

les études du CNC
juin 2016

Le marché
de l'animation
en 2015



Cette étude a été réalisée conjointement par la Direction de l'audiovisuel et de la création numérique et la Direction des études, des statistiques et de la prospective.



Centre national du cinéma et de l'image animée

12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16

Tél : 01.44.34.38.26

Fax : 01.44.34.34.55

www.cnc.fr

Nicolas Besson, Fanny Beuré, Sophie Cheynet, Benoît Danard, Sylvain Dandine, Louis Gauthier, Sophie Jardillier, Alice Landrieu, Cindy Pierron, Laurence Peyré, Linda Zidane.

Sommaire

Objectifs	4
Synthèse	5
1. Cinéma	8
1.1. La production française de longs métrages d'animation	9
1.2. La distribution.....	21
1.3. Les résultats des films d'animation en salles.....	36
1.4. Le public des films d'animation en salles.....	44
2. Audiovisuel	48
2.1. La production audiovisuelle d'animation	49
2.2. Les films d'animation à la télévision	62
2.3. L'animation à la télévision	68
2.4. L'audience de l'animation à la télévision	77
2.5. Les programmes d'animation en télévision de rattrapage (TVR)	84
3. Emploi	86
3.1. Les entreprises	87
3.2. La masse salariale et les effectifs.....	88
3.3. Les salariés permanents (en CDI et CDD)	90
3.4. Les salariés intermittents	93
4. Vidéo	96
4.1. L'animation en vidéo physique	97
4.2. L'animation en vidéo à la demande.....	109
5. International	110
5.1. L'exportation des programmes audiovisuels français d'animation	111
5.2. Les entrées des films français d'animation à l'étranger	118
6. Les aides du CNC	122
6.1. Les aides au cinéma	123
6.2. Les aides aux œuvres audiovisuelles et à la création numérique	127
6.3. Les aides transverses à la production, à la vidéo et aux industries techniques	142
6.4. L'exportation, la promotion	148
6.5. L'animation au CNC : contacts.....	151

Objectifs

Le Centre national du cinéma et de l'image animée a réalisé, pour la huitième année consécutive, une étude sur le marché de l'animation en France. Cette étude analyse l'évolution de la production audiovisuelle et de la production cinématographique d'œuvres d'animation. Elle met en lumière les caractéristiques spécifiques de la diffusion de ces œuvres sur le territoire national dans les salles de cinéma, à la télévision, en vidéo, en vidéo à la demande et à l'exportation. Elle fait un état des lieux de l'emploi du secteur de l'animation en France. Elle dresse également un bilan de l'ensemble des aides du CNC au secteur de l'animation.

Synthèse

A l'occasion du Festival international du film d'animation d'Annecy, le CNC publie pour la huitième année consécutive une étude sur le marché de l'animation. Cette étude dresse une analyse complète et approfondie de la production et de la diffusion (salles de cinéma, télévision, télévision de rattrapage, vidéo, vidéo à la demande (VàD) et exportation) des œuvres d'animation, qu'elles soient cinématographiques ou audiovisuelles.

En 2015, la production de 3 films français d'animation a été engagée

En 2015, trois films ont été agréés dont une production 100 % française pour 21,8 M€ de devis. Le devis moyen par film est de 7,3 M€. Les apports étrangers couvrent 29,7 % du devis total des films d'animation agréés dans l'année, les mandats de distribution 9,6 % et les chaînes de télévision 23,5 %. En moyenne, sur la période 2006-2015, 19,3 % des dépenses de production d'animation ont été réalisées à l'étranger.

L'offre de films d'animation en salles reste élevée

En 2015, 34 films inédits d'animation font l'objet d'une exploitation en salles (29 en 2014) et 14 films sont disponibles en 3D, soit 41,2 % des films d'animation inédits. L'animation génère en moyenne davantage d'entrées par film que les autres genres. En 2015, 29,4 % des films inédits d'animation réalisent plus d'un million d'entrées, contre 6,6 % de l'ensemble des films inédits. Les films d'animation représentent 5,2 % des films inédits sortis en 2015. Ils génèrent 16,4 % des entrées de l'ensemble de ces films et 14,8 % des recettes.

Les longs métrages d'animation bénéficient d'une large exposition en salles

Les films d'animation bénéficient à la fois d'importants frais d'édition et de larges combinaisons de sortie. La part des films d'animation inédits sortis en salles en 2015 et ayant fait l'objet d'une campagne publicitaire sur au moins un des cinq grands médias s'élève à 92,2 % (77,8 % tous genres confondus). En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé d'un film d'animation s'élève à 2,5 M€ en 2015, contre 1,1 M€ tous genres confondus. En 2015, un film d'animation inédit est distribué en moyenne dans 338 établissements en première semaine, contre 136 établissements tous genres confondus.

Succès des films français d'animation

En 2015, la fréquentation des films inédits d'animation augmente de 27,7 % à 29,8 millions d'entrées. L'offre de films d'animation français demeure riche avec 11 films en 2015 et leur fréquentation progresse de 10,9 % à 5,6 millions. La part de marché des films français d'animation atteint 18,8 %, celle des films américains 70,7 %. La bonne performance des films français d'animation est portée par le succès de *Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père* (2,4 millions d'entrées) et *le Petit Prince* (1,9 million). La progression des entrées des films d'animation s'accompagne d'une augmentation des recettes (+30,9 %) à 177,9 M€. La recette moyenne par entrée TTC pour les films d'animation de 2015 progresse de 2,5 % à 5,98 € (5,85 € TTC pour les films d'animation français et 6,07 € pour les films d'animation américains).

Le public des films d'animation est diversifié

Le public des films d'animation est composé presque à parts égales d'enfants (41,3 % de 3-14 ans en 2015) et d'adultes (30,8 % de 25-49 ans et 13,4 % de 50 ans et plus). En général, chaque enfant est accompagné par un adulte pour une séance de cinéma. Les femmes composent plus de la moitié du public des films d'animation (55,4 % en 2015).

La production de programmes audiovisuels d'animation progresse

En 2015, la production de programmes audiovisuels d'animation progresse de 9,7 % à 285 heures, pour un devis total de 180,8 M€ (+1,5 %). Le coût horaire de l'animation diminue de 7,5 %, à 633,7 K€. Le volume annuel moyen de production d'animation s'établit à 316 heures au cours des dix dernières années (2006–2015). L'apport du CNC est en progression de 11,2 % à 37,1 M€ et couvre 20,5 % des devis. Les apports étrangers diminuent de 4,4 % et représentent 24,1 % du financement des programmes d'animation.

L'offre d'animation à la télévision demeure majoritairement française

L'offre d'animation diffusée sur l'ensemble des chaînes de la TNT est majoritairement composée de programmes français. En 2015, l'animation française représente 45,0 % du volume horaire total, l'animation américaine 32,6 %, l'animation européenne extranationale 10,0 %. Les programmes d'autres nationalités composent 12,3 % de l'offre d'animation en 2015.

Une offre télévisuelle d'animation particulièrement appréciée des jeunes

En 2015, l'animation représente 21,2 % de la consommation des 4-10 ans soit 146 heures, 9,3 % de celle des 11-14 ans soit 60 heures et 2,7 % des 4 ans et plus soit 36 heures alors que le genre constitue 6,5 % de l'offre totale des chaînes.

Près de 14 000 heures de programmes d'animation sont diffusées sur les chaînes de la TNT

En 2015, le volume d'animation diffusé sur les chaînes nationales s'établit à 13 925 heures dont 13 468 heures d'animation audiovisuelle et 456 heures de films d'animation. 75,3 % de l'offre est diffusée sur les chaînes TNT/TNT HD, contre 24,7 % sur les chaînes historiques. En 2015, 45,8 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales est diffusée en période de vacances solaires et 41,7 % avant 8h30.

En 2015, deux fois plus de programmes jeunesse consommés en télévision de rattrapage

En 2015, l'offre de programmes d'animation en télévision de rattrapage sur internet des chaînes nationales gratuites s'établit à 683 heures par mois. L'animation représente 4,0 % de l'offre de programmes mise à disposition en TVR sur internet. Les principales offres sont proposées par France 4, Gulli et France 3. La consommation de programmes d'animation en TVR double, passant de 0,6 milliard en 2014 à 1,2 milliard en 2015. Les programmes jeunesse enregistrent la plus forte croissance du nombre de vidéos vues en ligne (+92,2 % par rapport à 2014).

Le secteur de l'animation en France emploie plus de 5 000 personnes

En 2014, près de 5 300 salariés sont déclarés dans le secteur de la production de films d'animation et d'effets visuels soit une progression de 26,2 % en dix ans. La masse salariale demeure à un niveau élevé avec près de 100 M€ (99,6 M€ en 2014). Le recours aux CDD d'usage est très fréquent, il représente plus de 80 % des salariés déclarés dans ce secteur. Les effectifs sont à majorité composés d'hommes. Ces derniers représentent 54,9 % des salariés en CDI et CDD de droit commun et 70,0 % des CDDU. Les individus travaillant dans le secteur de l'animation et des effets visuels sont jeunes. En 2014, l'âge moyen des salariés en CDI est de 38 ans, celui des salariés en CDD de 32 ans et celui de ceux en CDDU de 35 ans.

Les ventes en vidéo physique des films d'animation baissent

Dans un contexte de baisse générale des ventes (-12,2 % pour les films cinématographiques par rapport à 2014), les recettes des films d'animation diminuent de 21,0 % à 75,6 M€. Les films français d'animation voient leurs recettes doublées en 2015 à 9,3 M€ avec le succès notamment d'*Astérix : le domaine des dieux*. En 2015, les longs métrages d'animation réalisent 18,0 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo physique.

L'animation française rencontre de réels succès à l'exportation

En 2014, les ventes de programmes audiovisuels d'animation français à l'étranger constituent le premier genre audiovisuel à l'exportation avec 45,0 M€. La part du genre atteint 29,3 % des ventes totales de programmes audiovisuels en 2014. Les principaux territoires d'exportation des programmes audiovisuels d'animation sont l'Europe de l'Ouest (avec une part à 59,6 %), l'Asie-Océanie (44,2 %), l'Amérique du Nord (12,8 %) et l'Europe centrale et orientale (5,1 %). Les préfinancements étrangers dans la production française de programmes audiovisuels d'animation diminuent de 4,4 % à 43,7 M€ en 2015.

En 2015, 8 films d'animation français inédits sont sortis en salles à l'international et 38 films sont exploités dans les salles étrangères. Les longs métrages d'animation français réalisent 21,2 millions d'entrées à l'étranger en 2015, un record et 5,7 fois plus qu'en 2014. Ce résultat s'explique notamment par les succès des films *le Petit Prince* avec 15,1 millions d'entrées et *Astérix : le domaine des dieux* avec 3,1 millions d'entrées. Sur la période 2006-2015, les films d'animation français cumulent 51,2 % de leurs entrées à l'étranger. 15 films français d'animation franchissent le seuil d'un million d'entrées réalisées à l'étranger sur la décennie.

1. Cinéma

L'animation en 2015 :

La production française de longs métrages d'animation



3 films produits
1,0 % des films agréés



21,9 M€ investis
1,8 % du total



6,5 M€ d'apports étrangers
29,7 % des devis des films

La distribution de films d'animation



34 films en première exclusivité
5,2 % de l'offre totale



14 films projetés en 3D
37,8 % de l'offre totale 3D



338 cinémas en 1^{ère} semaine
136 cinémas tous films confondus

Les résultats des films d'animation en salles



29,3 millions
d'entrées



177,9 M€
de recettes



5,98 €
en moyenne par
entrée



Le public des films d'animation

3-14 ans



41,3 %

15-24 ans



14,6 %

25-49 ans



30,8 %

50 ans et plus



13,4 %

1.1. La production française de longs métrages d'animation

Cette partie analyse le financement et les coûts de production des films français d'animation agréés par le CNC.

Les films d'animation agréés

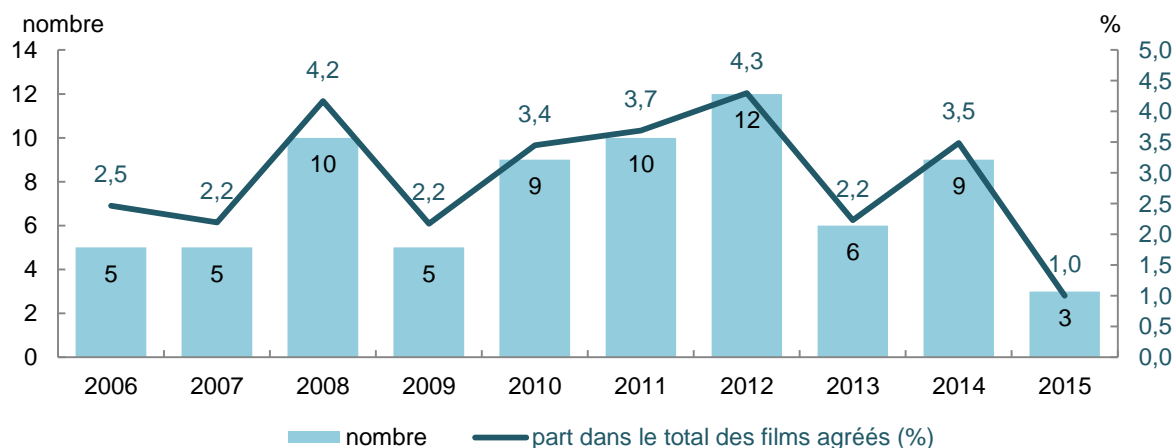
L'analyse de la production des films français d'animation s'appuie sur les œuvres ayant reçu l'agrément du CNC entre 2006 et 2015. Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes et les films dits « sauvages » (sans financement encadré ni soutien financier de l'État) dont la production n'est pas terminée sont exclus de cette analyse.

Le nombre de films agréés

Entre 2006 et 2015, 74 films d'animation ont été agréés, soit 2,9 % de l'ensemble des films agréés, tous genres confondus.

Trois films d'animation sont agréés en 2015, soit six titres de moins qu'en 2014. Il s'agit du niveau le plus bas de la décennie. Ces trois films d'animation sont tous d'initiative française. Deux films d'animation agréés en 2015 sont des premiers films.

Nombre de longs métrages d'animation agréés



Source : CNC.

Parmi les trois films d'animation agréés en 2015, une production est 100 % française. Les deux autres films sont des coproductions internationales, tous d'initiative française. La production de ces trois films d'animation a engagé deux pays différents : la France et le Canada.

Longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015 (1/2)

Agrément	titre	réalisateur	coproduction ¹	devis (M€)
2015	Sahara	CORE Pierre	Fr-53 / Can-47	12,2
2015	Dofus, livre 1 : Julith	ROUX Anthony / DENIS Jean-Jacques	Fr-100	6,5
2015	Louise en hiver	LAGUIONIE Jean-François	Fr-75 / Can-25	3,1
2014	Véritable Histoire des petits rats de l'Opéra (La)	SUMMER Eric / WARIN Eric	Can-77 / Fr-23	26,9
2014	Mune, le gardien de la lune	PHILIPPON Benoît / HEBOYAN Alexandre	Fr-100	14,1
2014	The Red Turtle	DUDOK DE WIT Michael	Fr-90 / Belg-10	10,4
2014	Tout en haut du monde	CHAYE Remi	Fr-100	6,1
2014	Ma vie de courgette	BARRAS Claude	Suisse-50 / Fr-50	5,3
2014	Adama	ROUBY Simon	Fr-100	3,7
2014	Cafard	BULTHEEL Jan	Belg-69 / Fr-21 / Pays-Bas-10	2,9
2014	Montagne magique (La)	DAMIAN Anca	Roum-55 / Pol-29 / Fr-16	0,9
2014	Conversation animée avec Noam Chomsky	GONDRY Michel	Fr-100	0,4
2013	Petit Prince (Le)	OSBORNE Mark	Fr-100	59,6
2013	Avril et le monde truqué	EKINCI Franck / DESMARES Christian	Fr-68 / Can-18 / Belg-13	9,2
2013	Gus - petit oiseau, grand voyage	MONFERY Dominique / DE VITA Christian	Fr-100	8,7
2013	Iqbal, histoire d'un enfant qui n'avait pas peur	PAYAMI Babak / FUZELLIER Michel	It-52 / Can-28 / Fr-20	6,4
2013	Blessent mon cœur	VUONG Pascal	Fr-100	3,6
2013	Moomins sur la rivière (Les)	PICARD Xavier / HEMILA Hanna	Fin-70 / Fr-30	3,6
2012	Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père	DEBBOUZE Jamel	Fr-90 / It-10	31,8
2012	Astérix et le domaine des dieux	CLICHY Louis / ASTIER Alexandre	Fr-85 / Belg-15	31,0
2012	Sammy 2	STASSEN Ben / KESTELOOT Vincent	Belg-70 / Fr-20 / It-10	25,0
2012	Minuscule, la vallée des fourmis perdues	GIRAUD Héléne / SZABO Thomas	Fr-80 / Belg-20	10,2
2012	108 rois-démons	MORELLI Pascal	Fr-28 / Lux-26 / Belg-23 / Chine-21	10,0
2012	Loulou l'incroyable secret	OMOND Eric	Fr-82 / Belg-18	7,3
2012	Chant de la mer (Le)	MOORE Tomm	Irl-37 / Lux-22 / Belg-17 / Fr-11 / Dan-11	5,3
2012	Apprenti Père Noël et le flocon magique (L')	VINCIGUERRA Luc	Fr-100	4,6
2012	Phantom boy	FELICIOLI Jean-Loup / GAGNOL Alain	Fr-90 / Belg-10	4,0
2012	Oggy et les cafards	JEAN MARIE Olivier	Fr-100	4,0
2012	Ma maman est en Amérique, elle a rencontré Buffalo Bill	BOREAL Marc / CHATEL Thibaut	Fr-89 / Lux-11	3,7
2012	Jasmine	UGHETTO Alain	Fr-100	0,7
2011	Magasin des suicides (Le)	LECONTE Patrice	Fr-57 / Can-22 / Belg-20	11,6
2011	Cendrillon au Far West	HÉROLD Pascal	Fr-80 / Belg-20	10,8
2011	Congrès (Le)	FOLMAN Ari	All-36 / Lux-16 / Fr-15 / Pol-12 / Belg-11 / Israël-10	8,7
2011	Pinocchio	D'ALO Enzo	It -50 / Lux-30 / Belg-10 / Fr-10	7,4
2011	Tante Hilda !	GIRERD Jacques-Rémy / CHIEUX Benoît	Fr-89 / Lux-10	7,3
2011	Kirikou et les hommes et les femmes	OCELOT Michel	Fr-100	6,9
2011	Blackie & Kanuto	NIELSEN Francis	Es -49 / Fr-32 / It-18	6,3
2011	Princesse lillifée et la licorne (La)	NIEBUHR Ansgar	All-70 / Fr-20 / Hong-10	4,7
2011	Jean de la lune	SCHESCH Stephan	All-67 / Fr-21 / Irl-11	4,2

¹All = Allemagne / Belg = Belgique / Can = Canada / Dan = Danemark / Es = Espagne / Fin = Finlande / Fr = France / GB = Grande Bretagne / Hong = Hongrie / Irl = Irlande / It = Italie / Lux = Luxembourg / Pol = Pologne / Roum = Roumanie
Source : CNC.

Longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015 (2/2)

Agrément	titre	réalisateur	coproduction ¹	devis (M€)
2011	Emilie jolie	NIELSEN Francis / CHATEL Philippe	Fr-100	3,9
2010	Un monstre à Paris	BERGERON Eric	Fr-100	28,2
2010	Jack et la mécanique du cœur	MALZIEU Mathias / BERLA Stephane	Fr-100	19,6
2010	Ernest et Célestine	AUBIER Stéphane / PATAR Vincent / RENNER Benjamin	Fr-70 / Belg-17 / Lux-13	9,2
2010	Zarafa	BEZANCON Remi / LIE Jean-Christophe	Fr-100	8,5
2010	Aya de yopougon	ABOUET Marguerite / OUBRIERE Clement	Fr-100	6,9
2010	Jour des corneilles (Le)	DESSAINT Jean-Christophe	Fr-65 / Lux-15 / Can-10 / Belg-10	6,6
2010	Apprenti Père Noël (L')	VINCIGUERRA Luc	Fr-64 / Australie -36	5,3
2010	Tableau (Le)	LAGUIONIE Jean-François	Fr-80 / Belg-20	4,3
2010	Couleur de peau : miel	BOILEAU Laurent / HENIN Jung	Fr-64 / Belg-36	4,0
2009	Titeuf, le film	CHAPUIS Philippe	Fr-90 / Suisse-10	15,0
2009	Chat du rabbin (Le)	SFAR Joann / DELESVAUX Antoine	Fr-100	12,5
2009	Marchand de sable (Le)	MOLLER Jesper	All-80 / Fr-20	8,9
2009	Totally spies ! le film	JARDIN Pascal	Fr-90 / It-10	5,6
2009	Sea rex	VUONG Pascal / CHAPALAIN Ronan	Fr-100	5,1
2008	Arthur et la guerre des deux mondes	BESSON Luc	Fr-100	68,8
2008	Arthur et la vengeance de Maltazard	BESSON Luc	Fr-100	63,2
2008	The Prodigies	CHARREYRON Antoine	Fr-53 / Belg-23 / Lux-22	21,5
2008	Igor	LEONDIS Anthony	Fr-100	11,8
2008	Yona la légende de l'oiseau-sans-aile	RINTARO	Fr-100	9,0
2008	Jasper, pingouin explorateur	FINGBERG Eckart	All-55 / Fr-25 / Roum-20	8,1
2008	Lascars (Les)	PEREIRA-LAZARO Albert / KLOTZ Emmanuel	Fr-80 / All-20	7,5
2008	Une vie de chat	GAGNOL Alain / FELICIOLI Jean-Loup	Fr-86 / Belg-13	5,0
2008	Kerity, la maison des contes	HEIDSIECK Henri / MONFERY Dominique	Fr-78 / It-21	3,3
2008	Allez, raconte !	ROGER Jean-Christophe	Fr-81 / Lux-18	2,9
2007	Illusionniste (L')	CHOMET Sylvain	GB-80 / Fr-20	16,3
2007	Veritable Histoire du chat botté (La)	DESCHAMPS Jérôme / HÉROLD Pascal	Fr-70 / Belg-20 / Suisse-10	10,1
2007	3 amis mènent l'enquête	LOESER Tony / MOLLER Jesper	All-64 / Fr-22 / It-14	7,3
2007	Panique au village	AUBIER Stéphane / PATAR Vincent	Belg-55 / Fr-30 / Lux-14	3,5
2007	Petit Roi Macius (Le)	SANDOR Jesse	All-56 / Fr-29 / Pol-14	3,0
2006	Max & co	GUILLAUME Frédéric / GUILLAUME Samuel	Suisse-42 / GB-25 / Belg-16 / Fr-16	14,0
2006	Tous à l'ouest	JEAN MARIE Olivier	Fr-100	11,7
2006	Chasseurs de dragons	HEMMEN François / IVERNEL Guillaume	Fr-57 / Lux-23 / All-20	10,3
2006	Nocturna la nuit magique	GARCIA Adria / MALDONADO Victor	Es-75 / Fr-24	8,0
2006	Peur(s) du noir	BERBERIAN Charles / CABAUD Marie-Pierre / DI SCIULLO Pierre / DUPUY Philippe / HINCKER Christian / MacGUIRE Richard / MATTOTI Lorenzo	Fr-80 / Belg-20	3,8

¹All = Allemagne / Belg = Belgique / Can = Canada / Dan = Danemark / Es = Espagne / Fin = Finlande / Fr = France / GB = Grande Bretagne / Hong = Hongrie / Irl = Irlande / It = Italie / Lux = Luxembourg / Pol = Pologne / Roum = Roumanie

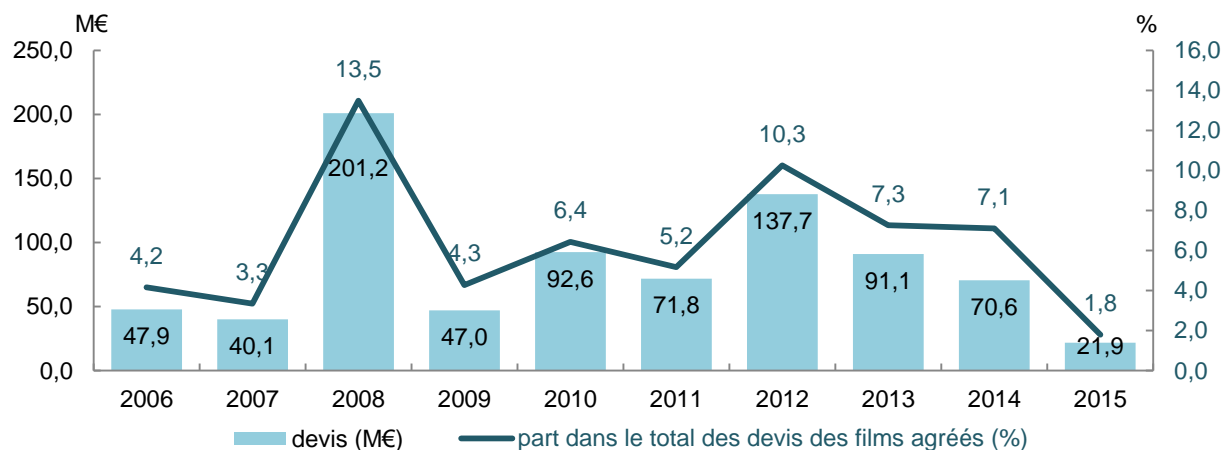
Source : CNC.

Les devis des films agréés

Le total des devis des longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015 s'élève à 821,8 M€. L'animation concentre 6,5 % des investissements réalisés dans la production cinématographique française sur la période, tous genres confondus.

L'ensemble des devis des films d'animation agréés en 2015 s'élève à 21,9 M€. Ce montant est en net recul par rapport à 2014 (-69,0 %), en raison d'une baisse sensible du nombre de films d'animation agréés en 2015 (-66,7 %).

Devis des longs métrages d'animation agréés

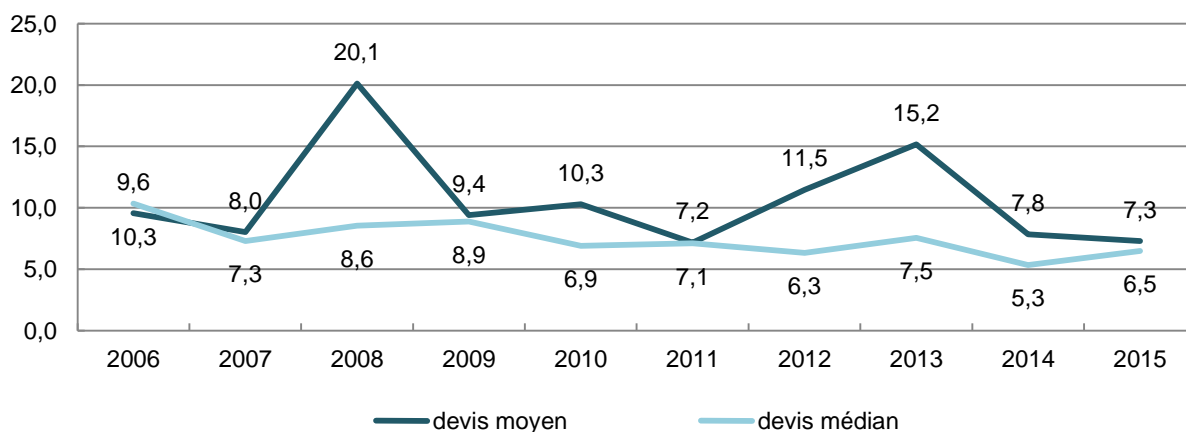


Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, le devis moyen (total des devis / nombre de films) des films d'animation s'établit à 11,1 M€. La production de films d'animation mobilise des devis, en moyenne, beaucoup plus importants que les films de fiction (5,4 M€ sur la période) ou les documentaires (1,1 M€ sur la période).

En 2015, le devis moyen des films d'animation est de 7,3 M€. Le devis médian (montant pour lequel 50 % des films présentent un devis supérieur et 50 % des films un devis inférieur) des films d'animation agréés en 2015 s'élève à 6,5 M€.

Devis moyen et devis médian des longs métrages d'animation agréés (M€)



Source : CNC.

Parmi les films d'animation agréés entre 2006 et 2015, 12 œuvres affichent un devis supérieur ou égal à 15 M€. Les trois films présentant les devis les plus élevés sur la période sont : *Arthur et la guerre des deux mondes* de Luc Besson agréé en 2008 (68,8 M€), *Arthur et la vengeance de Maltazard* de Luc Besson agréé en 2008 (63,2 M€) et *le Petit Prince* de Mark Osborne agréé en 2013 (59,6 M€). 13 films présentent un devis compris entre 10 M€ et 15 M€. Un tiers (33,8 %) des films d'animation agréés au cours des dix dernières années affichent ainsi un devis supérieur ou égal à 10 M€.

36,5 % ont un devis compris entre 5 M€ et 10 M€ (27 films) et 25,7 % un devis compris entre 1 M€ et 5 M€ (19 films). Trois films affichent un devis inférieur à 1 M€ : *la Montagne magique* d'Anca Damian agréé en 2014 (865,4 K€), *Jasmine* d'Alain Ughetto agréé en 2012 (714,6 K€) et *Conversation animée avec Noam Chomsky* de Michel Gondry agréé en 2014 (354,4 K€)

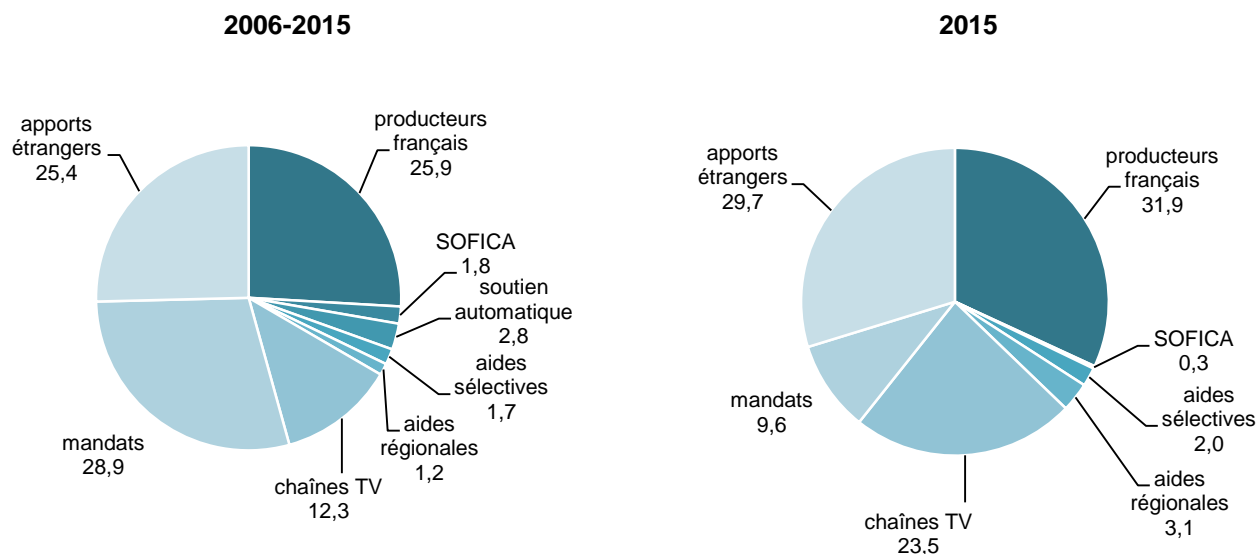
Le financement des longs métrages agréés

La structure du financement des longs métrages d'animation agréés varie fortement selon les années et les films concernés. Sur l'ensemble de la période 2006-2015, les mandats d'exploitation (en salles, en vidéo, à l'étranger) sont la première source de financement des films d'animation agréés, représentant 28,9 % du total des devis (30,9 % en prenant en compte la part étrangère des mandats étrangers).

En dépit de fortes variations annuelles, la part des apports étrangers en coproduction dans le financement de la production d'animation française demeure importante, atteignant 25,4 % des devis de l'ensemble des longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015. Si les variations annuelles des apports étrangers en coproduction s'expliquent par un nombre total de films limité, la présence de partenaires étrangers est privilégiée lors de la production de films d'animation d'envergure. *La Véritable Histoire des petits rats de l'Opéra* d'Eric Summer et Eric Warin agréé en 2014 dont le devis atteint 26,9 M€ est ainsi financé à près de 77 % par des apports étrangers. Ce taux de financement atteint 80 % pour *Sammy 2* de Ben Stassen et Vincent Kesteloot (25,0 M€ de devis) et pour *l'Illusionniste* de Sylvain Chomet agréé en 2007 (16,3 M€ de devis).

Les chaînes de télévision sont également une importante source de financement des longs métrages d'animation, représentant 12,3 % du total des devis des films agréés entre 2006 et 2015.

Répartition du financement des longs métrages d'animation agréés (%)



Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, les SOFICA sont intervenues dans le financement de 32 longs métrages d'animation agréés, pour un montant total de 14,9 M€. L'investissement moyen par film s'établit à 464,8 K€, soit 4,2 % du total des devis des films concernés.

En 2015, les SOFICA investissent dans un long métrage d'animation, *Louise en Hiver* de Jean-François Laguionie, pour 60 000 €. Les SOFICA couvrent 1,9 % du devis du film concerné en 2015.

Financement des longs métrages d'animation agréés (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
apports français	24,9	13,8	181,7	37,9	83,3	38,6	93,8	80,5	43,3	15,4
apports des producteurs français ¹	12,6	5,4	42,4	16,3	41,4	18,7	29,2	25,5	14,4	7,0
apports des SOFICA	0,3	0,2	5,5	1,6	0,9	1,1	3,2	0,8	1,4	0,1
soutien automatique ²	0,1	0,5	7,2	1,0	5,1	0,9	7,6	0,3	0,1	-
aides sélectives	1,4	1,3	1,8	0,2	2,1	2,1	1,4	0,5	2,4	0,4
aides régionales ³	0,6	0,4	1,8	0,2	2,5	0,9	0,6	1,7	0,9	0,7
chaînes TV	5,2	4,5	19,5	6,6	15,1	8,3	24,2	4,5	8,2	5,1
mandats	4,8	1,7	103,5	12,0	16,2	6,5	27,6	47,3	15,9	2,1
apports étrangers	22,9	26,3	19,5	9,2	9,3	33,2	43,9	10,5	27,3	6,5
dont mandat étranger (part étrangère)	0,3	0,5	3,2	0,2	0,4	0,2	2,4	0,1	7,5	1,2
total	47,9	40,1	201,2	47,0	92,6	71,8	137,7	91,1	70,6	21,9

¹ Le poste des apports des producteurs français est calculé par déduction : devis – somme des financements identifiés.

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

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

Source : CNC.

Parmi les 74 longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015, 41 ont mobilisé du soutien automatique pour le financement de leur production, pour un montant total de 36,3 M€. Le montant moyen mobilisé par film s'élève à 886,2 K€ sur la période.

Aucun long métrage d'animation agréé ne mobilise de soutien automatique en 2015.

Entre 2006 et 2015, 34 longs métrages d'animation agréés ont bénéficié de l'aide d'au moins une collectivité territoriale, soit 45,9 % des longs métrages d'animation agréés sur la période. Le montant cumulé versé par les collectivités territoriales entre 2006 et 2015 s'élève à 10,1 M€, soit un apport moyen par film de 298,4 K€.

La couverture des devis des films d'animation agréés entre 2006 et 2015 est assurée à 74,6 % par des financements français et à 25,4 % par des financements étrangers.

Entre 2006 et 2015, 50 longs métrages d'animation agréés ont bénéficié d'un financement étranger, soit 67,6 % des films d'animation agréés sur la période. Parmi ces films, 29 sont des coproductions majoritaires et 21 des coproductions minoritaires.

Sur la période, les financements étrangers représentent un total de 208,7 M€ dont 70,6 M€ ont été investis dans des coproductions majoritaires et 138,1 M€ dans des coproductions minoritaires.

Financement des longs métrages d'animation agréés (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
apports français	52,1	34,5	90,3	80,5	89,9	53,8	68,1	88,4	61,3	70,3
apports des producteurs français ¹	26,4	13,4	21,1	34,7	44,7	26,1	21,2	28,0	20,4	31,9
apports des SOFICA	0,7	0,4	2,7	3,3	0,9	1,6	2,3	0,8	2,0	0,3
soutien automatique ²	0,2	1,2	3,6	2,1	5,5	1,3	5,5	0,3	0,1	-
aides sélectives	2,9	3,1	0,9	0,3	2,3	3,0	1,0	0,6	3,4	2,0
aides régionales ³	1,1	1,0	0,9	0,4	2,7	1,2	0,4	1,8	1,2	3,1
chaînes TV	10,8	11,1	9,7	14,1	16,3	11,6	17,5	4,9	11,6	23,5
mandats	10,0	4,3	51,4	25,5	17,5	9,1	20,0	52,0	22,5	9,6
apports étrangers	47,9	65,5	9,7	19,5	10,1	46,2	31,9	11,6	38,7	29,7
dont mandat étranger (part étrangère)	0,6	1,3	1,6	0,5	0,4	0,2	1,8	0,1	10,6	5,4
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le poste des apports des producteurs français est calculé par déduction : devis – somme des financements identifiés.

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

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

Source : CNC.

Le financement par les chaînes des films agréés

Sur la période 2006-2015, 58 films d'animation agréés ont été financés par au moins une chaîne de télévision (78,4 % de la production d'animation). Les chaînes payantes participent à la production de 54 films d'animation agréés entre 2006 et 2015 (93,1 % des films d'animation financés par au moins une chaîne de télévision), contre 40 pour les chaînes gratuites (69,0 %). La chaîne payante la plus active sur le segment de la production de films d'animation est Canal+ avec 43 longs métrages d'animation financés entre 2006 et 2015. La chaîne publique la plus active est France 3 avec 25 films d'animation financés.

Au global, 43 longs métrages d'animation sont financés par plusieurs chaînes : 17 par deux diffuseurs, 23 par trois diffuseurs et trois par quatre diffuseurs. Il s'agit de *Loulou l'incroyable secret* de Eric Omond agréé en 2012 (Canal+, Ciné+, France 3 et France 4), *Ma maman est*

en Amérique, elle a rencontré *Buffalo Bill* de Marc Boreal et Thibault Chatel agréé en 2012 (Canal+, Ciné+, Canal J et Gulli) et *Sahara* de Pierre Core agréé en 2015 (Canal+, Ciné+, M6 et W9).

36 longs métrages d'animation agréés entre 2006 et 2015 sont financés simultanément par une chaîne payante et une chaîne gratuite. 31 films sont financés par plusieurs chaînes payantes : 29 par deux diffuseurs payants et deux par trois, *Pinocchio* d'Enzo D'Alo agréé en 2011 (TPS, Canal+ et Ciné+) et *Ma maman est en Amérique, elle a rencontré Buffalo Bill* de Marc Boreal et Thibault Chatel agréé en 2012 (Canal+, Ciné+ et Canal J). Trois films sont financés par deux chaînes gratuites : *Loulou l'incroyable secret* de Eric Omond agréé en 2012 (France 3 et France 4), *Astérix et le domaine des dieux* de Louis Clichy et Alexandre Astier agréé en 2012 (M6 et W9) et *Sahara* de Pierre Core agréé en 2015 (Canal+, Ciné+, M6 et W9).

Sur la période 2006-2015, 16 films d'animation agréés ne bénéficient pas de l'apport d'une chaîne de télévision, soit 21,6 % des films d'animation agréés sur la période.

Longs métrages d'animation financés par les chaînes

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	5	4	7	2	8	7	10	2	6	3
Canal+	4	3	5	2	7	6	8	2	4	2
Canal J	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Ciné+	2	1	2	2	5	4	4	1	4	3
OCS	-	-	-	-	1	1	2	-	2	-
TPS	2	1	3	-	-	2	1	-	-	-
chaînes gratuites	2	2	4	2	6	5	8	3	5	3
chaînes publiques	2	2	2	2	6	5	4	1	4	2
France 2	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-
France 3	2	2	1	2	6	4	4	-	3	1
France 4	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
Arte	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1
chaînes privées	-	-	2	-	-	-	4	2	1	1
TF1	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-
M6	-	-	-	-	-	-	2	1	1	1
Gulli	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-
TMC	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-
W9	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1
total	5	4	7	2	9	8	11	3	6	3

Source : CNC.

Les chaînes de télévision ont investi 101,2 M€ dans la production de films d'animation agréés entre 2006 et 2015. Les chaînes payantes cumulent 57,5 % des apports totaux des diffuseurs, contre 42,5 % pour les chaînes gratuites. A 48,7 M€, Canal+ est la chaîne payante pour laquelle l'investissement dans la production d'animation est le plus élevé. Pour les chaînes gratuites, il s'agit de France 3 (20,6 M€).

Sur la période, les chaînes de télévision apportent, en moyenne, 1,7 M€ par film financé. Cet investissement moyen s'élève à 1,1 M€ pour les chaînes payantes et 1,1 M€ également pour les chaînes gratuites. Parmi les chaînes payantes, Canal+ est celle qui dégage l'apport moyen par film le plus élevé (1,1 M€). Parmi les chaînes gratuites, c'est M6 et TF1 qui dégagent l'investissement moyen par film le plus élevé (2,7 M€).

Apports des chaînes dans la production de longs métrages d'animation (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	2,9	2,5	12,7	4,0	10,3	5,1	11,4	2,1	5,0	2,2
Canal+	1,4	2,2	11,6	3,5	8,9	3,9	9,5	1,9	4,1	1,8
Canal J	-	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-
Ciné+	0,1	0,1	0,2	0,5	1,1	0,5	0,7	0,2	0,6	0,4
OCS	-	-	-	-	0,4	0,1	0,6	-	0,3	-
TPS	1,5	0,2	0,9	-	-	0,6	0,6	-	-	-
chaînes gratuites	2,3	2,0	6,9	2,6	4,7	3,3	12,8	2,4	3,2	3,0
chaînes publiques	2,3	2,0	1,6	2,6	4,7	3,3	3,3	0,5	2,1	1,2
France 2	-	-	0,7	-	-	0,4	-	-	-	-
France 3	2,3	2,0	0,9	2,6	4,7	2,9	3,0	-	1,6	0,7
France 4	-	-	-	-	-	-	0,3	-	-	-
Arte	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,5	0,5
chaînes privées	-	-	5,3	-	-	-	9,5	1,9	1,1	1,8
TF1	-	-	5,3	-	-	-	-	-	-	-
M6	-	-	-	-	-	-	9,1	1,8	1,1	1,6
Gulli	-	-	-	-	-	-	0,1	0,1	-	-
TMC	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-
W9	-	-	-	-	-	-	0,2	-	-	0,2
total	5,2	4,5	19,5	6,6	15,1	8,3	24,2	4,5	8,2	5,1

Source : CNC.

En moyenne, les apports des chaînes de télévision couvrent 14,1 % des devis des films d'animation agréés entre 2006 et 2015 financés par au moins un diffuseur. Le taux de couverture atteint 8,4 % pour les chaînes payantes et 7,4 % pour les chaînes gratuites.

Canal+ est la chaîne payante pour laquelle le taux de couverture est le plus élevé (7,8 %), France 3 est la chaîne gratuite pour laquelle le taux de couverture est le plus élevé (8,8 %).

Part des chaînes dans le total des devis des longs métrages d'animation financés (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	6,1	6,6	7,9	14,7	11,7	8,9	9,0	3,0	9,0	10,0
Canal+	3,8	7,4	7,9	12,7	10,6	7,4	8,5	2,8	8,3	11,8
Canal J	-	-	-	-	-	-	0,5	-	-	-
Ciné+	0,6	1,2	1,2	1,9	1,5	1,4	1,4	1,7	1,3	1,7
OCS	-	-	-	-	7,5	2,6	6,0	-	4,5	-
TPS	6,6	2,1	5,9	-	-	5,2	5,9	-	-	-
chaînes gratuites	10,2	7,6	4,7	9,5	6,4	8,0	13,2	3,1	6,2	13,5
chaînes publiques	10,2	7,6	12,4	9,5	6,4	8,0	12,8	5,4	8,2	12,4
France 2	-	-	9,3	-	-	4,0	-	-	-	-
France 3	10,2	7,6	16,8	9,5	6,4	9,0	11,9	-	10,5	10,8
France 4	-	-	-	-	-	-	3,4	-	-	-
Arte	-	-	-	-	-	-	-	5,4	4,8	15,9
chaînes privées	-	-	4,0	-	-	-	13,4	2,8	4,2	14,3
TF1	-	-	4,0	-	-	-	-	-	-	-
M6	-	-	-	-	-	-	14,5	3,0	4,2	12,8
Gulli	-	-	-	-	-	-	2,1	1,2	-	-
TMC	-	-	-	-	-	-	3,0	-	-	-
W9	-	-	-	-	-	-	0,6	-	-	1,5
total	10,8	12,0	12,2	24,1	16,3	13,2	17,6	5,8	14,8	23,5

Source : CNC.

Les films agréés bénéficiaires de l'avance sur recettes

Entre 2006 et 2015, 12 longs métrages d'animation agréés ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation (16,2 % des films d'animation agréés sur la période) pour un montant total de 6,1 M€. Le montant moyen d'avance sur recettes accordé pour un long métrage d'animation est de 505,0 K€. Le montant des avances varie entre 300,0 K€ et 650,0 K€. L'avance sur recettes couvre en moyenne 8,3 % des devis des films d'animation bénéficiaires.

En 2015, un long métrage d'animation bénéficie de l'avance sur recettes avant réalisation à hauteur de 400 000 € : *Louise en hiver* de Jean-François Laguionie.

Longs métrages d'animation agréés bénéficiant de l'avance sur recettes avant réalisation

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nombre de films	2	-	1	-	2	1	2	-	3	1
montant accordé (M€)	0,8	-	0,4	-	1,1	0,6	1,2	-	1,6	0,4

Source : CNC.

Les coûts de production des films agréés

L'analyse des coûts de production des films d'animation est construite à partir des données de l'agrément de production. Elle appréhende les coûts définitifs de production. Les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements, avant tournage, peuvent en effet subir des évolutions non négligeables.

Il convient de rappeler que l'agrément de production est délivré soit lorsque l'entreprise de production a reçu des sommes au titre de l'agrément des investissements pour le tournage du film (il permet ainsi de rendre cet octroi définitif), soit directement au titre de la production d'œuvres cinématographiques achevées, lorsque l'agrément des investissements n'est pas requis. L'analyse qui suit s'appuie uniquement sur les films d'animation d'initiative française, c'est-à-dire financés intégralement ou majoritairement par des investissements français.

L'analyse des coûts de production des films d'animation est limitée par le nombre de films agréés. En effet, 54 films d'initiative française ont reçu un agrément de production sur la période 2006-2015. La taille réduite de l'échantillon ne permet pas de dresser de réelles tendances. Il convient donc d'être prudent dans l'interprétation de ces données.

L'ensemble des dépenses de production des 54 films d'animation d'initiative française agréés entre 2006 et 2015 s'élève à 616,49 M€. Sur les dix années étudiées, les moyens techniques sont le premier poste de dépenses (26,4 % du coût total). Ils sont suivis de très près par le personnel (26,0 %). Viennent ensuite les frais divers (11,9 %). L'interprétation (voix des personnages) représente 12,42 M€ et 2,0 % des coûts totaux de production du genre sur la période 2006-2015.

Coûts de production des films d'animation agréés entre 2006 et 2015

	dépenses (M€)	dépenses (%)	coût moyen par film (M€)
rémunérations	249,24	40,4	4,62
droits artistiques	33,69	5,5	0,62
personnel ¹	160,04	26,0	2,96
interprétation	12,42	2,0	0,23
charges sociales	43,08	7,0	0,80
technique	173,19	28,1	3,21
moyens techniques	162,81	26,4	3,01
pellicules-laboratoires	10,39	1,7	0,19
tournage	194,06	31,5	3,59
sous-traitance	63,84	10,4	1,18
transports, défraiements, régie	20,61	3,3	0,38
assurances et divers	36,18	5,9	0,67
divers ²	73,44	11,9	1,36
total	616,49	100,0	11,42

¹ Pour les films d'animation, la rémunération des producteurs est incluse dans le poste « personnel ».

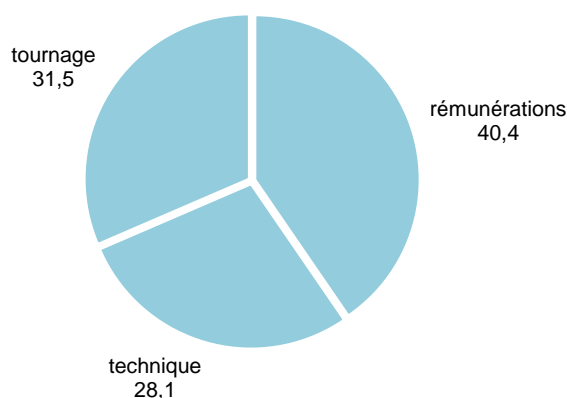
² Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF d'animation (54 films sur la période 2006-2015).

Source : CNC

Globalement, la structure des coûts de production des films d'animation présente des spécificités par rapport à celle des films de fiction. Sur l'ensemble de la période (2006-2015), les rémunérations captent moins de la moitié (40,4 %) des dépenses, contre 57,5 % en moyenne pour la fiction, les frais de tournage 31,5 % (29,8 % pour la fiction) et les frais techniques 28,1 % (12,8 % pour la fiction).

Principaux postes de production des films d'animation (2006-2015) (%)



Base FIF (animation) : 54 films (2006-2015).

Source : CNC

Compte tenu du caractère international du genre, la délocalisation des dépenses demeure plus prononcée pour l'animation que pour la fiction ou le documentaire. En moyenne, 19,3 % des dépenses de production d'animation ont été réalisées à l'étranger sur la période 2006-2015, contre 17,1 % pour les fictions et 17,7 % pour les documentaires. Par définition, le poste « sous-traitance » est celui pour lequel les dépenses sont majoritairement effectuées à l'étranger. En moyenne, 42,6 % des dépenses des films d'animation sur ce poste ont été délocalisées entre 2006 et 2015. Par ailleurs, 19,6 % des dépenses d'« assurances et

divers » et 16,3 % des coûts de personnel ont été effectués hors de France sur la période d'étude. A l'inverse, le poste « charges sociales » reste très largement localisé en France (98,0 %).

Dépenses de production effectuées en France et à l'étranger pour les films d'animation agréés entre 2006 et 2015

	France		étranger		total (M€)
	(M€)	(%)	(M€)	(%)	
droits artistiques	29,54	87,7	4,15	12,3	33,69
personnel	133,94	83,7	26,10	16,3	160,04
interprétation	10,96	88,2	1,47	11,8	12,42
charges sociales	42,23	98,0	0,85	2,0	43,08
moyens techniques	134,89	82,9	27,91	17,1	162,81
pellicules-laboratoires	9,30	89,5	1,09	10,5	10,39
sous-traitance	36,65	57,4	27,19	42,6	63,84
transports, défraiements, régie	17,41	84,5	3,20	15,5	20,61
assurances et divers	29,10	80,4	7,08	19,6	36,18
divers	53,55	72,9	19,88	27,1	73,44
total	497,57	80,7	118,92	19,3	616,49

¹ Pour les films d'animation, la rémunération des producteurs est incluse dans le poste « personnel ».

² Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF d'animation (53 films Sur la période 2006-2015).

Source : CNC

Entre 2006 et 2015, 43 films d'animation d'initiative française ont bénéficié du crédit d'impôt. Le montant total de crédit d'impôt alloué s'élève à 32,43 M€, soit 754 121 € par film en moyenne. Sur la période 2006-2015, le crédit d'impôt représente en moyenne 5,8 % du coût total des films d'animation bénéficiaires.

1.2. La distribution

Dans cette partie, sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages en première exclusivité en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe ainsi les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale nationale.

Le nombre de films

Entre 2006 et 2015, 296 films d'animation inédits sont sortis sur les écrans français, soit 4,9 % de l'ensemble des films sortis sur la période. Parmi ces 296 films d'animation figurent 77 films français, 107 films américains, 55 films européens non français et 57 films d'autres nationalités.

En 2015, 34 films d'animation, soit cinq films de plus qu'en 2014, font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit 5,2 % de l'ensemble des films inédits sortis en salles. Cette hausse concerne essentiellement les films français (cinq films de plus). Avec un titre supplémentaire par rapport à 2014, le nombre d'œuvres européennes non françaises s'établit à cinq films en 2015. Sept films sont non européens et non américains (comme en 2014) et 11 films sont américains (un film de moins).

Films d'animation en première exclusivité selon la nationalité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
films français	7	6	5	9	7	8	9	9	6	11	+83,3%
100% français	3	2	1	1	2	4	2	4	2	3	+50,0%
majoritairement français	4	1	3	5	3	3	5	2	3	5	+66,7%
minoritairement français	-	3	1	3	2	1	2	3	1	3	+200,0%
films américains	14	10	6	13	9	12	9	11	12	11	-8,3%
films européens non français¹	4	3	7	5	4	8	8	7	4	5	+25,0%
allemands	1	2	2	1	-	1	-	1	1	3	+200,0%
britanniques	-	-	-	1	1	1	5	-	-	1	-
espagnols	-	-	-	-	2	1	-	2	-	-	-
italiens	-	-	1	-	-	1	-	1	-	-	-
autres films	5	5	4	8	4	6	5	6	7	7	-
japonais	4	4	3	6	2	4	3	4	5	5	-
total	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34	+17,2%

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC.

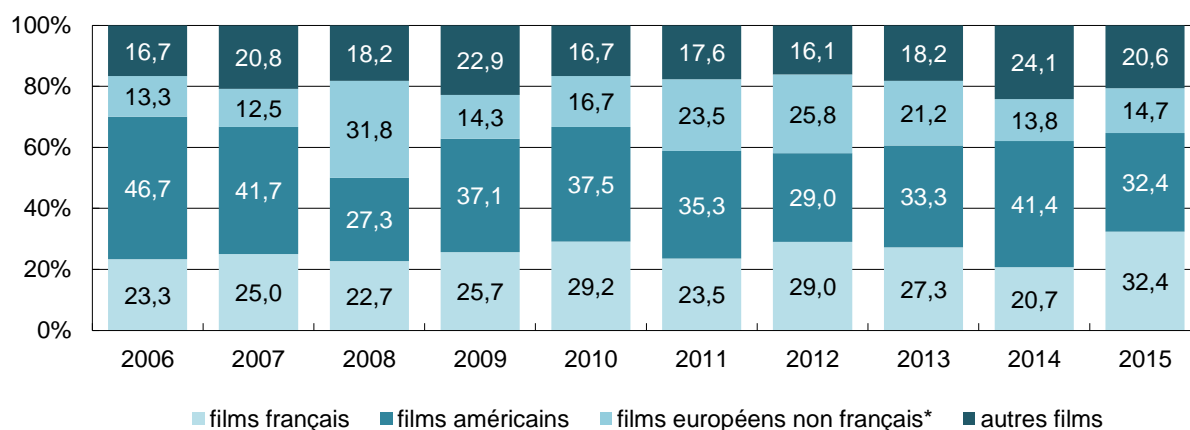
Parmi les 77 films d'animation français sortis en salles entre 2006 et 2015, 31,2 % sont des films 100 % français. Les coproductions majoritaires composent 44,2 % de l'offre de films d'animation français sortis ces dix dernières années et les coproductions minoritaires 24,7 %. Sur la période 2006-2015, les films français représentent 26,0 % de l'offre totale de films d'animation sortis. En 2015, cette part s'établit à 32,4 %.

