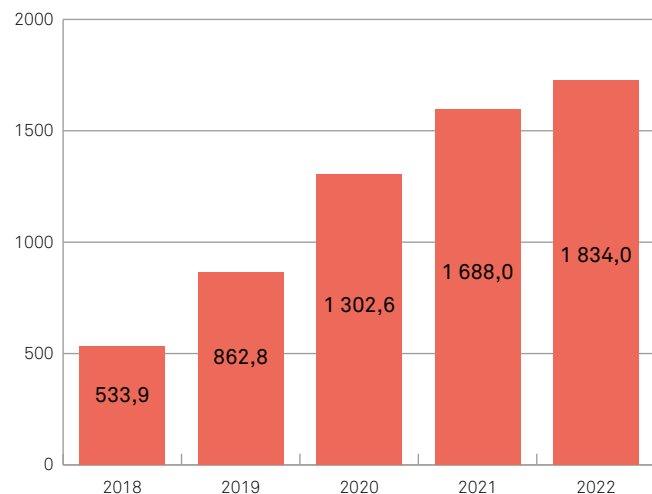
Source: AQQA.

La VàD par abonnement (VàDA)

Une croissance légèrement ralentie en 2022

En 2022, le marché de la VàDA est estimé par le CNC à 1 834,0 M€. Il progresse de 8,6 % par rapport à 2021, une croissance plus modérée que celle observée les années précédentes. Le marché français reste dominé par le service américain Netflix malgré la forte concurrence de Prime Video et de Disney+. Le marché de la VàDA semble montrer des premiers signes de maturité. En 2022, le nombre de foyers abonnés à Netflix et Disney+ tend ainsi à se stabiliser. En effet, le nombre de foyers abonnés à Netflix est stable au dernier trimestre 2022 par rapport au dernier trimestre 2021 à 10,5 millions, selon Médiamétrie. Quant à Disney+, le nombre de foyers abonnés à la plateforme est stable entre le premier et le dernier trimestre 2022 à 4 millions. Le nombre de foyers abonnés à Prime Vidéo se stabilise également entre le troisième et le quatrième trimestre 2022 à 6,8 millions.

Marché de la VàD par abonnement¹ (M€)



¹Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC.

Le marché de la VàDA s'établit à 1 834,0 M€ en 2022.

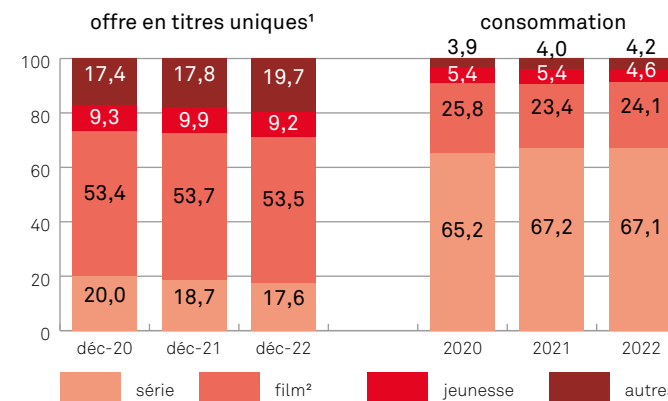
Une consommation en VàDA portée par la série

En décembre 2022, le cinéma représente 53,5 % de l'offre de programmes en VàDA (en nombre de titres), contre 17,6 % pour la série. A noter que cet indicateur étant calculé en nombre de titres, c'est-à-dire qu'une série est égale à un titre, le poids de la série dans l'offre est largement minimisé; en considérant le nombre d'épisodes, la série aurait un poids bien plus significatif. La part de la série dans l'offre est en léger recul entre décembre 2021 et décembre 2022 (-0,9 point) au profit des autres programmes (+1,9 point).

La série concentre une grande partie de la consommation des services de VàDA, à 67,1 % sur l'année 2022, contre 24,1 % pour le cinéma, 4,6 % pour les programmes jeunesse et 4,2 % pour les autres programmes.

La part du cinéma dans la consommation et dans l'offre est, elle, relativement stable.

Offre et consommation de programmes en VàDA par genre (%)



¹ En nombre de titres (une série correspond à un titre, quel que soit le nombre de saisons et d'épisodes). Les données 2020 et 2021 ont été actualisées.

² Le segment cinéma comprend ici les films sortis en salles et les films sortis directement en vidéo.

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

En 2022, la série constitue plus des deux tiers de la consommation en VàDA.

Netflix domine le palmarès des meilleures audiences en VàDA

En 2022, l'intégralité des dix meilleures audiences des programmes proposés en VàDA sont réalisées par des séries, toutes diffusées sur Netflix. Huit des dix premières places du classement sont occupées par des séries américaines. *Stranger Things* se place en première position devant *Manifest*, deux séries américaines.

Classement des programmes les plus consommés en VàDA en temps passé en 2022 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	<i>Stranger Things</i>	série	Etats-Unis	Netflix
2	<i>Manifest</i>	série	Etats-Unis	Netflix, Salto
3	<i>Elite</i>	série	Espagne	Netflix
4	<i>La Chronique des Bridgerton</i>	série	Etats-Unis	Netflix
5	<i>Mercredi</i>	série	Etats-Unis	Netflix
6	<i>The Crown</i>	série	Grande-Bretagne	Netflix
7	<i>Ozark</i>	série	Etats-Unis	Netflix
8	<i>Dahmer</i>	série	Etats-Unis	Netflix
9	<i>Dynastie</i>	série	Etats-Unis	Netflix
10	<i>Outlander</i>	série	Etats-Unis	Netflix

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

Classement des films cinématographiques les plus consommés en temps passé en VàDA en 2022¹

rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	<i>A couteaux tirés</i>	2019	Etats-Unis	Netflix
2	<i>Bac Nord</i>	2020	France	MyCanal
3	<i>Top Gun Maverick</i>	2022	Etats-Unis	MyCanal
4	<i>Avatar</i>	2009	Etats-Unis	Disney+
5	<i>Boîte noire</i>	2021	France	MyCanal
6	<i>Dune</i>	2021	Etats-Unis	MyCanal
7	<i>A star is born</i>	2018	Etats-Unis	Netflix
8	<i>OSS 117 : Alerte rouge en Afrique noire</i>	2021	France	MyCanal
9	<i>The Batman</i>	2022	Grande-Bretagne	MyCanal
10	<i>Mourir peut attendre</i>	2021	Grande-Bretagne	MyCanal

¹ Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

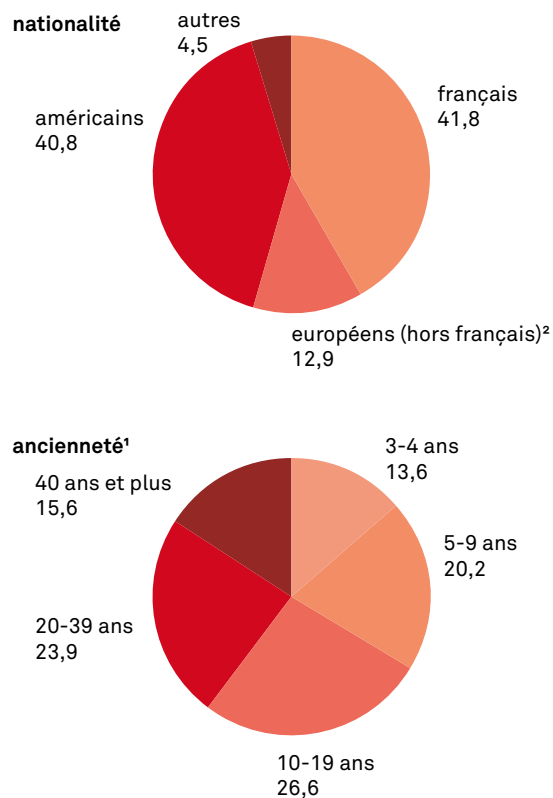
Plus de 11 000 œuvres cinématographiques disponibles

En 2022, 11 633 œuvres cinématographiques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services payants couverts par l'étude de l'offre réalisée par Médiamétrie. 41,8 % sont des films français (+3,6 points par rapport à 2021). *Bac Nord* est le premier film français dans le classement des films les plus visionnés en 2022 et le 2^e film au classement général. Concernant les films américains, ils représentent 40,8 % de l'offre (-4,5 points). À *Couteaux Tirés* est le premier film américain au classement des œuvres cinéma les plus consommées. Il a notamment bénéficié de la mise en ligne de son second volet *Glass Onion*, qui n'a pas connu de sortie en salles mais qui se hisse à la première place des films (cinéma et DTV confondus) les plus visionnés en 2022. 12,9 % des films disponibles sont européens non français (+1,1 point). *The Batman* apparaît à la 9^e place du classement des films les plus visionnés en 2022. 4,5 % des films disponibles sont quant à eux non européens et non américains (-0,3 point).

L'offre de films anciens est importante. 39,5 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a 20 ans ou plus (+6,3 points par rapport à 2021), 26,6 % ont entre 10 et 20 ans (-3,0 points), 20,2 % entre 5 et 9 ans (-0,6 point) et 13,6 % ont moins de 5 ans (-4,0 points). *Avatar*, sorti en 2009, a notamment bénéficié de la sortie en décembre 2022 du second volet et se hisse à la 4^e place du classement.

La majorité des titres sont exploités sur une seule plateforme, et cette exclusivité progresse par rapport à 2021. En 2022, 72,8 % des œuvres cinématographiques sont proposées sur un seul service (+14,4 points par rapport à 2021), contre 19,8 % sur deux services (-11,6 points), 4,5 % sur trois services (-1,5 point) et 2,9 % sur quatre services ou plus (-1,2 point). Aucun film du top 10 n'est disponible sur plusieurs plateformes. En 2021, 5 films du top étaient disponibles sur plusieurs plateformes.

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté en 2022 (%)



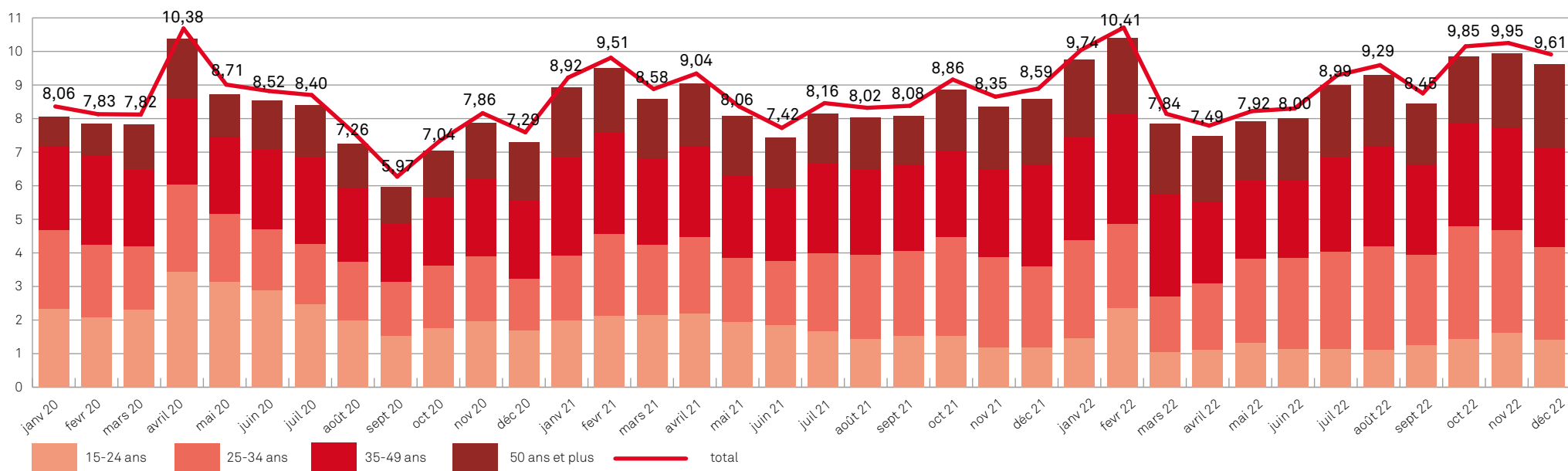
¹ Par rapport à leur première date de sortie en salles.
² Europe au sens continental.
 Source : CNC - Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie.

Près de 9 millions de consommateurs de VàDA en moyenne par jour en 2022

Les restrictions liées à la crise sanitaire et notamment les confinements en 2020 et 2021 ont favorisé l'usage de la VàDA. En 2022, le nombre d'utilisateurs moyens quotidiens continue à progresser de 5,8 % par rapport à 2021 à 8,96 millions de Français (8,47 millions en 2021). Le nombre moyen de consommateurs quotidiens de VàDA âgé de 15 à 24 ans est en forte baisse et passe de 2,34 millions en janvier 2020 à 1,42 million en décembre 2022, alors que le nombre total de consommateurs quotidiens moyens est en hausse sur cette période.

En 2022, les utilisateurs de VàDA ont passé 3h03 en moyenne par jour sur les plateformes, une durée de visionnage parfaitement stable par rapport à 2021. Celle-ci est décroissante avec l'âge à 3h17 en moyenne par jour pour les 15-24 ans, contre 3h12 pour les 25-34 ans, 2h55 pour les 35-49 ans et 2h50 pour les 50 ans et plus.

Nombre moyen de consommateurs quotidiens de VàDA selon l'âge (millions)



Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

Les usages de la VàD payante en France

Le taux de pénétration de la VàD payante reste sous les 40 %

Le public de la VàD payante se stabilise. En 2022, 39,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD, un taux parfaitement stable par rapport à 2021. La moitié des 15-34 ans sont des consommateurs de VàD payante (50,7 % pour les 15-24 ans et 50,4 % pour les 25-34 ans). Le taux de pénétration de cette pratique est également proche de 50 % pour les 3-14 ans (46,1 %) et pour les 35-49 ans (46,4 %) ; il n'excède pas 30 % pour les 50 ans et plus (27,9 %).

En 2022, les hommes représentent 50,8 % des consommateurs de VàD. Les moins de 50 ans constituent 71,5 % du public de la VàD. Les actifs sont également sur-représentés au sein de ce public (49,3 %).

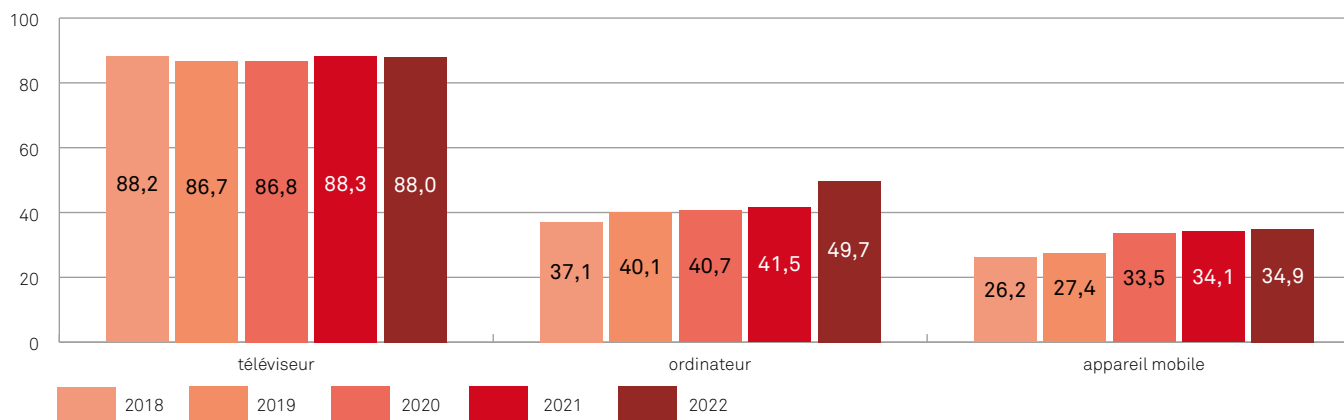
Le téléviseur est le principal support de consommation de la VàD

Le téléviseur reste l'écran privilégié de consommation. En 2022, 86,3 % des consommateurs de VàDA déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VàDA sur un téléviseur (81,3 % en 2019 et 86,4 % en 2021), 58,8 % en location et 37,7 % en vente.

Les 15-24 ans consomment davantage la VàD sur un appareil mobile que les plus âgés. En 2021, 58,3 % des consommateurs de 15-24 ans ont consommé des contenus en VàD sur un appareil mobile, contre 34,9 % pour l'ensemble des internautes. Cette part progresse par rapport à 2021 où les consommateurs de VàD de 15-24 ans étaient 55,9 % à visionner les contenus sur un appareil mobile, contre 34,1 % pour l'ensemble des internautes.

Une pratique plus importante chez les moins de 50 ans.

Part des consommateurs qui payent pour regarder des programmes en VàD payante selon le support de consommation (%)



Source : CNC - Vertigo (Base consommateurs de VàD payante - 15 ans et plus et à partir de juin 2020, 3 ans et plus).

Une part d'utilisateurs intensifs stable en 2022

La part des utilisateurs intensifs (qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour) est stable tout comme la part des utilisateurs occasionnels (qui consomment de la VàD payante moins d'une fois par mois). En 2020, sous l'effet des confinements et des restrictions sanitaires, la part des utilisateurs intensifs avait fortement progressé et s'est stabilisé depuis. En 2022, 34,9 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs occasionnels (+0,3 point par rapport à 2021 et -8,7 points par rapport à 2019) et 19,3 % sont des utilisateurs intensifs (+0,4 point par rapport à 2021 et +7,0 points par rapport à 2019).

La pénétration de la VàD est supérieure à 50 % chez les 15-34 ans.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande

4.3

DVD et Blu-ray

En 2022 :

234,9 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-4,3 % par rapport à 2021)

33,5 millions d'unités vendues
(-14,6 %)

166,5 M€
de ventes pour le segment du film
(+10,7 %)

64,1 M€
de ventes pour le segment du hors
film (-26,7 %)

4,2 M€
de ventes pour le segment des OPNI*
(-44,9 %)

*opérations promotionnelles sans distinction de titres.



Précisions méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, de la vente par correspondance et des ventes sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location. Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

L'analyse des supports vidéo par genre distingue trois univers : l'univers des films cinématographiques, l'univers du hors film et l'univers des opérations promotionnelles. Les films cinématographiques regroupent l'ensemble des longs métrages ayant fait l'objet d'une exploitation en salles en France. Le hors film regroupe l'ensemble des œuvres éditées directement en vidéo et les autres programmes tels que les programmes télévisuels, les pièces de théâtre, les documentaires (hors longs métrages cinématographiques), les spectacles d'humour, les courts métrages, les programmes musicaux et les programmes divers (santé, forme, cuisine, etc.). Les opérations promotionnelles regroupent des supports vendus sous le même numéro EAN et sans distinction de titres ; ils ne peuvent être classés dans l'un ou l'autre des univers précédemment cités.

Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse car aucun magasin faisant partie du panel vidéo ne vend ces programmes.

Une baisse du marché de la vidéo physique plus modérée en 2022

En 2022, les ventes (toutes taxes comprises) de DVD et de Blu-ray baissent de 4,3 % et s'établissent à 234,9 M€. Cette baisse est cependant bien moins importante que les années précédentes (-15,3 % en moyenne par an sur les dix dernières années avec des reculs particulièrement marqués en 2020 et 2021, respectivement -27,1 % et -17,2 %). En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique reculent de 74,7 %. Elles représentent 10,1 % du marché global de la vidéo en 2022 (physique et VàD). Entre 2021 et 2022, les volumes de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) diminuent de 14,6 % à 33,5 millions.

Les ventes de DVD et de Blu-ray baissent de 4,3 % et s'établissent à 234,9 M€.

La vidéo physique fait face à la concurrence de la télévision de rattrapage et de la vidéo à la demande, notamment par abonnement, vers lesquelles les Français se tournent largement. En 2022, 39,8 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir déjà payé pour regarder des programmes en VàD. Deuxième pratique qui concourt, depuis plusieurs années, à cette tendance baissière du marché : le piratage. Cependant, selon l'ALPA, en 2022 le nombre d'internautes pirates recule de 28,7 %, passant de 10,1 millions en 2021 à 7,2 millions en 2022.

Le DVD toujours dominant

Sur l'ensemble du marché de la vidéo physique, le DVD reste le format privilégié. Le DVD capte 61,7 % du marché en valeur en 2022, contre 67,0 % en 2021 et 72,1 % il y a cinq ans. A 144,9 M€, les ventes de DVD reculent de 11,9 % par rapport à 2021. 26,0 millions de DVD sont vendus en 2022, soit 17,0 % de moins qu'en 2021.

Des revenus sur le segment du Blu-ray en croissance pour la première fois depuis près de 10 ans

En 2021, les recettes du Blu-ray augmentent pour la première fois depuis 9 ans malgré un taux d'équipement en lecteurs Blu-ray qui continue de s'effriter (21,8 % des foyers équipés en 2022, contre 24,6 % en 2021 et 29,0 % en 2018). Elles s'élèvent à 90,0 M€ en 2021 (+11,1 % par rapport à 2020). Les volumes vendus sont cependant en baisse (7,5 millions de disques vendus, soit -5,2 %). En 2022, le Blu-ray représente 38,3 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique, une part en progression depuis 15 ans.

Le DVD capte 61,7 % du marché en valeur en 2022.

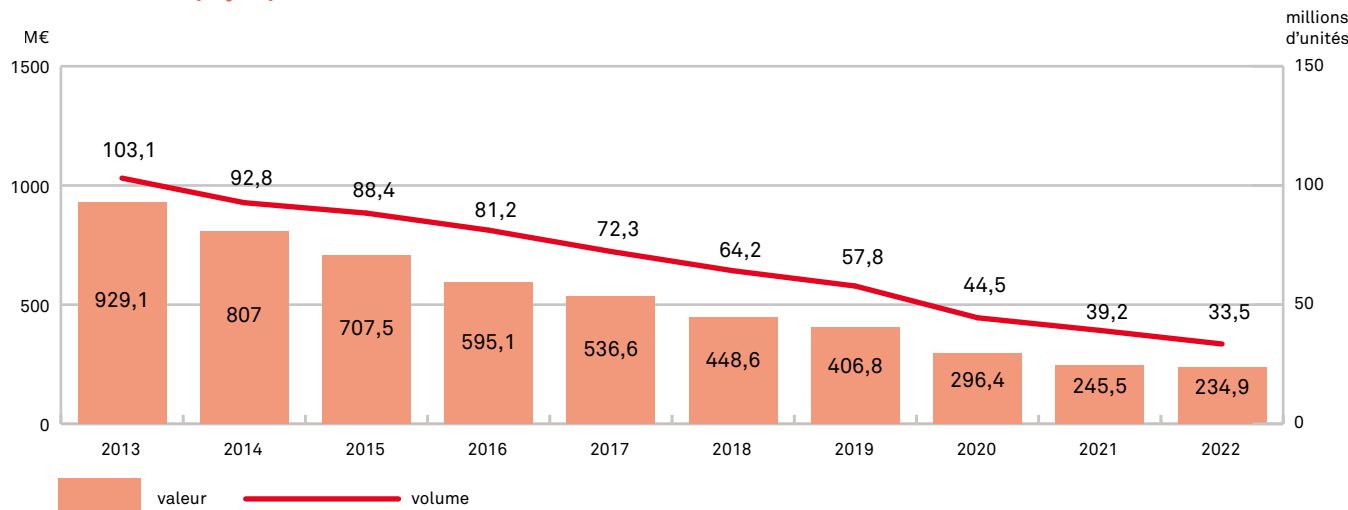
Ventes¹ de vidéo physique selon le support

	volume (millions d'unités)		
	DVD	Blu-ray	total
2013	89,9	13,2	103,1
2014	79,6	13,1	92,8
2015	75,0	13,4	88,4
2016	68,3	12,9	81,2
2017	60,1	12,2	72,3
2018	53,2	11,0	64,2
2019	46,9	10,9	57,8
2020	36,2	8,3	44,5
2021	31,3	7,9	39,2
2022	26,0	7,5	33,5

	valeur (M€)		
	DVD	Blu-ray	total
2013	723,9	205,2	929,1
2014	618,2	188,8	807,0
2015	536,8	170,7	707,5
2016	446,8	148,3	595,1
2017	393,9	142,8	536,6
2018	323,3	125,3	448,6
2019	284,2	122,6	406,8
2020	206,3	90,1	296,4
2021	164,5	81,0	245,5
2022	144,9	90,0	234,9

¹ Ventes toutes taxes comprises.
Source : CNC – GfK.

Ventes¹ de vidéo physique de détail



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Les recettes du hors film en forte baisse

Le chiffre d'affaires du hors film en vidéo est en recul en 2022 pour la seizième année consécutive à 64,1 M€ (-26,7 % par rapport à 2021). Le segment représente 27,3 % du marché total en valeur (35,6 % en 2021). Son poids est plus élevé dans les recettes du DVD (35,1 %) que dans celles du Blu-ray (14,7 %). L'offre hors film en Blu-ray reste moins développée que sur le segment du film et ce format peut être perçu par l'utilisateur comme d'un intérêt moindre pour les programmes hors film. En volume, les ventes de hors film (DVD et Blu-ray) diminuent de 21,5 % en 2022 par rapport à 2021 à 16,5 millions d'unités vendues. Néanmoins, elles sont supérieures en volume à celles du film pour la dixième année consécutive.

Le cinéma est majoritaire sur le marché de la vidéo physique en valeur.

Les films représentent plus de 70 % des recettes de la vidéo physique

En valeur, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo. Les recettes des œuvres cinématographiques s'élèvent à 166,5 M€ en 2022, soit 70,9 % du total. C'est la part la plus élevée jamais atteinte. Pour la première fois depuis plus de 10 ans, le marché du film rebondit après deux années fortement impactées par la crise sanitaire et progresse de 10,7 % par rapport à 2021. Le segment du cinéma représente 62,2 % des ventes de DVD et 84,9 % des ventes de Blu-ray. Les ventes augmentent de 5,3 % sur le DVD (90,1 M€) et de 24,7 % sur le Blu-ray (76,4 M€). Les ventes en valeur sont portées par la nouveauté dont le prix de vente est plus élevé. La fermeture des salles avait asséché l'offre de nouveautés en 2021 et cette dernière est de nouveau importante en 2022 avec la fin des restrictions sanitaires. En volume, 16,3 millions de supports vendus contiennent une œuvre cinématographique en 2022, soit une baisse de 3,6 % par rapport à 2021.

Les ventes des opérations promotionnelles diminuent de 44,9 % en valeur en 2022. Elles représentent 1,8 % des recettes du secteur (3,1 % en 2021).

Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu

	volume (millions d'unités)			
	films	hors film	O.P. ²	total
2013	48,2	48,6	6,3	103,1
2014	41,0	45,1	6,6	92,7
2015	39,6	42,5	6,2	88,4
2016	35,7	41,0	4,5	81,2
2017	32,3	36,1	3,9	72,3
2018	28,5	32,7	3,1	64,2
2019	26,0	29,5	2,3	57,8
2020	20,3	22,6	1,7	44,5
2021	16,9	21,1	1,3	39,2
2022	16,3	16,5	0,7	33,5

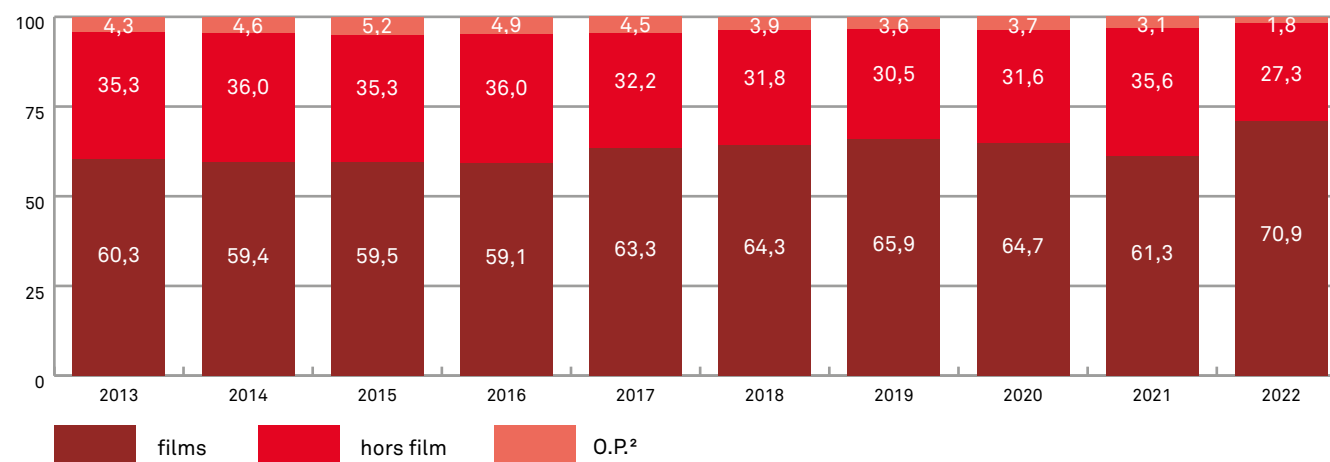
	valeur (M€)			
	films	hors film	O.P. ²	total
2013	560,4	328,4	40,3	929,1
2014	479,4	290,3	37,3	807,0
2015	420,8	250,0	36,7	707,5
2016	351,8	214,3	29,0	595,1
2017	339,7	173,0	23,9	536,6
2018	288,3	142,6	17,7	448,6
2019	268,2	124,0	14,7	406,8
2020	191,8	93,7	10,9	296,4
2021	150,4	87,4	7,7	245,5
2022	166,5	64,1	4,2	234,9

¹ Ventes toutes taxes comprises.

² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ vidéo selon le contenu (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Source : CNC – GfK.

Le segment des films cinématographiques est plus concentré en 2022 qu'en 2021, retrouvant des niveaux déjà observés en 2015. Les 10 premiers films totalisent 10,2 % des ventes en volume, les 20 premiers 15,2 % et les 30 premiers 18,7 %. Parmi les meilleures ventes de vidéo physique en 2022, trois des quatre premiers titres (*Top Gun: Maverick*, *Mourir peut attendre* et *Spider-Man: No Way Home*) s'avèrent être des films ayant rencontré un franc succès en salles en 2021 ou en 2022 et qui ont fortement participé à la relance de la fréquentation au moment de leur sortie en salles. Le quatrième est un film sorti en 2011, *Harry Potter et les reliques de la mort – Partie 2*.

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
2013	8,3	12,2	15,6
2014	8,8	13,3	16,9
2015	10,4	15,9	19,6
2016	8,3	13,2	17,1
2017	8,4	13,1	17,0
2018	8,1	13,3	17,0
2019	8,8	13,1	17,0
2020	8,1	12,2	15,1
2021	6,2	9,3	11,6
2022	10,2	15,2	18,7

Source : CNC - GfK.

Classement des vingt meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2022

rang	titre	film/hors film	genre	nationalité ¹	% ventes Blu-ray
1	<i>Top Gun: Maverick</i>	film	fiction	US	58,7
2	<i>Mourir peut attendre</i>	film	fiction	GB	54,9
3	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - Partie 2</i>	film	fiction	GB	43,5
4	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	film	fiction	US	60,4
5	<i>Les Animaux Fantastiques 3 - Les secrets de Dumbledore</i>	film	fiction	GB	47,6
6	<i>Dune - 2021</i>	film	fiction	US	71,0
7	<i>Encanto, la fantastique famille Madrigal</i>	film	animation	US	28,2
8	<i>Jurassic World : le monde d'après</i>	film	fiction	GB	53,5
9	<i>Game of Thrones - Saison 8</i>	hors film	série	US	49,3
10	<i>Les Enfoirés - 2022 - Un air d'enfoirés</i>	hors film	musique	FR	-
11	<i>The Batman - 2022</i>	film	fiction	GB	80,1
12	<i>Doctor Strange in the multiverse of madness</i>	film	fiction	US	64,2
13	<i>Shang-Chi et la légende des dix anneaux</i>	film	fiction	US	63,2
14	<i>Les Bodin's en Thaïlande</i>	film	fiction	FR	10,0
15	<i>Les Eternels - 2021</i>	film	fiction	US	63,6
16	<i>Venom : Let There Be Carnage</i>	film	fiction	US	56,5
17	<i>Thor: Love and Thunder</i>	film	fiction	US	64,6
18	<i>Matrix Resurrections</i>	film	fiction	GB	66,9
19	<i>House of the Dragon - Saison 1</i>	hors film	série	US	56,3
20	<i>Uncharted - 2022</i>	film	fiction	US	55,1

¹ FR = France / US = Etats-Unis / GB = Grande-Bretagne.
Source : CNC – GfK.

Recul de la part de marché des films français

En 2022, la part de marché des films français en vidéo physique recule de 2,3 points à 20,9 %, renouant avec son niveau d'avant crise (20,0 % en 2019). Le recul constaté par rapport à 2021 est notamment le résultat d'une présence moins importante des productions américaines dans l'offre de nouveautés en vidéo physique en 2021 qui avait laissé plus de place aux productions françaises.

3,6 millions de DVD et de Blu-ray de films français ont été vendus en 2022, un volume parfaitement stable par rapport à 2021. Le cinéma français génère 34,8 M€ de recettes en 2022, contre 34,0 M€ en 2021 (soit +2,4 %). En 2022, un film français figure parmi les vingt meilleures ventes en valeur en vidéo (deux en 2021 et trois en 2019), *les Bodin's en Thaïlande* (14^e).

La part de marché des films français sur le marché de la vidéo physique revient à son niveau d'avant crise.

Les ventes en valeur des films américains et européens progressent par rapport à 2021

En 2022, les ventes de films américains en vidéo physique remontent à 90,9 M€ (+12,4 %). Leur part de marché s'établit à 54,6 % (-0,5 point par rapport à 2021), plus bas niveau depuis 10 ans. En volume, 8,3 millions de DVD et Blu-ray de films américains ont été achetés en 2022, soit 5,9 % de moins qu'en 2021. En 2022, les films américains réalisent dix des vingt meilleures performances de vidéo physique en valeur, contre neuf en 2021. *Top Gun: Maverick* se place à la 1^{ère} place du classement en valeur, devant *Spider-Man: No way home* (4^e) et *Dune* (6^e).

Les ventes des films européens non français progressent en 2022 de 35,1 % par rapport à 2021, à 34,3 M€. La part de marché des films européens est en progression, à 20,6 % (+3,3 points). Les recettes des films européens non français sont principalement tirées par le succès de trois films britanniques : *Mourir peut attendre* (2^e), *Harry Potter et les*

reliques de la mort – Partie 2 (3^e) et *les Animaux fantastiques : les secrets de Dumbledore* (5^e).

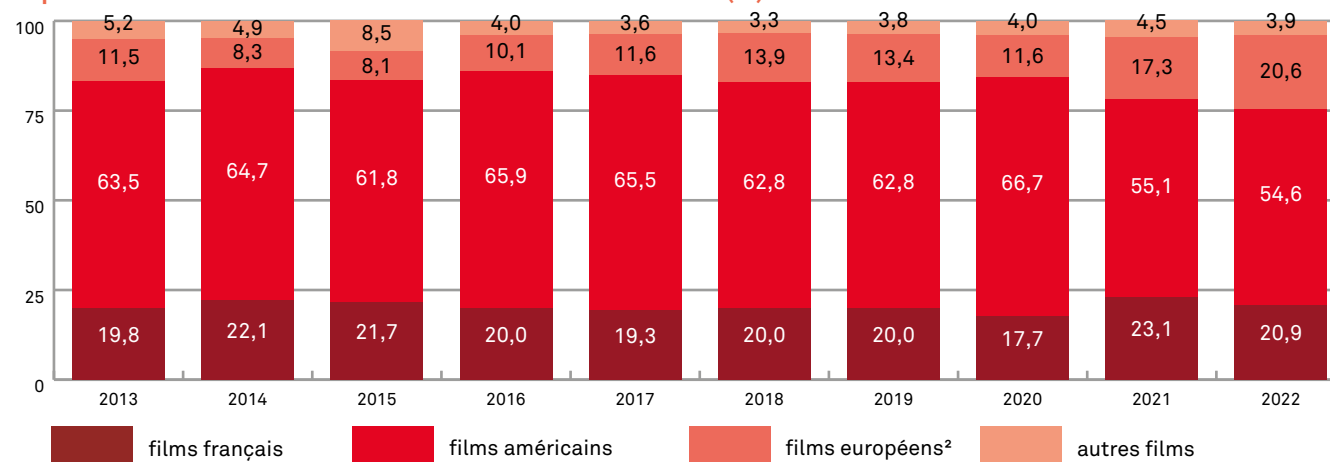
En 2022, la part de marché des films non européens et non américains est relativement stable à 3,9 % (-0,6 point). Les recettes sont également stables par rapport à 2021 (-1,2 %), à 6,5 M€. Le volume des ventes baisse en revanche de 12,6 % en 2022, à 0,6 million d'unités vendues.

Ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité (M€)

	films français	films américains	films européens ²	autres films	total
2013	110,9	355,9	64,4	29,2	560,4
2014	106,0	310,1	39,9	23,4	479,4
2015	91,1	259,9	34,1	35,6	420,8
2016	70,5	231,7	35,4	14,2	351,8
2017	65,6	222,4	39,4	12,4	339,7
2018	57,7	181,2	40,0	9,4	288,3
2019	53,7	168,5	35,9	10,2	268,2
2020	34,0	128,0	22,2	7,6	191,8
2021 ³	34,0	80,9	25,4	6,6	146,9
2022	34,8	90,9	34,3	6,5	166,5

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). ² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France. ³ Les données de 2021 ont été redressées par GfK suite à un reclassement de certains titres. Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ de films en vidéo selon la nationalité (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). ² Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France. Source : CNC – GfK.

Hors film : les recettes de la fiction française en baisse

En 2022, la majorité des segments du marché du hors film enregistrent un recul de leurs ventes en valeur. Les recettes de la fiction (unitaires et séries télévisuelles) reculent de 30,1 %, à 41,9 M€. La fiction reste le genre le plus vendu du hors film (65,3 %), loin devant les programmes pour enfants (22,4 %).

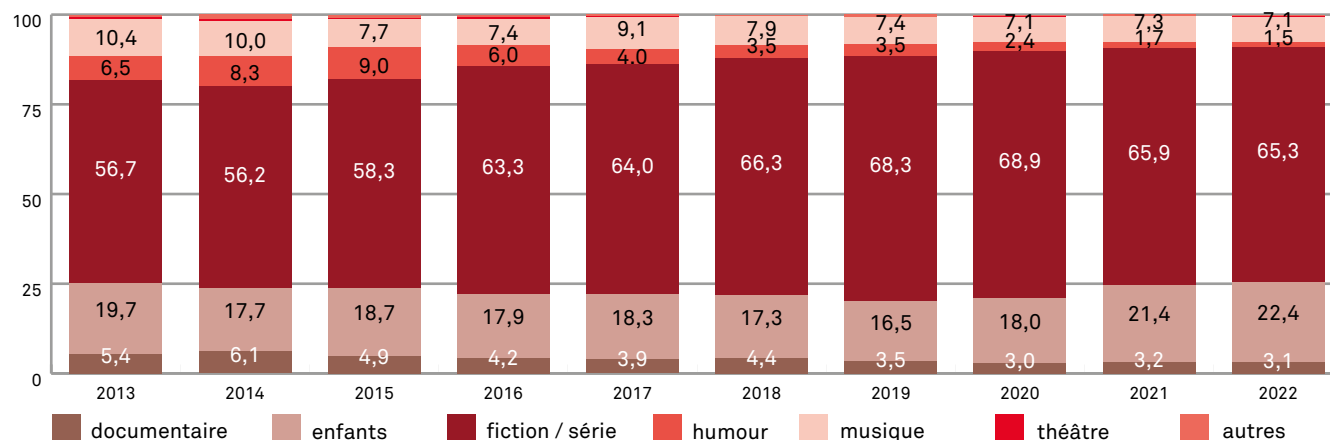
Les recettes de la fiction française reculent de 33,4 % en 2022, à 7,9 M€. Elles représentent 18,8 % des recettes totales de la fiction (19,7 % en 2021). La première fiction française de 2021, *le Flambeau*, se place au 13^e rang du classement en valeur des meilleures ventes hors film. Les ventes vidéo de fiction étrangère reculent de 29,3 %, à 34,0 M€ en 2022. Les fictions étrangères, notamment les séries américaines, restent largement majoritaires et génèrent 81,2 % des recettes de la fiction en vidéo. La première fiction américaine, *Game of Thrones*, est 5^e au classement des meilleures ventes hors film en 2022. 14 programmes américains figurent dans le top 20. La première place du classement est occupée par les *Enfoirés 2022 - Un air d'enfoirés*, les 2^e à 4^e places par des programmes pour enfants. Contrairement à 2021 où quatre films direct-to-video figuraient parmi les 20 meilleures performances de vidéo physique en valeur, en 2022 aucun direct-to-video n'apparaît. Cela s'explique notamment par le fait qu'en 2021, quelques films sont sortis directement en vidéo à la demande à cause de la fermeture des cinémas lors de la crise sanitaire comme *Luca* ou *Raya et le dernier dragon*. En 2022, les studios semblent être revenus sur cette stratégie.

Ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre (M€)

	documentaire	enfants	fiction / série	humour	musique	théâtre	autres	total
2013	17,8	64,8	186,1	21,4	34,2	1,7	2,3	328,4
2014	17,7	51,5	163,1	24,0	29,2	1,1	3,7	290,3
2015	12,3	46,8	145,6	22,5	19,2	0,8	2,8	250,0
2016	9,1	38,3	135,7	12,8	15,9	0,7	1,8	214,3
2017	6,8	31,7	110,7	7,0	15,8	0,5	0,6	173,0
2018	6,3	24,7	94,6	4,9	11,3	0,3	0,5	142,6
2019	4,4	20,8	84,6	4,3	9,2	0,3	0,4	124,0
2020	2,8	16,8	64,6	2,3	6,7	0,2	0,3	93,7
2021	2,9	19,5	60,0	1,5	6,6	0,2	0,3	91,0
2022	2,0	14,4	41,9	0,9	4,6	0,2	0,2	64,1

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source: CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ du hors film en vidéo selon le genre (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source: CNC – GfK.

25 000 références actives en DVD de moins en dix ans

Au total, 42 448 références de DVD, 15 661 références de Blu-ray 2D et 539 références de Blu-ray 3D ont été vendues au moins une fois en 2022. Le nombre de références actives du format DVD est en forte baisse entre 2021 et 2022 (-10,5 %, soit 4 958 de moins) et atteint son plus bas niveau de la période. Le nombre de références de Blu-ray 2D progresse très légèrement (+0,8 % entre 2021 et 2022) et celui des références en Blu-ray 3D reste marginal.

Offre vidéo selon le format (nombre de références actives)¹

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Blu-ray 2D	8 444	9 722	11 022	12 098	13 320	14 120	14 783	15 262	15 535	15 661
Blu-ray 3D	358	493	609	650	691	716	708	672	601	539
DVD	67 888	64 328	64 267	62 571	59 245	56 949	54 135	51 223	47 406	42 448

¹ Une référence active est une référence en DVD et/ou Blu-ray vendue au moins une fois au cours de l'année. Il n'est pas possible de faire une somme car une référence correspond à un code-barre et ne donne donc pas d'indications sur le nombre d'œuvres en circulation.
Source : CNC – GfK.

4.4

Le jeu vidéo

En 2022 :

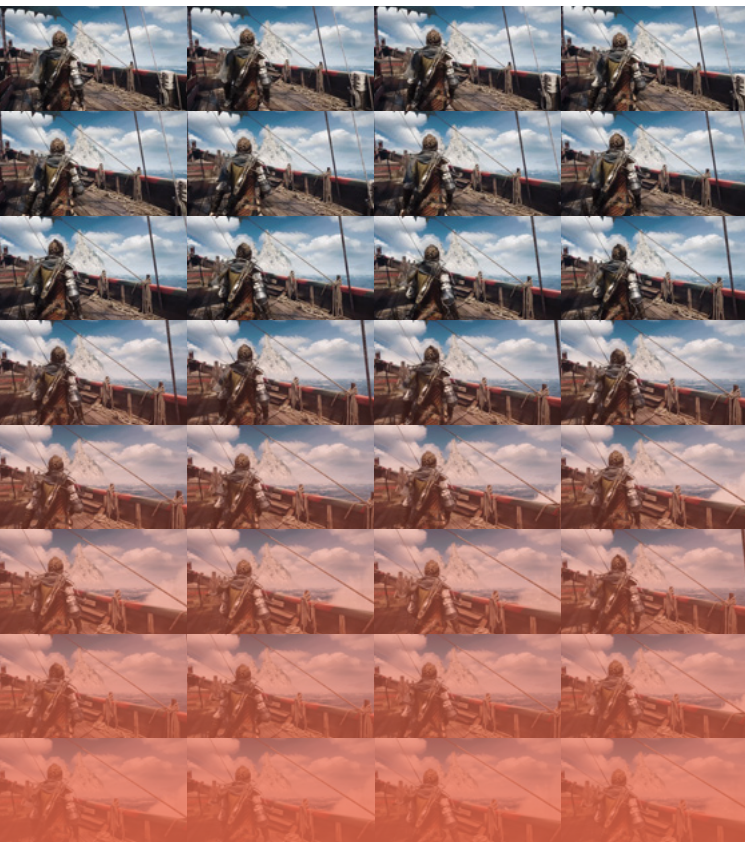
5 531 M€

(-2 % par rapport à 2021) dont :



2 568 M€

pour les consoles (-7 %)



1 548 M€

pour les PC (+6 %)



1 415 M€

pour les jeux mobiles (stable)



Remarques méthodologiques

Les données du SELL concernent aussi bien le marché physique du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) que le marché dématérialisé et sont issues de trois principales sources : GSD, GameTrack et data.ai. GSD couvre les marchés physiques, à partir d'un panel de distributeurs et d'éditeurs et le marché du digital, à partir d'un panel d'éditeurs. Les données du marché dématérialisé sont complétées par l'outil GameTrack, qui administre une enquête annuelle sur un échantillon de 1 000 personnes de 15 ans et plus, ainsi qu'une enquête mensuelle conduite sur un échantillon de 3 000 personnes âgées de 6 à 64 ans. data.ai analyse les données des magasins d'applications afin de produire des estimations en matière de téléchargements et de revenus. Sauf mention contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises.

Les données sur le e-sport sont issues du baromètre France Esports. Les données sont recueillies et analysées par Médiamétrie. L'étude a été réalisée sur Internet entre le 21 juin et le 22 juillet 2022 sur un échantillon principal de 6 337 internautes de 15 ans et plus représentatifs de la population française et un échantillon secondaire de 734 volontaires de 15 ans et plus issus du Collège des Joueurs de France Esports.

Plus de 5,5 Md€ générés par le marché du jeu vidéo

Selon les données du SELL, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) génère 5 531 M€ en 2022, en léger recul par rapport à 2021 (-2 %). Il parvient à rester stable dans un contexte économique difficile. Ce marché qui a notamment tiré profit de la crise sanitaire et des confinements avant de légèrement s'essouffler en 2022, enregistre cependant des résultats supérieurs à ceux d'avant crise. L'écosystème console (matériels + jeux), principale composante du marché (46 %), recule de 7 % à 2 568 M€. L'écosystème PC est quant à lui en progression de 6 % à 1 548 M€ et devance l'écosystème mobile comme chaque année à l'exception de 2020, année où le mobile avait rattrapé le PC. L'écosystème mobile reste stable, à 1 415 M€.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon l'écosystème (M€)

	2018	2019	2020	2021	2022
consoles	2 749	2 459	2 712	2 749	2 568
PC	1 458	1 289	1 425	1 463	1 548
jeux pour mobiles ¹	965	1 231	1 426	1 411	1 415
total	5 172	4 979	5 563	5 623	5 531

¹ Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs data.ai 2022 converties en euros, taxes françaises ajoutées. Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

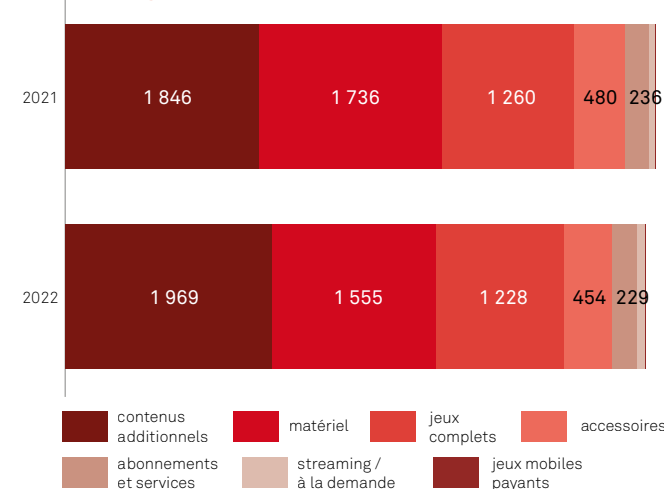
Les contenus additionnels, première source de revenus pour le secteur du jeu vidéo

Le marché du jeu vidéo est essentiellement porté par la vente de jeux. Le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux vidéo (PC, console et mobile) en 2022 progresse de 3 % à 3 521 M€ et se compose majoritairement (56 %) de contenus additionnels. Les jeux complets ne représentent que 35 % de la vente de jeux vidéo. Le chiffre d'affaires généré par les jeux en streaming ou à la demande est en forte progression de 65 %, mais reste marginal, à 79 M€. Les abonnements et les services sont quant à eux en recul de 3 %, à 229 M€.

Cette légère progression des ventes de jeux vidéo est à la fois portée par le segment du jeu vidéo sur console qui est resté stable et du jeu vidéo sur PC en très forte augmentation. Cela est notamment dû aux nombreuses nouveautés très attendues qui ont réalisé de belles performances comme *Elden Ring* ou *God of War Ragnarök*. En 2022, hors jeux pour mobile, les ventes de jeux vidéo affichent une croissance plus forte, de 6 %, et atteignent 2 106 M€.

La vente de jeux vidéo est en progression de 3 % par rapport à 2021.

Répartition du chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon le segment



Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

La vente de jeux vidéo est le seul marché en progression entre 2021 et 2022. Le marché du matériel est en recul de 10 % à 1 555 M€ tandis que le marché des accessoires baisse de 5 % à 454 M€. Il convient de rappeler que ces deux segments de marché ont été fortement impactés par la crise sanitaire et notamment par les difficultés d'approvisionnement sur certains composants électroniques liées aux différents confinements. Enfin, le marché du mobile reste stable.

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon le type d'achats (M€)

	2021	2022
jeux	1 996	2 106
matériels	1 736	1 555
accessoires	480	454
mobile	1 411	1 415
total	5 623	5 531

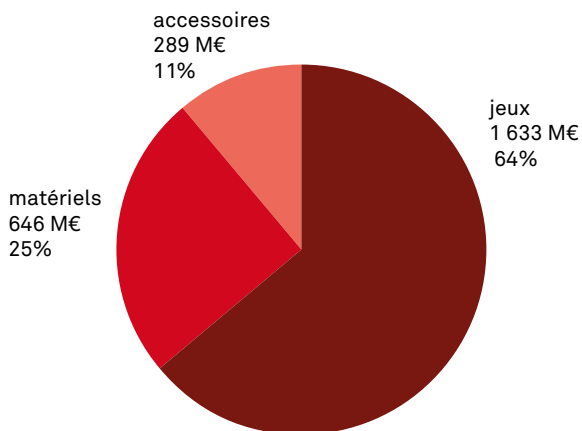
¹ Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs data.ai 2022 converties en euros, taxes françaises ajoutées. Source : SELL – GSD, GameTrack, data.ai.

L'écosystème consoles

Un chiffre d'affaires en recul pour l'écosystème consoles

En 2022, l'ensemble de l'écosystème du marché du jeu vidéo pour consoles (matériels, accessoires et jeux) est en recul de 7 % et atteint 2 568 M€. Cette décroissance résulte des pénuries de composants et des difficultés d'approvisionnement qui ont touché de nombreux secteurs à l'échelle mondiale, et n'ont pas permis de répondre à une demande très forte selon le SELL. Les consoles représentent 25 % du chiffre d'affaires de l'écosystème console. Leurs ventes atteignent 646 M€ en 2022 et reculent de 19 % par rapport à 2021, qui était une excellente année pour la vente de consoles avec notamment les sorties de la PS5 et la Xbox Séries. Les accessoires consoles baissent de 3 % à 289 M€ et représentent 11 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème console.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (M€)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

Les jeux d'action, de sport et de rôle/RPG représentent plus de 12 millions d'unités vendues.

Une légère progression des jeux physiques

Les jeux pour consoles représentent 64 % du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles. Ils atteignent 1 633 M€ en 2022, en légère érosion de 1 % par rapport à 2021. Après une forte croissance de près de 20 % en 2020, le jeu vidéo dématérialisé avait reculé de 6 % en 2021 et continue de baisser de 4 % à 1 011 M€ en 2022. Cette baisse du jeu vidéo dématérialisé est la principale cause du recul du marché de l'écosystème console. Il représente 62 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles en 2022. La baisse du chiffre d'affaires des jeux dématérialisés pour consoles s'explique notamment par la hausse des abonnements souscrits au moment de l'achat d'une console. Ces ventes sont alors comptabilisées dans le prix de la console et non dans le segment jeu dématérialisé. Les jeux physiques sont quant à eux en légère progression à 622 M€ (+4 %). Ils représentent 38 % du chiffre d'affaires du jeu pour consoles, une part de marché en augmentation pour la première fois depuis 2017.

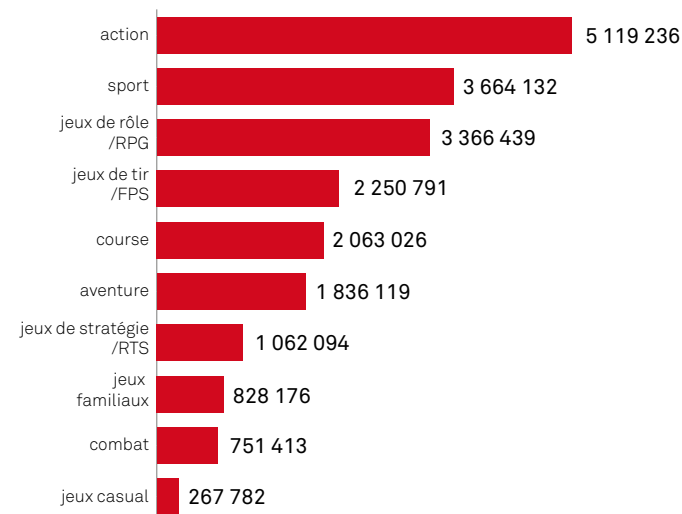
Les jeux d'action, premier genre de jeu vidéo pour consoles en volume

En 2022, les trois principaux genres en volume sont les jeux d'action, les jeux de sport et les jeux de rôle/RPG, tout comme en 2021. Les jeux de sports sont portés par le succès du jeu *FIFA 23* qui génère à lui seul, toutes plateformes confondues, 107,3 M€ pour 1,8 million d'unités vendues.

FIFA 23, jeu pour consoles le plus vendu en 2022

Les trois jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2022 sont *FIFA 23* (1,8 million d'unités vendues et 107,3 M€), *Call of Duty : Modern Warfare II* (0,8 million d'unités vendues et 58,5 M€) et *Légendes Pokémon : Arceus* (0,6 million d'unités vendues et 29,0 M€).

Ventes de jeu vidéo pour consoles selon le genre en 2022 (unités vendues)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour consoles en volume en 2022

titre	unités vendues
1 <i>FIFA 23</i>	1 755 857
2 <i>Call of Duty : Modern Warfare II</i>	791 338
3 <i>Légendes Pokémon : Arceus</i>	589 375
4 <i>Mario Kart 8 Deluxe</i>	451 254
5 <i>Nintendo Switch Sports</i>	432 685
6 <i>FIFA 22</i>	423 702
7 <i>Pokémon Violet</i>	416 537
8 <i>Grand Theft Auto V</i>	400 953
9 <i>God of War Ragnarök</i>	368 726
10 <i>Horizon Forbidden West</i>	354 402

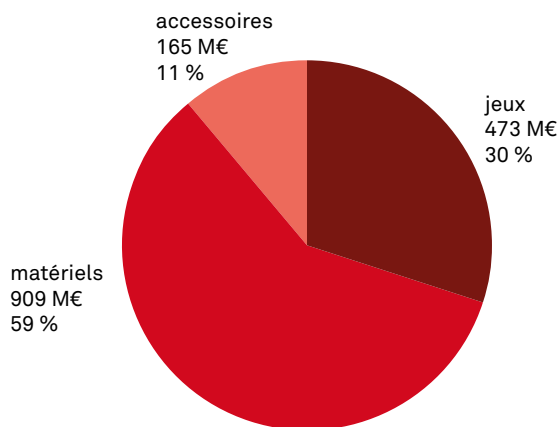
Source : SELL - GSD, GameTrack.

L'écosystème PC

L'écosystème PC atteint un niveau historique à 1 548 M€

En 2022, l'ensemble du marché du jeu vidéo pour PC (matériels, accessoires et jeux) progresse de 6 % et atteint 1 548 M€, un niveau historique. Les ventes de matériels pour PC représentent 59 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (65 % en 2021). Elles atteignent 909 M€ en 2022 et reculent de 3 % par rapport à 2021. Les accessoires pour PC reculent de 10 % à 165 M€ et représentent 11 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème PC.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (%)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

Les ventes de jeux pour PC progressent à 473 M€ en 2022, +40 % par rapport à 2021.

Un marché porté par la forte croissance des jeux pour PC

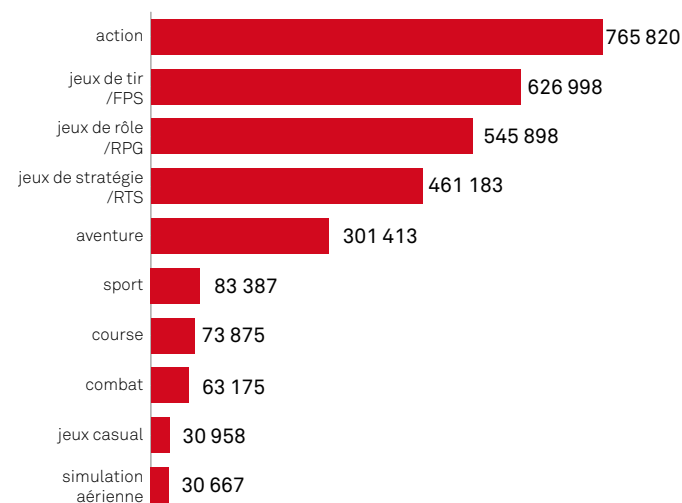
Les jeux pour PC représentent 30 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC, leur part est en hausse pour la première fois depuis 2018, grâce notamment à la sortie de nouveautés très attendues comme *Elden Ring*. Les ventes de jeux pour PC atteignent 473 M€ en 2022, soit une progression de 40 % par rapport à 2021 qui était une année particulièrement faible pour ce segment. Cette augmentation est portée par les jeux dématérialisés qui progressent de 41 % à 470 M€. Ils représentent 99 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC. Les jeux physiques représentent une part très marginale du chiffre d'affaires des jeux pour PC en 2022 (1 %). Ils accusent une forte baisse à 3 M€ (-44 %).

Les jeux d'action, premier genre de jeu vidéo pour PC en volume

En 2022, les trois principaux genres en volume, les jeux d'action, jeux de tirs et jeux de rôle, représentent près de 2 millions d'unités vendues. Les jeux de tirs sont portés par le succès de *Call of Duty: Modern Warfare II* sorti à la fin de l'année 2022 mais qui génère 217 288 unités vendues et se hisse à la première place du classement des ventes de jeux vidéo. Les jeux d'action sont quant à eux portés par le deuxième jeu le plus vendu en 2022 : *Elden Ring* (105 552 unités vendues). En 2021, le jeu le plus vendu, *Grand Theft Auto V*, ne cumulait que 55,4 milliers d'unités vendues.

Les jeux d'action, jeux de tirs et jeux de rôle représentent près de 2 millions d'unités vendues.

Ventes de jeu vidéo pour PC selon le genre en 2022 (unités vendues)



Source : SELL - GSD, GameTrack.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour PC en volume en 2022

titre	unités vendues
1 <i>Call of Duty : Modern Warfare II</i>	217 288
2 <i>Elden Ring</i>	105 552
3 <i>Grand Theft Auto V</i>	104 041
4 <i>Red Dead Redemption 2</i>	78 584
5 <i>Grounded</i>	54 213
6 <i>Sea of Thieves</i>	48 104
7 <i>Total War : Warhammer III</i>	45 262
8 <i>Tom Clancy's Rainbow Six Siege</i>	41 665
9 <i>God of War</i>	31 771
10 <i>Football Manager 2023</i>	28 875

Source : SELL - GSD, GameTrack.

L'écosystème mobile

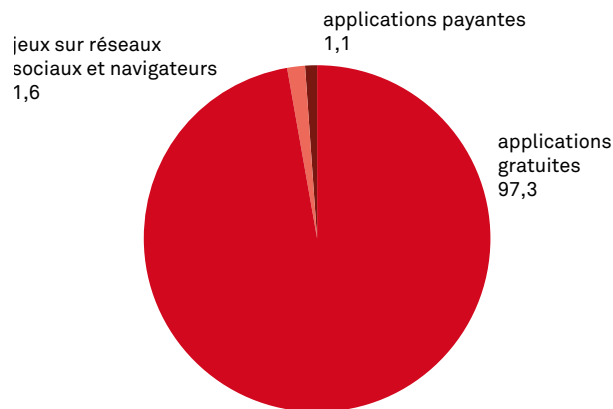
Un marché du jeu vidéo mobile toujours stable

En 2022, le chiffre d'affaires de l'écosystème mobile s'est établi à 1 415 M€. Le mobile est le seul segment du jeu vidéo stable depuis 2020, après avoir connu une forte croissance entre 2017 et 2020 avec un chiffre d'affaires multiplié par 2. Le mobile représente 26 % du marché total du jeu vidéo en 2022.

Les applications gratuites, jeux vidéo pour mobiles les plus téléchargés

En 2022, 97 % du chiffre d'affaires du jeu vidéo mobile est généré par les applications mobiles gratuites, avec 1 377 millions d'applications gratuites téléchargées en 2022. Cette proportion est relativement stable par rapport à 2021 (-1 %). Les applications payantes ne représentent quant à elles que 1 % du chiffre d'affaires avec 16 millions d'applications payantes (-6 % par rapport à 2021). Enfin, les jeux sur les réseaux sociaux et les navigateurs représentent 2 % du chiffre d'affaires en 2022 (+340 % par rapport à 2021).

Répartition du chiffre d'affaires par genre (%)



Source : SELL – GameTrack, App Annie.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour mobiles en 2022

Applications payantes par revenus générés	Applications payantes en nombre de téléchargements	Applications gratuites en nombre de téléchargements
1 <i>Minecraft Pocket Edition</i>	1 <i>Minecraft Pocket Edition</i>	1 <i>Stumble Guys</i>
2 <i>Football Manager 2022</i>	2 <i>Monopoly by Marmalade</i>	2 <i>Subway Surfers</i>
3 <i>Monopoly by Marmalade</i>	3 <i>Football Manager 2022</i>	3 <i>Clash Royale</i>
4 <i>Bloons TD 6</i>	4 <i>60 Seconds Atomic Adventure</i>	4 <i>Roblox</i>
5 <i>Grand Theft Auto : San Andreas</i>	5 <i>Grand Theft Auto : San Andreas</i>	5 <i>Magic Tiles 3</i>
6 <i>RFS – Real Flight Simulator</i>	6 <i>Plague Inc.</i>	6 <i>Fishdom : Deep Dive</i>
7 <i>60 Seconds Atomic Adventure</i>	7 <i>Incredibox</i>	7 <i>Candy Crush Saga</i>
8 <i>Farming Simulator 20</i>	8 <i>Bloons TD 6</i>	8 <i>FIFA Soccer</i>
9 <i>Plague Inc.</i>	9 <i>RFS – Real Flight Simulator</i>	9 <i>Brawl Stars</i>
10 <i>Incredibox</i>	10 <i>Farming Simulator 20</i>	10 <i>Coin Master</i>

Source : SELL – data.ai.

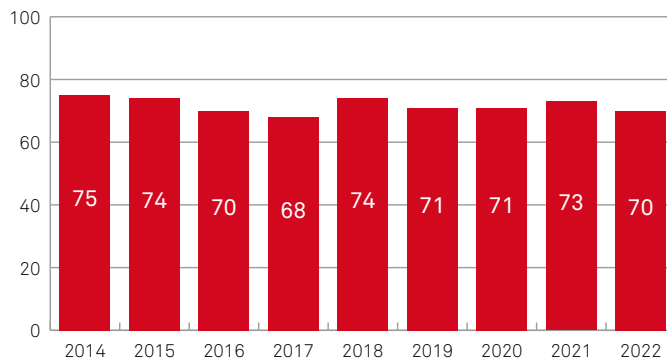
Le profil des joueurs de jeu vidéo

70 % des internautes de 10 ans et plus jouent au moins occasionnellement aux jeux vidéo

En 2022, 37,4 millions de Français ont joué à un jeu vidéo, contre 38,3 millions en 2021. Les joueurs de jeux vidéo représentent 70 % des internautes de 10 ans et plus, une part en recul de 3 points par rapport à 2021. En moyenne, les joueurs de jeux vidéo sont âgés de 39 ans. Les joueurs réguliers sont légèrement plus jeunes (38 ans). Les hommes sont sur-représentés parmi les joueurs. 51 % des joueurs sont des hommes tandis qu'ils ne représentent que 48 % de la population française en 2022.

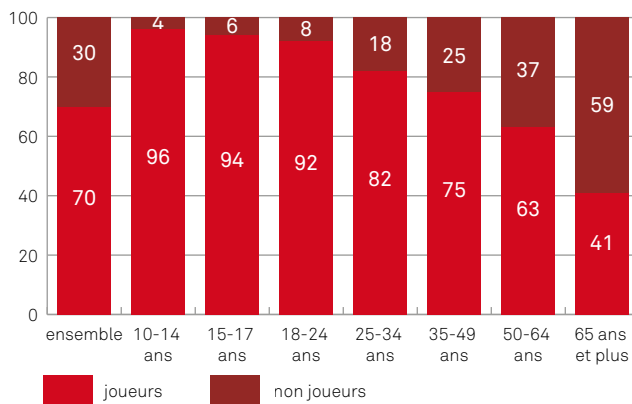
67 % des femmes jouent aux jeux vidéo en 2022. 53 % d'entre elles jouent tous les jours. Elles privilégient le jeu sur smartphone à 60 %, loin devant la console de jeu fixe (40 %). Elles plébiscitent particulièrement les jeux mobiles (44 %) et le social gaming (24 %).

Part de joueurs de jeux vidéo (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 24 août au 15 septembre 2022, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

Part de joueurs de jeux vidéo selon la tranche d'âge en 2022 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 24 août au 15 septembre 2022, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

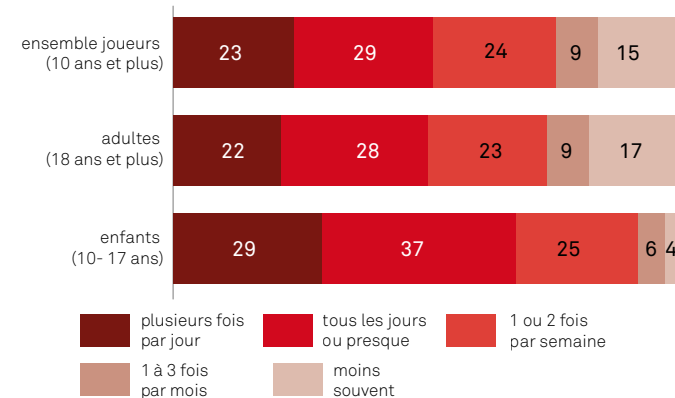
Plus de 92 % des moins de 25 ans jouent aux jeux vidéo

La part des joueurs de jeu vidéo est décroissante avec l'âge. La pénétration de joueurs dans la population des 10-14 ans est la plus importante à 96 %, une part en léger retrait par rapport à 2021 (-2 points), contre 41 % pour les 65 ans et plus, une part qui connaît un fort recul (-6 points). La pratique du jeu vidéo reste cependant très répandue jusqu'à 64 ans, avec plus de 60 % de joueurs parmi les 50-64 ans.

Une majorité de joueurs jouent tous les jours

Plus de la moitié des joueurs de jeu vidéo jouent tous les jours (53 %). 23 % jouent plusieurs fois par jour, une part en progression de 1 point par rapport à 2021, tandis que 29 % jouent tous les jours ou presque (-4 points par rapport à 2021). La pratique semble s'être intensifiée depuis 2018 puisqu'ils étaient seulement 19 % à déclarer jouer plusieurs fois par jour. Parmi les joueurs, les enfants jouent plus intensément que les adultes. En effet, 29 % des enfants jouent plusieurs fois par jour, contre 22 % pour les adultes. 37 % des enfants déclarent jouer tous les jours ou presque, une proportion nettement plus importante que chez les adultes (28 %).

Fréquence de jeu des joueurs de jeux vidéo en 2022 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 24 août au 15 septembre 2022, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

54 % des joueurs jouent sur smartphone

En moyenne, les joueurs utilisent 2,2 supports pour jouer. 42 % des joueurs n'utilisent qu'un support, 27 % deux supports et 31 % trois supports ou plus.

Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo. 54 % des joueurs jouent sur ce support (+3 points par rapport à 2021). Le deuxième support le plus utilisé est la console de salon avec 44 % (-5 points), suivi de l'ordinateur avec 41 % (-3 points). La tablette tactile arrive en quatrième position avec 24 % (-3 points), suivie par la console de jeu portable avec 21 % (stable).

L'âge moyen des joueurs sur smartphone est de 39 ans. La console portable est le support dont l'âge moyen des joueurs est le plus jeune, à 31 ans. A l'inverse, l'ordinateur et la tablette tactile sont les supports pour lesquels les joueurs sont, en moyenne, plus âgés (42 ans).

Les jeux mobiles, premier genre plébiscité par le public

En 2022, les joueurs jouent en moyenne à 3 genres de jeux différents. 36 % des joueurs jouent à des jeux mobiles et/ou des jeux casual. C'est le genre de jeu le plus pratiqué. Cette part augmente à 54 % pour les joueurs sur smartphone et à 41 % pour les joueurs sur tablette. Les jeux de course automobile connaissent également un franc succès auprès des joueurs puisque 24 % des joueurs déclarent y avoir joué (33 % chez les joueurs sur console fixe). A 24 % des joueurs également, les jeux de plateformes et les jeux de rôle/d'aventure sont également très appréciés. Les jeux de plateforme sont particulièrement appréciés sur console de jeu portable puisque 37 % des joueurs sur ce support y ont joué en 2022.

Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo.

Le jeu vidéo, une pratique collective et un vecteur de sociabilité

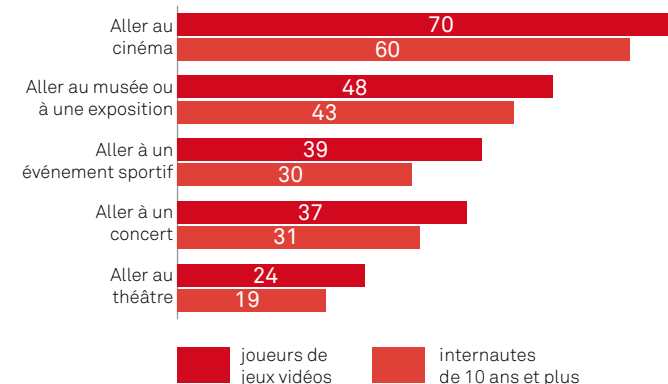
En 2022, 97 % des joueurs font l'expérience du jeu seul mais 60 % jouent également à plusieurs en ligne ou en local. Cette dimension collective est encore plus importante chez les joueurs âgés entre 10 et 17 ans. Sur cette tranche d'âge, 83 % déclarent jouer à plusieurs. Sur l'ensemble des joueurs, 50 % jouent à des jeux vidéo en ligne. Cette pratique sociale du jeu vidéo montre une dimension communautaire importante. 31 % des joueurs déclarent que le jeu vidéo les a aidés à se faire des amis et 32 % des joueurs ont le sentiment d'appartenir à une communauté. Ce sentiment d'appartenance est encore plus fort chez les enfants et atteint 47 % chez les joueurs âgés entre 10 et 17 ans. Parmi l'ensemble des joueurs ayant ce sentiment d'appartenance à une communauté, 88 % la considèrent comme bienveillante et accueillante et 82 % indiquent qu'elle leur a permis de se faire des amis qu'ils n'auraient pas connus autrement.

Cette sociabilisation semble dépasser les frontières du virtuel puisque 57 % des joueurs qui ont ce sentiment d'appartenance ont déjà rencontré des membres de leur communauté dans la vie réelle. 35 % d'entre eux les ont rencontrés à des événements privés et 28 % à des événements publics.

Des pratiques culturelles plus riches que les non joueurs

Les joueurs ont des pratiques culturelles et sportives plus riches que les non-joueurs. En 2022, 70 % des joueurs sont allés au cinéma au cours des 6 derniers mois, contre 60 % pour l'ensemble des internautes de 10 ans et plus. La pratique d'autres activités est également plus importante parmi les joueurs, qu'il s'agisse d'une sortie au musée (48 %, contre 43 % chez les non-joueurs) ou de la fréquentation d'un événement sportif (39 %, contre 30 %). Les joueurs sont également plus nombreux à déclarer lire (70 %, contre 63 % pour les non-joueurs) et pratiquer du sport (73 %, contre 67 %) au moins une fois par mois.

Pratique d'une activité au cours des 6 derniers mois (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie « Les Français et le Jeu Vidéo » réalisée sur Internet du 24 août au 15 septembre 2022, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

Les joueurs sont également plus enclins à avoir des pratiques de consommation média plus importantes que les non-joueurs. En 2022, 69 % des joueurs de jeu vidéo ont regardé des vidéos en streaming, en vidéo à la demande transactionnelle ou par abonnement. Cette part descend à 56 % sur l'ensemble des internautes. Les joueurs de jeu vidéo écoutent également plus de musique (75 %) que les non-joueurs (66 %) et se rendent plus sur les réseaux sociaux (86 %, contre 79 % chez les non-joueurs).

Le e-sport

Remarques méthodologiques :

France Esports définit plusieurs types de joueurs de e-sports :

- Les **joueurs grand public** : ce sont les internautes qui déclarent jouer à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueurs simultanément, sans classements, et sans inscription à des compétitions organisées
- Les **esportifs loisir** : ce sont les internautes qui déclarent jouer à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueurs simultanément, qui effectuent des parties classées (ranked et ladders), mais sans inscription à des compétitions organisées
- Les **esportifs amateurs** : ce sont les internautes qui déclarent jouer à des jeux vidéo permettant d'affronter d'autres joueurs simultanément, qui participent à des parties classées (ranked et ladders), et qui se sont inscrits à au moins une compétition organisée de jeux vidéo (en ligne ou en LAN) au cours des douze derniers mois

10,8 millions de consommateurs et pratiquants de e-sport

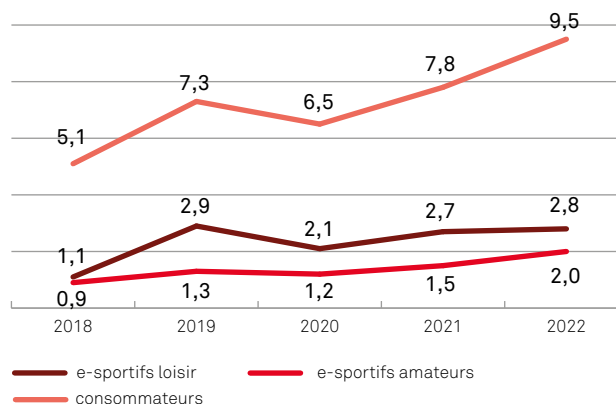
Selon France Esports, 22 % des internautes de 15 ans et plus ont consommé ou pratiqué le e-sport en France en 2022, soit 10,8 millions d'amateurs. Le nombre de joueurs de e-sport est en progression de 14,9 % par rapport à 2021. Parmi eux, 6 millions sont exclusivement des individus qui regardent des compétitions de jeux vidéo, des **consommateurs** uniquement (+0,8 million), 3,5 millions sont des personnes qui regardent et pratiquent l'e-sport, des **pratiquants** et des **consommateurs** (+0,9 million), et 1,3 million sont exclusivement des gens qui jouent à des parties classées et/ou s'inscrivent à des compétitions de jeux vidéo, des **pratiquants** uniquement (-0,3 million). La pratique du e-sport ne se limite pas à une pratique en ligne. En 2022, 56 % des joueurs de e-sport ont joué exclusivement en ligne (-12 points par rapport à 2021), contre 34 % en ligne et en physique (+5 points) et 10 % exclusivement en physique (+7 points). Grâce à la fin des restrictions sanitaires en 2022, les compétitions physiques ont pu reprendre et les joueurs sont massivement revenus en physique.

Force est de constater également que la crise sanitaire n'a pas bénéficié au e-sport comme elle a bénéficié au jeu vidéo, le nombre de pratiquants et de consommateurs ayant diminué au cours de l'année 2020. Cependant, ce marché a su rebondir rapidement puisqu'entre 2018 et 2022, le nombre de e-sportifs amateurs a plus que doublé passant de 931 000 à 2 millions et le nombre de e-sportifs loisir a presque triplé passant de 1,1 million à 2,8 millions.

Un public masculin et jeune chez les e-sportifs amateurs

Les joueurs grand public, c'est-à-dire qui s'affrontent sans classement et sans compétition, sont à 48 % des hommes et à 52 % des femmes. Plus le niveau de e-sport s'intensifie, plus la part des femmes diminuent. Les e-sportifs amateurs, c'est-à-dire qui s'affrontent avec classement et compétition, sont à 94 % des hommes et à 6 % des femmes. De même, la part des 15-34 ans est bien moins importante chez les joueurs grand public (48 %) que chez les e-sportifs loisir, c'est-à-dire qui jouent avec classement mais sans compétition (72 %) et les e-sportifs amateurs (95 %).

Nombre d'e-sportifs amateurs, d'e-sportifs loisir et de consommateurs



Source : France Esports – Baromètre 2022.

L'équipement des Français

Plus de la moitié des foyers équipés en consoles de jeux

Selon GfK-Rec, 53,2 % des foyers français sont équipés en consoles de jeux en 2022 (53,1 % en 2021), contre 52,9 % il y a cinq ans. Le taux d'équipement en consoles de salon est stable à 50,2 % (50,0 % en 2021).

Selon GfK-REC, la vente de matériels est en forte baisse avec 1,7 million de consoles vendues en 2022, contre 2,3 millions en 2021. Ce recul s'explique par la chute des ventes de consoles de salon (1,5 million de consoles de salon vendues en 2022, contre 1,9 million en 2021), en raison des difficultés d'approvisionnement et de la pénurie de matières premières nécessaires à la production de ces consoles. Ce recul touche également les consoles portables dont les ventes reculent à 190 000 consoles en 2022, contre 350 000 en 2021.

Les ventes de consoles de salon chutent de 20 % en 2022.

Le taux d'équipement des foyers en PC est stable à 76,2 %. Le taux d'équipement en PC fixe est également stable à 40,0 %, tout comme celui des PC portables à 53,0 %. Les ventes de PC reculent de 11,7 % et s'établissent à 3,2 millions d'unités vendues (3,6 millions en 2021). Les ventes de PC portable représentent 91,5 % des ventes totales de PC. 2,9 millions de PC portables ont été vendus en 2022, soit une baisse de 10,5 % par rapport à 2021. Les ventes de PC fixe s'établissent à 0,3 million d'unités vendues et reculent de 22,9 % par rapport à 2021.

En 2022, le taux d'équipement des foyers en smartphones est en progression de 0,9 point à 86,5 %. Les ventes de smartphones baissent à 15,2 millions d'unités vendues, contre 16,5 millions en 2021 (-7,9 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- Les séries statistiques sur le marché du jeu vidéo

4.5

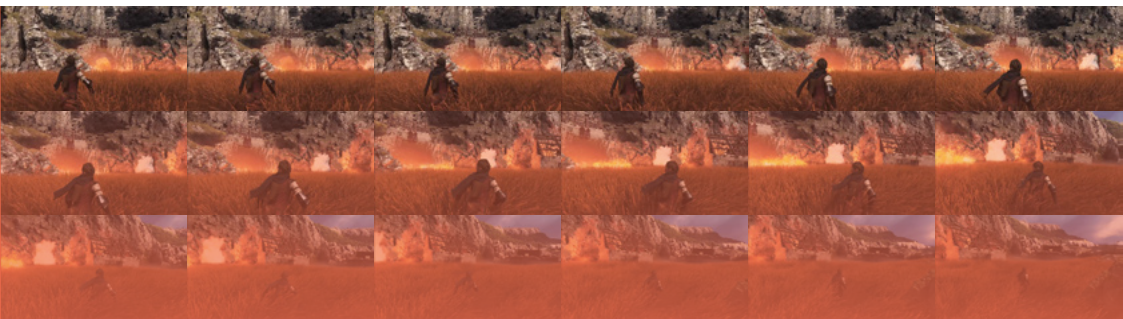
Les industries techniques

En 2021 : **829** entreprises dans le secteur
des industries techniques

1 165 M€
de chiffre d'affaires pour les industries techniques
(+28,5 % par rapport à 2020)



130,6 M€
d'exportations
(+34 % par rapport à 2020)



Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous les codes APE : 5912Z (postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision), 5911C (production de films pour le cinéma, incluant les studios de tournage) et 5920Z (édition musicale et activités d'enregistrement sonore). Parallèlement, les constructeurs et fabricants de matériels sont référencés sous les six codes relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques : 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.

La Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) regroupe plus de 150 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers de la prestation du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, la Ficam collecte auprès de ses membres des données économiques et sociales dont l'analyse permet de dégager les tendances du secteur.

Les données qui figurent dans ce chapitre sont, sauf exceptions mentionnées, soit issues de l'analyse de la Ficam, soit issues du Rapport de la branche des Entreprises Techniques au service de la Création et de l'Évènement, établi en coopération entre la Ficam, le Synpase (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel), le Groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 15^e édition a été publiée en mars 2023. L'échantillon retenu par la Ficam pour l'étude rassemble un panel de 106 sociétés adhérentes ayant fourni des données exploitables sur plusieurs années. Chaque société est considérée indépendamment de son appartenance à un groupe. Des données complémentaires concernant le chiffre d'affaires des entreprises du secteur des effets visuels numériques sont issues d'une enquête de France VFX menée auprès de 13 sociétés adhérentes. Les données concernant les marchés sont complétées

par l'Observatoire Métiers et Marchés de la Ficam, qui réunit des représentants de chaque métier (fabricants, tournage, postproduction image, postproduction son, etc.) et de chaque marché (cinéma, fiction TV, flux TV, publicité, animation), et qui publie des indicateurs trimestriels dont la synthèse annuelle est ici proposée.

Contour des industries techniques

Les industries techniques assurent les prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment les équipements et installations (fixes et mobiles) pour les tournages, assurent la modification des images et des sons imposée par le récit (postproduction et effets visuels) et la reproduction des œuvres originales pour leur diffusion (traitement dans les laboratoires, duplication, copies numériques – DCP, copies argentiques). Elles intègrent les éditeurs de logiciel ainsi que les prestations liées à l'animation. Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet, les outils nécessaires à la conservation pérenne des œuvres (numérisation, archivage, stockage) ou la restauration des œuvres de patrimoine.

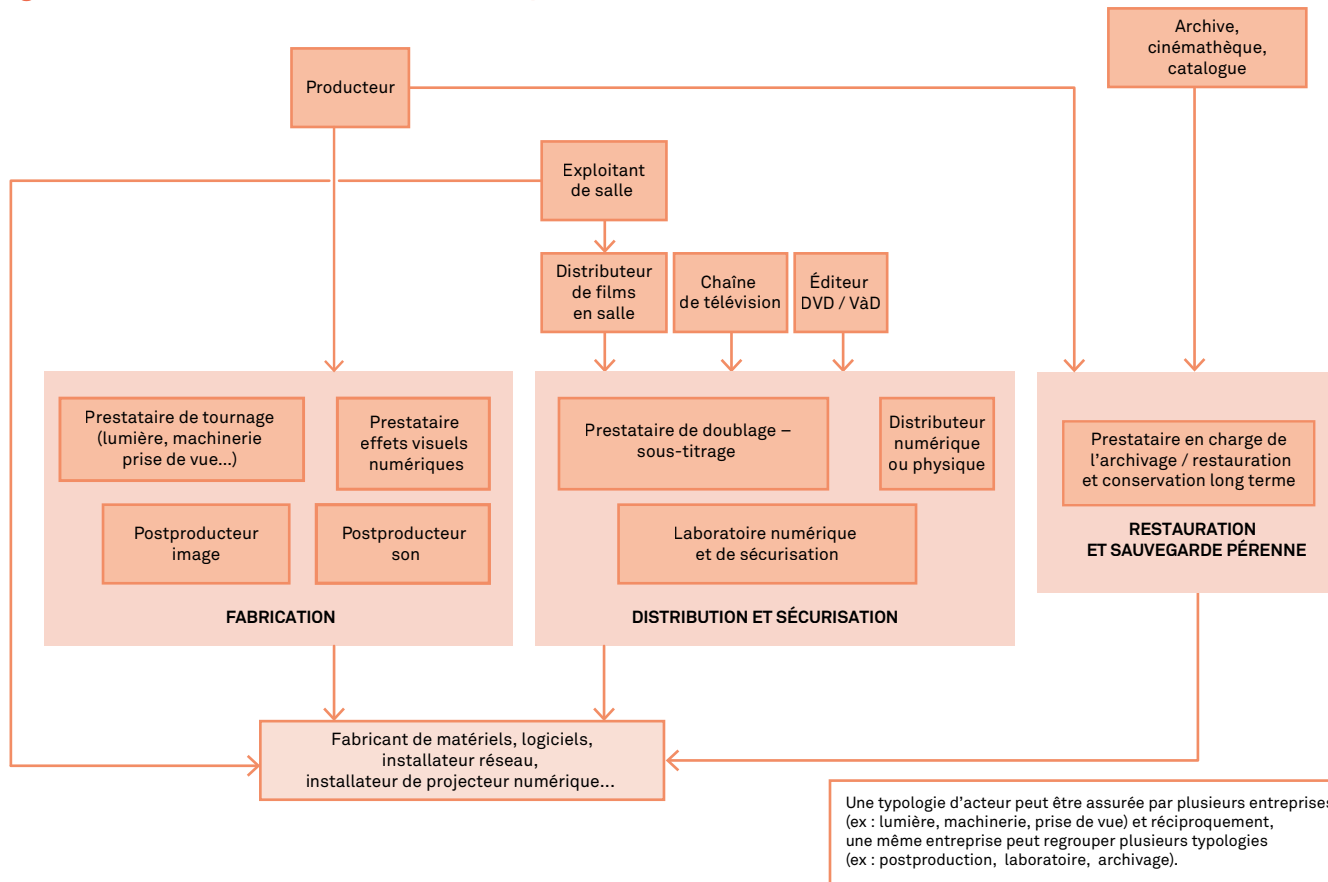
Les industries techniques intègrent ainsi :

- les prestataires de tournage, qui regroupent les loueurs de matériels (caméras, objectifs, grues, éclairage, consoles son, perches, etc.), les régies mobiles (studios mobiles équipés notamment pour la retransmission des événements télévisuels) et les studios de prises de vue (plateaux d'enregistrement) ;
- les postproducteurs image (montage, étalonnage) ;
- les sociétés en charge des effets visuels numériques (certains effets visuels pouvant être intégrés dès la phase de tournage en studio dans le cadre des studios virtuels) ;
- les postproducteurs son, qui effectuent le montage sonore sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium) ;
- les sociétés en charge des prestations de doublage ou de

sous-titrage à la fois pour la diffusion française d'œuvres internationales, pour la diffusion internationale d'œuvres françaises ou pour l'adaptation pour les publics aveugles et malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage) ;

- les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent notamment les laboratoires de production (sécurisation des données de tournage ou développement des rushes), les laboratoires de postproduction et les laboratoires assurant la fourniture de copies numériques dans les différents formats vidéo attendus pour la diffusion et la distribution des œuvres (cinéma, télévision, V&D). La postproduction numérique y est désormais généralisée. Certains laboratoires assurent également une prestation de retour sur film à des fins de conservation pérenne ;
- les entreprises spécialisées dans la restauration des œuvres (suppression ou atténuation des défauts d'une œuvre dégradée par le temps), l'archivage ou le stockage (stockage de films et conservation des données numériques) ;
- les fabricants, ou distributeurs, qui regroupent les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins des différentes étapes de production) et les fabricants de supports consommables ou non (pellicule, disques durs, cartes et supports de mémoire, serveurs) ou de systèmes de stockage et de traitement de l'image, de composants informatiques.

Organisation et acteurs des industries techniques



Source : CNC.

Plus de 800 entreprises d'industries techniques en France

Le segment des industries techniques compte 829 entreprises actives en France sur la dernière décennie. Parmi elles, 426 entreprises ont déclaré une activité en 2021, un nombre en baisse par rapport à 2020 (443 entreprises). Le secteur est structuré par quelques entreprises locomotives entourées de nombreuses petites entreprises. 20 % des entreprises réalisent ainsi 70 % du chiffre d'affaires du secteur et les 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de 50 % des salariés du secteur. En un an, la concentration du secteur s'est renforcée : les 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de la moitié des permanents déclarés sur l'année (47 %, contre 44 % en 2020), et près des deux tiers des intermittents déclarés (67 %, contre 57 % en 2020).

829 entreprises d'industries techniques en France, dont plus de 425 ont une activité économique régulière.

Des entreprises de taille supérieure à la moyenne nationale

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 49,1 % des entreprises emploient entre un et neuf salariés permanents en 2021 (46,2 % en 2020) et 39,6 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (42,5 % en 2020). Toutefois, leur taille moyenne est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 86,5 % des sociétés ayant des salariés emploient entre un et neuf salariés (source INSEE au 1^{er} janvier 2015, hors entreprises agricoles et financières).

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
1 à 9 salariés	50	56	56	49	49	50	53	54	49	52
10 à 49 salariés	46	35	36	43	43	44	39	39	45	42
50 à 99 salariés	7	6	7	7	6	6	7	5	4	5
100 salariés et plus	6	9	7	7	8	6	7	8	8	7
total	109	106	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2012 à 2021. Le passage de 109 à 106 sociétés de 2012 à 2013 est dû à des regroupements de filiales d'un même groupe. Source : Ficam.

69,5 % des effectifs des industries techniques sont des hommes

En 2021, 23 211 individus sont salariés par les entreprises du secteur des industries techniques, un niveau en hausse sur un an (+4,7 % par rapport à 2020) mais qui demeure inférieur à celui constaté en début de décennie (-9,5 % par rapport à 2012). Cette baisse est étroitement liée à l'épidémie de Covid-19, dont les conséquences en 2020 se faisaient principalement ressentir sur les emplois intermittents (14 682 salariés intermittents en 2020 soit une baisse de 10,9 % par rapport à 2019). En 2021, le nombre de salariés intermittents repart à la hausse (15 449 intermittents, soit +5,2 % par rapport à 2020), mais demeure inférieur à la moyenne annuelle pré-pandémique (17 501 salariés intermittents en moyenne entre 2017 et

2019). 7 762 salariés occupent des emplois permanents (CDI et CDD) en 2021, en hausse de 3,6 % sur un an. Pour ce type d'emplois, le nombre de salariés constaté en 2021 est le plus haut de la décennie, derrière 2017 (7 951 salariés permanents).

Le secteur des industries techniques est un secteur très masculin. Près de sept salariés intermittents sur dix sont des hommes en 2021, une part qui se vérifie sur les emplois intermittents (69,1 %) comme sur les emplois permanents (69,8 %). Une lente féminisation des métiers intermittents est toutefois perceptible sur la décennie, de 28,2 % de femmes parmi les salariés sur ce type d'emplois en 2012 à 30,2 % en 2021.

Effectifs permanents et intermittents par genre

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
femmes permanentes	2 442	2 342	2 230	2 123	2 290	2 404	2 430	2 357	2 277	2 399
femmes intermittentes	5 085	4 967	5 071	5 139	5 101	5 379	5 149	4 838	4 374	4 659
total femmes¹	7 527	7 309	7 301	7 262	7 391	7 783	7 579	7 195	6 651	7 058
hommes permanents	5 190	5 053	5 070	4 900	5 144	5 547	5 170	5 195	5 218	5 363
hommes intermittents	12 929	12 982	12 769	12 652	12 753	13 038	12 450	11 649	10 308	10 790
total hommes¹	18 119	18 035	17 839	17 552	17 897	18 585	17 620	16 844	15 526	16 153
total permanents	7 632	7 395	7 300	7 023	7 434	7 951	7 600	7 552	7 495	7 762
total intermittents	18 014	17 949	17 840	17 791	17 854	18 417	17 599	16 487	14 682	15 449
total¹	25 646	25 344	25 140	24 814	25 288	26 368	25 199	24 039	22 177	23 211

¹ Les effectifs totaux sont doublonnés : un même individu exerçant la même année sur un poste permanent et un poste intermittent est compté deux fois. Source : Audiens.

1 165 M€ de chiffre d'affaires

Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues ici (426 entreprises actives en 2021). Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 165 M€ en 2021, en hausse de 28,5 % par rapport à 2020.

Parmi les 106 entreprises constitutives de l'échantillon d'étude, celles qui réalisent plus de 10 M€ de chiffre d'affaires en 2021 captent 65,1 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 50,1 % en 2020 et 59,2 % en 2019.

En 2021, le chiffre d'affaires moyen des entreprises interrogées par la Ficam est de 6,3 M€, un montant en hausse sur un an (4,5 M€ en moyenne en 2020). Le chiffre d'affaires moyen observé en 2021 se situe dans la fourchette haute des dix dernières années, mais demeure inférieur aux niveaux enregistrés au début des années 2000 (jusqu'à 7,4 M€ en moyenne en 2006). Cette baisse progressive peut s'expliquer par un double phénomène de restructurations / regroupements de filiales au sein des groupes et d'atomisation avec le développement de plus petites structures. Par ailleurs, la concurrence reste particulièrement forte sur certains marchés, principalement sur celui de la postproduction image et son. A cela, s'ajoute en 2020 une crise sanitaire sans précédent entraînant un arrêt puis un ralentissement des activités lors du premier confinement (17 mars-11 mai 2020). La reprise rapide des activités ainsi que le report d'un certain nombre de prestations sur l'année 2021 ont généré des taux de croissance de chiffre d'affaires inédits entre 2020 et 2021, permettant au secteur de retrouver un niveau proche de celui de l'avant-crise sanitaire.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
prestataires techniques¹	1 180	1 123	1 069	1 101	1 156	1 127	1 087	1 059	906	1 165
évolution (%)	-8,5	-4,8	-4,8	+3,0	+5,0	-3,0	-3,5	-2,5	-14,4	+28,5
entreprises répondantes²	652	657	671	648	685	674	638	594	484	676
évolution (%)	-6,2	+0,8	+2,1	-3,4	+5,0	-2,0	-5,3	-6,8	-18,5	+39,6
CA moyen³	5,9	6,1	6,3	6,1	6,5	6,4	6,0	5,6	4,5	6,3

¹ Entreprises de prestation technique identifiées par leur code NAF 5912Z (panel fourni par Audiens). Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.

² Entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2011 et 2012, 106 de 2013 à 2020.

³ Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam.

Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 165 M€ en 2021, en hausse de 28,5 % par rapport à 2020.