Entre 2006 et 2015, la part des films américains dans le total des films d'animation sortis en première exclusivité s'élève à 36,1 %. En 2015, les films d'Outre-Atlantique représentent 32,4 % des films d'animation sortis dans l'année.

En moyenne, près de six films d'animation européens non français sortent en première exclusivité sur les écrans français chaque année entre 2006 et 2015, soit 18,6 % de l'offre de films d'animation. L'Allemagne et la Grande-Bretagne sont les pays les plus actifs sur la période avec respectivement 12 films et neuf films d'animation en première exclusivité. En 2015, 14,7 % des films d'animation sortis sont européens non français.

Entre 2006 et 2015, près de six films non européens et non américains sortent en salles chaque année en moyenne. Ils représentent 19,3 % de l'offre de films d'animation. Le Japon assure la majeure partie des sorties. 70,2 % des films d'animation non européens et non américains sortis pour la première fois sur les écrans sur les dix dernières années sont japonais. En 2015, sept films non européens et non américains sortent en première exclusivité, soit 20,6 % des films d'animation de l'année.

Répartition des films d'animation en première exclusivité selon la nationalité (%)

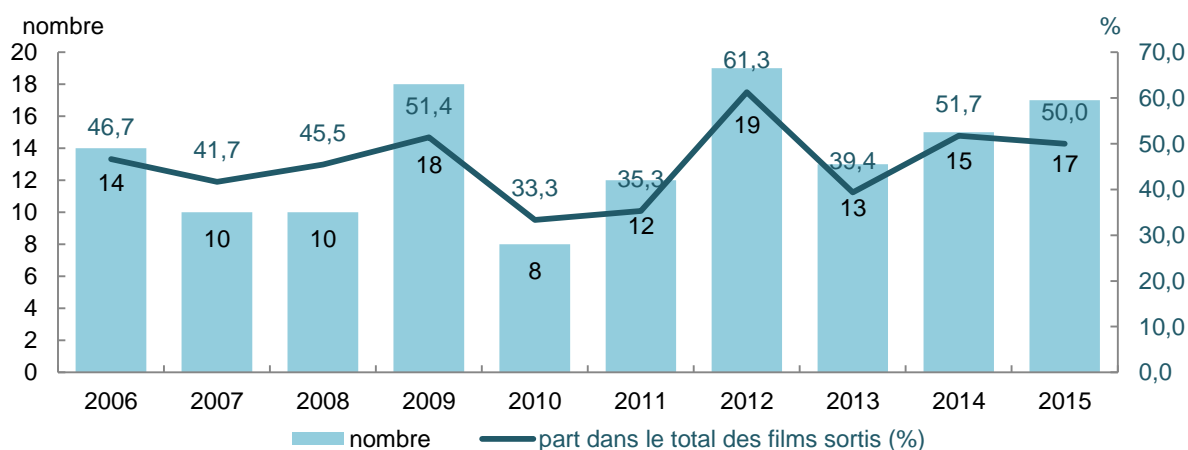


*Europe au sens continental.

Source : CNC.

Sur les dix dernières années, les films recommandés Art et Essai représentent 45,9 % des films d'animation sortis en salles. En 2015, parmi les 34 films d'animation sortis en salles, 17 sont recommandés Art et Essai (50,0 % des films d'animation en première exclusivité).

Films d'animation recommandés Art et Essai en première exclusivité



Source : CNC.

Au total, 47 des 75 films d'animation disponibles en 3D entre 2011 et 2015 sont américains, 16 sont français, huit sont européens non français et quatre sont non européens et non américains. L'animation représente 38,9 % des films disponibles en 3D sur les cinq dernières années. Cette part s'établit à 57,1 % pour les films français, 42,1 % pour les films européens non français, 35,3 % pour les films américains et 30,8 % pour les films non européens et non américains.

La plupart des films d'animation disponibles en 3D dispose de larges combinaisons de sortie. 49 sont projetés dans 500 établissements ou plus en première semaine. A l'inverse, un film sort dans moins de 100 établissements en première semaine : *Blackie et Kanuto* en 2013.

En 2015, 14 films d'animation en première exclusivité sont disponibles en 3D dans les salles de cinéma, soit 41,2 % des films d'animation sortis et 37,8 % des œuvres disponibles en 3D. Pour les films français, la part des films d'animation dans l'offre totale de films disponibles en 3D atteint 66,7 %, contre 34,6 % pour les films américains et 33,3 % pour les films européens non français. Aucun film d'animation non européen et non américain sorti en salles en 2015 n'est disponible en 3D.

Films d'animation en première exclusivité disponibles en 3D selon la nationalité

	2011	2012	2013	2014	2015
films français	5	4	1	2	4
films américains	9	9	10	10	9
films européens non français ¹	3	1	2	1	1
autres films	1	-	2	1	-
total	18	14	15	14	14

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC.

Les combinaisons de sortie

Depuis 2006, 32,8 % des films d'animation sont distribués dans 500 établissements ou plus lors de leur sortie en salles. A l'inverse, 22,0 % sont projetés dans moins de 50 établissements en première semaine.

En 2015, 11 films d'animation inédits sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation, huit sont américains, deux sont français (*Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père* et *le Petit Prince*) et un est britannique (*Shaun le mouton*). Parmi ces titres, un film français (*le Petit Prince*) et un film américain (*les Minions*) sont distribués dans plus de 800 établissements en première semaine. 20,6 % des films d'animation sortent dans 300 à 499 établissements en 2015 et 8,8 % dans 100 à 299 établissements. 13 films (38,2 %) disposent d'une combinaison de sortie plus réduite (moins de 100 établissements) dont sept films sont distribués dans moins de 50 établissements (20,6 %).

Films d'animation en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
moins de 50	8	5	5	8	4	6	9	7	6	7	+16,7%
50 à 99	2	1	3	5	4	3	2	7	2	6	+200,0%
100 à 299	1	3	1	3	2	3	2	2	2	3	+50,0%
300 à 499	7	8	7	10	4	10	7	7	10	7	-30,0%
500 ou plus	12	7	6	9	10	12	11	10	9	11	+22,2%
total	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34	+17,2%

Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, un film d'animation est distribué, en moyenne, dans 346 établissements en première semaine. Un film d'animation français l'est dans 300 établissements, contre 595 pour un film américain, 173 pour un film européen non français et 108 pour un film non européen et non américain.

En 2015, un film d'animation est distribué, en moyenne, dans 338 établissements en première semaine d'exploitation, soit 21 établissements de moins qu'en 2014. En moyenne, un film français est projeté dans 265 établissements en première semaine (108 cinémas de moins par rapport à 2014), un film américain dans 570 établissements (30 cinémas de plus), un film européen non français dans 335 établissements (158 cinémas de plus) et un film non européen et non américain dans 88 établissements (49 cinémas de moins).

A leur sortie, les films d'animation Art et Essai sont programmés dans un nombre de salles près de quatre fois inférieur à celui des films non recommandés. 134 établissements programment les films Art et Essai dès leur sortie en salles sur la période 2006-2015, contre 526 pour les films non recommandés.

Un film d'animation Art et Essai est distribué dans 140 établissements en première semaine en moyenne en 2015 (17 cinémas de moins par rapport à 2014), contre 536 établissements pour un film non recommandé (38 cinémas de moins). Quatre films d'animation Art et Essai sont ainsi projetés dans 200 établissements ou plus en première semaine en 2015 : un film britannique (*Shaun le mouton*) et trois films français (*Mune, le gardien de la lune*, *Gus – petit oiseau, grand voyage* et *Phantom Boy*).

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film d'animation en première exclusivité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nationalité										
films français	418	255	297	277	214	343	368	178	374	265
films américains	526	566	744	537	678	619	619	639	540	570
films européens non français ¹	61	237	185	142	354	187	127	148	178	335
autres films	84	57	66	86	147	149	76	156	136	88
recommandation Art et Essai										
films Art et Essai	132	114	140	134	96	129	171	89	157	140
films non recommandés	570	503	509	498	551	500	585	472	574	536
films d'animation	366	341	342	311	400	369	331	321	358	338
tous genres confondus	138	140	145	141	140	142	134	139	137	136

¹Europe au sens continental.

Source : CNC.

Les distributeurs

Entre 2006 et 2015, 66 distributeurs participent à la sortie des 296 films d'animation inédits sortis en salles. Les dix plus actifs assurent la distribution de 58,1 % de ces films. Gebeka Films, Eurozoom, Twentieth Century Fox et The Walt Disney Company en distribuent plus de 20 chacun et totalisent 31,1 % des films d'animation diffusés pour la première fois en salles entre 2006 et 2015.

Sur ces dix dernières années, The Walt Disney Company prend la tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements sur les films inédits d'animation. La distribution de *Ratatouille* (2007), de *Toy Story 3* (2010), de *Là-haut* (2009) et de *la Reine des neiges* (2014), entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 26,2 % sur la période 2006-2015. Twentieth Century Fox capte 18,8 % des encaissements distributeurs sur les films d'animation en première exclusivité entre 2006 et 2015, grâce notamment aux trois derniers épisodes de *l'Age de glace* (2006, 2009 et 2012) et *les Simpson le film* (2007). Paramount Pictures enregistre également d'excellents résultats avec 16,3 % des encaissements sur les films d'animation sortis entre 2006 et 2015. La société distribue des films ayant rencontré un large succès en salles : les deux derniers épisodes de *Shrek* (2007 et 2010), les deux derniers épisodes de *Madagascar* (2008 et 2012) et *le Chat potté* (2011). EuropaCorp, premier distributeur français du classement, occupe la sixième place avec 5,4 % de part de marché entre 2006 et 2015, grâce notamment à la trilogie *Arthur* (2006, 2009 et 2010) ou *Un monstre à Paris* (2011).

Sur ces dix dernières années, les dix premiers distributeurs réalisent 89,3 % de l'ensemble des encaissements sur les films inédits d'animation. Les cinq premiers en captent 74,5 %.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation en première exclusivité entre 2006 et 2015¹

distributeurs	part de marché (%)	films distribués
1 The Walt Disney Company	26,2	38
2 Twentieth Century Fox	18,8	21
3 Paramount Pictures	16,3	20
4 Sony Pictures Releasing	7,1	9
5 Universal Pictures International	6,1	8
6 EuropaCorp Distribution	5,4	4
7 SND	2,6	8
8 StudioCanal	2,5	10
9 Pathé Distribution	2,2	7
10 Warner Bros Entertainment	2,1	11

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

En 2015, 20 distributeurs participent à la sortie des 34 films d'animation inédits sortis en salles. Les trois premiers distributeurs de films d'animation en termes d'encaissements sont The Walt Disney Company avec 28,9 % de part de marché (*Vice-Versa*, *le Voyage d'Arlo*, *les Nouveaux Héros* et *Clochette et la créature légendaire*), Universal Pictures International avec 22,5 % de part de marché (*les Minions*) et Paramount Pictures (*le Petit Prince*, *Bob l'éponge le film – un héros sort de l'eau* et *Mune, le gardien de la lune*) avec 11,6 % de part

de marché. Ils assurent la distribution de 26,5 % des films d'animation en première exclusivité diffusés en salles en 2015.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation en première exclusivité¹

2015	pdm ² (%)	films distribués	2014	pdm ² (%)	films distribués
1 The Walt Disney Company	28,9	5	1 Twentieth Century Fox	39,5	5
2 Universal Pictures International	22,5	1	2 The Walt Disney Company	16,7	4
3 Paramount Pictures	11,6	3	3 SND	15,2	3
4 Pathé Distribution	8,3	2	4 Warner Bros Entertainment	6,0	1
5 Twentieth Century Fox	7,7	2	5 Le Pacte	5,6	1
6 Sony Pictures Releasing	7,5	1	6 Metropolitan FilmExport	3,1	2
7 StudioCanal	3,6	2	7 StudioCanal	2,4	
8 La Belle Company	3,0	1	8 Sony Pictures Releasing	2,3	1
9 Paradis Films	1,2	1	9 EuropaCorp Distribution	1,9	1
10 Haut et Court Distribution	1,2	1	10 Universal Pictures International	1,8	1

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

Les frais de promotion des films

L'institut Kantar Media pige la publicité sur sept grands médias : affichage, cinéma, presse, radio, télévision, internet et les médias tactiques. En 2015, Kantar Media a modifié le suivi des investissements publicitaires sur internet. Ce changement ne permet pas de restituer des données exhaustives sur ce média. Par conséquent, les investissements publicitaires sur internet sont exclus de cette partie.

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

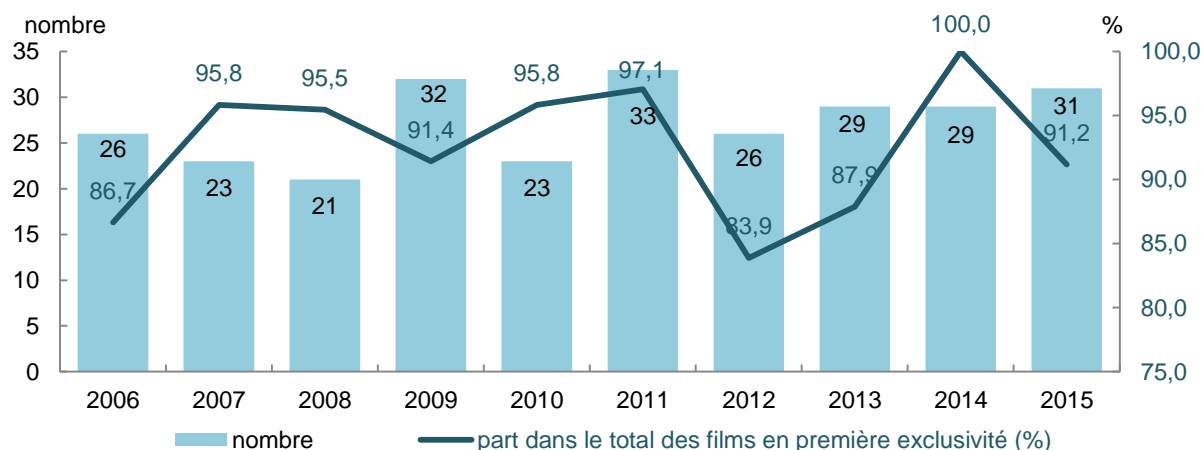
Les données concernant la nationalité des films proviennent du CNC. L'année de référence des tableaux est l'année de sortie en salles des films.

Investissements publicitaires des films

Au cours des dix dernières années, 92,2 % des films d'animation sortis en salles sont présents sur au moins un média (273 sur 296).

Parmi les 34 films d'animation inédits sortis en salles en 2015, 31 titres (91,2 %) font l'objet d'une campagne de publicité sur au moins un des six grands médias. A titre de comparaison, 77,8 % des 654 films inédits sortis en salles en 2015 tous genres confondus font l'objet d'une campagne publicitaire.

Films d'animation ayant fait l'objet d'une campagne publicitaire



Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

En dix ans, les investissements publicitaires bruts en faveur des films d'animation ont doublé, passant de 36,7 M€ en 2006 à 76,7 M€ en 2015, soit le plus haut niveau de la décennie. Sur la période 2006-2015, les investissements totaux consacrés à la promotion des films d'animation s'élèvent à 427,9 M€, soit 12,9 % du total des investissements publicitaires des films sortis sur la période tous genres confondus.

Entre 2006 et 2015, l'affichage est le média de prédilection avec 33,4 % des investissements bruts destinés à la promotion des films d'animation devant le cinéma (28,2 %) et la presse (24,0 %).

Huit films cumulent plus de 5 M€ d'investissements publicitaires bruts tarifés en 2015, contre quatre en 2014 et 20 sur l'ensemble de la période 2006-2015.

Le cinéma est, pour la troisième année consécutive, le premier support de communication publicitaire en termes d'investissements des films d'animation. Avec 26,9 M€, ce média capte 35,1 % des investissements publicitaires bruts consacrés aux films d'animation de 2015 (39,2 % pour les films de 2014 et 17,1 % pour les films de 2006).

La presse est le deuxième média de promotion des films d'animation. Les investissements publicitaires en faveur de ce média s'élèvent à 20,4 M€ pour les films d'animation de 2015. La part de marché de la presse progresse pour s'établir à 26,6 % pour les films de 2015 (24,0 % pour les films de 2014 et 23,8 % pour les films de 2006).

Les investissements publicitaires bruts consacrés à la promotion des films d'animation de 2015 via l'affichage atteignent 14,4 M€, soit une part de marché de 18,8 % (25,9 % pour les films de 2014 et 43,0 % pour les films de 2006).

Investissements publicitaires bruts tarifés en faveur des films d'animation selon le média (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	15,8	10,6	8,2	17,2	11,8	22,7	17,8	11,7	13,0	14,4
cinéma	6,3	5,6	3,7	8,5	9,7	13,0	12,8	14,5	19,7	26,9
média tactique	0,1	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-	-
presse	8,7	3,9	5,7	10,0	9,7	13,7	10,5	8,2	12,0	20,4
radio	5,5	2,9	3,4	6,2	5,4	6,0	3,7	4,5	4,7	11,2
télévision	0,4	0,3	0,3	0,1	0,4	0,7	0,6	0,3	0,8	3,8
total	36,7	23,3	21,4	42,1	36,9	56,0	45,5	39,2	50,2	76,7

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Sur les 273 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 ayant fait l'objet d'une publicité sur au moins un des six grands médias, 266 ont bénéficié d'au moins un encart dans la presse (97,4 %), 204 d'au moins une affiche sur l'espace public (74,7 %), 156 d'au moins un spot radiophonique (57,1 %), 143 d'au moins une annonce en salles de cinéma (52,4 %) et 72 d'au moins un spot télévisuel (26,4 %).

Trois films, tous américains, ont fait l'objet d'une campagne publicitaire sur les six grands médias (1,1 % des films d'animations sortis entre 2006 et 2015 ayant fait l'objet d'une promotion) : *Nos voisins les hommes* (2006), *Souris city* (2006) et *les Simpson le film* (2007). 15,8 % ont bénéficié d'une publicité sur cinq médias, 28,2 % sur quatre médias, 21,2 % sur trois médias, 14,7 % sur deux médias et 19,0 % sur un seul média.

Le média le plus souvent utilisé en 2015 est la presse. 29 films d'animation sortis en 2015 ayant fait l'objet d'une publicité ont bénéficié d'une campagne presse (93,5 %), 21 d'une campagne d'affichage (67,7 %) et 18 d'une campagne en salles de cinéma (58,1 %). La promotion de 17 films s'est fait à la radio (54,8 %). 14 films d'animation de 2015 font l'objet d'une promotion télévisuelle (45,2 %).

Aucun film d'animation sorti en 2015 n'utilise les six grands médias comme support de promotion, huit films en utilise cinq (25,8 % des films d'animation de 2015). 19,4 % font l'objet d'une campagne sur quatre médias, 22,6 % sur trois médias, 12,9 % sur deux médias et 19,4 % sur un seul média.

Films d'animation selon le média

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	22	18	13	21	19	28	22	19	21	21
cinéma	14	10	12	17	10	17	13	15	17	18
média tactique	4	1	1	-	-	-	-	-	-	-
presse	26	22	21	32	22	33	26	26	29	29
radio	19	15	10	16	17	18	13	17	14	17
télévision	7	8	6	8	7	5	5	4	8	14
total	26	23	21	32	23	33	26	29	29	31

Source : CNC – Kantar Média.

Sur les dix dernières années, la promotion d'un film d'animation en première exclusivité atteint 1 567,3 K€ en moyenne (695,4 K€ par film tous genres confondus). L'investissement moyen par film est de 844,1 K€ pour la promotion dans les salles de cinéma, 701,5 K€ pour une campagne d'affichage, 386,2 K€ pour une campagne presse, 342,9 K€ pour une campagne radiophonique et 106,2 K€ pour une campagne télévisuelle.

En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé pour un film d'animation sorti en 2015 s'élève à 2 473,2 K€ (+75,3 % par rapport à 2006 et +43,0 % par rapport à 2014). Les salles de cinéma sont le média sur lequel l'investissement publicitaire moyen par film d'animation est le plus important à 1 494,8 K€. La télévision enregistre la plus forte hausse en termes d'investissement publicitaire moyen par film à 270,9 K€ pour un film d'animation de 2015, contre 97,3 K€ pour un film d'animation de 2014 (soit +178,6 %). Un film cumule plus d'1 M€ d'investissement publicitaire à la télévision en 2015 : *Bob l'éponge, le film – un héros sort de l'eau*. C'est le seul film qui dépasse ce budget sur ce média au cours de la décennie.

Investissement publicitaire moyen par film d'animation selon le média (K€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	716,3	586,4	630,3	820,0	620,9	809,6	810,5	616,5	618,3	685,3
cinéma	448,3	561,6	312,2	499,8	966,2	764,9	987,8	965,9	1 157,3	1 494,8
média tactique	28,0	8,0	64,0	-	-	-	-	-	-	-
presse	335,3	177,9	270,1	311,6	439,6	413,8	404,3	315,9	414,6	702,9
radio	287,5	191,1	336,4	390,3	319,6	335,3	286,2	262,9	335,4	658,5
télévision	50,6	36,6	55,8	18,1	52,4	133,8	120,6	76,5	97,3	270,9
tous films	1 410,8	1 011,0	1 017,9	1 314,9	1 605,7	1 698,0	1 750,3	1 351,4	1 729,5	2 473,2

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Investissements publicitaires selon la nationalité des films

A l'exception d'un film français de 2010 (*Le Petit Roi Macius*), d'un film américain de 2013 (*An Oversimplification of her Beauty*) et d'un film américain de 2015 (*Les Aventures de Mark Twain*), la totalité des films d'animation français et américains sortis en salles ces dix dernières années ont fait l'objet d'une exposition publicitaire sur au moins un des six grands médias.

Sur la période 2006-2015, les films nationaux captent 16,5 % des investissements publicitaires consacrés aux films d'animation, contre 73,5 % pour les films américains, 5,8 % pour les films européens non français et 4,2 % pour les autres films.

Les films américains de 2015 totalisent 68,0 % des investissements publicitaires bruts tarifés consacrés aux films d'animation, contre 20,0 % pour les films français, 6,8 % pour les films européens non français et 5,2 % pour les films non européens et non américains.

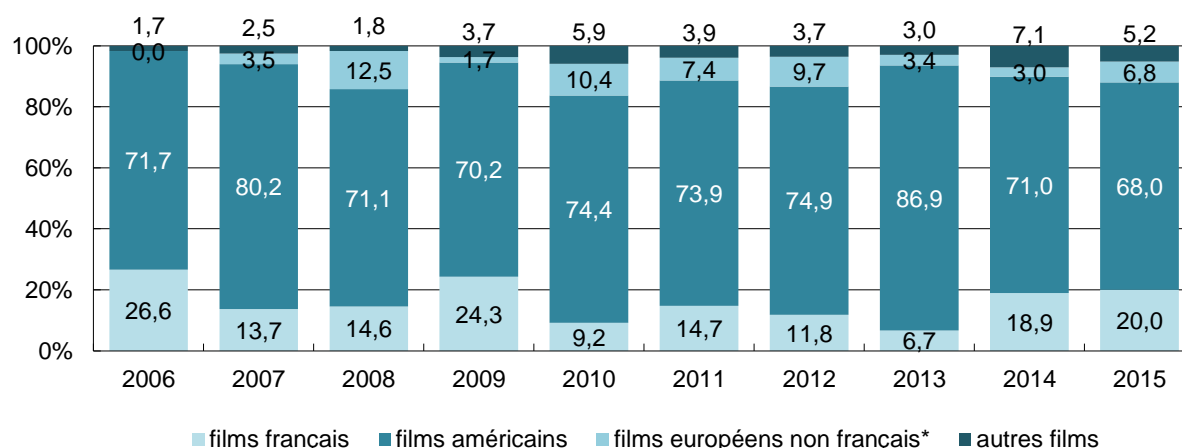
Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité des films d'animation (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films français	9,8	3,2	3,1	10,2	3,4	8,3	5,4	2,6	9,5	15,3
films américains	26,3	18,7	15,2	29,6	27,5	41,4	34,1	34,1	35,6	52,1
films européens non français ¹	0,0	0,8	2,7	0,7	3,8	4,2	4,4	1,3	1,5	5,2
autres films	0,6	0,6	0,4	1,6	2,2	2,2	1,7	1,2	3,6	4,0
total	36,7	23,3	21,4	42,1	36,9	56,0	45,5	39,2	50,2	76,7

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Répartition des investissements publicitaires selon la nationalité des films d'animation (%)



*Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé pour un film d'animation sorti en salles entre 2006 et 2015 s'établit à 1 567,3 K€. Il s'élève à 931,0 K€ pour un film français, 2 994,9 K€ pour un film américain, 602,5 K€ pour un film européen non français et 352,0 K€ pour un film non européen et non américain. L'investissement publicitaire moyen d'un film d'animation américain est ainsi 3,2 fois plus élevé que celui d'un film d'animation français.

En moyenne, les investissements publicitaires pour un film d'animation américain de 2015 sont valorisés 5 211,7 K€ bruts, soit le plus haut niveau de la décennie notamment en raison d'un nombre important de films dont le budget promotionnel dépasse 6 M€ (quatre en 2015, contre un en 2014 et aucun en 2006). Un film d'animation américain de 2015 dispose ainsi d'un budget promotionnel moyen 3,7 fois supérieur à celui d'un film français. La campagne promotionnelle d'un film d'animation français de 2015 est valorisée 1 393,5 K€ en moyenne.

Investissement publicitaire moyen par film d'animation selon la nationalité (K€)

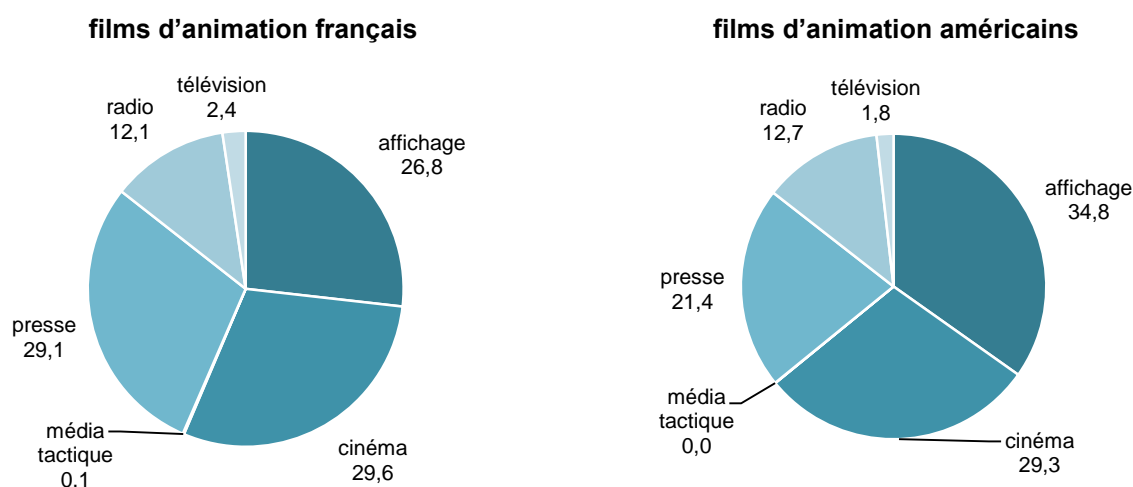
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films français	1 394,6	531,8	623,6	1 136,2	568,5	1 031,3	595,8	291,1	1 581,0	1 393,5
films américains	1 877,6	1 865,1	2 534,7	2 273,4	3 054,2	3 451,1	3 786,9	3 405,7	2 967,6	5 211,7
films européens non français ¹	18,0	273,0	445,3	184,0	960,3	594,7	1 100,0	332,3	375,3	1 306,0
autres films	154,0	148,0	94,3	260,0	547,8	368,0	416,0	197,7	508,3	666,5
tous films	1 410,8	1 011,0	1 017,9	1 314,9	1 605,7	1 698,0	1 750,3	1 351,4	1 729,5	2 473,2

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Entre 2006 et 2015, les investissements publicitaires consacrés à la promotion des films d'animation français atteignent 70,8 M€. Le cinéma capte 29,6 % de ce total, la presse 29,1 % et l'affichage 26,8 %. 314,5 M€ ont été investis dans la publicité des films d'animation américains sur la période 2006-2015. 34,8 % ont été consacrés aux campagnes d'affichage, 29,3 % à la promotion dans les salles de cinéma et 21,4 % aux campagnes presse.

Répartition des investissements publicitaires bruts tarifés selon le média et la nationalité entre 2006 et 2015 (%)



Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Les coûts de distribution des films d'initiative française

Le CNC réalise chaque année une étude sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés. Il convient d'être prudent dans l'analyse des évolutions constatées compte tenu du faible nombre de films d'animation concernés certaines années.

Remarques méthodologiques

Les informations sur les coûts de distribution des films d'animation sont extraites de l'étude du même nom, qui s'appuie sur les données du soutien automatique à la distribution, sur celles de la contribution Canal+ à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des distributeurs de films d'initiative française en salles.

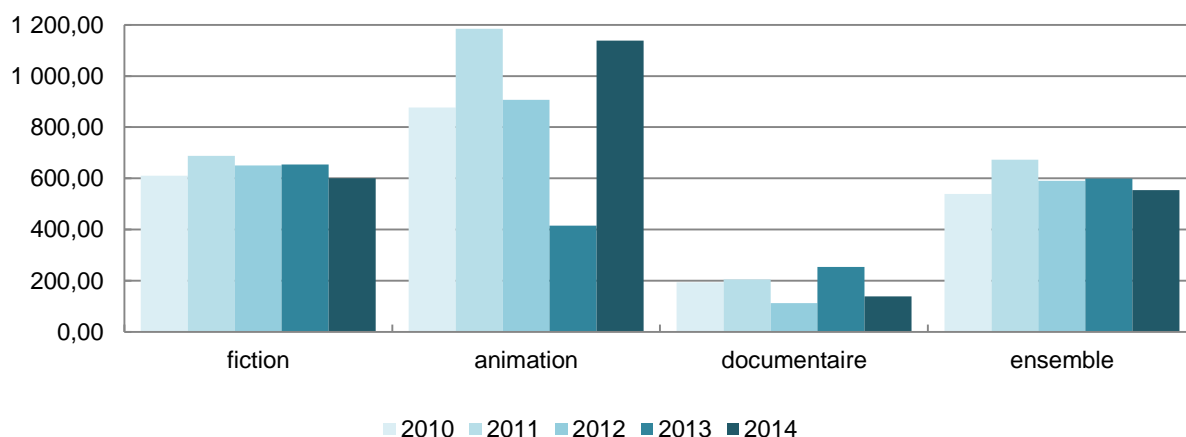
Pour effectuer une analyse homogène des coûts de distribution, ces derniers sont regroupés au sein de quatre catégories :

- *les frais techniques de distribution qui comprennent le tirage de copies (argentiques et numériques), le stockage, le transport de copies et les frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce. Ces frais incluent les dépenses liées à la distribution des films en numérique, notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message). Il a donc été possible, dans cette étude, de réaliser la distinction entre les dépenses liées aux copies argentiques et celles liées aux copies numériques. A partir de 2012, les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques ;*
- *les achats d'espaces publicitaires pour l'affichage, la radio, internet, la presse, le cinéma et la télévision ;*
- *la conception et la fabrication du matériel publicitaire, c'est-à-dire la conception et la fabrication de l'affiche (photos d'exploitation, infographie, frais de fabrication divers), la création et la réalisation de spots radio, de clips vidéo, de sites internet, etc. ;*
- *les frais divers de promotion liés notamment aux relations presse : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festival et de représentation, rémunération de l'attaché de presse, voyages et déplacements, etc.*

Les données sur le nombre de copies sont établies à partir des bordereaux de recettes transmis par les exploitants au CNC. Elles comptabilisent le nombre d'établissements programmés au cours de la première semaine d'exploitation en salles de chaque film. Par commodité, le nombre d'établissements en première semaine sera assimilé au nombre de copies de sortie dans les analyses qui suivent.

Chaque année, l'animation est un genre peu représenté parmi les sorties de films d'initiative française (2,6 % des films en 2014, 3,5 % en 2013). En revanche, elle concentre généralement d'importants frais d'édition (1,1 M€ en moyenne par film au cours des dix dernières années) et de larges combinaisons de sortie (341 copies par film en moyenne entre 2005 et 2014).

Coût moyen de distribution selon le genre des films d'initiative française sortis entre 2010 et 2014 (K€)



Source : CNC.

L'année 2006 fut une année exceptionnelle, non seulement en nombre de titres (sept films), mais également en termes de coût de distribution (1,8 M€ par film en moyenne). Après une année 2013 en baisse, les frais d'édition investis par film d'animation en 2014 progressent de 174,2 % entre 2013 et 2014 et la combinaison moyenne de sortie de 81,7 %.

Coûts de distribution des films d'initiative française

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
films d'animation										
nombre de films sortis	2	7	3	4	6	5	6	7	6	5
nombre de copies ¹	954	2 929	1 024	1 243	2 152	1 408	2 140	2 345	1 269	1 922
coûts de distribution totaux (M€)	3,1	12,8	3,6	3,9	7,9	4,4	7,1	6,3	2,5	5,7
coûts de distribution moyen par film (K€)	1 563,9	1 831,1	1 203,1	975,7	1 322,3	877,1	1 185,0	906,4	415,3	1 138,8
tous films										
nombre de films sortis	150	159	165	170	175	180	162	177	172	190
nombre de copies ¹	27 299	30 420	29 218	31 745	32 272	27 964	30 939	31 757	33 221	35 555
coûts de distribution totaux (M€)	100,5	114,5	106,2	112,9	113,0	97,0	109,1	104,5	103,1	105,3
coûts de distribution moyen par film (K€)	669,9	720,0	643,4	664,1	645,9	539,1	673,3	590,2	599,4	554,3

¹ Copies = établissements programmés en première semaine.

Source : CNC.

La structure des coûts de distribution des films d'animation se caractérise par une part relativement importante de frais de promotion (achats d'espaces et matériel publicitaire). En 2014, leur poids atteint 66,1 % des frais totaux d'édition (63,3 % en 2013), tandis que les dépenses diverses de promotion n'en représentent que 13,0 % (10,2 % en 2013). A noter

que la forte part captée par les achats d'espaces publicitaires en 2014 est due à *Astérix et le domaine des dieux* (41,6 % des achats d'espaces totaux des films d'animation de 2014) et à *Minuscule, la vallée des fourmis perdues* (26,3 %).

Après quatre années consécutives de baisse, les frais d'édition par copie des films d'animation progressent de 50,9 % entre 2013 et 2014 pour s'établir à 2 962 €.

Coûts de distribution par film d'initiative française d'animation

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
nombre de films	2	7	3	4	6	5	6	7	6	5
nombre de copies ¹	954	2 929	1 024	1 243	2 152	1 408	2 140	2 345	1 269	1 922
coûts de distribution (M€)	3,1	12,8	3,6	3,9	7,9	4,4	7,1	6,3	2,5	5,7
moyennes										
nombre moyen de copies ¹	477	418	341	311	359	282	357	335	212	384
coûts de distribution par copie ¹ (€)	3 279	4 376	3 525	3 140	3 687	3 115	3 322	2 706	1 963	2 962
coûts de distribution par film (K€)	1 563,9	1 831,1	1 203,1	975,7	1 322,3	877,1	1 185,0	906,4	415,3	1 138,8
structure des coûts (%)										
<i>frais techniques</i>	31,5	25,5	32,7	34,5	27,0	30,5	18,9	29,2	26,5	20,9
<i>achats d'espaces</i>	45,8	45,8	40,7	40,9	50,6	47,8	50,5	46,8	52,7	54,4
<i>matériel publicitaire</i>	2,8	16,1	11,6	8,3	9,5	10,8	15,8	14,1	10,6	11,7
<i>frais divers de promotion</i>	19,9	12,6	14,9	16,4	12,8	11,0	14,8	9,9	10,2	13,0

¹ Copies = établissements programmés en première semaine.

Source : CNC.

En 2014, l'affichage constitue le premier poste de dépenses pour les films d'animation français et capte 28,5 % de l'ensemble des coûts de distribution. Au total, 34,2 % de l'ensemble des coûts sont consacrés aux affiches (création, impression, achats d'espaces). Cette part s'élève à 26,1 % tous genres confondus.

En 2014, le tirage des copies et des films annonces représente moins de 3 % des coûts totaux de distribution d'un film (2,1 % en 2014, 6,1 % en 2013). Dans cet ensemble, le tirage de copies capte 1,4 % de la totalité des frais d'édition des films d'animation en 2014 (4,2 % en 2013). Après avoir été le premier ou le deuxième poste de dépenses aux cours des années précédentes, le tirage des copies (devenu quasi exclusivement numérique) représente le quinzième poste en 2014 (neuvième poste tous genres confondus).

Les contributions numériques sont intégrées aux coûts de distribution pour la première fois en 2012. En 2014, elles représentent le deuxième poste de dépenses des films d'animation et captent 16,7 % des frais d'édition totaux (16,4 % tous genres confondus).

Répartition détaillée des coûts de distribution des films d'initiative française (%)

	animation			tous films		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
frais techniques	29,2	26,5	20,9	25,9	23,1	22,8
tirage de copies	13,6	4,2	1,4	8,6	3,9	3,3
contributions numériques	12,7	18,0	16,7	12,0	15,6	16,4
films annonces	1,9	2,0	0,8	3,0	2,2	1,5
transport de copies	0,5	1,0	1,9	1,3	0,7	1,3
stockage de copies	0,5	0,9	0,1	0,7	0,2	0,1
sous-titrage	-	-	-	0,0	0,0	0,1
doublage	-	-	-	0,1	0,5	0,1
autres frais d'édition	-	-	-	0,2	0,0	0,0
achats d'espaces	46,8	52,7	54,4	46,7	49,9	49,1
affichage	28,1	28,4	28,5	23,9	22,9	21,1
cinéma	5,9	7,0	16,0	9,5	10,8	12,3
internet	2,9	5,1	3,8	4,6	6,1	6,6
presse	5,1	5,3	3,5	5,3	5,1	5,1
radio	2,1	0,6	0,6	1,0	1,4	1,3
télévision	1,6	0,7	0,4	1,2	0,6	0,7
autres achats d'espaces	1,1	5,7	1,7	1,2	3,0	1,9
matériel publicitaire	14,1	10,6	11,7	11,0	11,1	10,8
création d'affiches	1,8	2,0	2,9	2,2	2,3	2,4
frais techniques affiches (impression...)	3,6	3,2	2,8	2,3	2,2	2,6
création film annonce	0,2	0,8	3,0	0,7	1,2	1,4
création site internet	0,2	0,1	0,7	0,6	0,6	0,6
photos exploitation	-	-	-	0,2	0,3	0,3
divers matériel	8,2	4,5	2,3	5,0	4,6	3,5
frais divers de promotion	9,9	10,2	13,0	16,4	15,9	17,3
animations & réceptions	2,2	0,5	1,1	3,1	2,0	2,6
documentation	0,2	0,2	0,0	0,3	0,3	0,5
honoraires attaché de presse	2,7	2,9	3,2	2,7	3,0	3,1
impression dossiers de presse	0,8	0,6	0,7	0,7	1,0	0,8
invitations avant-première	0,1	0,2	0,1	0,7	0,8	0,8
invitations presse	0,2	0,2	0,0	0,7	0,6	0,7
location salles de projection	0,7	0,8	0,7	0,9	0,9	0,9
photos de presse	0,1	-	-	0,1	0,1	0,0
frais de tournée - déplacements	0,8	0,5	3,6	3,9	4,3	4,4
divers	2,2	4,2	3,4	3,5	2,8	3,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 177 films sortis en 2012 dont 7 films d'animation, 172 films sortis en 2013 dont 6 films d'animation, 190 films sortis en 2014 dont 5 films d'animation.

Source : CNC.

L'animation s'adressant plus particulièrement à un public jeune, les distributeurs privilégient des supports publicitaires visibles par cette cible (affichage). Ainsi, par rapport à l'ensemble des films, les achats d'espaces publicitaires dans la presse et à la radio sont en proportion moins importants. En 2014, la presse capte 6,4 % des achats d'espaces des films d'animation (contre 10,4 % pour l'ensemble des films d'initiative française) et la radio 1,0 % (contre 2,6 %).

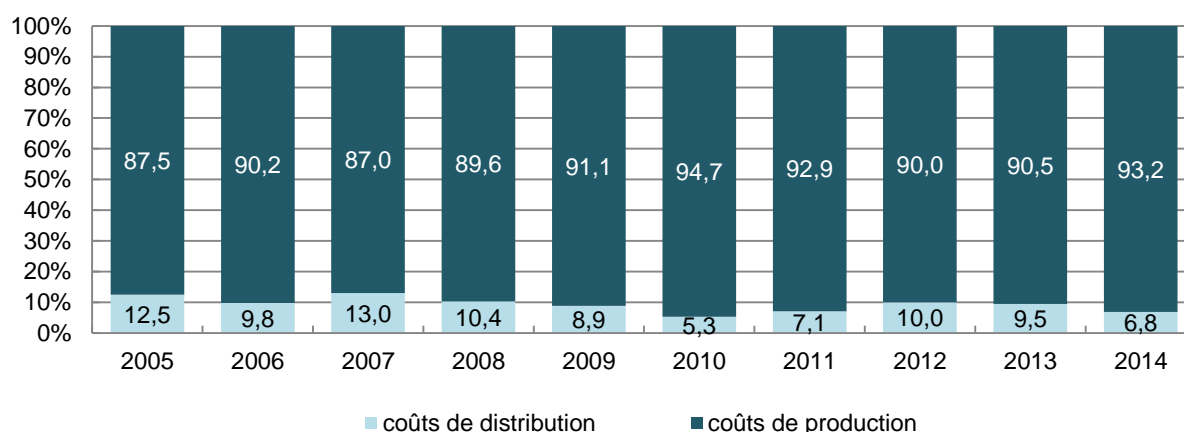
Répartition détaillée des achats d'espaces publicitaires (%)

	animation				tous films			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
affichage	47,7	60,0	53,8	52,4	52,6	51,2	45,8	43,1
cinéma	18,5	12,5	13,3	29,5	20,1	20,3	21,6	25,0
internet	11,0	6,1	9,7	7,0	8,9	9,9	12,2	13,5
presse	12,4	11,0	10,0	6,4	10,2	11,4	10,2	10,4
radio	1,1	4,4	1,1	1,0	2,5	2,1	2,8	2,6
télévision	2,7	3,5	1,2	0,7	1,9	2,5	1,3	1,5
autres achats d'espaces	6,6	2,4	10,8	3,0	3,8	2,6	6,0	3,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 162 films sortis en 2011 dont 6 films d'animation, 177 films sortis en 2012 dont 7 films d'animation, 172 films sortis en 2013 dont 6 films d'animation.

Source : CNC.

Sur les dix années étudiées, les frais d'édition d'un film d'animation d'initiative française représentent en moyenne 8,6 % de son coût définitif (coût de production + coût de distribution). En 2014, la part des coûts de distribution des films d'animation est en baisse par rapport à 2013 à 6,8 % (9,5 % en 2013).

Structure des coûts définitifs¹ des films d'animation d'initiative française (%)

Base : 50 films sortis entre 2005 et 2014 pour lesquels les coûts de distribution et de production sont disponibles.

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

Source : CNC.

1.3. Les résultats des films d'animation en salles

La diffusion des longs métrages d'animation dans les salles de cinéma présente des caractéristiques particulières, notamment en termes de performance et de durée de vie.

Les entrées et les recettes

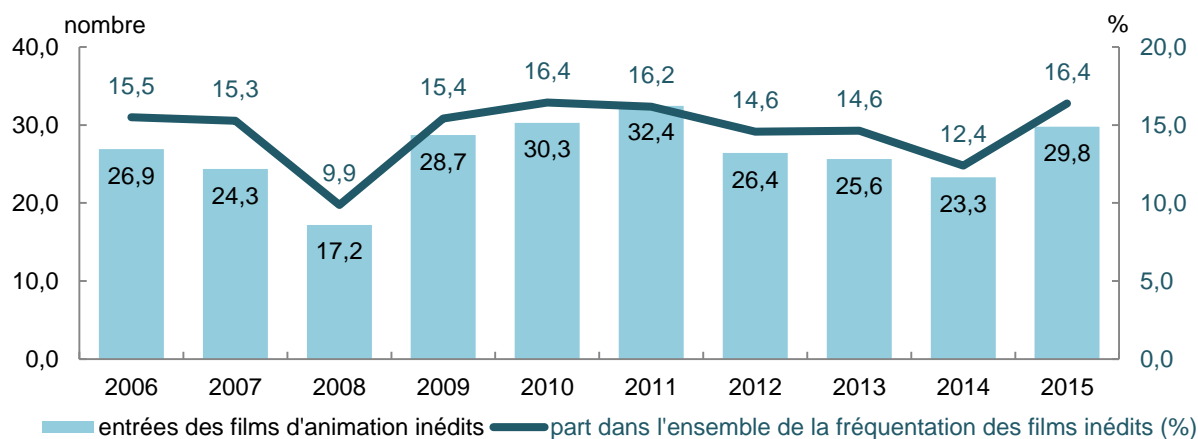
Remarque méthodologique

Les résultats des films d'animation dans les salles de cinéma sont issus des déclarations de recettes transmises par les exploitants au CNC.

Avec 29,8 millions d'entrées, les films d'animation sortis en 2015 génèrent 16,4 % des entrées de l'ensemble des films inédits de l'année, soit une part plus importante que celle observée en 2014 (12,4 %). En moyenne depuis dix ans, les films d'animation réalisent 14,7 % des entrées totales sur le périmètre des films inédits.

Les entrées cumulées par les films d'animations inédits augmentent de 27,7 % en 2015, alors qu'elles diminuent de 3,2 % pour l'ensemble des films inédits. En 2015, cinq films d'animation cumulent plus de deux millions d'entrées, trois films étaient dans ce cas en 2014. Le film d'animation qui a réalisé le plus d'entrées en 2015 est un film américain réalisé en France, *les Minions*, avec 6,65 millions d'entrées. Il occupe la deuxième place du classement 2015, tous genres confondus. En 2014, le film d'animation qui avait réalisé le plus d'entrées était *Dragons 2*, avec 3,37 millions d'entrées.

Fréquentation des films d'animation inédits



Source : CNC.

En 2015, 14 des 34 films d'animation inédits sortis en salles réalisent moins de 100 000 entrées et sept autres titres cumulent entre 100 000 et 500 000 entrées. 13 films d'animation réalisent plus de 500 000 entrées.

Films d'animation inédits selon le nombre d'entrées en salles

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
moins de 100 000 entrées	9	6	7	12	7	9	12	13	8	14
100 000 à 500 000 entrées	10	12	9	11	4	8	5	10	7	7
500 000 à 2 millions d'entrées	8	3	3	8	6	11	10	4	11	8
plus de 2 millions d'entrées	3	3	3	4	7	6	4	6	3	5
total	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34

Source : CNC.

La progression des entrées des films d'animation de 2015 s'accompagne d'une hausse plus prononcée encore des recettes correspondantes (+30,9 %), à 177,9 M€. Les longs métrages d'animation sortis en 2015 concentrent 14,8 % des recettes de l'ensemble des films inédits de l'année (11,2 % en 2014).

La recette moyenne par entrée (RME) TTC pour les films d'animation de 2015 progresse de 2,5 % à 5,98 € contre 5,83 € TTC en 2014. Elle est moins élevée que pour l'ensemble des films (6,48 € TTC). La RME hors taxes connaît une progression similaire (+2,5 %), passant de 4,89 € HT en 2014 à 5,01 € HT en 2015.

La RME s'établit à 5,85 € TTC pour les films d'animation français (-1,3 %) et à 6,07 € TTC pour les films d'animation américains (+3,8 %).

Entre 2006 et 2015, près de 265 millions d'entrées et 1,64 Mds d'euros de recettes ont été réalisés dans les salles françaises par les films d'animation inédits.

Entrées et recettes guichets des films d'animation inédits

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
entrées (millions)	26,9	24,3	17,2	28,7	30,3	32,4	26,4	25,6	23,3	29,8	+27,7
recettes guichets (M€)	153,5	143,2	100,3	180,2	198,4	212,0	170,0	165,1	135,9	177,9	+30,9
recette moyenne par entrée (€)	5,71	5,88	5,83	6,28	6,55	6,54	6,44	6,44	5,83	5,98	+2,5

Source : CNC.

En 2015, 14 films d'animation inédits ont été intégralement ou partiellement exploités en 3D (comme en 2014). Les 14 films 3D d'animation de 2015 cumulent 26,2 millions d'entrées, dont 5,2 millions en 3D (20,0 millions d'entrées, dont 5,6 millions en 3D pour les 14 films 3D d'animation de 2015). Les entrées 3D représentent 17,4 % de la fréquentation des films d'animation inédits en 2015 contre 24,2 % en 2014.

Entrées et recettes 3D des films d'animation

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
nombre de films	38	25	21	14	14	-
entrées (millions)	28,6	22,7	23,8	20,0	26,2	+31,0
<i>dont entrées 2D</i>	16,3	14,5	16,8	14,3	21,0	+46,4
<i>dont entrées 3D</i>	12,3	8,2	7,0	5,6	5,2	-8,0
recettes (M€)	190,5	149,6	155,6	117,9	157,9	+33,9
<i>dont entrées 2D</i>	95,7	87,1	102,0	77,5	119,1	+53,6
<i>dont entrées 3D</i>	94,7	62,5	53,6	40,4	38,8	-4,0

Source : CNC.

La part de marché des films inédits d'animation français s'établit à 18,8 % des entrées de tous les films inédits d'animation en 2015, contre 21,6 % en 2014 (-2,8 points). Les 11 films français d'animation de 2015 réalisent 5,6 millions d'entrées, soit une fréquentation en hausse de 10,9 % par rapport à 2014. C'est la meilleure fréquentation enregistrée pour les films français d'animation depuis 9 ans. Comme en 2014, deux films d'animation français cumulent plus d'un million d'entrées en 2015 : *Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père* (2,41 millions) et *le Petit Prince* (1,93 million). Sur la décennie, 2006 demeure la meilleure année pour l'animation : 8,0 millions d'entrées avaient alors été réalisées par le genre, notamment grâce à *Arthur et les Minimoys* qui en avait enregistré plus de 4 millions d'entrées.

Les films d'animation américains de 2015 totalisent 21,1 millions d'entrées en 2015 (+31,5 % par rapport aux films de 2014). Leur part de marché progresse de 2,0 points et s'établit à 70,7 %. Sept des dix premiers films d'animation de l'année 2015 en termes d'entrées sont des œuvres américaines.

Les films d'animation européens non français cumulent 2,5 millions d'entrées en 2015, contre 0,6 million en 2014 (soit un résultat multiplié par 4). Ces bons résultats sont notamment liés au succès du film britannique *Shaun le mouton*, qui cumule à lui seul 1,06 million d'entrées. Deux autres films d'animation européens réalisent plus de 400 000 entrées en 2015 : les films allemands *la Grande Aventure de Maya l'abeille* (992 000 entrées) et *Oups ! J'ai raté l'arche...* (402 000 entrées). La part de marché des films européens progresse de 5,8 points, à 8,5 % en 2015.

En 2015, les entrées réalisées par les films non européens et non américains s'établissent à 0,6 million, soit une baisse de 63,5 % par rapport à 2014. Leur part de marché diminue sensiblement : -5,0 points, à 2,0 %.

Sur la période 2006-2015, la part de marché des films d'animation américains s'élève à 75,8 % des entrées, contre 15,9 % pour les films français, 5,0 % pour les films européens et 3,3 % pour les films d'autres nationalités.

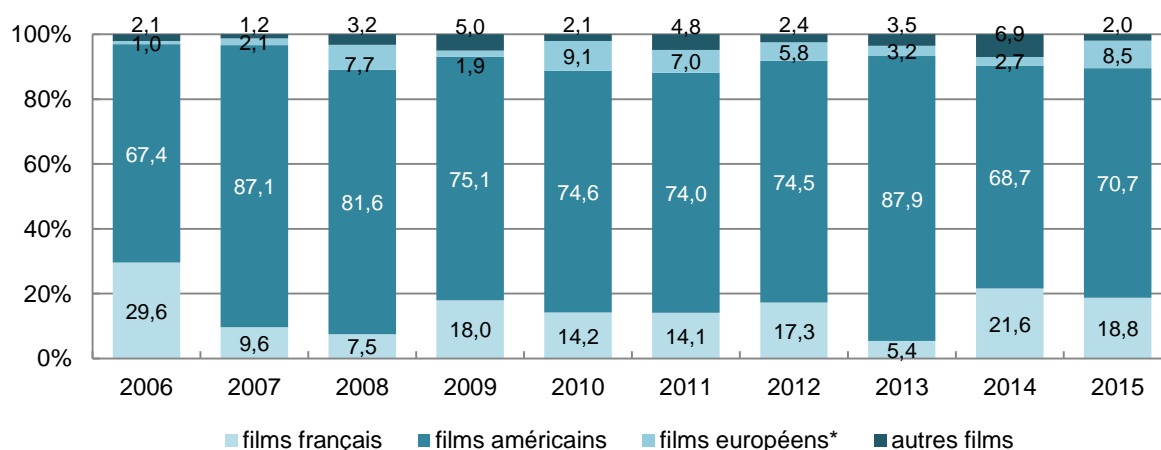
Entrées selon la nationalité des films d'animation inédits (millions)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
films français	8,0	2,3	1,3	5,2	4,3	4,6	4,6	1,4	5,0	5,6	+10,9
films américains	18,1	21,2	14,0	21,6	22,6	24,0	19,7	22,5	16,0	21,1	+31,5
films européens	0,3	0,5	1,3	0,6	2,8	2,3	1,5	0,8	0,6	2,5	+297,7
autres films	0,6	0,3	0,5	1,4	0,6	1,6	0,6	0,9	1,6	0,6	-63,5
total	26,9	24,3	17,2	28,7	30,3	32,4	26,4	25,6	23,3	29,8	+27,7

¹ Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

Répartition des entrées en salles des films d'animation inédits selon la nationalité (%)



*Europe au sens continental.

Source : CNC.

La progression constatée de la fréquentation des films d'animation en 2015 ne concerne pas les films recommandés Art et Essai. En effet, les entrées cumulées par ces derniers diminuent de 29,6 % par rapport à 2014. Leur part de marché s'établit à 8,9 % des entrées de l'ensemble des films d'animation inédits, contre 16,2 % en 2014.