13,2 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de plus de 10 M€

Plus de 85 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 et 5 M€ (39,6 % du panel). De nombreux postproducteurs image et son figurent dans cette tranche.

14 entreprises ont réalisé plus de 10 M€ de chiffre d'affaires en 2021, soit 5 de plus qu'en 2020. Cependant, seules cinq entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 20 M€, un nombre en baisse sur la décennie (7 en 2012).

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
inférieur à 1 M€	27	27	33	31	32	30	30	34	42	32
1 M€ à 5 M€	50	51	40	44	42	47	46	42	40	42
5 M€ à 10 M€	18	13	19	17	18	15	17	17	15	18
10 M€ à 20 M€	7	8	7	7	7	8	7	7	4	9
20 M€ et plus	7	7	7	7	7	6	6	6	5	5
total	109	106	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2012, 106 de 2013 à 2021.

Source : Ficam.

Les métiers du tournage et de la postproduction, principales sources de revenus

Afin d'évaluer la contribution de chacun des sous-secteurs des industries techniques dans les recettes totales de la filière, le chiffre d'affaires de chaque entreprise est réparti entre les différents métiers qu'elle exerce.

Le chiffre d'affaires des métiers du tournage augmente de 66,4 % entre 2020 et 2021 pour atteindre son plus haut niveau depuis 2016. Cette hausse est liée d'une part à un effet de rattrapage : le confinement imposé en mars 2020 lors de la crise sanitaire avait mis à l'arrêt les tournages en cours et repoussé les projets prévus sur cette période. Les tournages ont pu reprendre dès juin 2020 et tout au long de l'année 2021. Par ailleurs, la majoration du crédit d'impôt international en juin 2020 avec un taux porté à 40 % pour l'ensemble des dépenses (y compris de tournage) pour les films à forts effets visuels a eu un impact fort sur le chiffre d'affaires des prestataires de tournage. Le tournage en vidéo mobile (+59 %) atteint son plus haut niveau historique, grâce notamment au rattrapage de deux grandes compétitions sportives en 2021, initialement prévues en 2020 : le championnat européen de football et les Jeux Olympiques de Tokyo. Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des prestataires à hauteur de 46,8 % en 2021 contre 39,3 % en 2020 et 43,7 % entre 2017 et 2019. En 2021, les studios représentent 20,5 % du chiffre d'affaires généré par les activités de tournage.

La postproduction image génère 19,9 % du chiffre d'affaires total des industries techniques en 2021, contre 20,4 % en 2020 et 19,4 % en 2019. Le secteur enregistre pour la quatrième fois de la décennie un chiffre d'affaires supérieur à 130 M€ (135,0 M€).

Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) atteint 184,5 M€ en 2021, en hausse de 11,8 % par rapport à 2020 et au plus haut niveau depuis 2014 (195,9 M€). La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint

27,2 % en 2021 (34,1 % en 2020), un niveau proche de celui constaté sur l'ensemble de la décennie (28,3 % entre 2012 et 2021).

Les activités de postproduction son génèrent 22,3 M€ en 2021, un montant en hausse sur un an (+26,7 %) mais qui demeure faible au regard du reste de la décennie (29 M€ en moyenne chaque année entre 2012 et 2021).

Le secteur de l'archivage, du stockage et de la restauration occupe une place modeste dans le chiffre d'affaires global de la prestation technique, son poids passant de 3,0 % en 2017 à 1,7 % en 2021. Le chiffre d'affaires du secteur augmente de 31,5 % par rapport à 2020, à 12,1 M€, mais demeure inférieur à la moyenne constatée sur la décennie (16,6 M€ en moyenne chaque année entre 2012 et 2021).

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le métier (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
tournage (studio, loueurs...)	268,3	276,0	292,6	309,9	326,2	293,2	287,9	251,6	190,1	316,4
postproduction image	110,1	118,4	121,7	124,9	137,3	155,6	139,1	115,5	98,5	135,0
postproduction son	34,4	31,2	32,6	32,3	32,2	33,0	29,8	29,0	17,6	22,3
travaux de laboratoire ¹	208,0	207,7	195,9	166,3	168,3	171,0	161,0	178,2	164,9	184,5
archivage, stockage, restauration	18,0	19,4	25,3	14,0	20,6	20,2	14,7	12,7	9,2	12,1
fabricant matériel (tournage, postproduction...)	13,2	4,4	2,9	0,6	0,4	1,0	5,5	7,0	3,7	5,7
total	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0

¹ Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication, applications numériques, sous-génériques, films annonce. Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2012, 106 de 2013 à 2021. Source : Ficam.

L'audiovisuel demeure le premier client des prestataires techniques

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés : le long métrage cinématographique, le programme audiovisuel (télévision et plateformes) de stock, le programme audiovisuel de flux, le programme d'animation et les effets visuels, le multimédia et le film publicitaire ou institutionnel. La plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés et il est de plus en plus rare qu'une entreprise relève exclusivement d'un seul marché.

Les marchés du cinéma et de l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représentent à eux seuls 75,5 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2021. Le marché de l'audiovisuel (stock et flux) génère 58,7 % des ressources, avec un chiffre d'affaires en hausse de 48,0 % en 2021. Depuis 2005, l'audiovisuel constitue la première source de revenus. En 2021, sur un chiffre d'affaires de 397,2 M€ généré par l'audiovisuel, les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) représentent 222,0 M€, soit 55,8 % du chiffre d'affaires généré par l'audiovisuel, retrouvant son niveau de 2019. Les activités de production de programmes de stock (fictions, documentaires) sont évaluées à 175,2 M€, soit 44,1 % du chiffre d'affaires généré par l'audiovisuel.

Le chiffre d'affaires en provenance de la filière cinéma augmente de 14,5 % en 2021 et retrouve son niveau de 2019 mais reste, malgré tout, loin du niveau observé entre 2013 et 2017, témoignant d'une érosion des investissements techniques dans la production cinématographique (de 27 % du chiffre d'affaires total des prestataires techniques en 2012 à 17 % en 2021, son plus bas niveau avec 2018).

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité (11,9 % en 2021), pour un chiffre d'affaires en hausse de 19,4 % mais qui demeure faible au regard de la décennie (80,6 M€, soit le niveau le plus bas après 2020). Le chiffre d'affaires de l'animation, quatrième marché, poursuit sa croissance pour la troisième année consécutive. Il fait plus que doubler pour atteindre 56,0 M€ (deuxième plus haut niveau de la décennie après 2017) grâce à la continuité de l'activité pendant la crise sanitaire ainsi que l'augmentation des commandes pour les services de VàD / VàDA.

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le marché (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
télévision (stock + flux)	347,5	344,4	369,2	353,6	370,5	364,0	381,1	349,3	268,8	397,2
cinéma	175,5	166,1	153,7	155,9	176,0	134,3	107,1	113,3	99,0	113,4
publicité et institutionnel	78,5	84,5	90,5	85,3	89,5	87,5	92,1	87,4	67,5	80,6
animation	20,2	30,5	27,4	23,1	30,5	63,4	41,1	16,4	22,2	56,0
multimédia	13,7	14,6	13,5	9,9	10,5	16,6	10,3	22,2	12,5	12,1
autres ¹	16,6	17,0	16,7	20,2	8,0	8,2	6,3	5,4	14,0	16,7
total	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0

¹Vidéo, spectacle vivant, formation, etc.

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2012, 106 de 2013 à 2021.

Source : Ficam.

En 2021, le marché de l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques.

Près de 40 % de croissance dans le secteur des effets visuels

Pour les entreprises du secteur des effets visuels et des effets numériques plus spécifiquement, le cinéma et l'audiovisuel de stock représentent les trois quarts (75,6 %) de leur chiffre d'affaires en 2021 selon France VFX, une part qui s'est fortement accrue en trois ans (60,4 % du chiffre d'affaires en 2019 et 57,8 % en 2020, année perturbée par la pandémie de Covid-19). Cette évolution est fortement portée par l'augmentation du chiffre d'affaires généré par les longs métrages et unitaires audiovisuels étrangers (dont ceux destinés aux plateformes de V&A), qui génèrent 7,92 M€ en 2022 soit quatre fois plus qu'en 2019 (1,97 M€). Les revenus des entreprises de VFX générés par les séries françaises sont également en forte croissance et atteignent 10,0 M€ en 2022 (multiplié par 3 par rapport à 2019). Au global, le secteur des effets visuels et des effets numériques enregistre une croissance de 37,7 % de son chiffre d'affaires en 2021 et atteint près de 50 M€.

Chiffre d'affaires des effets visuels selon le marché (M€)

	2019	2020	2021
longs métrages et unitaires français	11,1	11,1	14,4
séries françaises	3,1	3,6	10,0
longs métrages et unitaires étrangers	2,0	4,3	7,9
séries étrangères	7,9	1,3	4,2
autre (publicité, flux, vidéomusique,...)	15,8	14,8	11,8
total	39,8	35,0	48,2

Périmètre : 13 entreprises adhérentes à France VFX.
Source : France VFX.

Une chaîne de fabrication entièrement numérique

La numérisation de la chaîne de fabrication, du tournage à la postproduction, est achevée. Près de 95 % des tournages cinéma se font désormais en numérique et la postproduction argentique est devenue marginale depuis 2011. En télévision, la HD et les caméras numériques grand capteur représentent la totalité des semaines de tournage.

En 2021, 13,0 % des tournages de fictions cinématographiques et 2,9 % des tournages de fictions audiovisuelles sont réalisés en 4K et au-delà. En parallèle de la multiplication par 20 de la résolution des images en dix ans (de la SD à la 4K), les matériels et chaînes de production permettant de filmer et postproduire avec une cadence d'image plus élevée (HFR) ou un rapport de contraste plus étendu (HDR) ont fait leur apparition en 2014 et leur usage s'est depuis développé. Par ailleurs, les industries techniques se diversifient également vers les nouveaux formats immersifs individuels comme la réalité virtuelle. Les effets visuels en temps réel sur le plateau de tournage (studios virtuels) sont également en train de se développer et modifient en profondeur les méthodes de travail et la chaîne de fabrication.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions cinématographiques¹ (%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
caméra cinéma numérique 2K /4K	71,7	68,9	41,4	60,3	80,9	94,3	95,7	95,6	96,7	94,0
16 mm	1,5	0,6	0,9	0,6	-	2,5	1,3	1,7	2,0	1,0
35 mm	14,3	10,2	4,4	4,4	3,6	2,2	3,0	2,7	1,3	5,0
caméra vidéo HD	12,5	20,4	53,3	34,4	15,5	1,0	-	-	-	-
non renseigné	-	-	-	0,4	-	-	-	-	-	-
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions cinématographiques d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Répartition des semaines de tournage selon le support pour les fictions audiovisuelles¹ (%)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
caméra numérique 2K/4K/8K	74,0	43,1	17,8	27,2	32,4	61,7	59,0	59,0	78,2	84,0
HD	25,1	55,9	79,0	72,5	61,6	31,4	35,5	35,6	18,9	16,0
16 mm	0,6	0,9	2,3	-	-	-	-	-	-	-
35 mm	-	-	-	-	-	-	1,5	1,4	-	-
non renseigné	0,3	0,0	0,9	0,4	6,0	6,9	4,0	4,0	2,9	-
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Fictions télévisuelles d'initiative française dont le tournage a débuté au cours de l'année.
Source : Ficam — Observatoire des Métiers et Marchés.

Hausse des investissements

Les investissements des prestataires techniques (achats de nouveaux équipements uniquement) augmentent de 21 % entre 2020 et 2021. Chaque entreprise investit, en moyenne, 586,7 K€ en 2021, le plus haut niveau de la décennie, contre 485,1 K€ en 2020.

Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur à 20 M€ sont depuis 2011 celles qui investissent le plus. Les sociétés avec un chiffre d'affaires de 10 M€ ou plus concentrent 54 % de l'ensemble des investissements en 2021 (67 % en 2020). Cette polarisation s'explique notamment par la nécessité pour les plus grosses sociétés qui se positionnent sur des projets étrangers audiovisuels et cinématographiques ambitieux, de continuellement s'adapter aux nouvelles technologies.

Record du chiffre d'affaires à l'exportation

Pour les industries techniques, l'exportation résulte essentiellement d'un double phénomène : elle comprend non seulement les prestations réalisées sur les marchés internationaux mais également les prestations sur le territoire français pour des œuvres étrangères et dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2021, le chiffre d'affaires lié à l'exportation remonte à 130,6 M€ en 2021 (+34 % par rapport à 2020) pour atteindre son plus haut niveau historique. Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel s'élève à 19,3 %, un niveau en léger retrait par rapport à 2020 (20,2 %) mais supérieur à celui constaté avant-crise (16,3 % du chiffre d'affaires enregistré entre 2017 et 2019).

En 2021, les industries techniques réalisent un chiffre d'affaires à l'export de 130,6 M€, soit une hausse de 34 % par rapport à 2020.

Investissements des industries techniques¹ (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
investissements	59,7	50,1	35,4	34,0	61,3	60,3	45,9	44,9	51,4	62,2
chiffre d'affaires	652,0	657,1	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	9,2	7,6	5,3	5,2	8,9	8,9	7,2	7,5	10,6	9,2

¹ Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non pris en compte).
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2012, 106 de 2013 à 2021.
Source : Ficam.

Exportations des industries techniques (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
exportations	57,8	62,4	65,1	68,7	80,2	78,4	111,0	120,5	97,7	130,6
chiffre d'affaires	652,0	657,0	671,0	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	8,9	9,5	9,7	10,6	11,7	11,6	17,4	20,2	20,2	19,3

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 109 en 2012, 106 de 2013 à 2021.
Source : Ficam.

L'audiovisuel est toujours largement leader dans le chiffre d'affaires des exportations puisque sa part de marché est de 67 % en 2021, contre 60 % en 2020 (62 % en 2019 et 51 % en 2012). La montée en puissance des plateformes internationales (Netflix, Prime Video, Disney+, Paramount+, etc.), renforce encore le poids des programmes télévisuels de stock à l'export. Le cinéma est loin derrière et représente 10 % du total.

L'activité doublage / sous-titrage capte plus de la moitié des revenus générés par l'export (54,6 %). Son chiffre d'affaires export est en hausse de 27,7 % pour atteindre son plus haut niveau historique.

La part d'export de l'activité tournage (studio, loueur et vidéo mobile) s'établit à 22,6 % en 2021, contre 15,6 % en 2020 et 23,0 % en 2019.

chapitre cinq

INTERNATIONAL



5.1

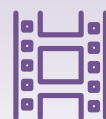
Les flux financiers en provenance de l'étranger

En 2021 :

1,3 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger
(+37,5 % par rapport à 2020)



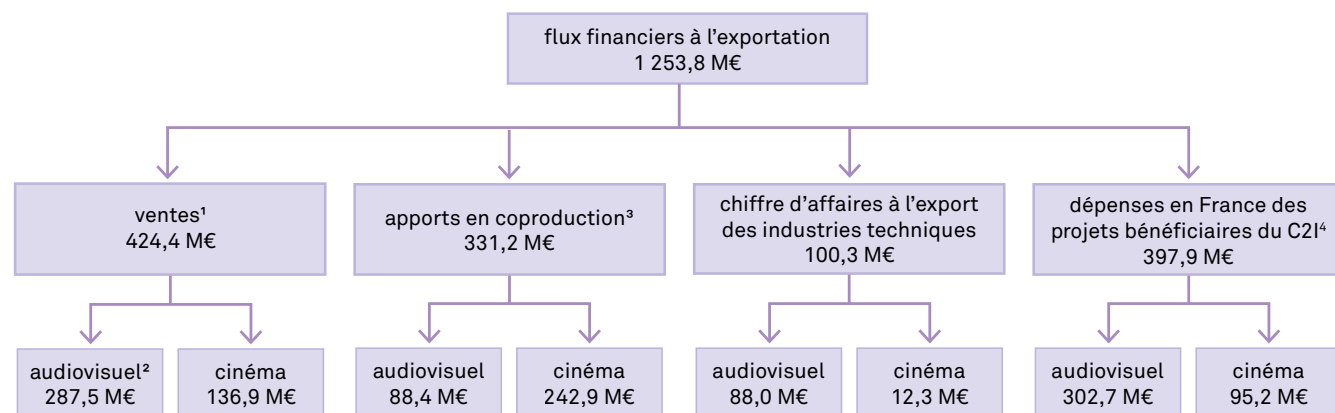
766,6 M€
pour l'audiovisuel



487,2 M€
pour le cinéma



Flux financiers en provenance de l'étranger en 2021



Flux financiers en provenance de l'étranger (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	évol. 21/20 (%)
ventes¹	377,2	344,9	404,3	416,8	429,6	481,4	389,5	364,0	362,7	424,4	+17,0
<i>dont audiovisuel²</i>	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	274,6	287,5	+4,7
<i>dont cinéma</i>	211,3	165,4	194,0	215,8	169,3	212,8	167,8	116,4	88,1	136,9	+55,4
apports en coproduction³	393,3	341,3	253,0	308,1	300,0	297,2	252,9	334,3	231,9	331,2	+42,8
<i>dont audiovisuel</i>	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	88,4	+10,2
<i>dont cinéma</i>	316,8	271,8	196,7	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	+60,0
CA à l'export des industries techniques	47,9	45,6	47,2	54,3	64,9	59,4	87,0	92,5	72,0	100,3	+39,3
<i>dont audiovisuel</i>	30,7	32,7	36,8	42,0	47,7	42,9	73,6	75,0	58,5	88,0	+50,4
<i>dont cinéma</i>	17,2	12,9	10,4	12,3	17,2	16,5	13,4	17,5	13,5	12,3	-8,9
dépenses en France des projets bénéficiaires du C2I⁴	47,9	95,5	63,0	55,3	144,4	223,0	173,6	244,9	245,0	397,9	+62,4
<i>dont audiovisuel</i>	5,0	8,3	15,5	21,3	51,4	97,7	98,6	131,1	133,0	302,7	+127,6
<i>dont cinéma</i>	42,9	87,3	47,4	33,9	93,0	125,3	75,1	113,8	112,0	95,2	-15,0
total	866,2	827,3	767,4	834,5	938,9	1 061,0	903,0	1 035,7	911,6	1 253,8	+37,5
<i>dont audiovisuel</i>	278,1	290,0	318,9	318,4	435,4	466,1	447,9	531,5	546,3	766,6	+40,3
<i>dont cinéma</i>	588,2	537,3	448,5	516,1	503,5	594,9	455,2	504,2	365,3	487,2	+33,4

¹ Incluant les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.

² Ventes et préventes. ³ Investissements étrangers dans les coproductions minoritaires et majoritaires françaises. ⁴ C2I : Crédit d'impôt international.

Sources : CNC, CNC-Unifrance, FICAM.

Près d'1,3 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger

Les flux financiers en provenance de l'international peuvent être appréhendés de quatre manières différentes :

- les ventes et préventes étrangères de films et programmes audiovisuels,
- les apports en coproduction en provenance de l'étranger sur des coproductions minoritaires ou majoritaires françaises,
- l'activité d'exportation des industries techniques françaises,
- les dépenses en France des projets étrangers bénéficiaires du crédit d'impôt international.

En 2021, l'ensemble de ces flux est en forte croissance et atteint le plus haut niveau jamais enregistré à 1,25 Md€ (+37,5 % par rapport à 2020 et +44,7 % par rapport à 2012), dont 766,6 M€ pour l'audiovisuel (+40,3 % par rapport à 2020 et +175,7 % par rapport à 2012) et 487,2 M€ pour le cinéma (+33,4 % par rapport à 2020 et -17,2 % par rapport à 2012). Pour la troisième année consécutive, l'audiovisuel représente plus de la moitié (61,1 %) des flux financiers en provenance de l'étranger. En 2012, l'audiovisuel représentait moins du tiers (32,1 %) de ces recettes.

5.2

L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

En 2021 :

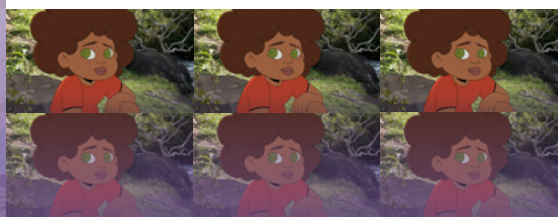
186,1 M€

de ventes de programmes
audiovisuels français
(-5,5 % par rapport à 2020)



101,5 M€

de préventes de programmes
audiovisuels français
(+30,5 % par rapport à 2020)



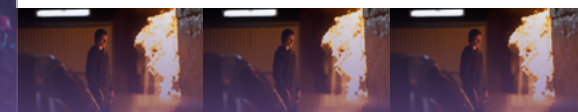
136,9 M€

de recettes d'exportation pour
les films français
(+55,4 % par rapport à 2020)



769,1 K€

de recettes d'exportation pour
les courts métrages français
(+6,5 % par rapport à 2020)



Remarques méthodologiques

L'exportation des programmes audiovisuels

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et Unifrance auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite auprès des exportateurs de films français par le CNC. Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse sont celles encaissées au cours de l'année analysée, et intègrent par conséquent des recettes générées par des ventes contractées les années précédentes.

Les ventes de courts métrages français à l'étranger

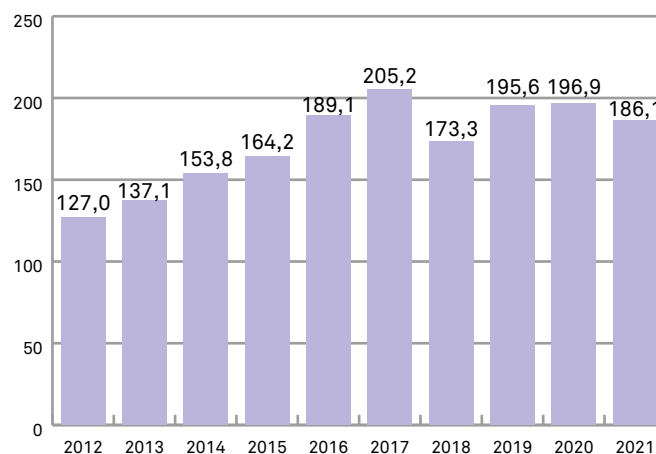
Chaque année, Unifrance réalise une étude sur la diffusion des œuvres françaises de court métrage à l'étranger. Les résultats prennent en compte les ventes déclarées par les sociétés de production et de distribution, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès des institutionnels ainsi que les ventes auprès d'Arte, TV5 Monde et Canal+ Afrique. Depuis 2017, Unifrance intègre également les redevances de droits V&D.

L'exportation des programmes audiovisuels

Des ventes de programmes audiovisuels français en retrait mais toujours à un niveau élevé

Si l'impact de la pandémie se fait encore sentir sur l'activité des exportateurs de programmes en 2021, la demande de contenus est restée forte partout dans le monde, permettant à l'export audiovisuel français de rester à un niveau particulièrement élevé. En 2021, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger sont en repli de 5,5 %, mais se maintiennent à un niveau élevé, à 186,1 M€, en hausse de 46,5 % en 10 ans. Ce recul par rapport à 2020 est également à considérer au regard des montants élevés de préventes de programmes audiovisuels français en 2020 et 2021 qui atteignent respectivement 77,7 M€ et 101,5 M€, niveau record en hausse de 161 % en 10 ans, signe de l'appétence pour les contenus français. À noter toutefois que ces préventes ont nécessairement un impact sur l'activité de ventes, les contrats de préventes bloquant les droits sur les territoires concernés.

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-Unifrance.

L'animation, en recul en 2021

Après avoir atteint un niveau très élevé ces cinq dernières années, les ventes d'animation française baissent de 18,5 % à 60,8 M€ en 2021. L'animation reste le premier genre à l'export et représente 32,7 % des ventes totales (-5,2 points par rapport à 2020). Elle bénéficie notamment de la diversité de sa production, de la série pré-scolaire au cartoon, et de marques fortes et reconnues à l'international (*Miraculous*, *Gigantosaurus*, *Molang*, *Simon*), avec des nouvelles saisons qui s'exportent et des rachats de droits. L'année 2021 a cependant été marquée par la préférence des diffuseurs pour les marques éprouvées et un ralentissement des acquisitions de nouveautés, les acheteurs préférant souvent procéder à des renouvellements. L'activité cyclique de la production d'animation, l'absence de nouvelles séries porteuses chez certains producteurs en 2021, ainsi que les contraintes d'exclusivité liées aux ventes à des plateformes mondiales ont également entraîné une baisse conjoncturelle du chiffre d'affaires à l'exportation chez plusieurs distributeurs.

Des ventes de fiction à un niveau très élevé

En 2021, les ventes internationales de fiction française progressent de 21,8 % à 57,3 M€, deuxième plus haut niveau historique après 2017 (63,7 M€). La fiction représente 30,8 % des ventes de programmes audiovisuels français (+6,9 points par rapport à 2020). Après une année 2020 stable, le marché international pour la fiction française a renoué avec une forte croissance en 2021, prouvant l'intérêt grandissant pour le genre dans tous les territoires, aussi bien auprès des diffuseurs linéaires que non linéaires. Au-delà de l'arrivée sur le marché international de nouvelles saisons de séries à succès et des rachats de droits sur des programmes porteurs, 2021 a vu émerger de nouveaux titres au succès international (*HPI haut potentiel intellectuel*, *Paris Police 1900*, *l'Opéra*, etc.).

Des ventes internationales de documentaires impactées par la crise sanitaire

Après avoir atteint un niveau record à 46,0 M€ en 2020, les ventes de documentaires français à l'international reculent de 20,1 % à 36,8 M€ en 2021. Le genre capte 19,8 % des recettes (-3,6 points par rapport à 2020). Les thèmes des documentaires français vendus à l'international sont divers avec des succès en histoire, en science, en nature / exploration et dans le domaine de l'investigation et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique). Le documentaire reste le genre qui a le plus souffert des effets de la crise en 2021 en raison des retards de tournage et de l'afflux de projets en postproduction, avec comme conséquence des reports de livraison des programmes. Ces difficultés ont eu un impact très fort sur les ventes internationales et ont affecté la possibilité pour les distributeurs de faire de nouvelles acquisitions.

Baisse des ventes de formats

Les ventes de formats français (flux, jeux et variétés) à l'étranger reculent de 9,2 % à 19,3 M€ en 2021. Le format représente 10,4 % du total des ventes (-0,4 point par rapport à 2020).

En 2021, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 186,1 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	évol. 21/20 (%)
animation	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7	60,8	-18,5
fiction	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1	57,3	+21,8
documentaire, magazine	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0	36,8	-20,1
format (flux, jeux, variétés)	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	21,3	19,3	-9,2
musique, spectacle vivant	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	1,3	2,6	+97,4
divers (information, extraits...)	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	6,5	9,1	+40,9
total	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	-5,5

Source : CNC-Unifrance.

Recul des ventes en Europe de l'Ouest malgré de belles performances au Royaume-Uni

Les acquisitions en Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, reculent de 7,4 % par rapport à 2020 à 80,6 M€ (84,7 M€ en moyenne sur la dernière décennie). La part de marché de la zone est en recul de 0,9 point par rapport à 2020 à 43,3 %, contre 49,0 % sur les dix dernières années.

La zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes français dans le monde avec 15,9 M€, en recul néanmoins de 17,0 % par rapport à 2020, et au plus bas niveau depuis 2012 (12,0 M€). Elle devance la zone Royaume-Uni + Irlande, devenue en 2021 le deuxième marché mondial pour les programmes français. Si la zone est toujours difficile pour les productions non anglophones, les achats y ont augmenté de 62,3 % à 14,1 M€, deuxième plus haut niveau de la décennie après 2016 (16,1 M€). Troisième territoire, l'Italie augmente légèrement ses achats (+1,2 %) à 12,1 M€, soit un niveau proche de la moyenne de la décennie (11,6 M€).

Stabilité des ventes en Europe centrale et orientale

En 2021, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale sont stables à 11,8 M€ (+0,1 %), contre une moyenne de 12,6 M€ sur ces dix dernières années. La zone représente 6,4 % du total des ventes à l'étranger en 2021. La Pologne, marché tradition-

nnellement important pour les programmes français en raison du grand nombre d'acteurs, diminue ses acquisitions de programmes français qui passent de 4,2 M€ à 2,9 M€ (-30,6 %). La Russie devient le premier marché de la région, avec 3,2 M€ d'achats en 2021 (+47,3 %).

Légère contraction du marché nord-américain

En Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada), les ventes de programmes français reculent de 7,8 % par rapport à 2020 à 23,3 M€, au-dessus de la moyenne de la dernière décennie (22,5 M€). Deuxième zone d'export pour les programmes français, l'ensemble représente 12,5 % des ventes totales (-0,3 point par rapport à 2020).

Aux Etats-Unis, les ventes reculent de 20,4 % à 12,1 M€, niveau le plus faible depuis 2015 (10,4 M€). En 2021, les Etats-Unis sont le quatrième territoire d'export pour l'audiovisuel français (troisième en 2020), et le premier territoire non-européen. A l'inverse, avec 9,3 M€ d'importations en 2021, le Canada augmente nettement ses acquisitions de programmes français (+57,5 %), qui atteignent un niveau historiquement élevé.

Recul de l'Asie et en particulier de la Chine

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie diminuent de 10,9 % en 2021 pour s'établir à 14,7 M€. La zone représente 7,9 % des ventes mondiales (-0,5 point par rapport à 2020).

Pour la deuxième année consécutive, les achats en provenance de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » reculent de 35,8 % à 4,8 M€ en 2021, plus bas niveau depuis 2016 (3,9 M€). Cette zone représente 32,4 % des exportations vers l'Asie / Océanie en 2021 (-12,5 points par rapport à 2020). Au Japon, les exportations de programmes français progressent pour la troisième année consécutive et atteignent 2,5 M€ en 2021 (+10,3 %), contre 2,3 M€ en moyenne sur la dernière décennie. Les ventes à destination de la Corée du Sud s'établissent à 0,7 M€ en 2021, un niveau stable par rapport à 2020 (+0,3 %) et en léger recul par rapport à la moyenne de ces dix dernières années (1,0 M€). Enfin, les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont également en nette hausse (+118,8 %) et atteignent leur plus haut niveau à 2,7 M€ en 2021.

Recul des ventes en Afrique et en Amérique latine, hausse au Moyen-Orient

Les ventes à destination des pays d'Afrique baissent pour la deuxième année consécutive. Elles reculent de 7,6 % à 6,0 M€ en 2021, contre une moyenne de 5,6 M€ sur les dix dernières années. L'Afrique représente 3,2 % des ventes de programmes français en 2021 (3,3 % en 2020).

Après avoir connu une hausse de 36,0 % en 2020, les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine reculent de 13,5 % à 4,2 M€.

Les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en hausse pour la deuxième année consécutive et atteignent 4,3 M€ (+13,7 % par rapport à 2020).

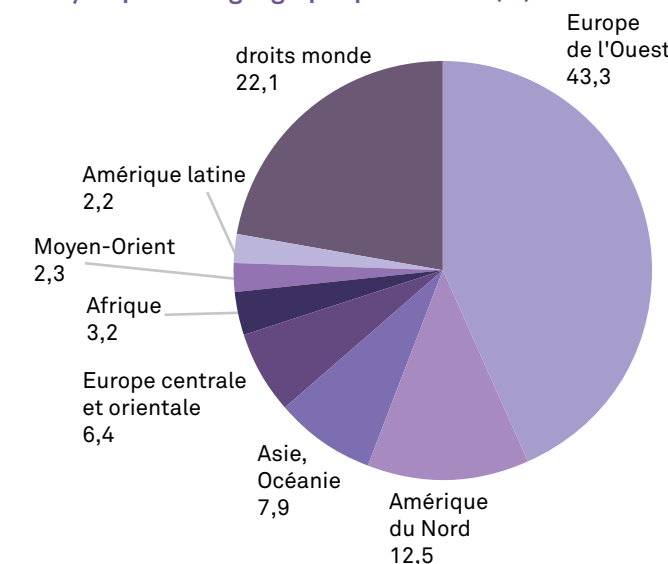
Des ventes de droits monde qui se stabilisent à un niveau élevé

Les ventes de droits monde (incluant celles portant sur des territoires de plusieurs continents et les ventes aux plateformes mondiales) sont stables à 41,1 M€, contre 41,2 M€ en 2020, plus haut niveau historique. La part des droits monde dans les ventes de programmes français progresse à 22,1 % en 2021 (+1,2 point). Les plateformes mondiales de vidéo à la demande sont des acteurs incontournables pour l'exportation des programmes français, notamment pour l'animation. Elles

permettent de pénétrer des territoires jusqu'alors hermétiques aux programmes non-anglophones et ont ouvert une nouvelle voie aux productions européennes auprès des diffuseurs traditionnels. La vidéo à la demande gratuite, financée par la publicité, constitue une source de revenus de plus en plus significative. En 2021, elle représente 18,3 % des ventes de droits monde, contre 12,0 % en 2020. Cette part est amenée à se renforcer avec la multiplication de plateformes reposant sur ce modèle économique et leur déploiement sur de plus en plus de territoires. Enfin, si le marché des droits mondiaux est une opportunité pour les programmes français, il induit des changements profonds dans les pratiques de commercialisation et peut impliquer un gel de tout potentiel commercial sur plusieurs années, compte tenu de la nature exclusive des droits cédés pour une période donnée.

Stabilisation des droits monde à plus de 40 M€, soit 22,1 % en 2022.

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2021 (%)



Source : CNC-Unifrance.

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	évol. 21/20 (%)
Europe de l'Ouest	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	80,6	-7,4
Amérique du Nord	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	23,3	-7,8
Asie / Océanie	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	14,7	-10,9
Europe centrale et orientale	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	11,8	+0,1
Afrique	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	6,5	6,0	-7,6
Moyen-Orient	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	3,8	4,3	+13,7
Amérique latine	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	4,8	4,2	-13,5
droits monde ¹	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	41,2	41,1	=
total	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	-5,5

¹Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux, incluant les plateformes. Source : CNC-Unifrance.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2021*
- les séries statistiques sur l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

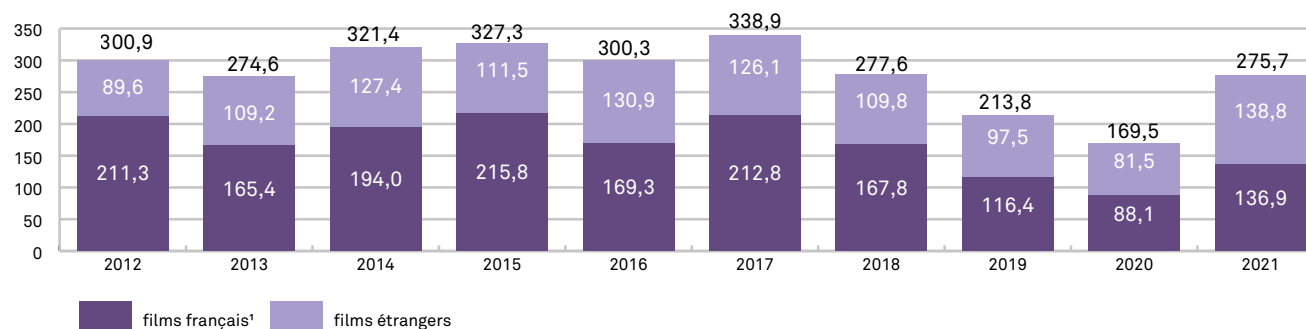
Forte hausse des recettes d'exportation des films français dans un contexte dégradé

Après trois années consécutives de baisse dans un contexte difficile, accentué par la pandémie de Covid-19 (-25,5 % en moyenne chaque année entre 2017 et 2020), les ventes de films français à l'étranger sont en nette hausse en 2021 et génèrent 136,9 M€ de recettes, soit +55,4 % par rapport à l'année 2020. Le chiffre d'affaires des films étrangers vendus par les exportateurs français est également en nette progression et atteint en 2021 un record historique, à 138,8 M€, soit une hausse de 70,4 % par rapport à 2020. La vente de films étrangers génère ainsi pour la première fois en 2021 plus de la moitié (50,4 %) de l'ensemble des recettes d'exportation.

En 2021, les ventes à l'exportation des films français récents (produits après le 1^{er} janvier 2018) représentent 96,7 M€, soit une hausse de 84,1 %. Après une année 2020 qui signait un plus bas niveau historique, les recettes générées par la vente de films récents retrouvent en 2021 un niveau supérieur à celui observé en 2019, mais demeurent largement en-deçà de la moyenne constatée sur la dernière décennie (136,1 M€ entre 2012 et 2021).

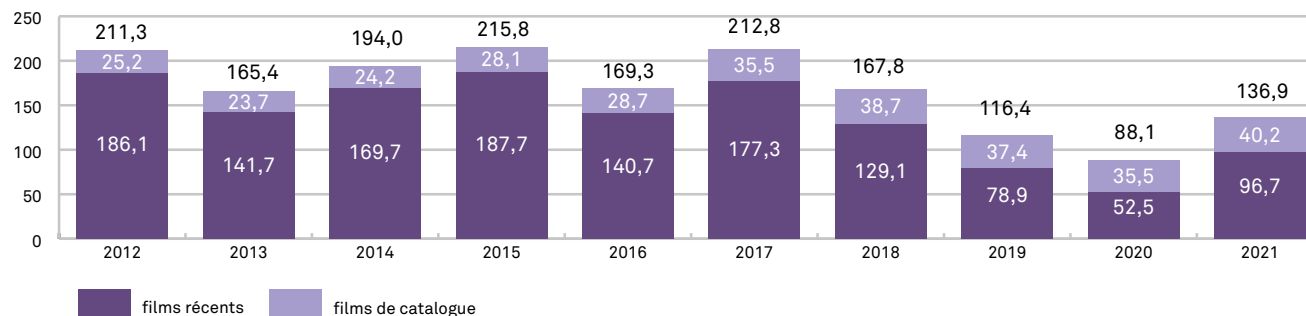
40,2 M€ de ventes à l'exportation pour les films français de catalogue en 2022, plus haut niveau depuis 10 ans.

Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



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

Recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



Films de catalogue : films produits il y a plus de trois ans.
Films récents : films produits il y a moins de trois ans.
Source : CNC.

Une forte concentration sur les principaux territoires

En 2021, la concentration des recettes est en hausse par rapport à 2020. Les 15 premiers pays génèrent 79,3 % des encaissements contre 75,4 % en 2020, un écart qui s'accroît fortement en considérant les cinq premiers pays (51,8 %, contre 36,0 % en 2020). Le taux de concentration des cinq premiers territoires retrouve par conséquent un niveau habituel, après deux années de baisse (52,2 % en 2018).

Fait inédit en 2021 : pour la première fois, les ventes VàD / VàDA monde constituent la première source de recettes pour le cinéma français et atteignent 27,8 M€, soit quatre fois plus qu'en 2020 (6,3 M€). Bien que largement imputable à une société, la hausse des recettes en provenance des plateformes VàD / VàDA monde prolonge une tendance à la hausse déjà observée en 2020 (recettes doublées entre 2019 et 2020).

L'Europe de l'Ouest, première zone d'exportation du cinéma français

En 2021, l'Europe de l'Ouest confirme sa position de première zone d'accueil du cinéma français avec 47,0 M€ de recettes (+51,5 % sur un an), soit le tiers (34,3 %) de l'ensemble des recettes d'exportation. L'Amérique du Nord enregistre également une importante hausse par rapport à l'année 2020 avec 25,1 M€ de recettes cumulées en 2021, soit 65,1 % de recettes supplémentaires.

A l'inverse, l'Asie observe une part en très nette baisse sur un an, affaiblie par le repli des marchés chinois et japonais en conséquence de la pandémie de Covid-19. La zone génère 9,0 % de l'ensemble des recettes, contre 15,2 % en 2020. Avec l'Amérique latine, l'Asie est la seule zone à générer moins de recettes en 2021, à 12,3 M€ contre 13,4 M€ en 2020.

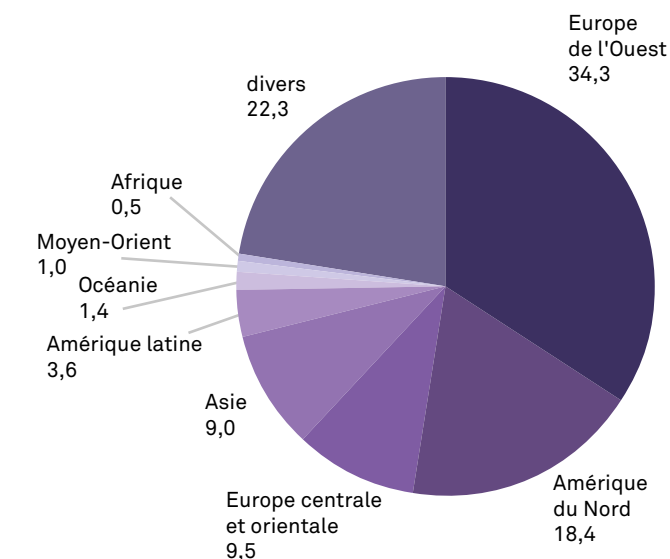
Les quinze premiers pays en termes de recettes de films français à l'exportation en 2021

	recettes (M€)	évol. 21/20 (%)	évol. 21/19 (%)	part de marché (%)
1 VàD / VàDA monde	27,8	+339,8	+811,6	20,3
2 Etats-Unis + grand pays européen et/ou Japon	13,1	+72,3	-6,6	9,6
3 Etats-Unis et/ou Canada anglophone	10,6	+64,8	+0,3	7,7
4 Allemagne et/ou zones germanophones	10,1	+66,7	-7,9	7,4
5 Italie	9,3	+83,7	+55,2	6,8
6 Espagne	5,7	+30,0	+10,7	4,2
7 Japon	4,7	-11,6	-6,4	3,4
8 Russie	4,2	+24,1	+20,4	3,1
9 Pologne	3,9	+39,8	-2,2	2,9
10 Suisse (hors région germanophone)	3,6	+21,4	-8,7	2,6
11 Chine	3,5	-24,7	-38,5	2,5
12 Benelux	3,4	+9,0	+0,6	2,5
13 Belgique	3,2	-17,6	-24,1	2,3
14 Scandinavie	2,9	+48,1	+61,6	2,1
15 Pays-Bas	2,6	+1 086,1	+1 802,7	1,9
quinze premiers pays	108,6	+63,5	+25,6	79,3
total	136,9	+55,4	+17,6	100,0

Source : CNC.

En 2021, l'Europe de l'Ouest concentre plus du tiers des recettes totales du cinéma français à l'export.

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2021 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclut le territoire « Etats-Unis + divers monde ». La zone « divers » inclut les ventes VàD/VàDA monde.
Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : une concentration accrue du secteur en 2021

En 2021, après deux années marquées par un phénomène de déconcentration causé par la baisse des recettes des grosses entreprises du secteur, le marché de l'exportation se recentre autour de trois sociétés, qui captent plus de la moitié (51,9 %) des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger (45,1 % en 2020 et 41,3 % en 2019). Ce niveau demeure toutefois inférieur à celui constaté en 2018 (54,7 %).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exportation des films français en 2021*

- les séries statistiques sur l'exportation des films

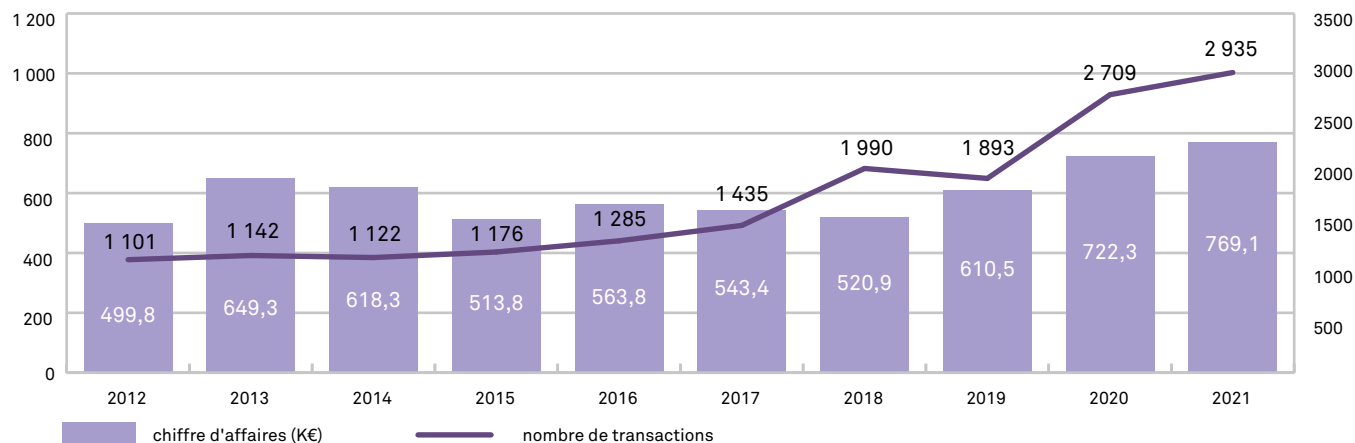
Les ventes de courts métrages français à l'étranger

Nouveau record des recettes à l'exportation des courts métrages en 2021

La crise sanitaire n'a pas eu d'impact négatif sur l'exportation des courts métrages français à l'étranger. Le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français est en progression en 2021 à 769,1 K€ (+6,5 % par rapport à 2020), soit un niveau record au regard de la décennie et bien supérieur à celui observé avant-crise (+37,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019). 1 153 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction en 2021 (1 126 en 2020 et 758 en moyenne sur la période 2017-2019), dont 93,8 % sont des productions majoritairement françaises.

La crise sanitaire n'a pas d'impact négatif sur l'exportation des courts métrages français : 769,1 K€ de chiffre d'affaires, +6,5 % par rapport à 2020.

Exportation des courts métrages français



Source : Unifrance.

La fiction, premier genre auprès des acheteurs étrangers de courts métrages

La part de marché en recettes du court métrage de fiction s'établit à 49,7 % en 2021, un niveau inférieur à celui observé en 2020 (58,4 %) et sur la période 2017-2019 (52,6 % en moyenne). L'animation reste en deuxième position en termes de recettes en 2021 et atteint une part de marché en valeur de 45,7 %, contre 36,9 % en 2020 et 43,5 % en moyenne entre 2017 et 2019. Elle demeure toutefois le premier genre en nombre de transactions (56,1 % en 2021), devant la fiction (36,8 %). Le documentaire de création et le film expérimental représentent 4,6 % des recettes en 2021 et 7,1 % des transactions.

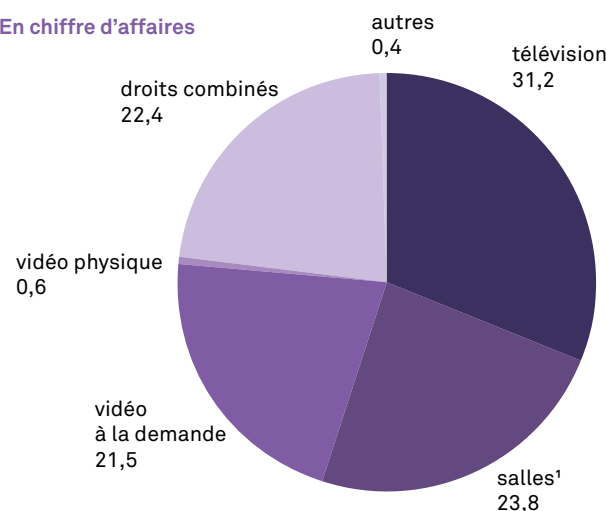
En 2021, la première place du palmarès de l'exportation des courts métrages français à l'étranger est occupée par le film d'animation *Vanille* de Guillaume Lorin, en termes de chiffre d'affaires, et le film d'animation *Un lynx dans la ville* de Nina Bisiarina, en nombre de transactions. Les premières places du classement, que ce soit en chiffre d'affaires ou en nombre de transactions, sont occupées par des œuvres produites au cours des trois dernières années.

Les droits TV représentent la majorité du chiffre d'affaires à l'exportation

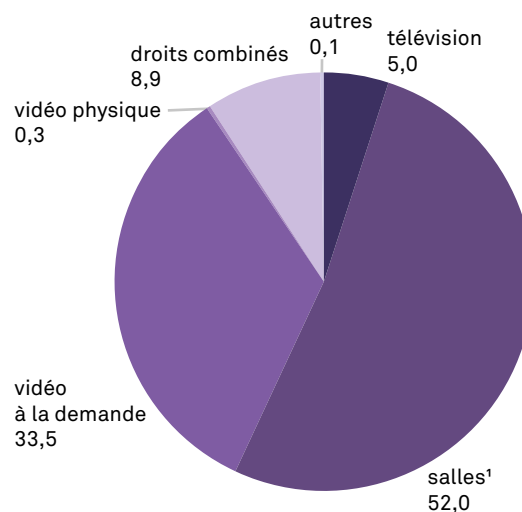
Les droits de diffusion télévisuelle représentent la majorité des cessions de droits des courts métrages français à l'étranger en valeur. En 2021, les droits de diffusion télévisuelle composent 31,2 % du chiffre d'affaires à l'exportation alors qu'ils ne totalisent que 5,0 % des transactions. L'exploitation en salles de cinéma, deuxième source de revenus du court métrage à l'exportation, atteint 23,8 % du chiffre d'affaires mais 52,0 % des transactions. Les droits d'exploitation en vidéo à la demande n'ont cessé de progresser au cours de la décennie que ce soit en termes de chiffre d'affaires (21,5 % en 2021, soit +18,5 points par rapport à 2012) ou de transactions (33,5 % en 2021, soit +30,4 points par rapport à 2012).

Répartition de l'exportation des courts métrages français selon le type de droits (%)

En chiffre d'affaires



En nombre de transactions



¹Location de copies et droits d'exploitation en salles.

² Droits combinés = « droits TV + autres (hors salles) » ; « droits salles + autres (hors TV) » ; plusieurs typologies de « droits V&D ».

Source: Unifrance.

L'Europe occidentale, première zone d'exportation des courts métrages français

En 2021, bien qu'en diminution, l'Europe occidentale reste la première zone d'exportation avec 36,6 % du chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français et 41,3 % des transactions. Au sein de l'Europe occidentale, l'Espagne devient en 2021 le premier pays importateur avec 186 transactions pour 81,7 K€ de chiffre d'affaires. L'Amérique du Nord garde la deuxième place du classement (17,1 % du chiffre d'affaires et 24,1 % des transactions) devant l'Europe centrale et orientale.

Forte croissance des ventes de courts métrages français en réalité virtuelle

En 2021, 41 courts métrages français en réalité virtuelle ont été vendus à l'international (36 titres en 2020). Ils ont fait l'objet de 266 transactions pour 1,1 M€ de chiffre d'affaires (117 transactions et 0,5 M€ de chiffre d'affaires en 2020). Tous les indicateurs s'inscrivent dans une tendance à la hausse depuis 2017 (13 titres, 109 transactions et 42 000 € de chiffre d'affaires). 64,5 % des recettes sont enregistrées par des films d'animation et 24,0 % par des documentaires et films expérimentaux.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2021*

- les séries statistiques sur le court métrage

5.3

Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger

En 2022: **27 millions**

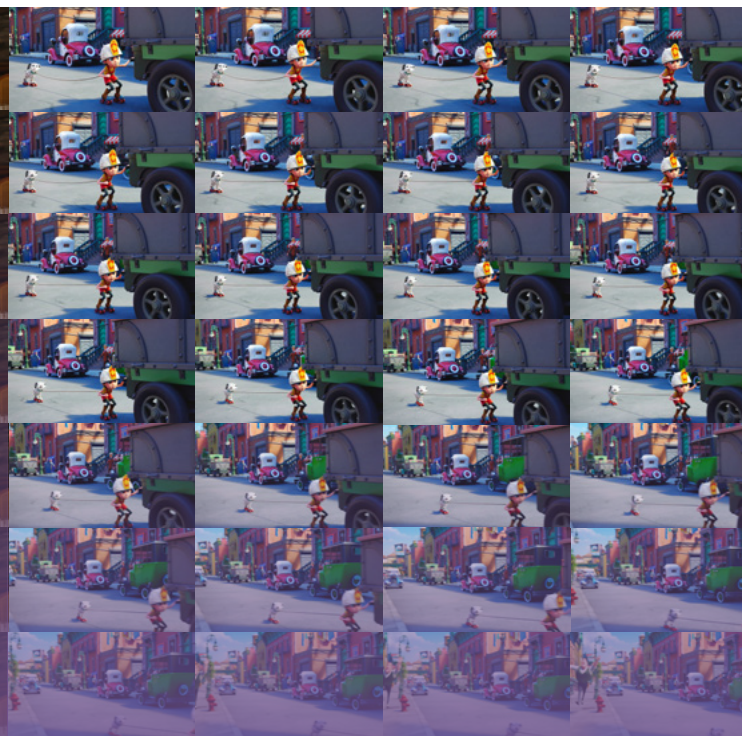
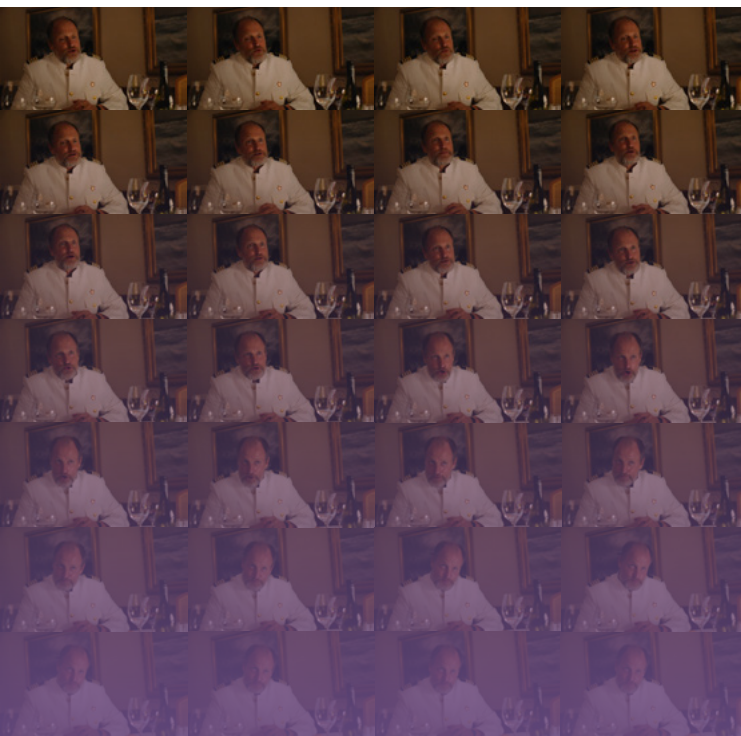
d'entrées pour les films français à l'étranger (estimation)

(+52 % par rapport à 2021)

2,1 millions
pour *Sans filtre*

2,1 millions
pour *Vaillante*

1,8 million pour
Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?



Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires.

Les données 2022 présentées ici sont arrêtées à janvier 2023 et couvrent 80 territoires. Ces données sont provisoires et non exhaustives (résultats consolidés disponibles à l'automne).

Les données relatives à l'offre de films et programmes audiovisuels français sur les plateformes de VàDA en juillet 2022 sont issues de l'outil Analytics d'Ampere Analysis et couvrent 105 plateformes différentes monitorées dans 53 pays (France exclue). Le périmètre s'étend sur l'ensemble des plateformes de VàDA suivies par Ampere Analysis, hors pays de production d'origine, à l'exclusion de Prime Video pour les œuvres directement mises en ligne via Prime Video Direct et de la plateforme chinoise iQiyi hors zone Asie-Pacifique.

Les données concernant la diffusion des films et des programmes français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 100 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède). La qualification de la nationalité des programmes est déterminée par MediaLogiq.

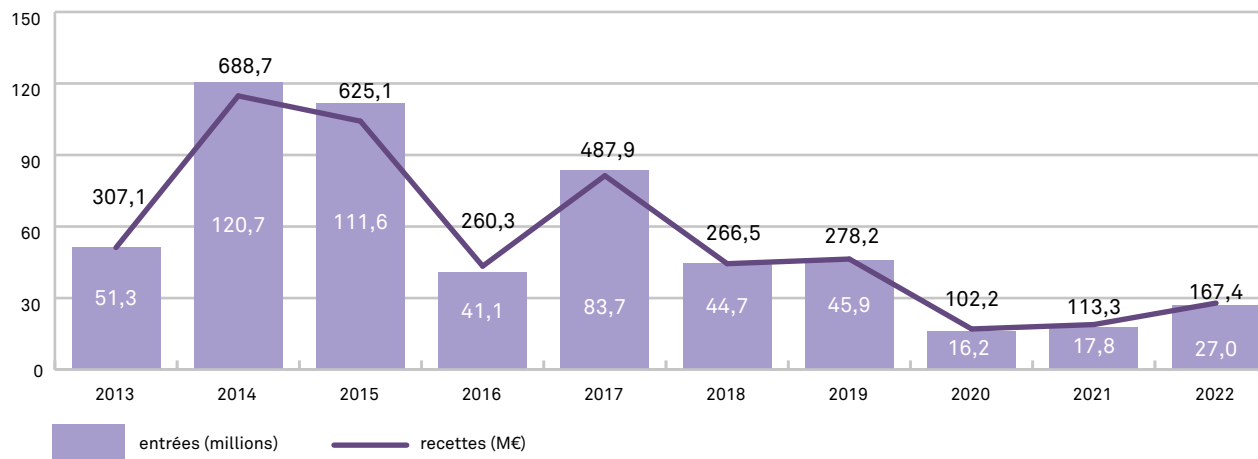
Une fréquentation des films français dans les salles étrangères en hausse mais qui demeure inférieure à son niveau pré-pandémique

Après deux années marquées par des fermetures liées à la pandémie de Covid-19, la plupart des salles de cinéma à l'international étaient en activité continue en 2022, avec une levée progressive des mesures sanitaires. Dans ce contexte, la fréquentation des films français à l'étranger progresse de 51,8 % par rapport à 2021, à 27,0 millions d'entrées. Malgré ce regain, le niveau d'entrées enregistrées à l'international pour les films français demeure en net retrait par rapport à celui observé avant la pandémie de Covid-19 (45,3 millions d'entrées en moyenne en 2018 et 2019). Les recettes générées à l'international

augmentent nettement, à 167,4M€ en 2022 (+47,7 % mais -38,5 % par rapport à la moyenne 2018-2019).

Avec 17,0 millions d'entrées en 2022, la fréquentation des productions majoritairement françaises observe une hausse sur un an proportionnellement plus importante que celle constatée sur l'ensemble des films (+139,2 % par rapport à 2021). Trois productions majoritairement françaises dépassent le million d'entrées en 2022 (aucune en 2021) : la comédie *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* (1,8 million d'entrées), le film d'animation *Pil* (1,3 million d'entrées) et le film d'aventures familial *le Loup et le lion* (1,3 million d'entrées).

Entrées et recettes guichets des films français à l'étranger



*Données 2022 non exhaustives et provisoires.
Source : Unifrance (données mises à jour pour les années antérieures).

Une hausse du nombre de films à 100 000 entrées et plus

La hausse de la fréquentation observée en 2022 est portée par un certain nombre de films locomotives. Sept films dépassent le million d'entrées à l'international en 2022, contre trois en 2021 (sept en 2018 et 2019). De même, le nombre de films français totalisant 100 000 entrées ou plus à l'étranger en 2022 augmente à 47 films, contre 32 en 2021 (68 en 2019).

La hausse du nombre de films à 100 000 entrées et plus, de même que la très nette augmentation du volume de films en exploitation (902 films identifiés à partir des données provisoires, contre 719 l'an précédente) entraîne une baisse de la concentration des entrées sur quelques films. En 2022, les cinq plus grands succès français représentent plus du tiers (34,0 %) des entrées globales du cinéma français dans les salles étrangères (43,6 % en 2021), une part proche du niveau d'avant-crise (38,0 % en 2019).

Près des trois quarts des entrées réalisées par les films en langue française

Après une année 2021 marquée par un net rebond des films en langue étrangère (49,7 % des entrées en raison des succès de *The Father* et de *Pinocchio*), les films en langue française retrouvent en 2022 une place plus importante avec près des trois quarts des entrées enregistrées à l'international (19,6 millions), un niveau supérieur à celui d'avant pandémie (60,8 % des entrées enregistrées en 2018 et 2019). Leur prépondérance se retrouve parmi les vingt films les plus fédérateurs, quinze d'entre eux étant en langue française.

Diversité des films français à l'international

Le classement des plus gros succès à l'international met encore une fois à l'honneur la diversité de la production française. Après une année 2021 dominée par le drame, la comédie retrouve la première place en termes d'entrées enregistrées, portée par le succès de *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* (1,8 million d'entrées) et de la Palme d'Or 2022 *Sans filtre* (2,1 millions d'entrées). En dehors de la comédie, l'animation affiche également en 2022 des performances solides avec une fréquentation en très forte hausse (+174,8 %). Trois films d'animation enregistrent en 2022 plus d'un million d'entrées : *Pil* (1,3 million d'entrées) ainsi que les coproductions minoritaires *Vaillante* (2,1 millions) et *Hopper et le hamster des ténèbres* (1,6 million). La diversité de la création française se retrouve également au travers des films d'aventures, avec *Le Loup et le lion* (1,3 million) et *King* (568 394 entrées), ou encore du documentaire avec *la Panthère des neiges*, qui enregistre la meilleure performance pour le genre depuis 2019 (240 881 entrées).

Les 10 premiers films français en termes d'entrées à l'étranger en 2022

	titre	genre	type de coproduction	nombre de territoires	entrées
1	<i>Sans filtre</i>	comédie	minoritaire	35	2 109 772
2	<i>Vaillante</i>	animation	minoritaire	50	2 061 749
3	<i>Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?</i>	comédie	majoritaire	15	1 819 707
4	<i>Hopper et le hamster des ténèbres</i>	animation	minoritaire	34	1 637 056
5	<i>Julie (en 12 chapitres)</i>	comédie	minoritaire	44	1 578 218
6	<i>Pil</i>	animation	majoritaire	48	1 321 931
7	<i>Le Loup et le lion</i>	aventure	majoritaire	24	1 261 062
8	<i>Le Tour du monde en 80 jours</i>	animation	majoritaire	26	767 314
9	<i>Le Trésor du Petit Nicolas</i>	comédie	majoritaire	9	635 221
10	<i>King</i>	aventure	majoritaire	24	568 394

Source : Unifrance.

Plus de 70 % des entrées en 2022 sont enregistrées en Europe

Pour la septième année consécutive, l'Europe occidentale est la zone qui enregistre le plus d'entrées pour les films français. Avec 12,2 millions d'entrées en 2022 (+81,8 % par rapport à 2021), la zone capte 45,2 % des entrées du cinéma français, une part en forte hausse sur un an (37,7 % en 2021). Quatre territoires dépassent le million d'entrées en 2022 (un en 2021, l'Espagne). Parmi eux, l'Allemagne cumule 2,8 millions d'entrées et s'impose en tant que premier territoire pour le cinéma français en 2022 dans le monde. Deux productions françaises enregistrent par ailleurs plus d'un million d'entrées en Europe occidentale : *Qu'est-ce qu'on a tous fait au bon Dieu ?* (1,5 million d'entrées), ainsi que la coproduction minoritaire suédo-française *Sans filtre*, Palme d'Or 2022 (1,2 million).

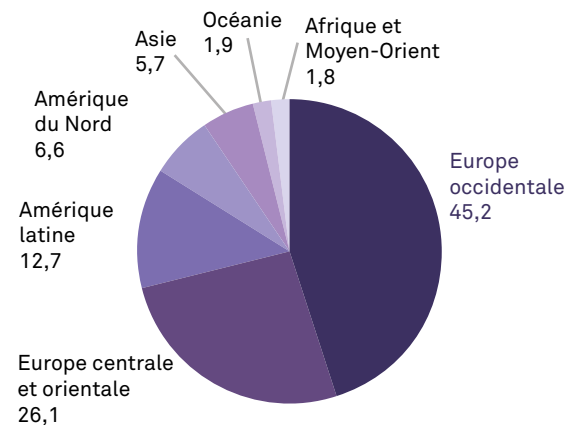
Avec un nombre d'entrées qui double en 2022 (+113,1 % par rapport à 2021), l'Europe centrale et orientale est la zone qui enregistre la plus forte hausse sur un an, avec 7,1 millions d'entrées. Malgré le conflit russo-ukrainien, la zone, notamment portée par le dynamisme de la Pologne et de la Russie (2,6 millions d'entrées chacune, respectivement 2° et 3° territoire pour le cinéma français), atteint une part de marché historiquement haute, à 26,1 % du total des entrées enregistrées par les films français à l'international en 2022. Les films familiaux et films d'animation y affichent des performances solides, à l'instar de *le Trésor du Petit Nicolas* (549 000 entrées), *Pil* (440 000 entrées) ainsi que les coproductions minoritaires *Hopper* et *le hamster des ténèbres* (956 000 entrées) et *Vaillante* (819 000 entrées).

En 2022, l'Amérique latine renoue avec un certain dynamisme et se classe en troisième zone d'exploitation du cinéma français, avec 3,4 millions d'entrées (12,7 % des entrées totales), deux fois plus que le total observé en 2021. Au sein des autres zones, l'Asie est lourdement impactée par le repli du marché chinois, sur lequel seulement deux films français sortent en 2022 : *Mon inconnue* (261 000 entrées) et *les Choristes* (ressortie qui enregistre

200 000 entrées). La zone totalise 1,5 million d'entrées en 2022, en net retrait sur un an (3,5 millions en 2021, et 5,2 millions en moyenne en 2018 et 2019), pour une part de marché de 5,7 % des entrées totales (19,6 % en 2021). Malgré une nette hausse sur un an (1,78 million d'entrées soit +63,9 % par rapport à 2021), les entrées enregistrées en Amérique du Nord pour les films français demeurent très éloignées des niveaux prépandémiques (-59,5 % par rapport à la moyenne 2018-2019). La zone totalise 6,6 % des entrées en 2022, une part en nette érosion sur l'ensemble de la décennie (16,6 % en 2013), notamment en raison de l'absence de superproductions françaises en langue anglaise.

En 2022, l'Allemagne est le territoire qui enregistre le plus grand nombre d'entrées pour le cinéma français.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2022 (%)

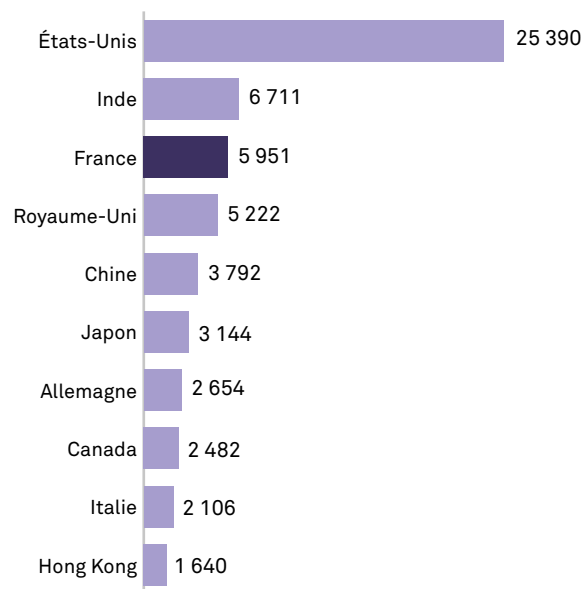


Source : Unifrance.

La production française de films et d'unitaires, 3^e production la plus représentée en VàDA

En juillet 2022, la France s'impose comme la 3^e nationalité étrangère de films et d'unitaires la plus représentée sur les plateformes de VàDA dans le monde hors pays d'origine et la première nationalité européenne avec 5 951 titres (7,0 % de l'ensemble de l'offre de titres de films et unitaires disponible), derrière les Etats-Unis (25 390 titres) et l'Inde (6 711 titres).

Nombre de films et unitaires sur les services de VàDA internationaux (hors pays d'origine) par pays de production en juillet 2022¹



¹ Approche en titres uniques : une œuvre n'est comptée qu'une seule fois dès lors qu'elle est diffusée sur au moins une plateforme dans un territoire. Périmètre : films et unitaires diffusés sur une plateforme de VàDA en juillet 2022 hors Prime Video Direct et iQiyi en dehors de la zone Asie Pacifique. Source : Ampere Analysis / CNC – Unifrance.

L'offre de films et unitaires français est étroitement liée à la typologie des plateformes de VàDA. Parmi les dix premières plateformes en termes de nombres de titres distincts de films et unitaires français, trois sont des services déployés dans le monde entier : Prime Video, qui est le service de VàDA qui propose le plus de films et unitaires français en juillet 2022 (1 678 titres distincts), Netflix (952 titres distincts) et MUBI, spécialisé dans le cinéma d'auteur (736 titres distincts). En parallèle des plateformes de VàDA mondiales, plusieurs services locaux ou régionaux intègrent ce top 10.

En juillet 2022, les films et unitaires français représentent plus de 10 % des catalogues des plateformes de VàDA en Roumanie, en Hongrie, au Portugal et en Espagne.

La plateforme espagnole Filmin, saluée par les exportateurs de films français comme un partenaire important du cinéma français, prend la 2^e place du classement avec 1 302 titres distincts de films et d'unitaires français. Le reste du classement est en grande partie constitué de plateformes asiatiques, qu'elles soient japonaises (U-Next avec 766 titres distincts), taiwanaises (Hami Video avec 612 titres distincts ou FriDay avec 589 titres distincts) ou sud-coréennes (TVing, avec 476 titres distincts). En dehors des plateformes asiatiques, la plateforme russe Okko (groupe Rambler) occupe la 4^e place du classement avec 898 titres distincts, tandis que le service nord-américain The Criterion Channel clôt le classement avec 441 titres distincts.

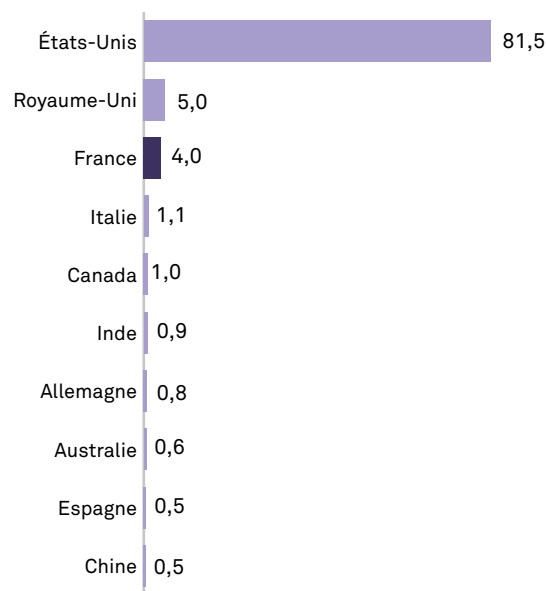
La France est la 3^e cinématographie la plus diffusée en télévision

Les films français occupent également une place de choix dans la programmation des chaînes de télévision internationales. Sur les 14 marchés étudiés, la France s'impose comme la 3^e nationalité de longs métrages cinématographiques étrangers diffusés (4,0 % de part de marché), derrière les Etats-Unis et le Royaume-Uni.

Au total, 1 564 longs métrages cinématographiques français ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts durant l'année 2021.

L'Espagne est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de films français différents avec 539 titres uniques proposés sur au moins une chaîne en 2021. Suivent le Canada (519 films), l'Italie (480 films) et la Pologne (399 films).

Part de marché par pays de production dans l'offre TV de longs métrages cinématographiques en 2021 (hors pays d'origine, en % du volume horaire diffusé)



Source : ITVR (MediaLogiq) / CNC.

Les films français de patrimoine largement diffusés sur les services de VàDA et les chaînes de télévision internationaux

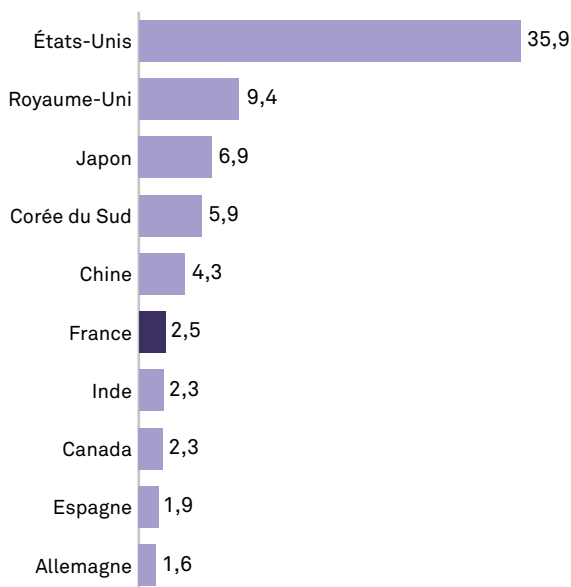
L'exploitation en VàDA des films français permet une exploitation complémentaire de celle en salles avec une mise en valeur des films de patrimoine. Tandis que les films sortis dans les salles internationales sont majoritairement des productions récentes (72,2 % des films exploités en 2021 ont moins de 10 ans et génèrent 94,7 % des entrées), les films français diffusés à l'international sur des services de VàDA sont dans leur majorité (58,8 %) des films sortis dans les salles françaises il y a au moins dix ans. Plus précisément, les films français de patrimoine (sortis en France il y a au moins 20 ans) représentent plus du tiers (35,5 %) des films disponibles sur au moins une plateforme de VàDA en juillet 2022.

A l'instar des plateformes de VàDA internationales, les chaînes de télévision des territoires étudiés diffusent majoritairement des films français sortis en salles il y a au moins dix ans (56,5 %). Les chaînes de télévision se distinguent par le relais d'exposition qu'elles constituent pour les films les plus anciens. En 2021, près du quart (24,5 %) des titres diffusés sur les chaînes de télévision étudiées sont sortis dans les salles françaises il y a au moins 40 ans, une part plus élevée que celle constatée sur les plateformes de VàDA (18,8 %).

Les séries françaises, au 6^e rang mondial des séries étrangères disponibles sur les plateformes de VàDA

Confrontée à l'hégémonie des séries anglosaxonnes ainsi qu'à une concurrence accrue des pays asiatiques en matière de séries audiovisuelles (tous genres confondus), les séries audiovisuelles françaises représentent 2,5 % des séries proposées sur au moins une plateforme de VàDA à l'international (hors France). La production française de séries est la 6^e production la plus exposée en VàDA, et la 2^e production européenne derrière les séries britanniques, qui représentent 9,4 % du total (hors plateformes disponibles au Royaume-Uni).

Part de marché par pays de production dans l'offre de séries sur les services de VàDA internationaux en juillet 2022 (hors pays d'origine, en % de références)



Source : Ampere Analysis / CNC – Unifrance.

C'est dans les pays d'Europe de l'Ouest que les séries françaises sont les mieux exposées : elles représentent 5,0 % de l'ensemble des séries disponibles sur les plateformes de VàDA en Belgique et 4,0 % en Allemagne. Plusieurs pays non-européens proposent plus de 3,0 % de séries françaises sur l'ensemble des catalogues de VàDA, notamment l'Afrique du Sud, la Turquie, le Brésil et la Nouvelle-Zélande.

Les séries d'animation françaises, au 4^e rang des productions les plus exposées en VàDA

L'animation française s'exporte traditionnellement bien et est le premier genre audiovisuel à l'exportation. La production française de séries d'animation est ainsi logiquement mieux positionnée sur les plateformes de VàDA : elle est la 4^e production la mieux représentée en VàDA à l'international, et la 2^e européenne, derrière la production britannique. Elle représente 4,7 % des séries d'animation disponibles en VàDA hors France (5,6 % pour la production britannique).

En ce qui concerne la fiction, la production américaine domine très nettement l'offre avec 31,0 % des séries disponibles en VàDA hors États-Unis. Les productions asiatiques circulent également très largement, en particulier les séries de fiction sud-coréennes (part de marché à l'international de 9,0 %), les séries chinoises (6,6 %), les séries japonaises (5,5 %) et les séries indiennes (3,3 %). Avec une part de marché de 1,8 % des catalogues de fiction de l'ensemble des territoires étudiés, la France est la 10^e nationalité la plus représentée et la 3^e européenne, derrière le Royaume-Uni (7,3 %) et l'Espagne (2,2 %).

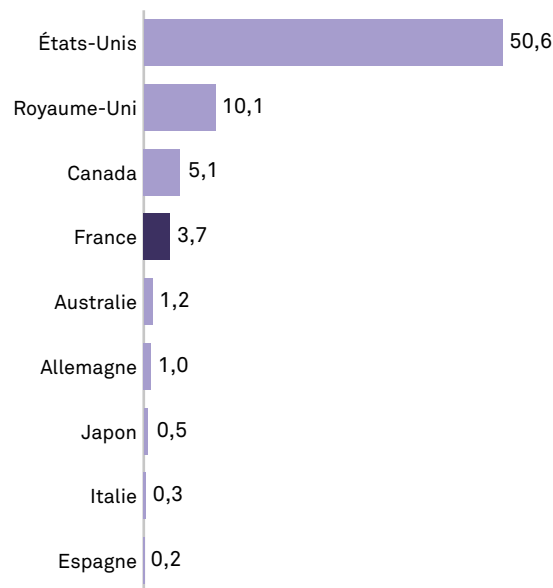
La production française de séries documentaires est la 3^e production la mieux représentée en VàDA à l'international avec 3,0 % de l'offre de séries documentaires hors France. Elle est néanmoins très nettement devancée par la production américaine, qui représente près de la moitié de l'offre disponible à l'international (48,5 %), et, dans une moindre mesure, par la production britannique (17,3 %).

En juillet 2022, les séries audiovisuelles d'animation françaises représentent 5 % de l'offre mondiale du genre disponible en VàDA, contre 2 % en fiction et 3 % en documentaire

Les œuvres audiovisuelles françaises, au 4^e rang des programmes étrangers les plus diffusés en télévision à l'international

Au total, les programmes audiovisuels français représentent 3,7 % de l'offre en volume horaire diffusée sur les chaînes de télévision internationales du périmètre, France exclue. La France est ainsi la 4^e nationalité représentée (hors pays d'origine), derrière la production américaine qui domine très largement avec 50,6 % des programmes audiovisuels de stock diffusés hors Etats-Unis. La production britannique est également très présente au niveau mondial et compte pour 10,1 % de cette programmation.

Part de marché par pays de production dans l'offre TV de programmes de stock en 2021 (hors pays d'origine, en % du volume horaire diffusé)



Source : ITVR (MediaLogiq) / CNC.

C'est en Europe que les programmes audiovisuels français obtiennent les parts de marché les plus importantes : plus de 5 % des programmes audiovisuels de stock proposés, au Danemark et en Pologne sont ainsi des productions françaises. La part de marché atteint même 7,8 % en Italie et 7,3 % en Espagne. Parmi les pays extra-européens, elle est plus importante au Mexique (3,5 %) et au Brésil (3,1 %).

L'animation française, 2^e production la mieux représentée à l'antenne à l'étranger

A l'instar de la V&DA, la télévision étrangère accorde une place plus large aux programmes d'animation français. Au total, 277 programmes d'animation ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts durant l'année 2021 et représentent 13,0 % du temps d'antenne de l'animation sur les chaînes du périmètre (hors France). Le Canada est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de programmes d'animation français différents avec 111 titres uniques proposés sur au moins une chaîne en 2021.

Les fictions françaises bénéficient d'une plus faible représentation sur les chaînes TV étrangères. Au total, 400 programmes de fiction français ont été diffusés sur au moins un des territoires en 2021. Avec 1,3 % du volume horaire total de fiction, la fiction française est la 4^e production la mieux représentée à l'antenne (hors territoire d'origine), et la 2^e production non anglo-saxonne derrière la production allemande. L'Espagne est le premier pays de diffusion de fiction française avec 168 programmes qui ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur une des chaînes espagnoles du périmètre.

En 2021, les programmes audiovisuels d'animation français représentent 13 % de l'offre étrangère d'animation en TV.

Les documentaires français sont confrontés à une forte concurrence des documentaires anglo-saxons à l'international. Au total, plus de 1 660 documentaires audiovisuels français ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts en 2021. Ils représentent 2,4 % de l'offre de documentaires dans les pays de l'échantillon. Parmi ces territoires, l'Allemagne est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de documentaires français différents avec 632 titres.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exposition et la circulation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques françaises à l'international en 2021*

5.4

Le cinéma dans le monde

En 2022 : **657,0 millions** d'entrées en Europe
(+63,1 %) dont :

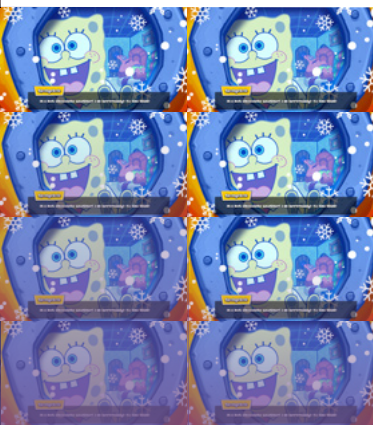
152,0
millions
en France

117,3
millions
au Royaume-Uni

78,0
millions
en Allemagne

55,4
millions
en Espagne

712
millions
en Chine

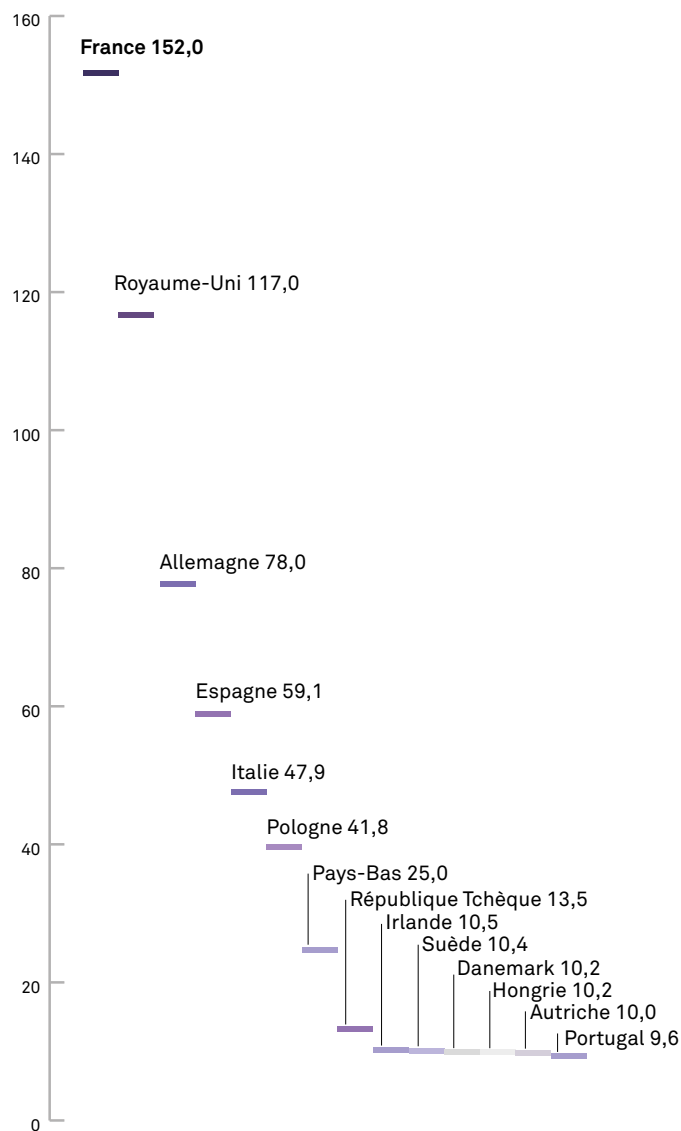


La France, premier marché de l'Union européenne en 2022

En 2022, selon les estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni progressent de 63,1 % pour atteindre 657,0 millions d'entrées, à un niveau qui reste inférieur de 33,1 % à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Pour rappel, la fréquentation des salles européennes avait dépassé le milliard d'entrées en 2019. La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 152,0 millions d'entrées (+59,2 % par rapport à 2021). La fréquentation augmente de 58,1 % sur un an au Royaume-Uni. Elle progresse de 32,9 % en Espagne, de 78,7 % en Italie et de 85,4 % en Allemagne. Avec un nombre d'entrées en recul de 26,9 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, la France est ainsi un des marchés européens avec la plus forte reprise. En Allemagne et au Royaume-Uni, le nombre d'entrées reste inférieur de respectivement 32,4 % et 32,8 % par rapport au niveau d'avant-crise. La reprise est plus difficile en Espagne (-45,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et en Italie (-51,4 %).

Premier marché mondial en recettes en 2020 et 2021, le box-office de la Chine chute de 36,4 % à 4,4 Md\$, en 2022, pour une fréquentation totale de 712 millions d'entrées (39,0 %). L'Amérique du Nord redevient le premier marché mondial avec une hausse de 65,0 % de son box-office à 7,5 Md\$.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni en 2022 (million d'entrées)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Europe

La France, premier pays européen en part de marché du cinéma national

Les estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel indiquent que la fréquentation dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni progresse de 63,1 % en 2022 à 657,0 millions d'entrées, mais reste en recul de 33,1 % par rapport à la période 2017-2019. Dans l'ensemble des pays européens, les salles de cinéma ont pu garder leurs portes ouvertes durant la totalité de l'année 2022, à l'exception d'une partie du mois de janvier dans quelques territoires dont la Finlande et les Pays-Bas. Selon les informations de l'UNIC (Union Internationale des cinémas), tous les pays européens ont néanmoins mis en place des restrictions (principalement liées au passe sanitaire et au port du masque), progressivement supprimées à partir du mois de février. Les dernières mesures ont été levées à la fin du mois de juin 2022.

Avec un nombre d'entrées en hausse de 59,2 %, la France demeure le premier marché de l'Union européenne en termes d'entrées (152,0 millions). Les pays dont la fréquentation augmente le plus nettement en 2022 sont ceux qui avaient particulièrement souffert de la crise en 2020 et 2021, notamment la Lettonie (+240,8 %), la Slovénie (+154,2 %), la Lituanie (+123,8 %) et la Slovaquie (+112,7 %).

Le Danemark est le pays de l'Union européenne qui enregistre la plus forte reprise par rapport aux niveaux pré-pandémiques, avec une fréquentation qui représente 82,5 % de la moyenne sur la période 2017-2019. D'autres pays européens connaissent une reprise importante comme la République tchèque où le nombre d'entrées en 2022 représente 81,1 % de la moyenne pré-pandémique, la France (73,1 %) ou la Pologne (70,8 %). La reprise n'est en revanche pas aussi marquée dans tous les pays européens. En Italie, les entrées s'établissent à 47,9 millions, soit moins de la moitié de la moyenne 2017-2019 (48,6 %). Hors de l'Union européenne, les entrées du Royaume-Uni

sont en hausse de 58,1 % à 117,0 millions d'entrées, soit 67,0 % du niveau enregistré avant la pandémie.

En 2022, la France enregistre la part de marché du film national la plus élevée de l'Union européenne avec 41,1 %, devant la République tchèque (37,5 %) et le Danemark (30,0 %). La part de marché des films nationaux augmente pour 12 des 25 pays de l'Union européenne pour lesquels les données sont disponibles et elle dépasse même la moyenne de 2017-2019 pour également 12 d'entre eux. Selon les informations disponibles, la part de marché nationale est supérieure à 25 % dans cinq pays en 2022 (quatre en 2021) : l'Allemagne, le Danemark, la Finlande, la France et la République tchèque.

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2022

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
films nationaux produits ¹	208	109	161	266 ⁵	322
entrées (millions)	152,0	117,0	78,0	47,9	59,1
évolution (%)	+59,2	+58,1	+85,4	+78,7	+32,9
prix moyen de la place (€)	7,20	9,03	9,26	6,88	6,22
indice de fréquentation ²	2,3	1,7	0,9	0,8	1,2
part du film national (%)	41,1	7,9 ³	27,0	21,2	22,1
nombre d'écrans	6 298	4 637	4 911	5 325 ⁴	3 650
nombre d'écrans pour 100 000 habitants	9,3	6,9	5,9	9,0 ⁴	7,7

¹Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires. Allemagne : films en première sortie. Royaume-Uni : chiffre provisoire

²L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes de recettes. Films britanniques indépendants uniquement.

⁴ Chiffre 2020.

⁵ Chiffre 2021

Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIO, ICAA, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Europe de l'Ouest

Allemagne : une fréquentation en hausse de 85,4 %

Selon les chiffres présentés par le Filmförderungsanstalt (FFA), la fréquentation des salles allemandes progresse de 85,4 % sur un an et s'élève à 78,0 millions d'entrées en 2022, soit un recul de 32,4 % par rapport à la période 2017-2019. Parallèlement, les recettes augmentent de 93,5 % sur un an à 722,0 M€ mais restent en baisse de 29,5 % par rapport à 2019. Le prix moyen de la place est en hausse de 4,3 % en 2022 et atteint 9,26 €. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) progresse également et passe de 0,5 entrée en 2021 à 0,9 entrée en 2022 (contre 1,4 entrée par an et par habitant en 2019).

Toutes nationalités confondues, 554 nouveaux films sont sortis sur les écrans allemands en 2022, contre 429 en 2021 et 606 en 2019. Parmi ceux-ci, 237 films allemands (y compris les coproductions minoritaires) ont été distribués en première exclusivité en 2022, contre 191 en 2021 (+24,1 %). Au total, la part de marché des films allemands augmente et passe de 21,7 % en 2021 à 27,0 % en 2022, au-dessus du niveau de 2019 (21,5 %).

Un film allemand figure au top 10 en 2022 (deux en 2021). Il s'agit de *School of Magical Animals – Part 2* qui arrive en 5^e place avec 2,4 millions d'entrées. En 2021, le premier volet du film était également parmi le top 10, en 6^e place avec 1,3 million d'entrées. Les trois premiers films au box-office 2022 sont *Avatar : la voie de l'eau* (4,5 millions d'entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (4,2 millions) et *Top Gun: Maverick* (3,7 millions).

Le parc de salles allemand compte 4 911 écrans actifs en 2022 (-20 écrans par rapport à 2021).

Le cinéma en Allemagne

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
longs métrages produits ¹	195	186	181	199	199	198	237	126	147	161
écrans	4 610	4 637	4 692	4 739	4 803	4 849	4 961	4 926	4 931	4 911
entrées (millions)	129,7	121,7	139,2	121,1	122,3	105,4	118,6	38,1	42,1	78,0
indice de fréquentation ²	1,6	1,5	1,7	1,5	1,5	1,3	1,4	0,5	0,5	0,9
recettes (M€)	1 023,0	979,7	1 167,1	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0	318,0	373,2	722,0
part du film national (%) ³	26,2	26,7	27,5	22,7	23,9	23,5	21,5	35,1	21,7	27,0
part du film américain (%) ³	65,4	62,6	54,5	64,5	63,6	61,8	56,5	45,7	54,7	64,1
part du film européen (%) ³	6,1	11,7	15,7	11,5	11,2	13,0	17,6	11,3	3,8	4,7
part du film français (%) ³	3,2	7,2	3,4	2,9	4,2	3,0	3,6	3,0	2,0	nd

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires en première sortie.

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Filmförderungsanstalt (FFA), Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), Unifrance.

Belgique : une fréquentation en hausse de 78,7 %

Selon la Fédération des Cinémas de Belgique (FCB), les entrées dans les salles de cinéma belges sont en très forte hausse de 78,7 % à 14,1 millions d'entrées, soit un recul de 27,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Le box-office quant à lui progresse de 83,1 % à 133,7 M€, soit une baisse de 16,7 % par rapport à 2017-2019.

D'après Comscore, le box-office est dominé par des films américains, à l'exception du film belge *Zillion* qui atteint la quatrième place avec des recettes de 5,7 M€. Le trois premières places sont occupées par *Top Gun: Maverick* (8,8 M€), suivi de *Avatar : la voie de l'eau* (8,1 M€) et *Spider-Man: No Way Home* (6,6 M€).

Espagne : une fréquentation en hausse de 41,7 %

Selon l'Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA), le nombre d'entrées dans les salles espagnoles progresse de 32,9 % sur un an pour atteindre 59,1 millions en 2022. Par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019, la fréquentation reste en recul de 45,3 %. Les recettes sont également en nette hausse de 45,9 % à 367,5 M€. La part de marché nationale augmente de 6,0 points à 22,1 %.

Selon Comscore, en 2022, le premier film local arrive en 4^e position du box-office espagnol en 2022. Il s'agit du troisième chapitre de la série de films à succès : *Padre No Hay Más Que Uno 3* qui enregistre 2,5 millions d'entrées. Il est devancé par les trois blockbusters américains *Avatar : la voie de l'eau* (3,4 millions d'entrées), *les Minions 2 : Il était une fois Gru* (3,4 millions d'entrées) et *Jurassic World : le monde d'après* (2,7 millions d'entrées).

Le cinéma en Espagne

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 ¹
longs métrages produits ²	207	203	234	241	257	249	243	222	273	322
écrans	3 908	3 700	3 588	3 554	3 618	3 589	3 695	3 701	3 631	3 650
entrées (millions)	78,7	88,0	96,1	101,8	99,8	98,9	104,9	27,0	41,4	59,1
indice de fréquentation ³	1,6	1,9	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2	0,5	0,9	1,2
recettes (M€)	506,3	518,2	575,2	602,0	591,3	585,7	614,7	161,0	250,2	367,5
part du film national (%) ⁴	14,0	25,5	19,3	18,5	17,4	17,6	15,1	24,5	16,0	22,1
part du film américain (%) ⁴	69,6	55,6	62,0	68,1	67,4	64,1	73,5	40,3	60,5	56,6
part du film européen (%) ⁴	10,0	14,1	15,9	12,1	13,5	15,0	9,9	15,6	4,3	nd
part du film français (%) ⁴	1,2	4,1	3,8	2,2	4,3	3,0	3,4	5,7	2,8	nd

¹ Données provisoires.

² Films 100% nationaux et coproductions majoritaires.

³ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Italie : une fréquentation en hausse de 78,7 %

Selon les estimations de la SIAE (Société italienne des auteurs et éditeurs), la fréquentation des salles de cinéma en Italie est en hausse en 2022 : +78,7 % par rapport à 2021, à 47,9 millions d'entrées. Les recettes augmentent également (+75,1 %) et s'établissent à 306 M€. En 2022, le masque est resté obligatoire dans les salles de cinéma italiennes jusqu'au 15 juin. Malgré ce rebond par rapport à 2021, le nombre d'entrées est en baisse de 51,4 % et les recettes de 47,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Selon Cinetel, en 2022, 498 films inédits sont distribués, soit 141 de plus qu'en 2021 et 43 de moins que la moyenne 2017-2019. 251 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 95 de plus qu'en 2021 et 30 de plus que la moyenne 2017-2019.

Au total, d'après les résultats communiqués par l'ANICA (Association nationale de l'industrie cinématographique et audiovisuelle), la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en légère baisse par rapport à 2021 et passe de 22,5 % à 21,2 % des entrées en 2022. Les films italiens enregistrent ainsi 9,3 millions d'entrées en 2022, contre 5,6 millions en 2021 (+66,0 %). La part de marché américaine représente 56,1 % des entrées en 2022, contre 56,8 % en 2021 et 61,8 % en moyenne entre 2017 et 2019.

Les trois premiers films au box-office 2022 sont des productions américaines. Le classement est dominé par *Avatar : la voie de l'eau* (3,1 millions d'entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (2,2 millions) et *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (1,9 million). Le premier film italien au box-office, *la Stranezza*, atteint la 11^e place avec 840 000 entrées.

En 2022, les trois premiers distributeurs sont des majors américaines : The Walt Disney Company, avec 26,4 % des recettes, Warner Bros (20,7 %) et Universal Pictures International (14,7 %).