Deux films d'animation Art et Essai sortis en 2015 (*Shaun le Mouton* et *Mune, le gardien de la Lune*) réalisent plus de 500 000 entrées en salles. Ils étaient trois dans ce cas en 2014 et parmi eux, *Minuscule, la Vallée des fourmis perdues* cumulait 1,50 million d'entrées.

Entrées selon la recommandation des films d'animation inédits (millions)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14 (%)
films Art et Essai	3,16	2,18	1,63	3,32	1,10	2,47	5,09	0,81	3,77	2,66	-29,6
autres films	23,74	22,17	15,56	25,37	29,18	29,97	21,31	24,82	19,54	27,12	+38,8
total	26,90	24,35	17,19	28,69	30,28	32,44	26,40	25,62	23,31	29,77	+27,7

Source : CNC.

En moyenne, un film d'animation français sorti en 2015 réalise 508 000 entrées, contre 840 000 en 2014. Le nombre moyen d'entrées par film pour une œuvre d'animation américaine passe de 1,34 million en 2014 à 1,92 million en 2015. Un film d'animation européen non français enregistre, en moyenne, 505 000 entrées (159 000 en 2014) et un film d'une autre nationalité 84 000 (231 000 en 2014).

Sur la période 2006-2015, les films d'animation Art et Essai réalisent en moyenne 6 fois moins d'entrées que les films non recommandés. En 2015, ce rapport est de 1 à 10. Ainsi, un film d'animation Art et Essai de 2015 enregistre-t-il 156 000 entrées en moyenne, contre 1,60 million d'entrées pour un film non recommandé.

Nombre moyen d'entrées par film d'animation inédit (milliers)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nationalité										
films français	1 136	390	257	573	612	573	508	154	840	508
films américains	1 295	2 121	2 339	1 658	2 510	2 001	2 186	2 048	1 335	1 915
films européens	67	167	189	111	692	284	190	118	159	505
autres films	111	61	137	179	157	261	129	148	231	84
Art et Essai										
films Art et Essai	226	218	163	184	138	206	268	62	252	156
autres films	1 484	1 584	1 297	1 492	1 823	1 362	1 776	1 241	1 396	1 595
entrées										
moins de 100 000 entrées	21	17	39	30	22	34	19	29	39	31
100 000 à 500 000 entrées	292	311	290	225	267	215	305	243	281	265
500 000 à 2 millions d'entrées	1 378	1 244	1 169	906	820	979	917	1 301	1 066	1 176
plus de 2 millions d'entrées	4 254	5 591	3 598	4 654	3 448	3 274	3 870	2 936	3 104	3 616
ensemble	897	1 015	781	820	1 261	954	852	776	804	876

¹ Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

En 2015, la concentration de la fréquentation des films d'animation affiche une légère hausse. Les trois films d'animation les plus performants de 2015 totalisent 45,3 % des entrées de l'ensemble des films d'animation inédits de l'année, contre 39,9 % en 2014. Cette progression de la concentration est également constatée sur les cinq premiers films d'animation (60,7 % en 2015, contre 53,4 % en 2014).

Concentration des films d'animation inédits en termes d'entrées (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
les trois premiers films	47,4	68,9	62,8	54,9	41,4	36,1	50,0	42,6	39,9	45,3
les cinq premiers films	60,3	80,2	79,8	69,7	62,1	53,0	64,1	60,6	53,4	60,7

Source : CNC.

Classement des films d'animation sortis en salles entre 2011 et 2015 (en termes d'entrées)

titre	distributeur	nationalité ¹	date de sortie	entrées ² (millions)
1 <i>les Minions</i>	Universal Pictures	US	08-juil-15	6,65
2 <i>L'Age de glace 4 : la dérive des continents</i>	Twentieth Century Fox	US	27-juin-12	6,64
3 <i>les Aventures de Tintin : le secret de la licorne</i>	Sony Picture	US	26-oct-11	5,39
4 <i>la Reine des neiges</i>	Walt Disney Pictures	US	04-déc-13	5,06
5 <i>Moi, moche et méchant 2</i>	Universal Pictures	US	26-juin-13	4,65
6 <i>Vice-Versa</i>	Walt Disney Pictures	US	17-juin-15	4,41
7 <i>le Chat potté</i>	Paramount Pictures	US	30-nov-11	3,86
8 <i>Madagascar 3 : bons baisers d'Europe</i>	Paramount Pictures	US	06-juin-12	3,41
9 <i>Dragons 2</i>	Twentieth Century Fox	US	02-juil-14	3,37
10 <i>Rio 2</i>	Twentieth Century Fox	US	09-avr-14	3,26
11 <i>Rebelle</i>	Walt Disney Pictures	US	01-août-12	3,17
12 <i>Astérix et le domaine des dieux</i>	SND	FR	26-nov-14	3,01
13 <i>Cars 2</i>	Walt Disney Pictures	US	27-juil-11	2,91
14 <i>les cinq légendes</i>	Paramount Pictures	US	28-nov-12	2,91
15 <i>les Schtroumpfs</i>	Sony Pictures	US	03-août-11	2,83
16 <i>Kung Fu Panda 2</i>	Paramount Pictures	US	15-juin-11	2,70
17 <i>Turbo</i>	Twentieth Century Fox	US	16-oct-13	2,47
18 <i>Rio</i>	Twentieth Century Fox	US	13-avr-11	2,45
19 <i>Alvin et les Chipmunks 3</i>	Twentieth Century Fox	US	21-déc-11	2,44
20 <i>Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père</i>	Pathé Distribution	FR	08-avr-15	2,41

¹ FR : France / US : Etats-Unis

² Entrées arrêtées à fin 2015.

Source : CNC.

En 2015, la part des films d'animation inédits réalisant plus d'un million d'entrées est de 29,4 % (10 films d'animation sur 34 franchissent ce seuil). Sur l'ensemble des films inédits de 2015, la part des films à plus d'un million d'entrées est de 6,6 % (43 des 654 films de l'année).

Classement des films d'animation sortis en salles en 2015 (en termes d'entrées)

titre	distributeur	nationalité ¹	date de sortie	entrées ²
1 <i>les Minions</i>	Universal Pictures	US	08-juil-15	6 654 096
2 <i>Vice-Versa</i>	Walt Disney Pictures France	US	17-juin-15	4 409 787
3 <i>Pourquoi j'ai (pas) mangé mon père</i>	Pathé Distribution	FR	08-avr-15	2 410 434
4 <i>le Voyage d'Arlo</i>	Walt Disney Pictures	US	25-nov-15	2 311 414
5 <i>Hôtel Transylvanie 2</i>	Sony Pictures	US	07-oct-15	2 296 499
6 <i>le Petit Prince</i>	Paramount Pictures	FR	29-juil-15	1 933 984
7 <i>les Nouveaux héros</i>	Walt Disney Pictures	US	11-févr-15	1 660 572
8 <i>Bob l'éponge, le film - un héros sort de l'eau</i>	Paramount Pictures	US	18-févr-15	1 299 939
9 <i>En route !</i>	Twentieth Century Fox	US	15-avr-15	1 224 232
10 <i>Shaun le mouton</i>	StudioCanal	GB	01-avr-15	1 063 406
11 <i>la Grande Aventure de Maya l'abeille</i>	La Belle Company	ALL	04-févr-15	991 855
12 <i>Clochette et la créature légendaire</i>	Walt Disney Pictures	US	08-avr-15	697 203
13 <i>Mune, le gardien de la lune</i>	Paramount Pictures	FR	14-oct-15	536 164
14 <i>Snoopy et les peanuts - le film</i>	Twentieth Century Fox	US	23-déc-15	487 377
15 <i>Oups ! j'ai raté l'arche...</i>	Paradis Films	DE	09-déc-15	401 949
16 <i>Gus - petit oiseau, grand voyage</i>	Haut et Court distribution	FR	04-févr-15	321 354
17 <i>les Chevaliers du zodiaque : la légende du sanctuaire</i>	Wild Bunch	JA	25-févr-15	249 172
18 <i>Phantom boy</i>	Diaphana Distribution	FR	14-oct-15	141 419
19 <i>Souvenirs de Marnie</i>	Walt Disney Pictures	JA	14-janv-15	135 832
20 <i>Avril et le monde truqué</i>	StudioCanal	FR	04-nov-15	114 902
21 <i>Miss Hokusai</i>	Eurozoom	JA	02-sept-15	67 815
22 <i>Naruto the last</i>	Eurozoom	JA	13-mai-15	63 040
23 <i>108 Rois-démons</i>	Gebeka Films	FR	21-janv-15	52 901
24 <i>Anina</i>	Septieme Factory	UY	30-sept-15	48 788
25 <i>la Course du siècle</i>	Gebeka Films	DE	21-oct-15	48 508
26 <i>Adama</i>	Ocean Films Distribution	FR	21-oct-15	45 277
27 <i>les Moomins sur la Riviera</i>	Gebeka Films	FR	04-févr-15	31 338
28 <i>le Prophète</i>	Pathé Distribution	US	02-déc-15	23 534
29 <i>Boruto : Naruto, le film</i>	Eurozoom	JA	16-sept-15	20 548
30 <i>les Aventures d'Emile à la ferme</i>	KMBO	SE	14-janv-15	19 446
31 <i>Worms</i>	Chapeau Melon Distribution	BR	07-oct-15	5 937
32 <i>Cafard</i>	Eurozoom	FR	09-déc-15	4 071
33 <i>la Montagne magique</i>	Arizona Films Distribution	FR	23-déc-15	1 534
34 <i>les Aventures de Mark Twain</i>	Les Films du Paradoxe	US	30-sept-15	349

¹ BR : Brésil / DE : Allemagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / JA : Japon / SE : Suède / US : Etats-Unis / UY : Uruguay

² Entrées arrêtées à fin 2015.

Source : CNC.

La durée de vie des films en salles

Remarques méthodologiques

La durée de vie des films en salles est examinée au regard de la répartition hebdomadaire des entrées des films dans le temps. Les analyses, réalisées à partir des données issues des déclarations de recettes transmises au CNC par les exploitants de salles de cinéma, portent sur les 296 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015. Elle s'appuie sur les entrées réalisées par chaque œuvre au cours des 17 premières semaines de son exploitation en salles (s1 à s17), soit sur la totalité de la durée d'exclusivité de la salle (depuis le 1^{er} juillet 2009, la durée d'exclusivité est passée de six mois -26 semaines- à quatre mois -17 semaines). Elle inclut également les éventuelles entrées réalisées lors des avant-premières (s0).

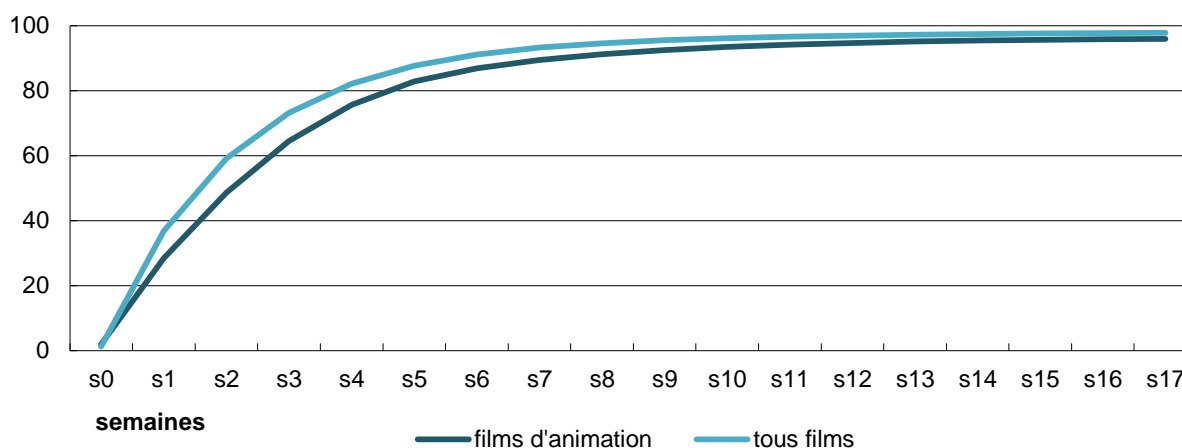
Rappel : 296 films d'animation sortis entre 2006 et 2015

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	total
nombre de films	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34	296

Source : CNC.

D'une manière générale, les longs métrages d'animation bénéficient d'une durée de vie en salle supérieure à celle de l'ensemble des films. Ainsi, en 2015, les films d'animation réalisent en moyenne 82,8 % de leurs entrées au cours des cinq premières semaines de leur exploitation, contre 90,0 % pour l'ensemble des films. En moyenne, pour les films d'animation sortis entre 2006 et 2015, 82,9 % des entrées sont réalisées au cours des cinq premières semaines d'exploitation. Ce taux se situe à 93,5 % après dix semaines. A l'issue des quatre premiers mois d'exploitation en salles (17 semaines), un film d'animation a réalisé en moyenne 96,0 % de ses entrées (97,9 % tous genres).

Cumul des entrées des films sortis entre 2006 et 2015 au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)



Source : CNC.

Cumul des entrées des films d'animation inédits au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	moyenne 2006-2015	moyenne tous films 2006-2015
s0	1,2	1,4	1,5	1,8	2,8	2,1	1,4	2,3	2,3	2,9	2,0	1,3
s1	26,1	28,5	27,1	29,4	27,7	33,7	25,8	27,5	30,0	28,1	28,5	36,9
s2	46,7	49,1	47,8	51,4	47,0	52,5	43,4	49,4	51,2	47,6	48,6	59,3
s3	64,0	64,2	63,4	66,9	63,8	68,0	57,4	65,6	67,0	64,0	64,5	73,2
s4	76,2	74,5	74,7	77,4	76,4	77,9	67,6	77,9	77,8	75,5	75,7	82,1
s5	82,7	80,9	82,0	84,2	84,1	83,7	75,5	86,7	85,7	82,8	82,9	87,7
s6	86,3	84,8	85,6	87,7	88,5	86,9	81,1	90,6	89,9	87,9	87,0	91,1
s7	88,6	87,2	88,3	89,9	91,5	88,7	83,8	93,2	92,0	91,0	89,4	93,3
s8	90,5	89,3	90,1	91,6	93,0	90,1	85,8	94,8	93,5	93,1	91,2	94,6
s9	91,9	90,9	91,5	92,8	94,1	91,3	87,6	96,1	94,7	94,6	92,6	95,5
s10	92,8	92,1	92,6	93,6	94,8	92,0	88,9	96,9	95,5	96,0	93,5	96,2
s11	93,5	93,0	93,3	94,3	95,5	92,6	89,8	97,5	96,1	96,8	94,2	96,6
s12	94,0	93,5	93,8	94,7	96,0	93,0	90,5	97,9	96,8	97,4	94,7	97,0
s13	94,3	94,1	94,3	94,9	96,2	93,4	91,0	98,2	97,3	97,9	95,2	97,3
s14	94,6	94,7	94,7	95,2	96,4	93,7	91,4	98,4	97,7	98,2	95,5	97,5
s15	94,7	95,0	94,9	95,4	96,5	93,8	91,7	98,6	98,0	98,4	95,7	97,6
s16	94,9	95,2	95,2	95,5	96,6	94,0	91,9	98,7	98,2	98,7	95,8	97,8
s17	95,0	95,4	95,5	95,6	96,7	94,1	92,1	98,8	98,3	98,8	96,0	97,9

Base : 296 films d'animation sortis entre 2006 et 2015.

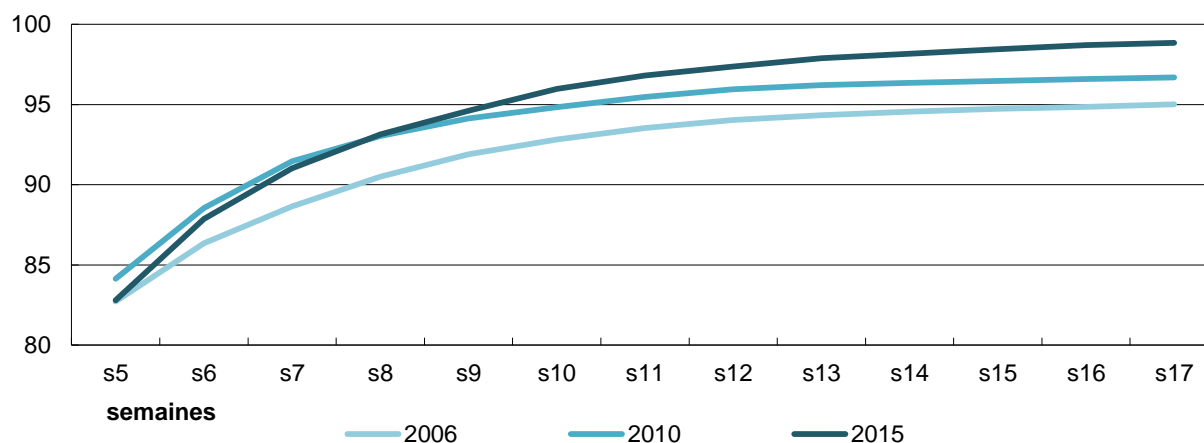
Lecture : En 5 semaines d'exploitation, un film d'animation sorti en 2015 réalise en moyenne 82,8 % de ses entrées totales.

Source : CNC.

L'étalement des entrées dans le temps se restreint d'année en année. En moyenne, 82,7 % des entrées des films d'animation sortis en 2006 avaient été enregistrées après cinq semaines d'exploitation. Cette moyenne passe à 84,1 % pour les films d'animation sortis en 2010 et à 82,8 % pour ceux sortis en 2015.

Après dix semaines d'exploitation, un phénomène de contraction est constaté : les films d'animation de 2006 ont réalisé 92,8 % de leurs entrées, ceux de 2010 94,8 % et ceux de 2015 96,0 %. Après quatre mois (17 semaines) d'exploitation en salles, ce phénomène se poursuit.

Evolution du cumul des entrées réalisées par les films d'animation inédits après 5 à 17 semaines d'exploitation (% des entrées totales)



Source : CNC.

1.4. Le public des films d'animation en salles

Les films d'animation rencontrent un large public dans les salles de cinéma. L'analyse du public des films d'animation met en évidence une réelle segmentation des films selon la nature de leur public.

Remarques méthodologiques

Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une enquête sur le public du cinéma : Publixiné. Mise en œuvre par l'institut Harris Interactive, l'enquête est administrée sur internet auprès de 800 à 1 000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de la composition du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède 50 copies). Les données sur les films sortis en salles entre janvier 2005 et novembre 2015 sont issues de l'enquête Publixiné.

Par ailleurs, l'institut Vertigo a lancé Cinexpert, un nouveau dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et Canal+ régie. Cette étude on line, administrée chaque semaine, permet de qualifier très précisément le public hebdomadaire du cinéma et des films. Les données sur les films sortis en salles en décembre 2015 sont issues de l'enquête Cinexpert.

Définitions

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

Les CSP+ désignent les individus exerçant une profession de catégorie supérieure : agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires. Les CSP- désignent les individus exerçant une profession de catégorie inférieure : ouvriers et employés. Les inactifs désignent les individus n'exerçant pas d'activité professionnelle : retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi, etc.

Le public des films

Le public des films d'animation est composé quasiment à parts égales d'enfants (3-14 ans) et d'adultes (25-49 ans) qui représentent chacun environ un tiers du public entre 2006 et 2015. Depuis 2013, les 3-14 ans représentent plus de 40 % du public des films d'animation (41,3 % en 2015, 40,7 % en 2014). En général, chaque enfant est accompagné d'un adulte pour une séance de cinéma et le plus souvent d'une femme. Ce public féminin compose plus de la moitié du public des films d'animation au cours des dix dernières années et 55,4 % en 2015 (51,3 % en 2014).

En termes d'activité professionnelle, la population inactive (étudiants, lycéens et collégiens, retraités, chômeurs) demeure la plus largement représentée dans le public des films d'animation, en raison de la nature du jeune public ciblé. Elle se situe à 61,0 % en 2015 (61,3 % en 2014). Par ailleurs, à l'inverse de l'audience globale des films, la part des catégories socioprofessionnelles supérieures est généralement inférieure à celle des CSP- dans le public des films d'animation (18,7 % de CSP+ entre 2006 et 2015, contre 20,2 % de CSP-).

En 2015, la part des spectateurs assidus dans le public des films d'animation se réduit de 6,3 points par rapport à celle constatée en 2014. Ces derniers composent ainsi 18,2 % du public en 2015, contre 24,5 % en 2014. Cette diminution s'explique par la sortie en salles en 2015 de films d'animation ayant attiré un public moins assidu, à la différence de 2014. Ainsi, 11 films d'animation, parmi les 26 sortis en salles en 2015 retenus dans l'échantillon, comptent plus de 25 % d'assidus dans leur public, contre quatorze films sur 23 en 2014. La part des occasionnels dans le public des films d'animation est en hausse de 1,2 point entre 2014 et 2015.

Public des films d'animation sortis en salles (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2006-2015
nombre de films	23	19	18	26	20	29	21	25	23	26	230
sexe											
hommes	45,2	46,0	45,4	47,3	47,5	46,6	44,0	45,2	48,7	44,6	46,1
femmes	54,8	54,0	54,6	52,7	52,5	53,4	56,0	54,8	51,3	55,4	53,9
âge											
enfants (3-14 ans)	38,0	33,3	39,7	36,6	38,4	32,5	36,9	42,3	40,7	41,3	37,7
jeunes (15-24 ans)	18,1	21,5	14,5	19,3	17,9	18,6	19,4	15,6	14,1	14,6	17,6
adultes (25-49 ans)	33,9	34,9	33,8	33,7	34,1	35,9	33,3	32,5	30,7	30,8	33,4
seniors (50 ans et plus)	9,9	10,3	12,0	10,4	9,5	13,1	10,3	9,6	14,5	13,4	11,3
profession											
CSP+	16,6	18,4	19,3	18,7	17,4	20,4	19,3	25,6	20,3	20,8	18,7
CSP-	20,5	21,4	17,3	19,8	20,7	22,4	20,9	27,6	18,4	18,2	20,2
inactifs	62,9	60,3	63,4	61,5	61,9	57,1	59,8	46,8	61,3	61,0	61,1
habitat											
région parisienne	23,6	22,9	24,1	24,9	25,1	25,6	21,9	22,1	21,7	21,5	23,6
autres régions	76,4	77,1	75,9	75,1	74,9	74,4	78,1	77,9	78,3	78,5	76,4
habitudes de fréquentation cinéma											
assidus	14,7	12,9	14,2	12,6	13,6	15,6	14,3	14,2	24,5	18,2	15,0
réguliers	45,1	48,4	41,1	44,8	44,1	45,6	43,9	41,1	42,9	48,0	44,8
occasionnels	40,3	38,8	44,7	42,6	42,3	38,8	41,9	44,6	32,6	33,8	40,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies.

Source : *Publixiné* – Harris Interactive ; *Cinexpert* – Vertigo.

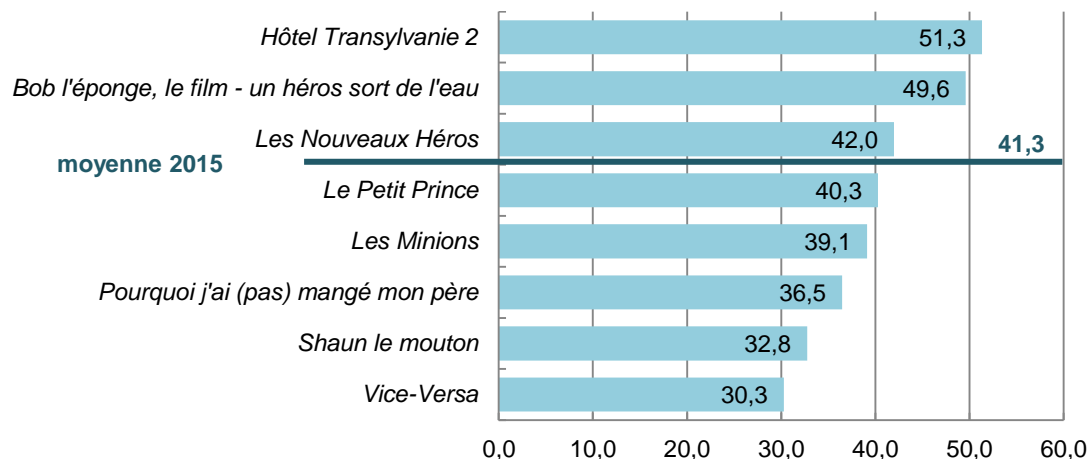
Le public des films selon les tranches d'âge

Les analyses qui suivent mettent en évidence les spécificités en termes d'âge du public de huit films sortis en 2015, pour lesquels le nombre d'interviews est suffisant pour une analyse individuelle (films sortis sur plus de 50 copies et pour lesquels plus de 200 interviews ont été réalisées auprès de spectateurs ayant vu le film).

Les 3-14 ans

C'est au sein du public de *Hôtel Transylvanie 2* (51,3 %), film d'animation américain, que la part des 3-14 ans est la plus élevée. Pour trois films, les 3-14 ans sont sur-représentés au sein du public par rapport à la moyenne des films d'animation étudiés en 2015. Pour les cinq autres films, la part des 3-14 ans est plus faible que la moyenne (moins de 41,3 %). *Vice-Versa*, de Peter Docter et Ronaldo Del Carmen, compte la part la plus faible de 3-14 ans au sein de son public (30,3 %).

Part des 3-14 ans dans le public des films d'animation en 2015 (%)



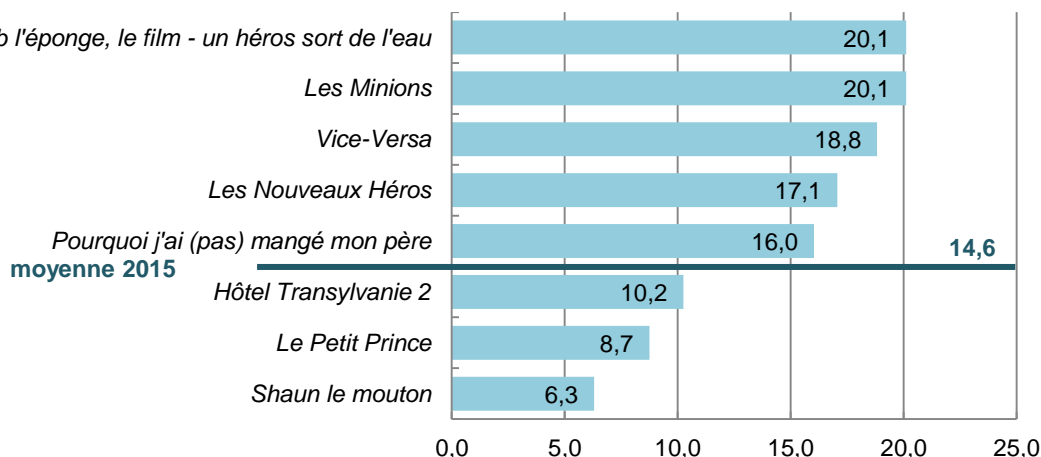
Base : 8 films d'animation sortis en salles en 2015 sur plus de 50 copies et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.

Source : *Publixiné* – Harris Interactive ; *Cinexpert* – Vertigo.

Les 15-24 ans

Parmi les huit films d'animation de l'échantillon, aucun film ne présente un public majoritairement composé de 15-24 ans. Cependant, la part des 15-24 ans est supérieure à la moyenne des films pour cinq d'entre eux. A l'inverse, trois films comptent moins de 14,6 % de 15-24 ans dont deux films moins de 10 % : *le Petit Prince* (8,7 %) et *Shaun le mouton* (6,3 %).

Part des 15-24 ans dans le public des films d'animation en 2015 (%)



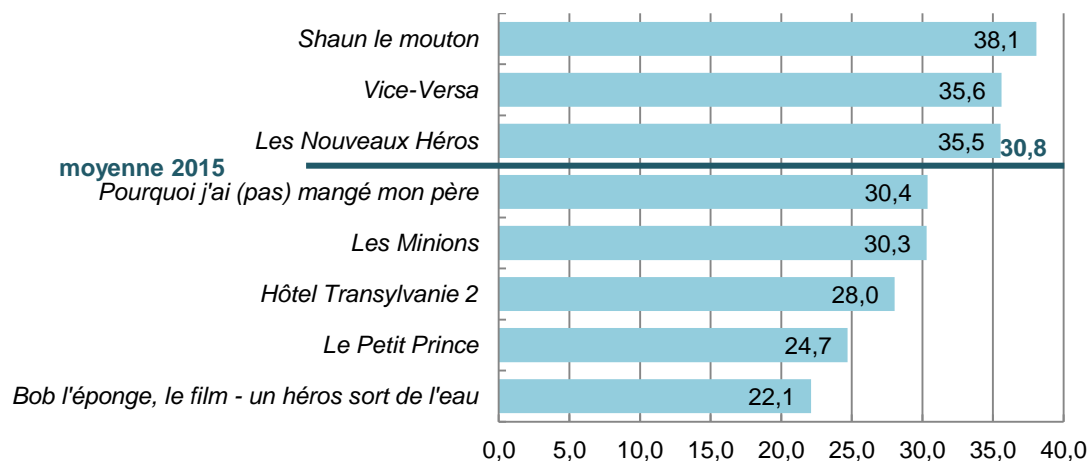
Base : 8 films d'animation sortis en salles en 2015 sur plus de 50 copies et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.

Source : *Publixiné* – Harris Interactive ; *Cinexpert* – Vertigo.

Les 25-49 ans

La part des 25-49 ans apparaît relativement homogène dans le public des huit films d'animation étudiés : elle est comprise entre 22 % et 38 % selon les films. Cinq films présentent une part de 25-49 ans inférieure à 30,8 %, dont deux films inférieurs à 25 % : *le Petit Prince* (24,7 %) et *Bob l'éponge, le film – un héros sort de l'eau* (22,1 %). Deux films affichent une part de 25-49 ans supérieure à celle des autres tranches d'âge : *Shaun le mouton* et *Vice-Versa*.

Part des 25-49 ans dans le public des films d'animation en 2015 (%)



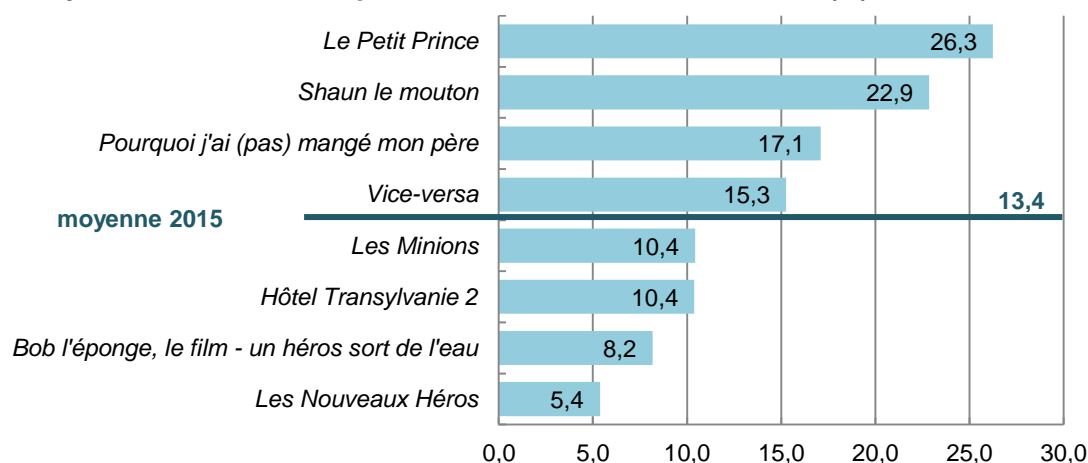
Base : 8 films d'animation sortis en salles en 2015 sur plus de 50 copies et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.

Source : Publixiné – Harris Interactive ; Cinexpert – Vertigo.

Les plus de 50 ans

Les seniors sont souvent sous-représentés dans le public des films d'animation. Deux films parmi les huit films de l'échantillon comptent moins de 10 % de plus de 50 ans dans leur public. *Les Nouveaux Héros*, film américain, en compte la plus faible part avec 5,4 %. Par ailleurs, les seniors représentent plus de 20 % du public de deux films étudiés. *Shaun le mouton* de Mark Burton et Richard Golezowski et *le Petit Prince* de Mark Osborne comptent les parts les plus élevées de seniors (respectivement 22,9 % et 26,3 %).

Part des plus de 50 ans dans le public des films d'animation en 2015 (%)



Base : 8 films d'animation sortis en salles en 2015 sur plus de 50 copies et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.

Source : Publixiné – Harris Interactive ; Cinexpert – Vertigo.

2. Audiovisuel

L'animation en 2015 :

La production audiovisuelle d'animation



285 heures en production



180,8 M€ de devis



55 sociétés de production

Les films d'animation à la télévision



141 films différents diffusés
donnant lieu à 309 diffusions



39,7 % de
films inédits



36,7 % de films français sur les
chaînes nationales gratuites



film le plus diffusé
en 10 ans

L'animation à la télévision



13 925 heures d'animation sur les
chaînes nationales

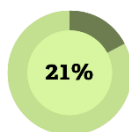


41,7 % de l'offre diffusée avant
8h30



45,0 % de l'offre
est française

L'audience de l'animation à la télévision



Part de l'animation dans la
consommation TV des 4-10 ans



Meilleure audience des films
d'animation



Meilleure audience des séries
d'animation

Les programmes d'animation en télévision de rattrapage



683 heures disponibles par mois



1,2 milliard de vidéos vues
(+92,2 % par rapport à 2014)

2.1. La production audiovisuelle d'animation

Remarques méthodologiques

Les données sur la production audiovisuelle sont issues des dossiers relatifs aux aides à l'audiovisuel du fonds de soutien du CNC. Elles peuvent donc présenter des écarts avec d'autres sources, notamment celles présentées par les chaînes ou le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Chiffres clés de l'animation

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

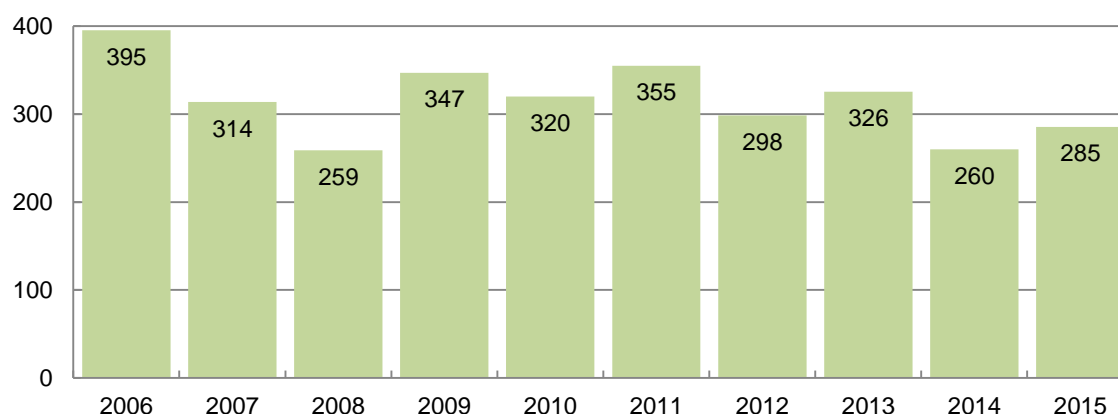
¹ Y compris les compléments d'aide.

Source : CNC.

Volume de production de l'animation

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

Heures aidées d'animation



Source : CNC.

En 2015, le montant des devis des programmes d'animation progresse de 1,5 % par rapport à 2014 à 180,8 M€. Le coût horaire de l'animation diminue de 7,5 % à 633,7 K€. Entre 2006 et 2015, le coût horaire moyen des programmes d'animation s'établit à 600,1 K€. En 2015, l'apport horaire moyen du CNC (compléments inclus) est en hausse de 1,3 % par rapport à 2014 à 129,9 K€.

Financement de l'animation

Les financements français

Les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation sont en augmentation de 3,6 % à 137,2 M€ en 2015. Ces financements représentent 75,9 % des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (74,4 % en 2014). Les apports des producteurs français progressent de 8,2 % à 38,4 M€, soit 21,2 % du montant total des devis (19,9 % en 2014). La contribution des diffuseurs diminue de 7,2 % à 43,3 M€. Elle atteint ainsi son plus bas niveau depuis 2008. Leur part dans le financement des programmes d'animation s'établit à 24,0 % (-2,2 points en un an). En 2015, les diffuseurs apportent en moyenne 151,9 K€ par heure d'animation (179,6 K€ en 2014). Les préventes en France diminuent de 13,5 % à 7,6 M€. L'apport du CNC pour les programmes d'animation est en hausse de 11,2 % à 37,1 M€ en incluant les compléments. Au total, il couvre 20,5 % des devis en 2015 (18,7 % en 2014).

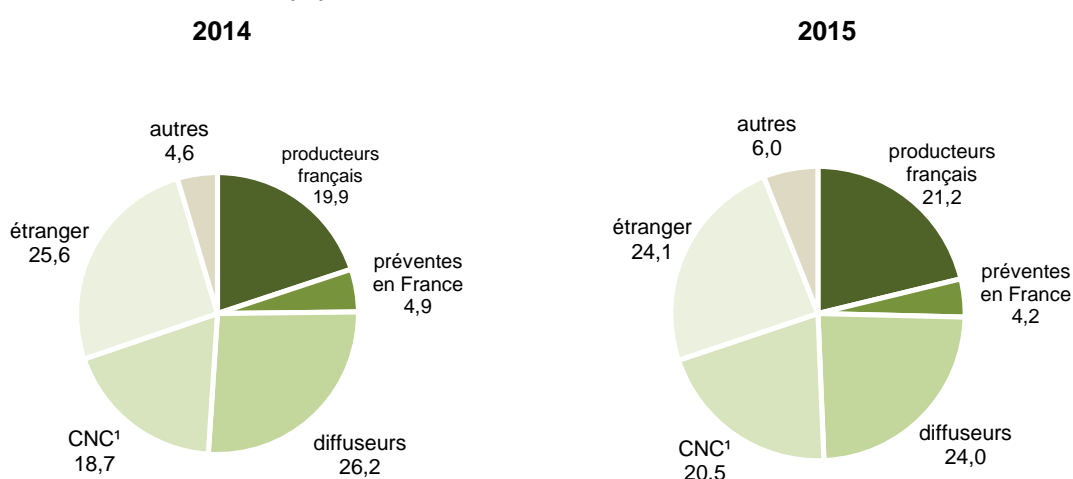
Financement de l'animation (M€)

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

¹ Aides accordées après la première décision.

Source : CNC.

Financement de l'animation (%)



¹ Y compris les compléments d'aide.

Source : CNC.

Les financements étrangers

Les apports étrangers constituent 24,1 % du financement des programmes d'animation en 2015, contre 25,6 % en 2014. Les financements étrangers diminuent de 4,4 % à 43,7 M€ en 2015 : les apports en coproduction sont en hausse de 5,2 % à 25,7 M€ alors que les préventes à l'étranger diminuent de 15,3 % à 18,0 M€. En 2015, 230 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et prévente), soit 80,7 % du volume total produit (190 heures, soit 73,1 % du volume total en 2014).

En 2015, 174 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total de 18,8 M€ dont 9,9 M€ d'apports en coproduction et 8,9 M€ de préventes (170 heures avec un apport étranger de 31,4 M€ en 2014). Parallèlement, 56 heures d'œuvres minoritaires françaises ont été produites en 2015, financées par un apport étranger total de 24,9 M€ dont 15,8 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes (20 heures avec un apport étranger de 14,2 M€ en 2014).

Politique d'investissement des chaînes en animation

Commandes des diffuseurs en animation

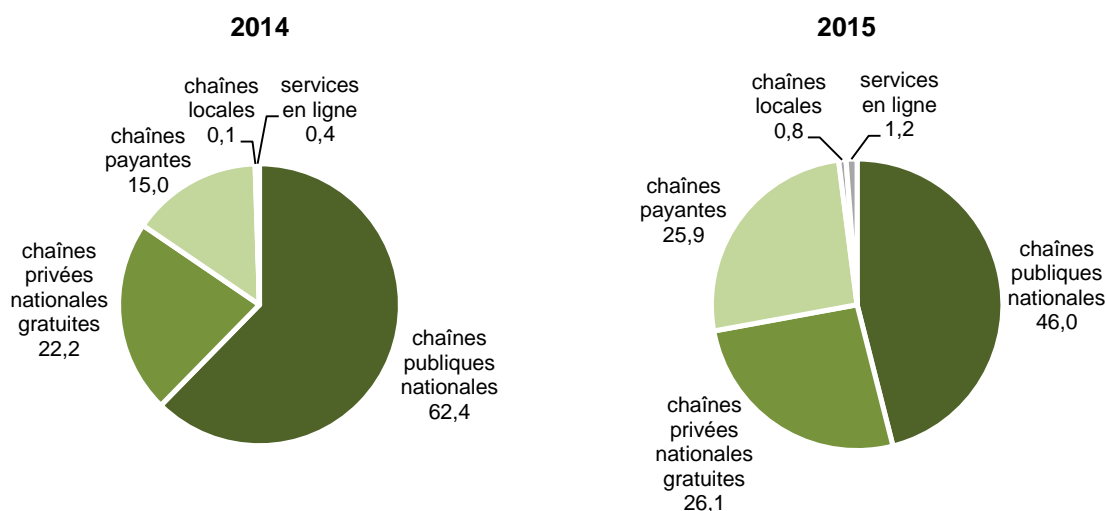
	heures initiées ¹		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
chaînes publiques nationales	141	111	29,13	19,96	756,3	718,4	204,0	179,2	27,0	24,9
chaînes privées nationales gratuites	82	93	10,37	11,30	594,6	589,5	124,7	120,3	21,0	20,4
chaînes payantes	35	73	7,00	11,20	634,1	599,2	94,5	119,7	14,9	20,0
chaînes locales	0	4	0,04	0,35	226,0	276,9	19,6	31,6	8,7	11,4
services en ligne	2	5	0,18	0,53	194,5	350,5	60,3	96,5	31,0	27,5

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Répartition des apports des diffuseurs en animation selon le type de chaînes (%)



Source : CNC.

Les chaînes nationales gratuites

En 2015, le volume d'animation initiée par les chaînes nationales gratuites diminue de 8,8 % par rapport à 2014 à 204 heures. Leur investissement total est en baisse de 20,9 % à 31,3 M€. Les chaînes publiques nationales participent à la production de 113 heures de programmes d'animation (-24,9 % par rapport à 2014) dont 111 en tant que premiers diffuseurs (-21,4 %), pour un investissement de 20,0 M€ (-31,5 %). Les chaînes privées nationales gratuites apportent 11,3 M€ (+9,0 %) pour 93 heures (+14,0 %). Deux chaînes privées de la TNT gratuite (hors chaînes historiques) contribuent à la production de programmes d'animation : Gulli et 6ter. En 2015, l'apport horaire de l'ensemble des chaînes nationales gratuites (-12,9 %) et le coût horaire des programmes qu'elles financent en tant que premiers diffuseurs (-5,3 %) sont en diminution. Les chaînes nationales gratuites totalisent 72,1 % des investissements des chaînes dans la production d'animation (84,6 % en 2014) et initient 71,3 % des heures produites (85,8 % en 2014).

Commandes des chaînes nationales gratuites en animation

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
France 2	0	-	0	-	0,02	-	960,4	-	75,0	-	7,8	-
France 3	105	42	105	42	22,28	9,54	835,1	733,2	212,5	225,4	25,4	30,7
France 3 Régions	-	1	-	1	-	0,02	-	383,8	-	18,7	-	4,9
France 4	6	18	15	20	1,54	2,10	682,4	684,7	215,6	114,4	31,6	16,7
France 5	24	46	24	46	3,89	7,47	483,3	731,3	160,8	161,0	33,3	22,0
France Télévisions	135	108	144	110	27,73	19,12	765,7	720,2	203,2	177,0	26,5	24,6
Arte	6	3	6	3	1,40	0,83	553,8	658,1	222,3	250,1	40,1	38,0
chaînes publiques nationales³	141	111	151	113	29,13	19,96	756,3	718,4	204,0	179,2	27,0	24,9
6ter	-	-	21	33	0,16	0,10	-	-	-	-	-	-
Gulli	27	29	27	30	2,25	3,78	608,6	750,7	83,7	126,9	13,8	16,9
TNT privée gratuite⁴	27	29	48	63	2,41	3,88	608,6	750,7	83,7	126,9	13,8	16,9
M6	25	33	25	33	2,86	3,32	532,4	484,8	113,8	100,7	21,4	20,8
TF1	30	30	30	30	5,10	4,10	634,4	547,6	170,6	135,2	26,9	24,7
chaînes privées nationales gratuites⁵	82	93	82	93	10,37	11,30	594,6	589,5	124,7	120,3	21,0	20,4
total	223	204	233	207	39,50	31,26	696,9	659,8	174,9	152,4	25,1	23,1

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ France Télévisions + Arte.

⁴ 6ter + Gulli.

⁵ TNT privée gratuite + M6 + TF1.

Source : CNC.

Les chaînes publiques nationales

En 2015, les chaînes de **France Télévisions** participent à la production de 110 heures d'animation (-24,0 % par rapport à 2014) dont 108 en tant que premiers diffuseurs. Leur apport total s'établit à 19,1 M€ (-31,0 %). En 2015, France Télévisions initie ainsi 37,7 % du volume horaire total d'animation mis en production (51,9 % en 2014) et apporte 44,1 % des investissements de l'ensemble des chaînes (59,4 % en 2014). Si l'apport de France 3 diminue, les investissements de France 5 et France 4 sont en progression.

France 3 (hors France 3 Régions) investit 9,5 M€ pour 42 heures, toutes en tant que premier diffuseur (22,3 M€ pour 105 heures en 2014). La chaîne commande la production de sept séries d'animation (douze en 2014) dont *les Lapins crétiens - saison 3* (78x7' – Ubisoft

Motion Pictures) et *Nos voisins les pirates* (52x11' – Cyber Group Studios). En moyenne, France 3 investit 225,4 K€ par heure en tant que premier diffuseur (+6,1 %). Le coût horaire moyen des programmes d'animation que la chaîne initie s'établit à 733,2 K€ (-12,2 %).

France 5 apporte 7,5 M€ (+91,8 %) pour 46 heures de programmes d'animation, toutes en tant que premier diffuseur (+91,6 %). France 5 initie la production de six séries d'animation dont *Oui oui* (52x11' – Gaumont Animation) et *la Famille Paprika* (78x8' – Xilam Animation). En moyenne, France 5 investit 161,0 K€ par heure en tant que premier diffuseur (+0,1 %). Le coût horaire moyen des programmes d'animation que la chaîne initie s'élève à 731,3 K€ (+51,3 %).

France 4 investit 2,1 M€ (+35,7 %) pour 20 heures de programmes (+30,3 %) dont 18 en tant que premier diffuseur (6 en 2014). La chaîne initie la production de quatre séries d'animation dont *la Science des soucis* (39x5' – Vivement Lundi !). L'apport horaire de France 4 en tant que premier diffuseur s'établit à 114,4 K€ (-46,9 %) pour un coût horaire de 684,7 K€ (+0,3 %).

Arte finance 3 heures, toutes en tant que premier diffuseur (-47,1 %), pour un montant de 0,8 M€ (-40,5 %). La chaîne commande notamment *Pigeons et dragons* (30x3' – la Blogothèque Productions, Everybody on Deck). L'apport horaire d'Arte en tant que premier diffuseur s'établit à 250,1 K€ (+12,5 %) pour un coût horaire de 658,1 K€ (+18,8 %).

Les chaînes privées nationales gratuites

En 2015, la contribution de **TF1** pour l'animation s'établit à 4,1 M€ (-19,6 % par rapport à 2014) pour 30 heures de programmes, toutes en tant que premier diffuseur (+1,4 %). TF1 finance trois séries dont *les Minijusticiers - saison 3* (78x8' – Futurikon). La chaîne apporte en moyenne 135,2 K€ par heure d'animation initiée (-20,8 %) dont le coût horaire moyen s'établit à 547,6 K€ (-13,7 %).

L'apport de **M6** dans l'animation s'élève à 3,3 M€ (+16,0 %) pour 33 heures de programmes, toutes en tant que premier diffuseur (+31,0 %). La chaîne finance trois séries dont *les Souvenirs de Mamette* (52x12' – 2 Minutes). M6 apporte en moyenne 100,7 K€ par heure d'animation (-11,5 %). Le coût horaire moyen de ses programmes diminue de 8,9 % à 484,8 K€. **6ter** intervient en tant que deuxième ou troisième diffuseur sur les séries initiées par M6 pour un montant de 0,1 M€ (-34,0 %).

L'investissement de **Gulli** augmente de 68,0 % à 3,8 M€ pour 30 heures de programmes, dont 29 en tant que premier diffuseur (27 heures, toutes en tant que premier diffuseur en 2014). La chaîne participe au financement de quatre séries dont *Popples* (52x11' – Method Animation, Zagtoon). Gulli affiche un apport horaire moyen de 126,9 K€ par heure d'animation initiée (+51,6 %) dont le coût horaire s'établit à 750,7 K€ (+23,4 %).

Les chaînes payantes

En 2015, l'investissement total des chaînes payantes (Canal+ et les chaînes thématiques) dans la production de programmes d'animation aidés par le CNC augmente de 60,1 % par rapport à 2014 à 11,2 M€. Elles participent au financement de 130 heures de programmes (+3,8 %) dont 73 en tant que premiers diffuseurs (35 en 2014). Les chaînes payantes totalisent 25,9 % des investissements des diffuseurs dans la production d'animation en 2015 (15,0 % en 2014) et initient 25,6 % des heures produites (13,5 % en 2014).

Commandes des chaînes payantes en animation

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Canal+	26	6	40	41	3,16	1,94	557,9	821,6	106,3	148,8	19,1	18,1
chaînes thématiques	10	67	109	119	3,84	9,26	837,8	578,7	62,8	117,0	7,5	20,2
Canal J	-	-	30	-	1,13	-	-	-	-	-	-	-
Disney Channel	10	32	30	43	1,41	4,06	837,8	609,2	62,8	117,9	7,5	19,4
KTO	-	2	-	2	-	0,19	-	638,6	-	81,4	-	12,8
Piwi+	-	13	8	23	0,20	2,03	-	503,2	-	127,1	-	25,3
Télétoon+	-	20	41	50	1,10	2,98	-	572,7	-	112,8	-	19,7
TV5 Monde	-	-	-	1	-	0,01	-	-	-	-	-	-
total	35	73	126	130	7,00	11,20	634,1	599,2	94,5	119,7	14,9	20,0

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

En 2015, **Canal+** participe à la production de 41 heures de programmes d'animation (+2,6 %) dont 6 en tant que premier diffuseur (-75,8 %) pour un investissement total de 1,9 M€ (-38,5 %). En tant que premier diffuseur, Canal+ participe à la production de trois séries dont *Miru Miru* (52x5' – Folimage Studio). La chaîne apporte en moyenne 148,8 K€ par heure de programme initié (+40,0 %) dont le coût atteint 821,6 K€ (+47,3 %).

En 2015, **cinq chaînes thématiques** diffusées sur le câble, l'ADSL ou le satellite participent au financement de programmes d'animation (quatre chaînes en 2014). Les chaînes thématiques participent au financement de 119 heures d'animation (+9,4 %) dont 67 en tant que premiers diffuseurs (10 en 2014). Leur apport total s'établit à 9,3 M€ (3,8 M€ en 2014) et représente 21,4 % de l'ensemble des apports des diffuseurs sur le genre (8,2 % en 2014). Quatre chaînes interviennent en tant que premiers diffuseurs pour un montant total de 7,8 M€ et trois chaînes investissent 1,4 M€ en tant que deuxièmes ou troisièmes diffuseurs. L'apport horaire des chaînes thématiques en tant que premiers diffuseurs s'élève à 117,0 K€ (+86,2 %) et le coût horaire des programmes qu'elles initient s'établit à 578,7 K€ (-30,9 %). **Disney Channel** apporte 4,1 M€ pour 43 heures de programmes dont 32 en tant que premier diffuseur (1,4 M€ pour 30 heures dont 10 en tant que premier diffuseur en 2014). La chaîne commande notamment la série *Gilbert & Allie* (53x11' – Cyber Group Studios). **Télétoon+** investit 3,0 M€ (1,1 M€ en 2014) pour 50 heures d'animation (+23,0 %) dont 20 en tant que premier diffuseur (aucune en 2014). **Piwi+** apporte 2,0 M€ pour 23 heures de programmes dont 13 en tant que premier diffuseur (0,2 M€ pour 8 heures de programmes en tant que deuxième diffuseur en 2014).

Les chaînes locales

En 2015, les chaînes locales investissent 0,35 M€ dans les programmes d'animation aidés par le CNC (0,04 M€ en 2014). Dix chaînes participent à la production de neuf heures de programmes dont 4 heures en tant que premiers diffuseurs (sept chaînes pour deux heures de programmes en 2014). Leur apport représente 0,8 % de l'ensemble des investissements des diffuseurs dans le genre (0,1 % en 2014).

Commandes des chaînes locales en animation

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
2 Rives TV ³	-	-	1	5	0,01	0,04	-	-	-	-	-	-
BIP TV (Issoudun)	-	2	-	2	-	0,07	-	377,3	-	48,0	-	12,7
GIE Grand Ouest	-	1	0	2	0,00	0,01	-	176,0	-	9,0	-	5,1
LM TV Sarthe	-	1	0	2	0,00	0,03	-	200,9	-	18,0	-	9,0
Lyon TV	-	-	0	-	0,00	-	-	-	-	-	-	-
Télé Bocal (Paris)	0	0	1	1	0,01	0,03	226,0	192,0	19,6	28,8	8,7	15,0
TL7 (Andrézieux-Bouthéon)	-	0	0	1	0,00	0,01	-	200,6	-	28,8	-	14,4
TLM (Télé Lyon Métropole)	-	0	-	0	-	0,00	-	786,6	-	60,0	-	7,6
TV Sud Montpellier	-	-	-	1	-	0,13	-	-	-	-	-	-
TV Tours	-	-	0	-	0,01	-	-	-	-	-	-	-
TV8 Mont-Blanc (Chambéry)	-	-	-	0	-	0,01	-	-	-	-	-	-
Vosges TV	-	0	-	0	-	0,02	-	351,3	-	75,8	-	21,6
total	0	4	2	9	0,04	0,35	226,0	276,9	19,6	31,6	8,7	11,4

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ 2 Rives TV était une chaîne locale jusqu'en aout 2015, date à laquelle elle a changé de convention avec le CSA pour devenir une chaîne thématique.

Source : CNC.

Les services en ligne

En 2015, les services en ligne apportent 0,5 M€ à la production de 7 heures d'animation dont 5 en tant que premiers diffuseurs (0,2 M€ pour 4 heures dont 2 en tant que premiers diffuseurs en 2014). Leur contribution couvre 1,2 % des apports totaux des diffuseurs pour la production de programmes d'animation (0,4 % en 2014).

Commandes des services en ligne en animation

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Arte France	-	0	2	0	0,06	0,04	-	514,1	-	100,0	-	19,5
Bayard Presse	-	-	-	2	-	0,06	-	-	-	-	-	-
FranceTV.fr	1	3	1	3	0,04	0,22	137,3	231,4	30,0	68,1	21,9	29,4
Planet nemo interactive	-	-	1	-	0,02	-	-	-	-	-	-	-
Radio France	1	-	1	-	0,07	-	327,9	-	131,0	-	39,9	-
YourKidTV	-	1	-	1	-	0,22	-	599,6	-	165,4	-	27,6
total	2	5	4	7	0,18	0,53	194,5	350,5	60,3	96,5	31,0	27,5

¹ En tant que premier diffuseur.

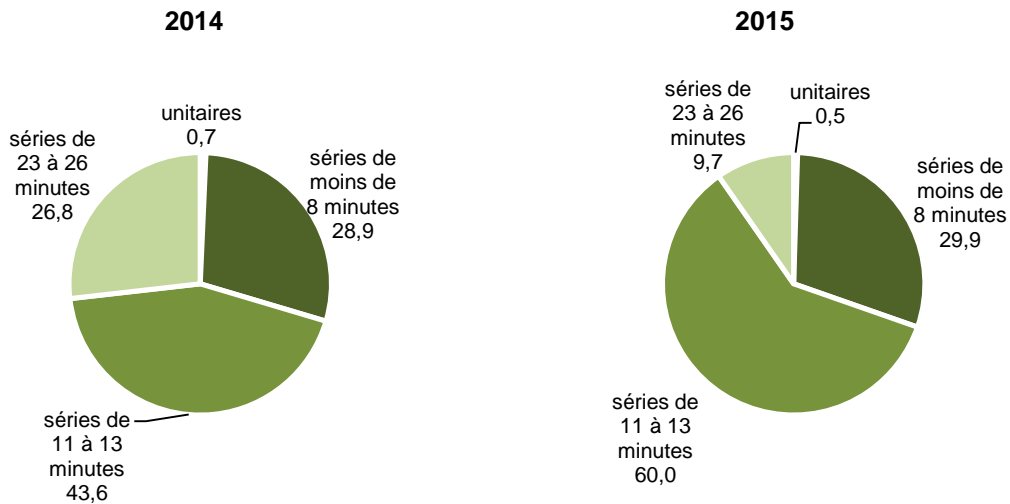
² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les formats d'animation

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

Structure des formats d'animation en volume horaire (%)



Source : CNC.

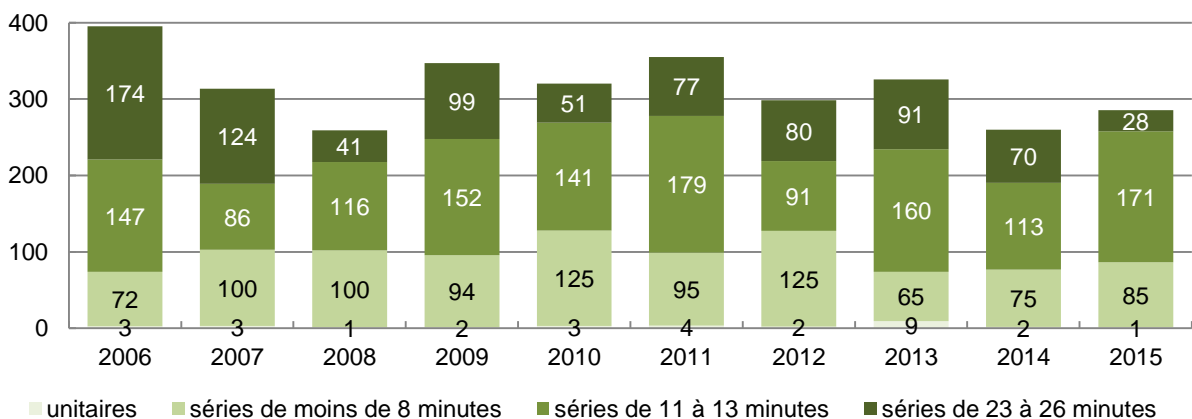
Les programmes français d'animation se déclinent majoritairement en séries (284 heures sur 285 en 2015). En 2015, le volume horaire des séries de 11 à 13 minutes (+51,0 % à 171 heures) et des séries de moins de 8 minutes (+13,5 % à 85 heures) augmente par rapport à 2014 alors que celui des séries de 23 à 26 minutes est en baisse (-60,4 % à 28 heures). Le coût horaire de l'animation s'établit à 614,2 K€ pour les séries de 11 à 13 minutes (-11,5 % par rapport à 2014), à 642,0 K€ pour les séries de moins de 8 minutes (+10,0 %), à 689,8 K€ pour les séries de 23 à 26 minutes (-10,4 %) et à 1 415,3 K€ pour les unitaires (+44,9 %).

Formats des programmes d'animation

	heures					coût horaire (K€)				
	2011	2012	2013	2014	2015	2011	2012	2013	2014	2015
unitaires	4	2	9	2	1	1 342,4	793,4	797,0	977,0	1 415,3
séries de moins de 8 minutes	95	125	65	75	85	548,7	563,3	520,8	583,7	642,0
séries de 11 à 13 minutes	179	91	160	113	171	593,5	605,0	667,4	694,3	614,2
séries de 23 à 26 minutes	77	80	91	70	28	697,6	681,0	711,6	770,3	689,8
total	355	298	326	260	285	611,8	609,2	654,3	684,8	633,7

Source : CNC.

Volume selon les formats d'animation (heures)



Source : CNC.

L'animation selon le coût horaire

En 2015, 13,4 % du volume horaire aidé d'animation présente un coût horaire inférieur à 500 K€ (16,1 % en 2014), 51,8 % un coût horaire compris entre 500 K€ et 700 K€ (45,6 % en 2014) et 34,8 % un coût horaire supérieur à 700 K€ (38,3 % en 2014). Les programmes dont le coût horaire est compris entre 500 K€ et 700 K€ concentrent 45,9 % du montant total des devis (40,1 % en 2014), 49,3 % des apports des diffuseurs (41,2 % en 2014) et 51,6 % des apports du CNC hors compléments (45,1 % en 2014).

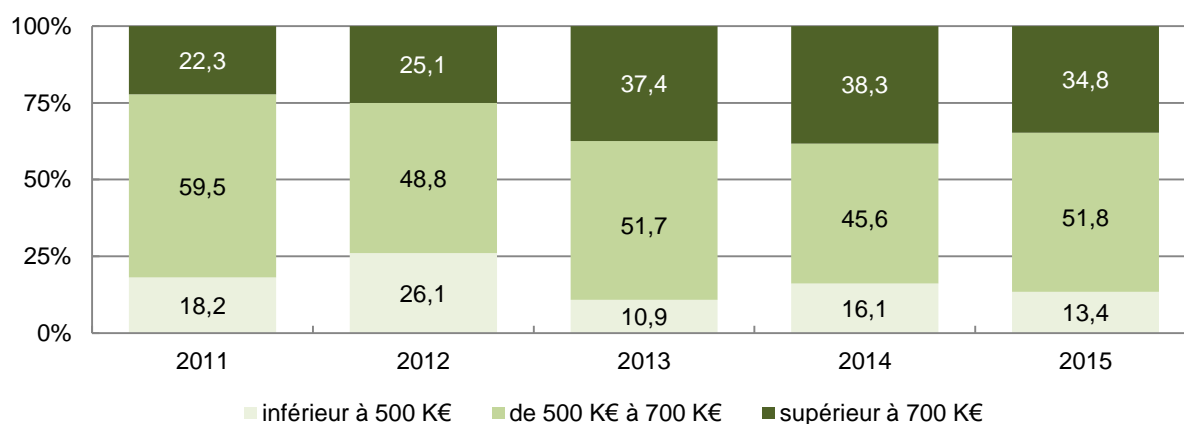
Production aidée d'animation selon le coût horaire

	heures		devis (M€)		diffuseurs (M€)		CNC (M€) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
inférieur à 200 K€	2	7	0,3	1,2	0,1	0,4	0,1	0,3
200 K€ à 300 K€	1	5	0,2	1,4	0,1	0,3	0,1	0,4
300 K€ à 400 K€	10	2	3,8	0,6	1,3	0,2	1,2	0,1
400 K€ à 500 K€	28	24	13,2	10,7	4,6	2,8	3,9	2,5
500 K€ à 600 K€	66	116	36,4	63,0	10,7	15,4	7,7	11,7
600 K€ à 700 K€	53	32	35,1	20,0	8,5	6,0	5,6	2,9
700 K€ à 900 K€	63	77	46,7	59,1	12,7	12,6	7,1	8,0
900 K€ et plus	37	22	42,4	24,8	8,8	5,6	3,9	2,3
total	260	285	178,1	180,8	46,7	43,3	29,6	28,2

¹ Hors compléments d'aide.

Source : CNC.

Heures aidées d'animation selon le coût horaire (%)



Source : CNC.

Les dépenses de production d'animation

En 2015, le montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC augmente de 1,5 % par rapport à 2014. Les dépenses de rémunération (droits artistiques, personnel, interprétation, charges sociales) sont en hausse de 12,4 %, les dépenses techniques (moyens techniques, frais de laboratoires) reculent de 12,5 % et les autres dépenses (décors et costumes, transport, défraiement, régie, assurance, divers, frais généraux, imprévus) augmentent de 5,3 %.

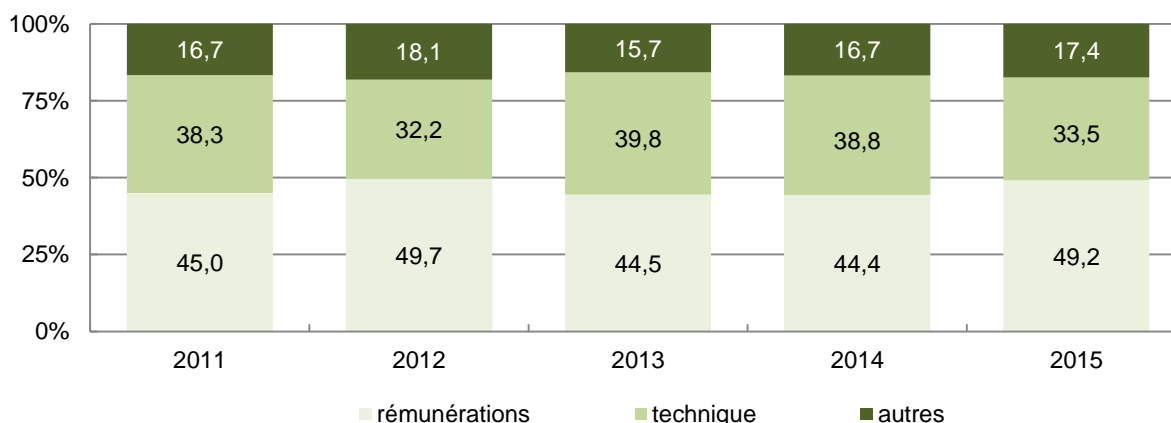
Postes de dépenses de production d'animation (M€)

	France		étranger		total	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
rémunérations	68,8	78,2	10,3	10,8	79,1	88,9
droits artistiques	9,3	10,4	3,5	2,5	12,8	12,9
personnel	35,1	40,0	5,5	6,1	40,7	46,1
interprétation	2,3	2,3	0,8	0,7	3,1	3,0
charges sociales	22,1	25,5	0,5	1,4	22,6	26,9
moyens techniques, laboratoires	39,4	39,5	29,7	21,0	69,2	60,5
autres	24,7	26,7	5,1	4,7	29,8	31,4
décors et costumes	0,0	-	0,0	-	0,0	-
transport, défraiement, régie	2,1	2,4	0,4	0,7	2,6	3,0
assurance, divers	5,6	5,1	2,2	1,7	7,9	6,8
frais généraux	9,4	10,8	1,3	1,6	10,7	12,4
imprévus	7,5	8,4	1,2	0,8	8,7	9,2
total	132,9	144,4	45,2	36,5	178,1	180,8

Source : CNC.

Les rémunérations constituent le premier poste de dépenses des producteurs pour la production de programmes d'animation (49,2 % du total en 2015), devant les frais techniques (33,5 %) et les autres dépenses (17,4 %).

Répartition des dépenses de production d'animation par grand poste (%)¹



¹ Rémunérations : droits artistiques + personnel + interprétation + charges sociales ; technique : moyens techniques, laboratoires ; autres : décors et costumes + transport, défraiement, régie + assurance, divers + frais généraux + imprévus.
Source : CNC.

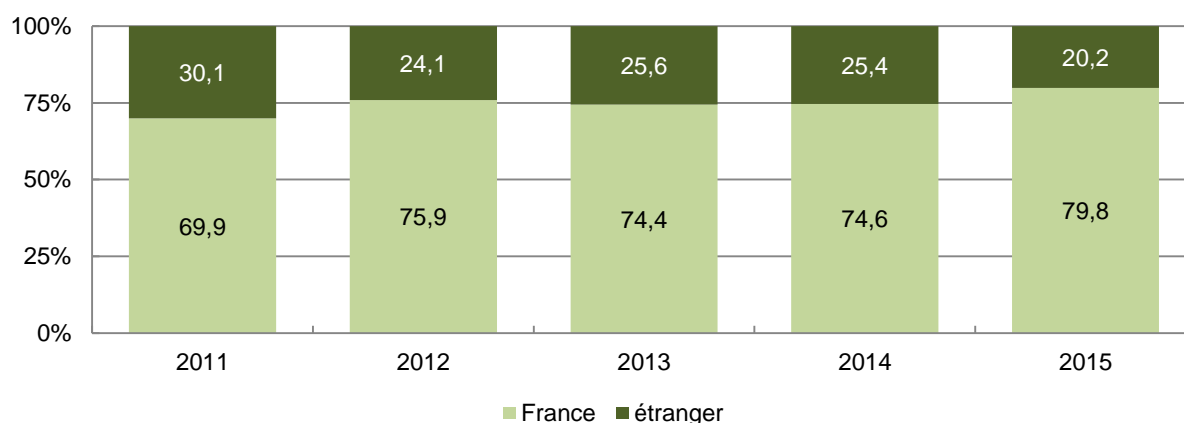
En 2015, les dépenses augmentent de 8,6 % par rapport à 2014 en France alors qu'elles reculent de 19,3 % à l'étranger. La part des dépenses de production des programmes d'animation en France s'élève à 79,8 % (74,6 % en 2014). La part des dépenses réalisées à l'étranger s'établit ainsi à 20,2 % (25,4 % en 2014).

Dépenses de production d'animation selon leur localisation (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
France	151,9	138,0	158,6	132,9	144,4
étranger	65,4	43,8	54,5	45,2	36,5
total	217,3	181,8	213,0	178,1	180,8

Source : CNC.

Répartition des dépenses de production d'animation selon leur localisation (%)



Source : CNC.

En volume horaire, 31,0 % des œuvres d'animation mises en production en 2015 sont intégralement produites en France, contre 17,4 % en 2014. En 2015, 95,7 % des séries de 23 à 26 minutes incluent des dépenses à l'étranger, contre 80,1 % des séries de 11 à 13 minutes, 43,9 % des unitaires et 38,3 % des séries de moins de 8 minutes.

Volume horaire d'animation selon le format et le taux de dépenses en France

	unitaires	séries de moins de 8 mn	séries de 11 à 13 mn	séries de 23 à 26 mn	total
2011					
inférieur à 70 %	0	15	52	31	98
70 % à 80 %	0	20	60	25	105
80 % à 100 %	2	44	57	10	114
100 %	1	16	10	11	38
total	4	95	179	77	355
2012					
inférieur à 70 %	0	9	23	49	81
70 % à 80 %	-	-	17	31	48
80 % à 100 %	0	61	41	-	102
100 %	2	56	10	-	68
total	2	125	91	80	298
2013					
inférieur à 70 %	5	5	15	47	72
70 % à 80 %	1	20	62	20	103
80 % à 100 %	1	25	84	24	134
100 %	3	14	-	-	17
total	9	65	160	91	326
2014					
inférieur à 70 %	0	1	30	20	52
70 % à 80 %	0	9	42	36	87
80 % à 100 %	0	26	36	14	76
100 %	1	39	6	-	45
total	2	75	113	70	260
2015					
inférieur à 70 %	0	12	30	10	53
70 % à 80 %	-	-	39	10	50
80 % à 100 %	0	21	68	6	95
100 %	1	53	34	1	89
total	1	85	171	28	285

Source : CNC.

Les producteurs d'animation

En 2015, 55 producteurs sont actifs dans le secteur de l'animation, soit un de plus qu'en 2014. 7 entreprises (soit 12,7 % de l'ensemble des entreprises) produisent 50 % du volume horaire d'animation.

Nombre de producteurs actifs en animation



Source : CNC.

La totalité du volume horaire d'animation est produite par des producteurs indépendants. 27,6 % du volume horaire d'animation est coproduit par plusieurs sociétés (79 heures sur 285).

Sur les cinq dernières années (2011-2015), Method Animation se classe en tête des producteurs d'animation avec 107 heures de programmes, devant Gaumont Animation (94 heures) et Xilam Animation (88 heures).

Les 10 premiers producteurs d'animation entre 2011 et 2015

	total		exclusivité		coproduction ¹	
	heures	% du total	heures	% du total	heures	% du total
1 METHOD ANIMATION	107	47,2	50	17,2	56	19,6
2 GAUMONT ANIMATION	94	42,3	40	13,8	54	18,5
3 XILAM ANIMATION	88	38,2	78	27,5	10	3,5
4 CYBER GROUP STUDIOS	76	33,3	47	16,5	29	10,0
5 MARATHON MEDIA	76	33,3	26	9,1	50	17,5
6 ZAGTOON	63	27,9	21	7,4	42	14,7
7 STUDIO 100 ANIMATION	57	25,3	47	16,5	10	3,5
8 TELE IMAGES PRODUCTIONS ²	55	24,2	10	3,5	45	15,7
9 TEAMTO	51	22,8	51	18,0	0	0,0
10 ELLIPSANIME PRODUCTIONS	51	22,8	5	1,8	46	16,0

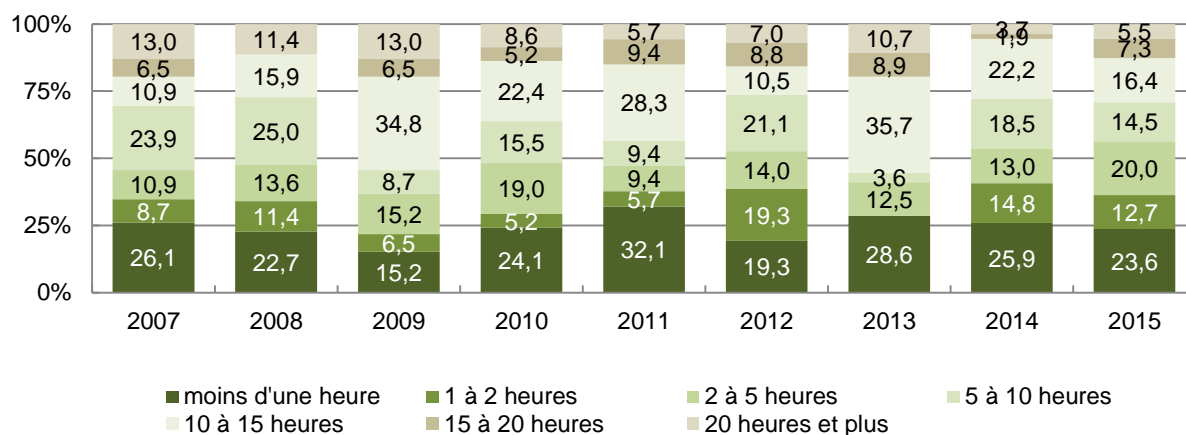
¹ Lorsqu'un programme est coproduit par plusieurs producteurs, le volume horaire correspondant à ce programme est comptabilisé pour chaque coproducteur.

² Vivendi (propriétaire du groupe Canal+) est entré, en février 2016, à hauteur de 26,2 % au capital de Banijay Group, dont fait partie Télé Images Productions.

Source : CNC.

En 2015, 70,9 % des entreprises produisent moins de 10 heures d'animation (72,2 % en 2014). 23,6 % des entreprises produisent moins d'une heure d'animation (25,9 % en 2014). 3 sociétés affichent une production supérieure à 20 heures (2 en 2014).

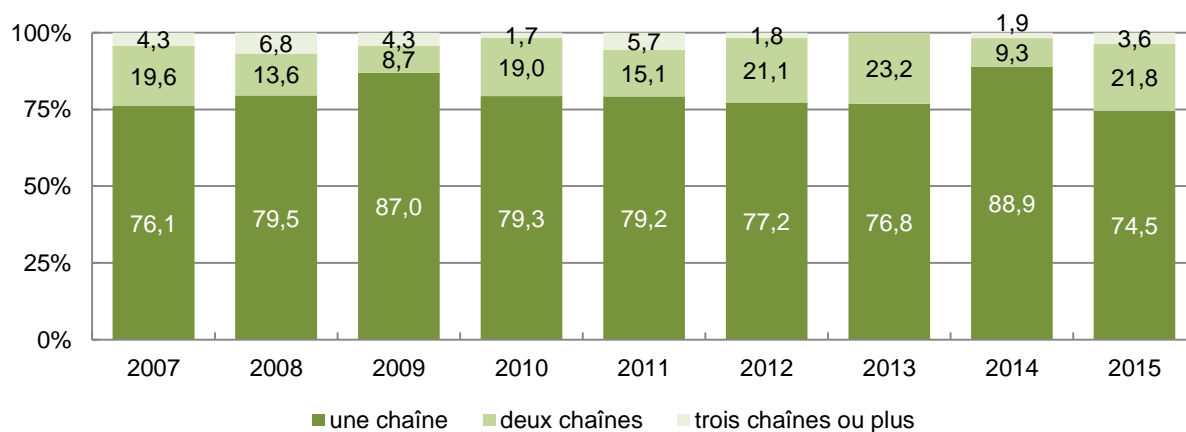
Répartition des producteurs selon le nombre d'heures d'animation produites (%)



Source : CNC.

En 2015, 74,5 % des entreprises (soit 41 entreprises) produisent des programmes d'animation pour une seule chaîne et 25,5 % (soit 14 entreprises) produisent des programmes d'animation pour deux chaînes ou plus.

Répartition des producteurs selon le nombre de chaînes commanditaires¹ d'animation (%)



¹ En tant que premier diffuseur.

Source : CNC.

2.2. Les films d'animation à la télévision

Cette partie analyse exclusivement la diffusion télévisuelle des longs métrages d'animation ayant préalablement fait l'objet d'une sortie commerciale en salles de cinéma.

Remarques méthodologiques

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

L'offre de films à la télévision

141 films d'animation différents sont diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) en 2015, soit 18,5 % de plus qu'en 2014 (119 films en 2014). 85,1 % de ces films sont programmés par les chaînes nationales gratuites qui diffusent 120 œuvres différentes, soit 19 films de plus qu'en 2014. Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 29 films d'animation différents en 2015 (+6 films par rapport à 2014) et les chaînes nationales privées gratuites (TF1, M6 et les chaînes privées gratuites de la TNT) 93 films (+14 films par rapport à 2014).

Le nombre de films d'animation diffusés sur les chaînes du groupe France Télévisions progresse de 33,3 % par rapport à 2014 à 28 œuvres cinématographiques en 2015. Cette hausse est imputable à France 4 (+10 titres entre 2014 et 2015) et France 3 (+3 titres), alors que France 2 et France 5 programment respectivement deux films et quatre films de moins qu'en 2014. Au total, 19,9 % de l'offre de films d'animation est proposée par France Télévisions en 2015 (17,6 % en 2014).

L'offre annuelle d'Arte en films d'animation est variable, mais reste inférieure à 10 films par an. En 2015, la chaîne programme un seul film d'animation contre trois en 2014.

69 œuvres cinématographiques d'animation différentes sont diffusées en 2015 sur les chaînes de la TNT privée gratuite (+7 films par rapport à 2014). L'offre de ces chaînes représente 48,9 % du nombre total de films d'animation à la télévision. Gulli (32 films) et 6ter (14 films) sont les chaînes qui programment le plus de films d'animation en 2015.

Pour la troisième année consécutive, TF1 stabilise son offre cinématographique d'animation en 2015 avec 12 films diffusés. M6 fait progresser son offre à 17 films (+4 films par rapport à 2014).

Canal+ programme 25 films d'animation en 2015, soit 6 films de plus qu'en 2014. 17,7 % de l'offre totale de films d'animation à la télévision est proposée par Canal+ en 2015 (16,0 % en 2014).

Nombre de films d'animation diffusés à la télévision

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹	2013	2014	2015
France 2	1	2	1	3	1	2	5	3	7	5
France 3	2	4	6	6	3	7	8	6	7	10
France 4	0	1	1	1	2	3	7	4	3	13
France 5	3	0	3	6	7	5	2	3	4	0
France Ô ²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1	0	0
France Télévisions³	6	7	11	16	13	17	21	17	21	28
Arte	1	1	0	0	9	2	5	6	3	1
LCP-AN	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0
chaînes nationales publiques⁴	7	8	11	16	21	19	26	23	23	29
6ter	-	-	-	-	-	-	4	10	20	14
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
D8	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D17	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
Gulli	0	3	5	7	7	5	9	22	28	32
HD1	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
NRJ12	0	0	0	1	1	2	1	0	0	3
NT1	6	1	0	0	1	5	3	3	6	5
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	0	0	2
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
TMC	0	0	3	4	5	2	0	6	5	8
W9	0	2	1	4	2	13	10	16	10	11
TNT privée gratuite⁵	7	6	13	16	16	27	24	49	62	69
TF1	0	3	5	6	6	8	13	12	12	12
M6	9	8	13	20	19	17	13	22	13	17
chaînes nationales privées gratuites⁵	15	17	31	42	40	43	43	67	79	93
chaînes nationales gratuites⁶	22	25	42	58	60	61	69	89	101	120
Canal+	17	16	27	23	22	18	28	30	19	25
total³	39	40	68	80	80	78	94	117	119	141

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

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

³ Total hors double compte.

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

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

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

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

Source : CNC-CSA.

L'offre de films inédits

Au total, 39,7 % des films d'animation diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (41,2 % en 2014). Toutes chaînes confondues, la part de films d'animation inédits français s'élève à 33,9 %. En 2015, les films américains représentent 39,3 % de l'offre de films inédits à la télévision.

La part de films d'animation inédits, c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair, atteint 48,3 % sur les chaînes nationales publiques et 22,6 % sur les chaînes nationales privées gratuites. Canal+ programme 21 films d'animation inédits en 2015, soit 84,0 % de son offre (89,5 % en 2014).

La multidiffusion

L'ensemble des chaînes programme 141 films d'animation différents qui donnent lieu à 309 diffusions. Il convient de signaler que depuis 2012, TF1 a également recours à la multidiffusion, notamment avec le film d'animation français *Totally Spies, le film*. La

fréquence de rediffusion demeure globalement stable. Un film d'animation est diffusé en moyenne 2,2 fois en 2015 (2,1 fois en 2014). Canal+, Gulli, et 6ter sont les chaînes rediffusant le plus. Chaque film d'animation est programmé 3,5 fois en moyenne sur Canal+, 2,5 fois en moyenne sur Gulli et 2,1 fois en moyenne sur 6ter. Toutes chaînes confondues, 41,7 % des diffusions concernent des films français (34,9 % en 2014).

Nombre de diffusions de films d'animation à la télévision

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹	2013	2014	2015
France 2	2	2	1	3	1	2	5	3	7	5
France 3	2	4	6	6	3	9	8	6	7	11
France 4	0	1	1	2	2	7	12	6	8	19
France 5	3	0	3	6	7	5	2	4	6	0
France Ô ²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	2	0	0
France Télévisions	7	7	11	17	13	23	27	21	28	35
Arte	2	2	0	0	26	4	12	13	6	2
LCP-AN	0	0	0	0	0	0	0	10	0	0
chaînes nationales publiques³	9	9	11	17	39	27	39	44	34	37
6ter	-	-	-	-	-	-	4	17	33	29
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
D8	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D17	0	0	14	0	0	0	0	0	0	0
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
Gulli	0	4	9	15	14	11	22	61	59	79
HD1	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
NRJ12	0	0	0	3	1	3	2	0	0	3
NT1	7	1	0	0	1	6	3	3	8	6
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	0	0	3
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
TMC	0	0	5	5	7	2	0	7	8	12
W9	0	2	1	5	3	25	17	25	19	22
TNT privée gratuite	9	7	29	28	26	47	48	113	127	156
TF1	0	3	5	6	6	8	15	13	14	12
M6	9	8	13	22	19	17	13	23	13	17
chaînes nationales privées gratuites⁴	18	18	47	56	51	72	76	149	154	185
chaînes nationales gratuites⁵	27	27	58	73	90	99	115	193	188	222
Canal+	89	60	100	93	93	76	91	76	67	87
total	116	87	158	166	183	175	206	269	255	309

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

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

³ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

⁴ TNT privée gratuite + TF1 + M6 (total hors double compte).

⁵ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites (total hors double compte).

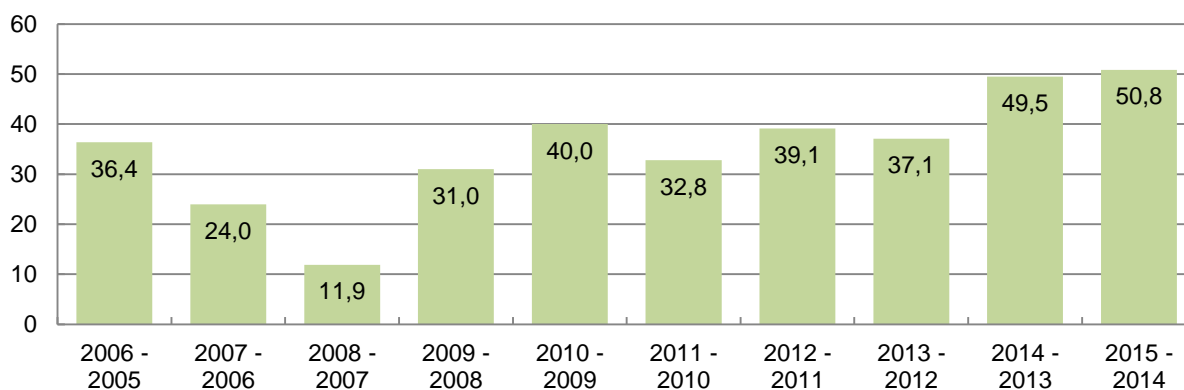
Source : CNC-CSA.

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 13,5 % des films d'animation sont diffusés sur deux, voire sur trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2015 (14,3 % en 2014). En 2015, 19 films sont ainsi programmés par deux chaînes différentes.

Par ailleurs, de plus en plus souvent, les chaînes nationales gratuites rediffusent les mêmes films d'une année sur l'autre. Ainsi, 50,8 % des films d'animation programmés par les chaînes nationales gratuites en 2015 étaient-ils déjà diffusés en 2014, soit la part la plus élevée depuis 2006. Cette pratique est plus répandue sur les chaînes de la TNT privée

gratuite. Ainsi, 90,9 % des films d'animation programmés par W9 en 2015 ont déjà été diffusés par la chaîne en 2014. Après W9, les chaînes rediffusant le plus les films d'animation entre 2014 et 2015 sont Gulli (62,5 %), TMC (50,0 %) et 6ter (42,9 %).

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



¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

Source : CNC-CSA.

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

titre	réalisateurs	année de production	pays ²	nombre de diffusions	année de dernière diffusion
1 Les Douze Travaux d'Astérix	Gosciny René / Uderzo Albert	1975	FR	14	2015
2 Astérix et Cléopâtre	Gosciny René / Uderzo Albert	1968	FR / BE	13	2015
3 Astérix et la surprise de César	Brizzi Gaëtan / Brizzi Paul	1985	FR	13	2015
4 Astérix et les indiens	Hahn Gerhard	1994	DE	13	2015
5 Astérix le Gaulois	Gosciny René / Uderzo Albert	1967	FR	13	2015
6 Astérix chez les Bretons	Van Lamsweerde Pino	1985	FR	12	2015
7 Astérix et le coup du menhir	Grimond Philippe	1988	FR / DE	11	2015
8 Kirikou et les bêtes sauvages	Ocelot Michel / Galup Bénédicte	2004	FR	11	2015
9 La Bande à Picsou : le trésor de la lampe perdue	Brizzi Gaëtan / Brizzi Paul / Hathcock Bob / Marcos Rodric Mathias / Pallant Clive / Woodcock Vincent	1989	FR	10	2015
10 Kirikou et la sorcière	Ocelot Michel	1995	FR / BE	10	2015
11 Tintin et le lac aux requins	Leblanc Raymond	1972	FR / BE	10	2015
12 Vaillant, pigeon de combat	Chapman Gary	2005	GB	10	2015

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

² BE : Belgique, DE : Allemagne, FR : France, GB : Grande-Bretagne.

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

Source : CNC-CSA.

La diffusion selon la nationalité sur les chaînes nationales gratuites

Sur les chaînes nationales gratuites (toutes chaînes sauf Canal+), 44 films d'animation français sont programmés en 2015, soit huit films de plus qu'en 2014. Entre 2006 et 2015, la part des films d'animation français varie entre 27,9 % (en 2011) et 63,6 % (en 2006). Par

ailleurs, ces chaînes diffusent 45 films américains (+3 titres par rapport à 2014), 20 films européens non français (+2 titres) et 11 films d'une autre nationalité (+6 titres).

Films d'animation diffusés sur les chaînes nationales gratuites selon la nationalité (hors double compte)

	films français		films américains		films européens ¹		autres films		total
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	
2006	14	63,6%	5	22,7%	3	13,6%	-	-	22
2007	13	52,0%	10	40,0%	2	8,0%	-	-	25
2008	18	42,9%	15	35,7%	5	11,9%	4	9,5%	42
2009	30	51,7%	17	29,3%	10	17,2%	1	1,7%	58
2010	21	35,0%	22	36,7%	10	16,7%	7	11,7%	60
2011	17	27,9%	29	47,5%	14	23,0%	1	1,6%	61
2012 ²	26	37,7%	29	42,0%	13	18,8%	1	1,4%	69
2013	29	32,6%	38	42,7%	17	19,1%	5	5,6%	89
2014	36	35,6%	42	41,6%	18	17,8%	5	5,0%	101
2015	44	36,7%	45	37,5%	20	16,7%	11	9,2%	120

¹ Europe au sens continental, hors France.

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

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

Source : CNC-CSA.

La diffusion selon l'horaire sur les chaînes nationales gratuites

En 2015, les longs métrages d'animation sont majoritairement diffusés en première partie de soirée sur les chaînes nationales gratuites. 44,6 % des films d'animation diffusés en 2015 sont programmés entre 20h30 et 22h20 (51,6 % en 2014). Les films d'animation étant destinés à un public jeune, ils sont également largement programmés en journée. 41,4 % des films d'animation sont programmés sur cette tranche horaire en 2015 (32,4 % en 2014). En 2015, les chaînes nationales gratuites diffusent 11 films d'animation la nuit (aucun entre 6h00 et 6h59), soit 6 films de moins qu'en 2014. La nuit capte 5,0 % de l'offre totale de films d'animation (9,0 % en 2014). La programmation en deuxième partie de soirée progresse pour la quatrième année consécutive à 20 titres, soit 9,0 % de l'offre (6,9 % en 2014).

Diffusions des films d'animation sur les chaînes nationales gratuites selon l'horaire¹

	jour		1 ^{re} partie de soirée		2 ^e partie de soirée		nuit		total
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	
2006	16	59,3%	8	29,6%	1	3,7%	2	7,4%	27
2007	10	37,0%	13	48,1%	1	3,7%	3	11,1%	27
2008	22	37,9%	30	51,7%	5	8,6%	1	1,7%	58
2009	37	50,7%	32	43,8%	2	2,7%	2	2,7%	73
2010	44	48,9%	29	32,2%	4	4,4%	13	14,4%	90
2011	45	45,5%	38	38,4%	4	4,0%	12	12,1%	99
2012 ²	32	27,8%	51	44,3%	4	3,5%	28	24,3%	115
2013	78	40,4%	82	42,5%	12	6,2%	21	10,9%	193
2014	61	32,4%	97	51,6%	13	6,9%	17	9,0%	188
2015	92	41,4%	99	44,6%	20	9,0%	11	5,0%	222

¹ Jour : de 07h00 à 20h29 ; 1^{re} partie de soirée : de 20h30 à 22h20 ; 2^e partie de soirée : de 22h30 à 23h59 ; nuit : de 00h00 à 06h59.

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

Source : CNC-CSA.

La saisonnalité de la diffusion

La diffusion des films d'animation sur les chaînes nationales gratuites est intensive pendant la période des fêtes de fin d'année : les mois de décembre et janvier concentrent 30,8 % des diffusions sur les chaînes nationales privées gratuites et 56,8 % sur les chaînes nationales publiques en 2015. Sur Canal+ en revanche, ces deux mois concentrent seulement 24,1 % des diffusions des films d'animation. Les chaînes nationales privées gratuites profitent de la période estivale pour programmer les films d'animation (22,7 % en juillet et août 2015).

Diffusions mensuelles de films d'animation à la télévision en 2015

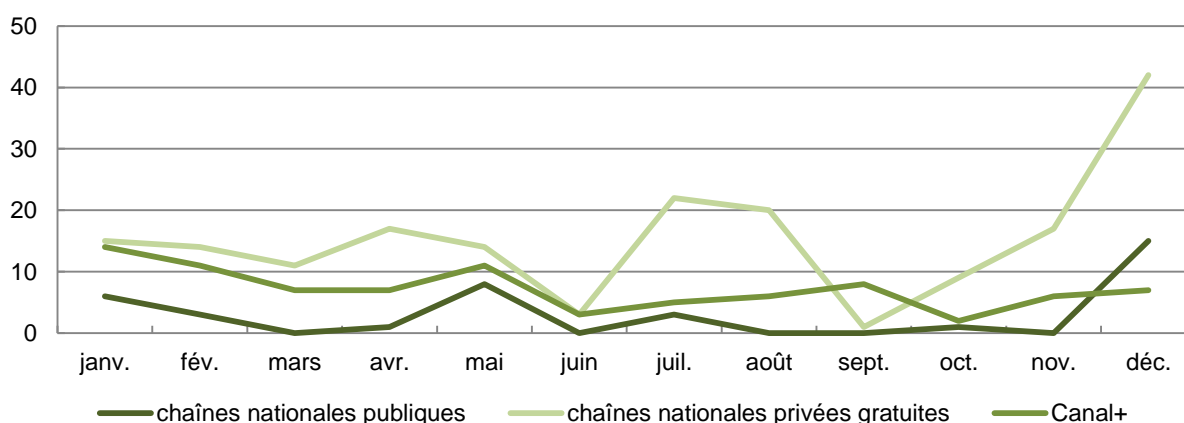
	chaînes nationales publiques ¹		chaînes nationales privées gratuites ²		Canal+	
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure
janvier	6	16,2%	15	8,1%	14	16,1%
février	3	8,1%	14	7,6%	11	12,6%
mars	0	0,0%	11	5,9%	7	8,0%
avril	1	2,7%	17	9,2%	7	8,0%
mai	8	21,6%	14	7,6%	11	12,6%
juin	0	0,0%	3	1,6%	3	3,4%
juillet	3	8,1%	22	11,9%	5	5,7%
août	0	0,0%	20	10,8%	6	6,9%
septembre	0	0,0%	1	0,5%	8	9,2%
octobre	1	2,7%	9	4,9%	2	2,3%
novembre	0	0,0%	17	9,2%	6	6,9%
décembre	15	40,5%	42	22,7%	7	8,0%
total	37	100,0%	185	100,0%	87	100,0%

¹ France Télévisions + Arte + LCP-AN.

² TNT privée gratuite + TF1 + M6.

Source : CNC – CSA.

Nombre de diffusions mensuelles de films d'animation à la télévision en 2015



Source : CNC – CSA.

2.3.L'animation à la télévision

Remarques méthodologiques

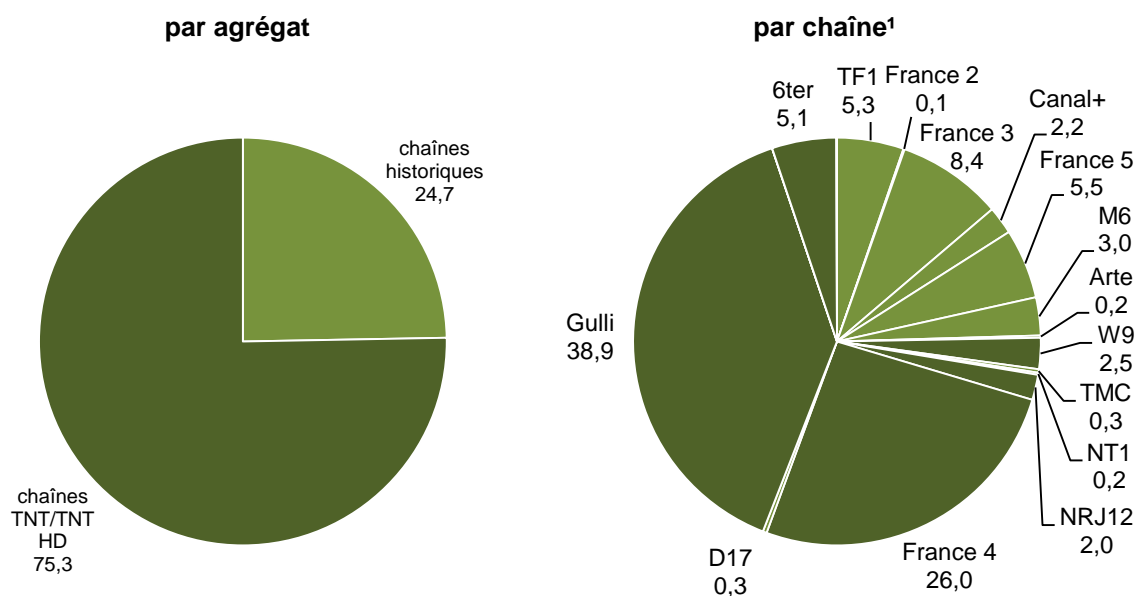
L'offre d'animation à la télévision est composée de programmes audiovisuels et de films cinématographiques. Les analyses sur l'offre d'animation à la télévision n'ont pas pour objet d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont ainsi pas comparables avec celles qui émanent du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

L'offre des chaînes nationales

L'offre d'animation sur l'ensemble de la journée

En 2015, les chaînes nationales diffusent 13 925 heures d'animation sur l'ensemble de la journée. Trois quarts de l'offre sont proposés par les chaînes TNT/TNT HD (W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6ter, Numéro 23, Chérie 25), les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) représentant un quart du volume de diffusion.

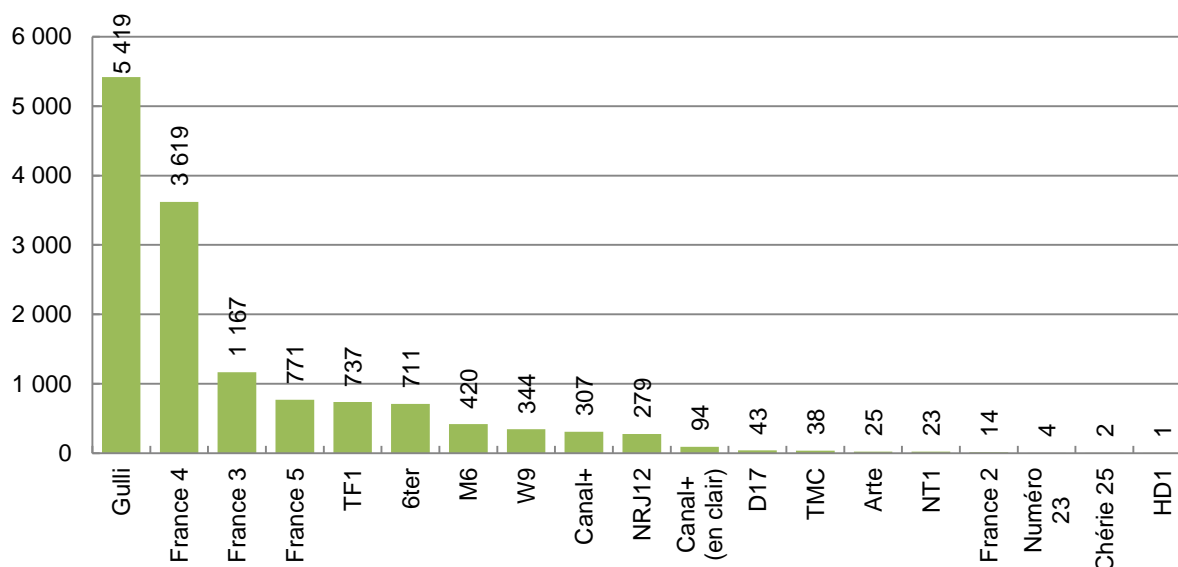
Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales en 2015 (% en volume horaire)



¹ Seules les chaînes représentant au moins 0,1 % de l'offre totale apparaissent dans ce graphique.
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, Gulli est le premier diffuseur de programmes d'animation parmi les chaînes nationales (5 419 heures), devant France 4 (3 619 heures), France 3 (1 167 heures), France 5 (771 heures), TF1 (737 heures), 6ter (711 heures), M6 (420 heures), W9 (344 heures), Canal+ (307 heures dont 94 en clair) et NRJ12 (279 heures). D17, TMC, Arte, NT1, France 2, Numéro 23, Chérie 25 et HD1 programment moins de 50 heures d'animation chacune. D8, France Ô et RMC Découverte ne diffusent pas d'animation.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes nationales en 2015 (heures)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, l'offre d'animation diminue sur TF1 (-21,2 %), Canal+ (-2,8 %), France 5 (-2,4 %) et M6 (-2,5 %) par rapport à 2014 alors qu'elle augmente sur France 2 (+23,9 %) et France 3 (+10,5 %). En 2015, l'offre d'animation atteint ainsi son plus bas niveau sur TF1, Canal+, France 5 et M6.

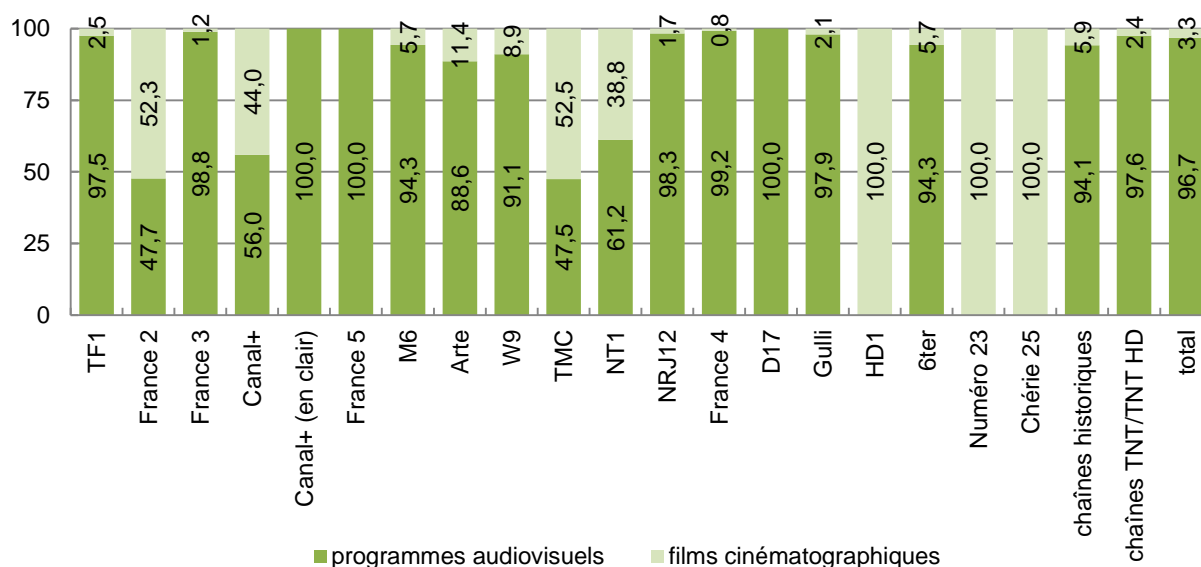
Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques (heures)¹

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TF1	936	997	973	948	949	987	935	737
France 2	36	39	3	3	7	24	11	14
France 3	1 050	1 107	1 077	1 007	1 101	1 096	1 056	1 167
Canal+	313	418	396	359	370	331	316	307
dont Canal+ (en clair)	93	154	168	129	180	145	92	94
France 5	1 142	1 200	1 074	1 060	1 086	1 031	790	771
M6	424	470	482	473	471	496	430	420

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, les programmes audiovisuels composent 96,7 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales (13 468 heures), contre 3,3 % pour les films cinématographiques (456 heures). Les films cinématographiques représentent 11,4 % de l'offre d'animation sur Arte, 38,8 % sur NT1, 44,0 % sur Canal+, 52,3 % sur France 2, 52,5 % sur TMC, la totalité de l'offre sur HD1, Numéro 23 et Chérie 25. L'offre d'animation est composée exclusivement de programmes audiovisuels sur France 5 et D17.

Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales par catégorie de programmes en 2015 (% en volume horaire)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, le volume horaire des programmes audiovisuels d'animation est en baisse sur TF1, Canal+, France 5 et M6 par rapport à 2014 alors qu'il augmente sur France 2 et France 3. L'offre de films cinématographiques d'animation diminue sur TF1, France 2 et France 5 alors qu'elle progresse sur France 3, Canal+ et M6.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques par catégorie (heures)

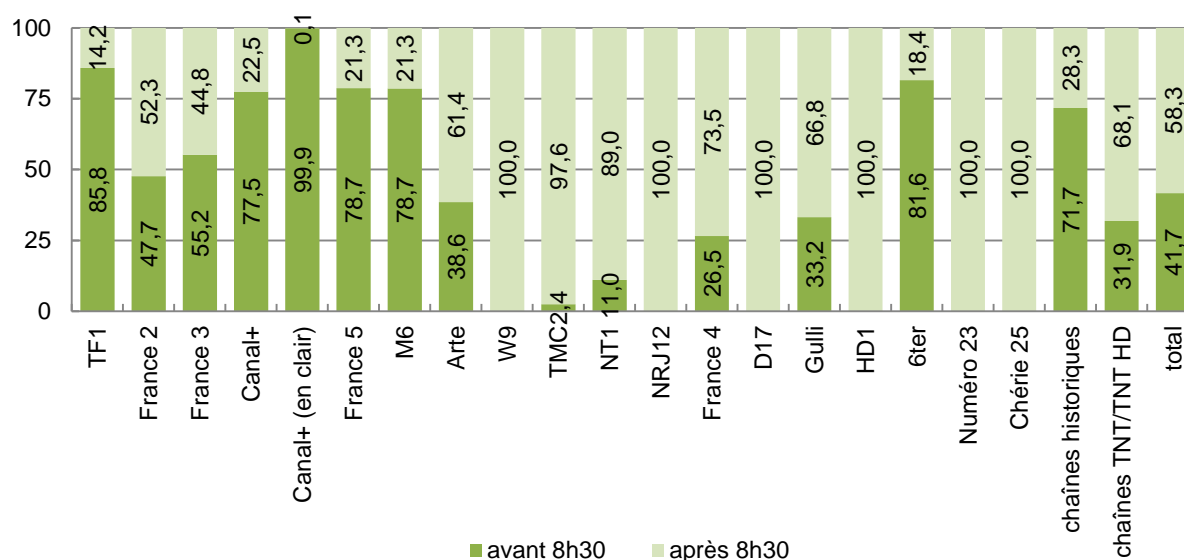
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
programmes audiovisuels								
TF1	928	989	963	939	928	968	914	718
France 2	35	35	2	-	-	20	1	6
France 3	1 043	1 100	1 073	995	1 091	1 089	1 047	1 153
Canal+	185	283	263	246	239	222	215	172
France 5	1 140	1 192	1 065	1 053	1 084	1 027	782	771
M6	408	441	458	449	454	464	412	396
films cinématographiques								
TF1	8	8	9	9	22	20	21	19
France 2	1	5	1	3	7	4	10	7
France 3	8	8	4	12	10	8	9	14
Canal+	128	136	133	114	131	109	101	135
France 5	1	8	9	6	2	4	8	-
M6	16	29	24	23	17	32	18	24

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre d'animation avant 8h30

En 2015, 41,7 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales est diffusée avant 8h30 et 58,3 % du volume horaire d'animation est diffusé après 8h30. 71,7 % de l'offre d'animation des chaînes historiques est diffusée avant 8h30 alors que 68,1 % de l'offre d'animation des chaînes TNT/TNT HD est diffusée après 8h30. L'ensemble des programmes d'animation diffusés sur W9, NRJ12, D17, HD1, Numéro 23 et Chérie 25 sont programmés après 8h30.

Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales selon l'horaire de diffusion en 2015 (% en volume horaire)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, le volume d'animation diffusée avant 8h30 est en baisse sur TF1, Canal+ et M6 par rapport à 2014, il est stable sur France 5 et il progresse sur France 2 et France 3. L'offre d'animation diffusée après 8h30 diminue sur TF1, France 2 et France 5 alors qu'elle augmente sur France 3, Canal+ et M6. En 2015, l'offre d'animation diffusée après 8h30 atteint son plus bas niveau sur TF1 et France 5.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon l'horaire de diffusion (heures)

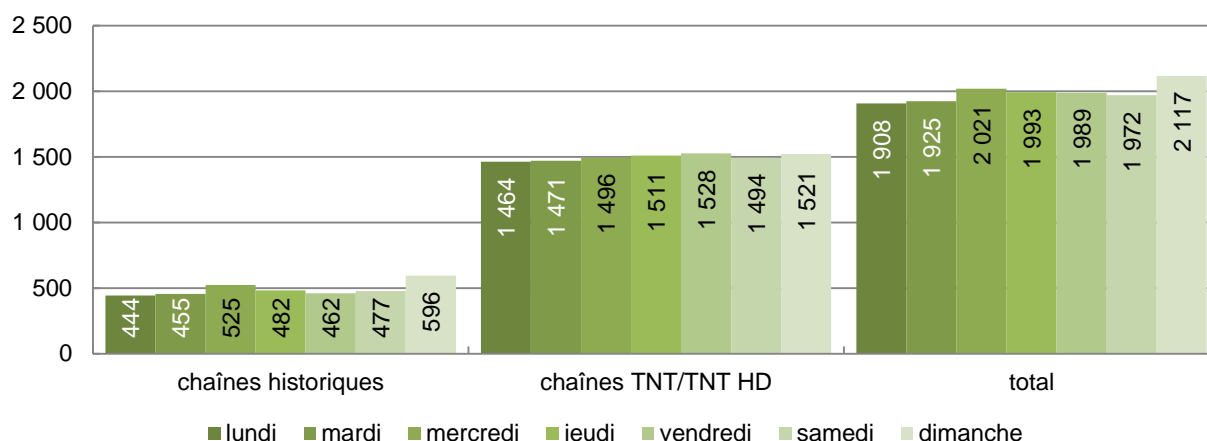
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
avant 8h30								
TF1	648	757	739	705	743	793	780	632
France 2	32	34	2	-	-	20	1	6
France 3	550	611	596	552	618	602	588	644
Canal+	69	174	175	197	189	241	267	238
France 5	509	560	546	552	565	577	607	607
M6	227	310	344	363	366	384	377	330
après 8h30								
TF1	287	239	234	243	206	194	155	104
France 2	4	5	1	3	7	4	10	7
France 3	500	497	481	455	483	494	468	523
Canal+	244	244	221	163	181	90	49	69
France 5	632	639	528	508	521	454	184	164
M6	197	160	138	109	105	111	54	90

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre d'animation selon le jour

En 2015, le dimanche (2 117 heures) et le mercredi (2 021 heures) affichent un volume de diffusion d'animation plus élevé que les autres jours de la semaine (1 908 heures à 1 993 heures) sur les chaînes nationales.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes nationales selon le jour en 2015 (heures)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, l'offre d'animation diminue tous les jours sur TF1 par rapport à 2014, notamment de 46,7 % le mercredi et de 30,2 % le samedi. Sur France 3, l'offre d'animation augmente tous les jours sauf le mercredi (-8,1 %). Sur Canal+, le volume d'animation progresse le mercredi (+12,1 %) et le dimanche (+27,5 %) alors qu'il diminue les autres jours. Sur France 5, l'offre d'animation diminue tous les jours sauf le samedi (+6,4 %). M6 ne diffuse plus de programmes d'animation le samedi depuis septembre 2014. L'offre d'animation de M6 diminue également le mercredi (-15,7 %) et le dimanche (-67,3 %) alors qu'elle augmente les autres jours.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon le jour (heures)

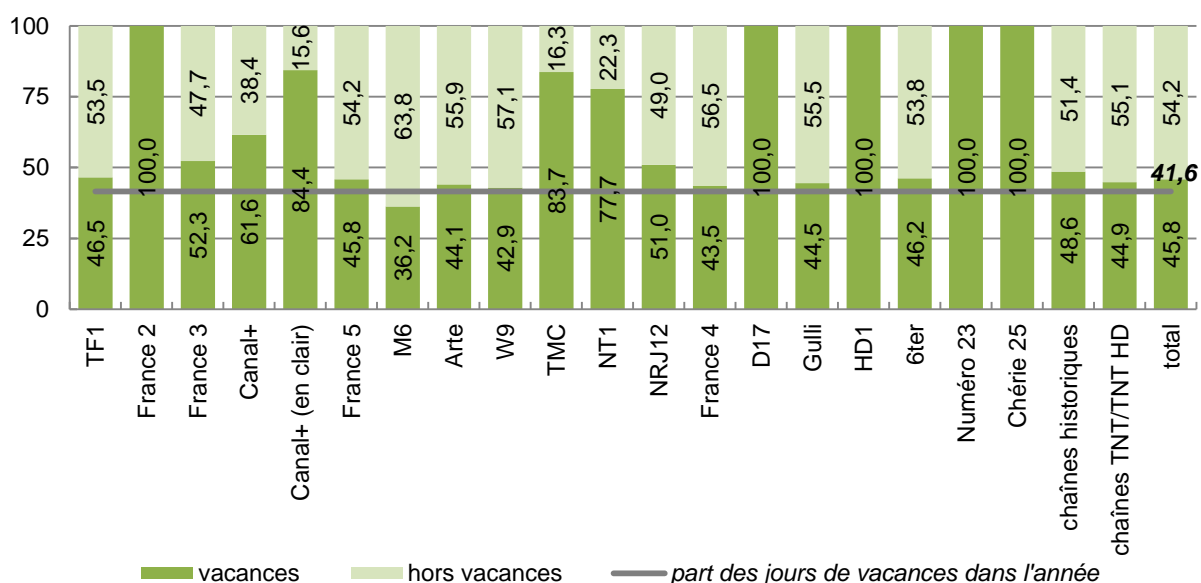
	TF1		France 2		France 3		Canal+		France 5		M6	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
lundi	116	100	3	-	126	145	34	20	100	95	69	82
mardi	121	96	-	1	123	145	36	22	114	109	71	81
mercredi	182	97	0	1	175	160	63	71	115	109	98	83
jeudi	115	101	3	1	126	148	34	29	113	111	68	91
vendredi	114	95	0	1	123	143	37	31	113	109	68	81
samedi	105	74	-	3	191	218	17	15	156	166	51	-
dimanche	182	174	4	5	193	208	94	119	80	73	4	1
total	935	737	11	14	1 056	1 167	316	307	790	771	430	420

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre d'animation pendant les vacances

La programmation d'animation est globalement plus importante en période de vacances scolaires. En 2015, les congés scolaires couvrent 41,6 % des jours de l'année et totalisent 45,8 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales. Cette proportion atteint 48,6 % sur les chaînes historiques, contre 44,9 % sur les chaînes TNT/TNT HD. Cinq chaînes proposent des programmes d'animation uniquement pendant les vacances scolaires : France 2, D17, HD1, Numéro 23 et Chérie 25. M6 est la seule chaîne gratuite dont l'offre d'animation est proportionnellement plus abondante en dehors des périodes de vacances scolaires.

Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales selon les périodes en 2015 (% en volume horaire)¹



¹ Les vacances scolaires couvrent l'ensemble des zones, soit en 2015 du 1^{er} au 4 janvier, du 7 février au 8 mars, du 11 avril au 10 mai, du 4 juillet au 31 août, du 17 octobre au 1^{er} novembre et du 19 au 31 décembre.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, l'offre d'animation sur TF1 diminue davantage hors vacances (-25,8 %) que pendant les vacances (-15,3 %) par rapport à 2014. La progression du volume de diffusion d'animation sur France 3 concerne principalement les vacances (+16,4 %). L'offre d'animation sur Canal+ recule essentiellement hors vacances (-5,7 %). Sur France 5, le volume d'animation diffusée diminue pendant les vacances (-6,3 %) alors qu'il progresse hors vacances (+1,2 %). Sur M6, il est en baisse essentiellement pendant les vacances (-5,9 %).

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon les périodes (heures)¹

	TF1		France 2		France 3		Canal+		France 5		M6	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
vacances	404	342	10	14	524	610	191	189	377	353	162	152
hors vacances	531	394	1	-	532	557	125	118	413	418	269	268
total	935	737	11	14	1 056	1 167	316	307	790	771	430	420

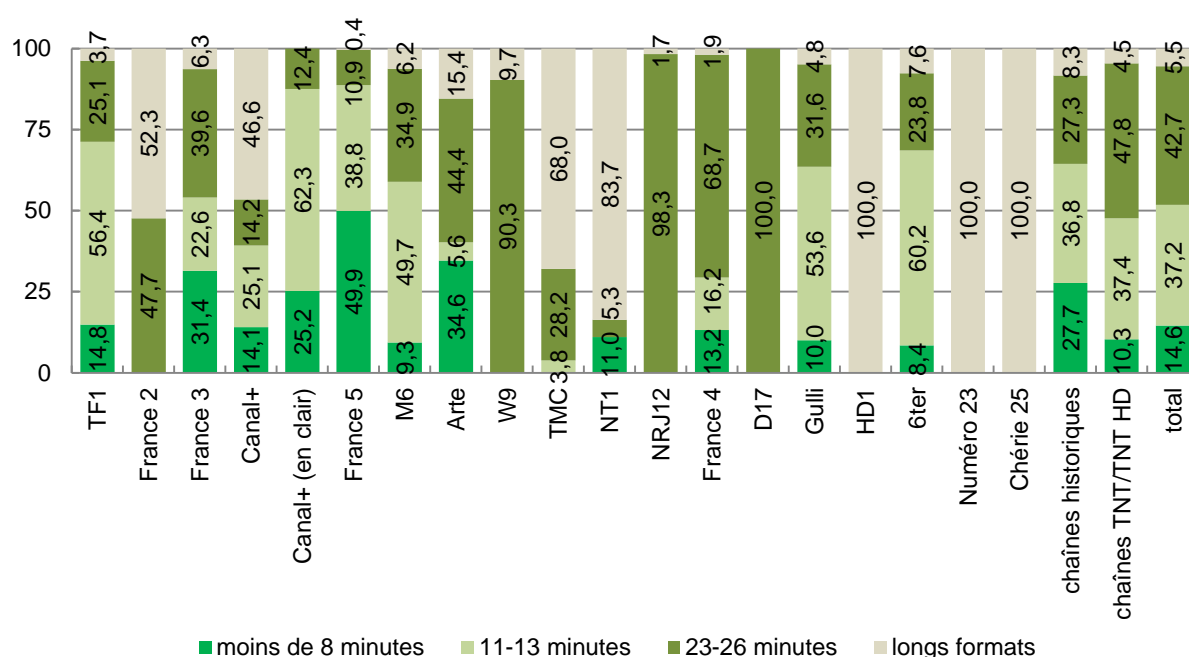
¹ Les vacances scolaires couvrent l'ensemble des zones, soit en 2015 du 1^{er} au 4 janvier, du 7 février au 8 mars, du 11 avril au 10 mai, du 4 juillet au 31 août, du 17 octobre au 1^{er} novembre et du 19 au 31 décembre.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre d'animation selon le format

En 2015, les 23-26 minutes sont le premier format d'animation diffusée sur les chaînes nationales (42,7 % du volume horaire total), devant les 11-13 minutes (37,2 %), les moins de 8 minutes (14,6 %) et les longs formats (5,5 %). Les 23-26 minutes sont le format le plus diffusé sur les chaînes TNT/TNT HD (47,8 %) alors que les 11-13 minutes sont en tête sur les chaînes historiques (36,8 %). Les moins de 8 minutes représentent la majorité de l'offre d'animation sur une seule chaîne : France 5. Les 11-13 minutes constituent la majorité de l'offre d'animation de quatre chaînes : TF1, M6, Gulli, 6ter. Les 23-26 minutes représentent le principal volume d'animation diffusée sur six chaînes : France 3, Arte, W9, NRJ12, France 4, D17. Les longs formats sont majoritaires dans l'offre d'animation de sept chaînes : France 2, Canal+, TMC, NT1, HD1, Numéro 23, Chérie 25.

Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales selon le format en 2015 (% en volume horaire)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, le volume de moins de 8 minutes augmente sur TF1, France 3, France 5 et M6 par rapport à 2014 alors qu'il diminue sur Canal+. Le volume de 11-13 minutes est en baisse sur TF1 et France 5 alors qu'il progresse sur France 3, Canal+ et M6. L'offre de 23-26 minutes recule sur TF1, Canal+, M6 alors qu'elle est en hausse sur France 2, France 3, France 5 et inversement pour les formats longs.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon le format (heures)

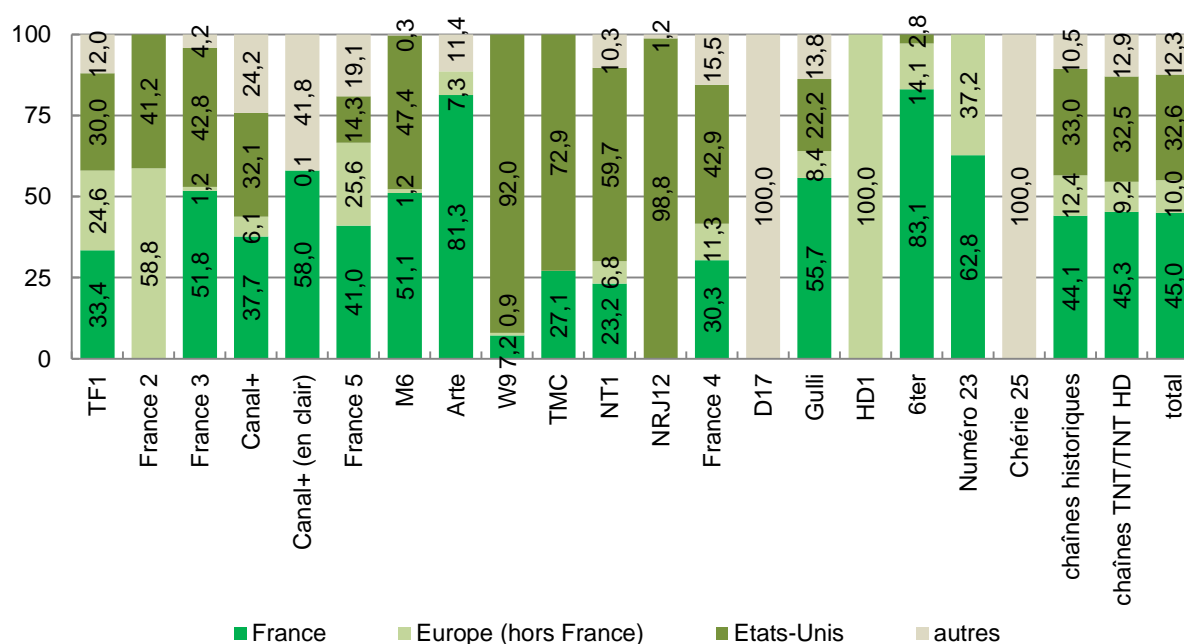
	TF1		France 2		France 3		Canal+		France 5		M6	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
moins de 8 minutes	106	109	-	-	351	367	62	43	299	385	14	39
11 - 13 minutes	577	415	-	-	259	264	75	77	419	299	201	208
23 - 26 minutes	226	185	1	6	366	462	70	44	60	84	194	146
longs formats	27	27	10	7	80	74	109	143	12	3	22	26
total	935	737	11	14	1 056	1 167	316	307	790	771	430	420

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre d'animation selon la nationalité

En 2015, l'offre d'animation diffusée sur les chaînes nationales est majoritairement composée de programmes français (45,0 % du volume horaire total). La part de l'animation américaine s'établit à 32,6 %, contre 10,0 % pour les programmes européens non français et 12,3 % pour les programmes d'autres nationalités. Ces proportions sont comparables sur les chaînes historiques et les chaînes TNT/TNT HD. Les programmes français composent la majorité de l'offre de neuf chaînes : TF1, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, Gulli, 6ter, Numéro 23. L'animation américaine représente la majorité de l'offre de cinq chaînes : W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4.

Répartition de l'offre d'animation sur les chaînes nationales selon la nationalité en 2015 (% en volume horaire)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Parmi les chaînes historiques, l'offre de programmes français est en hausse sur France 3 (+15,8 %) par rapport à 2014 alors qu'elle est en baisse sur TF1 (-18,5 %), Canal+ (-0,9 %), France 5 (-8,4 %) et M6 (-2,0 %). L'offre d'animation américaine augmente sur TF1 (+4,8 %) et France 3 (+4,6 %) alors qu'elle diminue sur France 2 (-42,4 %), Canal+ (-31,6 %), France 5 (-53,9 %) et M6 (-0,6 %).

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon la nationalité (heures)

	TF1		France 2		France 3		Canal+		France 5		M6	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
France	302	246	-	-	522	605	117	116	345	316	219	215
Europe (hors France)	248	181	1	8	16	14	33	19	180	198	10	5
Etats-Unis	211	221	10	6	478	500	144	99	239	110	200	199
autres	174	88	-	-	40	49	22	74	26	147	1	1
total	935	737	11	14	1 056	1 167	316	307	790	771	430	420

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'offre des chaînes thématiques d'animation

A l'offre des chaînes nationales, s'ajoute l'offre d'animation des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL. En 2016, 22 chaînes consacrent au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation (hors canaux de diffusion décalée). En février 2016, le groupe Turner, qui édite Boing, Boomerang et Cartoon Network, a lancé une nouvelle chaîne d'animation, Toonami, dont la programmation est centrée sur les super-héros.

Les chaînes d'animation diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL en 2016¹

Baby TV	Gong Max
Boing	J-One
Boomerang (et Boomerang+1)	KZ TV
Canal J	Mangas
Cartoon Network	MCM
Disney Channel (et Disney Channel+1)	Nickelodeon
Disney Cinema ²	Nickelodeon Junior
Disney Junior	Piwi+
Disney XD	TéléTOON+ (et TéléTOON+1)
Game One (et Game One+1)	TiJi
Gong	Toonami ³

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation.

² La chaîne a remplacé Disney Cinemagic en mai 2015.

³ La chaîne a été lancée en février 2016.

Source : distributeurs, *Guide des chaînes numériques* (avril 2016).

Les chaînes d'animation s'adressent à des publics différents. Quatre catégories de chaînes peuvent être distinguées selon l'âge du public visé :

- pour les enfants de moins de 3 ans : Baby TV ;
- pour les 3-6 ans : Boomerang, Disney Junior, Nickelodeon Junior, Piwi+ et TiJi ;
- pour les 7-14 ans : Boing, Canal J, Cartoon Network, Disney Channel, Disney Cinema, Disney XD, Nickelodeon, TéléTOON+ et Toonami ;
- pour les adolescents et les jeunes adultes (15-34 ans) : Game One, Gong, Gong Max, J-One, KZ TV, Mangas et MCM.

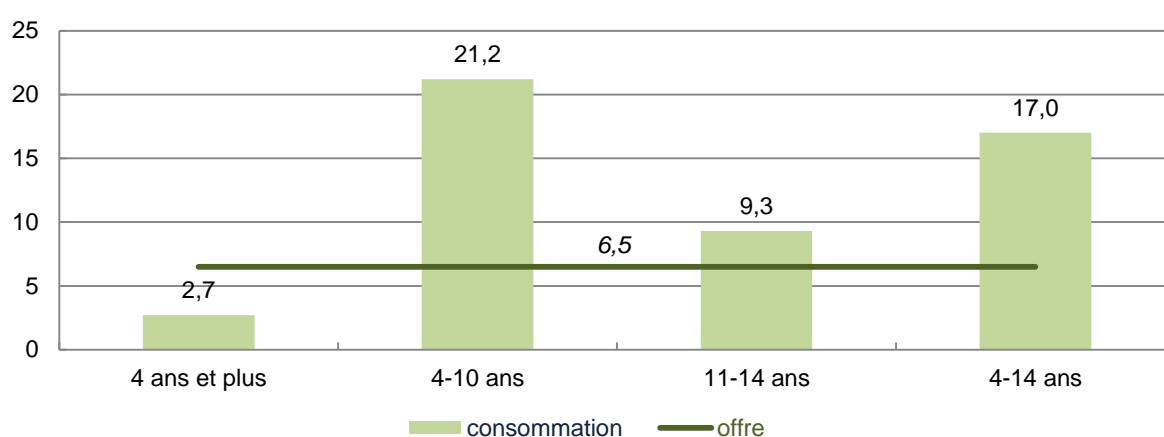
Les chaînes thématiques jeunesse diffusent des proportions variables d'animation. D'après l'édition 2016 du *Guide des chaînes numériques* (disponible sur www.cnc.fr), l'animation compose 30 % de l'offre de programmes sur Game One et MCM, 45 % sur J-One, 53 % sur Disney Channel, 70 % sur Canal J et les chaînes Nickelodeon, 80 % sur Mangas, 84 % sur Disney XD, 88 % sur Disney Junior et 98 % sur TiJi.

2.4. L'audience de l'animation à la télévision

L'audience sur les chaînes nationales

En 2015, l'animation représente 21,2 % de la consommation des 4-10 ans (soit 146 heures), 9,3 % de celle des 11-14 ans (soit 60 heures) et 2,7 % de celle des 4 ans et plus (soit 36 heures) sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25), alors que le genre constitue 6,5 % de l'offre globale de programmes sur ces chaînes selon Médiamétrie. Les 4-10 ans constituent ainsi le principal public des programmes d'animation diffusés à la télévision.

Part de l'animation dans l'offre et la consommation des chaînes nationales¹ en 2015 (%)



¹ TF1, France 2, France 3, Canal +, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte, Chérie 25.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, les meilleures audiences d'animation à la télévision sur les 4 ans et plus sont réalisées par le film américain *Moi, moche et méchant 2* pour les films (TF1, 6,3 millions de téléspectateurs) et par la série française *Silex and the City* pour les séries télévisées (Arte, 1,3 million de téléspectateurs).

Palmarès des meilleures audiences d'animation à la télévision en 2015 (4 ans et plus)

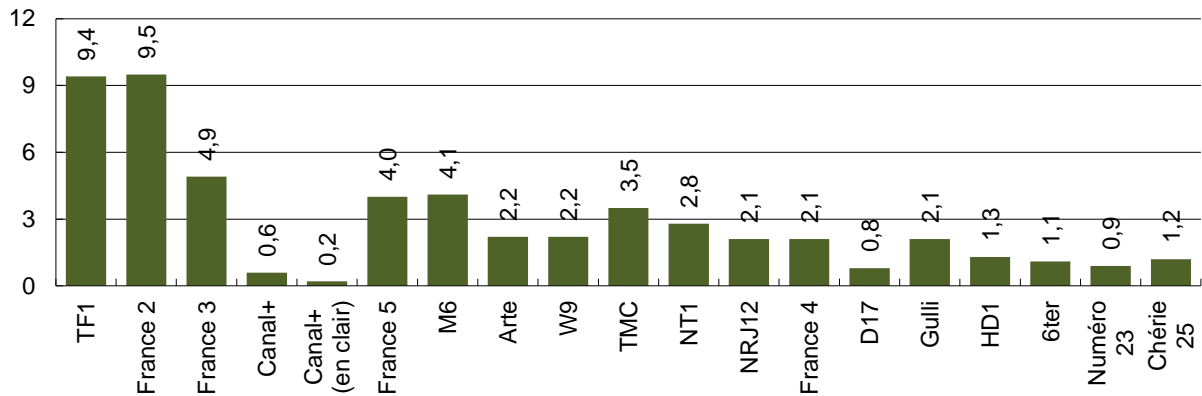
rang	date	début	chaîne	programme	nationalité	millions de téléspectateurs	pda ¹ (%)
film d'animation							
1	20 déc.	21:04	TF1	Moi, moche et méchant 2	Etats-Unis	6,3	22,7
2	22 févr.	21:03	TF1	Les Aventures de Tintin : le secret de la licorne	Etats-Unis	6,1	23,2
3	5 avr.	21:02	TF1	L'Âge de glace 4	Etats-Unis	6,0	22,9
4	25 oct.	21:02	TF1	Les Croods	Etats-Unis	5,7	22,1
5	27 août	21:03	TF1	Moi, moche et méchant	Etats-Unis	4,8	21,2
série d'animation							
1	25 nov.	20:53	Arte	Silex and the City	France	1,3	4,8
2	2 nov.	07:57	TF1	Paw Patrol, la Pat' patrouille	Etats-Unis	1,2	22,4
3	13 déc.	09:35	TF1	Miraculous, les aventures de Ladybug et chat noir	France	0,9	14,7
4	25 janv.	09:39	TF1	Le Ranch	France	0,9	12,5
5	18 oct.	09:32	TF1	Lassie	France	0,9	13,7

¹ pda : part d'audience.

Source : Médiamétrie - Médiamat.

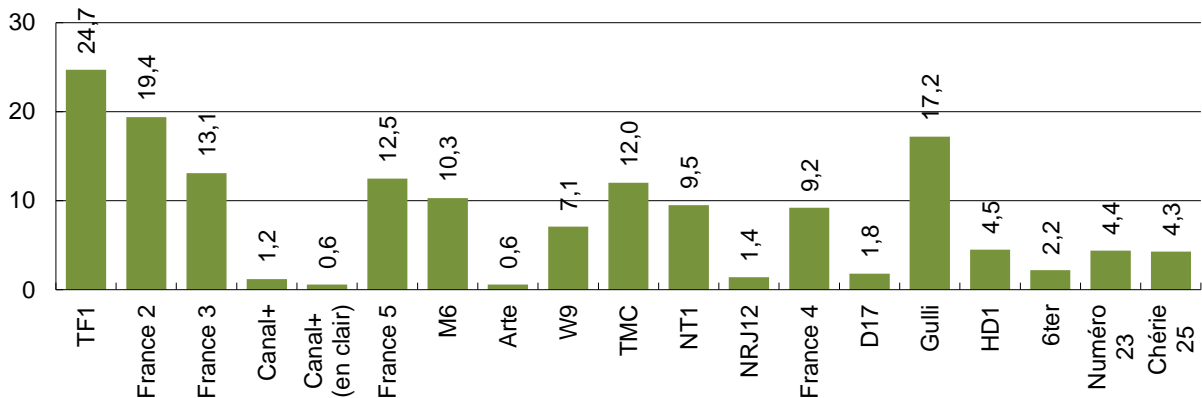
En 2015, TF1 enregistre les meilleures parts d'audience de l'animation parmi les chaînes nationales sur les 4-10 ans (24,7 %) et sur les 11-14 ans (17,2 %). France 2 obtient la meilleure part d'audience sur les 4 ans et plus (9,5 %). Sur les 4-10 ans, la part d'audience de l'offre d'animation de Gulli (17,2 %) est quasiment deux fois plus élevée que celle de France 4 (9,2 %). Sur les 11-14 ans, leurs parts d'audiences sont, en revanche, comparables (respectivement 6,8 % et 6,6 %).

Part d'audience de l'animation sur les 4 ans et plus sur les chaînes nationales en 2015 (%)



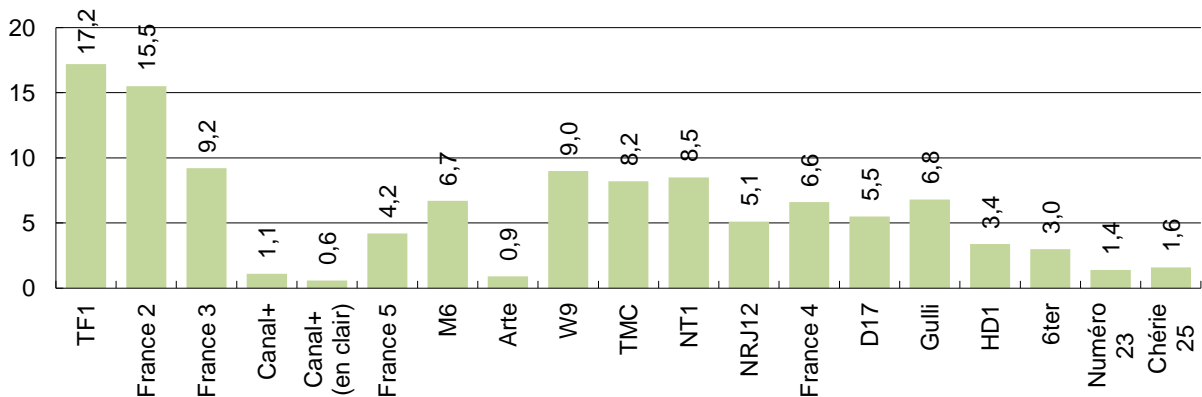
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Part d'audience de l'animation sur les 4-10 ans sur les chaînes nationales en 2015 (%)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Part d'audience de l'animation sur les 11-14 ans sur les chaînes nationales en 2015 (%)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Sur les 4-10 ans, la part d'audience de l'animation est en hausse sur TF1, Canal+ et France 5 par rapport à 2014 alors qu'elle diminue sur France 2, France 3 et M6. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation progresse sur TF1, France 5 et M6 alors qu'elle recule sur France 2, France 3 et Canal+.

Part d'audience de l'animation sur les chaînes historiques (%)

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
4 ans et plus	2014	8,6	10,2	5,8	0,7	3,6	4,1
	2015	9,4	9,5	4,9	0,6	4,0	4,1
4-10 ans	2014	23,9	24,3	14,6	1,1	12,4	10,8
	2015	24,7	19,4	13,1	1,2	12,5	10,3
11-14 ans	2014	16,0	24,1	11,1	1,4	2,9	6,3
	2015	17,2	15,5	9,2	1,1	4,2	6,7

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, la part d'audience de l'animation sur les 4-10 ans atteint 14,9 % après 8h30 contre 10,7 % avant 8h30 sur France 3, 18,3 % contre 8,5 % sur M6 et 18,0 % contre 11,3 % sur Gulli. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation s'élève à 23,1 % après 8h30 contre 14,1 % avant 8h30 sur TF1 et à 15,4 % contre 3,5 % sur M6. Elle est au contraire plus élevée avant 8h30 (12,4 %) qu'après cet horaire (5,9 %) sur France 4.

Part d'audience de l'animation selon l'horaire de diffusion en 2015 (%)

	avant 8h30		après 8h30	
	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans
TF1	24,4	14,1	25,5	23,1
France 2	5,1	1,6	19,7	15,7
France 3	10,7	8,9	14,9	9,4
Canal+	0,7	0,5	2,4	1,7
Canal+ (en clair)	0,6	0,6	0,0	0,0
France 5	12,3	4,2	13,1	4,1
M6	8,5	3,5	18,3	15,4
Arte	0,5	1,0	0,6	0,9
W9	-	-	7,1	9,0
TMC	0,0	1,7	12,1	8,3
NT1	1,8	8,3	9,5	8,5
NRJ12	-	-	1,4	5,1
France 4	8,7	12,4	9,3	5,9
D17	-	-	1,8	5,5
Gulli	11,3	7,5	18,0	6,8
HD1	-	-	4,5	3,4
6ter	1,3	3,2	4,4	2,7
Numéro 23	-	-	4,4	1,4
Chérie 25	-	-	4,3	1,6

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Sur les 4-10 ans, la part d'audience de l'animation diffusée avant 8h30 est en hausse sur France 2 par rapport à 2014, elle est stable sur Canal+ et elle diminue sur TF1, France 3, France 5 et M6. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation avant 8h30 progresse sur TF1, France 2 et France 5 alors qu'elle recule sur France 3, Canal+ et M6.

Part d'audience de l'animation sur les chaînes historiques avant 8h30 (%)

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
4 ans et plus	2014	7,1	6,8	4,3	0,5	3,3	3,0
	2015	7,5	4,5	3,7	0,3	3,8	2,8
4-10 ans	2014	24,9	0,0	12,0	0,7	12,4	9,4
	2015	24,4	5,1	10,7	0,7	12,3	8,5
11-14 ans	2014	12,9	0,0	9,8	1,1	2,5	3,9
	2015	14,1	1,6	8,9	0,5	4,2	3,5

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, la part d'audience de l'animation sur les 4-10 ans atteint 14,5 % pendant les vacances scolaires contre 11,7 % hors vacances sur France 3 et 12,8 % contre 9,3 % sur M6. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation s'élève à 20,7 % pendant les vacances contre 15,0 % hors vacances sur TF1 et à 10,5 % contre 5,1 % sur M6. Sur ces deux tranches d'âge, les chaînes jeunesse France 4 et Gulli obtiennent des résultats comparables quelle que soit la période.

Part d'audience de l'animation selon les périodes en 2015 (%)

	vacances		hors vacances	
	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans
TF1	24,3	20,7	25,0	15,0
France 2	19,4	15,5	-	-
France 3	14,5	9,5	11,7	9,0
Canal+	1,6	1,4	0,8	0,7
Canal+ (en clair)	0,7	0,6	0,4	0,6
France 5	13,3	4,4	12,2	4,1
M6	12,8	10,5	9,3	5,1
Arte	0,7	1,4	0,5	0,5
W9	8,4	9,1	6,1	8,8
TMC	14,1	8,7	4,3	4,8
NT1	9,0	8,3	12,6	9,6
NRJ12	1,3	4,9	1,5	5,3
France 4	8,7	6,6	9,6	6,6
D17	1,8	5,5	-	-
Gulli	17,2	6,8	17,1	6,9
HD1	4,5	3,4	-	-
6ter	3,0	2,7	1,6	3,2
Numéro 23	4,4	1,4	-	-
Chérie 25	4,3	1,6	-	-

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

Sur les 4-10 ans, la part d'audience de l'animation diffusée pendant les vacances scolaires est en hausse sur TF1, Canal+ et France 5 par rapport à 2014, alors qu'elle diminue sur France 2, France 3 et M6. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation pendant les vacances scolaires progresse sur TF1 et France 5 alors qu'elle recule sur France 2, France 3, Canal+ et M6.

Part d'audience de l'animation sur les chaînes historiques pendant les vacances scolaires (%)

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
4 ans et plus	2014	9,4	10,6	6,0	0,6	3,5	5,7
	2015	10,0	9,5	5,3	0,7	3,9	5,2
4-10 ans	2014	23,9	25,6	15,7	1,1	13,1	14,4
	2015	24,3	19,4	14,5	1,6	13,3	12,8
11-14 ans	2014	19,4	24,5	12,0	1,7	3,2	11,7
	2015	20,7	15,5	9,5	1,4	4,4	10,5

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, les meilleures performances d'animation sur les 4-10 ans sont enregistrées par les longs formats sur toutes les chaînes qui en diffusent à l'exception de France 4, pour laquelle les 11-13 minutes et les 23-26 minutes obtiennent des résultats plus élevés. Sur les 11-14 ans, les longs formats réalisent également les résultats les plus élevés sur la majorité des chaînes. Les meilleurs résultats sont toutefois enregistrés par les 23-26 minutes sur France 5, NRJ12 et France 4, et par les 11-13 minutes sur Gulli et 6ter.

Part d'audience de l'animation selon le format en 2015' (%)

	moins de 8 minutes		11-13 minutes		23-26 minutes		longs formats	
	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans
TF1	22,2	16,4	24,4	14,3	22,4	11,5	41,6	39,5
France 2	-	-	-	-	5,1	1,6	19,7	15,7
France 3	12,3	9,3	11,4	6,9	13,3	9,6	17,5	12,1
Canal+	0,4	0,6	0,5	0,4	0,3	0,3	1,9	1,4
Canal+ (en clair)	0,5	0,6	0,6	0,4	0,6	1,4	-	-
France 5	12,6	4,3	12,3	4,0	13,2	4,5	17,0	1,8
M6	5,6	2,9	8,4	4,7	9,1	3,0	32,4	23,1
Arte	0,5	0,4	0,1	0,9	0,4	1,4	1,4	2,2
W9	-	-	-	-	6,1	8,7	17,1	11,2
TMC	-	-	5,6	4,6	8,0	4,9	15,1	10,3
NT1	1,8	8,3	-	-	2,5	3,4	9,9	8,7
NRJ12	-	-	-	-	1,4	5,1	2,7	2,2
France 4	8,8	3,4	9,3	4,3	9,3	8,6	7,7	5,0
D17	-	-	-	-	1,8	5,5	-	-
Gulli	16,0	5,6	17,9	7,7	16,1	6,3	18,3	6,4
HD1	-	-	-	-	-	-	4,5	3,4
6ter	0,8	2,4	1,4	3,5	2,2	2,0	6,8	3,0
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	4,4	1,4
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	4,3	1,6

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

En 2015, les meilleures performances d'animation sur les 4-10 ans sont réalisées par des programmes américains sur six chaînes (TF1, France 2, France 3, Canal+, NRJ12, 6ter), principalement en raison du poids des films américains, par des programmes français sur trois chaînes (W9, TMC, Numéro 23), par des programmes européens non français sur trois chaînes (M6, NT1, HD1) et par des programmes d'autres nationalités sur six chaînes (France 5, Arte, France 4, D17, Gulli, Chérie 25). Sur les 11-14 ans, les programmes américains réalisent les meilleures parts d'audience sur plus de la moitié des chaînes (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, NT1, NRJ12, France 4, Gulli, 6ter).

Part d'audience de l'animation selon la nationalité en 2015¹ (%)

	français		européens (non français)		américains		autres	
	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans	4-10 ans	11-14 ans
TF1	22,0	14,4	24,3	14,5	27,8	20,9	21,3	11,1
France 2	-	-	13,4	7,7	21,2	17,0	-	-
France 3	11,5	8,7	8,9	5,1	15,2	10,2	10,7	6,8
Canal+	1,1	1,3	0,7	0,6	1,7	1,3	0,5	0,4
Canal+ (en clair)	0,4	0,3	2,5	0,0	-	-	0,7	0,9
France 5	11,7	3,9	13,2	4,5	12,8	3,7	13,3	4,6
M6	8,2	4,9	20,2	7,1	11,5	7,9	0,0	0,0
Arte	0,5	0,6	0,2	0,7	-	-	1,7	2,6
W9	19,2	12,2	17,1	15,8	6,2	8,7	-	-
TMC	22,8	9,8	-	-	10,1	7,8	-	-
NT1	4,2	1,6	19,7	10,0	10,7	10,8	3,3	2,1
NRJ12	-	-	-	-	1,4	5,1	1,0	1,8
France 4	8,7	4,4	8,9	3,7	9,2	8,8	10,3	7,6
D17	-	-	-	-	-	-	1,8	5,5
Gulli	16,6	6,7	14,3	5,7	17,2	7,1	19,6	7,1
HD1	-	-	4,5	3,4	-	-	-	-
6ter	1,7	3,0	2,9	2,5	8,2	3,4	-	-
Numéro 23	4,8	0,8	4,0	1,9	-	-	-	-
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	4,3	1,6

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés - Traitement Digitime.

L'audience des chaînes thématiques d'animation

D'après les derniers résultats d'audience des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL, le panel des chaînes thématiques d'animation étudiées (chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience MédiamatThématik) recueille 4,6 % de part d'audience entre septembre 2015 et février 2016 parmi les abonnés à une offre payante âgés de 4 ans et plus, soit une proportion en baisse de 0,9 point par rapport à l'année précédente. Cette évolution s'explique principalement par le recul de la part d'audience des chaînes du groupe Disney (-0,7 point). En 2016, l'échantillon compte une chaîne de moins par rapport à 2015. Disney Junior et Nickelodeon Junior occupent la tête du palmarès des chaînes jeunesse en part d'audience (0,6 % chacune). Elles devancent Cartoon Network et Disney Channel (0,4 % chacune). Nickelodeon Junior est la seule chaîne dont la part d'audience progresse sur un an. Sept chaînes enregistrent une baisse de leur part d'audience : Boomerang, Disney Channel, Disney Channel+1, Disney Junior, Disney XD, Nickelodeon et TéléTOON+1. Les parts d'audience des autres chaînes sont stables. Sur le public des 4-10 ans, Nickelodeon Junior se place en première position devant Disney Junior.

Part d'audience des chaînes thématiques d'animation¹ (%)

	sept. 2011 - févr. 2012	sept. 2012 - févr. 2013	sept. 2013 - févr. 2014	sept. 2014 - févr. 2015	sept. 2015 - févr. 2016
Boing	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1
Boomerang	0,4	0,3	0,5	0,4	0,3
Boomerang+1	-	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1
Canal J	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
Cartoon Network	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4
Disney Channel	0,7	0,8	0,7	0,6	0,4
Disney Channel+1	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1
Disney Cinema ²	0,2	0,2	0,2	0,2	0,3
Disney Cinemagic+1	0,1	0,1	0,1	0,1	-
Disney Junior	0,6	0,7	0,8	0,9	0,6
Disney XD	0,4	0,3	0,3	0,2	0,1
Game One	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2
Game One+1	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1
Gong	-	-	<0,1	<0,1	<0,1
J-One	-	-	0,1	0,1	0,1
Mangas	<0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
MCM	-	-	-	0,1	0,1
Nickelodeon	0,4	0,4	0,3	0,3	0,2
Nickelodeon Junior	0,3	0,5	0,4	0,5	0,6
Piwi+	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
TéléTOON+	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2
TéléTOON+1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1
TiJi	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2
groupe Canal+	0,8	0,8	0,7	0,7	0,6
groupe Disney	2,2	2,3	2,3	2,2	1,5
groupe Lagardère	0,6	0,4	0,4	0,5	0,5
groupe Turner	0,9	0,8	1,1	0,9	0,8
groupe Viacom	1,1	1,2	1,1	1,1	1,1
total	5,6	5,6	5,7	5,5	4,6

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience MédiamatThématik.

² Disney Cinema a remplacé Disney Cinemagic en mai 2015.

Groupe Canal+ : Piwi+, TéléTOON+, TéléTOON+1.

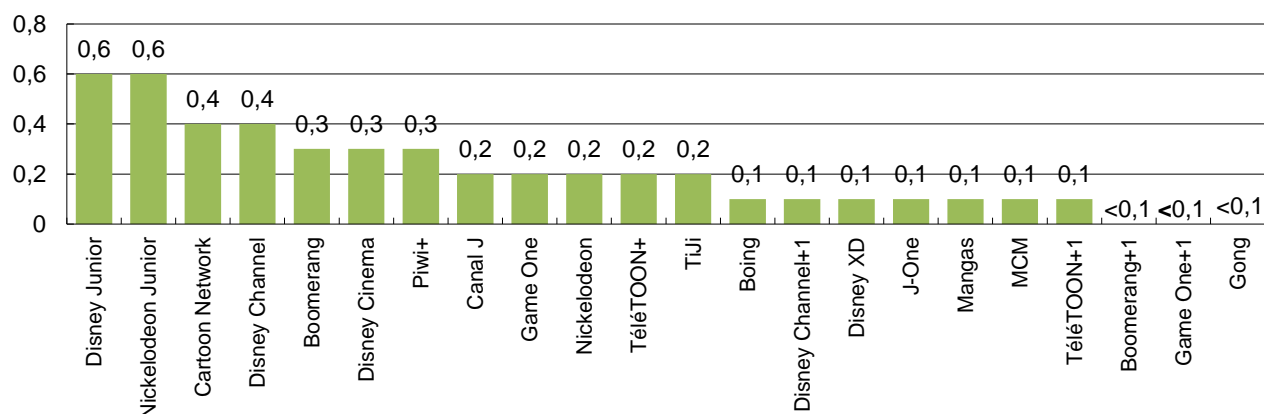
Groupe Disney : Disney Channel, Disney Channel+1, Disney Cinema, Disney Junior, Disney XD.

Groupe Lagardère : Canal J, MCM (intégrée au panel en 2015), TiJi.

Groupe Turner : Boing, Boomerang, Boomerang+1, Cartoon Network.

Groupe Viacom : Game One, Game One+1, J-One, Nickelodeon, Nickelodeon Junior.

Source : Médiamétrie – MédiamatThématik (univers payant) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

Part d'audience des chaînes thématiques d'animation – sept. 2015-févr. 2016¹ (%)

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience MédiamatThématik.

Source : Médiamétrie – MédiamatThématik (univers payant) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

2.5. Les programmes d'animation en télévision de rattrapage (TVR)

L'offre de programmes d'animation en TVR

Remarques méthodologiques

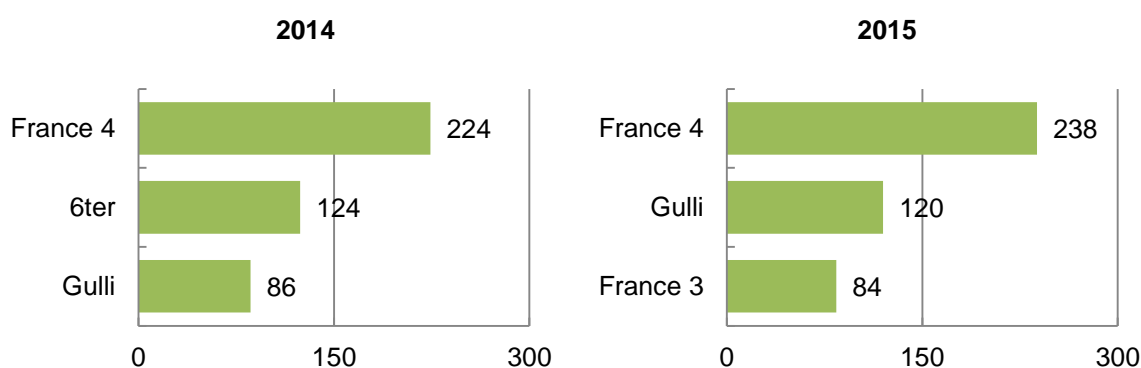
L'étude de l'offre de télévision de rattrapage, réalisée par www.tv-replay.fr pour le CNC depuis octobre 2010, présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire. L'analyse de l'offre porte sur 18 chaînes jusqu'en novembre 2012 (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP Assemblée Nationale, Public Sénat, France 4, D17, Gulli et France Ô) puis sur 22 chaînes à partir de décembre 2012 (les quatre chaînes supplémentaires étant HD1, 6ter, RMC Découverte et Chérie 25) et sur 23 chaînes à partir de février 2014 (avec la prise en compte de Numéro 23).

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

L'offre de TVR sur internet des chaînes nationales gratuites est composée en moyenne de 683 heures de programmes d'animation par mois en 2015, contre 680 heures en 2014 (+0,4 %). L'animation constitue ainsi 4,0 % de l'offre de programmes mis à disposition en TVR sur internet par les chaînes nationales gratuites (4,4 % en 2014).

En 2015, les principales offres de télévision de rattrapage sur internet en animation sont proposées par France 4 (238 heures par mois en moyenne), Gulli (120 heures) et France 3 (84 heures).

Principales offres d'animation en TVR sur internet (heures moyennes mensuelles)



Source : www.tv-replay.fr.

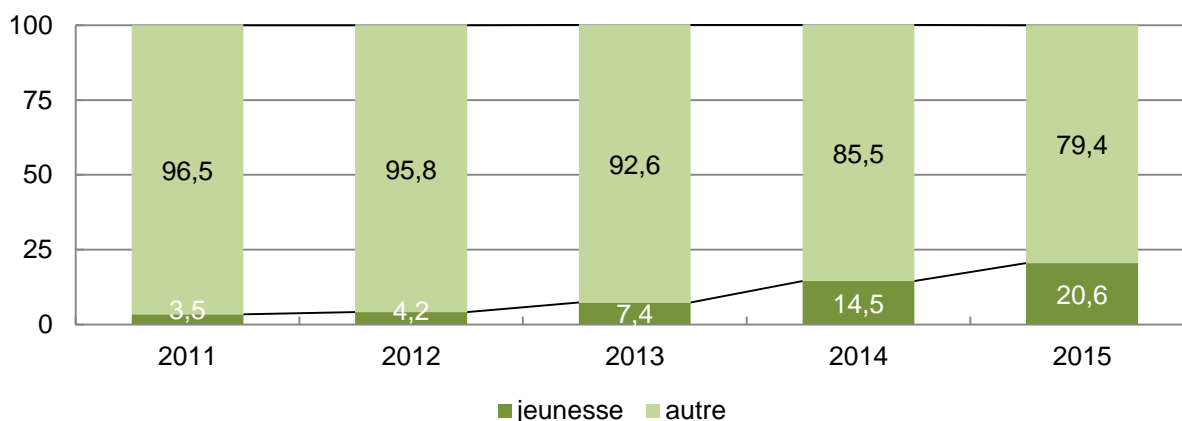
La consommation de programmes d'animation en TVR

Remarques méthodologiques

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

En 2015, les programmes jeunesse (animation et autres programmes) totalisent 1,2 milliard de vidéos vues (20,6 % de la consommation totale de télévision en ligne), contre 0,6 milliard (14,5 %) en 2014. Les programmes jeunesse sont le genre qui enregistre la plus forte croissance du nombre de vidéos vues de télévision en ligne (+92,2 % par rapport à 2014).

Consommation de télévision en ligne selon le genre (%)



¹ En nombre de vidéos visionnées.

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

En 2015, les programmes d'animation représentent 25,0 % des dix meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne des groupes composant le panel, contre 21,9 % en 2014. Ils constituent la majorité des dix meilleures audiences mensuelles de télévision en ligne pour France Télévisions (60,0 % en 2015) et Gulli (82,5 %).

3. Emploi

L'animation en 2014 :

L'emploi dans les entreprises de production d'animation en 2014



108 entreprises



5 299 salariés



99,7 M€ de masse salariale

dont 86,2 % en CDDU

4 570

salariés
en CDDU



35 ans

en moyenne pour un
salarié en CDDU



30 %
de femmes
parmi les salariés en CDDU



70 %
d'hommes
parmi les salariés en CDDU

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens et a pour objet de mesurer l'emploi et son évolution dans la production de films d'animation et d'effets visuels.

Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. A ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration nominative annuelle des salaires qui permet à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié.

Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, l'identité du salarié, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction.

Le périmètre d'analyse a été défini en concertation avec le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation (SPFA). La notion d'entreprise s'entend au sens du SIREN de celle-ci. La situation de chaque entreprise résume la situation de l'ensemble des établissements de cette entreprise. Néanmoins, pour certaines entités de ce périmètre, et notamment pour Europacorp, seule l'activité relative à la production de films d'animation et d'effets visuels a été retenue, et les autres types de films ont été écartés (de télévision ou de cinéma).

La version complète de l'étude réalisée par Audiens est consultable sur le site :

<http://www.audiens.org/groupe-audiens/etudes/>

3.1. Les entreprises

Depuis 2005, entre 81 et 118 entreprises produisent des films d'animation et d'effets visuels chaque année. Il s'agit, en très grande majorité, de petites structures. En 2014, 108 entreprises ont déclaré une activité relative à la production de films d'animation et d'effets visuels ; plus de la moitié d'entre elles (64 entreprises) a déclaré moins de 50 salariés différents sur l'année.

Entreprises selon le nombre de personnes déclarées au moins une fois dans l'année

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
De 1 à 19 salariés	27	34	35	35	42	37	46	44	36	38
De 20 à 49 salariés	18	23	26	32	28	32	29	24	28	26
De 50 à 99 salariés	19	17	25	19	16	18	24	25	31	23
100 salariés et plus	17	22	18	22	22	21	19	20	20	21
total	81	96	104	108	108	108	118	113	115	108

Lecture : en 2014, 38 des entreprises du champ ont déclaré entre 1 et 19 salariés différents sur l'année (même pour un jour).

Source : Audiens.

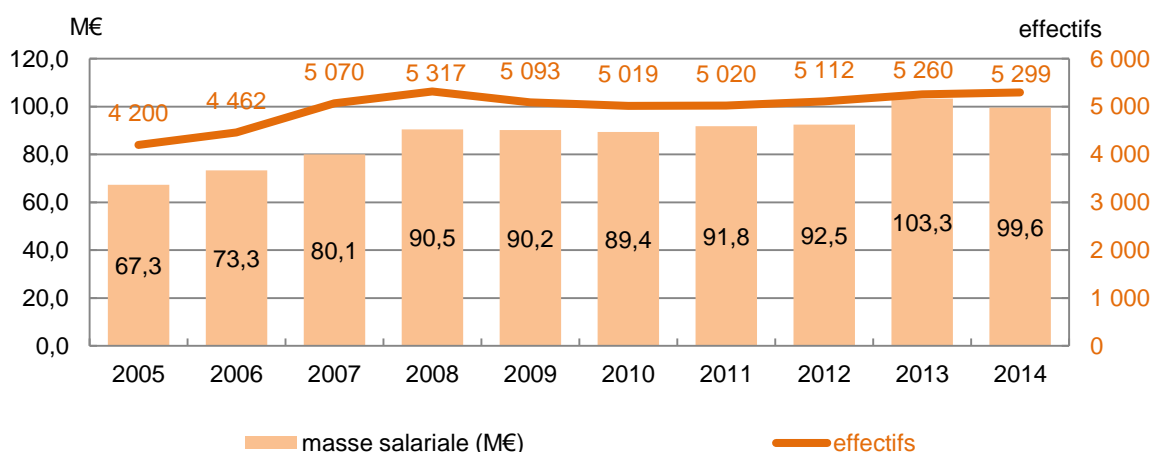
3.2. La masse salariale et les effectifs

Sur la période 2005-2014, l'emploi dans les entreprises de production de films d'animation et d'effets visuels a tendance à augmenter. En 2014, près de 5 300 salariés sont déclarés dans le secteur, pour une masse salariale d'un peu moins de 100 M€.

Sur la période 2005-2014, la masse salariale dévolue aux salariés du secteur progresse en moyenne de 4,4 % par an. Entre 2005 et 2008, la masse salariale générée par les entreprises de production de films d'animation et d'effets visuels augmente fortement (+10,4 % par an en moyenne). De 2008 à 2012, la masse salariale est relativement stable à 90 M€. Elle connaît une forte hausse en 2013 (+11,6 %) pour atteindre 103,3 M€. En 2014, la masse salariale diminue légèrement (-3,6 %) mais reste au niveau élevé de 99,6 M€. En 2014, les 5 plus grosses entreprises cumulent le tiers de la masse salariale du secteur. Par conséquent, elles influencent très fortement l'évolution du champ tout entier.

Sur la période 2005-2014, le nombre de salariés déclarés dans le secteur progresse (+2,6 % par an en moyenne). Ils atteignent 5 299 personnes en 2014, soit une augmentation de 0,7 % par rapport à 2013 et de 26,2 % par rapport à 2005.

Emploi dans le secteur de la production d'animation et d'effets visuels



Source : Audiens.

Le recours aux différents types de contrats (CDDU, CDD, CDI)

Au sein des entreprises produisant des films d'animation et d'effets visuels, le recours aux CDD d'usage (CDDU) est très fréquent. Sur l'ensemble de la période 2005-2014, le pourcentage de salariés en CDD d'usage est d'environ 84 %. L'évolution des effectifs du secteur est par conséquent fortement corrélée à celle de ces salariés en CDD d'usage. Sur la période 2005-2014, le nombre de techniciens en CDD dans le secteur augmente de 3,1 % par an en moyenne. Entre 2005 et 2008, le nombre de techniciens en CDD d'usage déclarés dans le secteur a fortement augmenté, passant de 3 500 à 4 400. Leur nombre diminue légèrement de 2009 à 2011 et connaît une croissance un peu plus soutenue depuis.

Sur la période observée, le nombre moyen de CDI est de 580. Le nombre de CDI a connu une baisse en 2010 (fermetures d'Attitude Studio et d'IP4U en 2009) ainsi qu'en 2012 (fermeture de Duran en 2011). Mais il augmente depuis 2013, pour atteindre 620 en 2014 (+7,3 % par rapport à 2013). Ces CDI concernent majoritairement des emplois qualifiés : pour près de 60 % d'entre eux, il s'agit de postes de cadres.

Les CDD de droit commun ne sont pas très nombreux et peuvent fluctuer d'une année sur l'autre. Ils concernent à plus de 70 % des postes de non cadres.

Emploi dans le secteur de la production d'animation et d'effets visuels

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
masse salariale (M€)	67,3	73,3	80,1	90,5	90,2	89,4	91,8	92,5	103,3	99,6
CDI	19,0	21,5	19,9	23,0	23,0	21,3	22,4	20,8	22,9	22,5
CDD de droit commun	2,4	3,4	8,4	7,7	6,5	6,5	6,5	6,0	5,5	2,7
CDDU	45,8	48,4	51,8	59,8	60,7	61,7	62,9	65,7	74,9	74,4
effectifs¹	4 200	4 462	5 070	5 317	5 093	5 019	5 020	5 112	5 260	5 299
CDI	593	639	552	594	575	539	570	541	578	620
CDD de droit commun	225	285	394	416	309	339	337	315	331	186
CDDU	3 485	3 675	4 200	4 398	4 278	4 223	4 191	4 341	4 455	4 570

Lecture : en 2014, 620 salariés en CDI, 186 salariés en CDD de droit commun et 4 570 salariés en CDDU ont été déclarés au moins une fois par une des entreprises du secteur.

¹ Les individus sont dédoublonnés au niveau du total : tout individu déclaré n'est compté qu'une seule fois.

Source : Audiens.

3.3. Les salariés permanents (en CDI et CDD)

Dans cette partie, seul le personnel en CDI et en CDD de droit commun est étudié. Quelques entreprises relèvent historiquement d'autres caisses de retraite complémentaire pour leur personnel permanent. Celles d'entre elles qui ne relèvent pas non plus d'Audiens pour la prévoyance ne sont pas intégrées à l'étude. Cela concerne 7 sociétés.