Le cinéma en Italie

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022 ¹
longs métrages produits ²	156	140	135	155	166	176	234	194	266	nd
écrans	5 132	5 094	5 053	5 104	5 315	5 205	5 385	5 325	nd	nd
entrées (millions)	106,7	98,3	106,7	113,8	99,6	91,7	104,4	30,3	26,8	47,9
indice de fréquentation ³	1,7	1,5	1,7	1,9	1,6	1,5	1,7	0,5	0,4	0,8
recettes (M€)	646,3	600,1	664,3	695,1	619,4	579,5	667,9	189,5	176,9	306
part du film national (%) ⁴	31,0	27,8	21,4	28,7	18,3	23,2	21,6	55,6	22,5	21,2
part du film américain (%) ⁴	53,7	49,7	60,0	55,2	65,2	55,2	64,3	29,0	56,8	56,1
part du film européen (%) ⁴	10,8	17,2	15,5	12,8	13,8	20,1	11,8	12,0	18,1	nd
part du film français (%) ⁴	4,0	5,7	4,6	2,1	4,6	3,5	3,8	2,4	1,9	3,3

¹ Données provisoires.

² Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires ayant bénéficié d'un soutien public.

³ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Pays-Bas : une fréquentation en hausse de 75,0 %

Selon le Nederlands Filmfonds, la fréquentation des salles de cinéma néerlandaises connaît un net rebond en 2022 pour s'établir à 25,0 millions d'entrées (+75,0 % par rapport à 2021). Elle reste en retrait de 31,7 % par rapport à la période 2017-2019, soit une des meilleures reprises en Europe. Les recettes augmentent parallèlement de 79,0 % à 256 M€. La part de marché des films nationaux diminue néanmoins et s'établit à 16,0 %, contre 22,9 % en 2021.

Les dix premiers films au box-office des Pays-Bas sont tous des productions ou coproductions américaines et le top trois est dominé par *Top Gun: Maverick* (1,3 million d'entrées) suivi de *les Minions 2 : il était une fois Gru* (1,2 million d'entrées) et de *Spider-Man: No Way Home* (1,0 million d'entrées).

Portugal : une fréquentation multipliée par près de deux

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal progresse fortement et s'élève à 9,6 millions d'entrées en 2022, soit près du double de la fréquentation de 2021 (5,5 millions d'entrées). Les recettes enregistrées progressent de 80,8 % à 55,4 M€.

En 2022, 385 films inédits sont programmés en salles, soit 141 de plus qu'en 2021, dont 102 de nationalité américaine et 216 d'origine européenne, incluant 53 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux reste faible et passe de 3,0 % en 2021 à 5,6 % en 2022. Les films américains représentent 74,6 % des entrées, contre 62,7 % en 2021, 63,7 % en 2020 et plus de 70 % les années précédentes.

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions ou coproductions américaines à l'exception du film portugais *Curral de Moinas - Os Banqueiros do Povo* qui se classe en 7^e position. Les trois premières places sont occupées par *Top Gun: Maverick* (715 000 entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (602 000 entrées) et *Avatar: la voie de l'eau* (595 000 entrées).

Royaume-Uni : une fréquentation en hausse de 58,1 %

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques progresse nettement et atteint 117,0 millions d'entrées en 2022, soit une hausse de 58,1 % par rapport à 2021. Le niveau reste cependant en retrait de 32,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Le box-office est en hausse de 66,8 % en 2022 à 904 M£ (1,06 Md€) mais en baisse de 28,9 % par rapport à 2017-2019. Le prix moyen de la place progresse de 5,2 % par rapport à 2021, à 7,70 £ (9,03 €).

Au total, les films britanniques indépendants représentent 7,9 % du box-office britannique, contre 5,0 % en 2021 et 11,5 % en moyenne entre 2017 et 2019. Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce aux investissements de studios américains et pour lesquelles les principales décisions de production

ne sont pas nationales. Parmi ces films « soutenus » par des studios américains figurent notamment le film Marvel *Doctor Strange in the Multiverse of Madness*, 4^e au box-office mondial, *The Batman*, ou encore *Jurassic World : le monde d'après*. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 29,6 % (41,1 % en 2021 et 43,3 % entre 2017 et 2019). La baisse de la part de marché britannique globale s'explique en grande partie par le retour des films 100 % financés par les studios américains, dont les trois premiers au box-office 2022 : *Top Gun: Maverick* (83,7 M£ de recettes), *Avatar: la voie de l'eau* (70,9 M£), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (47,0 M£). *Belfast*, premier film britannique indépendant au classement 2022 arrive en 17^e position avec 15,6 M£. Le Royaume-Uni compte 4 637 écrans en 2022, contre 4 620 en 2021 et 4 564 en 2019.

Le cinéma au Royaume-Uni

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
longs métrages produits ¹	300	284	277	256	255	182	101	143	207	109
écrans	3 867	3 909	4 046	4 327	4 512	4 640	4 782	4 682	4 610	4 637
entrées (millions)	165,5	157,5	171,9	168,3	170,6	177,0	176,1	44,0	74,0	117,0
indice de fréquentation ²	2,6	2,5	2,7	2,6	2,6	2,7	2,7	0,7	1,1	1,7
recettes (M£)	1 083,0	1 063,3	1 242,1	1 228,1	1 279,4	1 282,1	1 253,9	307,1	541,9	904,0
part du film national (%) ^{3,4}	6,6	16,1	10,5	7,4	9,6	13,2	12,9	14,2	5,0	7,9
part du film américain (%) ³	72,7	65,8	51,1	58,9	57,7	51,3	50,0	42,1	55,6	nd
part du film européen (%) ³	3,0	4,5	2,4	3,2	1,5	1,1	1,1	2,7	1,1	nd
part du film français (%) ⁵	0,7	1,9	2,0	0,7	1,1	0,4	0,3	0,7	0,3	nd

¹ Films 100% britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2022 provisoire.

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes de recettes, au Royaume-Uni et en Irlande.

⁴ Films britanniques indépendants uniquement. N'inclut pas les films produits avec des investissements américains.

⁵ En termes d'entrées, au Royaume-Uni et en Irlande.

Source: CNC d'après British Film Institute (BFI), UK Cinema Association, Unifrance.

Suisse : une fréquentation en hausse de 62,7 %

D'après les chiffres communiqués par l'association des exploitants et distributeurs suisses de films ProCinema, les entrées dans les salles de cinéma suisses sont en hausse de 62,7 % sur un an pour atteindre 9,1 millions d'entrées en 2022. La Suisse alémanique, qui représente 66,0 % des entrées du pays, enregistre une hausse de 65,2 % par rapport à 2021. En Suisse romande, les entrées progressent de 55,7 % à 2,8 millions d'entrées. Parallèlement, sur l'ensemble du territoire, les recettes s'établissent à 143,5 millions de francs suisses (142,8 M€), soit une hausse de 63,4 % par rapport à 2021. Le prix moyen de la place s'établit à 15,8 francs suisses (15,7 €).

Les films suisses génèrent 0,5 million d'entrées pour une part de marché de 5,1 %, en hausse de 0,5 point par rapport à 2021. Les films français rassemblent 11,0 % des entrées en Suisse (10,9 % en 2021), derrière les films américains avec une part de marché de 67,9 % (71,0 % en 2021). L'intégralité du top 10 en entrées de l'année 2022 est occupé par des productions ou des coproductions américaines. Les premières places sont ainsi occupées par *Top Gun: Maverick* (621 000 entrées), *les Minions 2: il était une fois Gru* (463 000 entrées) et *Avatar: la voie de l'eau* (392 000 entrées).

En 2022, la Suisse compte 621 écrans (+16 écrans par rapport à 2021), dont 433 en Suisse alémanique (69,7 %) et 165 en Suisse romande (26,6 %).

Europe de l'Est

Pays baltes : une fréquentation multipliée par près de 3 en Lettonie

Dans les trois pays baltes, la fréquentation est en forte hausse sur un an en 2022. En Lettonie, la hausse est la plus prononcée et la fréquentation a été multipliée par plus de 3 par rapport à l'année précédente (+240,8 %) à 1,7 million d'entrées mais reste en baisse de 37,0 % par rapport à 2019 (2,7 millions d'entrées). La part de marché nationale en termes d'entrées recule à 11,0 % (-4,8 points par rapport à 2021).

En Estonie, le nombre d'entrées en salles augmente de 68,0 % en 2022 et s'établit à 2,3 millions d'entrées, en baisse de 36,8 % par rapport à 2019. La part de marché des films estoniens augmente et passe de 14,2 % en 2021 à 20,6 % en 2022.

Enfin, en Lituanie, la fréquentation des salles de cinéma est multipliée par plus de 2 par rapport à 2021 (+123,8 %) à 3,0 millions d'entrées, mais reste en baisse de 27,7 % par rapport aux 4,3 millions d'entrées de 2019. La part de marché du film local est également en hausse par rapport à 2021, à 19,0 % (+12,8 points par rapport à 2021).

Dans les trois pays baltes, c'est le film américain *les Minions 2: il était une fois Gru* (550 000 entrées) qui domine le classement.

Pologne : une fréquentation en hausse de 18,7 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma polonaises progresse de 18,7 % sur un an et s'élève à 41,8 millions d'entrées en 2022, en baisse de 29,2 % par rapport à la période 2017-2019. Parallèlement, les recettes progressent de 17,7 % (-29,2 % par rapport à 2017-2019). La part de marché des films nationaux perd 1,4 point par rapport à 2021 à 19,4 %, et reste très en recul par rapport aux niveaux pré-pandémiques (28,0 % en moyenne entre 2017 et 2019).

République tchèque : une fréquentation en hausse de 89,0 %

Selon l'Union tchèque des distributeurs de films, la fréquentation des salles de cinéma tchèques est multipliée par près de 2 par rapport à 2021 (+89,0 %) pour atteindre 13,5 millions d'entrées en 2022 (-26,3 % par rapport à 2019). La République tchèque est ainsi un des pays européens qui a connu la plus forte reprise depuis la crise : les entrées en salles sont en retrait de seulement 18,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les recettes doublent quasiment (+94,3 %) et s'établissent à 2 115,5 millions de couronnes tchèques (86,1 M€). Malgré une baisse de 6 points, la part de marché nationale reste à un niveau élevé, à 36 %. Trois films nationaux font partie du top 10 en 2022 (cinq films en 2021, dont le premier). Le classement de la fréquentation est dominé par *Top Gun: Maverick* (810 000 entrées), devant *Avatar: la voie de l'eau* (760 000 entrées) et *les Minions 2: il était une fois Gru* (710 000 entrées). La 4^e position est occupée par le film national *Vyšehrad: Fylm*, adapté d'une websérie populaire.

Scandinavie

Danemark : une fréquentation en hausse de 54,5 %

Selon les données du Danish Film Institute et de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées en salles s'établissent à 10,2 millions en 2022 au Danemark, en hausse de 54,5 % par rapport à 2021. La reprise a été très forte dans les salles du pays, avec une fréquentation en retrait de 17,5 % seulement par rapport à la période pré-pandémique, soit le recul le moins marqué des pays de l'Union européenne. Les recettes totales progressent de 53,3 % en 2022, en baisse de seulement 11,5 % par rapport à 2019. Malgré une baisse de 11,6 points, la part de marché du cinéma national reste élevée à 30,0 %, soit un niveau supérieur aux résultats pré-pandémiques (25,8 % en moyenne entre 2017 et 2019). En 2022, quatre films danois font partie du top 10 en nombre d'entrées (cinq en 2021), dont le troisième au classement, le film biographique *A Lucky Man (Bamse)*, qui réunit 480 000 entrées. Le top 10 est dominé par *Top Gun: Maverick* (791 000 entrées) suivi d'*Avatar : la voie de l'eau* (481 000 entrées).

Finlande : une fréquentation en hausse de 70,2 %

D'après les premiers résultats de la Finnish Film Foundation et de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma finlandaises est en hausse de 70,2 % en 2022 et s'établit à 5,8 millions d'entrées mais reste en baisse de 31,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. L'année 2022 a été marquée par la sortie d'un nombre record de films nationaux (60) mais seulement trois d'entre eux ont enregistré plus de 100 000 entrées. Les films nationaux ont enregistré 1,6 million d'entrées, en hausse de 81,5 % par rapport à 2021, pour une part de marché de 26,9 % (22,7 % en moyenne entre 2017 et 2019). Trois films nationaux font partie du top 10 de l'année (quatre en 2022). Les trois premiers films au classement sont *Top Gun: Maverick* (440 000 entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (360 000 entrées) et le film local *The Grump : In Search of an Escort* (190 000 entrées).

Norvège : une fréquentation en hausse de 54,8 %

Selon l'organisation norvégienne Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège progresse de 54,8 % sur un an, à 8,8 millions d'entrées en 2022. Les recettes sont en hausse de 63,1 % par rapport à 2021, à 1,1 milliard de couronnes norvégiennes (108,9 M€). En 2022, 216 films sont sortis au cinéma en Norvège, dont 32 films norvégiens, soit le plus haut niveau depuis 2018 (33 films norvégiens). La part de marché des films nationaux reste à un niveau élevé à 24,5 % des entrées (20,5 % en moyenne entre 2017 et 2019). La part de marché des films américains atteint 62,8 % en 2022, contre 49,1 % en 2020 et autour de 65 % les années précédentes. *Spider-Man: No Way Home* domine le classement avec 570 000 entrées, suivi de *Top Gun: Maverick* (545 000 entrées) et *les Minions 2 : il était une fois Gru* (433 000 entrées). En 2022, trois films norvégiens font partie du top 10 des films ayant enregistré le plus d'entrées, contre deux en 2021.

Suède : une fréquentation en hausse de 72,8 %

Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma suédoises progresse de 72,8 % sur un an à 10,4 millions d'entrées en 2022 mais est toujours inférieure de 36,4 % par rapport aux niveaux pré-pandémiques. La part de marché du cinéma national augmente de 6,8 points et s'établit à 19,4 % des entrées totales en 2022, soit la part de marché la plus élevée depuis 2015 (20,7 %), à l'exception de 2020 (26,8 %). Selon Nordisk Film TV & Fond, un seul film suédois atteint le top 10 en nombre d'entrées, *I am Zlatan*, à la 10^e place avec 230 000 entrées. Le classement est dominé par *Top Gun: Maverick* (730 000 entrées), suivi d'*Avatar : la voie de l'eau* (520 000 entrées).

Turquie

Une fréquentation multipliée par 3

Selon les résultats communiqués par Antrakt Sinema, en 2022, la fréquentation des salles de cinéma turques rebondit très nettement et passe de 12,5 millions à 36,3 millions d'entrées. Le pays ayant été durement affecté par la crise sanitaire, elle reste en retrait de 46,6 % par rapport à la période 2017-2019. En 2022, les recettes s'élèvent à 1,4 Mds de livres turques (80,4 M€). Toute comparaison avec les années précédentes est difficile en raison de la très forte inflation que connaît le pays : le prix moyen de la place a ainsi augmenté de 126,2 % par rapport à 2019 à 37,18 livres turques (environ 2 €). La part de marché du cinéma national, traditionnellement très élevée en Turquie, augmente de 26,5 points par rapport aux chiffres exceptionnellement bas de 2021 et s'élève à 49,6 % en 2022. Deux films locaux dominent le classement au box-office 2022 : *Bergen* (5,5 millions d'entrées) et *Kesışme: İyi ki Varsın Eren* (2,3 millions d'entrées). Au total, quatre films locaux font partie du top 10 (un film en 2021). Le premier film américain arrive en 3^e position : il s'agit de *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* avec 1,6 million d'entrées.

Le parc de salles de cinéma turc augmente et passe de 2 200 écrans en 2021 à 2 536 en 2022 mais reste en recul par rapport à 2020 (2 819 écrans). 410 établissements sont actifs en 2022, soit 10 de plus qu'en 2021 et 57 de moins qu'en 2020.

Amérique du Nord

Le box-office en hausse de 65 %

Selon les premières estimations de Gower Street Analysis, les recettes dans les salles nord-américaines (Etats-Unis + Canada) progressent de 65 % sur un an à 7,5 Md\$ (7,1 Md€) mais sont toujours en baisse de 35 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019. En 2022, l'Amérique du Nord redevient ainsi le premier marché mondial, après deux années atypiques marquées par la crise sanitaire, qui avaient vu la Chine prendre la première place au box-office mondial.

En 2022, le marché nord-américain génère 29 % des recettes mondiales du cinéma, en nette hausse par rapport à 2021 (21 %), mais également en hausse par rapport à 2019 (27 %). Au global, le box-office mondial progresse de 27 % par rapport à 2021 à 25,9 Md\$ (24,6 Md€), mais reste en recul de 35 % par rapport à la moyenne entre 2017 et 2019. L'international, hors Amérique du Nord, représente ainsi 71 % des recettes mondiales du cinéma en 2022, contre 79 % en 2021 et 73 % en 2019. La zone Asie-Pacifique dans son ensemble reste le premier marché mondial avec 37 % du box-office (51 % en 2021 et 42 % en 2019). La zone Europe, Moyen-Orient et Afrique génère 27 % du box-office mondial (23 % en 2021 et 24 % en 2019) suivie de l'Amérique latine à 7 % (4 % en 2021 et 7 % en 2019).

Le premier film au box-office mondial en 2022 est *Top Gun: Maverick* avec 1,5 Md\$ de recettes (1,4 Md€), juste devant le film *Avatar : la voie de l'eau* (1,5 Md\$ de recettes également sur l'année 2022), sorti en fin d'année et dont l'exploitation s'est largement poursuivie en 2023 pour dépasser les 2,3 Md\$ de recettes cumulées (2,2 Md€). En Amérique du Nord, le classement des films est également dominé par *Top Gun: Maverick* qui génère 719 Md\$ (683 Md€) de recettes. *Black Panther: Wakanda Forever* et

Avatar : la voie de l'eau complètent le podium avec respectivement 438 Md\$ (416 Md€) et 426 Md\$ (405 Md€). Selon Comscore, trois studios dépassent le milliard de dollars de recettes en 2022 (aucun en 2021) : Disney (distributeur de *Avatar : la voie de l'eau* via 20th Century Studios et *Black Panther : Wakanda Forever* notamment), Universal (distributeur de *Jurassic World : le monde d'après* et les *Minions 2 : il était une fois Gru*) et Paramount (avec *Top Gun: Maverick* et *Sonic 2, le film* entre autres). Au total, les cinq majors (Disney, Paramount, Universal, Sony et Warner Bros) concentrent 88,1 % du box-office nord-américain en 2022 contre 78,0 % en 2021 et 79,3 % en 2019. Par ailleurs, 18 films dépassent les 100 M\$ de recettes au box-office américain contre 13 en 2021 et 29 en 2019. En 2022, le niveau de concentration du box-office progresse : les cinq premiers films récoltent 31,5 % des recettes, en hausse de 1,1 point par rapport à 2021 et de 8,0 points par rapport à 2019.

D'après l'association des exploitants américains NATO (National Association of Theatre Owners), le prix moyen de la place aux Etats-Unis atteint 10,53 \$ en 2022, en hausse de 3,5 % par rapport à 2021 et de 15,0 % par rapport à 2019. En 2022, les Etats-Unis comptent 39 007 écrans, en baisse de 5,3 % par rapport à 2019.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
longs métrages produits ¹	738	707	791	789	812	808	814	443	943	nd
écrans	40 024	39 956	40 006	40 604	40 246	40 837	41 172	40 998	40 150	39 007
entrées (millions) ²	1 340	1 270	1 320	1 320	1 240	1 300	1 240	240	470	nd
indice de fréquentation ^{2,3}	4,0	3,7	3,8	3,8	3,6	3,7	3,5	0,7	1,3	nd
recettes (Md\$) ³	10,9	10,4	11,1	11,4	11,1	11,9	11,4	2,2	4,5	7,5
prix moyen de la place (\$)	8,13	8,17	8,43	8,65	8,97	9,16	9,16	9,18	10,17	10,53
part du film français (%) ⁴	0,6	1,6	1,1	0,4	0,8	0,3	0,3	0,3	0,2	nd

¹ Nombre de films entrés en production durant l'année, incluant les films financés par les plateformes.

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ Etats-Unis + Canada.

⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Motion Picture Association of America, Gower Street Analytics, National Association of Theatre Owners, Unifrance.

Amérique latine

Argentine : une fréquentation en hausse de 140,4 %

Selon les premiers chiffres de l'Institut National du Cinéma, la fréquentation des salles de cinéma argentines, qui avaient été lourdement impactées par la crise, rebondit très fortement de 140,4 %, à 34,5 millions d'entrées en 2022. La fréquentation est ainsi en retrait de 28,5 % par rapport à la moyenne 2017- 2019.

En 2022, les dix premiers films en entrées sont des productions ou des coproductions américaines à l'exception du film local *Argentina, 1985*, qui arrive en 9^e position. La première place du classement est occupée par *les Minions 2 : il était une fois Gru* (4,6 millions d'entrées) suivi d'*Avatar : la voie de l'eau* (3,3 millions) et de *Jurassic World : le monde d'après* (2,5 millions).

Brésil : une fréquentation en hausse de 82,0 %

Selon les premiers chiffres communiqués par ANCINE, l'Agence nationale brésilienne du cinéma, la fréquentation des salles de cinéma brésiliennes est en hausse de 82,0 % et atteint 95,1 millions d'entrées en 2022, mais est néanmoins en recul de 46,5 % par rapport à 2019. Les recettes totales sont multipliées par près de 2 (+98,8 %) et atteignent 1,8 Mds de réals (330,9 M€).

Les films nationaux génèrent 4,0 millions d'entrées en 2022, en net rebond par rapport à 2021 (0,9 million d'entrées) mais à un niveau très inférieur à 2019 (24,1 millions d'entrées). Leur part de marché en termes d'entrées s'établit à 4,2 %, contre 1,7 % en 2021 et 13,6 % en 2019.

Les dix premiers films au box-office sont des productions ou coproductions américaines, avec aux premières places *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (8,3 millions d'entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (6,9 millions) et *Avatar : la voie de l'eau* (6,7 millions).

Colombie : une fréquentation en hausse de 51,7 %

Selon les chiffres communiqués par Proimágenes Colombia, la fréquentation des salles de cinéma colombiennes est en hausse de 51,7 % sur un an et atteint 42,2 millions d'entrées en 2022, mais est néanmoins en recul de 42,3 % par rapport à 2019. Les recettes totales sont en hausse de 46,4 % sur un an et atteignent 378,3 Mds de pesos colombiens (84,6 M€) en 2022. Les revenus du box-office colombien sont en baisse de 39,8 % par rapport à 2019.

Les films nationaux génèrent 1,3 million d'entrées en 2022, soit un niveau 2,5 fois plus élevé qu'en 2021 (+179,2 %) mais toujours en baisse de 46,8 % par rapport à 2019. Leur part de marché s'établit à 3,2 % des entrées totales, contre 1,7 % en 2021 et 3,4 % en 2019.

Selon Comscore, les dix premiers films au box-office colombien en termes d'entrées sont des productions ou coproductions américaines, avec aux premières places *Doctor Strange in the Multiverse of Madness* (2,9 millions d'entrées), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (2,8 millions) et *Avatar : la voie de l'eau* (2,6 millions).

Le cinéma au Mexique

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
longs métrages produits ¹	126	130	140	162	176	186	216	111	259	nd
écrans	5 547	5 678	5 977	6 225	6 633	7 024	7 493	7 494	7 361	nd
entrées (millions)	257	257	296	331	348	332	350	64,5	113,8	181,8
indice de fréquentation ²	2,2	2,1	2,5	2,7	2,8	2,7	2,8	0,5	0,9	1,4
recettes (M\$)	932	903	869	817	882	874	989	172	370	596
part du film national (%) ³	10,9	8,5	5,3	8,9	6,1	8,3	9,9	11,8	4,0	3,5
part du film américain (%) ³	79	87	84	87	88	87	86	80	nd	nd
part du film européen (%) ³	4	2	8	2	4	3	2	3	nd	nd
part du film français (%) ³	0,7	2,2	3,3	0,7	1,5	0,8	0,6	0,7	0,8	nd

¹ Films nationaux à 100 %.

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après Canacine, IMCINE, Unifrance.

Mexique : une fréquentation en hausse de 60,0 %

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines progresse fortement et s'établit à 181,8 millions d'entrées en 2022, soit une hausse de 60,0 % par rapport à 2021. Elle reste en recul de 47,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Parallèlement, les recettes augmentent aussi de 60,0 % sur un an et atteignent 12,0 Mds de pesos (566,0 M€) en 2022 mais restent 34,9 % inférieures à la moyenne 2017-2019. 396 films sont sortis sur les écrans mexicains en 2022, soit 111 films de plus qu'en 2021, dont 25,8 % de films américains (35,4 % en 2021). Les 87 films nationaux sortis en 2022 (66 en 2021 et 101 en 2019) ont généré 6,4 millions d'entrées, soit une hausse de 39,1 % en un an, pour une part de marché en termes d'entrées très faible à 3,5 % (4,0 % en 2021 et 9,9 % en 2019).

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions américaines. Le classement en termes de recettes est dominé par *les Minions 2 : il était une fois Gru* (13,1 millions), devant *Jurassic World : le monde d'après* (12,6 millions d'entrées) et *Docteur Strange in the Multiverse of Madness* (11,9 millions). Un seul film local, *¿Y Cómo es El?*, dépasse le million d'entrées (comme en 2021).

Asie

Chine : une fréquentation en baisse de 39,0 %

Selon les données de la China Film Administration, le box-office chinois est en baisse de 36,4 % par rapport à 2021 à 30 Md¥ (4,2 Md€), et en baisse de 53,2 % par rapport à 2019. La fréquentation s'établit à 712 millions d'entrées, de nouveau en baisse de 39,0 % par rapport à 2021, et de 58,8 % par rapport à 2019. Les conséquences de la crise sanitaire ont continué à impacter le marché chinois avec des fermetures prolongées de cinémas. Plus de la moitié des cinémas chinois ont ainsi fermé pendant 46 jours en 2022 et le taux d'ouverture des salles est tombé sous les 50 % à plusieurs reprises. L'assouplissement de la politique de lutte contre la pandémie n'a pas permis au secteur du cinéma de reprendre une activité normale. Par ailleurs, les délais très brefs entre le choix de la date de sortie en salles des films et leur sortie effective ont rendu difficiles les campagnes de promotion des films.

En 2022, la part de marché des films locaux reste très élevée à 85,0 % du total des recettes (84,5 % en 2021, et autour de 60 % entre 2017 et 2019). Le film chinois *The Battle at Lake Changjin II* arrive en tête du classement avec 4,1 Md¥ (579,2 M€) de recettes. La place occupée par le cinéma étranger est particulièrement limitée depuis plusieurs années : depuis 2019, aucun titre produit par Marvel Studios n'est sorti sur le territoire chinois. En 2022, seuls deux blockbusters hollywoodiens atteignent le top 10 du box-office : *Avatar : la voie de l'eau* (189,4 M\$ selon *The Hollywood Reporter*) et *Jurassic World : le monde d'après* (157,6 M\$).

Le cinéma en Chine

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
longs métrages produits ¹	638	618	838	944	970	1 082	1 037	650	740	nd
écrans	18 195	23 600	31 627	41 179	50 776	60 079	69 787	75 581	82 248	nd
entrées (millions)	631	830	1 260	1 370	1 620	1 720	1 730	548	1 170	712
indice de fréquentation ²	0,5	0,6	0,9	1,0	1,2	1,2	1,2	0,4	0,8	0,5
recettes (Md\$)	3,5	3,9	6,8	6,6	8,6	8,9	9,2	3,1	7,4	4,4
part du film national (%) ³	58,7	54,5	61,6	58,3	53,8	62,2	64,1	83,7	84,5	85,0
part du film américain (%) ³	50,6	40,0	42,3	38,4	41,7	nd	nd	30,0	nd	nd
part du film français (%) ⁴	1,0	2,2	1,2	0,1	0,8	0,1	0,1	0,1	0,2	nd

¹ Films nationaux à 100 %.

² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

³ En termes de recettes.

⁴ En termes d'entrées.

Source : CNC d'après China Film Administration, Observatoire européen de l'audiovisuel, Unifrance.

Corée du Sud : une fréquentation en hausse de 86,4 %

Selon le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma sud-coréennes connaît un rebond très net et passe de 60,5 millions en 2021 à 112,8 millions en 2022, soit une hausse de 86,4 %. Elle reste néanmoins en recul de 49,8 % par rapport à 2019. L'indice de fréquentation, traditionnellement élevé dans le pays, passe de 1,1 entrée par habitant à 2,2 entrées, mais reste nettement inférieur aux niveaux pré-pandémiques (4,4 entrées par habitant en 2019). En 2022, les recettes du box-office coréen progressent de 98,5 % à 1 170 Mds de won (861,5 M€).

La part de marché des films sud-coréens, habituellement très élevée, est en hausse de 25,6 points par rapport au niveau exceptionnellement bas de 2021 (30,1 % à 55,7 %), et retrouve son niveau d'avant-crise (51,0 % en 2019). Le premier film au box-office est le film local *The Roundup* avec 12,7 millions d'entrées, suivi de deux films américains, *Top Gun: Maverick* (8,2 millions) et *Avatar : la voie de l'eau* (7,3 millions). Au total, six des dix premiers films au box-office sont des productions locales, contre deux films en 2021.

Hong Kong : des recettes en baisse de 5 %

D'après les données publiées par Hong Kong Box Office Ltd., les recettes du box-office de Hong Kong s'élèvent à 1,14 Md\$HK (138,3 M€) en 2022, en recul de 5 % par rapport à 2021 et de 40 % par rapport à 2019. En 2022, les cinémas ont de nouveau dû fermer leurs portes pendant 104 jours, soit une période plus longue qu'en 2021 (48 jours), avec des jauges qui se sont prolongées sur plusieurs mois. Quatre films hong-kongais se classent dans le top 10 du box-office avec notamment *Warriors of Future* qui atteint la 3^e position avec un niveau record de recettes pour un film local à 81,8 M\$HK. Le classement est dominé par *Top Gun: Maverick* et *Avatar : la voie de l'eau*. Le nombre de titres locaux baisse à 27 films en 2022, contre 46 en 2021, pour une part de marché de 29,5 %, contre 20 % en 2021.

Inde : une fréquentation en hausse de 113,4 %

Selon le rapport d'Ormax Media et de GroupM, le box-office indien a enregistré en 2022 le deuxième meilleur score de tous les temps, principalement porté par les performances des films indiens *K.G.F: Chapter 2* et *RRR*. Malgré la fermeture des salles en janvier, le box-office en Inde s'est élevé à 106 milliards de roupies (1,3 Md€), en hausse de 171,8 % par rapport à 2021 (39 Mds de roupies, 472 M€) et très proche du chiffre record de 2019 (109,5 Mds de roupies, 1,3 Md€). En 2022, le nombre d'entrées s'élève à 892 millions, soit près du double de l'année 2021 (+113,4 %), mais en baisse de 10,8 % par rapport à 2019 (1,0 milliard d'entrées). En 2022, le prix du billet de cinéma en Inde est en hausse de 12,3 % par rapport à 2019 à 119 roupies (1,44 €).

La première place du classement des films en termes de recettes est occupée par le film en langue kannada, *K.G.F: Chapter 2*, avec 117,3 M€ de recettes, suivi du film *RRR* en langue telugu (104,9 M€) et du blockbuster *Avatar : la voie de l'eau* (56,9 M\$). Alors qu'avant la pandémie, les films en hindi (de Bollywood) dominaient nettement le box-office indien, le premier film en langue hindi de 2022, *Brahmastra : Part 1 – Shiva*, n'arrive qu'en 6^e position du top 10. Ces derniers représentent toujours une part de marché importante (33 % en 2022), mais en nette baisse par rapport à 2019 (-11 points). En 2022, 32 % des recettes enregistrées par les films en langue hindi viennent des versions doublées en hindi de films issus des Etats d'Inde du Sud, dont celles de *K.G.F: Chapitre 2* et *RRR*. En deuxième position, les films en telugu représentent 20 % du box-office en 2022. La part de marché des films hollywoodiens est quant à elle passée de 15 % en 2019 à 12 % en 2022. Les deux plus grands succès hollywoodiens après *Avatar : la voie de l'eau* sont *Doctor Strange In The Multiverse of Madness* et *Thor: Love and Thunder*.

Le cinéma au Japon

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
films distribués	1 117	1 184	1 136	1 149	1 187	1 192	1 278	1 017	959	1 143
écrans	3 318	3 364	3 437	3 472	3 525	3 561	3 583	3 616	3 648	3 634
entrées (millions)	155,9	161,1	166,6	180,2	174,5	169,2	194,9	106,1	114,8	152,0
indice de fréquentation ¹	1,2	1,3	1,3	1,4	1,4	1,3	1,5	0,8	0,9	1,2
recettes (Md\$)	2,0	2,0	1,8	2,2	2,0	2,0	2,4	1,3	1,2	1,6
prix moyen de la place (\$)	12,76	12,17	10,76	12,04	11,68	11,91	12,30	12,65	12,84	10,70
part du film national (%) ²	60,6	58,3	55,4	63,1	54,9	54,8	54,4	76,3	79,3	68,8
part du film français (%) ³	1,1	2,2	1,4	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	nd

¹ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

² En termes de recettes.

³ En termes d'entrées.

Source : Motion Picture Producers Association of Japan, Unifrance.

Japon : une fréquentation en hausse de 32,4 %

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, les entrées des salles japonaises progressent de 32,4 % à 152,0 millions d'entrées en 2022, et affichent une baisse plus modérée de 22,0 % par rapport au niveau record de 2019. Parallèlement, les recettes augmentent de 31,6 % à 213,1 Md¥ (1,5 Md€). Le nombre de films distribués au Japon atteint 1 143 films, soit une hausse de 19,2 % par rapport à 2021. Plus de la moitié de ces films sont des films locaux (55,5 %).

Les films japonais génèrent 146,6 Md¥ (1,1 Md€) de recettes en 2022 (+14,2 % par rapport à 2021), soit une part de marché à 68,8 %, en baisse de 10,5 points par rapport au très haut niveau de 2021 (79,3 %) et en hausse de 14,5 points par rapport à 2019 (54,4 %). À 66,5 Md¥ (482 M€), les recettes engendrées par les films étrangers augmentent de 98,3 % par rapport à 2021, en raison du retour des blockbusters américains sur les écrans. Les deux premiers films au box-office 2022 sont deux films d'animation locaux : il s'agit de *One Piece Film - Red* (142,7 M€) et *Jujutsu Kaisen 0: The Movie* (100,0 M€). Le premier film américain *Top Gun: Maverick* arrive en 3^e position avec 98,3 M€. Il devance un autre film d'animation japonais, *Suzume*.

Océanie

Australie : une fréquentation en hausse de 45,8 %

Selon les chiffres communiqués par Screen Australia, les recettes générées par les salles de cinéma australiennes progressent de 55,4 % sur un an et s'établissent en 2022 à 940,6 M\$A (620,2 M€). La fréquentation est en hausse de 45,8 % par rapport à 2021, à 57,9 millions d'entrées, mais reste en baisse de 31,6 % par rapport à 2019 (84,7 millions d'entrées).

715 nouveaux films sont sortis sur les écrans en 2022, un nombre en hausse de 56,5 % par rapport à 2021 et en baisse de 5,2 % par rapport à 2019. 80 films australiens sont sortis en 2022 (52 en 2021). Les films australiens représentent 5,2 % des recettes enregistrées sur l'année à 48,6 M\$A. La première place du box-office est occupée par *Top Gun: Maverick* avec 93,1 M\$A, suivi par *Avatar : la voie de l'eau* (49,0 M\$A) et *Thor: Love and Thunder* (44,5 M\$A).

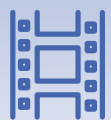
chapitre six

ACTION PUBLIQUE

6.1

Les financements publics

En 2022: **738,5 M€** de soutiens du CNC
dont:



291,0 M€
pour le cinéma

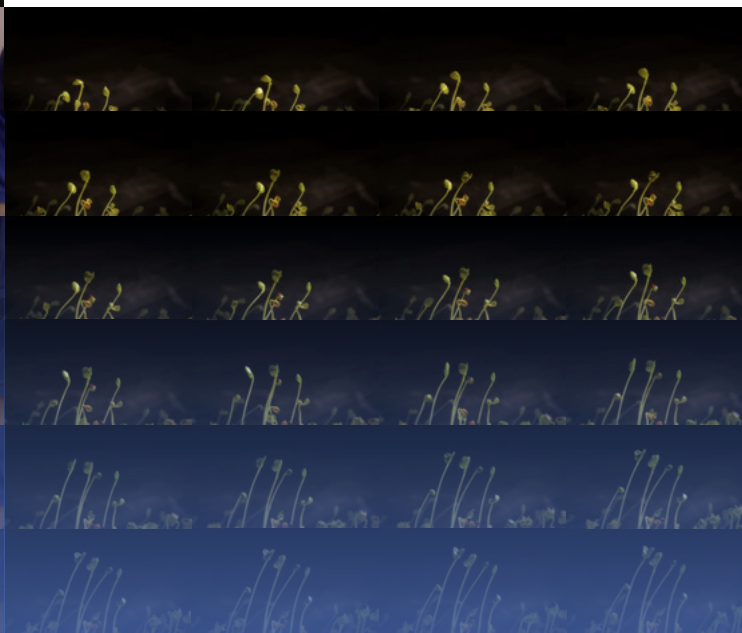
58,3 M€ de soutiens exceptionnels liés
à la crise sanitaire du Covid-19



265,1 M€
pour l'audiovisuel



124,2 M€
pour les dispositifs
transversaux



738,5 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia

Le CNC soutient le dynamisme des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia grâce au fonds de soutien dont il assure la gestion. La politique publique qu'il conduit comporte deux finalités principales : assurer une présence forte des œuvres françaises et européennes sur notre territoire et à l'étranger et contribuer à la diversité et au renouvellement de la création.

Les dépenses relatives aux soutiens du CNC en faveur du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia se sont élevées à 680,2 M€ en 2022 (hors mesures exceptionnelles liées à l'épidémie de Covid-19), en progression de 10,7 % sur un an du fait de la reprise de l'activité, amorcée en 2021, qui demeure cependant toujours affectée par une fréquentation des salles de cinéma en deçà de son niveau d'avant crise, malgré une nette amélioration.

Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production, à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation à l'image. Il a pour mission la conservation et la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur de l'audiovisuel, l'action du CNC a pour objectif de favoriser, via des aides automatiques et sélectives, la création et la production d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes destinées à être diffusées sur les chaînes de télévision et les services de médias à la demande. Le CNC soutient également la création de contenus immersifs et multi-supports (création numérique sur internet, réalité virtuelle, jeu vidéo). De façon transversale, le CNC soutient les industries techniques et l'innovation; il met en œuvre des aides en faveur de l'édition vidéo et de la vidéo à la demande, contribue à la promotion du cinéma et des programmes audiovisuels à l'étranger, participe aux financements visant à soutenir la production cinématographique et audiovisuelle en régions et contribue au fonds de garantie des prêts bancaires mis en œuvre par l'Institut pour le financement du cinéma et des industries culturelles (IFCIC).

La crise sanitaire, tout en démontrant toute la pertinence du fonds de soutien pour répondre aux finalités de la politique publique conduite par le CNC, a nécessité la mise en place de soutiens spécifiques, financés par dotations exceptionnelles de l'Etat, visant à répondre à des objectifs de sauvegarde et de relance des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel. L'effort total sur 2020-2022 s'élève à 348,8 M€, dont 58,3 M€ ont été engagés en 2022.

Au total, le soutien du CNC en 2022 s'élève ainsi à 738,5 M€.

Le fonds de soutien du CNC

Le fonds de soutien à périmètre « traditionnel » : 680,2 M€ en 2022

Après deux années 2020 et 2021 fortement marquées par la crise sanitaire, tant du point de vue des ressources que des dépenses de soutien, l'exécution budgétaire 2022 traduit une forme de retour à la normale, sans revenir encore pour autant aux équilibres d'avant la crise.

En particulier, les soutiens automatiques cinéma et le produit de la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA) demeurent impactés par une fréquentation en-deçà de son niveau de 2019 (-28,7 %).

En 2022, les soutiens au cinéma, à l'audiovisuel et au multimédia, à périmètre « traditionnel » (hors mesures exceptionnelles liées à la crise du Covid-19), ont été financés par les taxes affectées au CNC, par des crédits issus de la réserve numérique et par des compléments de gestion (soutiens échus, reversements sur aides, etc.).

Le fonds de soutien est financé par trois taxes affectées au CNC : la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA), la taxe sur les services de télévision (TST) et la taxe sur la vidéo physique et la vidéo à la demande (TSV). Par ailleurs, des recettes diverses (composées essentiellement des sanctions pécuniaires pouvant être prononcées par l'Arcom), d'un montant plus modeste, complètent ces financements. En 2022, le produit net des taxes affectées au fonds de soutien s'est élevé à 714,3 M€ (hors régularisations et redressements), en progression de 88,4 M€ par rapport à une année 2021 encore fortement touchée par la crise (625,9 M€).

Le produit de la TSA s'établit en 2022 à 117,9 M€, soit plus du double du niveau enregistré en 2021 (56,9 M€), année marquée par la fermeture administrative des salles de cinéma du 1^{er} janvier au 18 mai 2021, puis par les restrictions sanitaires à l'accès aux salles (passe sanitaire, etc.),

celles-ci ayant été entièrement levées le 14 mars 2022. Le rendement de la TSA demeure néanmoins inférieur de 23,7 % au produit 2019, dernière année de référence avant la crise (154,4 M€).

En 2022, le produit total de la taxe sur les services de télévision (TST) s'élève à 469,1 M€, en légère hausse par rapport à 2021 (457,4 M€).

Le produit de la TST-Éditeurs (292,2 M€) progresse de 53,3 M€ (+22,3 %) par rapport à 2021. Les déclarations de chiffre d'affaires 2021 des éditeurs de services de télévision reçues par le CNC en avril 2022 témoignent d'une reprise du marché publicitaire plus rapide qu'anticipé. Ainsi, le chiffre d'affaires déclaré au titre de 2021 est supérieur de 6,1 % à celui observé en 2019. Cela peut traduire un effet de rattrapage après une année 2020 fortement obérée par les effets de la crise sanitaire, les annonceurs ayant à l'époque limité leurs achats d'espace dans un contexte de forte incertitude.

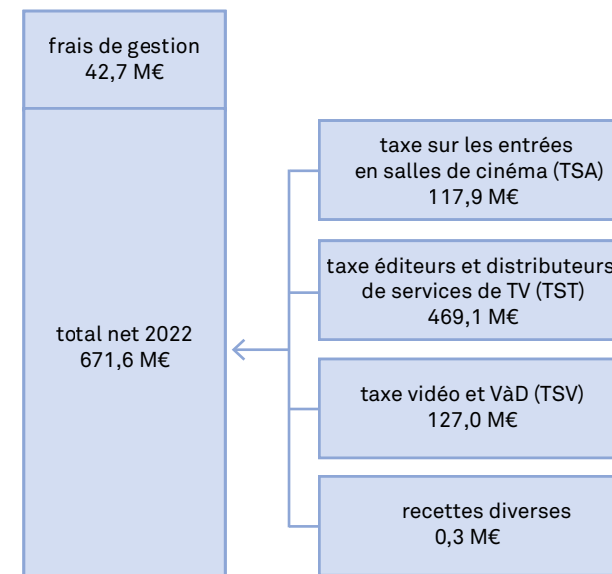
À l'inverse, le produit de la TST-Distributeurs s'établit à 176,9 M€, soit une diminution de 41,6 M€ par rapport à 2021 (-19,0 %). Cette baisse s'explique principalement par la poursuite de pratiques de contournement par certains opérateurs constatée par le CNC. En cohérence avec sa politique depuis 2017, le CNC a immédiatement engagé un contrôle à l'encontre de ces redevables.

La progression du produit de la TSV se confirme en 2022 (127,0 M€, soit +15,5 M€ par rapport à 2021). Elle résulte de la conjonction de plusieurs facteurs. En 2022, les ventes totales de vidéo en France (vidéo physique et vidéo à la demande) augmentent de 7,7 % par rapport à 2021. Elles sont en hausse pour la sixième année consécutive. Cette croissance est largement portée par la vidéo à la demande par abonnement (+9,2 %), qui montre toutefois des premiers signes de maturité, le nombre d'abonnés aux plateformes américaines tendant à se stabiliser. De plus, la vidéo à la demande transactionnelle a connu un rebond en lien avec l'enrichissement de l'offre de films frais, dépen-

dante de leur sortie en salles de cinéma (qui avait pâti de la fermeture des salles en 2020 et 2021).

Net des frais de gestion, le produit des taxes s'est élevé à 671,6 M€ en 2022.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC¹



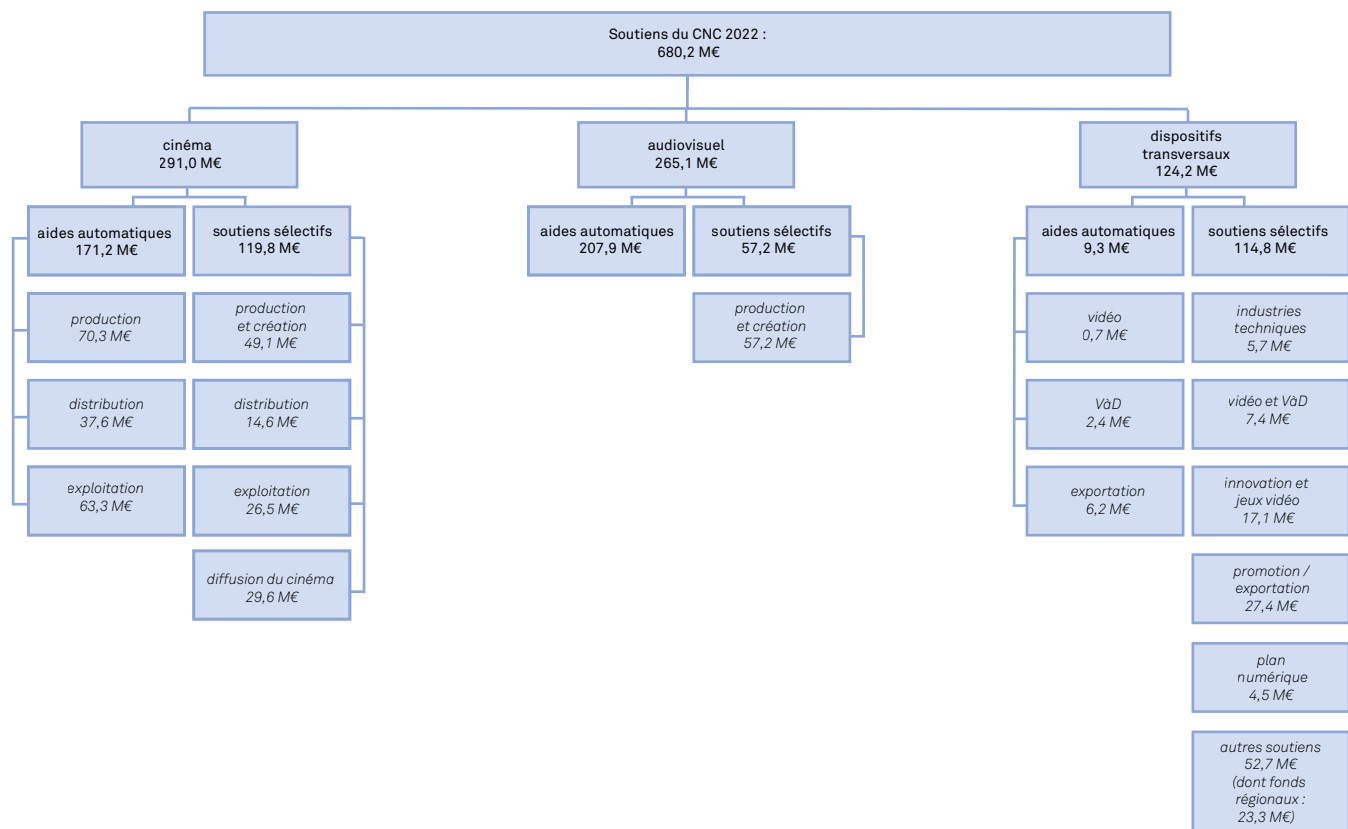
¹ Exécuté 2022.