Données démographiques

Féminisation du personnel permanent

Même si les hommes sont toujours majoritaires, les femmes sont de plus en plus présentes dans le secteur des films d'animation et d'effets visuels. Cette féminisation s'est amorcée en 2009 : en 2008 les femmes représentaient 41,3 % des effectifs CDI et CDD de droit commun, tandis que depuis 2009 cette part varie entre 43,6 % (en 2010) et 45,1 % (en 2009 et 2014).

Sur la période 2005-2014, les proportions d'hommes et de femmes occupant des postes non cadres sont relativement comparables. En 2014, les femmes composent même la majorité des salariés occupant des CDI non cadres (52,8 %).

Les postes de cadres sont, en revanche, majoritairement occupés par des hommes. Sur la période, la part des femmes occupant des postes cadres progresse cependant : la proportion de femme cadres en CDI dans le secteur passe ainsi de 31,2 % en 2005 à 38,9 % en 2014.

Part des femmes au sein du personnel permanent selon le statut et type de contrat (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CDI cadre	31,2	31,5	33,0	32,7	35,2	36,2	37,7	38,4	37,9	38,9
CDI non cadre	50,8	49,6	49,5	53,3	55,1	49,5	50,5	49,3	50,4	52,8
CDD cadre	42,0	29,2	30,3	31,7	33,9	41,7	40,0	43,2	41,5	43,4
CDD non cadre	41,1	56,9	51,2	50,4	60,4	52,8	46,8	49,5	39,6	47,4
ensemble	40,4	41,3	40,8	41,3	45,1	43,6	42,9	44,5	42,0	45,1

Lecture : En 2014, 38,9 % des CDI cadres sont des femmes. Cette part est de 52,8 % chez les CDI non cadres.

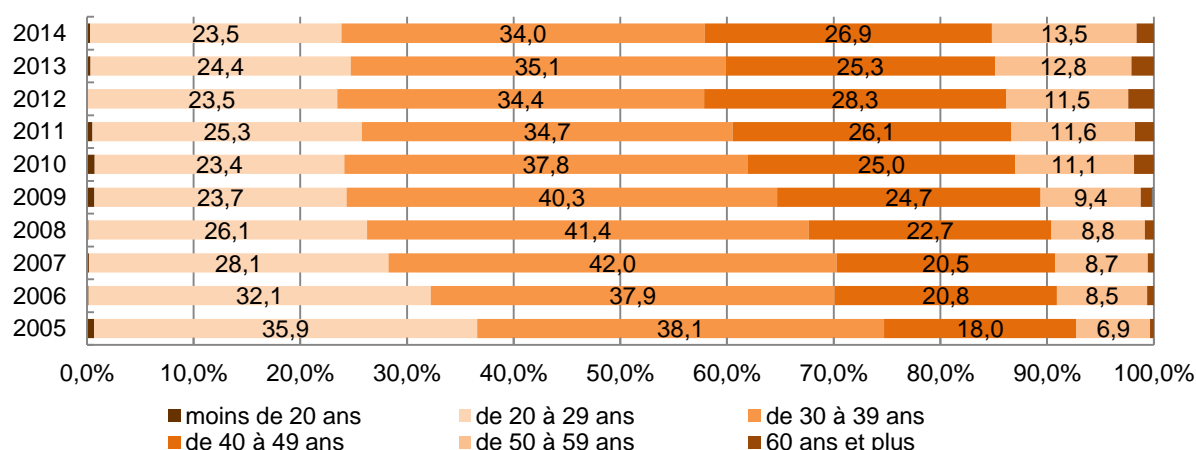
Source : Audiens.

De jeunes salariés mais de moins en moins jeunes

Les parts des salariés de moins de 30 ans et de 30 à 39 ans ont tendance à se réduire depuis 2005. La part des 40 ans et plus, a, logiquement, tendance à augmenter.

Néanmoins, la population travaillant dans le secteur de l'animation et des effets visuels reste extrêmement jeune. En 2014, 23,9 % des salariés en CDI dans le secteur ont moins de 30 ans et 34,0 % ont entre 30 et 39 ans. Ces parts restent plus élevées que sur l'ensemble de la population active en France selon les données de l'Insee (emploi 2014). En 2014, sur l'ensemble de la population active en France, la part des moins de 30 ans est de 21 % (3 points de moins) et celle des 30-39 ans est de 24 % (10 points de moins).

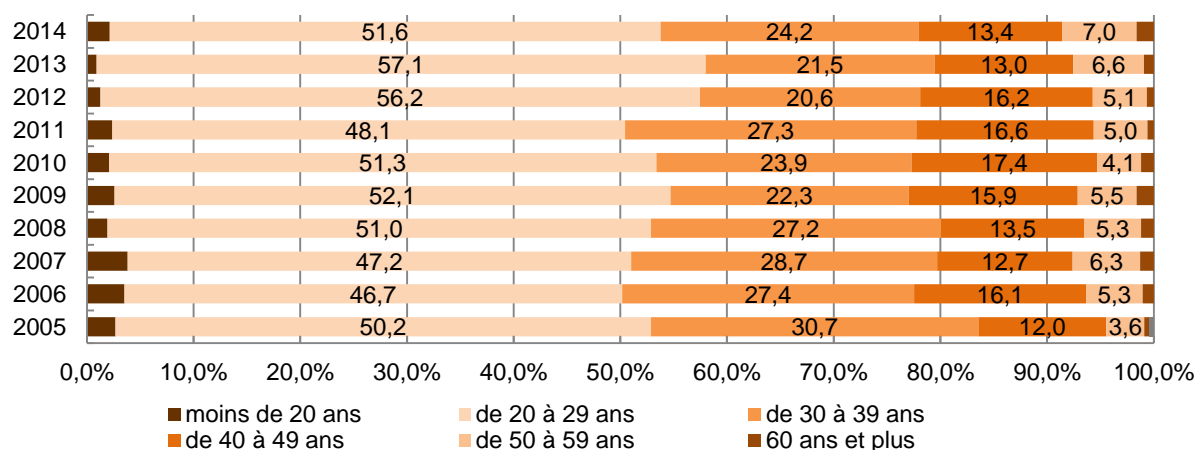
Répartition des effectifs en CDI par tranche d'âges (%)



Source : Audiens.

Les salariés en CDD de droit commun dans le secteur de l'animation et des effets visuels sont généralement plus jeunes : en 2014, plus de la moitié (53,8 %) a moins de 30 ans.

Répartition des effectifs en CDD par tranche d'âges (%)



Source : Audiens.

L'âge moyen des salariés en CDI dans le secteur de l'animation et des effets visuels s'élève à 37,9 ans en 2014. Il est sensiblement le même pour les salariés des deux sexes (37,7 ans pour les femmes, 38,1 ans pour les hommes).

L'âge moyen des salariés CDD de droit commun est de 32,1 ans en 2014. Là encore, cet âge varie peu selon le sexe (31,9 ans pour les femmes et 32,4 ans pour les hommes)

Age moyen des effectifs selon le sexe et le type de contrat

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ensemble des CDI	34,3	35,3	35,7	36,1	36,7	37,2	37,3	38,0	37,9	37,9
femmes en CDI	34,1	35,3	35,9	36,5	37,3	37,9	37,6	38,3	38,3	37,7
hommes en CDI	34,4	35,3	35,6	35,8	36,3	36,8	37,1	37,8	37,6	38,1
ensemble des CDD	30,8	32,3	31,9	31,7	32,0	31,8	32,0	31,2	31,4	32,1
femmes en CDD	30,2	31,0	31,0	31,0	30,6	31,9	31,6	31,0	31,2	31,9
hommes en CDD	31,3	33,4	32,7	32,3	33,6	31,7	32,2	31,4	31,5	32,4

Source : Audiens.

Les revenus issus du secteur

Dans le secteur, en 2014, le salaire annuel brut moyen pour un équivalent temps plein est de 58,4 k€ pour un cadre et de 23,0 k€ pour un non cadre. Dans les postes de cadres, le salaire augmente avec l'âge du salarié. En revanche dans les postes de non cadre, ce sont les trentenaires qui ont le salaire annuel brut moyen le plus élevé. Cette remarque est à nuancer car les effectifs non cadre de plus de 40 ans sont peu nombreux.

Salaire annuel brut moyen (en k€) pour un équivalent temps plein sur l'année

		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Poste de cadre	de 20 à 29 ans	35,7	35	36,2	39,4	37,6	33	36,7	34,9	39	34,3
	de 30 à 39 ans	49,1	50,5	51,2	54,7	55,3	50,8	51,6	54,1	53,3	50,2
	de 40 à 49 ans	59,5	60,2	62,9	64,2	70,4	69,1	69,9	72,3	70,6	64,6
	de 50 à 59 ans	63	66,2	80,8	81,9	76,4	73,1	76,1	76,3	93	75,1
Cadre (tous âges compris)		50,6	52,6	55,7	58	60,3	58,6	60,4	63,5	64,8	58,4
Poste de non cadre	de 20 à 29 ans	22,5	22,9	23,5	21,8	21,5	21,8	20,8	19,1	19,3	20,9
	de 30 à 39 ans	26,6	27,7	28	28,9	28,1	27,6	30	25,2	25,6	26,4
	de 40 à 49 ans	21,9	19,5	24	23	20,1	22,5	25,4	25	24,8	27,3
	de 50 à 59 ans	19,8	19,7	16,8	17	19,5	21	23,4	20,4	21,5	19,8
Non cadre (tous âges compris)		23,5	23,5	24,2	23,7	23,1	23,1	23,7	21,4	21,6	23,0

Lecture : En 2014, le salaire brut moyen d'un cadre en équivalent temps plein est de 58,4 k€ annuel.

NB1 : Les moins de 20 ans et les 60 ans et plus sont trop peu nombreux pour obtenir un salaire moyen significatif.

NB2 : La forte baisse du salaire moyen des cadres en 2014 est le résultat de plusieurs phénomènes. Tout d'abord, les CDI sortis en 2014 ont un plus gros salaire que ceux qui entrent. Aussi, on note une baisse de 4 000 € chez les CDI présents en 2013 et 2014, résultant certainement de primes.

3.4. Les salariés intermittents

Cette partie concerne les techniciens en CDDU. Ils représentent, en termes d'effectifs, plus de 80 % des salariés du secteur.

Données démographiques

Un secteur toujours très « masculin »

Depuis 2005 et jusqu'en 2014, les hommes représentent 70 % des techniciens du secteur. La féminisation du secteur, amorcée chez les permanents, est moins marquée en ce qui concerne les intermittents.

Pas de disparité quant à l'accès aux postes de cadres

Alors que dans de nombreux secteurs, les hommes sont plus présents dans les postes de cadres que de non cadres, dans le secteur de l'animation et des effets visuels, la proportion d'hommes similaire dans les deux statuts. En 2014, la part des femmes est de 30,0 % parmi les non cadres en CDDU et de 30,1 % parmi les cadres en CDDU.

Part des femmes au sein du personnel en CDDU selon le statut (%)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
CDDU cadre	28,5	27,1	29,0	28,5	27,8	28,6	28,1	27,1	28,7	30,1
CDDU non-cadre	30,2	30,7	29,7	28,9	27,7	28,1	29,4	30,0	30,1	30,0
ensemble	29,9	29,9	29,7	28,8	28,1	28,7	29,0	29,1	29,7	30,0

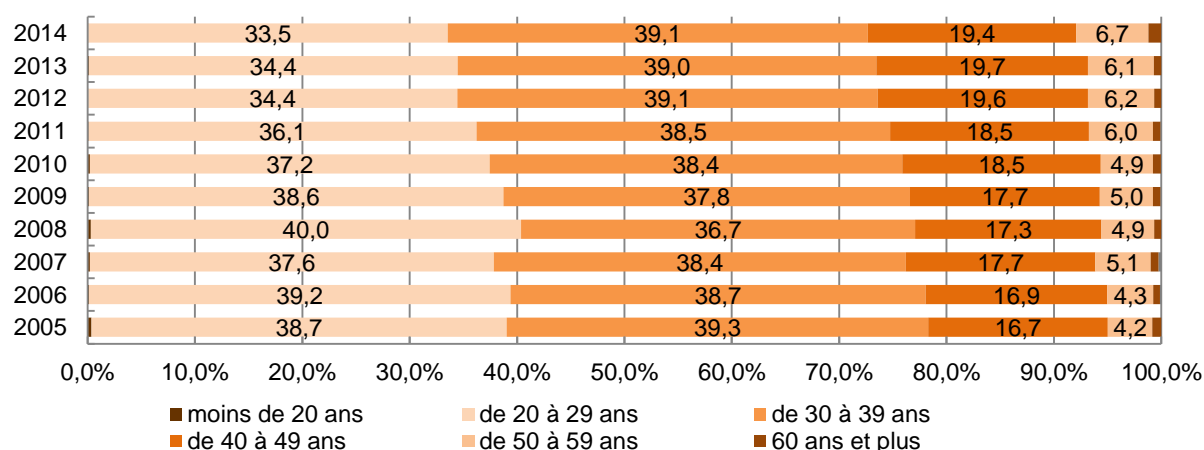
Lecture : En 2014, 30,1 % des CDDU cadres sont des femmes. Cette part est de 30,0 % chez les CDDU non cadres.

Source : Audiens.

Les techniciens en CDDU de la production de films d'animation et d'effets visuels sont très jeunes avec un peu moins de 73 % de moins de 40 ans en 2014, contre 45 % sur l'ensemble de la population active en France selon l'Insee.

Cependant, sur la période d'observation, cette part des moins de 40 ans a eu tendance à se réduire : elle passe de 78,3 % en 2005 à 72,7 % en 2014.

Répartition des effectifs en CDD par tranche d'âges (%)



Source : Audiens.

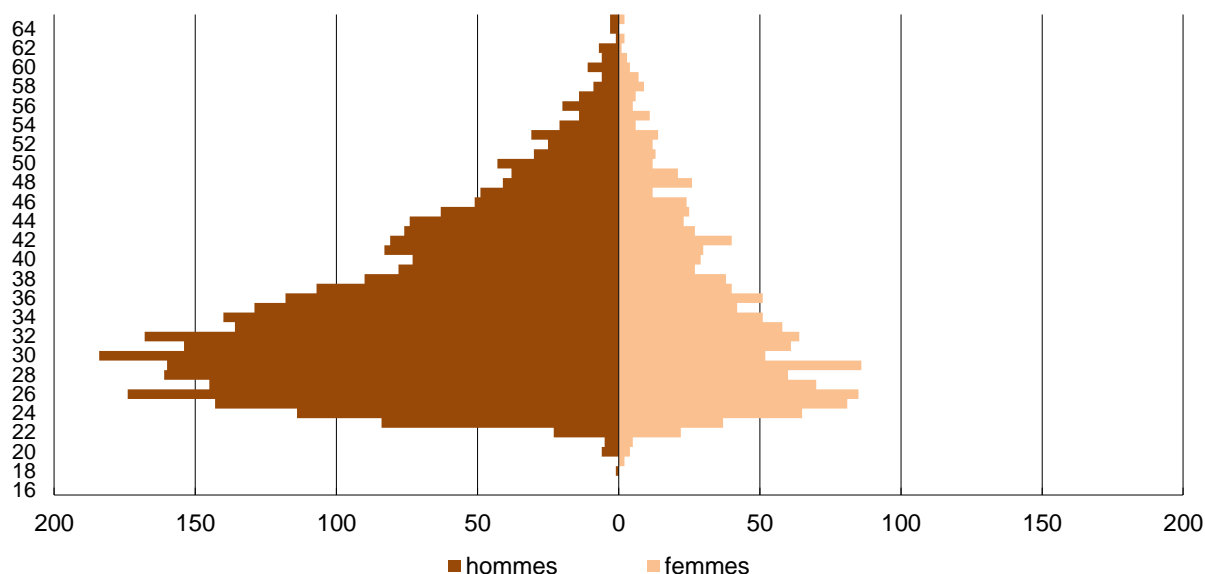
L'âge moyen des salariés en CDDU dans le secteur de l'animation et des effets visuels s'élève à 34,9 ans en 2014. Il est sensiblement le même pour les salariés des deux sexes (34,6 ans pour les femmes, 35,0 ans pour les hommes).

Age moyen des effectifs en CDDU selon le sexe

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
femmes	33,8	33,7	34,2	33,5	33,7	34,1	34,1	34,0	34,0	34,6
hommes	33,3	33,4	33,8	33,6	33,8	33,8	34,3	34,6	34,7	35,0
total	33,5	33,5	33,9	33,6	33,8	33,9	34,3	34,4	34,5	34,9

Source : Audiens.

Pyramide des âges des techniciens en CDDU déclarés en 2014 dans le secteur



Source : Audiens.

La mobilité des techniciens intermittents dans le secteur

Les mouvements de CDDU (entrées ou sorties) dans le secteur de la production de films d'animation et d'effets visuels sont de moins en moins importants. Le taux de rotation des salariés est la moyenne des taux d'entrée (effectifs entrant / effectifs totaux) et de sortie (effectifs sortants / effectifs totaux). Ce taux de rotation est en baisse constante : il est passé de 34,9 % en 2005 à 28,1 % en 2014.

Entre 2005 et 2008, le taux d'entrée est bien plus important que le taux de sortie. Ce qui explique la forte augmentation des effectifs sur cette période. Depuis 2009, les taux d'entrée et de sortie sont globalement équivalents, oscillant entre 27 % et 34 %.

Depuis 2010, le taux d'entrée des femmes est en moyenne de 3 points plus fort que celui des hommes. Dans le même temps, le taux de sortie des femmes est aussi supérieur de 2 points en moyenne au taux des hommes. Le renouvellement des femmes est donc un peu plus important que celui des hommes et la féminisation des effectifs suit une progression lente.

Entrée et sortie des CDDU techniciens dans le secteur

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
effectifs entrants	1 591	1 361	1 612	1 616	1 321	1 218	1 207	1 376	1 352	1 340
effectifs sortants	839	1 171	1 087	1 418	1 441	1 273	1 239	1 227	1 237	1 225
effectifs totaux	3 485	3 675	4 200	4 398	4 278	4 223	4 191	4 341	4 455	4 570
taux d'entrée (%)	45,7	37,0	38,4	36,7	30,9	28,8	28,8	31,7	30,3	29,3
taux de sortie (%)	24,1	31,9	25,9	32,2	33,7	30,1	29,6	28,3	27,8	26,8
taux de rotation (%)	34,9	34,4	32,1	34,5	32,3	29,5	29,2	30,0	29,1	28,1

Lecture : En 2014, le taux d'entrée est de 29,3 % et le taux de sortie de 26,8 %

Source : Audiens.

4. Vidéo

L'animation en 2015 :

L'animation en vidéo physique



Le cinéma d'animation en vidéo physique



L'audiovisuel pour enfants en vidéo physique



4.1.L'animation en vidéo physique

Les longs métrages d'animation, aussi bien que les œuvres d'animation télévisuelles, représentent un segment important du marché de la vidéo physique.

Remarques méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, 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. Les évaluations de GfK sur les dépenses des ménages français en vidéo physique s'entendent hors films ou programmes pour adultes. Toutes les données s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

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

Depuis 2007, les données de GfK présentent deux modifications par rapport aux années précédentes. Le segment de la VHS est exclu du périmètre d'analyse car il ne génère quasiment plus de recettes et les supports haute définition sont inclus. Le Blu-ray, support développé par Sony, est depuis 2008 le support de référence pour la haute définition.

Par ailleurs, les éditeurs vidéo déclarent au CNC, pour chaque œuvre cinématographique éditée sur support physique, le nombre d'unités vendues et le chiffre d'affaires net facturé, ce qui permet des analyses par titre.

En 2015, le chiffre d'affaires total de l'animation en vidéo physique (comprenant les films d'animation et les programmes audiovisuels pour enfants) s'élève à 122,5 M€, contre 147,2 M€ en 2014. Les films d'animation représentent 61,7 % du chiffre d'affaires total de l'animation en vidéo physique en 2015, et les programmes audiovisuels 38,3 % (contre respectivement 65,0 % et 35,0 % en 2014).

Les films d'animation en vidéo physique

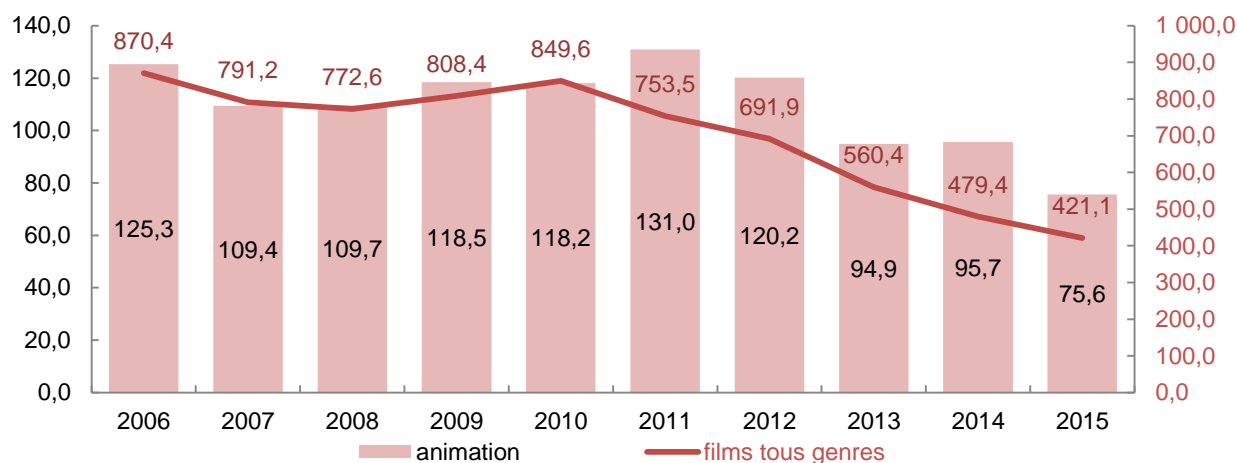
En 2015, les longs métrages d'animation réalisent 18,0 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo physique (20,0 % en 2014). C'est la deuxième part de marché la plus élevée atteinte par le genre sur les dix dernières années après 2014 (15,7 % en moyenne depuis 2006).

Dans un contexte de baisse générale des revenus (-12,2 % pour les films cinématographiques par rapport à 2014), les recettes des films d'animation diminuent de 21,0 % à 75,6 M€. En moyenne depuis 2006, les films d'animation génèrent 109,8 M€ de recettes chaque année. Les ventes en valeur de films d'animation en vidéo sont en baisse de 39,7 % par rapport à 2006 (-51,6 % pour les films cinématographiques tous genres confondus), soit -5,5 % par an en moyenne. En 2015, les résultats des films d'animation sont notamment tirés par la performance de *la Reine des Neiges*, meilleure vente de film d'animation en vidéo et 5^e meilleure vente de film, avec 6,3 M€ de recettes tous genres

Vidéo

confondus. En 2014, *la Reine des Neiges* constituait également la meilleure vente de film en vidéo. Deux autres films d'animation se classent dans le top 20 des meilleures ventes de films en valeur tous genres confondus en 2015. Il s'agit des *Minions* (9^e) et de *Vice-Versa* (12^e).

Evolution des ventes¹ de films d'animation en vidéo physique² (M€)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

6,7 millions de vidéogrammes de films d'animation sont vendus au grand public en 2015 (7,4 millions en 2014), soit 17,0 % du volume total de supports contenant des films cinématographiques (17,9 % en 2014). En moyenne, les films d'animation représentent 13,8 % des supports vidéo de films vendus entre 2006 et 2015. Tous genres confondus, le volume des ventes de films en vidéo diminue de 33,5 % entre 2006 et 2015, soit -4,4 % en moyenne par an. L'animation enregistre une baisse nettement moins importante : -8,0 % en 2015 par rapport à 2006, soit -0,9 % par an en moyenne.

Résultats des films en vidéo physique selon le genre¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (millions)											
fiction	51 766	50 988	51 172	57 690	61 802	54 690	50 092	40 615	33 422	32 576	-2,5 %
animation	7 329	7 083	6 797	8 061	8 827	9 379	9 276	7 336	7 357	6 745	-8,3 %
documentaire	523	360	484	979	720	503	380	253	270	309	+14,6 %
total	59 619	58 432	58 453	66 730	71 350	64 572	59 748	48 204	41 048	39 630	-3,5 %
part de marché (%)	12,3	12,1	11,6	12,1	12,4	14,5	15,5	15,2	17,9	17,0	
valeur (M€)²											
fiction	736,1	676,5	654,7	681,3	720,8	615,9	566,9	462,2	380,5	342,2	-10,1 %
animation	125,3	109,4	109,7	118,5	118,2	131,0	120,2	94,9	95,7	75,6	-21,0 %
documentaire	9,0	5,3	8,1	8,6	10,6	6,7	4,8	3,4	3,3	3,3	+0,3 %
total	870,4	791,2	772,6	808,4	849,6	753,6	691,9	560,4	479,4	421,1	-12,2 %
part de marché (%)	14,4	13,8	14,2	14,7	13,9	17,4	17,4	16,9	20,0	18,0	

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

En 2015, 86,5 % des films d'animation achetés en vidéo physique le sont sur DVD (+4,2 points par rapport à 2014). Les supports haute définition (Blu-ray), commercialisés depuis 2006, assurent 13,5 % des ventes en volume de films d'animation et atteignent 0,9 million d'unités vendues en 2015, en retrait de 30,2 % par rapport à 2014. Les films d'animation en Blu-ray réalisent 21,5 % du chiffre d'affaires total de l'animation en vidéo physique (26,4 % en 2014). En 2015, les recettes du Blu-ray diminuent de 35,6 % à 16,3 M€. Le DVD capte 78,5 % du chiffre d'affaires des films d'animation en vidéo en 2015, contre 73,6 % en 2014 et 99,6 % en 2006. En 2015, le prix moyen d'un Blu-ray est de 17,90 € et celui d'un DVD de 10,16 €.

Entre 2006 et 2015, les ventes cumulées (TTC) de films d'animation en vidéo physique s'élèvent à 1,1 Md€ (1,2 Md€ entre 2005 et 2014). 87,0 % de ce total est assuré par les ventes de films d'animation en DVD, 12,9 % par les ventes en Blu-ray et 0,0 % par les ventes en VHS. Au total, 78,2 millions de supports de films d'animation sont vendus sur la période : 90,5 % en DVD, 9,4 % en Blu-ray et 0,1 % en VHS.

Résultats des films d'animation en vidéo physique selon le support¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
DVD	7 255	7 052	6 629	7 626	8 079	8 206	7 905	6 133	6 055	5 835	-3,6 %
Blu-ray ²	-	31	167	435	749	1 173	1 370	1 202	1 302	910	-30,2 %
VHS	74	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	7 329	7 083	6 797	8 061	8 827	9 379	9 276	7 336	7 357	6 745	-8,3 %
valeur (M€)³											
DVD	124,8	108,6	105,4	108,7	103,7	107,8	94,7	72,4	70,4	59,3	-15,7 %
Blu-ray ²	-	0,8	4,3	9,9	14,5	23,2	25,5	22,5	25,3	16,3	-35,6 %
VHS	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	125,3	109,4	109,7	118,5	118,2	131,0	120,2	94,9	95,7	75,6	-21,0 %

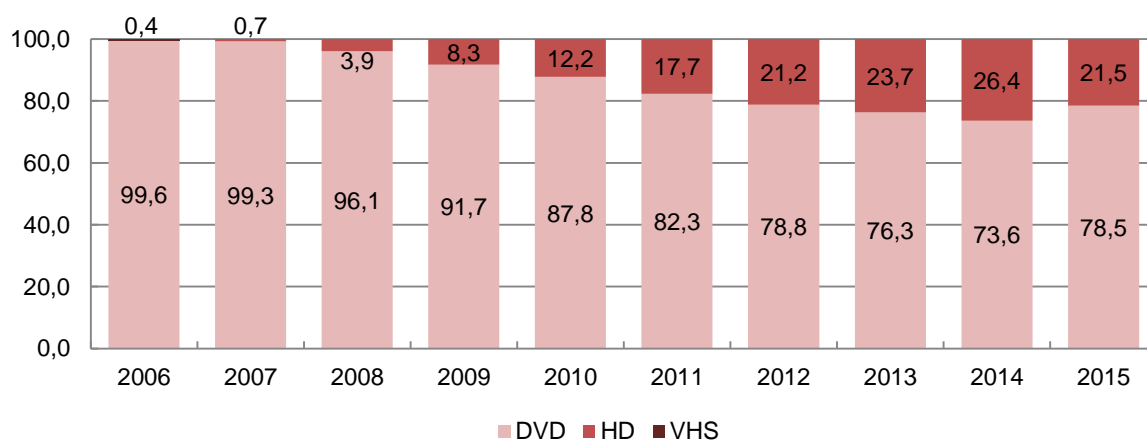
¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Part de marché des supports des films d'animation en valeur (%)



Source : CNC – GfK.

Vidéo

Le marché des films d'animation en vidéo est largement dominé par les œuvres américaines. Ces dernières représentent 80,4 % des ventes en volume et 77,4 % des ventes en valeur en 2015, contre respectivement 11,2 % et 12,4 % pour les œuvres françaises.

En 2015, les ventes de films français d'animation sont multipliées par 2 par rapport à 2014 à 9,3 M€ (-3,0 % par an en moyenne entre 2006 et 2015). Le premier film français d'animation en termes de ventes de film en vidéo en 2015 est *Astérix – Le domaine des dieux* avec près de 2,5 M€.

Les revenus des films américains d'animation diminuent de 27,7 % par rapport à 2014 à 58,53 M€ (-5,1 % par an en moyenne entre 2006 et 2015). Un film d'animation américain apparaît dans le classement des dix meilleures ventes de films en vidéo en 2015 : *la Reine des Neiges* (5^e).

Au global, l'ensemble du segment des longs métrages d'animation en vidéo enregistre un recul de 39,7 % de ses recettes entre 2006 et 2015 (-5,5 % par an en moyenne). Les films européens non français sont ceux qui enregistrent la baisse la plus importante sur la période (-83,2 %). La diminution la plus limitée est réalisée par les films français à -23,9 %, contre -37,7 % pour les films américains et -32,9 % pour les films non européens et non américains.

Entre 2006 et 2015, le volume des ventes de films d'animation recule de 8,0 % (-0,9 % par an en moyenne). Les films d'animation européens non français affichent des volumes en baisse de 74,9 % sur la période, contre -2,1 % pour les films d'animation américains et -17,6 % pour les films non européens et non américains. Les ventes en volume de films français progressent en revanche de 11,4 % par rapport à 2006. En 2015, le prix moyen des films d'animation français en vidéo (12,38 €) est, pour la première fois depuis 2007, plus élevé que celui des films d'animation toutes nationalités confondues (11,21 €). Il a baissé de 31,8 % par rapport à 2006 (-34,5 % toutes nationalités confondues), soit -4,2 % par an en moyenne (-4,6 % toutes nationalités confondues).

Les films américains représentent 81,9 % des volumes vendus et 82,6 % du chiffre d'affaires réalisé sur les ventes de films d'animation en vidéo physique entre 2006 et 2015, contre respectivement 9,4 % et 8,4 % pour les films français, 3,7 % et 3,5 % pour les films européens non français et 5,0 % et 5,5 % pour les films non européens et non français.

Résultats des films d'animation en vidéo selon la nationalité¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
films français	677	611	557	504	965	1 183	920	684	506	755	+49,1 %
films américains	5 536	5 758	5 773	7 008	7 184	7 437	7 696	6 104	6 149	5 422	-11,8 %
films européens non français ²	613	310	237	242	314	307	269	280	153	154	+0,8 %
autres films	502	404	230	307	364	452	391	269	549	414	-24,5 %
total	7 329	7 083	6 797	8 061	8 827	9 379	9 276	7 336	7 357	6 745	-8,3 %
valeur (M€)³											
films français	12,3	10,1	7,5	5,5	11,8	13,8	11,1	6,8	4,7	9,3	+100,8 %
films américains	93,9	88,7	95,3	105,0	96,4	106,5	100,3	81,3	80,9	58,5	-27,7 %
films européens non français ²	10,1	3,7	2,8	3,1	4,5	4,3	3,1	2,9	1,7	1,7	+1,0 %
autres films	8,9	7,0	4,1	5,0	5,4	6,4	5,7	3,9	8,4	6,0	-28,5 %
total	125,3	109,4	109,7	118,5	118,2	131,0	120,2	94,9	95,7	75,6	-21,0 %

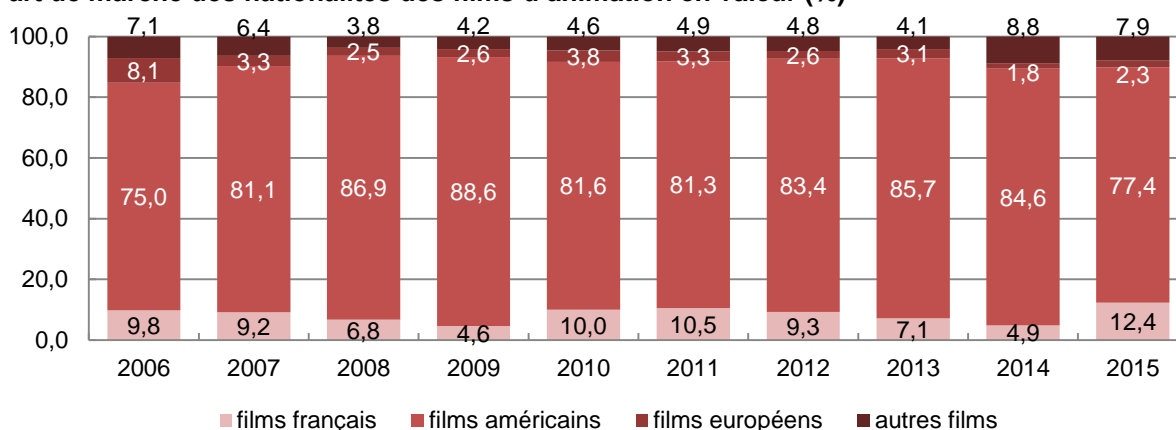
¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Europe au sens continental.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises).

Source : CNC – GfK.

Part de marché des nationalités des films d'animation en valeur (%)



Source : CNC – GfK.

Les programmes audiovisuels pour enfants en vidéo

L'institut GfK ne distingue pas l'animation à proprement parler dans les analyses qu'il conduit du marché hors film de la vidéo physique. L'institut isole néanmoins un ensemble de programmes destinés aux enfants.

En 2015, le segment des programmes de fiction et d'animation à destination des enfants demeure le deuxième du hors film avec 18,8 % des ventes en valeur (17,7 % en 2014). Ses recettes diminuent de 8,8 % par rapport à 2014 (-14,0 % pour l'ensemble des programmes hors film). En 2015, c'est le segment du hors film qui affiche le recul le moins important en valeur après les programmes d'humour (-6,3 %).

Sur les dix dernières années, les revenus dégagés par les ventes de programmes audiovisuels pour enfants reculent de 62,3 %, soit une diminution moyenne de 10,3 % par

Vidéo

an. Tous genres confondus, les ventes en valeur de programmes hors film diminuent de 66,2 % entre 2006 et 2015 (-11,3 % en moyenne par an).

Ventes¹ de hors film en vidéo physique selon le genre²

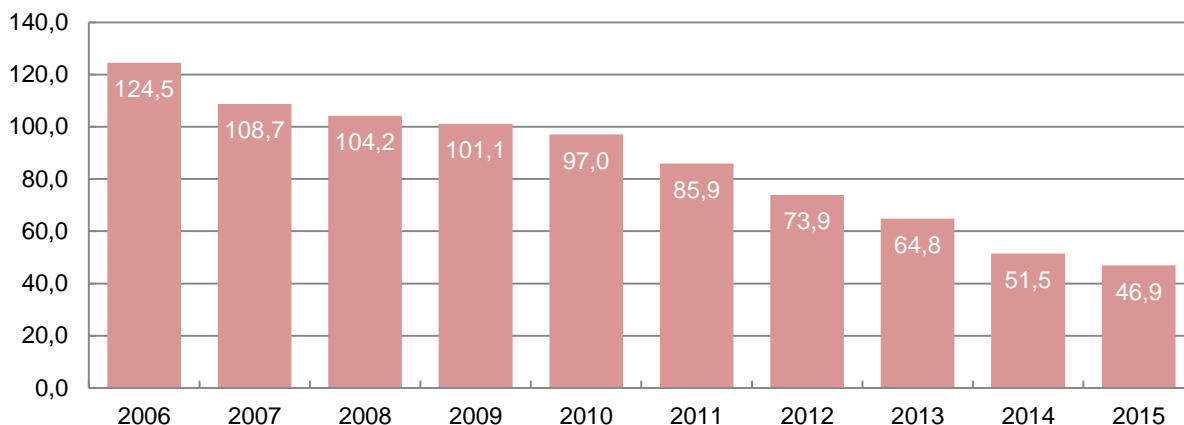
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
documentaire	3 375	3 184	2 925	3 613	2 651	2 313	2 200	1 946	1 732	1 342	-22,5 %
enfants	11 255	10 977	10 631	11 285	11 307	10 662	9 418	8 492	7 024	6 745	-4,0 %
fiction	34 492	37 727	38 975	40 521	41 602	36 418	35 221	32 874	31 488	30 094	-4,4 %
humour	7 533	5 941	4 808	3 833	3 445	3 042	2 692	1 846	1 821	1 684	-7,5 %
musique	7 541	6 805	5 188	5 298	4 888	3 876	3 187	2 965	2 334	1 788	-23,4 %
autres	904	860	944	843	763	694	671	436	655	654	-0,1 %
total	65 100	65 494	63 471	65 394	64 655	57 005	53 390	48 559	45 054	42 307	-6,1 %
valeur (M€)											
documentaire	43,0	36,3	30,3	34,3	25,6	22,1	21,4	17,8	17,7	12,2	-31,1 %
enfants	124,5	108,8	104,2	101,1	97,0	85,9	73,9	64,8	51,5	46,9	-8,8 %
fiction	317,4	314,4	28,0	266,7	248,6	222,2	205,6	186,1	163,1	145,4	-10,9 %
humour	109,4	83,2	72,8	50,2	42,9	38,4	36,0	21,4	24,0	22,5	-6,3 %
musique	130,8	109,7	73,7	71,5	72,8	54,0	38,0	34,2	29,2	19,2	-34,1 %
autres	13,4	10,9	11,6	9,0	8,0	6,7	5,9	4,1	4,9	3,6	-26,3 %
total	738,4	663,2	576,4	532,7	495,0	429,3	380,7	328,4	290,3	249,8	-14,0 %

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

Evolution des ventes¹ de programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique² (M€)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

La quasi-totalité des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo est achetée sur DVD. Ce support capte 96,8 % des ventes en volume et génère 94,0 % du chiffre d'affaires en 2015. Même s'il progresse, le Blu-ray reste nettement moins répandu sur le segment du hors film que sur celui du film : il représente 3,2 % du volume et 6,0 % du chiffre d'affaires des programmes pour enfants en 2015, contre respectivement 2,6 % et 4,1 % en 2014.

Entre 2006 et 2015, les revenus des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique atteignent 858,4 M€. 98,3 % de ce total est assuré par les ventes de DVD, 1,6 % par les ventes de Blu-ray et 0,1 % par les ventes de VHS. Au total, 97,8 millions de supports de programmes audiovisuels pour enfants sont vendus sur la période : 98,9 % en DVD, 1,0 % en Blu-ray et 0,1 % en VHS.

Résultats des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique selon le support¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
DVD	11 138	10 974	10 616	11 256	11 247	10 523	9 256	8 335	6 842	6 531	-4,5 %
Blu-ray ²	-	3	15	29	60	139	162	157	181	213	+17,7 %
VHS	117	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	11 255	10 977	10 631	11 285	11 307	10 662	9 418	8 492	7 024	6 745	-4,0 %
valeur (M€)³											
DVD	123,8	108,6	103,8	100,4	95,9	83,9	71,4	62,7	49,4	44,1	-10,7 %
Blu-ray ²	-	0,1	0,4	0,7	1,1	1,9	2,5	2,2	2,1	2,8	+35,1 %
VHS	0,71	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	124,5	108,7	104,2	101,1	97,0	85,9	73,9	64,8	51,5	46,9	-8,8 %

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Les titres de programmes pour enfants les plus performants sont pour la plupart américains et se composent notamment de séries d'animation comme *Paw Patrol – La Pat' Patrouille*, de séries télévisuelles à forte audience tels que *Violetta*, *Les lapins crétiens – Invasion*, et de programmes dérivés de l'univers des jouets comme *Barbie*.

La part de marché des programmes français dans l'animation et la fiction jeunesse est en baisse en 2015 à 16,2 % du chiffre d'affaires (18,6 % en 2014). Les ventes en valeur des programmes français sur ce segment reculent de 20,5 % à 7,59 M€, soit leur plus bas niveau sur la décennie.

Entre 2006 et 2015, les recettes des programmes français pour enfants diminuent de 63,7 %, et de 42,0 % en volume. En moyenne, toutes nationalités confondues, les recettes du hors film à destination des enfants reculent de 62,3 % sur les dix dernières années et les ventes en volume de 40,1 %.

Résultats des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique selon la nationalité¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
programmes	2 028	2 565	2 315	2 410	2 505	2 522	2 309	2 264	1 475	1 177	-20,2 %
autres programmes	9 228	8 412	8 316	8 875	8 802	8 140	7 109	6 228	5 549	5 568	+0,3 %
total	11 255	10 977	10 631	11 285	11 307	10 662	9 418	8 492	7 024	6 745	-4,0 %
valeur (M€)											
programmes	20,9	22,5	19,2	18,7	18,0	17,6	15,7	14,2	9,6	7,6	-20,5 %
autres programmes	103,5	86,2	85,0	82,4	79,1	68,3	58,2	50,6	41,9	39,3	-6,1 %
total	124,5	108,7	104,2	101,1	97,0	85,9	73,9	64,8	51,5	46,9	-8,8 %

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

De la salle à la vidéo

Pour effectuer les analyses qui suivent, un échantillon de films cinématographiques a été défini. Il est constitué des films sortis en salles entre 2006 et 2015. L'échantillon compte ainsi 6 064 films dont 4 970 fictions, 798 documentaires et 296 films d'animation.

Dans cet échantillon, 4 612 œuvres sont sorties en vidéo avant le 12 mai 2016, soit 76,1 % de l'ensemble des films sortis en salles entre 2006 et 2015. La proportion de films d'animation sortis en vidéo est plus élevée que pour les autres genres. En effet, 91,6 % des œuvres d'animation sorties en salles entre 2006 et 2015 sont disponibles en vidéo au 12 mai 2016, contre 81,2 % des fictions et 38,0 % des documentaires.

Sur la période de sorties cinématographiques 2006-2015, les films d'animation représentent 4,9 % des films sortis en salles et 5,9 % des sorties vidéo. Les deux marchés sont largement dominés par la fiction (82,0 % des films en salles et 87,6 % des films en vidéo).

Films selon l'année de sortie en salles et le genre

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films sortis en salles										
animation	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34
documentaire	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104
fiction	507	482	475	481	479	470	492	534	534	516
total	589	573	555	588	579	594	615	654	663	654
films édités en vidéo										
animation	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
documentaire	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
fiction	417	422	402	416	395	390	410	414	404	368
total	465	474	450	477	448	448	469	477	474	430
films non édités en vidéo										
animation	2	2	2	2	2	2	3	3	1	6
documentaire	32	37	30	44	45	64	61	54	58	70
fiction	90	60	73	65	84	80	82	120	130	148
total	124	99	105	111	131	146	146	177	189	224

Source : CNC - GfK.

Parmi les 296 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015, 107 sont américains (36,1 % du total), 77 sont français (26,0 %), 57 sont non européens et non américains (19,3 %) et 55 sont européens non français (18,6 %). 271 de ces films sont disponibles en vidéo physique dont 38,7 % de films américains, 26,9 % de films français, 18,1 % de films non européens et non américains et 16,2 % de films européens non français. Le poids des œuvres nationales d'animation est sensiblement le même sur le marché de la vidéo physique que sur celui de la salle.

94,8 % des films d'animation français sortis en salles sur la période 2006-2015 sont édités en vidéo au 12 mai 2016, contre 98,1 % des films américains, 86,0 % des films non européens et non américains et 80,0 % des films européens non français. Ainsi, quatre films d'animation français sortis en salles entre 2006 et 2015 n'ont pas connu de sortie vidéo au 12 mai 2016 : *le Petit Roi Macius*, sorti en 2010, *108 Rois-Démons*, *Cafard* et *la Montagne Magique*, sortis en 2015. Deux titres américains sont dans le même cas : *Happy Tree Friends*, sorti en 2006, et *Des idiots et des anges*, sorti en 2009.

Films d'animation selon l'année de sortie en salles et la nationalité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films sortis en salles										
films français	7	6	5	9	7	8	9	9	6	11
films américains	14	10	6	13	9	12	9	11	12	11
films européens non français ¹	4	3	7	5	4	8	8	7	4	5
autres films	5	5	4	8	4	6	5	6	7	7
total	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34
films édités en vidéo										
films français	7	6	5	9	6	8	9	9	6	8
films américains	13	10	6	12	9	12	9	11	12	11
films européens non français ¹	4	3	5	5	3	8	5	4	3	4
autres films	4	3	4	7	4	4	5	6	7	5
total	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
films non édités en vidéo										
films français	-	-	-	-	1	-	-	-	-	3
films américains	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-
films européens non français ¹	-	-	2	-	1	-	3	3	1	1
autres films	1	2	-	1	-	2	-	-	-	2
total	2	2	2	2	2	2	3	3	1	6

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC - GfK.

Les résultats présentés ci-après concernent les films de l'échantillon ayant fait l'objet d'une sortie vidéo au 12 mai 2016, soit 4 612 films. Parmi eux, 271 sont des films d'animation, soit 5,9 % du total. Bien que peu nombreux, les films d'animation enregistrent des résultats particulièrement performants en salles et en vidéo. Ainsi, ils représentent 15,2 % des entrées en salles tous genres confondus et 15,6 % du total des unités vendues.

En moyenne sur la période 2006-2015, un film d'animation se vend à 176 000 unités, contre 63 000 unités pour une fiction, 14 000 unités pour un documentaire et 66 000 unités tous genres confondus. Entre 2006 et 2015, le taux de conversion des films d'animation édités en vidéo (unités vidéo vendues / entrées salles) se situe à 16,5 % en moyenne, contre 17,4 % pour les documentaires, 15,9 % pour les fictions et 16,0 % tous genres confondus.

Résultats des films édités en vidéo selon l'année de sortie en salles et le genre

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
titres										
animation	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
documentaire	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
fiction	417	422	402	416	395	390	410	414	404	368
total	465	474	450	477	448	448	469	477	474	430
entrées en salles (millions)										
animation	31,9	26,8	19,1	31,2	32,6	34,9	29,1	28,4	24,7	29,7
documentaire	2,1	2,9	2,3	2,7	4,8	1,1	1,6	3,0	1,9	1,5
fiction	153,9	139,0	161,0	167,8	155,2	176,1	159,5	153,6	173,8	147,6
total	187,9	168,6	182,5	201,6	192,7	212,2	190,3	185,0	200,5	178,8
unités vendues (milliers)										
animation	9 080	5 879	3 119	5 844	6 200	5 552	3 834	4 868	1 814	1 438
documentaire	459	483	205	1 464	715	201	244	251	88	80
fiction	33 286	30 909	32 475	36 472	30 137	27 775	21 179	18 206	15 148	6 946
total	42 824	37 272	35 800	43 780	37 052	33 528	25 257	23 325	17 049	8 464

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

105 films d'animation américains sortis entre 2006 et 2015 sont disponibles en vidéo au 12 mai 2016 (38,7 % du total), cumulant 210,9 millions d'entrées en salles (73,1 %) et 37,8 millions d'unités vendues (79,3 %). En moyenne sur la période, un film d'animation américain se vend à 360 000 unités et bénéficie d'un taux de conversion de 17,9 %.

Les films français d'animation, malgré leur nombre relativement important (73 films, soit 26,9 % de l'échantillon), enregistrent des résultats nettement plus faibles avec 51,7 millions d'entrées (17,9 %) et 6,2 millions de supports vendus (13,1 %). Un film d'animation français s'écoule en moyenne à 85 000 unités, pour un taux de conversion de 12,0 %.

En moyenne sur la période, un film d'animation américain réalise 2,8 fois plus d'entrées en salles qu'un film d'animation français (1,9 fois plus qu'un film d'animation toutes nationalités confondues). De la même manière, les volumes de ventes en vidéo physique d'un film d'animation américain sont en moyenne 4,2 fois plus élevés que ceux d'un film français (2,0 fois plus élevés que ceux d'un film d'animation toutes nationalités confondues).

Parmi les 271 films d'animation considérés, 49 sont non européens et non américains (18,1 % des titres). Ils totalisent 10,2 millions d'entrées en salles (3,6 %), pour 2,1 millions d'unités vendues (4,5 %). 44 000 supports vidéo sont vendus en moyenne par film, soit le taux de conversion moyen le plus élevé de l'échantillon : 20,8 %.

Les films européens non français représentent quant à eux 16,2 % des titres d'animation étudiés, 5,4 % des entrées et 3,1 % des unités vendues sur la période. Un film européen compte, en moyenne, 34 000 unités vendues, pour un taux de conversion de 9,6 % (le plus faible de l'échantillon).

Résultats des films d'animation édités en vidéo selon l'année de sortie en salles et la nationalité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
titres										
films français	7	6	5	9	6	8	9	9	6	8
films américains	13	10	6	12	9	12	9	11	12	11
films européens non français ¹	4	3	5	5	3	8	5	4	3	4
autres films	4	3	4	7	4	4	5	6	7	5
total	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
entrées en salles (millions)										
films français	12,0	3,0	1,7	6,3	5,1	5,2	5,7	1,6	5,6	5,5
films américains	18,9	22,3	15,0	22,5	23,9	25,6	20,9	24,0	16,8	21,1
films européens non français ¹	0,3	1,2	1,6	0,6	3,0	2,5	1,7	1,5	0,7	2,5
autres films	0,6	0,3	0,8	1,8	0,6	1,7	0,9	1,3	1,7	0,6
total	31,9	26,8	19,1	31,2	32,6	34,9	29,1	28,4	24,7	29,7
unités vendues (milliers)										
films français	2 128	408	212	838	671	719	524	90	315	314
films américains	6 523	5 148	2 585	4 634	4 708	4 378	3 054	4 444	1 361	949
films européens non français ¹	14	104	256	52	576	192	126	71	17	81
autres films	415	220	66	320	244	263	130	263	120	93
total	9 080	5 879	3 119	5 844	6 200	5 552	3 834	4 868	1 814	1 438

¹ Europe au sens continental.

Base : 271 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Concentration du marché de l'animation en vidéo

Au total, 186 éditeurs vidéo sont actifs sur le marché des œuvres cinématographiques sorties en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo physique au 12 mai 2016. 47 éditeurs vidéo sont actifs sur le segment des films d'animation.

Le marché de l'animation est relativement moins concentré que celui de l'édition en vidéo des films tous genres confondus. En moyenne sur la période 2006-2015, 10 % des éditeurs vidéo concentrent 96,2 % des ventes de vidéo tous genres cinématographiques confondus. Sur le segment de l'animation, les 10 % d'éditeurs les plus actifs réalisent 77,3 % des volumes du genre. 89,5 % des supports vidéo de films d'animation sont vendus par 20 % des sociétés (99,4 % tous genres confondus) et 96,3 % par 30 % des sociétés (99,8 % tous genres confondus).

Concentration des éditeurs en fonction du nombre de supports vidéo vendus (%)

	animation	tous genres
10 % des éditeurs	77,3	96,2
20 % des éditeurs	89,5	99,4
30 % des éditeurs	96,3	99,8

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Sur la période de sortie des films en salles 2006-2015, les dix premiers éditeurs vidéo totalisent 90,8 % des volumes de vente en vidéo des films d'animation, soit 43,2 millions d'unités.

The Walt Disney Company (ex Buena Vista Home Video) enregistre à lui seul 28,9 % des volumes vendus sur le genre, avec 28 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 et édités en vidéo physique au 12 mai 2016. Quatre films édités par la société figurent parmi les dix plus performants de la période : *Ratatouille* (2^e), *Cars* (4^e), *la Reine des neiges* (5^e) et *Raiponce* (8^e).

Avec une part de marché en volume de 18,5 %, Fox Video est deuxième au classement des éditeurs vidéo de films d'animation. A son catalogue figurent en particulier les trois derniers volets de *l'Age de glace*, respectivement 1^{er}, 3^e et 9^e du classement des meilleures ventes en volume de films d'animation en vidéo. Dreamworks se classe en troisième position avec 16,6 % des volumes vendus. La société commercialise notamment *Shrek le troisième* (7^e). Le premier éditeur français, EuropaCorp Diffusion, est 5^e au classement avec une part de marché de 6,2 %. La société édite en vidéo la saga *Arthur et les Minimoys*, dont le premier opus est 6^e au classement 2006-2015 des titres d'animation les plus vendus en vidéo.

Classement des éditeurs vidéo selon le nombre de supports vidéo de films d'animation vendus (2006-2015)

éditeur	part de marché ¹ (%)
The Walt Disney Company	28,9
Twentieth Century Fox Home	18,5
Dreamworks	16,6
Sony Pictures Home Entertainment	6,6
EuropaCorp Diffusion	6,2
Universal Pictures Video	4,7
Warner Bros	3,2
Studio Ghibli	2,2
M6 Video	2,1
Studio Canal	1,8

¹ En termes d'unités vendues.

Base : 271 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

10 % des films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo physique au 12 mai 2016 sont à l'origine de 53,6 % des volumes de ventes de vidéo sur le genre. Tous genres confondus, les 10 % de films les plus performants représentent 68,3 % des volumes vendus. La concentration est ainsi moins forte sur le segment des films d'animation que sur le marché du cinéma dans son ensemble.

Concentration des films selon le nombre de supports vidéo vendus (%) (2006-2015)

	animation	tous genres
10 % des films	53,6	68,3
20 % des films	74,9	85,5
30 % des films	86,0	93,2

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Sur le périmètre des films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016, *l'Age de glace 2* se place en tête du classement des films d'animation en vidéo avec 4,6 % des ventes en volume. Il devance *Ratatouille* (3,9 %) et *l'Age de glace 3 - Le Temps des dinosaures 2* (3,6 %). Un seul film français apparaît dans le classement : *Arthur et les Minimoys* (6^e) (2,8 %).

Classement des films d'animation selon le nombre de supports vidéo vendus (2006-2015)

	titre	nationalité ¹	éditeur	sortie vidéo	unités vendues	part de marché ² (%)
1	<i>Age de glace 2 (L')</i>	US	Twentieth Century Fox Home	2006	2 181 806	4,6
2	<i>Ratatouille</i>	US	The Walt Disney Company	2007	1 846 442	3,9
3	<i>Age de glace 3 (L')</i>	US	Twentieth Century Fox Home	2009	1 727 996	3,6
4	<i>Cars</i>	US	The Walt Disney Company	2006	1 681 557	3,5
5	<i>Reine des neiges (La)</i>	US	The Walt Disney Company	2013	1 431 878	3,0
6	<i>Arthur et les minimoys</i>	FR	EuropaCorp Diffusion	2006	1 322 529	2,8
7	<i>Shrek le troisième</i>	US	Dreamworks	2007	1 192 168	2,5
8	<i>Raiponce</i>	US	The Walt Disney Company	2010	1 067 476	2,2
9	<i>Age de glace 4 (L')</i>	US	Twentieth Century Fox Home	2012	912 935	1,9
10	<i>Moi, moche et méchant</i>	US	Universal Pictures	2010	883 156	1,9

¹ FR = France, US = Etats-Unis.

² En termes d'unités vendues.

Base : 271 films d'animation sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

4.2.L'animation en vidéo à la demande

En mai 2016, 81 services de VàD sont recensés en France. Le nombre s'entend hors hébergeurs de services de VàD, hors services de télévision de rattrapage et hors plateformes spécialisées dans les films ou programmes pour adultes. Si les services sont accessibles par plusieurs types d'accès ou sur plusieurs sites internet en marque blanche, ils ne sont comptabilisés qu'une seule fois.

La composition du catalogue d'un même éditeur peut varier selon son mode de distribution.

De nombreuses plateformes proposent des films d'animation cinématographiques en VàD : ADN, Afrostream, Allbrary, Arte VoD, Bbox VOD, Boutique vidéo du Playstation Store, BreizhVOD, CanalPlay, CanalPlay VOD, Cinémas@lademande, Club Vidéo SFR, Disneytek, Filmo TV, Films & Documentaires, Fnac Play, Google Play, Iguane, Iminéo, INA, iTunes, la VOD d'Orange, LoveMyVod, Médiathèque numérique, Mubi, MyTF1VOD, Netflix, Nolim Films, Pass Cinéma, Pass Kids, Pass Okidoki, PlayVOD, Pluzz VAD, TFOU MAX, UniversCiné, Vidéo Futur, Videostore by Numericable, Viewster, VODD, Wuaki et XBoX Video.

Certaines proposent également des programmes audiovisuels d'animation en VàD : ADN, Allbrary, Arte VoD, Bbox VOD, Boutique vidéo du Playstation Store, BreizhVOD, CanalPlay, CanalPlay VOD, Cinémas@lademande, Club vidéo SFR, Disneytek, Filmo TV, Films & Documentaires, Google Play, Iguane, Iminéo, INA, iTunes, la VOD d'Orange, Mubi, MyTF1VOD, Netflix, Nolim Films, Pass Kids, Pass Okidoki, PlayVOD, Pluzz VAD, TFOU MAX, Vidéo Futur, Videostore by Numericable, Viewster, VODD, Wuaki et XBoX Video.

D'autres plateformes ne proposent pas de films d'animation en VàD mais seulement des programmes audiovisuels d'animation : Crunchyroll, Gongvision, GulliMax, Infinikids, My Mangas, Noco, Vodeo.TV, VoDMania et Wakanim.tv.

ADN, Crunchyroll, Gongvision, Iminéo, My Mangas, Noco, PlayVOD, VideoFutur et Wakanim.tv proposent des œuvres d'animation japonaise, plus communément appelées mangas.

Les sites des chaînes généralistes de télévision proposent dans leur offre VàD les séries d'animation diffusées à l'antenne, notamment MyTF1VOD, Gulli Max, Pluzz VAD (France Télévisions) et TFOU MAX (TF1).

Il convient de noter l'offre particulière d'Iminéo, qui compte de nombreuses séries télévisées dans son catalogue de programmes d'animation en VàD ainsi que des mangas, des adaptations audiovisuelles de contes pour enfants mais également des programmes animés pour l'apprentissage des langues.

5. International

L'animation :

L'exportation des programmes audiovisuels d'animation En 2014



90,7 M€ de flux financiers
(ventes+ préventes+
coproductions)

34,0 %

de l'ensemble des flux
financiers à l'international



45,0 M€
de ventes de programmes
d'animation français, soit le 1^{er}
genre vendu à l'étranger

En 2015



La Belgique, 1^{er} partenaire
étranger de coproduction en
animation en 2015

80,7 %

du volume total d'animation
française financée avec
l'étranger, soit 230 heures de
programmes



43,7 M€
de financements étrangers
(préventes+coproductions) investis
dans la production audiovisuelle
française d'animation

Les entrées des films français d'animation à l'étranger en 2015



21,2 millions d'entrées à
l'étranger



38 films d'animation en
exploitation à l'étranger



5.1. L'exportation des programmes audiovisuels français d'animation

Remarques méthodologiques

Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelon national par le CNC et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'édition 2015 de *L'exportation des programmes audiovisuels en 2014*, publiée par le CNC en collaboration avec TV France International. Les données relatives aux ventes de programmes audiovisuels pour l'année 2015 ne sont pas encore disponibles au moment de la publication de la présente étude.

Rappel des résultats de l'exportation des programmes audiovisuels en 2014

En 2014, l'ensemble des flux financiers à l'exportation de programmes audiovisuels français représentent 266,6 M€ (+7,1 % par rapport à 2013). Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 12,1 % pour atteindre 153,8 M€, soit le plus haut niveau jamais observé. Au total, les exportations (ventes et préventes) sont en progression de 17,1 % représentant ainsi 210,3 M€, soit le plus haut niveau jamais atteint. Les chaînes étrangères confirment leur intérêt pour les programmes audiovisuels français et renouvellent leurs achats. Cette progression est portée par les chaînes d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord, qui se tournent, au-delà de l'offre française d'animation, de plus en plus vers la fiction et le documentaire.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13	2015	évol. 15/14
ventes ¹	115,0	118,8	110,0	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	+12,1%	nd	-
préventes ²	42,0	34,0	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	+33,3%	36,8	-34,9%
total ventes et préventes	157,0	152,8	150,4	135,5	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	+17,1%	nd	-
coproductions ²	61,3	63,7	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	-18,9%	54,1	-3,9%
total flux financiers	218,3	216,5	204,0	194,1	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	+7,1%	nd	-

¹ Y compris les ventes réalisées auprès de TV5 et CFI.

² A partir de 2003, les préventes et les coproductions intègrent le spectacle vivant.

nd : les données sur les ventes en 2015 seront disponibles à partir de septembre 2016.

Source : CNC – TV France International.

Les performances des programmes audiovisuels d'animation français à l'international

En 2014, l'ensemble des flux financiers à l'exportation de programmes audiovisuels d'animation représentent 90,7 M€ (-8,3 % par rapport à 2012), soit 34,0 % des flux totaux. Après cinq années de hausse, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger diminuent pour la première fois à 45,0 M€ (-3,9 % par rapport à 2013). La part du genre atteint 29,3 % des ventes totales et constitue le 1^{er} genre audiovisuel à l'exportation.

Les exportations de programmes audiovisuels français d'animation (M€)

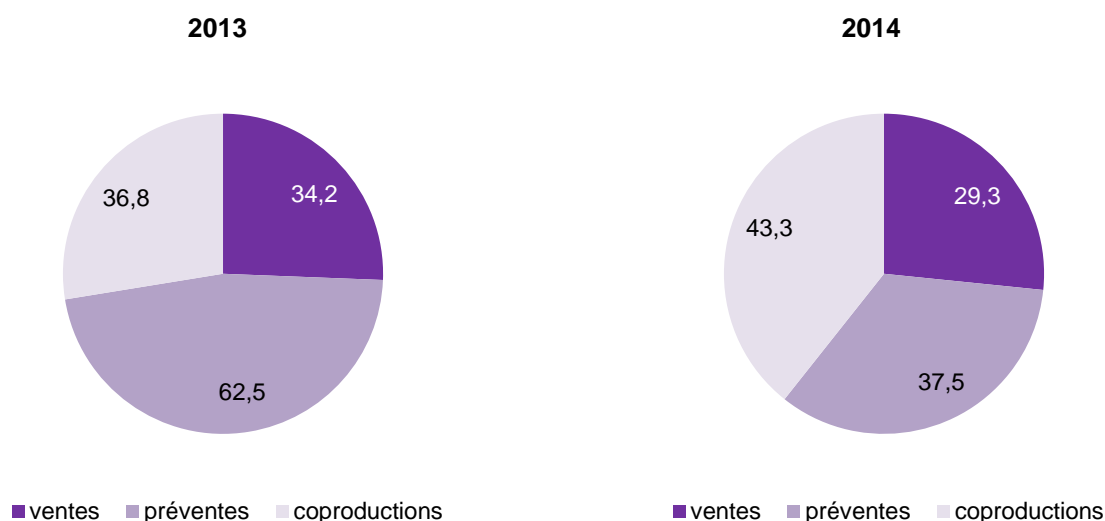
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13	2015	évol. 15/14
ventes ¹	42,6	41,7	30,7	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	-3,9%	nd	-
préventes	24,0	18,3	17,2	20,2	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	-19,7%	18,0	-15,3%
total ventes et préventes	66,6	60,0	47,9	52,1	46,1	52,7	62,7	73,3	66,3	-9,6%	nd	-
coproductions	32,7	35,2	25,7	31,1	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	-4,7%	25,7	+5,2%
total flux financiers	99,3	95,3	73,6	83,3	77,3	96,2	85,9	98,9	90,7	-8,3%	nd	-

¹ Y compris les ventes réalisées auprès de TV5 et CFI.

nd : les données sur les ventes en 2015 seront disponibles à partir de septembre 2016.

Source : CNC – TV France International.

Poids de l'animation dans l'exportation de la production audiovisuelle française (%)



Source : CNC – TV France International.

Les caractéristiques de l'exportation de programmes d'animation

Avec l'arrivée du numérique, le secteur de l'animation a été bouleversé : les acheteurs se sont multipliés (chaînes hertziennes, câble et satellite, TNT, VàD) alors que l'audience s'est fragmentée. Cela amène les vendeurs à avoir un catalogue très diversifié pour répondre à la demande internationale.

Les canaux de diffusion en animation se sont multipliés notamment avec le lancement de chaînes thématiques en Amérique latine (Colombie, Uruguay, Chili) et en Asie du Sud Est (Indonésie, Vietnam, Malaisie,...). Cette tendance est également présente dans des marchés matures comme l'Italie qui comptabilise désormais 34 chaînes jeunesse payantes ou gratuites. Il reste cependant à tempérer l'appréciation de la multiplication des chaînes par le fait qu'elles soient majoritairement détenues par quelques grands groupes américains (Disney, Cartoon Network, Nickelodeon, Discovery) qui concentrent leurs achats sur quelques programmes, achetant des droits continentaux ou mondiaux pour des montants globalement attractifs. Cependant, ces montants demeurent modérément intéressants rapportés à chaque pays et gèlent la possibilité de ventes pays par pays pour des périodes relativement longues. Enfin, les plateformes VàD se tournent de plus en plus vers l'animation et permettent de faire tourner les fonds de catalogue des exportateurs en achetant des

volumes importants mais aussi de redynamiser le merchandising et l'image de marque de certains programmes.

Dans un contexte de concurrence très forte, les licences demeurent des valeurs sûres pour les acheteurs. La comédie est de plus en plus demandée par le marché international. Les formats de 22 minutes et 26 minutes sont de moins en moins sollicités au profit de formats courts (7, 11 ou 13 minutes) plus en phase avec les nouveaux modes de consommation des enfants.

Les financements étrangers dans les programmes audiovisuels d'animation en 2015

Les financements étrangers (préventes + coproductions) dans la production française de programmes audiovisuels d'animation diminuent de 4,4 % à 43,7 M€ en 2015. Cette évolution s'explique par la baisse de 15,3 % des préventes à l'étranger alors que les apports en coproduction progressent de 5,2 %. Au total, les apports étrangers couvrent 24,1 % des devis des programmes audiovisuels d'animation produits en 2015, contre 25,6 % en 2014.

230 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger en 2015 (coproduction et prévente), soit 80,7 % du volume total produit. En 2014, 73,1 % du volume d'animation mis en production avait bénéficié d'un financement étranger (190 heures).

En 2015, 174 heures d'animation de coproduction majoritaire française ont été initiées avec un apport étranger total de 18,8 M€ dont 9,9 M€ d'apports en coproduction et 8,9 M€ de préventes (170 heures avec un apport étranger de 31,4 M€ en 2014). Parallèlement, 56 heures de coproduction minoritaire française ont été produites en 2015, financées par un apport étranger total de 24,9 M€ dont 15,8 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes (20 heures avec un apport étranger de 14,2 M€ en 2014).

Sur dix ans, le montant des financements étrangers dans la production de programmes français d'animation décroît. En effet, les apports étrangers sont en baisse de 23,0 % entre 2006 et 2015. Parallèlement, les financements français diminuent de 13,2 %.

Financements étrangers dans les coproductions majoritaires audiovisuelles d'animation

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	194	108	198	177	197	144	270	170	174
apports en coproduction (M€)	21,4	6,9	14,2	14,0	14,7	4,9	22,2	13,8	9,9
préventes (M€)	10,7	7,2	13,0	9,3	11,3	7,7	24,1	17,6	8,9
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	18,2%	9,3%	13,5%	12,9%	12,0%	7,0%	21,7%	17,6%	10,4%

Source : CNC.

Financements étrangers dans les coproductions minoritaires audiovisuelles d'animation

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	50	65	43	53	75	81	11	20	56
apports en coproduction (M€)	13,8	18,8	17,0	17,3	28,7	18,3	3,4	10,6	15,8
préventes (M€)	7,6	10,0	7,2	1,9	6,1	11,1	2,4	3,6	9,1
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	12,1%	19,0%	12,0%	10,6%	16,0%	16,2%	2,7%	8,0%	13,8%

Source : CNC.

Financements étrangers totaux dans les coproductions audiovisuelles d'animation

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	244	173	242	229	272	226	281	190	230
apports en coproduction (M€)	35,2	25,7	31,1	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7
préventes (M€)	18,3	17,2	20,2	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	30,3%	28,3%	25,5%	23,5%	28,0%	23,1%	24,4%	25,6%	12,1%

Source : CNC.

La géographie des préventes et des apports en coproduction de la production française de programmes audiovisuels d'animation

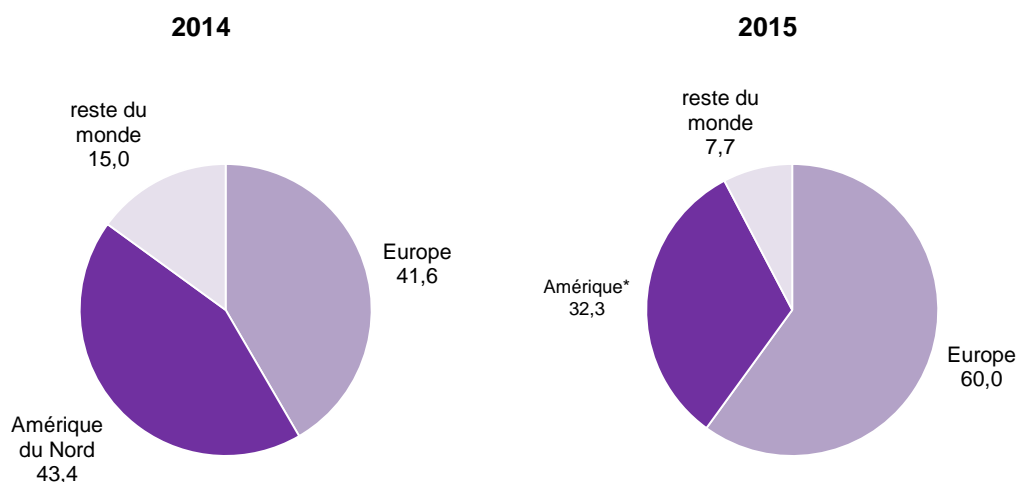
En 2015, les partenaires de la zone Europe investissent 10,8 M€ dans les œuvres françaises d'animation sous la forme de préachats, contre 8,8 M€ en 2014. L'Europe est désormais à l'origine de 60,0 % des préventes étrangères totales du genre (41,6 % en 2014). Cette hausse en valeur s'explique par la progression des préventes en Allemagne (+31,3 % à 2,7 M€), en Italie (passant de 0,3 M€ en 2014 à 2,4 M€ en 2015) et en Espagne (passant de 0,1 M€ à 0,6 M€). Concernant les apports en coproduction, la Belgique devient le premier partenaire étranger avec 5,9 M€ en 2015. Cinq programmes font appel à des investissements de partenaires belges. Un peu moins de la moitié de ce montant est concentrée sur la série de 52x11' *Popples* (Nexus Factory).

Après deux années de hausse, les investissements de l'Amérique du Nord dans la production d'animation hexagonale sont en diminution. En 2015, les préventes baissent (-38,6 % à 5,7 M€) ainsi que les apports en coproduction (-30,2 % à 8,5 M€).

L'Amérique du Nord est désormais à l'origine de 31,4 % des préventes étrangères totales du genre. Le Canada, partenaire historique de la France dans le financement de programmes d'animation, investit 4,9 M€ dans quatre séries d'animation française sous forme d'apports en coproduction (11,0 M€ en 2014) et 0,4 M€ sous forme de préachats (2,1 M€ en 2014). Il devient le deuxième partenaire étranger des producteurs français d'animation en matière de coproduction en 2015. Malgré la diminution des préventes en direction des Etats-Unis en 2015 (-25,3 % à 5,3 M€), le pays devient le premier partenaire étranger pour les producteurs français d'animation. A l'inverse, les apports en coproduction sont multipliés par trois (3,6 M€ en 2015, contre 1,1 M€ en 2014).

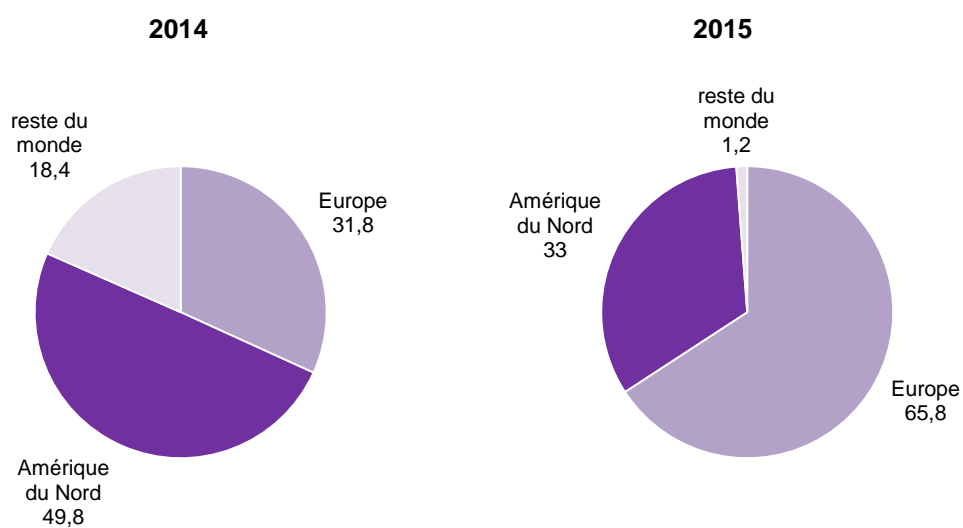
L'ensemble « reste du monde » enregistre en 2015 une forte diminution de ses investissements totaux en animation (-77,9 % à 1,7 M€). Moins de 20 % de ce total concerne des coproductions.

Répartition des préventes étrangères de programmes français d'animation par zone géographique (%)



* Amérique du Nord + Amérique du Sud.
Source : CNC.

Répartition des apports étrangers en coproduction dans les programmes français d'animation par zone géographique (%)



Source : CNC.

Répartition des financements étrangers de programmes français d'animation par zone géographique en 2015 (M€)

	coproductions	préventes	total
Europe	16,9	10,8	27,7
<i>Allemagne</i>	0,7	2,7	3,4
<i>Belgique</i>	5,9	0,2	6,1
<i>Royaume-Uni</i>	4,0	0,9	4,9
<i>Italie</i>	2,5	2,4	4,9
Amérique du Nord	8,5	5,7	14,2
Reste du monde	0,3	1,4	1,7
total	25,7	18,0	43,7

Source : CNC-TV France International.

La géographie des ventes de programmes audiovisuels d'animation français en 2014

Les exportations de programmes d'animation en Europe de l'Ouest sont en diminution de 7,3 % à 26,9 M€ en 2014. La zone absorbe 59,6 % des recettes du genre en 2014, contre 61,9 % en 2013. L'Italie devient le premier acheteur européen des distributeurs français d'animation devant la zone germanophone (Allemagne + Autriche). Dans un pays où les jeunes sont les plus gros consommateurs de télévision en Europe, les chaînes italiennes ont repris leurs achats de programmes d'animation français. A l'inverse, des marchés majeurs comme la Belgique, la Suisse ou l'Espagne ont ralenti le rythme de leurs acquisitions.

Les ventes d'animation en Asie / Océanie sont en hausse de 44,2 % à 6,2 M€ en 2014. La zone dépasse l'Amérique du Nord et devient le deuxième territoire d'exportation après l'Europe de l'Ouest. L'Asie / Océanie génère 13,8 % des recettes d'exportation d'animation française en 2014, contre 9,2 % en 2013. Les ventes portent sur de gros volumes et pour une distribution multisupports. Les pays émergents d'Asie du Sud Est (Malaisie, Thaïlande, Indonésie, Vietnam) présentent des potentiels de croissance pour les exportateurs. Les opérateurs comme Disney Channel ou Discovery Kids sont très actifs dans l'acquisition de droits sur la zone.

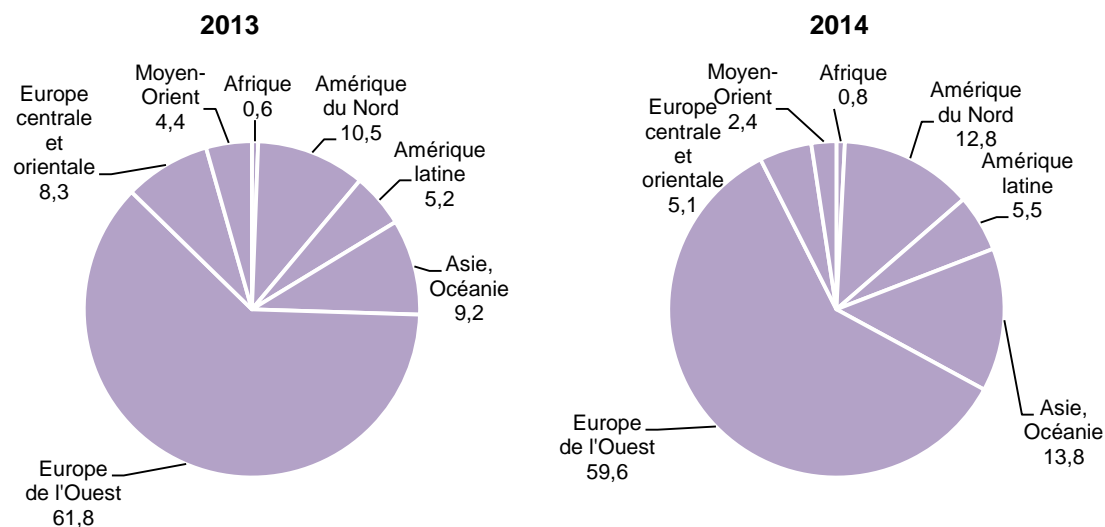
Les ventes d'animation française en Amérique du Nord progressent de 17,5 % à 5,8 M€. La zone représente désormais 12,8 % des ventes totales d'animation, contre 10,5 % en 2013. Aux Etats-Unis, la forte progression des ventes s'appuie sur des séries à fort potentiel et sur l'activité des plateformes V&D (Netflix, Hulu...) qui favorisent l'acquisition de séries intégrales.

En Europe centrale et orientale, les ventes d'animation atteignent 2,3 M€ en 2014, soit une baisse de 41,7 % par rapport à 2013. La zone est à l'origine de 5,1 % des importations d'animation française en 2014, contre 8,3 % en 2013. La Pologne et la République Tchèque demeurent les principaux acheteurs d'animation. A l'inverse, la Russie a diminué ses acquisitions (-32,3%). Les ventes sont bridées par les fenêtres d'exclusivité exigées par les chaînes transnationales.

En 2014, les ventes d'animation en Amérique latine progressent de 1,6 % à 2,5 M€. En dehors des opérateurs américains, les ventes se font à des tarifs bas à des chaînes jeunesse locales du câble ou de la TNT.

Au Moyen-Orient, les ventes de programmes d'animation français sont en forte baisse de 47,1 % à 1,1 M€.

Répartition des ventes de programmes français d'animation par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

La concentration du secteur de l'exportation des programmes français d'animation

En 2014, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en légère hausse. Les cinq premières sociétés concentrent 58,7 % des recettes internationales du genre (+0,6 point par rapport à 2014), contre 78,7 % pour les dix premières (+0,1 point). Ce niveau de concentration, très supérieur à la moyenne, reflète la complexité d'ensemble (financière, technique, artistique et temporelle) du processus de production d'animation.

Concentration du secteur de la vente de programmes français d'animation à l'étranger

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
recettes des 5 premières sociétés (M€)	26,2	20,9	18,9	19,9	21,0	19,1	28,3	27,2	26,4
<i>part des recettes totales (%)</i>	61,5	50,2	61,5	62,4	60,4	54,1	64,4	58,1	58,7
recettes des 10 premières sociétés (M€)	37,0	30,2	26,4	28,1	27,9	27,1	37,3	36,8	35,5
<i>part des recettes totales (%)</i>	86,9	72,4	86,1	88,2	80,2	76,6	84,9	78,6	78,7
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	42,6	41,7	30,7	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0
<i>part des recettes totales (%)</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International.

5.2. Les entrées des films français d'animation à l'étranger

Remarques méthodologies

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par UniFrance dans le cadre de sa mission de suivi économique du cinéma français à l'étranger. Ces données proviennent d'organismes officiels et sont ensuite recoupées avec celles des distributeurs et des attachés audiovisuels, pour obtenir des résultats plus complets. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 82 territoires. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français (films dits d'initiative française) et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2015 présentées ici sont consolidées à mai 2016.

Les résultats des films français d'animation à l'étranger depuis 2006

Entre 2006 et 2015, 75 longs métrages français d'animation inédits sont sortis dans les salles étrangères. En intégrant les reprises de titres sortis avant 2006, 90 films d'animation français sont exploités à l'international sur la période. Avec 64,1 millions d'entrées cumulées, ces films réalisent 51,2 % de leurs entrées à l'international sur la décennie.

En 2015, huit films d'animation français inédits connaissent une sortie à l'international et 38 films d'animation sont exploités dans les salles étrangères. Ces 38 films cumulent 21,2 millions d'entrées, un chiffre record. Le film d'animation français qui cumule le plus d'entrées à l'étranger en 2015 est le film d'initiative française *le Petit Prince*. Le film de Mark Osborne cumule 15,1 millions d'entrées à l'international, dont 5,0 millions d'entrées en Chine, 2,4 millions au Mexique, 2,1 millions au Brésil et 776 000 entrées en Pologne. Autre grand succès d'animation française, *Astérix : le domaine des dieux* cumule 3,1 millions d'entrées à l'international à fin 2015. Les aventures de l'irréductible Gaulois sont à l'origine de 512 000 entrées en Allemagne et de 310 000 entrées en Italie. Enfin, la performance en Russie de *Mune, le gardien de la lune* est à souligner : le film y cumule 989 000 entrées.

Résultats des films d'animation français à l'international

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nombre de films sortis ¹	9	5	5	9	6	7	9	9	8	8
nombre de films en exploitation ²	16	18	23	25	28	27	41	43	40	38
entrées (millions)	3,8	11,9	7,1	3,6	2,6	1,7	5,7	2,8	3,7	21,2

¹ La date qui fait foi est celle de la première sortie à l'international.

² Compte tenu de la durée d'exploitation des films, des films peuvent être comptabilisés plusieurs années de suite.

Source : UniFrance.

Sur la période 2006-2015, 36 films français d'animation cumulent plus de 100 000 entrées dans les salles étrangères. Parmi eux, 29 titres sont des films d'initiative française (films 100 % français ou coproduction majoritairement française) et sept sont des coproductions où la France est un partenaire minoritaire. Sur l'ensemble de leur exploitation, ces 36 titres

cumulent 64,1 millions d'entrées à l'international et 43,2 millions d'entrées en France. Plus de la moitié (59,7 %) de la fréquentation de ces films est donc réalisée hors de l'Hexagone.

15 films français d'animation franchissent le seuil de 1 million d'entrées réalisées à l'étranger sur la période 2006-2015. Dans les salles étrangères, le film d'animation français qui a réalisé le plus d'entrées de la décennie est *le Petit Prince* (15,1 millions d'entrées), suivi par la production majoritairement française *Arthur et les Minimoys* (10,3 millions d'entrées).

Films français ayant réalisé plus de 100 000 entrées à l'étranger entre 2006 et 2015

film	date 1 ^{ère} sortie étrangère	type ¹	cumul entrées à l'étranger ²	cumul entrées France ²	Nb territoires ²	part des entrées à l'étranger ²
<i>le Petit Prince</i>	29/07/2015	FIF	15 060 601	1 933 984	55	88,6 %
<i>Arthur et les Minimoys</i>	06/12/2006	FIF	10 300 148	6 400 899	49	61,7 %
<i>Sammy 2</i>	02/08/2012	mino	5 488 579	725 411	42	88,3 %
<i>Igor</i>	19/09/2008	FIF	3 965 719	215 805	20	94,8 %
<i>Astérix : le domaine des dieux</i>	26/11/2014	FIF	3 051 831	3 006 651	34	50,4 %
<i>Arthur et la vengeance de Maltazard</i>	26/11/2009	FIF	2 738 498	3 916 088	44	41,2 %
<i>Astérix et les Vikings</i>	05/04/2006	FIF	2 699 993	1 376 089	28	66,2 %
<i>Minuscule – La Vallée des fourmis perdues</i>	26/12/2013	FIF	2 478 285	1 541 519	48	61,7 %
<i>Mune, le gardien de la lune</i>	05/02/2015	FIF	1 954 975	543 652	17	78,2 %
<i>Persépolis</i>	27/06/2007	FIF	1 801 303	1 668 843	39	51,9 %
<i>le Vilain Petit Canard et moi</i>	21/12/2006	mino	1 703 811	360 242	23	82,5 %
<i>Un monstre à Paris</i>	12/10/2011	FIF	1 614 001	1 774 741	32	47,6 %
<i>Arthur 3, la guerre des deux mondes</i>	13/10/2010	FIF	1 535 814	3 106 381	28	33,1 %
<i>Chasseurs de dragons</i>	20/03/2008	FIF	1 346 428	591 927	22	69,5 %
<i>Pollux (le manège enchanté)</i>	01/02/2005	FIF	1 325 605	903 498	13	59,5 %
<i>La Véritable Histoire du chat botté</i>	26/03/2009	FIF	1 269 605	318 248	16	80,0 %
<i>Gus, petit oiseau, grand voyage</i>	06/11/2014	FIF	889 710	322 404	14	73,4 %
<i>L'Illusionniste</i>	16/06/2010	mino	584 094	317 735	30	64,8 %
<i>Ernest et Célestine</i>	01/12/2012	FIF	364 833	1 279 556	25	22,2 %
<i>le Chant de la mer</i>	04/12/2014	mino	361 589	316 743	15	53,3 %
<i>Tous à l'Ouest, une aventure de Lucky Luke</i>	02/12/2007	FIF	357 250	489 072	11	42,2 %
<i>Franklin et le trésor du lac</i>	20/12/2006	FIF	322 999	450 039	8	41,8 %
<i>Azur et Asmar</i>	25/10/2006	FIF	310 737	2 356 373	14	11,7 %
<i>Zarafa</i>	08/02/2012	FIF	292 113	1 475 517	17	16,5 %
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	07/12/2005	FIF	455 170	2 035 410	18	18,3 %
<i>les Moomins sur la Riviera</i>	31/10/2014	mino	280 959	32 890	8	89,5 %
<i>Max & Co</i>	24/01/2008	mino	263 064	192 591	6	57,7 %
<i>Pourquoi j'ai pas mangé mon père</i>	08/04/2015	FIF	248 524	2 410 434	10	9,3 %
<i>Titeuf, le film</i>	17/03/2011	FIF	153 642	1 267 190	11	10,8 %
<i>Une vie de chat</i>	15/12/2010	FIF	151 418	896 369	15	14,5 %
<i>Oggy et les cafards</i>	19/09/2013	FIF	143 455	145 278	15	49,7 %
<i>Cendrillon au Far West</i>	01/06/2012	FIF	131 008	24 656	3	84,2 %
<i>Brendan et le secret de Kells</i>	12/02/2009	FIF	127 354	424 609	9	23,1 %
<i>Yona la légende de l'oiseau-sans-aile</i>	23/12/2009	FIF	109 237	42 819	4	71,8 %
<i>le Magasin des suicides</i>	03/10/2012	FIF	108 394	299 598	15	26,6 %
<i>le Congrès</i>	08/08/2013	mino	104 607	38 569	27	73,1 %
total			64 095 353	43 201 830	-	59,7 %

¹ FIF : film d'initiative française (film 100 % français ou coproduction majoritaire) ; copro mino : coproduction dans laquelle la France est un partenaire minoritaire

² chiffres arrêtés au 31/12/2015.

Source : UniFrance.

Les résultats des films français d'animation par zone géographique

Sur la période 2006-2015, l'Europe occidentale génère la plus grande part des entrées réalisées par les films français d'animation à l'étranger (30,8 %). Pour l'ensemble des films tous genres confondus, cette part s'élève à 34,1 % sur la période. Le Royaume-Uni est un marché particulièrement dynamique, avec 25 films distribués et les succès, notamment, des films *Arthur et les Minimoys* (1,16 million d'entrées), *Igor* (640 000 entrées) et *Un monstre à Paris* (532 000 entrées).

Grâce aux bons résultats des films français d'animation en Chine (7,24 millions d'entrées sur ce territoire, dont 4,97 millions pour *le Petit Prince*), l'Asie devient le premier marché étranger pour l'animation française. La zone représente 19,9 % de la fréquentation mondiale de l'animation française entre 2006 et 2015 (16,3 % pour l'ensemble des films français). La Corée du Sud se démarque également avec 32 films français d'animation exploités sur la période qui cumulent 2,99 millions d'entrées grâce aux films *Sammy 2* (1,50 million d'entrées) et *Le Petit Prince* (429 000 entrées).

Si les États-Unis et le Canada anglophone constituent le second marché étranger pour les films d'animation sur la décennie avec 6,21 millions d'entrées, le marché reste difficile à pénétrer pour les productions françaises. Sur la décennie, seuls 17 films ont été distribués sur ce territoire. Dès lors, la part des entrées en provenance d'Amérique du Nord (États-Unis + Canada anglophone + Québec) est moins importante pour les films d'animation (11 %) que pour l'ensemble des films (22,4 %). *Igor* et *Arthur et les Minimoys* cumulent cependant chacun plus de 2 millions d'entrées sur le territoire américain.

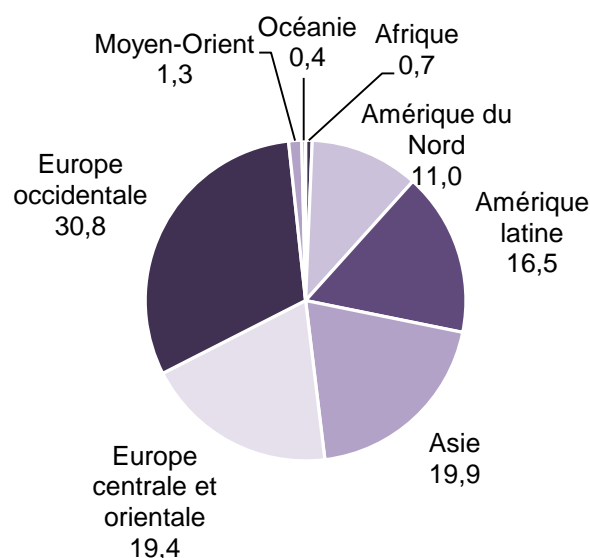
À l'inverse, l'Europe de l'Est concentre 19,4 % des entrées des films français d'animation sur la période 2006-2015, contre 11,1 % pour l'ensemble des films français. La Russie et la Pologne sont particulièrement attirées par les films d'animation français, cumulant respectivement 5,56 millions d'entrées et 3,36 millions d'entrées sur la décennie. Dans une moindre mesure, les films d'animation français rencontrent également de beaux succès en République Tchèque et en Hongrie.

L'Amérique latine représente, quant à elle, 16,5 % de la fréquentation internationale des films français d'animation de 2006 à 2015 (11,6 % de la fréquentation de l'ensemble des films français). Outre un fort succès auprès du public mexicain avec 2,40 millions d'entrées, *Le Petit Prince* marque un autre record au Brésil en devenant le film français ayant enregistré le plus d'entrées depuis vingt ans (2,1 millions).

Les marchés anglophones d'Océanie représentent 0,4 % des entrées cumulées par les films d'animation français sur la décennie, contre 2,4 % de l'ensemble des entrées des longs métrages français. De la même façon que sur le marché nord-américain, cette situation est liée à la forte concurrence exercée par les productions des États-Unis.

Enfin, en Afrique et au Moyen-Orient, la part de marché des films français d'animation sur la décennie (0,7 %) est sensiblement identique à celle de l'ensemble des genres du cinéma français (1,3 %).

Répartition par zone des entrées internationales des films français d'animation sur la période 2006-2015 (%)

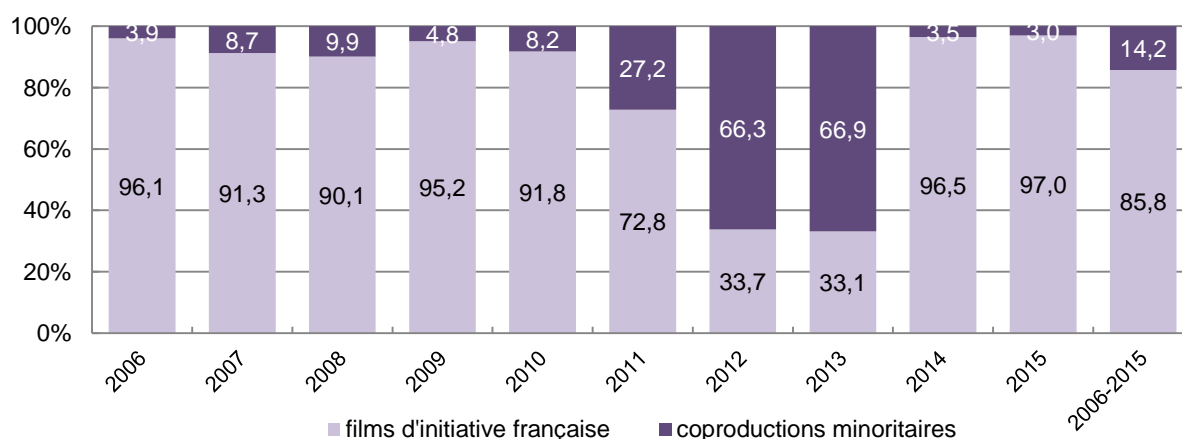


Source : UniFrance.

Les résultats des films français d'animation selon le type de coproduction

Sur l'ensemble de la période 2006-2015, les films d'animation d'initiative française cumulent 85,8 % de l'ensemble des entrées réalisées par les films français d'animation à l'étranger. Cette part peut varier fortement d'une année sur l'autre et se situe entre 33,1 % (en 2013) et 97,0 % (en 2015). Les parts particulièrement basses observées en 2012 et 2013 s'expliquent notamment par le succès de la coproduction minoritairement française *Sammy 2*, qui cumule 5,5 millions d'entrées à l'international depuis le début de son exploitation en 2012. À partir de 2014, ces chiffres remontent fortement grâce aux films majoritaires français *Astérix le domaine des dieux* et *Minuscule – La Vallée des fourmis perdues*, puis au succès mondial du long-métrage *le Petit Prince*.

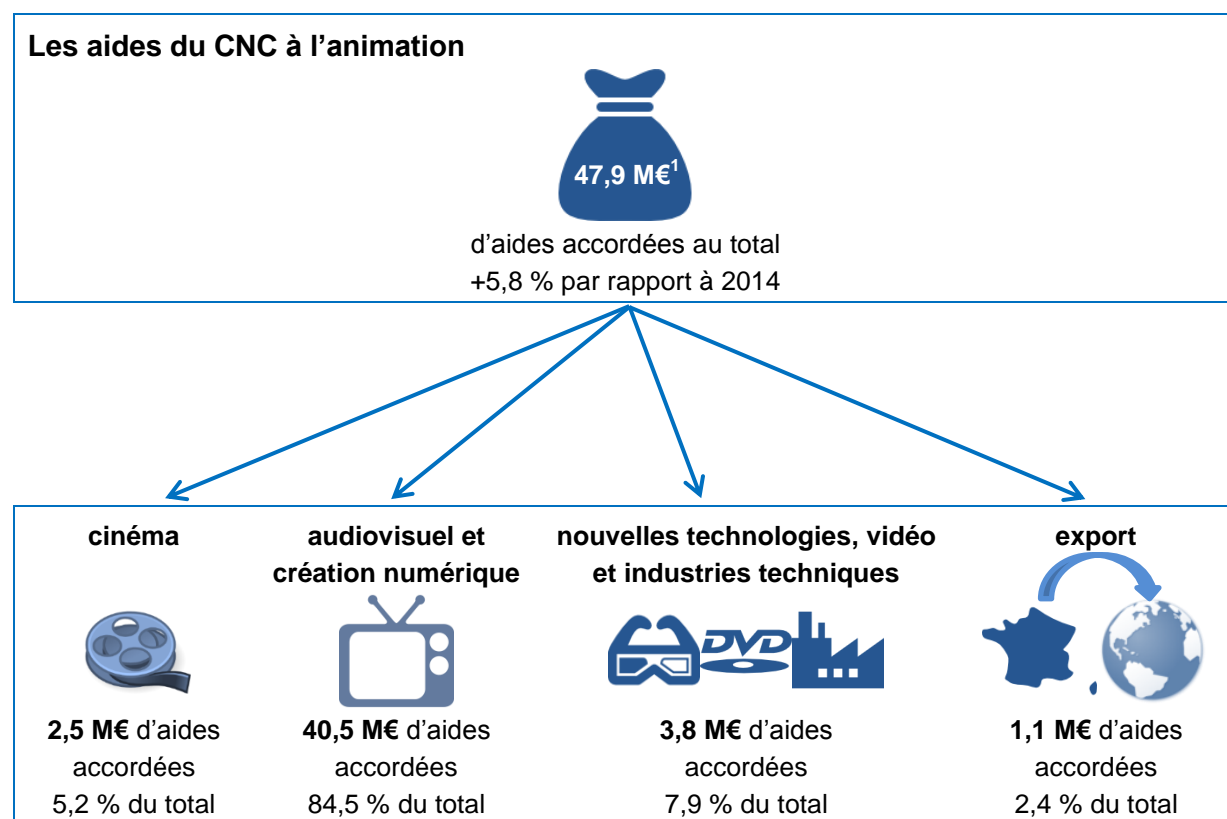
Répartition des entrées étrangères des films français selon le type de coproduction (%)



Source : UniFrance.

6. Les aides du CNC

L'animation en 2015 :



¹ A l'exception du soutien sélectif à la production de long métrage cinéma (avance sur recettes) dont le montant accordé n'est pas arrêté à fin mai 2016.

6.1. Les aides au cinéma

Les aides à la production cinématographique de long métrage (aide au développement, avance sur recettes, soutien automatique) ainsi que les aides à la distribution (soutien automatique et aide sélective) sont susceptibles d'être accordées aux longs métrages d'animation, dans les mêmes conditions que pour les films en prises de vue réelles.

Des professionnels de l'animation sont consultés en qualité d'experts pour prendre en compte les particularités de production propres aux films d'animation.

Le long métrage d'animation

Les aides au scénario

En 2015, quatre films d'animation ont obtenu une aide au scénario :

titre	auteur	aide	montant
Anna	Julie Nobelen Bastien Dubois	aide à l'écriture (1 ^{er} collège)	30 000 €
Titans	Alexandre Heboyan	aide à l'écriture (2 ^{ème} collège)	30 000 €
Lion noir et l'enfant bleu (Le)	Frédéric Joyeux	aide à l'écriture (1 ^{er} collège)	30 000 €
All blood runs red	Caroline Vermalle Louis Jean Gorry	aide à l'écriture (1 ^{er} collège)	30 000 €

En 2014, 2 films d'animation avaient été aidés.

Les aides au développement

Cette aide est destinée à soutenir les producteurs dans cette phase d'investissement à risque que constitue le travail d'écriture sous ses différents aspects : option et achat de droits d'adaptation cinématographique d'œuvre littéraire ou de scénario original, écriture et réécriture, et pour les œuvres appartenant au genre animation, travaux de création graphique.

En 2015, 8 projets de long métrage d'animation ont été soutenus dans le cadre de l'aide au développement, pour un montant total de 312 000 € (6 projets pour 294 000 € en 2014).

Projets d'animation bénéficiaires de l'aide au développement de long métrage en 2015

titre	producteur(s)	auteur(s)
Josep	FILMS D'ICI MEDITERRANEE	Aurélien Froment et Jean-Louis Milesi
Super Vinamotor	JE SUIS BIEN CONTENT	Stéphanie Lanasque et François Leroy
Tulipe	FOLIMAGE	Paul- Alain Gagnol et Jean-Loup Felicioli
Amundsen & Nobile	Denis FRIEDMAN PRODUCTIONS	Per Schreiner et Dominique Friedman
Mister Sirocco	SACREBLEU PRODUCTIONS	Benoît Chieux et Michel Fessler
Le Faune	JPL FILMS	Augusto Zanolello et Jean-Charles Finck
Azhar (ex L'Emir)	MAGOURIC PRODUCTIONS	Benjamin Legrand
Mon ami	NAÏA PRODUCTIONS	Perrine Trumer

L'aide à la préparation pour les films d'animation de long métrage cinéma (« passerelle cinéma »)

Les producteurs disposant d'un compte de soutien aux programmes audiovisuels peuvent, sous certaines conditions, l'investir pour développer un long métrage cinématographique d'animation. Cette exception au principe de séparation des comptes de soutien cinéma et audiovisuel a été mise en place pour aider les producteurs de programmes audiovisuels à financer le développement de long métrage d'animation alors qu'ils n'ont pas encore de soutien automatique cinéma et qu'ils disposent d'un compte audiovisuel généré par les programmes qu'ils ont déjà produits. Le montant maximal susceptible d'être ainsi investi par projet a été augmenté de 400 000 € à 500 000 € par l'arrêté du 28 septembre 2012.

En 2015, deux projets ont bénéficié de cette aide, pour un montant de 661 225 € (deux projets aidés à hauteur de 360 000 € en 2014, quatre projets aidés à hauteur de 1,6M€ en 2013).

Aides « passerelle cinéma » accordées en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Le sommets des dieux – 2 ^{ème} décision	Julianne Films	Eric Valli, Jean-Christophe Roger	Jiro Taniguchi, Baku Yumemakura
Croc Blanc	Superprod	Alexandre Espigares	Dominique Monféry, Philippe Lioret, Serge Frydman

Les aides à la production

Soutien sélectif (avance sur recettes)

Avance sur recettes avant réalisation :

Un projet d'animation a obtenu l'avance sur recettes avant réalisation au 2^{ème} collège en 2015 : *Dillili à Paris* de Michel Ocelot

Un projet d'animation avait été soutenu en 2014 (au 1^{er} collège): *La fameuse invasion des ours en Sicile* de Lorenzo Mattotti / co-scénaristes : Thomas Bidegain et Jean-Luc Fromental

Avance sur recettes après réalisation :

Aucun film d'animation n'a été soutenu en 2015 à l'avance sur recettes après réalisation.

Un film d'animation avait été aidé en 2014 : *Mune* de Benoît Philippon et Alexandre Heboyan

Soutien automatique

Le soutien automatique à la production cinématographique est calculé au prorata du nombre d'entrées du film en salles de cinéma, du montant des ventes de droits de diffusion sur les chaînes de télévision et du chiffre d'affaires généré par son édition vidéo.

Le montant calculé sur les résultats de ces différents modes d'exploitation est pondéré par un coefficient fixé en fonction des dépenses en France, appréciées par l'application d'un barème de 100 points. Ce barème est adapté aux films réalisés en animation 2D ou en animation en images de synthèse.

Le montant du soutien ainsi généré est destiné à être réinvesti dans la production d'autres films de long métrage de cinéma.

Le calcul de ce soutien est déclenché par l'agrément dont les conditions d'octroi (qualification européenne et barème de calcul du soutien financier) ont été adaptées aux conditions de fabrication des films d'animation.

Trois films d'animation de long métrage ont été agréés en 2015 tous d'initiative française. Aucun film d'animation ne mobilise de soutien automatique en 2015.

Longs métrages d'animation agréés en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)
Louise en hiver	JPL Films	Jean-François Laguionie
Sahara	Mandarin	Pierre Coré
Dofus Livre 1 : Julith	Ankama	Anthony Roux, Jacques Denis

Le court métrage d'animation

Le CNC attribue, de manière sélective via des commissions spécialisées, des aides financières à la production de films de court métrage (films d'une durée inférieure à une heure destinés à une première diffusion en salle), soit à l'état de projets (aide avant réalisation ou aide au programme de production), soit après leur réalisation (aide après réalisation).

L'aide avant réalisation

L'aide avant réalisation est attribuée avant réalisation, en jugeant de la qualité artistique du projet. Sept aides ont été accordées à des courts métrages d'animation en 2015. Six d'entre elles ont été chiffrées pour un total de 422 000 €, soit une aide moyenne de 70 300 € par projet.

Aides avant réalisation accordées à des courts métrages d'animation en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)
Boléro Paprika	XBO Films	Marc Ménager
Douze	Les Valseurs	Ayce Kartal
Love	Passion Paris	Reka Busci
Sexe faible	Joseph Productions	Nicolas Jacquet
Un mètre heure	Cube Creative Productions	Nicolas Devaux
Le Sanglier	Yuzu Productions	Bella Szederkenyi
Mon homme (poulpe)	MarmitaFilms	Stéphane Cadoret

L'aide au programme de production

L'aide au programme de production a pour objectif de favoriser le développement d'entreprises qui produisent régulièrement, assurent la meilleure diffusion possible des films de court métrage et prennent les risques inhérents à l'activité de découverte et d'accompagnement de nouveaux talents.

Douze aides concernent des courts métrages d'animation en 2015. Elles ont été chiffrées pour un montant total de 880 000 €, soit une moyenne de 73 300 € par projet d'animation.

Aides au programme de production accordées à des courts métrages d'animation en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)
Féroce	Folimage Studio	Izù Troin
Le Renard Minuscule	Folimage Studio	Aline Quertain, Sylwia Szkiladz
La Mort, Père & Fils	Je Suis Bien Content	Vincent Paronnaud, Denis Walgenwitz
Heures supplémentaires	JPL Films	Jean-Claude Rozec
Genius Loci	Kazak Productions	Adrien Mérigeau
Le Jour Extraordinaire	Lardux Films	Joanna Lurie
Ferdinand rat des champs	Les Films de l'Arlequin	Jean-Jacques Prunès
La Licorne	Les Films du Nord	Rémi Durin
Le Vent dans les roseaux	Les Films du Nord	Arnaud Demuynck, Nicolas Liguori
Mon propre jardin	Les Films Sauvages	Sébastien Laudénbach
Sans réserve	Papy3D Productions	Gilles Cuvelier
Jardin de minuit	Sacrebleu Productions	Benoît Chieux

L'aide après réalisation

L'aide après réalisation permet de distinguer les œuvres qui n'ont pas bénéficié d'aides en tant que projet (aide avant réalisation ou aide au programme de production) et de récompenser la prise de risque du producteur. Huit films d'animation ont ainsi été aidés en 2015, pour un montant total de 72 000 €.

Aides après réalisation accordées à des courts métrages d'animation en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)
8 balles	L'Image d'après	Frank Ternier
La Bûche de Noël	Autour de Minuit	Stéphane Aubier, Vincent Patar
Le Parfum de la carotte	Les Films du Nord	Arnaud Demuynck, Rémi Durin
Man on the Chair	Sacrebleu Productions	Jeong Dahee
Marche arrière (Tornistan)	Les Valseurs	Ayce Kartal
Oripeaux	25 Films	Matthias de Panafieu, Sonia Gerbeau
Train	Gasp !	Olivier Chabalier
Tulkou	Les Films du Poisson Rouge	Saïd Guellai, Mohamed Fadera

6.2. Les aides aux œuvres audiovisuelles et à la création numérique

S'agissant des programmes audiovisuels d'animation, le CNC intervient aux étapes de l'écriture, du développement et de la production via plusieurs mécanismes : les soutiens sélectifs et automatiques au développement et à la production, les aides sélectives aux pilotes, les soutiens sélectifs du fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, les autres soutiens sélectifs (nouveaux médias et jeux vidéo).

Les aides au développement et à la production

En 2015, les aides au développement et à la production de programmes audiovisuels d'animation progressent de 6,9 % à 38,7 M€. Ces aides en faveur de l'animation représentent 17,2 % des apports du CNC aux programmes audiovisuels tous genres confondus.

Aides audiovisuelles au développement et à la production de programmes d'animation (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
aides au développement ¹	2,0	2,4	2,2	2,9	1,7	-42,5%
aides à la production ²	43,7	37,9	41,2	33,3	37,1	+11,2%
aides totales	45,7	40,3	43,4	36,2	38,7	+6,9%

¹ Hors aide « passerelle cinéma ».

² y compris les compléments d'aide.

Source : CNC.

Les aides au développement (sélectives et automatiques)

Les aides au développement sont destinées aux producteurs en vue de la préparation de la production d'une série.

En 2015, 38 projets ont bénéficié de l'aide au développement pour un montant total de 1,7 M€.

Les aides audiovisuelles sélectives et automatiques au développement¹

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
nombre de projets	46	49	43	60	38	-36,7%
montant attribué (K€)	1 980,2	2 355,6	2 169,0	2 900,9	1 666,6	-42,5%

¹ Hors aide « passerelle cinéma ».

Source : CNC.