L'ensemble des soutiens s'élève à 680,2 M€ dont 388,4 M€ de soutien automatique (soit 57,1 % des aides) et 291,8 M€ de soutiens sélectifs (42,9 %).

En 2022, le montant des soutiens à périmètre « traditionnel » s'élève à 680,2 M€. Les générations de soutien automatique représentent 388,4 M€ témoignant de la reprise d'activité des secteurs, et les soutiens sélectifs s'établissent à 291,8 M€, soit un montant stable par rapport à 2021.

Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 50,3 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, ces aides étant couvertes par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

Soutiens du CNC à périmètre « traditionnel »¹



¹ Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2022 ; soutiens automatiques : droits générés en 2022. Afin de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année, ce tableau ne retrace pas les dispositifs autofinancés par leurs propres remboursements, qui représentent, en 2022, un montant total de 50,3 M€. Dans le détail :
 - avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 38,9 M€
 - avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 11,4 M€ (qui s'ajoutent aux 9,4 M€ financés par le produit des taxes, portant le montant d'avances attribuées à 20,8 M€)
 En effet, pour les avances exploitation et audiovisuelles, inscrire ces dépenses dans le tableau reviendrait à comptabiliser deux fois les mêmes crédits, une première fois au titre des soutiens automatiques générés, et une seconde fois au titre des remboursements d'avances, puisque ces remboursements portent sur le soutien généré.

Les aides au cinéma

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2022.

Les actions du CNC en faveur de l'industrie cinématographique s'organisent autour de quatre axes principaux : les aides à la création, les aides à la production, les aides à la diffusion des œuvres à destination du public le plus large et les actions en faveur de la conservation et de la restauration du patrimoine cinématographique.

Les aides à la création cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,8 M€ pour 27 aides à l'écriture, 17 aides à la réécriture et 41 aides à la conception
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	2,3 M€ pour 82 projets aidés présentés par 65 sociétés

associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherches et d'Essais Cinématographiques (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Gindou Cinéma, Les Prix du scénario (ex prix Sopadin), Vidéadoc, Le Groupe Ouest, Maison du film, So Film, Mille visages, La Cité des scénaristes, La Guilde Française des scénaristes, Scénaristes de Cinéma Associés (SCA), La Scénaristerie, La Fédération des Associations des Métiers du scénario, L'Amapa, Le RECA, Eurodoc, la Cité internationale des arts, la NEF Animation, le C.L.O.S, Docmonde, Trégor, le CECI au Moulin d'Andé, La Résidence des écritures francophones de La Rochelle...
Le CNC finance également le programme Caméra libre ! (résidence d'écriture de long métrage pour des cinéastes persécutés dans leur pays), en partenariat avec la Cité internationale des Arts à Paris

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	59,80 M€ mobilisés ¹ soit 0,23 M€ de règlement de créances, 10,81 M€ d'aide à la préparation et 48,76 M€ d'investissements en production dont 877 K€ pour le court métrage (60 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	52 conventions avant réalisation pour 21,8 M€ (dont 30 000 € de bonus relance ayant bénéficié à 1 film) et 22 conventions après réalisation pour 2,1 M€
appel à projets de films de genre	producteurs de longs métrages	encourager la diversité des genres au cinéma et élargir la palette narrative des projets proposés	2 conventions pour 1 M€
aide à la création de musique originale	producteurs de longs métrages	encourager les producteurs à recourir à des compositeurs pour la création de musique originale	670 K€ pour 85 aides apportées
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 12 projets en production aidés pour 1,5 M€ ; 4 projets d'initiative française en développement pour 100 K€ - aide franco-portugaise : 5 projets minoritaires français (3 longs métrages et 2 courts métrages) aidés pour 300 K€ - aide franco-tunisienne : 4 projets aidés pour 290 K€ - aide franco-italienne : 6 projets en production aidés pour 360 K€ et 4 projets d'initiative française en développement pour 140 K€ - Bonus DEENTAL sur le Fonds pour la jeune création francophone (JCF) attribué à 10 projets pour un montant de 348 K€ : 5 fictions, 4 documentaires et 1 programme d'animation / 1 court métrage, 4 séries et 5 longs métrages
aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon	producteurs de films de court et de long métrage	promouvoir la production de films de court ou de long métrage présentant un intérêt culturel pour les DOM	7 projets aidés (3 longs métrages et 4 courts métrages) pour un montant de 320 K€
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	3,21 M€ pour 62 projets (dont 20 non encore chiffrés) : 42 projets soutenus avant réalisation (33 fictions et 9 documentaires) et 20 projets soutenus après réalisation (18 fictions et 2 documentaires) - Bonus DEENTAL sur l'aide au cinéma du monde attribué à 2 projets documentaires. 1 projet chiffré sur les 2, pour un montant de 70 K€

¹ montant hors majorations du soutien investi.

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt en matière cinématographique permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition 20 % ou 30 % de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), dans la limite d'un plafond de 30 M€ par film.

Le dispositif a été réformé à plusieurs reprises depuis sa mise en œuvre. Le plafond de crédit d'impôt est ainsi passé de 1 M€ à 4 M€ au 1^{er} janvier 2013 et le périmètre des dépenses éligibles a été élargi aux acteurs de complément ainsi qu'aux frais de transport, d'hébergement et de restauration. En décembre 2013, le taux a été rehaussé de 20 % à 30 % pour les films de moins de 4 M€. En décembre 2014, pour une application à partir du 1^{er} janvier 2016, le taux de 30 % a été étendu à tous les films à moins de 7 M€, et augmenté à 25 % pour les œuvres d'animation. En loi de finances pour 2016, le taux de crédit d'impôt est également passé à 30 % pour les films en langue française de plus de 7 M€, et son bénéfice étendu aux films d'animation en langue étrangère ou à forts effets visuels (au taux de 30 %) et à ceux dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario (au taux de 20 %). Le plafond de crédit d'impôt a en outre été augmenté, passant de 4 M€ à 30 M€. La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur, au transport, à la restauration et à l'hébergement.

En 2022, parmi les 208 films d'initiative française agréés, 157 ont obtenu un agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 157 films est estimé à 366 M€ et engendrerait un coût global du crédit d'impôt cinéma (dépense fiscale) en 2023 estimé à 109 M€. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2022, les films de fiction d'initiative française effectuent plus de 86 % de leurs dépenses en France.

Les aides sélectives à la distribution

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles.

Les aides à la distribution cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs de films en salles	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes en salles du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	48 sociétés de distribution ont mobilisé 30,9 M€ sur 201 films. En 2022, 111 films d'initiative française ont bénéficié des bonus pour un montant total alloué de 3,9 M€. Parmi ces films, 78 ont bénéficié du bonus de 50 % et 33 films ont bénéficié du bonus de 25 %
contribution du CNC à la distribution de films en salles	distributeurs de films en salles	soutenir, en fonction de leurs conditions de diffusion, des œuvres cinématographiques en salles	31 sociétés de distribution représentant 93 films ont bénéficié de la contribution CNC (relative à des films sortis en 2021) pour un total de 2,4 M€
aide aux films inédits (1 ^{er} collège)	distributeurs de films inédits en salles 3 procédures : - aide au film par film - aide aux premiers films d'avance sur recettes - aide aux entreprises de distribution (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diversité culturelle par la diffusion de films français et étrangers inédits en salles	10,4 M€ pour 254 films et 28 aides à la structure (dont 350 K€ relevant du plan d'urgence et du plan de relance – voir ci-dessous)
aide aux films de répertoire (2 ^e collège)	distributeurs de films de patrimoine 2 procédures : - aide aux films de répertoire et aux rétrospectives - aide aux entreprises de films de répertoire (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diffusion en salles de films de répertoire de qualité sur l'ensemble du territoire	975 K€, pour 45 films, 21 rétrospectives et 9 aides à la structure
aide aux films « jeune public » (3 ^e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public en salles (films inédits et reprises)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en salles en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	210 K€, pour 12 films
aides liées à la crise Covid	distributeurs de films en salles	soutenir les sociétés de distribution de films en salles dans le cadre du plan de reprise	350 K€ de complément d'aide aux entreprises (176 K€ pour 6 sociétés relevant du plan d'urgence et 174 K€ pour 4 sociétés relevant du plan de relance)

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien automatique aux exploitants de salles	exploitants de salles de cinéma	financer des travaux d'équipement et de modernisation ainsi que les créations de salles	68,6 M€ mobilisés dont 41 M€ sous forme d'avances ; 559 dossiers concernant l'enregistrement de 116,6 M€ de nouveaux travaux
aide à la création et à la modernisation de salles	exploitants de salles de cinéma	favoriser l'équipement des zones insuffisamment desservies	6,8 M€ pour 28 projets (25 établissements fixes et 3 circuits itinérants, tous situés en métropole)
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	18,4 M€ pour 1 282 établissements classés Art et Essai
aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence	exploitants de salles de cinéma	encourager les salles privilégiant une programmation difficile et menant une politique d'animation dans un contexte concurrentiel	1,5 M€ pour 44 établissements (31 salles parisiennes et 13 salles en régions)
aide au tirage de copies supplémentaires	exploitants (aide gérée par l'ADRC)	favoriser l'accès aux films pour les salles de cinéma	61 K€ pour 1 982 circulations de 262 films

associations financées par le CNC (circulation des œuvres en salles et diffusion culturelle) : l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, l'Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA) pour la Fête du cinéma d'animation, Images en bibliothèques pour le Mois du film Documentaire, Faites des Courts, Fête des Films pour la Fête du court métrage, Film documentaire.fr, la Coordination des Fédérations des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinédoc, Collectif jeune cinéma, Mashup (diffusion de cinéma expérimental), Carrefour des festivals, Association nationale des cinémas itinérants (ANCI).

manifestations nationales soutenues par le CNC destinées à mettre en avant des œuvres peu diffusées : La Fête du Court Métrage (mars), La Fête du cinéma d'animation (octobre), le Mois du film documentaire (novembre).

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques, les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre : aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aide aux effets visuels numériques et aides du Fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DOM – Saint-Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides à la production de films de court métrage au CNC s'élève à 15,0 M€ en 2022. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation) est de 690 films en 2022.

Les aides spécifiques du département court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
bourse de résidence (aide avant réalisation pour les premiers films)	auteurs de premiers films	accompagnement de l'auteur sur le projet de court métrage, soutien financier à l'auteur, professionnalisation de l'auteur et mise en réseau	15,5 K€ pour 16 résidences AVR1
aide à la réécriture (aide avant réalisation pour les premiers films)	producteurs	accompagnement (tutorat de la commission) et soutien du duo producteur-auteur sur un premier film via une bourse à la réécriture	8 K€ pour 4 films
aide avant réalisation à la production de courts métrages	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,7 M€ pour 53 films
aide au programme de production de courts métrages – développement et production	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,5 M€ pour 35 entreprises (aide au programme de production) et 5 entreprises (aide au programme de développement)
aide sélective à la production d'œuvres audiovisuelles de courte durée	producteurs	compléter le financement des projets préachetés par des chaînes de télévision et des plateformes numériques	944 K€ pour 48 projets
aide après réalisation pour le court métrage	réalisateurs et producteurs	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque	340 K€ pour 43 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	104 K€ pour 48 projets

Le fonds d'aide à la promotion à l'étranger des œuvres cinématographiques

Le fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques et au bénéfice des agents de vente à l'international s'est substitué aux aides sélectives existantes depuis le 1^{er} janvier 2017. Ce dispositif a été pérennisé en 2020 après une phase d'expérimentation. Son fonctionnement est suivi par un comité chargé de mener une réflexion sur les améliorations à apporter pour renforcer son efficacité et l'impact du soutien accordé.

En 2022, 6,2 M€ de soutien ont été générés au bénéfice de 75 sociétés. Le soutien généré à raison des entrées enregistrées en salles à l'étranger correspond cette année au cumul des entrées des années 2020 et 2021, afin de tenir compte de l'impact de la pandémie sur l'exploitation des œuvres en salles et d'accompagner la filière de l'export en sortie de crise. S'y ajoutent le soutien généré à raison de la circulation des films en festival, qui confère une dimension plus qualitative, et le soutien généré à raison de leur disponibilité en ligne sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement.

Conjointement avec le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, le CNC finance Unifrance, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma français à l'étranger. Le CNC accorde également son soutien à l'association des exportateurs de films (ADEF).

Le patrimoine cinématographique

Le CNC est en charge de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma, avec ses missions de collecte, de conservation, de restauration et de valorisation. Le CNC travaille dans ce domaine en étroite collaboration avec les différentes institutions publiques et privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles que la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse. Le CNC accorde une place essentielle à sa politique patrimoniale avec notamment la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films conservés sur ses sites de Bois d'Arcy et de Montigny-le-Bretonneux (Fort de Saint-Cyr - 78).

En 2022, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 250,0 K€. 24 films ont été restaurés dans le cadre des marchés de sous-traitance et 44 restaurations numériques ont été entreprises par le laboratoire du CNC qui a également pris en charge la numérisation de 110 œuvres. Par ailleurs, les bandes magnétiques de 21 films ont été numérisées ainsi que 214 nouveaux films pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et dans les locaux du CNC à Bois d'Arcy. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont également acces-

sibles sur les postes de consultation multimédia de l'INA dans 56 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région. Les collections s'enrichissent, en 2022, de 3 114 boîtes réceptionnées au titre de dépôts volontaires ou de dons (396). Au titre du dépôt légal, 14 films ont été collectés via DéliA, la plateforme de collecte dématérialisée commune au CNC et à la BnF, et 104 films sur copies numériques de long métrage ont été remis au CNC sur disque dur ou clé USB. Pour la deuxième année consécutive depuis la création du dispositif en 1977, aucune copie argentique n'a été déposée.

Les espaces de consultation ont accueilli 130 chercheurs et professionnels pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. Les prêts pour des programmations extérieures contribuent à la valorisation des collections du CNC : 250 films ont été prêtés en 2022 pour diverses manifestations ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique.

La base de données documentaire des œuvres mise en place par le CNC et partagée avec trois autres institutions cinématographiques patrimoniales (la Cinémathèque française, la Cinémathèque de Toulouse et la Cinémathèque de Grenoble) a été enrichie de 800 nouvelles notices d'œuvres et les notices de 1 726 personnalités ont été complétées.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
aide à la numérisation des films de patrimoine	entreprises et organismes justifiant des droits d'exploitation des films	- rendre accessible au public le plus large les œuvres cinématographiques du XX ^{ème} siècle dans les technologies et les modes de diffusion d'aujourd'hui - favoriser l'enrichissement des offres légales sur internet - assurer la préservation et la transmission de ce patrimoine pour les générations futures	2,8 M€ pour 91 films

En 2022, le CNC a poursuivi le plan de numérisation et de restauration du patrimoine cinématographique, initié en 2012, afin d'accompagner les détenteurs de catalogue dans la valorisation des œuvres à travers les nouveaux réseaux de diffusion numérique. Les films de Désiré Ecaré, Claire Denis, André Berthomieu, Jean-Pierre Jeunet, Marc Caro, Jean-Luc Godard, Jean-Pierre Melville ont ainsi pu obtenir des aides pour leur restauration en 2022.

Les aides à l'audiovisuel

Les actions du CNC en faveur de l'industrie des programmes audiovisuels s'organisent autour de trois axes principaux : les aides à la création, les aides à la production et les aides favorisant la diffusion des programmes audiovisuels français, notamment à l'étranger.

Les aides à la création audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	- auteurs - entreprises de production	- renouvellement de la création audiovisuelle - soutien et accompagnement des professionnels émergents et confirmés - émergence de nouveaux modèles (notamment sériels), diversification des formats, genres et publics, pour la télévision et les services de médias audiovisuels à la demande, d'ambition nationale ou internationale	<u>aide au concept et à l'écriture:</u> - 60 projets de fiction pour 1,1 M€ - 33 projets d'animation pour 363 K€ <u>aide au développement /pilote:</u> - 6 projets de fiction pour 116 K€ - 49 projets d'animation pour 1,2 M€ <u>aide à la réécriture:</u> - 4 projets de fiction pour 55 K€ - 3 projets d'animation pour 24 K€ <u>aide à la co-écriture de coproductions internationales (séries de fiction):</u> - 10 projets de séries pour 500 K€
aides à la préparation	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de récréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	7,6 M€ pour 362 projets

manifestations nationales soutenues par le CNC spécifiques aux enjeux d'écriture ou les incluant dans leur action : Chemins de la création (Fontevraud), Festival des scénaristes (Valence), Festival international du film d'animation (Annecy), Forum Cartoon, Séries Mania, Série Séries, Canneséries Unlimited, Fipadoc, Sunny Side of the Doc
résidences de coécriture internationale, spécifiquement dédiées aux auteurs, financées par le CNC : résidence franco-israélienne de séries, résidence Boulevard des séries – La Fabrique (Los Angeles), résidences DEENTAL...

formations initiales et continues financées par le CNC (cinéma et audiovisuel) : la CinéFabrique, le Conservatoire Européen d'Ecriture Audiovisuelle, la Fémis, Eurodoc, Kourtrajmé, Mille visages, Tribudom...

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,45 M€ (2,24 M€ pour 434 programmes + 210 K€ du plan de relance)

Le catalogue *Images de la culture*, composé de 2 153 titres et mis à disposition sous forme de DVD, de fichiers numériques et en V&D, permet aux structures éducatives, sociales et culturelles (telles que les médiathèques, écoles d'art, écoles d'architecture, centres chorégraphiques, les prisons et le réseau associatif lié au champ social) d'assurer des représentations publiques gratuites des œuvres du catalogue.

Le CNC finance Unifrance, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des œuvres cinématographiques et des programmes audiovisuels français à l'étranger.

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien automatique à la production	producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes françaises de télévision ou sur des services en ligne	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	137,1 M€ ¹ dont 58,9 M€ pour la fiction, 46,3 M€ pour le documentaire, 10,6 M€ pour l'animation et 21,3 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
avances sur droits au soutien automatique à la production	producteurs ayant épuisé leur soutien automatique	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	18,6 M€ ¹ dont 5,1 M€ pour la fiction, 6,9 M€ pour le documentaire, 4,7 M€ pour l'animation et 1,9 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	- producteurs ne disposant pas de compte automatique - œuvres pour lesquelles l'apport du diffuseur est trop faible pour bénéficier d'un soutien automatique - magazines d'intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	32,7 M€ ¹ dont 11,1 M€ pour la fiction, 9,2 M€ pour le documentaire, 7,3 M€ pour l'animation, 2,6 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 2,4 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
aide sélective avant réalisation aux vidéomusiques	entreprises de production enregistrées auprès du CNC, détentrices ou codétentrices de droits artistiques	soutenir la diversité de la production musicale, toutes esthétiques confondues	101 vidéomusiques pour un montant total de 2,7 M€
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	aide franco-italienne : aucun projet de séries aidé NB : l'aide franco-allemande au codéveloppement de séries audiovisuelles a été supprimée fin 2021

¹ Hors complément.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition une partie de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1^{er} janvier 2021, le crédit d'impôt audiovisuel est égal à 25 % des dépenses éligibles pour les œuvres de fiction, d'animation et les documentaires, et à 10 % pour les adaptations audiovisuelles de spectacle vivant, nouvellement éligibles. Toutefois, le crédit d'impôt ne peut excéder 1 450 € par minute pour une œuvre documentaire et une adaptation audiovisuelle de spectacle vivant, et 3 000 € par minute pour une œuvre d'animation. Pour les œuvres audiovisuelles de fiction, il existe depuis le 1^{er} janvier 2016 plusieurs plafonds (de 1 250 € à 10 000 €) selon le coût de production par minute de l'œuvre.

Les œuvres audiovisuelles de fiction produites dans le cadre d'une coproduction internationale dont le coût de production est couvert au moins à hauteur de 30 % par

des financements étrangers et dont le coût de production est supérieur ou égal à 35 000 € par minute produite peuvent être réalisées en langue étrangère. Dans ce cas, elles doivent faire l'objet d'une version livrée en langue française.

En 2022, 788 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt. Le total des dépenses faites en France pour ces œuvres est estimé à près de 1,2 Md€, dont 779 M€ de montant brut de dépenses éligibles prévisionnelles. Après prise en compte des plafonds, le coût total du crédit d'impôt audiovisuel au bénéfice de ces 788 œuvres agréées en 2022 (dépense fiscale 2023) est estimé à 170 M€.

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois sur le territoire national et d'éviter les délocalisations des tournages et des dépenses de postproduction dans un contexte de forte concurrence internationale. Le crédit d'impôt audiovisuel s'efforce

notamment d'accompagner la croissance de la production de fictions ambitieuses, tournées vers l'international, en renforçant la structure et l'économie de la filière audiovisuelle également via le soutien aux industries techniques françaises.

Les fictions bénéficiant du crédit d'impôt audiovisuel (CIA) réalisent 99 % de leurs dépenses en France en 2022 (168 projets agréés pour 6 922 jours de tournage en France). Cette localisation renforcée des dépenses en France s'explique par les aménagements successifs apportés au dispositif, destinés à renforcer sa compétitivité face aux dispositifs étrangers. Le taux de crédit d'impôt des fictions est de 25 % depuis le 1^{er} janvier 2016 et le plafond de 1 250 € jusque-là applicable à toutes les fictions a été remplacé par des plafonds progressifs selon le coût de production de l'œuvre :

- 1 250 € (coût de production < 10 000 € / min) ;
- 1 500 € (coût de production entre 10 000 € et 15 000 € / min) ;
- 2 000 € (coût de production entre 15 000 € et 20 000 € / min) ;
- 3 000 € (coût de production entre 20 000 € et 25 000 € / min) ;
- 4 000 € (coût de production entre 25 000 € et 30 000 € / min) ;
- 5 000 € (coût de production entre 30 000 € et 35 000 € / min) ;
- 7 500 € (coût de production entre 35 000 € et 40 000 € / min) ;
- 10 000 € (coût de production > 40 000 € / min).

La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur et a prévu la fixation par décret d'un plafond de dépenses éligibles relatives au transport, à la restauration et à l'hébergement.

La loi de finances pour 2021 a harmonisé le taux de crédit d'impôt des documentaires avec celui des fictions et de l'animation (25 %), et ouvert pour deux ans le crédit d'impôt aux captations de spectacle vivant au taux de 10 %. Le crédit d'impôt aux captations de spectacle vivant a été à nouveau prolongé de deux ans jusqu'à fin 2024 en loi de finances pour 2022.

Les dispositifs transversaux

Images de la diversité

Mis en place en 2007 par le CNC et l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'ACSE, devenue l'ANCT, Agence nationale de la cohésion des territoires), le fonds Images de la diversité a pour mission de soutenir des œuvres traitant de la diversité de la population et de l'égalité des chances, contribuant à donner une représentation plus fidèle de la réalité française et de ses composantes et à écrire une histoire commune de l'ensemble de la population française autour des valeurs de la République. Il recherche également de nouvelles formes d'écriture et de jeunes auteurs, issus notamment des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Le fonds Images de la diversité a une triple originalité : sa thématique, sa transversalité (soutien à des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, numériques et jeux vidéo) et son intervention à toutes les étapes, de la création à l'exploitation des œuvres retenues. Il peut ainsi correspondre à des aides à la préparation (écriture et développement), à la production ou encore à la diffusion (distribution, édition vidéo). Depuis sa création, le fonds Images de la diversité a soutenu plus de 1 900 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour 41 M€.

Quatre commissions se sont tenues en 2022 permettant l'examen de 349 demandes et le soutien de 86 projets ou œuvres, totalisant plus de 1,7 M€.

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création a été pensé comme un lieu de recherche et d'expérimentation pour des documentaires de création destinés tant au cinéma qu'à la télévision. La vocation du fonds est de renouveler la création documentaire en accompagnant l'écriture et le développement de projets à fort parti pris artistique, d'univers singuliers, parfois hybrides. Il s'agit de soutenir la prise de risque des auteurs et producteurs sur des projets nécessitant un développement long et complexe ou portés par des auteurs émergents.

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire comprend :

- une aide à l'écriture et au développement qui soutient les auteurs dès l'ébauche du projet et leur permet ensuite de trouver un producteur.
- une aide au développement renforcé qui permet aux œuvres particulièrement créatives et ambitieuses le financement d'un premier tournage et d'un pré-montage afin d'aller convaincre des diffuseurs, distributeurs et autres partenaires financiers.

En 2022, 49 projets documentaires ont reçu une aide à l'écriture, pour un montant forfaitaire de 7 500 € par projet (soit 367 500 € au total). 47 projets documentaires ont bénéficié d'une aide au développement pour un montant moyen de 13 140 € par soutien (soit 617 600 € au total). 17 aides au développement renforcé (allant de 30 000 € à 60 000 €) ont été octroyées, pour un montant moyen de 42 000 €, soit une enveloppe totale de 712 000 €. Le budget annuel est de 1,7 M€.

Les premiers films représentent 20 % des films aidés. Plusieurs œuvres soutenues par le CNC se sont vues récompensées dans les festivals français et internationaux. Entre autres exemples, *Soy Libre* de Laure Portier et *Little Palestine* de Abdallah Al-Khatib ont été sélectionnés à Cannes et sont sortis en salles en 2022. *A vendredi Robinson* de Mitra Farahani a obtenu le prix spécial du jury au Festival international du film de Berlin 2022.

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres internationales cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère.

Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 30 % des dépenses éligibles de production effectuées en France et peut atteindre 30 M€. Le taux de 30 % peut être porté à 40 % pour les projets à plus de 2 M€ de dépenses VFX en France.

En 2022, 101 projets ont reçu l'agrément provisoire : 21 longs métrages cinéma de fiction, 51 séries audiovisuelles de fiction, 5 longs métrages audiovisuels de fiction, 19 séries audiovisuelles d'animation et 4 longs métrages d'animation. Pour ces 101 projets, l'investissement prévisionnel total en France est de 992 M€.

Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis, mais aussi du Royaume-Uni, d'Allemagne, de Belgique, d'Espagne, du Canada ou encore de l'Inde et du Brésil. La part des projets à destination des plateformes continue d'augmenter en 2022. Peuvent notamment être cités la troisième saison d'*Emily in Paris* et les séries *Transatlantique* et *Into the Night* pour Netflix, ainsi que les séries *The New Look* et *Franklin* pour Apple TV+. Le réalisateur du *Jeu de la dame*, Scott Franck, a choisi la France pour sa prochaine série, *Monsieur Spade*. Des longs métrages de cinéma se sont aussi tournés en France parmi lesquels les films américains *La Nonne 2*, *Cliquot*, mais aussi des films d'auteur anglais comme *King Baby*. Toutes ces productions internationales sont gérées en France par différentes sociétés de productions exécutives qui trouvent des solutions de production à la hauteur des enjeux artistiques et économiques des producteurs étrangers.

Le crédit d'impôt permet de favoriser le développement des industries du secteur cinématographique et audiovisuel et de stimuler la compétitivité des entreprises françaises avec des effets bénéfiques sur l'emploi. Il permet aux prestataires des industries techniques de compléter leur activité et de renforcer ainsi le taux d'utilisation de leurs moyens techniques et leur savoir-faire. Il favorise également la montée en compétences des équipes françaises dans la réalisation et la postproduction (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

Le CNC propose des aides spécifiquement dédiées aux projets artistiques inscrits dans un environnement numérique. Ces aides entendent couvrir tout le champ de la création numérique, envisagé dans une large acception : jeux vidéo, œuvres audiovisuelles interactives ou immersives, et œuvres expérimentales de la création contemporaine.

Le fonds d'aide au jeu vidéo est une aide sélective destinée à soutenir la création et l'innovation dans le secteur du jeu vidéo. Il est principalement composé de deux dispositifs de soutien destinés à accompagner les entreprises de création au stade de la pré-production (dépenses de fabrication d'un prototype) ou en phase de production (aide à la création de propriété intellectuelle), et d'une nouvelle aide lancée en 2019 pour soutenir les auteurs au stade de l'écriture d'un projet. Le fonds est complété par une aide destinée à soutenir des manifestations professionnelles. Le fonds d'aide à la création immersive, qui a remplacé le DICRéAM et le fonds d'aide aux expériences numériques, soutient les œuvres audiovisuelles numériques dans le domaine de la réalité virtuelle, réalité augmentée et plus généralement de tout dispositif « immersif », c'est-à-dire mettant le spectateur au cœur de l'œuvre grâce à un dispositif (casque, etc.) ou une mise en scène.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
fonds d'aide au jeu vidéo	- auteurs - studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	4,7 M€ pour 96 projets dont 265 K€ pour 30 projets en écriture, 2,2 M€ pour 29 projets de pré-production, 1,6 M€ pour 20 aides à la production, 376 K€ pour 17 manifestations professionnelles
fonds d'aide à la création immersive	- auteurs - producteurs	- favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs - stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	1,9 M€ pour 49 projets : 13 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (126 K€), 25 bénéficiaires d'une aide à la pré-production (835 K€), 11 bénéficiaires d'une aide à la production (792 K€) et 7 bénéficiaires d'une aide aux manifestations (155 K€)

Le crédit d'impôt jeu vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo permet à des entreprises actives dans ce secteur et installées en France de déduire de leur impôt 30 % des dépenses de création d'un jeu. Depuis sa mise en place en 2008, ce dispositif a bénéficié à plus de 100 studios de développement de jeux vidéo qui composent un tissu vivant et pluriel d'entreprises au service de la création. Depuis son renforcement en 2015 et en 2017 (passage du taux de 20 % à 30 %), le crédit d'impôt a fait la démonstration de son efficacité, en parvenant à attirer des productions aux budgets de plus en plus élevés, et en favorisant l'emploi, la structuration du secteur et le succès mondial de créations originales développées en France.

Les chiffres 2022 témoignent de l'attractivité forte du dispositif : 55 projets ont reçu un agrément provisoire. Le montant total des dépenses éligibles s'élève à 206 M€.

Lutte contre la piraterie

Créée en 1985, l'ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) est une association qui regroupe différents acteurs de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel concernés par la piraterie. Notamment subventionnée par le CNC, son objectif est de lutter contre toutes les formes de piraterie, qu'elles portent sur les supports physiques ou sur internet. La constatation des infractions au titre de la contrefaçon se fait par le biais d'agents assermentés.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

Le CNC a développé, depuis 1994, des aides automatiques et sélectives à destination de l'édition de vidéo physique, qui permettent de soutenir des éditions sur support vidéographique. Parallèlement, une aide sélective à la V&D (vidéo à la demande) a été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de droits V&D et les éditeurs de services de V&D pour l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en V&D.

En 2015, le CNC a complété les dispositifs existants en créant un soutien automatique à la V&D ainsi qu'une majoration de soutien au titre de l'activité liée au téléchargement définitif.

Les aides sélectives sont accompagnées de compléments d'aides visant à encourager les bénéficiaires à proposer le sous-titrage pour sourds et malentendants et l'audiodescription pour aveugles et malvoyants.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans, des courts métrages aidés par le CNC ou des films français de patrimoine	financer l'achat de droits d'exploitation vidéographiques et les frais d'édition vidéo de films français récents et de patrimoine	0,5 M€ pour 30 dossiers de mobilisation
aides sélectives à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	favoriser la diffusion des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de nouveauté et de patrimoine, encourager le travail éditorial et tenir compte des conditions économiques de leur diffusion	4,1 M€ pour un total de 827 projets : -1,01 M€ pour 222 projets unitaires, -3,09 M€ pour 37 programmes éditoriaux pour 605 projets
aide automatique à la vidéo à la demande (V&D)	éditeurs de services de médias à la demande	financer les dépenses de fabrication et de promotion pour une diffusion en V&D de films français récents ainsi que les dépenses d'amélioration de service	1,5 M€ mobilisés par 7 éditeurs de services de médias à la demande
aide sélective à la vidéo à la demande (V&D)	- titulaires de droits V&D - éditeurs de services de médias à la demande	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en V&D ainsi que les dépenses d'amélioration de service	1,9 M€ pour 32 projets au titre des aides au programme éditorial V&D dont 11 titulaires de droits V&D et 21 éditeurs de services de médias à la demande

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

En avril 2022, les aides à la création visuelle et sonore (aides CVS) ont été reformées. Afin de mieux prendre en compte les enjeux propres à chaque secteur, deux dispositifs distincts ont été créés :

- Un dispositif d'aides financières à la production d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles ayant recours à des effets visuels numériques (VFX), composé d'un volet automatique et d'un volet sélectif;

- Un dispositif d'aides financières sélectives pour la production d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles utilisant des techniques d'animation.

Dans la continuité des aides CVS, les dispositifs ont pour objectif de distinguer l'excellence visuelle des œuvres produites au moyen des technologies numériques de fabrication de l'image afin de promouvoir le savoir-faire des studios de VFX et d'animation français.

• le soutien aux entreprises

Le soutien financier aux industries techniques accompagne la démarche d'investissement des entreprises qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création et à la qualité de la diffusion des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, linéaires ou non, interactives ou non, ou de jeu vidéo.

Le réseau RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia), partenariat entre le CNC et Bpifrance, soutient les travaux de recherche et développement des entreprises dans les domaines de la production, du traitement, de la distribution et de la publication d'images et de sons débouchant sur des nouveaux biens ou services innovants.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2022
aide sélective aux effets visuels numériques (issue de la réforme de l'aide à la création visuelle et sonore - CVS)	entreprises de production déléguée qui, par le recours à des techniques d'animation, contribuent au renouvellement de la création visuelle et à la mise en valeur des œuvres sur le marché international	- promouvoir le recours ambitieux aux technologies numériques de traitement de l'image au sein des productions cinématographiques et audiovisuelles - distinguer les projets « vitrines » du savoir-faire européen à l'international - soutenir la montée en compétence des studios d'effets visuels	2,7 M€ d'aides sélectives pour 31 projets
aide automatique ou allocation directe aux effets visuels numériques (anciennement CVSA)	entreprises de production déléguée pour la réalisation d'œuvres cinématographiques de longue durée ou d'œuvres audiovisuelles lorsque l'utilisation et la mise en valeur des effets visuels numériques constituent un aspect déterminant de cette réalisation	- développer le recours aux outils numériques de fabrication - renforcer le tissu industriel des studios VFX - assurer la localisation en France d'une partie des travaux de traitement numérique	2,6 M€ d'allocations directes pour 18 projets
aide sélective aux techniques d'animation (issue de la réforme de l'aide à la création visuelle et sonore - CVS)	entreprises de production déléguée qui, par le recours à des techniques d'animation, contribuent au renouvellement de la création visuelle et à la mise en valeur des œuvres sur le marché international	- encourager l'exploration de techniques d'animation innovantes appliquées à des productions ambitieuses sur le plan visuel - permettre la relocalisation des productions d'animation ambitieuses - encourager l'internationalisation de la diffusion de ces productions	3,9 M€ d'aides sélectives pour 35 projets
soutien financier aux industries techniques	industries techniques du cinéma et de l'image animée	- accroître la compétitivité nationale et internationale de la filière - soutenir les nouveaux acteurs de la transformation numérique	5,6 M€ pour 97 projets
réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)	sociétés menant des travaux de recherche et développement en cinéma, audiovisuel, jeux vidéo et nouveaux médias	accélérer le développement et la mise sur le marché de solutions et technologies innovantes au service de la fabrication et de la diffusion des œuvres	1,1 M€ dont 925 K€ en subventions CNC et 142 K€ en avance remboursable Bpifrance pour 13 projets

Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion, et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales, initiée en 1989, vise à faire du secteur du cinéma et de l'image animée un pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales et l'État. Elle couvre les domaines de l'aide à la création, à la production et à l'accueil des tournages, de l'éducation à l'image, de la diffusion culturelle, de l'exploitation cinématographique et du patrimoine cinématographique.

Les conventions triennales de coopération pour le cinéma et l'image animée conclues avec les régions et les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) constituent un instrument de dialogue, de négociation et de mise en œuvre des actions conjointes, dans un triple souci : cohérence des actions menées, transparence des dispositifs, traçabilité des financements déployés. Elles donnent lieu chaque année à des conventions d'application financière dans lesquelles sont inscrits les engagements de chacun des partenaires. Des collectivités infra régionales (départements, communautés de communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions.

La politique territoriale du CNC, associée à l'impact des crédits d'impôt, garantit à la France son caractère attractif en matière d'accueil de tournage. 35 commissions régionales ou locales du film complètent cette politique en assurant les conditions d'accueil des équipes de production en tournage et en valorisant les atouts de leurs territoires pour veiller à leur attractivité. Ce réseau de commissions du film (aussi appelées bureaux d'accueil de tournage) est coordonné au CNC par le service de l'attractivité qui a réintégré les missions de l'association Film France.

Depuis 2017, le CNC accompagne financièrement les régions sur des soutiens complémentaires à la création et à la production, visant à accompagner les créateurs et à faire émerger de nouveaux talents (*Talents en court*, bourses de résidences). Il s'investit aussi, aux côtés des collectivités, dans des actions de renouvellement et de reconquête des publics (soutien à l'emploi de médiateurs, relance des ciné-clubs dans les lycées par les jeunes en service civique). Enfin, il incite également les régions à impliquer leurs diffuseurs locaux dans la création (soutien aux œuvres financées par les télévisions locales).

Le nouveau cadre conventionnel établi en 2020, pour la période 2020-2022, est venu confirmer les efforts des partenaires sur les nouveaux soutiens de 2017 en faveur de l'amont et l'aval de la production. Il a aussi mis l'accent sur trois axes prioritaires appelant à une évolution progressive de la répartition des investissements des partenaires :

- l'indépendance créative des auteurs et économique des entreprises ;
- l'internationalisation des œuvres et l'attractivité des territoires ;
- l'accès aux œuvres et la reconquête du jeune public.

Considérant les effets de la crise sanitaire sur la fréquentation cinématographique, ce dernier axe revêt un caractère plus prioritaire encore pour l'avenir, notamment dans le cadre du renouvellement des conventions de coopération pour la période 2023-2025. Ces prochaines conventions devront aussi permettre aux collectivités, aux DRAC et au CNC de faire du renouvellement de la création, notamment par la formation professionnelle, ainsi que de la responsabilité sociétale et environnementale, les enjeux de demain.

Dans le cadre des conventions, les modalités d'intervention du CNC sont différentes suivant les actions. Le CNC définit avec les collectivités les enveloppes de crédit pour chaque type de soutien : aide à l'écriture et au développement, aide aux expériences numériques, aide aux films de court métrage, aide aux films de long métrage, aide à la production audiovisuelle, etc. L'apport du CNC peut être forfaitaire ou sur la base de dispositifs du type « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité » ou de « 1 € pour 3 € ».

Le CNC limite son intervention financière à 2,0 M€ par an et par convention pour le soutien à la production. Les bureaux régionaux d'accueil des tournages bénéficient également d'une aide pendant les trois premières années de leur fonctionnement, tout comme les pôles régionaux d'éducation aux images sur la première année de leur création.

En 2022, le montant des engagements inscrits dans les 16 conventions conclues, tous partenaires confondus, s'élève à 173,9 M€, en baisse de 2,3 % par rapport à 2021. Cette baisse s'explique notamment par l'absence de renouvellement de la convention entre le CNC, la DRAC, la Ville et la Métropole de Bordeaux, ainsi que par une moindre valorisation des soutiens du CNC aux studios franciliens (l'année 2022 ayant pris en compte le seul soutien aux industries techniques, là où 2021 avait aussi permis de valoriser les projets lauréats de la mesure « Choc de modernisation »). Enfin, les conventions 2021 avaient aussi permis aux collectivités d'inscrire les soutiens exceptionnels d'urgence déployés dans le cadre de la crise sanitaire, notamment ceux en faveur de l'exploitation qui n'ont pas été renouvelés en 2022 (-26,7 % par rapport à 2021).

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des conventions d'application financière 2022 ont atteint 36,6 M€, dont 22,1 M€ pour les fonds d'aide à la création et à la production, 6,8 M€ pour la diffusion culturelle comprenant notamment le soutien à la relance des ciné-clubs (0,4 M€), 1,2 M€ pour le soutien direct à l'exploitation, dont 0,5 M€ pour le soutien à l'emploi de médiateurs, ainsi que 2,3 M€ pour le patrimoine cinématographique. Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 126,6 M€ et ceux engagés par les DRAC à 10,7 M€.

En plus de 15 ans, les engagements de l'État (CNC + DRAC) ont été multipliés par plus de quatre, passant de 10,1 M€ en 2004 à 47,2 M€ en 2022. Sur la même période, les engagements des collectivités territoriales ont été multipliés par trois, passant de 35,5 M€ à 126,6 M€. Tous partenaires confondus, les engagements ont été multipliés par près de 4 entre 2004 (45,6 M€) et 2022 (173,9 M€).

Les conventions 2022 concernent 31 collectivités territoriales : 12 régions, 2 DOM et 3 collectivités territoriales uniques dont deux territoires d'outre-mer français (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Guadeloupe, Guyane, Hauts-de-France, Ile-de-France, Martinique, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, La Réunion), 10 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Drôme, Gironde, Haute-Savoie, Landes, Lot-et-Garonne, Seine-Saint-Denis), trois agglomérations et métropoles (Eurométropole de Strasbourg, Agglomération de Valence Romans, Toulouse Métropole) et une commune (Paris).

Engagements 2022 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€)

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
total fonds d'aide	22,13	-	72,01	94,14
création	1,52	-	8,55	10,07
<i>dont talents en court</i>	0,07	-	0,26	0,34
<i>dont bourse de résidence</i>	0,41	-	1,27	1,68
<i>dont aide à l'écriture et au développement</i>	0,73	-	5,78	6,51
<i>dont soutien aux résidences</i>	0,31	-	1,24	1,55
nouveaux médias - jeux vidéo - création numérique	0,21	-	2,04	2,26
production cinéma	11,14	-	36,49	47,62
<i>dont court métrage</i>	2,53	-	6,02	8,55
<i>dont long métrage</i>	8,60	-	30,47	39,07
production audiovisuelle	9,26	-	24,93	34,19
<i>dont soutien direct à la production audiovisuelle</i>	8,72	-	21,32	30,04
<i>dont soutien aux COM des télévisions locales</i>	0,54	-	3,60	4,15
accueil de tournages	0,09	-	3,99	4,08
formation	1,66	-	2,15	3,82
studio	2,09	-	-	2,09
accompagnement des projets des entreprises	0,29	-	1,10	1,39
développement de la filière	-	-	5,88	5,88
total création, production et tournages	26,27	-	85,14	111,40
diffusion – éducation à l'image	6,82	10,20	27,11	44,13
<i>dont diffusion culturelle</i>	6,06	3,30	18,57	27,93
<i>dont dispositifs et actions d'éducation à l'image</i>	-	6,90	6,63	13,53
<i>dont ciné-clubs</i>	0,39	-	0,62	1,01
<i>dont diffusion des œuvres aidées</i>	0,38	-	1,30	1,67
exploitation	1,20	-	11,95	13,15
<i>dont soutien direct aux salles</i>	-	-	8,75	8,75
<i>dont soutien aux réseaux de salles</i>	0,67	-	2,05	2,71
<i>dont soutien aux médiateurs</i>	0,54	-	1,15	1,69
conservation du patrimoine	2,28	0,44	2,44	5,16
total	36,56	10,65	126,64	173,85

L'attractivité du territoire renforcée par l'accueil de tournages

La politique territoriale du CNC associée à l'impact des crédits d'impôt permettent à la France d'être une terre d'accueil de tournages valorisée également par le travail des 33 bureaux d'accueil des tournages, dont les actions étaient coordonnées par l'association Commission Nationale du Film France, et dont les missions ont été reprises par le service attractivité du CNC depuis fin 2021. Les bureaux d'accueil des tournages, maintenant membres du réseau Film France – CNC, proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les sites de tournages et pré-repérages ; recherche de techniciens, de comédiens et de figurants (possibilité de casting dans la plupart des bureaux d'accueil) ; démarches administratives, aide aux autorisations de tournage ; logistique et informations diverses (location de véhicule, hébergement, etc.) ; mise à disposition de bureaux de production, de documentation ; relations avec la presse et les autorités locales.

Renouveler les publics et agir pour la citoyenneté

Le CNC poursuit ses objectifs de promotion de la citoyenneté, de 100 % EAC (Education Artistique et Culturelle) et de reconquête des publics, notamment les 15-25 ans.

Éduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours

Dans un monde de plus en plus dominé par les images, l'éducation aux images revêt un caractère prioritaire. La baisse de la fréquentation des salles, à la suite de la crise sanitaire, et la tendance à la désaffection de la jeunesse française pour les œuvres européennes, notamment françaises, imposent de renforcer la politique d'éducation aux images du CNC, afin de construire les spectateurs et citoyens de demain.

Noyau historique de cette politique, *Ma Classe au cinéma* (école, collège et lycéens et apprentis au cinéma) permet d'amener les élèves dans les salles de cinéma puis de travailler en classe à partir de documents pédagogiques. *Ma Classe au cinéma* a touché, au cours de l'année scolaire 2021-2022, près de 1,9 million d'élèves, soit 14,7 % des élèves français. Ce dispositif a été étendu à l'ensemble du parcours scolaire avec l'officialisation de *Maternelle au cinéma* dans 45 départements à la rentrée 2022.

Le CNC finance par ailleurs deux nouveaux dispositifs nationaux :

- *Etudiants au cinéma*, mis en place par l'AFCAE afin d'accroître la fréquentation étudiante des salles de cinéma indépendantes par une politique de diffusion attractive et événementielle, en impliquant les étudiants dans la vie de la salle ;
- *Toute la lumière sur les SEGPA*, mis en place par le pôle régional d'éducation aux images CinéMarseille l'Alhambra,

qui a pour objectif de permettre aux élèves des classes participantes de s'engager dans un projet artistique et culturel, de leur faire découvrir les métiers de l'image et du son au contact de professionnels, tout en favorisant une ouverture culturelle et artistique par la rencontre avec un artiste et en permettant aux élèves de retrouver la confiance en eux par une image plus positive.

Le CNC est également partenaire des dispositifs mis en place par le ministère de l'Education nationale avec :

- l'enseignement de la spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat qui compte plus de 8 000 lycéens ;
- le Prix Jean Renoir des lycéens, décerné par des lycéens à un film, qui concerne une cinquantaine de classes. En 2022, le prix a été attribué au film *le Diable n'existe pas* de Mohammad Rasoulof ;
- le César des lycéens, créé par le Ministère de l'Education nationale et l'Académie des Arts et Techniques du Cinéma en 2019. Cette opération concerne 83 classes de lycéens en 2021-2022 qui ont visionné les films en lice pour le César du meilleur film et ont primé *Bac nord* de Cédric Jimenez.

Enfin, le CNC poursuit le déploiement de *l'Atelier cinéma*, un outil pédagogique et ludique qui ambitionne de toucher 100 % d'une tranche d'âge, avec plus de 31 000 kits déployés sur l'ensemble du territoire depuis 2019. Ce kit ludique permet aux élèves du CM1 à la 6^e d'appréhender les différentes étapes de la création d'un film et d'apprendre à faire un film de manière très simple, sans besoin d'une formation spécifique des professeurs. L'outil permet aussi aux élèves de prendre conscience que le cinéma est un véritable travail d'équipe où chacun joue un rôle majeur.

Faire du cinéma, un secteur exemplaire en termes d'engagement citoyen

Passeurs d'images est un dispositif d'éducation aux images à vocation culturelle et sociale, porté au niveau national par l'association *l'Archipel des lucioles*, avec le soutien du CNC. Il est mis en place de façon prioritaire dans le cadre de la politique de la ville et s'adresse aux publics éloignés de l'offre culturelle (quartiers défavorisés, zones rurales isolées...).

Ce dispositif repose sur un partenariat avec les salles de cinéma, les structures culturelles, les maisons des jeunes et de quartiers, les collectivités territoriales, les associations caritatives ou sociales, les professionnels du cinéma, les fédérations d'éducation populaire, etc. Il allie la découverte des œuvres et la pratique, avec notamment des ateliers de réalisation et de programmation.

Ce dispositif, porté par 21 coordinations régionales *Passeurs d'images* participantes, a touché près de 73 000 personnes (dont 13 338 ont participé à des ateliers) dans le cadre de 1 574 actions et a impliqué 275 salles de cinéma sur l'ensemble du territoire.

Concernant les jeunes sous protection judiciaire, le CNC soutient le dispositif *Des cinés, la Vie!* coordonné par l'association *l'Archipel des lucioles*. Il permet de faire découvrir le court métrage à ces jeunes. En 2021-2022, ce dispositif a permis à 775 jeunes de participer au dispositif et à 549 jeunes de voter pour leur court métrage préféré dans 190 structures.

Pour les personnes en situation de handicap ou hospitalisées, le CNC soutient les associations *Ciné Relax*, *Retour d'image* ou encore *Ciné-sens*, associations qui accompagnent notamment les professionnels dans l'accessibilité des œuvres et des salles pour les personnes handicapées sensorielles, et *Rêve de cinéma*, qui organise des projections de films destinées aux enfants hospitalisés.

Le CNC a relancé les ciné-clubs dans les lycées et collèges sur l'ensemble du territoire dans le cadre du programme *Cinéma et citoyenneté*, afin de permettre aux jeunes de découvrir un corpus de films (cinéphilie) ainsi que les coulisses de la fabrique du cinéma (éducation à l'image) et de débattre de sujets de société (citoyenneté) avec d'autres jeunes en service civique encadrés par l'association *Unis-Cité*. En 2021-2022, 719 jeunes volontaires se sont ainsi mobilisés au sein de 58 antennes départementales pour 1 453 séances.

Renouveler les actions et les formes vers plus de créativité

Le programme *les Enfants des Lumière(s)*, initié par le CNC en 2015, en partenariat avec les académies de Paris, Versailles et Créteil, s'adresse aux classes des écoles élémentaires, collèges et lycées situés dans les réseaux d'éducation prioritaire ou en zone urbaine sensible. Il offre aux élèves un accès privilégié au cinéma par la découverte et l'analyse d'œuvres, ainsi que par la pratique créative. Chaque classe participante bénéficie durant deux ans de l'accompagnement d'un réalisateur et d'une équipe de professionnels dans la découverte des métiers du cinéma et du processus de création. Chaque groupe réalise son propre court métrage de 10 minutes dans des conditions quasi-professionnelles. En 2023, 10 classes participent au dispositif.

À la suite du rapport de Lorraine Sullivan (*Pour la sensibilisation de la jeunesse à l'écriture créative et scénaristique*), le CNC a décidé de proposer aux jeunes, en et hors temps scolaire, des ateliers de sensibilisation à l'écriture scénaristique et de lancer un défi *Ecris ta série!* à tous les jeunes de 15 à 18 ans. La première édition du défi *Ecris ta série!* a mobilisé, d'octobre 2021 à mai 2022, 113 classes et 35 groupes hors temps scolaire avec 335 projets de séries écrits par plus de 2 300 jeunes. La seconde édition du défi se déroule d'octobre 2022 à mai 2023 et concerne plus de 2 500 jeunes, incluant désormais les élèves des classes de 4^e et de 3^e.

Promouvoir la diversité des œuvres

Le soutien aux associations et aux manifestations

Le CNC soutient des associations et des manifestations nationales promouvant des œuvres peu diffusées comme le documentaire, le court métrage, l'animation ainsi que le cinéma expérimental. Parmi ces diverses associations, l'Agence du court métrage, *Faites des Courts*, *Fête des Films*, l'Association du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Association française du cinéma d'animation (AFCA) défendent la diffusion de ces œuvres.

Le CNC soutient ainsi les manifestations nationales annuelles suivantes : *le Mois du film documentaire*, coordonné par *Images en bibliothèques* a permis de toucher 90 000 spectateurs au cours de 2 469 séances (1 200 films) organisées par 1 812 structures dont 871 bibliothèques et 241 salles de cinéma dans 1 039 villes et communes ; *la Fête du cinéma d'animation*, coordonnée par l'Association française du cinéma d'animation, a permis d'organiser 997 événements en France et dans le monde mobilisant plus de 303 structures ; *la Fête du Court*, portée par *Faites des Courts*, *Fête des Films*, rassemble 8 057 organisateurs, 606 cinémas, 4 019 communes participantes et plus de 15 000 projections autour du court métrage dont 431 séances dans 51 pays dans le monde.

Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient plus de 165 festivals dont certains ont une vocation internationale (notamment le *Festival de Cannes*, le *Festival Premiers plans* d'Angers et le *Festival international du film de la Rochelle*), d'autres œuvrent à la diffusion d'un genre (comme le *Festival Séries Mania*, le *Festival international du film d'animation d'Annecy* ou le *FIPADOC* à Biarritz) ou d'un format particulier (*Festival international de court métrage* de Clermont-Ferrand, *Festival du cinéma de Brive* dédié au moyen métrage...), ou s'adressent à des publics ciblés.

Le CNC favorise également la diffusion des œuvres documentaires à travers son catalogue de droits non commerciaux *Images de la culture*. Le catalogue propose notamment les œuvres documentaires et les fictions soutenues par le Fonds Images de la diversité en collaboration avec l'ANCT (Agence nationale de la cohésion des territoires). En 2022, le site *Images de la culture* a permis 9 888 visionnages en ligne et 280 structures du champ social ont bénéficié du programme spécifique « *Images de la culture pour tous* ».

6.2

L'égalité femmes / hommes

33 %

de longs métrages réalisés
par des femmes

38 %

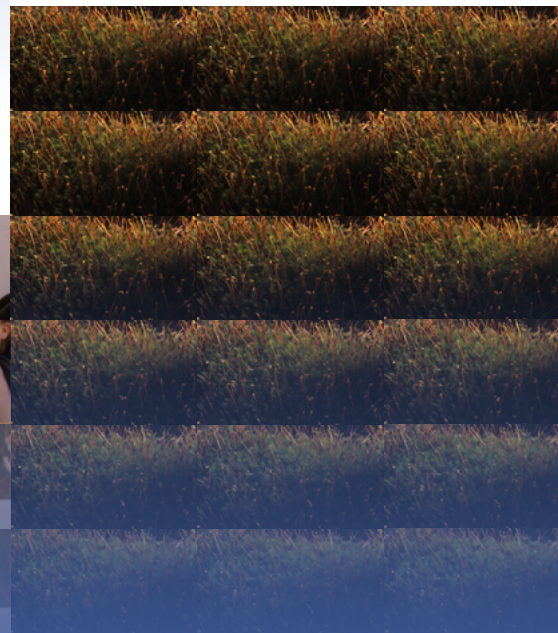
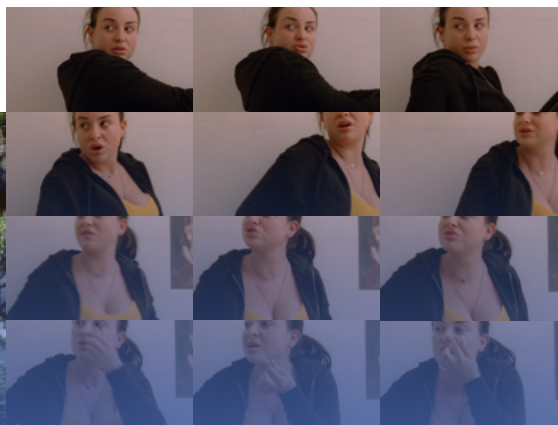
de réalisatrices d'œuvres
audiovisuelles

44 %

de réalisatrices
de courts métrages

50 %

de femmes au sein
des commissions
du CNC



Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Une part de femmes en hausse dans les catégories A+ du CNC

Au 31 décembre 2022, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (63 %). Cette répartition varie en fonction de la catégorie d'emploi. Les femmes sont majoritaires pour les catégories C (81 %), B (59 %) et A (64 %), mais sont minoritaires pour la catégorie A+ (44 %). Pour cette dernière catégorie, la part de femmes est toutefois en augmentation (+9 points entre 2019 et 2022).

En 2022, la parité se confirme au sein des commissions du CNC.

Une parité parfaite au sein des commissions du CNC depuis 2021

Au 1^{er} décembre 2022, la parité est atteinte au sein des commissions du CNC avec 50 % de femmes et d'hommes. La part de femmes varie légèrement selon la fonction occupée : elle est la plus importante pour les membres titulaires (51 %) et suppléants (51 %), mais se réduit en revanche pour les postes de vice-présidence (47 %) et de présidence (31 %).

Composition des commissions du CNC (%)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022
femmes	51	48	51	51	50	50
hommes	49	52	49	49	50	50
total	100	100	100	100	100	100

Source : CNC.

Les femmes représentent 42 % des auteurs soutenus par le CNC au titre d'une aide à l'écriture

En 2022, sur les 3 479 personnes physiques identifiées candidates aux aides à l'écriture du CNC, 1 450 sont des femmes soit 41,7 % de l'ensemble des porteurs de projets. Elles sont 196 à avoir bénéficié d'une aide, soit 42,0 % de l'ensemble des auteurs aidés au titre d'un des dispositifs d'aide à l'écriture du CNC.

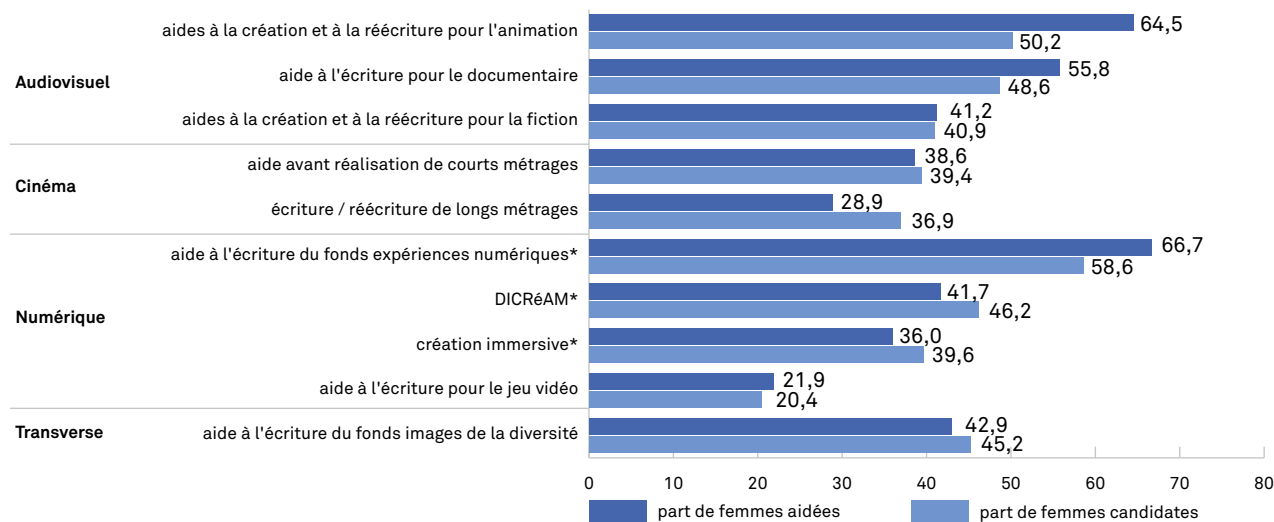
La part de femmes parmi les auteurs aidés par le CNC varie selon les dispositifs. Pour cinq des dix aides à l'écriture, la part de femmes est plus importante au sein des auteurs bénéficiaires d'une aide qu'au sein des candidats. En 2022, elle est la plus importante pour les aides à l'écriture d'œuvres audiovisuelles : une majorité (64,5 %) des auteurs bénéficiaires d'une aide à la création ou à la réécriture en animation sont des femmes (40 femmes, contre 22 hommes), une part nettement supérieure à celle constatée en fiction (41,2%). L'aide à l'animation est par ailleurs la seule aide pour laquelle la part de femmes parmi les candidats est paritaire, à 50,2 % de l'ensemble des porteurs de projets. Les femmes sont par

ailleurs majoritaires au sein des auteurs bénéficiaires d'une aide à l'écriture pour le documentaire (55,8 %).

En dehors des aides audiovisuelles, seule l'aide à l'écriture du fonds expériences numériques présente une majorité de femmes aidées (66,7 %). Cette part est toutefois à nuancer en raison du très faible nombre d'auteurs aidés en 2022, le dispositif ayant été interrompu en juillet 2022 (6 auteurs aidés dont 4 femmes et 2 hommes). La part de femmes aidées au sein du fonds d'aide à la création immersive, dispositif qui se substitue au DICRéAM et au fonds expériences numériques à partir de juillet 2022, est moindre, à 36,0 % des auteurs aidés. Sur ces trois dispositifs, 18 femmes au total ont été aidées, soit 41,9 % des auteurs aidés en 2022 (46,3 % des candidats).

Concernant l'aide à l'écriture pour le jeu vidéo, en 2022, 21,9 % des bénéficiaires sont des femmes, tandis qu'elles représentent 20,4 % des auteurs candidats. Il s'agit du dispositif d'aide à l'écriture pour lequel la part de femmes aidées est la moins importante en 2022.

Part de femmes dans les aides à l'écriture du CNC en 2022 (%)



*à partir de juillet 2022, le DICRéAM et le fonds expérience numériques sont remplacés par le fonds d'aide à la création immersive.
Source : CNC.

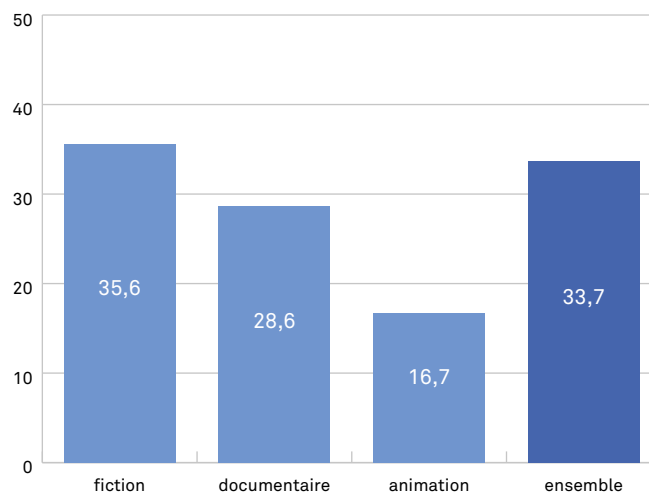
Plus du tiers des films agréés en 2022 sont éligibles au bonus parité du CNC

Parmi les 208 films d'initiative française agréés en 2022, 33,7 % (70 films) présentent au moins autant de femmes que d'hommes à des postes clefs, une part en hausse sur un an (31,3 % des films agréés en 2021 et 25,5 % en 2020). Cette part est plus importante pour les films de fiction (57 films soit 35,6 %) que pour les documentaires (12 films soit 28,6 %) et les films d'animation (1 film soit 16,7 %).

54 des films éligibles au bonus parité agréés en 2022 (77,1 %) sont réalisés ou coréalisés par des femmes. Parmi les 16 films (22,9 %) éligibles au bonus parité réalisés par des hommes, 14 sont des fictions et deux des documentaires.

Le devis moyen des films éligibles au bonus parité agréés en 2022 est de 3,14 M€ (4,40 M€ en moyenne pour un film d'initiative française), un montant en forte hausse en un an (2,83 M€ en 2021). Cinq films éligibles au bonus parité en 2022 présentent un devis supérieur à 7 M€ (quatre en 2021 et trois en 2020) : *Maître d'armes* de Vincent Perez, *le Temps d'aimer* de Katell Quillévéré, *la Tresse* de Laetitia Colombani, *Notre tout petit mariage* de Frédéric Quiring et *la Bête* de Bertrand Bonello.

Part des films éligibles au bonus parité en 2022 selon le genre du film (%)



Source : CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur

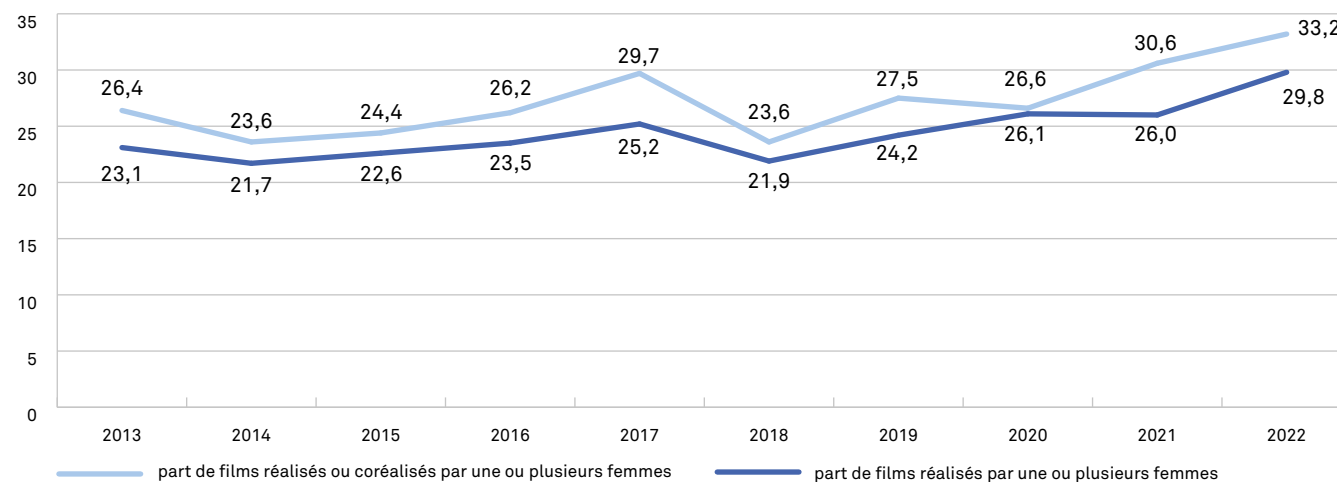
Une hausse progressive de la part de films réalisés par des femmes

Sur l'ensemble des longs métrages d'initiative française agréés en 2022, 69 films ont été réalisés ou coréalisés par des femmes, soit 33,2 % de l'ensemble des films réalisés cette année, le plus haut niveau jamais atteint. Cette évolution se constate notamment sur la part de films strictement réalisés par des femmes, qui atteint 29,8 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés en 2022, soit 3,8 points de plus qu'en 2021 (24,4 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés entre 2013 et 2022). En 2022, la part de films de fiction réalisés ou coréalisés par des femmes progresse fortement et dépasse le tiers de l'ensemble des films de fiction d'initiative française agréés en 2022, à 34,0 %, soit +6,4 points par rapport à 2021 (25,6 % des films de fiction d'initiative française agréés entre 2013 et 2022). La fiction est le genre qui présente la part de films réalisés ou coréalisés par des femmes la plus importante en 2022.

Après une année 2021 record, la part de films documentaires d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes diminue à l'inverse nettement en 2022, à 29,3 % de l'ensemble des films du genre, contre 47,7 % en 2021, une part inférieure à celle observée sur l'ensemble de la décennie (35,1 %).

En 2022, un film d'animation est réalisé par une femme (*Planètes* de Momoko Seto) et un film coréalisé par une femme et un homme (*Linda veut du poulet* de Chiara Malta et Sébastien Laudenbach). Quatre autres films d'animation sont réalisés par des hommes.

Part de films d'initiative française réalisés et coréalisés par des femmes (%)



Base : films d'initiative française agréés.
Source : CNC.

Un tiers des films agréés réalisés ou coréalisés par des femmes en 2022.

Un écart de devis moyen de 21 % en 2022

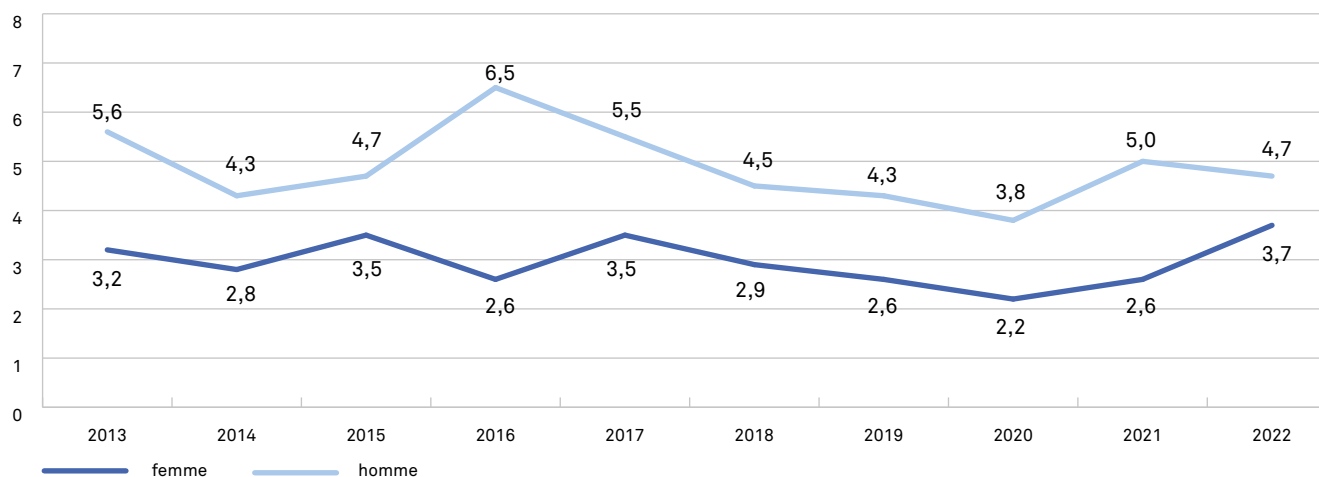
En 2022, un film d'initiative française strictement réalisé par une femme coûte en moyenne 3,71 M€, contre 4,72 M€ pour un homme. L'année 2022 se distingue ainsi doublement, en signant le plus faible écart enregistré depuis vingt ans entre les devis des films réalisés par des femmes et ceux réalisés par des hommes (-21,3 %, contre -48,2 % en 2021 et -43,0 % en 2013), et en affichant un devis moyen pour les films strictement réalisés par des femmes au plus haut niveau de la décennie. L'année 2022 se caractérise notamment par l'agrément de trois films réalisés par des femmes dont le budget excède 10 M€ : *Jeanne du Barry* de Maïwenn (20,6 M€), *Chien et chat* de Reem Kherici (19,3 M€), ainsi que le premier film de Géraldine Danon, *la Mer et au-delà* (13,7 M€).

En 2022, les écarts de devis persistent mais atteignent leur plus bas niveau historique.

Un niveau de premiers films réalisés par des femmes en baisse mais qui demeure élevé

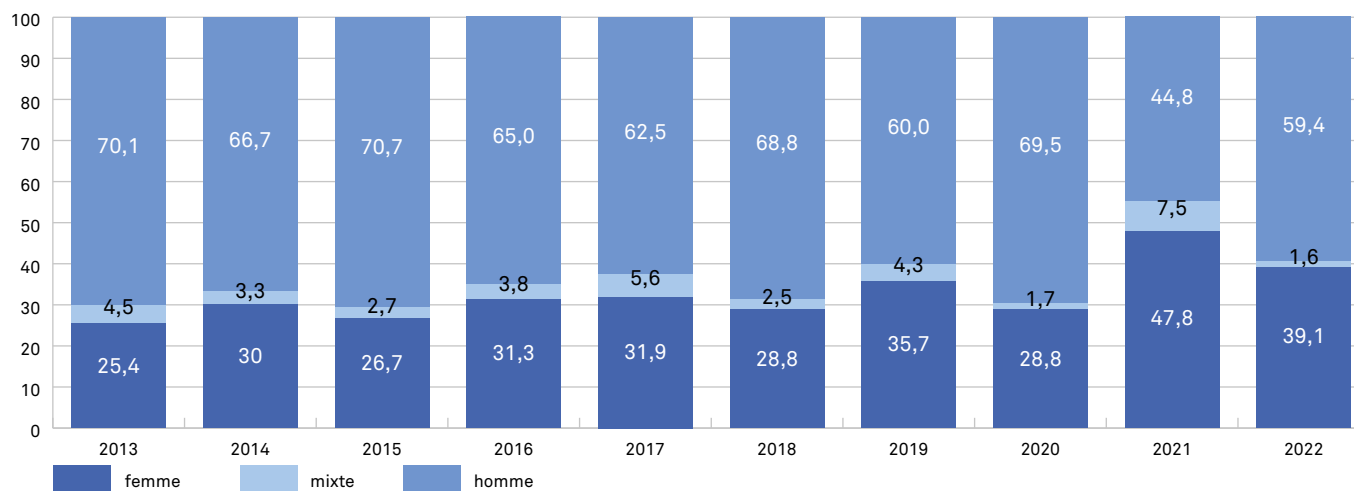
En 2022, 25 des 64 premiers films d'initiative française agréés ont été strictement réalisés par des femmes, et un coréalisé par une femme et un homme (le premier film de fiction *le Maire* de Karine Blanc et Michel Tavares). Après une année 2021 inédite, au cours de laquelle une majorité de premiers films (55,2 %) était réalisée ou coréalisée par des femmes, la part de premiers films d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes retrouve un niveau comparable à celui observé avant la pandémie, à 40,6 % de l'ensemble des premiers films en 2022 contre 40,0 % en 2019. La part de premiers films strictement réalisés par des femmes demeure toutefois à un niveau élevé au regard du reste de la décennie, à 39,1 % des premiers films d'initiative française agréés, soit le deuxième plus haut niveau après 2021 (47,8 %).

Devis moyen des films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (M€)



En raison du faible nombre de films coréalisés par des femmes et des hommes chaque année, ceux-ci sont exclus de l'analyse.
 Base : films d'initiative française agréés.
 Source : CNC.

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateurs (%)



Base : premiers films d'initiative française agréés.
 Source : CNC.

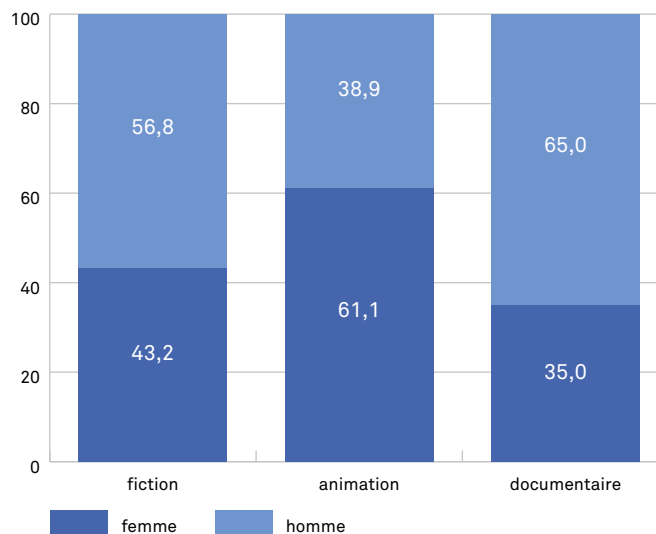
44 % de réalisatrices soutenues au titre d'au moins une aide au court métrage

368 réalisateurs/réalisatrices ont participé à la mise en scène des 345 courts métrages soutenus par le CNC en 2021. Parmi eux, 44,0 % sont des femmes. Si, au sein des différents guichets, la majorité des réalisateurs sont des hommes, l'aide après réalisation tend vers la parité avec 48,9 % de femmes réalisatrices.

Le devis moyen des courts métrages strictement réalisés par des femmes est légèrement supérieur à celui des courts métrages strictement réalisés par des hommes : respectivement 107,4 K€ et 97,2 K€ en 2021. Cette différence peut s'expliquer par la forte proportion de femmes œuvrant dans le court métrage d'animation (61,1 % des réalisateurs d'animation, contre 43,2 % des réalisateurs de fiction et 35,0 % des réalisateurs de documentaires) dont le coût est largement plus élevé que pour les autres genres.

Des devis moyens supérieurs pour les courts métrages réalisés par des femmes en 2021.

Répartition des réalisateurs et réalisatrices ayant bénéficié d'une aide au court métrage du CNC en 2021 (%)



Source : CNC.

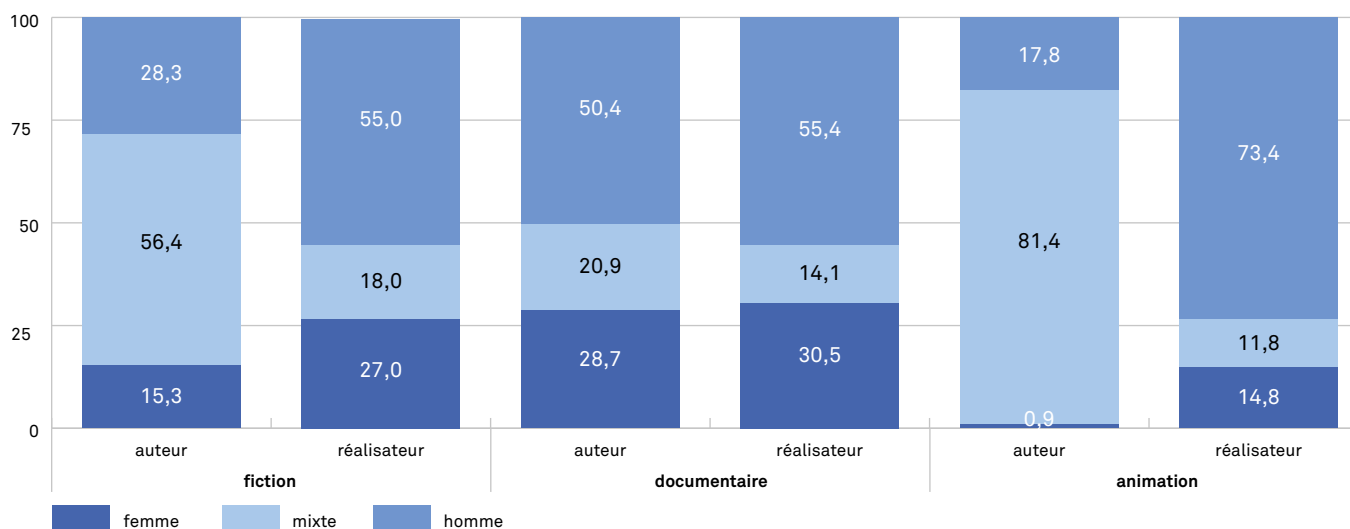
39 % des auteurs et réalisateurs d'œuvres audiovisuelles en 2022 sont des femmes

En 2022, 969 femmes ont écrit ou réalisé des œuvres audiovisuelles aidées à la production (1 512 hommes), soit 39,1 % de l'ensemble des réalisateurs et auteurs actifs cette année, une part en hausse depuis 2016 (34,6 %). Cette part est légèrement plus importante pour les auteurs, au sein desquels les femmes représentent 39,7 % de l'ensemble de la population en 2022, contre 38,5 % chez les réalisateurs. Pour les deux professions, la part de femmes est en augmentation depuis 2016 (+3,3 points pour les auteurs, +5,6 points pour les réalisateurs). Entre 2016 et 2022, plus de la moitié (58,5 %) des femmes exerce à la fois une activité en tant que réalisatrice et autrice. Cette part est similaire à celle constatée chez les hommes (59,8 %).

La répartition des heures aidées par le CNC en fonction du genre des réalisateurs et des auteurs varie selon le genre du programme. Les documentaires audiovisuels sont ceux qui comptent le plus grand nombre d'heures strictement réalisées (30,5 %) et écrites (28,7 %) par des femmes en 2022. Cette part est moindre pour les œuvres de fiction (27,0 % des heures aidées sont strictement réalisées par des femmes et 15,3 % strictement écrites par des femmes), mais est toutefois à mettre en perspective de l'importance des volumes horaires des œuvres co-écrites par des femmes et des hommes : en 2022, 45,0 % des heures aidées en fiction correspondent ainsi à des œuvres (unitaires, épisodes ou saisons entières) réalisées ou coréalisées par des femmes, une part qui s'élève à 71,7 % pour l'écriture en raison de la prépondérance des équipes d'écriture mixte (56,4 % du volume horaire aidé correspond

à des œuvres co-écrites par des femmes et des hommes). A l'instar de la fiction, les œuvres d'animation sont dans leur grande majorité écrites conjointement par des femmes et des hommes (81,4 % des heures). En 2022, et pour la première fois depuis 2016, le poids des femmes dans la réalisation ou la coréalisation d'œuvres audiovisuelles d'animation dépasse le quart des heures aidées (26,6 %, contre 15,5 % entre 2016 et 2022). En 2022, 12 œuvres d'animation strictement réalisées par des femmes sont aidées par le CNC. Parmi elles, deux concentrent 59,5 % du volume horaire d'animation strictement réalisé par des femmes : *Potobot* réalisé par Sandra Derval (Xilam Animation, 52x11') ainsi que la saison 3 de *Boy, Girl etc.* réalisé par Mireille Tram et Ophélie Mahé (Watch Next Media, 52x11').

Répartition du volume horaire de programmes audiovisuels aidés selon le genre des réalisateurs et des auteurs en 2022 (%)



40 % des auteurs et 38 % des réalisateurs de programmes audiovisuels aidés sont des femmes en 2022.

Source : CNC.

6.3

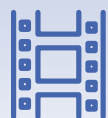
L'emploi

En 2022



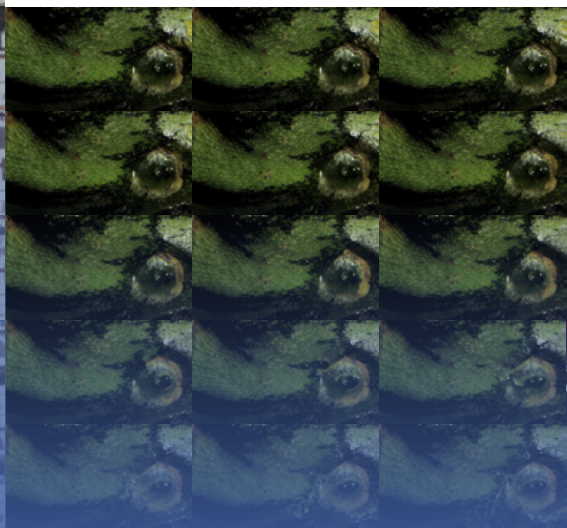
131 000

emplois dans les sociétés
de production audiovisuelle



70 000

emplois dans le secteur de la
production cinématographique



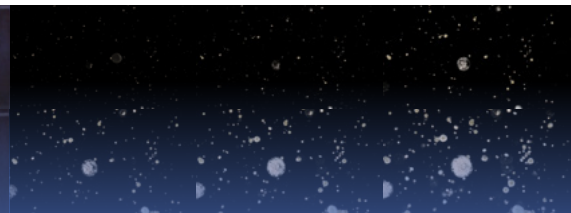
15 000

emplois dans l'exploitation
cinématographique



14 000

emplois dans la production
de films d'animation



Remarques méthodologiques

Les statistiques sur l'emploi sont issues des bases de données d'Audiens, groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. A ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration sociale nominative mensuelle qui permet à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié.

Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction. Les revenus issus des éventuelles allocations chômage ou des congés payés ne sont en revanche pas pris en compte.

Les informations relatives à l'emploi dans les filières soutenues par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens. Les secteurs d'activité sont définis par Audiens et sont déterminés sur la base du code APE, des conventions collectives ainsi que de l'activité réelle des entreprises. Les secteurs d'activité tels qu'étudiés dans cette partie sont donc susceptibles d'englober des entreprises qui ne sont pas directement soutenues par le CNC. Pour la production de films et programmes d'animation plus particulièrement, les chiffres diffèrent de ceux présentés dans l'étude du CNC sur le marché de l'animation (périmètre circonscrit d'entreprises). Le périmètre d'analyse de l'emploi en régions comprend toutes les entreprises déclarées auprès d'Audiens relevant des codes NAF 5911A - production de films et de programmes pour la télévision, 6020A - édition de chaînes généralistes, 6020B - édition de chaînes thématiques, 5911B - production de films institutionnels et publicitaires, 5911C - production de films pour le cinéma, 5912Z - postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 5913A - distribution de films cinématographiques, 5913B - édition et distribution de vidéo et 5914Z - projection de films cinématographiques.

L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

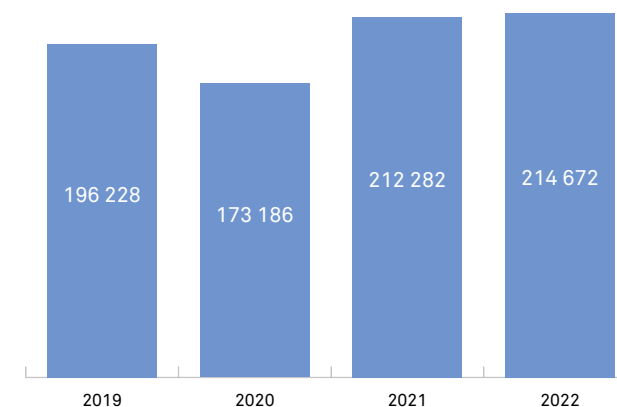
Légère hausse de l'emploi en 2022 dans les secteurs soutenus par le CNC

En 2022, 214 672 salariés sont employés dans les différents secteurs d'activité soutenus par le CNC, un niveau relativement stable par rapport à celui constaté en 2021 (+1,1%) mais en croissance par rapport à l'avant pandémie (+9,4 % par rapport à 2019).

Au sein des secteurs d'activités soutenus par le CNC, la production audiovisuelle concentre près de la moitié (49,7 %) des effectifs employés en 2022, une part stable par rapport à l'avant pandémie (49,1 % en 2019). En dehors des sociétés de production audiovisuelle, les sociétés de production cinématographique emploient 26,7 % des salariés du secteur, une part identique à celle observée en 2019, et les entreprises de prestations techniques audiovisuelles 11,8 % des salariés du secteur (11,7 % en 2019). En 2022, le secteur de la production cinématographique accuse toutefois une légère baisse de ses effectifs par rapport à 2021 (-5,5 %, à 70 264 salariés), mais conserve un niveau nettement supérieur à celui constaté en 2019 (+10,6%).

Au sein des différents secteurs d'activité soutenus par le CNC, seule l'exploitation cinématographique ne retrouve pas le niveau d'emplois constaté avant la pandémie de Covid-19 (14 916 salariés en 2022, soit -9,2 % par rapport à 2019).

Emploi dans les secteurs soutenus par le CNC



Base : entreprises relevant des secteurs d'activité soutenus par le CNC : distribution cinématographique, exploitation cinématographique, production audiovisuelle, production cinématographique, production de films d'animation et prestations techniques audiovisuelles.
Sources : Audiens - Datalab.

Forte croissance des effectifs permanents dans la production audiovisuelle

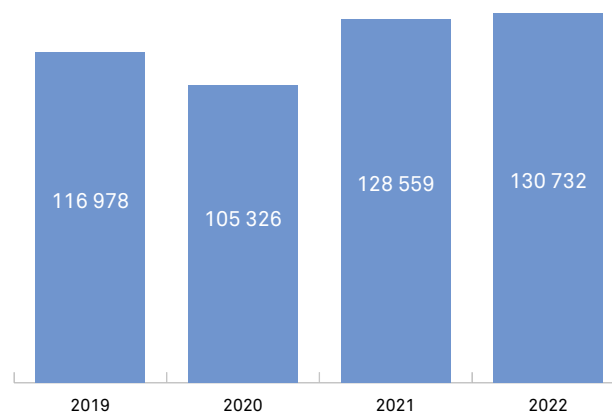
En 2022, 130 732 salariés sont employés par les entreprises de production audiovisuelle, un nombre en légère hausse sur un an (+1,7 %). Cette augmentation dissimule des évolutions contrastées selon la population de salariés considérée. Le nombre de salariés permanents directement rattachés aux sociétés de production (CDI, CDD) augmente ainsi de façon conséquente en 2022 (23 654 salariés, soit +11,7 % par rapport à 2021) tandis que le nombre de salariés intermittents, employés directement pour la production de programmes audiovisuels (flux et stock), demeure stable (108 101 intermittents en 2022, -0,3 % sur un an). Ce double constat peut être mis en perspective des évolutions du secteur en 2022. Pour l'emploi intermittent, d'une part, le niveau de dépenses en France des programmes audiovisuels (aidés par le CNC et agréés au C2I, hors animation) est en légère baisse en 2022 mais demeure à un niveau élevé au regard de la décennie, à 1,84 Md€ dépensés sur le territoire (-2,1 % par rapport à 2021 mais +31,6 % par rapport à la moyenne enregistrée entre 2013 et 2022). Pour l'emploi permanent, d'autre part, le secteur de la production audiovisuelle affiche un grand dynamisme au cours de l'année 2022, avec la création de nouvelles sociétés de production au sein des grands groupes audiovisuels, à l'instar de Georgia (Mediawan), Kaaz Productions (JLA Group), 2e Bureau (Studiocanal), Dana Productions (Mediawan) ou encore Prima Volta (ANCA).

Au sein des effectifs permanents, les salariés en CDI représentent près des deux tiers (62,5 %) des salariés, une part moindre que dans les autres champs de la production (70,2 % des salariés permanents de la production cinématographique en 2022 et 70,6 % des salariés permanents de la production de films d'animation).

En 2022, le secteur de la production audiovisuelle emploie 43,2 % de femmes, une part stable sur un an et en légère hausse par rapport à 2019 (42,3 %). Cette part varie selon la population considérée : en 2022, les femmes repré-

sentent 50,6 % des effectifs permanents des sociétés de production audiovisuelle, contre 41,5 % des effectifs intermittents (38,4 % des techniciens intermittents).

Emploi dans la production audiovisuelle



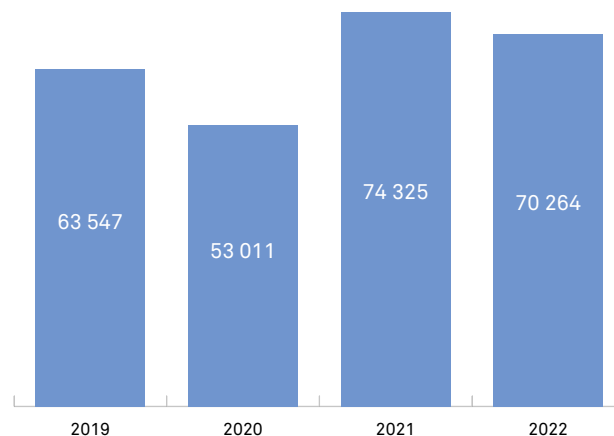
Base : entreprises de production audiovisuelle.
Sources : Audiens - Datalab.

La production cinématographique, plus de permanents et moins d'intermittents

En 2022, le nombre de salariés du secteur de la production cinématographique diminue à 70 264 salariés, soit -5,5 % par rapport à 2021. A l'instar de la production audiovisuelle, cette évolution diverge selon la population étudiée, avec une augmentation du nombre de salariés permanents (5 083 permanents en 2022, soit +8,4 % par rapport à 2021), mais une baisse du nombre de salariés intermittents (65 519 intermittents, -6,3 %). La baisse du nombre de salariés intermittents peut notamment être rapprochée de la diminution du nombre de jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française en 2022 (5 352 jours, soit -22,9 % par rapport à 2021).

31 059 femmes sont salariées par les entreprises de production cinématographique en 2022, soit 44,2 % des effectifs totaux, une part en nette progression depuis 2019 (41,7 % en 2019 et 42,8 % en 2021). Comme pour le secteur de la production audiovisuelle, les femmes sont majoritaires au sein des effectifs permanents de la production cinématographique en 2022 (54,1 %). La progression observée au global de la part de femmes est toutefois imputable à la féminisation progressive des métiers de l'intermittence, avec 43,5 % de femmes dans la population intermittente en 2022, contre 40,8 % en 2019 (42,1 % en 2021).

Emploi dans la production cinématographique



Base : entreprises de production cinématographique.
Sources : Audiens – Datalab.

Forte hausse des effectifs dans l'animation, portée par la demande internationale

Les entreprises de production de films et de programmes d'animation emploient 14 009 salariés en 2022, soit 10,2 % de plus qu'en 2021 et 22,1 % de plus qu'en 2019. La hausse de l'emploi dans le secteur de la production de films et de programmes d'animation est notamment liée à l'augmentation du nombre de projets d'animation étrangers développés sur le territoire français. En 2022, 23 projets d'animation sont agréés au crédit d'impôt international (13 en 2019) pour un montant total de dépenses en France de 304,84 M€ (108,56 M€ en 2019). Le niveau de dépenses en France des projets agréés au C2I dépasse ainsi pour la première fois le montant des investissements dans la production d'animation (145,2 M€ de dépenses en France pour les projets d'animation audiovisuelle aidée et 48,1 M€ pour les films d'animation agréés). En raison de la temporalité des cycles de production, l'emploi généré par les studios d'animation français en 2022 s'explique également par le niveau record d'investissements dans les programmes audiovisuels français observé en 2021 (253,6 M€ de dépenses France en 2021, contre 185,2 M€ entre 2013 et 2022).

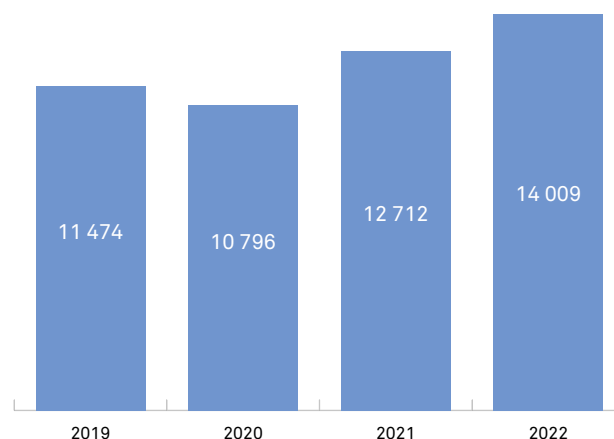
Signe du dynamisme du secteur, plusieurs structures ont vu le jour en 2022, à l'instar de Fantabulous (KMBO / La Fabrique d'Images), CyberSplash Entertainment (Cyber Group / Splash Entertainment), Xilam Films (Xilam) ou encore MedAnim (consortium de sociétés voué à développer un pôle dédié à l'animation et aux nouvelles technologies à Marseille).

La hausse du niveau d'emplois dans le secteur de la production de films et programmes d'animation se reflète aussi bien au sein des emplois intermittents (10 904 salariés intermittents en 2022, soit +9,5 % par rapport à 2021 et +22,0 % par rapport à 2019) que permanents (3 324 salariés permanents, +13,1 % par rapport à 2021 et +24,1 % par rapport à 2019).

En 2022, la part de femmes employées dans le secteur de la production de films d'animation est légèrement plus

faible que celle observée dans les autres champs de la production, à 40,3 % de l'ensemble des salariés en 2022 (43,2 % dans la production audiovisuelle et 44,2 % dans la production cinématographique). Cette part est toutefois en hausse sur les quatre années étudiées (37,2 % en 2019, 38,5 % en 2021).

Emploi dans la production de films et de programmes d'animation



Base : entreprises de production de films et de programmes d'animation.
Sources : Audiens – Datalab.

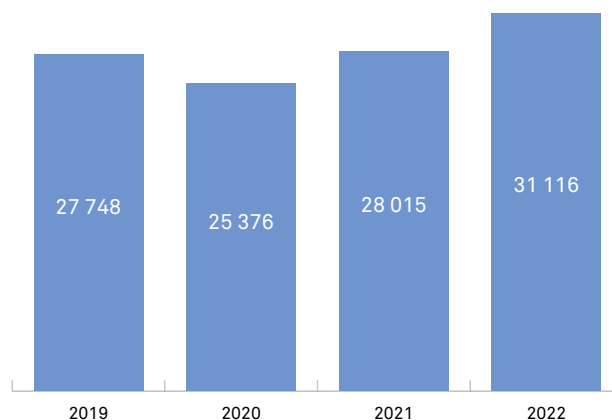
Les prestations techniques audiovisuelles, un secteur porté par la forte reprise de l'activité de production

Porté par la reprise des tournages français et internationaux en 2021, l'emploi généré par les entreprises de prestations techniques audiovisuelles continue de croître en 2022 et dépasse nettement le niveau observé avant la pandémie de Covid-19. 31 116 salariés sont ainsi employés par les entreprises de prestations techniques dans l'audiovisuel en 2022, une hausse de 11,1 % sur un an et de 12,1 % par rapport à 2019. L'année 2022 a également vu plusieurs chantiers ambitieux s'ouvrir dans le secteur des prestations techniques de tournage, avec l'annonce de la création des studios de tournage « Pics Studios » dans l'Hérault, et la vente par l'agglomération de Cannes d'une friche industrielle au groupe Novelty-Magnum-Dushow en vue notamment de la création de studios de tournage.

La hausse de l'emploi dans le secteur des prestations techniques audiovisuelles est directement corrélée au nombre de salariés permanents. En 2022, 14 115 CDD et CDI sont déclarés par les entreprises de prestations techniques, soit plus d'un quart de plus par rapport à 2019 (+27,9 %), tandis que les effectifs intermittents sont relativement stables entre 2019 (17 008) et 2022 (17 402), bien que toujours majoritaires. Au sein des salariés permanents, la part de CDD augmente légèrement en 2022, à 25,8 % des effectifs permanents contre 23,5 % en 2021 et 23,6 % en 2019. L'augmentation de la part de CDD est portée par l'emploi de salariés de moins de 30 ans, qui représentent 71,5 % de ce type de contrats en 2022, contre 66,5 % en 2019 (70,1 % en 2021). La part de jeunes salariés augmente également au sein des CDI, bien qu'ils y demeurent largement minoritaires : les moins de 30 ans représentent le quart (25,5 %) des CDI du secteur en 2022, contre 22,5 % en 2019 (23,2 % en 2021). Les jeunes restent proportionnellement plus nombreux à être en CDD en 2022, avec près de la moitié des moins de 30 ans qui sont salariés sur ce type de contrats en 2022 (49,4 %), contre 47,7 % en 2019 (48,2 % en 2021).

Le secteur des prestations techniques audiovisuelles est le secteur soutenu par le CNC qui présente la part de femmes la plus faible, à 31,2 % des effectifs déclarés en 2022, une part qui augmente toutefois de façon continue depuis 2019 (29,4 %).

Emploi dans les prestations techniques



Base : entreprises de prestations techniques audiovisuelles (spectacle vivant exclu).
Sources : Audiens – Datalab.

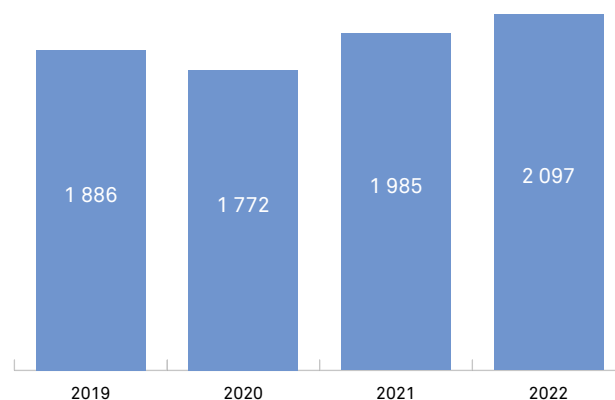
Un rajeunissement des effectifs du secteur de la distribution cinématographique

Dans un contexte de forte reprise de l'activité de distribution en salles (681 films sortis en première exclusivité en 2022, contre 454 en 2021), les entreprises de distribution cinématographique emploient 2 097 individus, soit 5,6 % de plus qu'en 2021 (+11,2 % par rapport à 2019).

Composé en grande majorité de salariés permanents (93,9 % des effectifs en 2022), le secteur affiche une hausse conjointe du nombre de salariés en CDI (1 606 salariés en 2022, +3,4 % en un an et +6,9 % par rapport à 2019) et en CDD (420 salariés en 2022, +15,7 % en un an et +17,0 % par rapport à 2019). Dans les deux cas, la hausse de l'emploi est portée par les salariés les plus jeunes : en 2022, les salariés âgés de 20 à 29 ans représentent 29,2 % des effectifs salariés du secteur (27,1 % en 2021 et 25,2 % en 2019). Pour la première fois depuis 2019, cette tranche d'âge est la plus représentée au sein des effectifs de la distribution.

Le secteur de la distribution cinématographique est majoritairement composé de femmes : en 2022, 1 184 femmes sont employées dans le secteur, soit 56,5 % des effectifs (55,6 % en 2021 et 57,8 % en 2019).

Emploi dans la distribution cinématographique



Base : entreprises de distribution cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

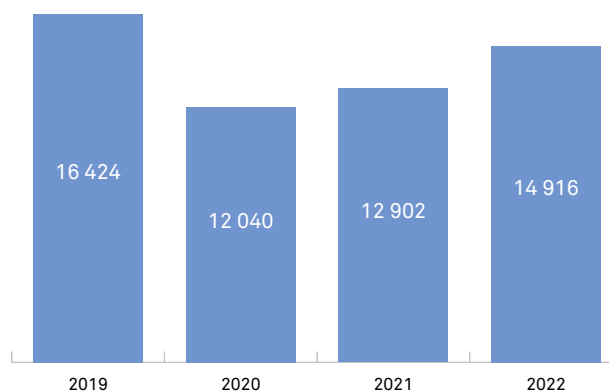
L'exploitation cinématographique, un nombre de salariés toujours inférieur au niveau d'avant-crise

Première année d'exploitation continue des films en salles depuis la pandémie de Covid-19, l'année 2022 observe un nombre record d'établissements de projection cinématographique en France sur la décennie, avec 2 061 établissements actifs au cours de l'année, soit 32 de plus qu'en 2021 et 16 de plus qu'en 2019. En parallèle de cette reprise d'activité, l'emploi du secteur renoue avec la croissance après deux années de relative stagnation : 14 916 salariés sont déclarés par les établissements de projection cinématographique en 2022, soit 15,6 % de plus qu'en 2021. Malgré ce rebond, le niveau d'emploi demeure inférieur à celui constaté en 2019 (-9,2 %).

Le dynamisme observé en 2022 est principalement imputable à l'emploi de CDD, dont le nombre avait été largement réduit en 2020 (-53,5 % par rapport à 2019). 6 059 salariés sont employés en CDD en 2022, un niveau qui demeure en retrait par rapport à 2019 (-10,0 %) mais qui marque une nette augmentation sur un an (+41,7 % par rapport à 2021). Le nombre de salariés en CDI observe une croissance plus modérée, avec 9 776 salariés déclarés en 2022 (+6,3 % par rapport à 2021 et -8,7 % par rapport à 2019). L'augmentation du nombre de CDD bénéficie principalement aux salariés les plus jeunes (dont contrats étudiants à temps partiel), premiers impactés par les conséquences de la pandémie sur l'emploi. 7 868 salariés des entreprises du secteur de l'exploitation cinématographique ont moins de 30 ans en 2022 soit plus de la moitié (52,7 %) des effectifs du secteur, un niveau qui demeure en retrait par rapport à 2019 (55,3 %) mais qui marque une nette augmentation par rapport à 2020 (44,0 %) et 2021 (47,2%).

Le secteur de l'exploitation cinématographique observe une parité stricte : en 2022, 7 455 femmes sont employées par le secteur, soit 50,0 % de l'ensemble des effectifs (49,5 % en 2021 et 51,4 % en 2019).

Emploi dans l'exploitation cinématographique



Base : entreprises d'exploitation cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

L'emploi en régions

Plus de 60 % des établissements implantés en Ile-de-France en 2021

En 2021, 10 051 entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actives en France, soit 684 de plus qu'en 2020 (+7,3 %) et 643 de plus qu'en 2019 (+6,8 %).

Après une année 2020 en baisse, en raison notamment de la pandémie de Covid-19, le nombre d'établissements dépendant de ces entreprises renoue avec la croissance et passe de 10 395 en 2020 à 11 236 en 2021 (+8,1 % sur un an et +7,2 % par rapport à 2019). Cette hausse est principalement portée par les établissements de production audiovisuelle (+359 établissements en un an) et les établissements de production cinématographique (+262), et peut notamment s'expliquer par un effet de rattrapage des tournages qui avaient été arrêtés pendant 2 mois et demi en 2020 : en 2021, la production de films français atteint ainsi un niveau record avec 340 films agréés dans l'année (+43,5 % en un an), de même que la production d'œuvres audiovisuelles de fiction (1 281 heures de fiction aidée par le CNC en 2021, soit +37,7 % sur un an) et d'animation (357 heures, soit +21,0 % sur un an).

6 968 établissements sont implantés en Ile-de-France en 2021, soit 62,0 % de l'ensemble des établissements (62,5 % en 2020 et 63,9 % en 2017). En 2021, plus du tiers (37,7 %) des établissements franciliens exerce une activité de production audiovisuelle.

Etablissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma par région

	2017	2018	2019	2020	2021
Auvergne-Rhône-Alpes	666	662	676	690	764
Bourgogne-Franche-Comté	131	130	130	139	142
Bretagne	252	251	271	271	303
Centre-Val de Loire	138	135	137	138	159
Corse	48	54	56	59	60
Grand Est	236	248	251	252	263
Hauts-de-France	249	260	264	267	290
Ile-de-France	6 485	6 556	6 628	6 501	6 968
Normandie	184	177	182	185	212
Nouvelle-Aquitaine	474	483	504	506	526
Occitanie	445	451	489	490	547
Pays de la Loire	259	265	264	268	293
PACA	510	526	549	552	612
Outre-mer	68	67	78	77	97
ensemble	10 145	10 265	10 479	10 395	11 236

Source : Audiens.

Un rebond de l'emploi en 2021 lié à la reprise des tournages

En 2021, 226 185 emplois sont comptabilisés par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, un niveau en nette hausse (+19,7 %) après une année 2020 lourdement impactée par la pandémie de Covid-19, et qui dépasse le niveau d'avant crise (+7,4 % par rapport à 2019).

L'Ile-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 186 658 emplois en 2021, soit 73,0 % de l'ensemble des effectifs du secteur, une part en légère baisse sur les cinq dernières années (74,5 % des effectifs totaux en 2017). Plus du tiers (37,6 %) des individus salariés par des établissements implantés en Ile-de-France travaille dans des établissements de production de films et programmes pour la télévision, une part plus importante qu'à l'échelle nationale (35,9 %) qui s'explique par la densité du tissu des établissements de production audiovisuelle en Ile-de-France (37,7 % des établissements de la région). L'importance de cette part doit toutefois être relativisée : ces établissements intègrent des productions dont les tournages se déroulent dans les autres régions. En considérant leur lieu de résidence, si près des trois quarts (73,0 %) des effectifs salariés sont rattachés à un établissement d'Ile-de-France, ils ne sont que 55,7 % à y résider. A la suite de la pandémie de Covid-19, marquée notamment par le développement du travail à distance, la part de salariés domiciliés en Ile-de-France des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma atteint son plus bas niveau de la décennie en 2021 (57,5 % en 2020 et 57,8 % en 2012).

Une hausse de l'emploi qui se constate dans l'ensemble des régions

Entre 2020 et 2021, l'ensemble des régions affiche une croissance des effectifs dans les secteurs de l'audiovisuel et du cinéma. Cette croissance est particulièrement marquée pour la région Occitanie, avec 10 047 salariés en 2021 soit +52,2 % sur un an. L'augmentation des effectifs occitans est principalement imputable aux établissements de production de films et programmes pour la télévision implantés dans la région (2 285 salariés supplémentaires soit +113,0 % en un an), et accompagne notamment l'entrée en production d'un nouveau feuilleton quotidien en fin d'année 2020 (*Ici tout commence*, produit par ITC Prod). Cette hausse est, par ailleurs, principalement imputable à l'emploi d'artistes intermittents (dont figurants et silhouettes) mais est également observée sur les postes de techniciens cadres comme non cadres : +1 399 artistes intermittents (+152,2 %), +611 techniciens non cadres intermittents (+106,1 %) et +277 techniciens cadres intermittents (+69,1 %).

Pour quatre régions, le dynamisme constaté sur l'année 2021 ne permet pas pour autant de rattraper le niveau d'emploi observé avant la pandémie : la Bourgogne-Franche-Comté (1 487 salariés, soit -5,0 % par rapport à 2019), le Grand Est (5 147, soit -7,4 %), la Nouvelle-Aquitaine (8 278, soit -8,4 %) et les Hauts-de-France (4 222, soit -13,7 %). Pour ces quatre régions, cette baisse se constate sur différents types d'activités mais se cristallise davantage sur l'emploi généré par les établissements de production cinématographique (jusque 1 103 salariés de moins en Nouvelle-Aquitaine entre 2019 et 2021). Pour les Hauts-de-France et le Grand Est, la baisse du nombre de salariés se constate également au sein des établissements d'édition de chaînes généralistes (respectivement -32,8 % et -5,7 %), malgré un nombre d'établissements en hausse (+2 et +1).

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2017	2018	2019	2020	2021
Auvergne-Rhône-Alpes	9 052	9 223	8 894	7 759	9 505
Bourgogne-Franche-Comté	1 407	1 308	1 566	1 225	1 487
Bretagne	3 833	3 330	3 746	3 398	4 320
Centre-Val de Loire	1 724	1 702	1 803	1 619	2 024
Corse	1 026	838	893	845	1 005
Grand Est	4 888	4 940	5 560	4 486	5 147
Hauts-de-France	4 171	4 539	4 892	3 957	4 222
Ile-de-France	172 670	171 436	172 210	154 097	186 658
Normandie	1 833	1 949	1 901	1 791	2 053
Nouvelle-Aquitaine	6 757	7 778	9 040	6 720	8 278
Occitanie	6 497	6 087	6 359	6 602	10 047
Pays de la Loire	4 919	4 894	4 819	4 420	5 286
PACA	10 446	11 218	10 660	10 003	12 517
Outre-mer	2 428	3 259	2 739	2 781	3 041
ensemble¹	208 275	209 145	210 573	188 927	226 185

¹ effectifs dédoublonnés : un même individu ayant exercé dans plusieurs régions n'est comptabilisé qu'une seule fois.
Source : Audiens.

Une hausse de la masse salariale particulièrement marquée en Ile-de-France, Occitanie, Auvergne-Rhône-Alpes, Nouvelle-Aquitaine et PACA

La masse salariale dégagée par les secteurs audiovisuel et cinématographique en 2021 est de 4,0 Md€. L'Ile-de-France concentre 79,8 % de la masse salariale totale, une part stable sur les cinq dernières années.

Entre 2020 et 2021, la masse salariale en France augmente de 14,7 % (+5,9 % par rapport à 2019). Cette hausse se ressent dans la quasi-intégralité des régions françaises à l'exception des Pays de la Loire, dont la masse salariale totale diminue de 7,2 % en 2021 à 49,0 M€, un niveau semblable à la moyenne observée depuis 2017 (48,6 M€). Cette baisse est liée à l'activité des établissements de postproduction, qui dégagent 7,3 M€ de masse salariale en moins après une année 2020 en très forte croissance. Malgré cette baisse, la masse salariale des établissements de postproduction ligériens se maintient à un niveau équivalent à celui constaté sur les cinq dernières années (18,0 M€).

Cinq régions françaises connaissent une hausse conséquente de leur masse salariale entre 2020 et 2021 : l'Ile-de-France (+414,1 M€, soit +14,8 % en un an), l'Occitanie (+25,9 M€, soit +31,5 %), l'Auvergne-Rhône-Alpes (+20,9 M€, soit +18,0 %), la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (+18,9 M€, soit +23,7 %) et la Nouvelle-Aquitaine (+18,8 M€, soit +22,1 %). Pour cette dernière région, la hausse de la masse salariale en 2021 permet d'atteindre un niveau supérieur à celui constaté en 2019 (+8,1 %) malgré un nombre de salariés inférieur (-8,4 %). Cette évolution contraire peut s'expliquer par l'activité des entreprises de postproduction qui connaissent en 2021 une nette augmentation de leur masse salariale, à 20,8 M€ (+33,6 % par rapport à 2020, +52,5 % par rapport à 2019). La Nouvelle-Aquitaine, qui bénéficie notamment du rayonnement du Pôle Image Magelis à Angoulême, se positionne par conséquent en 2021 en tant que troisième région en termes de masse salariale des entreprises de postproduction pour la première fois de la décennie, derrière l'Ile-de-France (453,5 M€) et l'Occitanie (34,9 M€).

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région (M€)

	2017	2018	2019	2020	2021
Auvergne-Rhône-Alpes	127,47	124,62	126,24	115,89	136,81
Bourgogne-Franche-Comté	21,51	21,61	22,15	18,84	20,13
Bretagne	36,21	34,91	36,74	32,31	37,30
Centre-Val de Loire	18,92	19,17	19,62	17,18	18,41
Corse	15,78	16,43	16,50	16,13	17,68
Grand Est	86,35	87,03	88,93	79,94	83,00
Hauts-de-France	51,67	54,26	54,95	45,71	53,58
Ile-de-France	3 013,13	3 002,62	3 030,64	2 807,19	3 221,29
Normandie	24,69	25,18	27,08	22,22	23,99
Nouvelle-Aquitaine	82,89	90,03	95,99	84,96	103,77
Occitanie	76,91	81,80	89,78	82,19	108,06
Pays de la Loire	44,74	48,40	47,88	52,79	49,00
PACA	81,93	90,87	91,47	79,80	98,69
Outre-mer	60,03	62,45	64,49	62,27	64,32
ensemble	3 742,22	3 759,37	3 812,45	3 517,41	4 036,04

Source : Audiens.

6.4

La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel

En 2023 :

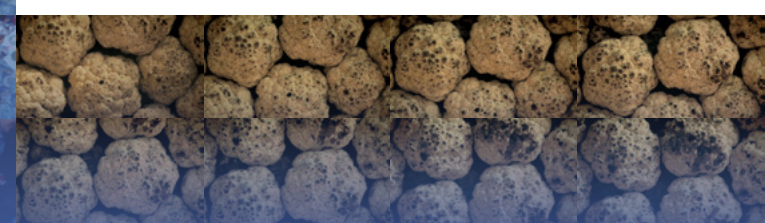
87% des entreprises déclarent
avoir déjà mis en place des pratiques
écologiques



58% des professionnels
estiment que l'éco-conditionnalité des
aides est nécessaire pour encourager
et valoriser les productions responsables



11% des entreprises ont
déclaré avoir déjà calculé l'empreinte
carbone de leur activité



Le plan Action !

Un plan à horizon 2024

Le CNC a annoncé le mercredi 30 juin 2021 la mise en place du *plan Action ! Pour une politique publique de transition écologique et énergétique dans les secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée* en présence des ambassadeurs, la comédienne Caroline Proust et le réalisateur Yann Arthus-Bertrand. À travers ce plan, le CNC poursuit deux objectifs : accompagner la filière pour répondre aux défis climatiques et en faire un moteur de la transformation écologique et énergétique de notre pays.

Le CNC accompagné par 4 experts environnementaux

Le CNC a fait appel à quatre personnalités spécialistes des questions environnementales pour émettre des recommandations et des propositions concrètes. Pendant six mois, Aurélien Bigo, ingénieur en géologie spécialiste de la transition énergétique dans les transports ; Marie Carrega, ingénieure environnement à l'Observatoire national sur les effets du réchauffement climatique ; Maxime Efoui Hess, ingénieur et chef de projet à The Shift Project ; Clémence Lacharme, consultante chez Carbone 4, cabinet spécialisé dans la transition énergétique ont travaillé autour de quatre thématiques au cœur des enjeux environnementaux : les moyens techniques ; la mobilité ; l'approvisionnement et la gestion des déchets ; les enjeux numériques. Les experts ont soumis leurs recommandations au président du CNC qui a souhaité engager une politique publique ambitieuse pour adapter les filières aux enjeux environnementaux.

Le *plan Action !* se fixe pour objectifs de faire des secteurs du cinéma et de l'audiovisuel une filière exemplaire en répondant aux objectifs nationaux de réduction énergie-carbone, de sensibiliser les professionnels à l'impact environnemental de leurs activités et de les aider à le réduire en anticipant et en s'adaptant au mieux aux effets du changement climatique, ainsi que de faire de l'éco-res-

ponsabilité des productions françaises un avantage concurrentiel et un enjeu d'attractivité internationale.

Le plan Action ! a ainsi été pensé de manière progressive et fondé sur des mesures structurantes.

2022 : Pour un futur désirable

Plusieurs actions ont été développées pendant cette première année :

- La création d'un Observatoire de la transition écologique et énergétique qui a pour objectif de produire et collecter des données afin de faire un suivi efficace de l'impact environnemental de la filière. En 2022, le CNC a produit deux études et une troisième a été lancée : le diagnostic énergétique et déchets des salles de cinéma, un sondage sur les pratiques écologiques des acteurs de la filière cinématographique et audiovisuelle et une étude sur le diagnostic environnemental des studios de tournage (en cours).
- La publication du protocole d'homologation de calculateurs carbone des œuvres en prise de vue réelle (fiction et documentaire), qui identifie un socle commun des catégories d'émissions de gaz à effet de serre (GES) à prendre en considération dans le calcul de l'empreinte carbone d'une œuvre. Ce travail a été conduit en concertation avec les diffuseurs historiques.
- Le lancement de *Action... Formation !*, module de sensibilisation aux enjeux climatiques et à la production responsable des œuvres à destination des étudiants de première année d'école de cinéma, audiovisuel et autres arts de l'image animée et de leurs enseignants dans les écoles de cinéma, d'animation et de jeux vidéo (en partenariat avec Audiens et BNP Paribas). Le CNC a pour ambition de former 6 000 étudiants sur les 4 prochaines années en proposant gracieusement ce module aux écoles. Pour l'année scolaire 2022-2023, environ 20 écoles ont manifesté leur intérêt pour proposer le module à leurs étudiants, soit 1 700 étudiants potentiels à former.
- La valorisation des actions existantes et des initiatives qui émergent chez les professionnels notamment par

l'organisation d'une journée environnement à Strasbourg qui s'est déroulée en mars 2023. L'objectif de cette journée était de créer un espace de réflexion et de dialogue sur les actions vertueuses à encourager. Par ailleurs, plusieurs interventions du CNC sur la thématique de la transition écologique de la filière se sont tenues dans les festivals.

- La création d'une page dédiée au *plan Action !* ainsi qu'une [page RSE](#) sur le site internet du CNC à destination des professionnels du secteur afin de les informer sur les avancées environnementales, sociales et sociétales en termes de politique publique.

2023 : Définition des règles du jeu

Définition de normes et du périmètre des moyens renforcés applicables à la filière avec trois axes prioritaires :

- forte incitation à la réalisation d'un double bilan carbone (prévisionnel et définitif) pour toute aide à la production (fiction et documentaire) financée par le CNC depuis le 31 mars 2023,
- homologation de calculateurs carbone permettant la réalisation du double bilan carbone,
- accompagner l'amélioration et la rénovation des salles de cinéma et studios de tournage notamment à l'aide des diagnostics réalisés dans le cadre de l'Observatoire de la transition écologique,

2024 : Mise en place de nouvelles obligations

Les professionnels disposent de calculateurs carbone homologués par le CNC et de moyens pour poursuivre leur transition écologique et énergétique. À partir du 1^{er} janvier 2024, toutes les nouvelles demandes d'aide à la production du CNC (fiction et documentaire) seront conditionnées à la remise d'un bilan prévisionnel et d'un bilan définitif de l'empreinte carbone engendrée par la production de l'œuvre.

L'Observatoire de la transition écologique et énergétique

L'Observatoire de la transition écologique et énergétique a pour objectif de produire et collecter des données afin de les analyser et d'effectuer un suivi efficace de l'impact environnemental de la filière.

L'audit énergétique des salles de cinéma : quatre postes concentrent 85 % des dépenses énergétiques

Après avoir constaté une préoccupation croissante des exploitants de salles de cinéma concernant l'impact environnemental de leur activité, le CNC a souhaité accompagner cette prise de conscience en faisant réaliser un premier diagnostic environnemental des établissements cinématographiques. Cette première étude alimentera la réflexion des exploitants de salles, de manière à orienter, de façon très concrète, de possibles actions.

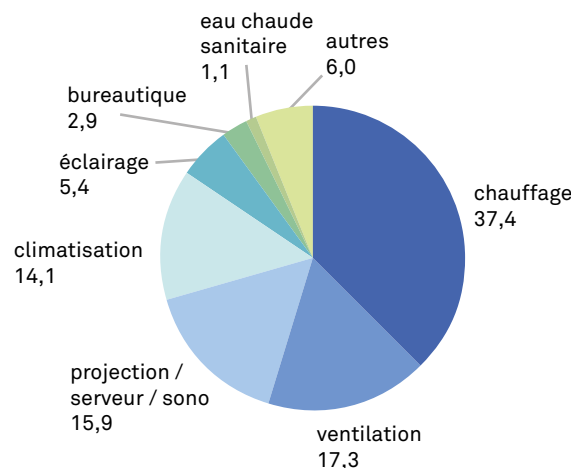
Piloté par le CNC, ce diagnostic concerne 14 établissements cinématographiques choisis par le CNC, en accord avec ENEOR, de manière à créer un panel représentatif des cinémas en France (taille, ancienneté, etc.). Ont ainsi été diagnostiqués, en termes de taille, 3 mono-écrans, 7 cinémas de la moyenne exploitation et 4 multiplexes, en termes d'appartenance, 9 cinémas indépendants et 5 cinémas de circuits, en termes de statut, 2 cinémas associatifs, 2 cinémas en régie publique et 10 cinémas privés. A noter que 6 cinémas sur les 14 diagnostiqués ont fait l'objet d'une rénovation au cours des 20 dernières années.

Cette étude révèle qu'il existe une vraie disparité des consommations énergétiques entre les différents types de cinéma, liée aux caractéristiques des établissements, avec une consommation totale naturellement plus importante pour les grands établissements tant en termes de nombre d'écrans que de superficie. Toutefois, une analyse

de la consommation rapportée à la superficie montre une meilleure consommation de certains grands établissements et notamment des cinémas récents.

Le chauffage (37,4 %), la ventilation (17,3 %), la climatisation (14,1 %) et, inhérent à l'activité des salles, le poste projection / serveur / sono (15,9 %) sont les principaux postes de dépense énergétique des salles de cinéma.

Répartition des dépenses énergétiques selon le poste (%)



Plusieurs actions ont été préconisées à destination des exploitants afin de réduire leur consommation énergétique. Trois postes ont été particulièrement ciblés : l'éclairage (remplacement des ampoules par des LED, détecteur de luminosité, détecteur de présence, programmation en fonction de l'occupation des lieux), la ventilation (mise en place de ventilation double flux avec récupération d'air chaud, système de freecooling, déstratificateur, horloges programmables) et la projection (remplacement des projecteurs en fin de vie par des projecteurs lasers). En termes d'investissements, quatre actions entraînent des dépenses importantes (plus de 90 % du total des actions préconisées par ENEOR) : la projection, l'enveloppe bâtiminaire (pose de stores extérieurs, changement des

menuiseries, isolation des parois), la ventilation et l'ENR (énergie renouvelable, pose de panneaux photovoltaïques).

Sur la gestion des déchets (majoritairement liés à la restauration et à la bureautique), ENEOR fait plusieurs constats, de la responsabilité des exploitants : manque d'équipements, de locaux dédiés aux poubelles, de signalétique ou encore de formation du personnel de nettoyage. Toutefois, les actions à mettre en place se révèlent être simples et peu coûteuses. Par ailleurs, la gestion des déchets ne repose pas uniquement sur les exploitants, certains manquements de la part des communes ayant également été remontés.

Le chauffage, premier poste de dépense énergétique des salles de cinéma.

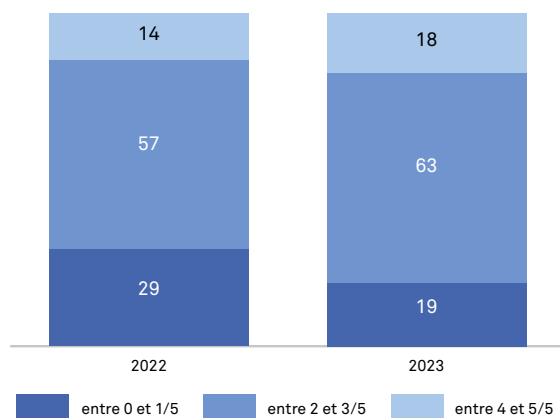
Des professionnels de plus en plus impliqués dans leur transition écologique

Afin de connaître le degré de maturité de l'ensemble des professionnels des secteurs cinématographique et audiovisuel sur la thématique environnementale, le CNC a lancé un premier sondage en ligne du 9 novembre 2021 au 6 janvier 2022 (868 répondants) et l'a relancé du 5 janvier au 20 février 2023 (620 répondants).

Cette étude démontre une évolution positive de l'investissement écologique de l'ensemble des branches d'activité interrogées avec une notation des professionnels évaluant le degré d'investissement écologique de leur secteur passant de 2,19/5 en 2022 à 2,50/5 en 2023. Elle est particulièrement marquée pour les entreprises de la promotion (distribution et exportation, de 2,00/5 à 2,48/5) et les exploitants de salles de cinéma (de 1,99/5 à 2,44/5).

En 2023, 19 % des répondants attribuent une note inférieure à 2/5 à leur secteur, soit 10 points de moins qu'en 2022 au profit des notes entre 2 et 4 (63 % en 2023, +6 points) mais également des notes de 4/5 ou plus (18 %, +4 points).

Répartition des répondants selon leur évaluation de l'investissement écologique de leur filière (%)

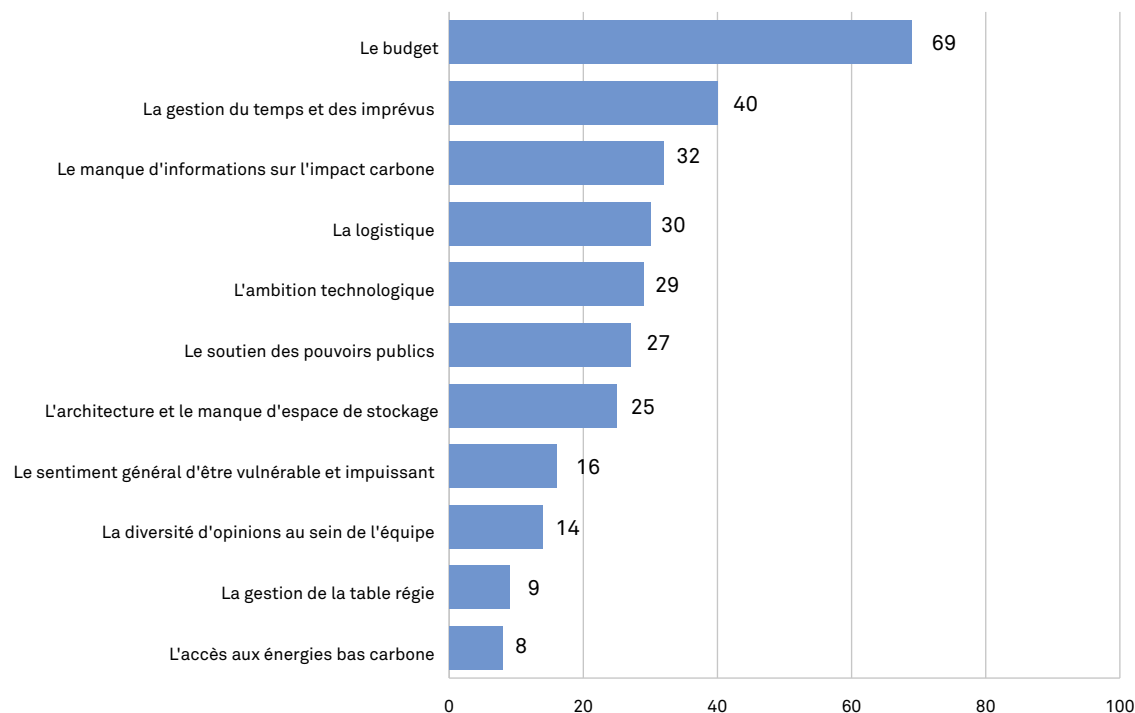


Base : 868 répondants en 2022 et 620 en 2023. Source : CNC

Par ailleurs, 87 % des répondants (+9 points par rapport à 2022) déclarent avoir mis en place de nouvelles pratiques écologiques sur leur lieu de travail ces dernières années avec, comme pratiques les plus répandues, la mise en place d'un tri sélectif (84 %) et la limitation des déchets (72 %). Le sondage dévoile également que les grandes entreprises (plus de 50 employés) sont les plus mobilisées dans la mise en place de pratiques vertueuses (97 %). Si l'engagement des entreprises dans leur transition écologique est aussi répandu à Paris (88 %) qu'en régions (86 %), la progression par rapport à 2022 est nettement plus forte pour les entreprises localisées en régions (+13 points, contre +5 points pour les entreprises installées à Paris) qui semblent ainsi rattraper leur retard en une année.

D'après ce sondage, le coût de l'énergie en hausse (48 %), l'engagement RSE de l'entreprise (44 %) et les nouvelles obligations à venir (44 %) ont été les principales sources de motivation pour accélérer la transition environnementale des entreprises. Les professionnels ont toutefois remonté certains freins, similaires à ceux identifiés en 2022, à la mise en place de nouvelles pratiques : le budget (69 % en 2023, contre 73 % en 2022), la gestion du temps et des imprévus (40 %, contre 62 %) et le manque d'informations sur l'impact carbone (32 %, contre 41 %). A noter que ces deux derniers freins sont en net recul par rapport à la première édition du sondage.

Principales difficultés pour mettre en place de nouvelles pratiques écologiques (%)¹



¹ Les sociétés devaient classer 3 items de la liste par ordre d'importance. Base : 437 répondants. Source : CNC

L'investissement des entreprises de la filière dans leur transition environnementale semble s'être intensifié avec la volonté de près de la moitié d'entre eux de s'engager par la signature d'une charte (46 % ont l'intention de le faire) ou la labellisation de leur entreprise (43 % d'entre eux ont l'intention de le faire) mais aussi avec l'adhésion à l'éco-conditionnalité des aides qu'ils jugent nécessaire à 58 %. Les aides seront prochainement conditionnées au dépôt d'un double bilan carbone (prévisionnel et définitif) ; à date, les entreprises de la filière sont, toutefois, peu nombreuses à avoir réalisé le bilan carbone de leur activité (11 %).

Une analyse par secteur d'activité montre que les entreprises de la production audiovisuelle semblent plus avancées (91 % ont mis en place des pratiques écologiques ces dernières années) et plus engagées (23 % ont signé une charte écoresponsable), avant tout par conviction (57 %) mais aussi par anticipation des obligations à venir (51 %). La principale difficulté rencontrée est budgétaire (69 %).

Les entreprises de la production cinématographique figurent également parmi les entreprises les plus avancées (88 % ont mis en place des pratiques écologiques ces dernières années). Leur engagement est cependant moins marqué puisqu'elles sont moins nombreuses à être signataires d'une charte mais sont plus enclines à le faire prochainement (53 %). Leurs motivations sont davantage liées aux obligations à venir (43 %) et à la hausse du coût de l'énergie (39 %). Elles semblent par ailleurs plus sensibles aux freins budgétaires (80 %).

Les exploitants de salles de cinéma affichent un important rattrapage par rapport à 2022 avec une hausse de 14 points dans la mise en place de nouvelles pratiques ces dernières années (83 %), majoritairement motivée par la hausse du coût de l'énergie (76 %). En termes d'engagement, ils sont plus intéressés par la signature d'une charte (52 % l'ont fait ou ont l'intention de le faire) qu'une labellisation de leur établissement (64 % n'ont pas

l'intention d'être labellisés). Parmi les difficultés les plus déclarées, le budget (70 %) et l'architecture de l'établissement (42 %) sont de véritables problématiques pour les exploitants.

Les entreprises de promotion (distribution de films en salles et exportation) s'avèrent moins matures que les autres secteurs. 72 % d'entre elles ont mis en place de nouvelles mesures ces dernières années. Ce secteur semble par ailleurs peu intéressé par la signature d'une charte (58 % n'ont pas l'intention de le faire) ou la labellisation de leur entreprise (69 % n'ont pas l'intention de le faire). Les entreprises du secteur déclarent être freinées dans leur transition écologique par le manque de budget (63 %) et d'informations sur l'impact carbone de leur activité (51 %).

Les entreprises techniques et du numérique (studios de tournage, animation, jeux vidéo, postproduction, effets visuels, services V&D et édition vidéo physique) sont, quant à elles, très actives dans la transition écologique puisque 99 % (+ 15 points par rapport à 2022) déclarent avoir mis en place des mesures écologiques ces dernières années. Elles ont été principalement motivées par l'engagement RSE de l'entreprise (57 %) et les obligations à venir (57 %). Ces entreprises sont, de surcroît, très intéressées par la signature d'une charte (24 % l'ont fait et 60% ont l'intention de le faire) ou une labellisation (70 % le sont ou ont l'intention de l'être). Le budget (62 %) et les ambitions technologiques (58 %) sont les principales contraintes pour ce secteur.

43% des entreprises ont l'intention d'obtenir leur labellisation.

L'éco-conditionnalité progressive des aides : dépôt d'un double bilan carbone

L'éco-conditionnalité progressive des aides à la production

Par délibération n°2022/CA/22 du 4 octobre 2022 modifiant le règlement général des aides financières du CNC en son article 122-38, à partir du 31 mars 2023, toutes les nouvelles demandes d'aide à la production du CNC font l'objet d'un bilan prévisionnel et d'un bilan définitif de l'empreinte carbone engendrée par la production de l'œuvre. Puis, à partir du 1^{er} janvier 2024, toutes les nouvelles demandes d'aide à la production du CNC seront conditionnées à la remise d'un bilan prévisionnel et d'un bilan définitif de l'empreinte carbone engendrée par la production de l'œuvre.

L'intérêt du double bilan carbone est de permettre aux productions d'estimer les émissions de CO₂ correspondant aux grands postes de dépenses (transports, hébergement, moyens techniques, postproduction, gestion des déchets, repas...), et d'établir une trajectoire bas carbone. Cela permet aux professionnels de constater les écarts entre le prévisionnel et le réalisé, et ainsi d'observer les bienfaits de la stratégie mise en place.

Cette mesure s'applique aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles en prise de vue réelle (fiction et documentaire) : longs métrages, courts métrages, séries, unitaires. Les œuvres nativement numériques seront concernées dans un second temps par cette mesure, les modes de calcul des bilans carbone devant être adaptés aux spécificités de leur production.

Le calcul de l'empreinte carbone devra être réalisé à partir d'outils homologués par le CNC et donc conformes au protocole d'homologation fixé par décision du président du CNC.

L'utilisation d'outils homologués par le CNC pour le calcul des bilans carbone

Le CNC a missionné le cabinet ECOACT en collaboration avec les diffuseurs historiques (TF1, France Télévisions, Canal+, M6 et Arte) pour rédiger un protocole d'homologation des outils de calcul de l'empreinte carbone des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Un appel à homologation de calculateurs carbone a été publié en octobre 2022. Depuis cette date, des outils de calcul de l'empreinte carbone des œuvres cinématographiques et audiovisuelles ont la possibilité de faire une demande d'homologation afin que leurs outils soient utilisés par les producteurs dans le cadre d'une demande d'aide au CNC. Ces outils sont dans l'obligation de respecter le protocole d'homologation fixé par décision du président du CNC qui demande de respecter un certain nombre de critères spécifiques ainsi qu'un socle commun. Ce dernier liste un minimum attendu de la part des calculateurs que ce soit sur les données d'activité à faire apparaître que sur l'unité de mesure (monétaire ou physique) à renseigner par les producteurs. Les premiers outils homologués ont été annoncés lors de la journée environnement organisée par le CNC à Strasbourg en mars 2023 :

- **Carbon' Clap** développé par l'association Ecoprod.
- **SeCO₂** développé par la société Secoya Eco-tournage.

Une [foire aux questions](#) a été publiée sur le site du CNC concernant l'éco-conditionnalité progressive des aides de façon à répondre aux interrogations des professionnels. Elle est régulièrement alimentée au fil des problématiques soulevées notamment lors des différents webinaires de présentation de la mesure et des outils.

L'analyse des bilans carbone remis par les professionnels dans le cadre de l'Observatoire de la transition écologique et énergétique

Le bilan carbone est un moyen de diagnostic préconisé par l'ADEME pour comprendre et analyser l'activité des particuliers, des entreprises, des collectivités et des administrations en termes d'émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre (GES). Le CO₂ étant le gaz le plus répandu, il est devenu une référence pour les données du bilan carbone. En effet, les cinq autres gaz définis par l'ADEME sont convertis en équivalent carbone et le résultat final du bilan carbone est exprimé en tonnes équivalent CO₂.

Les données issues des bilans carbone transmises au CNC seront traitées à des fins d'étude dans le cadre de l'Observatoire de la transition écologique et énergétique. Aujourd'hui, les secteurs cinématographique et audiovisuel manquent de données statistiques permettant d'évaluer l'empreinte carbone de leurs activités et l'analyse de ces bilans carbone permettra de dresser un état des lieux de l'impact environnemental de la filière.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- L'étude *Diagnostic énergétique des salles de cinéma*
- L'étude *Les pratiques écologiques des secteurs cinématographique et audiovisuel*

Crédits

Couverture

La Nuit du 12, de Dominik Moll © Haut et Court
Saint Omer, de Alice Diop © SRAB Films / Les Films du Losange
L'Innocent, de Louis Garrel © Les Films des Tournelles, Ad Vitam Distribution
Le Monde de demain, de Helier Cisterne et Katell Quillévéré © Les Films du Béliet / Arte
Les Papillons noirs, de Olivier Abbou et Bruno Merle © Arte
Le Serment de Pamfir, de Dmytro Sukholytkyy-Sobchuk © Condor Distribution
La Conspiration du Caire, de Tarik Saleh © Memento Distribution
L'Horizon de Kheops © Emissive/Excurio
A Plague Tale Requiem © Asobo Studio
Le Petit Nicolas, Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre © BAC Films
Les Années Super 8, de Annie Ernaux et David Ernaux-Briot © Les Fillms Pelleas, de Annie Ernaux et David Ernaux-Briot © Les Fillms Pelleas, de Annie Ernaux et David Ernaux-Briot © Les Fillms Pelleas

La consommation des ménages dans la filière

Le Petit Nicolas, Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre © BAC Films
Joyland, de Saim Sadiq © Condor Distribution
Désordres, de Florence Foresti © Iconoclast
Les Minions 2 : il était une fois Gru, de Brad Ableson, Kyle Balda, Jonathan Del Val © Universal Pictures International France

Cinéma

Les Bodins en Thaïlande © 2021 CHEYENNE STUDIO - M6 FILMS - SND Groupe M6 - STUDIO EXCEPTION
Les Animaux fantastiques - Wizarding World™ Publishing Rights © J.K.R.
WIZARDING WORLD et tous les personnages, noms et lieux cités sont des marques déposées de © 2022 Warner Bros. Entertainment Inc.
Jurassic World
Elvis - ELVIS™ and ELVIS PRESLEY™ are trademarks of ABG EPE IP LLC. Rights of Publicity and Persona Rights: Elvis Presley Enterprises, LLC. © 2022 ABG EPE IP LLC. © 2022 Warner Bros. Ent. All Rights Reserved. (Warner)
Le Petit Nicolas, Qu'est-ce qu'on attend pour être heureux de Amandine Fredon et Benjamin Massoubre © BAC Films
Les Minions 2 : il était une fois Gru, de Brad Ableson, Kyle Balda, Jonathan Del Val © Universal Pictures International France
Koati, de Rodrigo Perez-Castro © Paradis Films
L'Innocent, de Louis Garrel © Les Films des Tournelles, Ad Vitam Distribution
La Nuit du 12, de Dominik Moll © Haut et Court

Audio

HPI, de Stéphane Carrié, Alice Chegaray-Breugnot, Nicolas Jean © ITINERAIRE PRODUCTIONS / SEPTEMBRE PRODUCTIONS / TF1
Les Papillons noirs, de Olivier Abbou et Bruno Merle © Arte
Le Monde de demain de Helier Cisterne et Katell Quillévéré © Les Films du Béliet / Arte
Fire of Love, de Sara Dosa © One Filmverleih GmbH
Lamb, de Valdimar Johannsson © Koch Films / The Jokers
Joyland, de Saim Sadiq © Condor Distribution
Meurtres au Paradis © BBC / Red Planet Pictures
Sam & Julia, de Regis Vidal © Cielo Films – Caribara production – SuperswissRed – Mark 13
Paris Police 1900 © Tetra Media Fiction / Canal + 1905
Désordres, de Florence Foresti © Iconoclast
Plus belle la vie © France Télévision

Numérique

Elvis - ELVIS™ and ELVIS PRESLEY™ are trademarks of ABG EPE IP LLC. Rights of Publicity and Persona Rights: Elvis Presley Enterprises, LLC. © 2022 ABG EPE IP LLC. © 2022 Warner Bros. Ent. All Rights Reserved.
Paris Police 1900 © Tetra Media Fiction / Canal +
Vaillante © 2021 Main Journey - PCF Bravest The Movie Inc. - SND Groupe M6 - M6 Films
Désordres, de Florence Foresti © Iconoclast , de Florence Foresti © Iconoclast
Les Animaux fantastiques - Wizarding World™ Publishing Rights © J.K.R.
WIZARDING WORLD et tous les personnages, noms et lieux cités sont des marques déposées de © 2022 Warner Bros. Entertainment Inc.
Les Bodins en Thaïlande © 2021 CHEYENNE STUDIO - M6 FILMS - SND Groupe M6 - STUDIO EXCEPTION
A Plague Tale Requiem © Asobo Studio
SpongeBob Patty Pursuit © 2023 Paramount - Old Skull Games
Deathloop © Copyright 2023 ZeniMax Media Inc. All Rights Reserved

International

Culottées © Silex Films / France Télévisions
Titane, de Julia Ducournau ©Carole_Bethuel
Vanille, de Guillaume Lorin © Gebeka Films
Sans Filtre, de Ruben Ostlund © BAC Films
Vaillante © 2021 Main Journey - PCF Bravest The Movie Inc. - SND Groupe M6 - M6 Films SND
A Plague Tale Requiem © Asobo Studio
SpongeBob Patty Pursuit © 2023 Paramount - Old Skull Games
Deathloop © Copyright 2023 ZeniMax Media Inc. All Rights Reserved

Le CNC

Planètes, de Momoko Seto © Ecce Films
Le roi David, de Lila Pinell © Ecce Films
Les Années Super 8, de Annie Ernaux et David Ernaux-Briot © Les Fillms Pelleas, de Annie Ernaux et David Ernaux-Briot © Les Fillms Pelleas

les dossiers du CNC

**n° 345 – mai 2023
bilan 2022**

une publication du Centre national du cinéma et de l'image animée

291 boulevard Raspail –
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

directeur de la publication
Dominique Boutonnat

**direction des études, des statistiques
et de la prospective**
tél : 01 44 34 38 26 – despro@cnc.fr

direction de la communication
tél. 01 44 34 38 83

comité éditorial et rédactionnel
Emma Cotterchio, Raphaël Drouet, Diane Gilbert, Emma Golding, Sophie Jardillier, Cécile Lacoue, Ivan Piccon, Valentine Tucoulat, Jérôme Tyl

conception graphique
c-album

Sauf mention particulière, toute reproduction partielle ou totale des informations diffusées dans cette publication du CNC est autorisée sous réserve d'indication de la source.

Dépôt légal à parution
Commission paritaire n°122- ADEP.
ISSN 1551-0358



Bilan 2022 du CNC
N°346 – mai 2023

une publication
du Centre national du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

direction
de la communication
tél. 01 44 34 38 83