Aides audiovisuelles au développement accordées en 2015 (hors aide « passerelle cinéma ») (1/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Buddyboom 52x5'	France 5	Carrere Group Da (Droits Audiovisuels)	Herman Sidonie	Mazingue Marie, Herman Sidonie, Barizeel Marie-Cerise
Pixi et Data 13x26'		Nice Fellow, Kayenta Production / Same Player	Morelli Pascal	Morelli Pascal
Marblegen 26x24'	TF1	Monello Productions	Dos Santos Sylvain	Dos Santos Sylvain, Monin Noë
Martin Matin 3 D 52x12'	France 3	Les Cartooners Associes	Bretauudeau Jacky	Vinciguerra Luc, Prothee Claude, Olivieri Denis
Bla Bla 52x3'		Je Suis Bien Content	Limousin Fabien	Ekinci Franck, Fleury Emmanuelle, Limousin Fabien
Le monde selon Kev 52x12'	M6	My Family	Guerrouache Ahmed	Cano Jean-Luc, Bouyer Marc, Adams Kev, Vivien Anthony
Muffin Jack & Jeremy 52x12'		Ankama Animations	Digard Thomas	Franck Stéphane, Bouyer Marc, Bouyer Denis, Vivien Anthony, Loubarette Max, Seguineau de Preval Yann, Jezequel Sylvain
Tiki Tam Tam - Phase 2 52x11'	Disney Channel	Bulles De Com	Guneau Jérémie	Guneau Jérémie, Alenda Christophe, Le Neve Nicolas
Petit malabar 26x4'	France 5	Aluma Productions	Beraud Dit Volve Patrick	Volve, Grosfilley Baptiste, Blumenthal Nelly, Duprat Jean
Voutch - Premium 26x24'		Cube Creative Productions	Voutch Olivier	Jean Marie Olivier, Voutch Olivier
Squish 52x13'	Gulli	Cottonwood Media	Charlot Jack Antoine	Michel David, Derevlany John, Holm Jennifer, Holm Matthew, Charlot Jack Antoine
The Agency (Cats and Dogs) 52x12'		Calt Production		Printemps Céline, Pochez Guillaume
Oh la vache ! 10x3'		Les Productions Vivement Lundi	Drean Céline	Le Corre Jean-François, Drean Céline
Merlin, l'apprenti magicien 52x12'		La Station Animation	Fouquet Fabrice	De Broca Alexandre, Nadler Hervé, Samuel Hamoun, Franck Roels Juliaon
Grizzy et les Lemmings 78x7'	France 3	Studio Hari	Moulin Victor	Gatignol Bertrand, Charier Josselin, So Alexandre, Rodelet Antoine, Moulin Victor, Marseau Fanny
Petz Club Saison 2) 26x13'		Pictor Media Animation	Vidal Régis, Thouret Florian	Boublil Françoise, Scott Tony, Mirleau Pascal, Laprevotte Dite Desrieux Sandrine Dite Ariane, Amouyal Dominique, Morel Diane, Soulez-Lariviere Hadrien, Vidal Régis, Souillard Franck, Cheynet Justine
Les nouvelles aventures d'une mouche 78x8'		Futurikon	Danto Richard	Trondheim Lewis, Danto Richard, Tysz Cyril, Enard Guillaume
Olymp' 52x12'		Futurikon	David Pascal	Friha Karim, Nadler Hervé

Aides audiovisuelles au développement accordées en 2015 (hors aide « passerelle cinéma ») (2/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Timmy et Noah 78x8'		Futurikon	Boreal Marc	Stopnicki Laurent, Heinzl Anastasia
Minuscule Saison 3 104x6'		Futurikon	Szabo Thomas, Giraud Hélène	Szabo Thomas, Giraud Hélène
Le quatuor à cornes 1x26'		Les Productions Vivement Lundi	Botella Benjamin	Botella Benjamin, Dargent Nathalie, Cotten Yves
Ma famille en vrac 52x12'		Xilam Animation / Monkey Eggs Animation	Limousin Fabien	Limousin Fabien, Stephan Cédric, Brard Tristan, Dipita Kuoh Damien, Monteiro Nicolas, Ruffier Meray Neil, Zumer Basile, Joaquin Christophe
La cabane à histoires 26x7'	Piwi+	Dandeloo	Riviere Célia	Payen Ariane, Turner Juliette, Petry Sirvin Emmanuele
Dimitri Saison 26x5'		Les Productions Vivement Lundi	Lecreux Agnès	Le Corre Jean-François, Lecreux Agnès
Goal Quest 26x26'	Disney XD	La Chouette / Compagnie 2 Minutes	Dos Santos Sylvain, Guignard Etienne	Richard Benjamin, Jaulin Régis, Dos Santos Sylvain, Todesco Bertrand, Guerin Rémi
Encore heureux qu'il ait fait beau 2x26'		C Productions Chromatiques / Les films de L'arlequin	Tcherenkov Youri	Tcherenkov Yourid, Thinard Florence
L'école des massacreurs de dragons 52x12'		Media Valley	Bernasconi Stéphane	Francois Jean-Rémy, Altmann Natalie, Merle Bruno, Regestre Bruno, Cuvelier Jean-Baptiste, Mary Maxime, Mc Mullan Kate
Oscar est en retard 52x11'	France 3	Watch Next Media	Guitar Jérémy	Saisselin Peter, Huchet Sylvain
Jean Michel super caribou 52x11'	France 3	Autour de Minuit Productions	Auvray Mathieu	Jaulin Régis, Le Huche Magali
Mick le mini chef 52x7'	France 3	Sarl Studio Redfrog	Haye Nicolas	Berthier Eric, Haye Nicolas, Radel Joern
Gigantosaurus 52x11'		Cyber Group Studios	Lelardoux Olivier	Salome Franck, Worcel Fernando, Sedel Nicolas, Duddle Jonny
Mily miss questions Saison 2 52x7'	France 5	Ciel de Paris Productions	Ducord Alexis	Boda Virginie, Mars Nathalie, Garnier Maud, Duraffourg Willy, Bararuzunza Hélène
Cherry Coco 52x11'		Millimages	Guitar Jérémy	Lener Roch, Chapuis Balthazar, Villand Marie-Caroline, Guitar Jérémy, Grimond Claire, Mouchez Hanna
Tara Duncan Autremonde 26x26'	Gulli	Princess Sam Pictures	Audouin Mamikonian Sophie	Audouin Mamikonian Sophie
Leon de la savane 78x7'		Studio Hari	Moulin Victor	Charier Josselin, So Alexandre, Rodelet Antoine, Moulin Victor
Le cri de la carotte bleue 78x7'		Dargaud Media	Guidal Paul	Heinzl Anastasia, Telleschi Sébastien, Mahoney Shawn
Projet D 52x13'		La Station Animation	Guitar Jérémy	Lesueur Karine
Les aventures de Sam 12x2'	Arte France	Upian.Com	David Pascal	David Pasca, Brachet Alexandre, Kefi Ramses

Les aides à la production (sélectives et automatiques)

En 2015, les aides du CNC à la production de programmes audiovisuels d'animation s'élèvent à 37,1 M€. 64 projets ont bénéficié de l'aide à la production.

Les aides à la production se répartissent entre 4,0 M€ d'aides sélectives, 17,3 M€ d'aides automatiques, 7,0 M€ d'avances et 8,8 M€ de compléments de subvention. Ces compléments correspondent à du soutien demandé non encore versé au moment du bilan de la production audiovisuelle aidée.

Aides à la production - Productions audiovisuelles 100 % françaises d'animation en 2015 (1/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Bande de Sportifs ! Saison 2 32x2'	Disney Channel / Gulli	Supamonks	Landouzy Florian, Bagnol Julien, de Cabissole Pierre, Ho Sébastien	Meeschaert Fanny, Landouzy Florian, Bagnol Julien, de Cabissole Pierre, Ho Sébastien
Les souvenirs de Mamette 52x12'	M6 / 6ter	2 Minutes	Nob	Benedetti Hervé, Dubos Delphine, Gadiou Romain, Robin Nicolas, Nob, Sastre Chloé, Stehr Pierre Gilles
L'espace d'un instant 1x14'	Gulli	Suerte Productions	Athane Alexandre	Athane Alexandre, Cappello Vincent
Silex and the City Saison 4 30x3'	Arte France	Haut Et Court Tv	Guigue Jean-Paul	Jul, Guigue Jean-Paul
A table les enfants Saison 2 48x3'	Disney Channel / France 4	Bonne Pioche Television / La Station Animation	Delaunay Guillaume, Robert Antoine	Boiseau Arnold, Bottier Isabelle, Polard Cécile, Le Bars Benjamin, Delaunay Guillaume, Martin Christine, Lecocq Simon, Robert Antoine
Flamenco ! 52x2'	France 3 Midi-Pyrénées / Tv Sud Montpellier	La Femme Endormie	Pons Eddie	Pons Eddie
Le retour 1x4'	Tim (Télé Lyon Métropole)	Gasp	Chollet Thibault	Chollet Thibault
En sortant de l'école - Collection Guillaume Apollinaire Saison 3 13x3'	France 3	Tant Mieux Prod	Caup Marjorie, Grattery Florent, Belin Charlie, Cherrier Caroline, de Faucompret Hugo, de Lapparent Marie, Espuche Loïc, Fan Wen Fang Mengshi, Gouriou Mathieu, Guichot Augustin	
Les animaux domestiques 5x4'	Canal+	2 4 7 Films	Lecointre Jean	Lecointre Jean
Tchoupi à l'école Saison 5 52x7'	France 5	Les Armateurs	Carval Olivier	Courtin Thierry, Salles Anne-Sophie
1 jour 1 question Saison 2 160x2'	France 4	Milan Presse	Azam Jacques	Azam Jacques, Ruffenach Pascal, Plante Bordeneuve Axel, Ganet Menguy Catherine, Fontaine Frédéric, Revillion Marie, Cathala Agnès, Michel Nathalie
Curse of the flesh 1x12'	Vosges Télévision	Melting Productions, Anoki	Lecoeur Yannick, Lavielle Leslie	Lecoeur Yannick, Lavielle Leslie
Les Shadoks et la maladie mystérieuse 1x3'	Canal+	Animation Art Graphique Audiovisuel	Dejean Thierry	Rouxel Jacques, Souhaite Michaël, Dejean Thierry, Ponti Rouxel Marcelle
Dix puissance moins quarante secondes 1x10'	Arte Strasbourg (Geie)	Miyu Productions	Courcier Clément	Courcier Clément
Paf le chien 78x7'	Teletoon+ / Canal+	Superprod Toon Factory	Vaucelle Charles	Louf Frédéric, Olivier Jean-Marie, Oursel Sébastien, Mautalent Guillaume, Ermosilla Patrick, Heinzl Anastasia
Birdy Wouaf Wouaf 1x3'	Canal+	Les Valseurs	Kartal Ayce	Kartal Ayce

Aides à la production - Productions audiovisuelles 100 % françaises d'animation en 2015 (2/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Anatole Latuile 52x12'	France 3	Label-Anim	Chatel Thibaut, Gutierrez Eric,	de Banville Marie, Girardot Nadège, Regnaud Jean, Didier Anne, Muller Olivier
Les serveuses Saison 3 5x3'	Lm Tv Sarthe / Gie Grand Ouest / Télé Bocal, T17 (Télévision Loire 7)	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup
Les serveuses Saison 4 5x3'	Lm Tv Sarthe / Gie Grand Ouest / Télé Bocal	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup
Les serveuses Saison 5 5x3'	Télé Bocal / Lm Tv Sarthe / Gie Grand Ouest	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup
Les serveuses Saison 6 5x3'	T17 (Télévision Loire 7) / Télé Bocal	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup
Kinoa 17 (L'appareil à bonheur) 1x24'	Gie Grand Ouest / Lm Tv Sarthe / Tv8 Mont-Blanc	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup, Gerlier Martin Chantal
Kinoa 18 (L'aspirateur aux émotions) 1x24'	Gie Grand Ouest / Lm Tv Sarthe / 2 Rives Tv	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup, Gerlier Martin Chantal
Kinoa 19 (Le gateau aux merveilles) 1x24'	Gie Grand Ouest / Lm Tv Sarthe / 2 Rives Tv	Cendrane Films	Martin Jean-Loup	Martin Jean-Loup, Gerlier Martin Chantal
Pigeons et dragons 30x3'	Arte France	La Blogotheque Productions / Everybody On Deck	Rendu Nicolas	Rendu Nicolas, Soreil Adriana, Gaignard Nicolas
Coquilles 10x3'	Francetv.fr	Jpl Films	Botella Benjamin	Lemoine Christophe, Botella Benjamin, Roginski Tom
36000 ans plus tard 15x2'	Arte France (Webcosip)	Folimage Studio	Granjon Pierre Luc, Lanciaux Antoine, Sengelin Emilie	Chieux Benoît, Tcherenkov Youri, Granjon Pierre Luc, Lanciaux Antoine, Sengelin Emilie, Seidel Suzanne, Leonard Sylvie
Petits ours brun (Formats courts Histoires et Comptines) 34x3'	Francetv.fr	Bayard Jeunesse Animation	Gaudrat Marie-Agnès	Aubinai Marie, Bour Danièle, Vilcoq Marianne, Bour Louis, Bour Chollet Céline, Bour Laura, Bour Martin
Transformice 52x2'	Your Kid Tv (Webcosip)	Cross River Productions	Lonni Jean-Jacques	Henry Jean-François, Lonni Jean-Jacques, Le Marchand Jean-Baptiste, Christin Mélanie

Aides à la production - Coproductions audiovisuelles internationales d'animation majoritairement françaises en 2015 (1/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Le ranch Saison 2 26x24'	TF1	Tele Images Productions / Zodiak Fiction & Docs	Maaten Monica	Marthouret Béatrice, Alessandri Philippe, Baranski Valérie, Costi Vincent, Verpilleux Nicolas, Barnathan Louise, Welter Giorgio
Garfield & Cie - Episode Special 2014 (Invasion des rongeurs) 4x12'	France 3	Dargaud Media	Vidal Philippe	Evanier Mark, Vidal Philippe, Rea Robert, Magnat Julien, Balissat Steve, Davis Jim
Oui Oui 52x11'	France 5 / Piwi+	Gaumont Animation	Pereira Lazaro Albert	Pereira Lazaro Albert, Morel Diane Blyton Enid
La famille Paprika 78x8'	France 5	Xilam Animation	Cayrol Jean	Baranski Valérie, Le Roux Catherine, Erbin Jérôme, Lucas Baptiste, Billet Marion, Courtillot Fanny
Les Minijusticiers Saison 3 78x8'	TF1 /Teletoon+	Futurikon	Danto Richard	Costi Vincent, Zep, Bruller Hélène, Manneville Alexandre
Les p'tits diables Saison 3 52x12'	Teletoon+ / Canal+	Futurikon, Toon Factory	Boreal Marc	Boreal Marc, Dutto Olivier, Espagno Claire, Philipps Renaud
Jamie a des tentacules Saison 2 52x12'	France 3 / Canal+ / Teletoon+	Samka Productions	Cazaux Gilles, Stephan Cédric	Damant Aurore, Cazaux Gilles, Bizat Julien, Stephan Cédric
Les enquêtes de Mirette 52x11'	TF1 / Teletoon+	Cyber Group Studios / Euro Visual	Heitz Florent	Joly Fanny, Bardy Olivier, Baranski Valérie, Le Roux Catherine, Heitz Florent, Audouin Laurent
Miru Miru 52x5'	Canal+	Folimage Studio	Jallot Virginie, Kishi Haruna	Maraninchi Mathilde, Kishi Haruna, Lorin Guillaume
L'heure du conte 13x13'	Piwi+ / Cap Canal	Le Regard Sonore	Reyss Emmanuelle, Cunha Justine	Reyss Emmanuelle, Vignali Pascale, Cunha Justine, Menet Mathilde
Monsieur Lapin 24x2'	Bip Tv	Marmitafilms	Dauvillier Loïc, Daviau Jérôme	Dauvillier Loïc, Amsallem Baptiste, Daviau Jérôme, Hautiere Régis, Coronas Christophe
Gusla ou les malins 1x10'	Arte France	Ikki Films	Nowak Adrienne	Nowak Adrienne
Ernest et Celestine La Collection 26x12'	France 5 / Canal+	Folivari	Roger Jean-Christophe, Chheng Julien	Marthouret Béatrice, Poujol Christophe, Regnaud Jean
Magic Saison 2 52x12'	Gulli	Xilam Animation	Vaucelle Charles	Coulon Yves, Lenglen Jean-Marc, Coulon Michel, de Pins Arthur, Vaucelle Charles
Will 52x2'	France 3	Cross River Productions	Vidal Régis	Boda Virginie, Mars Nathalie, Vidal Régis, Drousie, Benoit Evrard, David Garnier Maud, Mezy Jean-Michel
Alvin !! et les Chipmunks Saison 2 52x13'	M6 / 6ter	Technicolor Animation Productions	Vilquin Frédéric	Saiselin Peter, Comon Odile, Reid Harrison, Baraou Anne

Aides à la production - Coproductions audiovisuelles internationales d'animation majoritairement françaises en 2015 (2/2)

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Le grand méchant renard et autres contes 3x26'	Canal+	Folivari	Renner Benjamin	Benjamin, Musy Marie-Isabelle
La science des soucis 39x5'	France 4	Les Productions Vivement Lundi / Aluma Productions	Lenoble Isabelle, Leconte Julien	Collet Bruno, Lenoble Isabelle, Verpilleux Nicolas, Leconte Julien, Gallerand Amandine, Cabon Paul
Martine Saison 2 52x13'	M6 / Disney Channel / 6ter	Les Armateurs / Euro Media France	Allix Claude	Coulon Yves, Salles Anne-Sophie, Delahaye Gilbert, Chretien Nicolas, Clerc Philippe, Giordano Rémi
Les lapins crétiens Saison 3 78x7'	France 3	Ubisoft Motion Pictures Rabbids	Riche Philippe, David Pascal, Bouron Arnaud, Rio Guillaume, Mit Stéphane, Kirchner Franz, Ouvrard Fabien	David Pascal, David Julien, Bouron Arnaud, Guillemot Yves, Lachenaud Cédric Fery, Camille
Zou Saison 3 52x11'	Disney Channel	Cyber Group Studios	Lelardoux Olivier	Zucchi Anneta, Gay Michel, Ruscak Françoise, Boido Sylvain, Grunberg Vanessa, Detre Vincent
Pandas dans la brume 15x2'	Bip Tv (Berry Issoudun Première)	Melting Productions	Garance Thierry	Garance Thierry, Rodriguez Juan Carlos
Nos voisins les pirates 52x11'	France 3	Cyber Group Studios	Fouquet Fabrice	Robin Jean-Philippe, Cipolla Sabine, Riviere Sylvie, Chretien Nicolas, Clerc Philippe, Duddle Jonny, Grunberg Vanessa
Gilbert & Allie 53x11'	Disney Channel	Cyber Group Studios	Lelardoux Olivier, O'hanlon Bronagh	Choquet Matthieu, Fregonese Anna, Stephan Cédric, Pujol Ghislaine, O'hanlon Bronagh
Math Mathews : la malédiction de Sylla 20x3'	Francetv.fr / Tv 5 Monde / 2 Rives Tv	Lesfilms de la découverte / Big Company	Kaplan Utku, Toque Charlie	Kaplan Utku, Toque Charlie, Picard Paul
Oscar & Hoo 52x12'	Piwi+	Normaal		Erbes Dit de Marcousin Christophe dit Théo Marques, Verissimo Ludivine, Nguyen Hanh Dao

Aides à la production - Coproductions audiovisuelles internationales d'animation minoritaires françaises en 2015

titre	diffuseur(s)	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
Popples 52x11'	Gulli	Method Animation / Zagtoon	Derynck Olivier	Derynck Olivier
Yakari Saison 4 26x12'	France 4	Ellipsanime Productions / Les Cartooners Associes	Giacometti Xavier	Drouet Marie-Luce, Jobin Alias Job André, de Ribaupierre Alias Derib Claude
Le Piaf 78x7'	Gulli	Made In Pm	Michot Salel Elisabeth	Salel Dan
Trullalleri 52x11'	Disney Channel	Gaumont Animation	Gosselet Eric	Gosselet Eric, Congedo Fiorella, Congedo Marie-Elena
La rentrée des classes 1x26'	France 4	Autour de Minuit Productions	Patar Vincent, Aubier Stéphane	Patar Vincent, Aubier Stéphane, Tavier Vincent
Les nouvelles aventures de Geronimo Stilton Saison 4 26x23'	France 5	Superprod	Chailloux Frédéric Veca Davide	Ziolkowski Fabrice, Coulon Yves, Roger Jean-Christophe, Frey Julien, Dami Elisabetta Maria
Yakari Saison 5 26x12'	France 5	Ellipsanime Productions / Dargaud Media	Giacometti Xavier	Giacometti Xavier, Jobin Alias Job André, de Ribaupierre Alias Derib Claude
Wakfu Saison 3 13x22'	France 4	Ankama Animations	Roux Anthony, Nzinzi Fabrice	Vannelle Olivier, Roux Anthony, Devos Nicolas, Houssin Xavier, Dewaele Arnaud, Bulteel Christophe
La Bible - Les récits fondateurs 35x4'	K T O / Bayard Presse (Vod)	Bayard Jeunesse Animation	Mac Cormack Sean	Bloch Serge, Boyer Frédéric

Les aides sélectives aux pilotes d'animation

Ces aides sont destinées aux producteurs qui développent des projets difficiles pour lesquels la fabrication d'un pilote est indispensable pour démarcher d'autres partenaires financiers. 9 projets ont été aidés en 2015 pour un montant total de 151 000 €.

Les aides aux pilotes d'animation

	pilotes aidés	aides accordées (€)
2006	18	248 000
2007	12	153 411
2008	12	178 400
2009	16	274 000
2010	18	235 000
2011	17	271 000
2012	14	211 000
2013	15	273 000
2014	11	227 000
2015	9	151 000

Source : CNC.

Aides aux pilotes accordées en 2015

titre	producteur(s)	réalisateur(s)	auteur(s)
SERRE	Pepino Productions	David Garcia, Michel Muller	Michel Muller, Sonia Moyersoen, Emmanuel Gorinstein, David Garcia
LE BIENFAITEUR – FAMILY FIESTA	Kaly Productions	Aurélien Boeri	Aurélien Boeri, Nicolas Millie
LES WEBIZZ	Super Films	François Mauge	Vincent Ooghe
LES BITKIZ	Dandelloo	Antoine Rota	Cyril Deydier, Antoine Rota
DEGOLAS	Melting Productions	Jérémy Guiter	Claire Grimond, Jérémy Guiter
LE BALEINE ROJEMARIO	Les Films du Bilboquet	Gabriel Buret	Gabriel Buret, Gala Vanson
MILLE ET UN MOYEN AGE	Artisans du Film	Paul Bourgois, Jérémy Boulard	Jérémie Malavoy, Aurélien Deschamps, Paul Bourgois, Jérémy Boulard
ANNA FROGA	Vanilla Seed / La Chouette Cie	Gabriel Buret	Gabriel Buret, Gala Vanson
SAMBAKAP	I Can Fly / Fais Peter la Prod !	Franck Michel	Cristobal Martinez, David François, Franck Michel

Le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle

Le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle a été mis en place afin de renforcer le financement en amont de la production pour des projets de tous formats (séries, spéciaux, courts métrages) à destination de la télévision, dans les genres de la fiction, du documentaire et de l'animation. Il a pour mission d'encourager, à travers des aides à l'écriture et au développement, des programmes aux partis-pris artistiques affirmés, portés par des talents aguerris ou en construction.

En séries, ce sont très majoritairement (100 %) des créations originales qui ont été soutenues par la commission, destinées tant à un public que jeunesse (67 %), qu'ado-adulte (33 %).

Après avoir reçu une aide du CNC, 4 projets de série ont signé une convention de développement avec un diffuseur.

Les aides au concept

Ces aides, spécifiquement adressées et versées aux auteurs, ont pour objectif de permettre à un tandem scénariste/graphiste de travailler la conception de leur projet d'animation afin d'aboutir à une présentation formalisée qui met en place les fondamentaux de leurs projets.

En 2015, 9 projets d'animation ont bénéficié d'une aide au concept pour un montant total de 67 500 €.

Aides au concept accordées en 2015

titre	format	aides accordées (€)
Guide de jardinage	unitaire	7 500
Au tableau ! Les meilleures histoires de Sacha	26x4'	7 500
Supasupa	12x1'	7 500
Le Cuba libre	1x15'	7 500
Storykami	39x7'	7 500
Les Pionnières	16x4'	7 500
Vamos a la playa	52x7'	7 500
Le Clan de l'arc-en-ciel	52x13'	7 500
Walter, la chasse aux chimères	52x7'	7 500

Les aides à l'écriture

Ces aides, spécifiquement adressées et versées aux auteurs, ont pour objectif de permettre à un tandem scénariste/graphiste de développer l'écriture de leur projet d'animation afin d'aboutir à une présentation élaborée qui leur permette de démarcher un producteur.

En 2015, 22 projets d'animation ont bénéficié d'une aide à l'écriture pour un montant total de 193 500 €.

Aides à l'écriture accordées en 2015

titre	format	auteur(s)	aides accordées (€)
Joachim et le haricot magique	1x8'	Catherine Cuenca, Pascal Valdes	8 000
Le Costume	1x8'	Yulia Aronova	8 000
Charles et Huk	26x7'	Amaël Isnard, Tristan Daully	15 000
Ibinou	26x7'	Alwa Deluze, Julien Farto, Céline Follin, Perrine Lottier	15 000
Far for the sheeps	1x15'	Marion Lacourt	8 000
Tranche	1x9'	Grigoris Leontiades	500
Repassages	1x8'	Ivan Rabbiosi	8 000
Tillo	1x15'	Flora Moline	8 000
Impossible	1x9'	Antoine Robert	8 000
Un cœur d'or	unitaire	Simon Filliot, Marie Larrive, Delphine Priet-Maheo	8 000
Les P'tits Vieux	52x7'	Olivier Dusart, Christophe Fleury, Thibault Eymar	7 500
Radio-Pilotis	1x13'	Sonia Gerbeaud, Matthias De Panafieu	8 000
Egg	1x8'	Martina Scarpelli	8 000
L'Heure de l'ours	1x12'	Agnès Patron, Johanna Krawczyk	8 000
Monster Anatomy	52x13'	Anastasia Heinzl, Meryl Franck	7 500
Supa Supa	12x1'30"	Steven Briand, Julien Jourdain de Muizon	4 500
Traces	1x15'	Hugo Frassetto, Sophie Tavert	8 000
Les Chevaliers de la basse-cour	1x52'	Joachim Herisse, Sylvie Gargoulaud, Augusto Zanovello	12 500
Riviera	1x10'	Jonas Schloesing	8 000
Moi, ce que j'en dis	25x2'	Hélène Friren	12 000
Arnould	26x13'	Marc-Antoine Deleplanque, Pierre Mousquet, Hubert Seynave	15 000
Douze	1x12'	Kartal Ayce	8 000

Les aides à la réécriture

Ces aides, spécifiquement adressées et versées aux auteurs, ont pour objectif de permettre à un tandem scénariste/graphiste de faire un travail de réécriture sur leur projet, en collaboration avec d'autres professionnels, afin d'aboutir à une version plus solide susceptible de convaincre un producteur de les accompagner dans le marché.

En 2015, 5 projets d'animation ont bénéficié d'une aide à la réécriture pour un montant total de 20 000 €.

Aides à la réécriture accordées en 2015

titre	format	auteur(s)	collaborateur à la réécriture	aides accordées (€)
Mon tigre	1x8' à 10'	Jean Arnoux	Louis Tardivier	4 000
Le Refuge de l'écureuil	1x10'	Chaitane Conversat	Pierre-Luc Granjon	4 000
Les Yeux clos	1x15'	Emmanuelle Gorgiard	Thomas Schmitt	4 000
La Boîte noire	1x15'	Joris Clerte, Laure Godineau	Marie de Banville	4 000
Bon sang Albert, fais un effort	1x8'	Augusto Zanollo, Sulli Van	Olivier Dehors	4 000

Les aides au développement

Ces aides au développement attribuées dans le cadre du fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle ont vocation à accompagner les entreprises de production avec ou sans diffuseur dans la phase de développement afin d'aboutir à une présentation avancée du projet pouvant comprendre pour les séries, outre les dépenses générales de développement, la fabrication d'un pilote.

En 2015, 24 projets ont bénéficié d'une aide au développement pour un montant total de 612 674 €.

Aides au développement accordées en 2015

titre	format	producteur(s)	aides accordées (€)
La Faim des sept ours nains	1x11'	Gaumont Animation	20 000
Histoire dans le noir	1x15'	Lardux Films	15 000
Bach Hong	1x14'	Fargo	15 000
Opération Noël	1x26'	Vivement Lundi !	25 000
Poilyphonies	40x11'	Moving Puppet	35 000
Non Non	26x5'	Autour de minuit	50 000
Blaise	26x4'	KG Productions	25 000
Herohic	78x7'	Teamto	60 000
Mega boules frites	26x7'	Aaa Production	30 000
Abymes	1x10'	Films de force majeure	15 000
Tillo	1x20'	Dark Prince	22 174
Dead and Breakfast	52x11'	Kaleide Productions	30 000
Ibinou, le chasseur d'images	52x5'	Anoki / Melting Production	40 000
Mon tigre	1x10'	L'Image d'après	13 500
L'Ecorchée	1x13'	Komadoli Studio	20 000
La nuit des sacs plastiques	1x15'	Kazak Productions	15 000
Deux oiseaux	1x9'	Tu nous za pas vus Productions / La Station animation	20 000
Ana Filoute	52x5'	Les Armateurs / Folimage	20 000
Take it easy Mike !	78x7'	Teamto	50 000
Un cœur d'or	unitaire	Fase Films	20 000
Vanille	1x26'	Folimage	30 000
Repassages	1x10'	Metronomic	15 000
Monsieur Flap	16x3'	Bobby Prod	12 000

Le Fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias

Depuis 2007, le fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias accompagne des œuvres audiovisuelles innovantes qui intègrent les spécificités de l'Internet et/ou des écrans mobiles dans leur démarche artistique et de diffusion. Relevant principalement des genres fiction, animation ou documentaire de création, les projets soutenus visent à renouveler les écritures audiovisuelles et cinématographiques en les inscrivant dans un environnement numérique.

Huit années de fonctionnement ont permis d'aider 550 projets dont un tiers sont d'ores et déjà réalisés et en ligne. En 2015, 89 projets ont été soutenus pour un montant total de 2,94 M€.

En 2015, 21 projets d'animation ont été aidés, soit un nombre équivalent à 2014, pour un montant total de 618 500 €. L'aide à l'écriture et au développement multisupports concerne 6 projets pour un montant total de 204 000 €. L'aide à l'écriture et au développement internet concerne 12 projets pour un total de 169 500 € et l'aide à la production internet a bénéficié à 3 autres projets pour un montant de 245 000 €.

La stabilité du nombre de projets aidés entre 2014 et 2015 confirme la place de l'animation dans la création nouveaux médias, et entérine une véritable diversité des genres pour la webcréation. La baisse des projets aidés en production est compensée par une augmentation de projets aidés au stade de l'écriture et du développement. Il est intéressant de remarquer que 4 projets portés par des auteurs ont été soutenus (contre 0 en 2014), ce qui semble conforter l'idée selon laquelle l'aide aux auteurs commence à être bien identifiée. Par ailleurs, l'animation occupe une place importante pour les formats d'application (7 projets) et de narration interactive (6 projets). La réalité virtuelle fait son apparition avec 4 projets aidés, soit l'équivalent des projets de série de format court aidés (4).

6 projets en développement multi-supports

titre	producteur(s)	auteur(s)	support(s)
La 4ème planète	Folimage Studio	Jean Bouthors, Titouan Bordeaux	TV, Internet, Jeu Vidéo
La Grande histoire d'un petit trait	Bachibouzouk	Serge Bloch, Antoine Robert, Camille Duvelleroy	Cinéma, TV, Mobile, Tablette
The Black road	Fablabchannel	Matthieu Van Eeckhout	Cinéma, TV, Internet, Tablette, VR
Gustavo & Los Sonidos	Camera Lucida Productions	Gordon, Pierre-Emmanuel Lyet, Corentin Leconte	TV, Tablette
L'Etrange don de Charlie	Mimensis	Rachel Prayag, Jim Danton	Cinéma, TV, Mobile, Tablette
Ulysse	Small Bang	Cécile Coulon, Xavier Guyomarc'h	TV, Internet, Mobile, Tablette

12 projets en développement internet et mobile

titre	producteur(s)	auteur(s)	support(s)
Animalis Machina		Franck Dion	Mobile, Tablette
Bapt & Gaël	La Chouette Compagnie	Gaël Mectoob, Baptiste Lorber, Jean-Luc Cano, Marc Lataste	TV, Internet, Mobile
Les Cartons de Mr. Carton	Tant Mieux Prod	Michaël Bolufer, Fabien Daphy	TV, Internet, Mobile, Tablette
Casamantes		Hélène Harder, Karima El Kharraze	Internet, Tablette
Cheveux !		Elsa Perry	Internet, Tablette
Dystopia, les mélodies interdites	Gedeon programmes	Benjamin Gibeaux	Tablette
Gagarine - Back to the USSR	Autour de Minuit	Daniel Khamdamov	Internet, Mobile, VR
La Main Invisible	Compagnie des Phares et Balises	Guillaume Podrovnik, Antoine Silvestri	Internet
Nevro Blues	Happy IP	Stéphane Halleux, Catherine Cuenca, Jean-Baptiste Cuvelier	TV, Internet, Tablette, VR
La Tentation de Saint-Antoine par Jérôme Bosch	Les poissons volants	Thomas Cheysson, Carlos Franklin	Internet, Mobile, Tablette, VR
What is the best for you	Camera Lucida Productions	Mathieu Persan	Tablette
Zone d'activités		Guillaume Castagne, Sylvain Quément	Internet, Mobile, Tablette, Installation

3 projets en production

titre	producteur(s)	auteur(s)	support(s)
Morphosis	Small Bang	Dorothée Descamps, Laura Farrenq, Stéphane Durand, Thomas Blanchet	Internet, Mobile
Les Cartons de Mr. Carton	Tant Mieux Prod	Michaël Bolufer, Fabien Daphy	TV, Internet, Mobile, Tablette
La Pluie à midi	Ex Nihilo	Julie Stephen Chheng	Mobile, Tablette

Le Fonds d'aide au jeu vidéo

Cofinancé par le ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Numérique et le CNC, le Fonds d'aide au jeu vidéo a pour objectif de soutenir la recherche et le développement, l'innovation et la création dans le secteur du jeu vidéo, à travers trois dispositifs :

- une aide à la pré-production de jeux vidéo qui vise à lever les verrous technologiques nécessaires à la réalisation du prototype d'un jeu non commercialisable ;
- une aide à la création de propriétés intellectuelles de jeux vidéo, qui permet d'accompagner la prise de risque des studios de développement dans la phase de création des jeux en apportant un soutien à la production de contenus culturels. Il s'agit de favoriser des créations nouvelles et d'inciter les entreprises à créer une valeur patrimoniale autour des jeux vidéo qu'elles produisent en les engageant à conserver les droits de propriété intellectuelle ;
- une aide destinée aux opérations à caractère collectif qui relèvent de la promotion de l'ensemble de la profession et notamment les colloques, journées d'études, journées professionnelles, festivals de portée nationale ou internationale.

En 2015, 47 projets ont été aidés pour un montant global de 3,8 M€. Un projet soutenu par l'aide à la pré-production est l'adaptation de jeu vidéo de programmes télévisuels d'animation, aidés pour un montant global de 60 000 €.

Aides aux jeux vidéo se rapportant à l'animation accordées en 2015

entreprise jeu vidéo	projet
Teamto Mon chevalier et moi	Mon Chevalier et Moi - Panique au royaume d'Épique est un jeu vidéo plateforme réflexion pour consoles de salon inspiré de la série en production Mon Chevalier et Moi (My Knight & Me), écrite et réalisée au sein de la société TeamTO.

6.3. Les aides transverses à la production, à la vidéo et aux industries techniques

Les aides aux nouvelles technologies en production

L'aide aux nouvelles technologies en production récompense la bonne adéquation entre un projet artistique et un projet technique innovant (effets spéciaux numériques, images de synthèse, mises au point de procédés spécifiques, stéréoscopie...). Elle s'adresse sous conditions à des producteurs cinéma, audiovisuel ou de nouveaux médias, quels que soient le genre et le format de l'œuvre.

Elle se compose de deux volets : un volet « technologies numériques », qui vise à encourager l'utilisation de technologies numériques innovantes (caméras innovantes, effets visuels, animation en images de synthèse,...), quand elles sont pertinentes au regard du projet artistique, et un volet « relief », qui encourage la production d'œuvres en stéréoscopie.

Elle s'adresse sous conditions à des producteurs cinéma, audiovisuel ou de nouveaux médias, quels que soient le genre et le format de l'œuvre.

En 2015, 97 projets ont été soutenus pour un montant global de 6,3 M€. Parmi ceux-ci, 31 projets concernaient des œuvres d'animation ou comportaient des séquences en animation (10 courts métrages, 6 longs métrages, 9 pilotes et 6 projets audiovisuels). Ils ont été aidés pour un montant global de 2,5 M€.

Les aides aux nouvelles technologies en production accordées en 2015 (animation)

Projets de long métrage cinéma

titre	producteur(s)
Tout en haut du monde	SACREBLEU PRODUCTIONS
Funan, le Peuple nouveau	EPUAR
Minuscule, les mandibules du bout du monde	FUTURIKON FILMS
Zombillénium	MAYBE MOVIES
L'Armée des lapins	FOLIASCOPE
Les As de la Jungle	TAT PRODUCTIONS

Projets de court métrage

titre	producteur(s)
Peripheria	AUTOUR DE MINUIT PRODUCTIONS
Autant en emporte le temps	AMOPIX
Le Parcours de l'écureuil	CAIMANS PRODUCTIONS
Notes on Blindness	EX NIHILO
Le Jour Extraordinaire	LARDUX FILMS
Une tête disparaît	PAPY3D PRODUCTIONS
Jukai	AUTOUR DE MINUIT PRODUCTIONS
Gusla ou les malins	IKKI FILMS
Mon homme (poulpe)	MARMITAFILMS
Le Retour	GASP

Projets de pilote de long métrage cinéma ou d'œuvre audiovisuelle

titre	producteur(s)
La fameuse Invasion de la Sicile par les ours	PRIMA LINEA PRODUCTIONS
Tistou les pouces verts	FINALEMENT
Moustique, cigale et cambriole	DANDELOOO
Saules aveugles, Femmes endormies	CINEMA DEFACTO
Little Jules Verne	ENORMOUS PICTURES
Air	NAIA
La Sérénade d'Elena	FULL DAWA PRODUCTION
Mousquetaires du tsar	LMD PRODS
Les Histoires de mots (série audiovisuelle)	HANDIDOO FILMS

Projet de série audiovisuelle

titre	producteur(s)
The Enemy	CAMERA LUCIDA PRODUCTIONS
Mr. Carton	TANT MIEUX PROD
Math Mathews : la malédiction de Sylla	LESFILMSDELADECOUVERTE
La Science des soucis	LES PRODUCTIONS VIVEMENT LUNDI
Touche française	SILEX

Projet d'unitaire audiovisuel, constitué d'une série de courts métrages

titre	producteur(s)
En Sortant de l'Ecole - coll. Guillaume Apollinaire	TANT MIEUX PROD

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère. Le dispositif est entré en vigueur en décembre 2009.

Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 20 % (30 % en 2016) des principales dépenses de production effectuées en France et peut atteindre 20 M€ (30 M€ en 2016).

En 2015, 21 projets ont bénéficié de cette incitation fiscale au bénéfice du rayonnement de la culture française et européenne et de la filière cinématographique et audiovisuelle, pour un investissement prévisionnel en France représentant 141 M€. En particulier, six séries d'animation ont bénéficié de la mesure, pour un investissement prévisionnel sur le territoire de près de 14,8 M€.

Séries d'animation ayant bénéficié du crédit d'impôt international

titre	producteur exécutif français
Lunch shorts	Illumination Mac Guff
Skylander	Teamto
Princesse Sofia - saison 3	Teamto
Piggy tales - saison 2	Cube
F is for Family	Gaumont animation
Raven	2 Minutes animation

Les aides à la vidéo physique et à la demande

Le soutien financier à l'édition de vidéogrammes (DVD, Blu-ray) destinés à l'usage privé du public est accordé sous deux formes : automatique ou sélective.

L'aide financière automatique à la vidéo physique

L'aide financière automatique à l'édition vidéo vise à soutenir les bénéficiaires pour l'achat de droits d'exploitation vidéo de films français récents. Il est généré au prorata du chiffre d'affaires que l'éditeur a précédemment réalisé (avec un taux de génération de 4,5 %) sur des films dits « *générateurs* », c'est-à-dire des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans ou des programmes de courts métrages.

En 2015, 2,9 M€ ont été mobilisés sur 38 œuvres cinématographiques françaises. Parmi celles-ci, aucune ne relève du genre de l'animation

L'aide financière sélective à l'édition vidéo physique

L'aide financière sélective à la vidéo physique encourage l'édition vidéo sur supports DVD et Blu-ray Disc. Elle vise à favoriser l'édition d'œuvres à caractère culturel, tous genres et formats confondus (fiction, documentaire, animation, captation de spectacle vivant, long métrage de cinéma, court métrage, etc.) et quelle que soit la nationalité de l'œuvre.

L'aide financière sélective à la vidéo physique comprend deux volets : l'aide unitaire, aide au projet d'édition pour une œuvre déterminée, qui permet aux éditeurs de présenter des projets spécifiques d'édition répondant au mieux aux principaux critères d'attribution de l'aide et l'aide au programme éditorial vidéo d'un catalogue d'œuvres, qui permet aux éditeurs d'obtenir une aide financière sélective pour tout ou partie de leur ligne éditoriale annuelle.

En 2015, 968 projets d'édition ont bénéficié de l'aide sélective à la vidéo (unitaires et programmes confondus) pour un montant total de 4,5 M€.

44 projets concernaient l'édition d'œuvres d'animation, dont 23 compilations de courts-métrages d'animation, pour un montant total d'aides attribuées de 196 K€.

Aides sélectives (unitaires et programme éditorial) accordées à l'édition vidéo physique d'œuvres d'animation en 2015 (1/2)

bénéficiaire	titre du projet	support	montant de l'aide
BAC FILMS DISTRIBUTION	VALISETTE DE MOUK (LA) (COFFRET 6 DVD + VALISETTE)	DVD	5 000 €
ARTE FRANCE DEVELOPPEMENT	LE GARÇON ET LE MONDE	DVD	7 000 €
CHALET POINTU	LA PETITE COLLECTION DE BREF #38 Tempête sur Anorak Imposteur 15km3 Du Grain à Moudre Sire Gauvain et le Chevalier vert Le père Noël et le cowboy La Passagère	DVD	1 000 €
LA TRAVERSE	LES CONSPIRATEURS DU PLAISIR (SPIKLENCI SLASTI) (Collection Œuvres Svankmajer)	DVD	3 000 €
LA TRAVERSE	LES FOUS (SILENI) (Collection Œuvres Svankmajer)	DVD	5 000 €

Aides sélectives (unitaires et programme éditorial) accordées à l'édition vidéo physique d'œuvres d'animation en 2015 (2/2)

bénéficiaire	titre du projet	support	montant de l'aide
LA TRAVERSE	OTESANEK (Collection Œuvres Svankmajer)	DVD	5 000 €
LARDUX FILMS	HOTEL	DVD	1 000 €
ARTE FD	LE PARFUM DE LA CAROTTE	DVD	4 000 €
CHALET POINTU	ANNECY AWARDS 2014	DVD	2 650 €
EUROZOOM	BUDORI, L'ETRANGE VOYAGE	DVD/BD	4 000 €
FIRST INTERNATIONAL PRODUCTION	LES CHEVALIERS DU ZODIAQUE	DVD/BD	4 000 €
FRANCE TELEVISIONS DISTRIBUTION	LES GRANDES GRANDES VACANCES	DVD	15 000 €
STUDIOCANAL	GUS, PETIT OISEAU GRAND VOYAGE (DVD/BD/VàD)	DVD	2 000 €
STUDIOCANAL	LE CHANT DE LA MER (DVD/BD/VàD)	DVD/BD	10 000 €
ARTE EDITIONS	Les fantastiques livres volants de M. Morris Lessmore / Mr. Hublot	DVD	3 988 €
ARTE EDITIONS	De la neige pour Noël	DVD	3 988 €
ARTE EDITIONS	Les nouvelles aventures de gros pois et petit point	DVD	3 988 €
ARTE EDITIONS	Le petit monde de Leo	DVD	3 988 €
DIAPHANA DISTRIBUTION	Phantom boy	DVD	11 225 €
DIAPHANA DISTRIBUTION	Tout en haut du monde	DVD	11 225 €
DORIANE FILMS	Best of anima # 10	DVD	6 400 €
FOLIMAGE	36 000 ANS PLUS TARD	DVD	3 840 €
FOLIMAGE	LILLA ANNA	DVD	3 840 €
FOLIMAGE	MA PETITE PLANETE CHERIE, TOME 1	DVD	3 840 €
FOLIMAGE	MA PETITE PLANETE CHERIE, TOME 2	DVD	3 840 €
FOLIMAGE	FOLIMÔMES 2	DVD	3 840 €
FOLIMAGE	TU MOURRAS MOINS BÊTE	DVD	3 840 €
KMBO	LES AVENTURES D'ÉMILIE À LA FERME	DVD	5 236 €
KMBO	MAISON SUCRÉE JARDIN SALÉ	DVD	5 236 €
KMBO	LA PETITE FABRIQUE DU MONDE	DVD	5 236 €
KMBO	LES CONTES DE LA MER	DVD	5 236 €
LES FILMS DU PARADOXE	Animation Indé Japonaise Vol 3	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Jeux d'images	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Les amis des animaux	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Léo et fred	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	La pie voleuse	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Animation Africaine	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Aventures Mark Twain	DVD	3 360 €
LES FILMS DU PARADOXE	Animation Italienne	DVD	3 360 €
RE:VOIR	Robert Breer DVD1 Recreation	DVD	3 055 €
RE:VOIR	Robert Breer DVD2 Un Miracle	DVD	3 055 €
RE:VOIR	Jeff Scher DVD Reasons to be Glad	DVD	3 055 €
RE:VOIR	Patrick Bokanowski DVD	DVD	3 055 €

L'aide financière sélective à la vidéo à la demande (VàD)

En cohérence avec l'aide financière sélective à la vidéo physique, le CNC encourage le développement du marché de la vidéo à la demande (VàD) à travers deux dispositifs de soutien : une aide sélective au programme éditorial VàD destinée aux titulaires de droits VàD et aux éditeurs de services de VàD et une aide sélective unitaire à la diffusion en VàD, uniquement pour les titulaires de droits VàD.

En 2015, 18 dossiers d'aide au programme éditorial d'un titulaire de droits VàD (15 dossiers en 2014) et 24 dossiers d'aide au programme éditorial d'un éditeur de service de VàD (18 dossiers en 2014) ont été soutenus pour un montant global de 2,19 M€ (1,3 M€ en 2014).

Parmi ces projets, certains concernaient des catalogues composés d'œuvres d'animation, totalisant un nombre d'heures audiovisuelles de 496 heures, aidés à hauteur de 108 069 €.

entreprise	volume global aidé	type d'aide	aides (€)
DIAPHANA - PGE Mixte	2 LM soit 3 heures	Aide aux détenteurs de droits VàD	5 593
KMBO - PGE Mixte	1 LM soit 1 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	625
La Banque Audiovisuelle – PGE 2015/2	0,42 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	7 450
W4TCH - PGE 2015/2	2 LM soit 4,38 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	750
VOD FACTORY - PGE 2015/2	440 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	47 524
SPICEE - PGE 2015/2	0,25 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	417
LE MEILLEUR DU CINEMA – PGE 2015/2	1 LM soit 1,5 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	903
MALAVIDA - PGE 2015/2	4 LM soit 3,6 heures	Aide aux détenteurs de droits VàD	4 000
FILMOLINE - PGE 2015/2	6 LM soit 9,5 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	8 155
DORIANE FILMS - PGE 2015/2	3,73 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	6 738
C PRODUCTION CHROMATIQUES - PGE 2015/2	13 heures	Aide aux détenteurs de droits VàD	3 260
ARTEVOD - PGE 2015/2	1 CM, 1 LM soit 2 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	7 692
NOCO - PGE 2015/1	1 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	530
FILMOLINE - PGE 2015/1	10 LM, 1 CM soit 15 heures	Aide aux éditeurs de services VàD	14 102
ARTE - PGE 2015/1	0,8 heure	Aide aux éditeurs de services VàD	328

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

Le soutien aux industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel

L'aide aux industries techniques accompagne les mutations technologiques en soutenant les 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 et audiovisuelles. Ce soutien peut porter sur les investissements réalisés par ces entreprises, sur des travaux de R&D liés à ces investissements ou sur des études et des services de conseils techniques extérieurs. Il est attribué sous forme de subventions, au regard notamment du caractère innovant du projet et de la capacité technique, économique, financière et commerciale de l'entreprise à le mener à bien.

En 2015, 186 projets ont bénéficié d'une aide globale de 5,7 M€ (5,7 M€ pour 148 projets en 2014). Dix-neuf projets (20 en 2014) présentés par seize sociétés concernaient des développements ou des équipements directement utilisables pour la création d'œuvres d'animation ou effets visuels. Ils ont été aidés pour un montant global de 832 K€ (1,1 M€ en 2014).

Aides aux industries techniques liées à la création d'œuvres d'animation ou effets visuels accordées en 2015

entreprise	projet
TEAMTO SAS	AGRANDISSEMENT TEAMTO BLV
2 MINUTES	ZOMBILLENIUM : LONG METRAGE 3D RELIEF
MAC GUFF LIGNE	CREATION D'UN SERVICE ETALONNAGE ET MONTAGE
MAC GUFF LIGNE	REMISE A NIVEAU ET CONSOLIDATION DE L'INFRASTRUCTURE
FOLIMAGE STUDIO	OPTIMISATION DES SERVICES RESSOURCES ET CHANGEMENTS ORGANISATIONNELS
SUPAMONKS	EMMENAGEMENT LOCAUX ET OPTIMISATION DE L'ESPACE ET DES CONDITIONS DE TRAVAIL
ALKYMIA	MOBYLE - COMPLEMENT FINISHING
421 PRODUCTIONS	OPTIMISATION PIPE LINE PRODUCTION ANIMATION NUMERIQUE 2D
KNIGHTWORKS	RENFORCEMENT CAPACITE DE PRODUCTION ET DE LA DEMARCHE COMMERCIALE
LAST MONSTERS	LANCEMENT LAST MONSTER ANNEE 0
GOBI STUDIO	DEVELOPPEMENT DU STUDIO POUR PRODUCTION DE SERIES AUDIOVISUELLES - PARTIE1/5
2 MINUTES	ZOMBILLENIUM
MUSICIENS ARTISTES INTERPRETES ASSOCIES ¹	ADAPTATION DU STUDIO A AUDITORIUM DOUBLAGE BRUITAGE CINEMA
UNITED ROBOTS	RENDER FARM
AUTRECHOSE COMMUNICATION	ACQUISITION DE QUATRE NOUVEAUX POSTES EQUIPES
TRIMARAN	MISE A NIVEAU PLATEFORME PRODUCTION 3D/VFX ET PASSAGE AU UHD/4K
LA COMPAGNIE GENERALE DES EFFETS VISUELS	MEILLEUR SUPPORT DU 4K ET MONTEE EN PUISSANCE
FAUNS	RENOUVELLEMENT DU PARC INFORMATIQUE ET AMELIORATION DU SYSTEME DE SAUVEGARDE
AUTRECHOSE COMMUNICATION	REFONTE DU RESEAU ET ACQUISITION DE NOUVEAUX POSTES

¹ doublage/bruitage/mixage pour série d'animation.

Les aides à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)

Le soutien à la recherche et à l'innovation dans les secteurs de l'audiovisuel et du multimédia s'est développé avec la mise en place du réseau RIAM (Réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia) en 2001. Depuis juillet 2007, l'action du réseau RIAM s'appuie sur un appel à projets commun entre le CNC et Bpifrance, qui a vocation à soutenir les projets de R&D portés par les PME du secteur sur l'ensemble des thématiques de l'audiovisuel et du multimédia, et en particulier les traitements innovants des images et du son, le jeu vidéo, la distribution numérique, la vidéo à la demande et la télévision interactive. Le RIAM permet de soutenir toutes les phases d'un projet d'innovation, depuis l'étude de faisabilité jusqu'à la phase finale de développement. Les projets retenus bénéficient généralement d'un financement mixte en avance remboursable sur fonds Bpifrance et en subvention sur fonds CNC.

En 2015, 35 projets ont été soutenus par le RIAM, à hauteur d'environ 3,4 M€ dont 1,9 M€ en subventions du CNC. Deux projets concernant directement l'animation ont été aidés pour un montant de 511 K€ dont 171 K€ en subventions du CNC.

Les sociétés ayant bénéficié d'aides du RIAM pour des projets liés à la fabrication d'œuvres d'animation en 2015 :

entreprise	projet
ALKYMIA	R&D Phase 2 : Horyzon, Thirdeye, Alive
PIXEL UNIVERSE	Neuron

6.4.L'exportation, la promotion

En 1995, le CNC a mis en place une aide permettant aux producteurs et aux distributeurs d'utiliser des outils performants pour commercialiser leurs programmes à l'étranger. Cette aide est accordée à des œuvres audiovisuelles de fiction, d'animation, à des documentaires et à des enregistrements de spectacles éligibles au compte de soutien. Elle est destinée à financer en partie le doublage, le sous-titrage et éventuellement le reformatage des œuvres ainsi que la fabrication d'instruments de promotion (plaquettes, bandes de démonstration, etc.).

Les aides à l'exportation de programmes audiovisuels

Ces aides sont attribuées de manière sélective après avis d'une commission de professionnels. Elles concourent notamment au financement des frais de doublage, de sous-titrage en version étrangère, de fabrication de bandes de démonstration et de supports promotionnels y compris sous forme électronique, d'achat d'espaces publicitaires dans la presse professionnelle spécialisée ainsi qu'aux frais de reformatage et de transcodage des œuvres audiovisuelles.

En 2015, les projets d'animation présentés par 17 sociétés de distribution ont bénéficié de ce mécanisme pour un montant total de 839,6 K€. L'animation représente 49 % du total des aides accordées au titre de l'exportation.

Programmes audiovisuels d'animation ayant bénéficié d'une aide à l'exportation en 2015 (1/2)

sociétés de distribution	programme(s)
Ankama animations	Mini Wakfu Wakfu (saison 1 & 2) Wakfu spéciaux
Autour de minuit	Jean Michel le caribou des bois
Ciel de Paris productions	Mily miss questions
Cyber Group Studios	Zou (saison 2)
Dandeloou	Chico chica Kiwi Les devinettes de reinette (saison 1 & 2) Little Houdini
Dargaud média	Garfiels and compagnie (saison 4)
France Télévision Distribution	Lapins crétiens
Gaumont animation	Bienvenue à bric à broc Calimero Creepschool Gaywin (saison 1) la cuisine est un jeu d'enfants Lanfeust Quest Mon pote le fantôme
Lagardère entertainment rights	Sonic boom

Programmes audiovisuels d'animation ayant bénéficié d'une aide à l'exportation en 2015 (2/2)

sociétés de distribution	programme(s)
Médiatoon Distribution	Astérix Code Lyoko Garfield (saison 1 & 2) Inami Le Manège enchanté Léonard Les Aventures de Tintin Les nouvelles aventures de Lucky luke Linkers Petit spirou Yakari (saison 3)
Millimages	Balthazar Corneil and Bernie (saison 2) Didou Elphebert the tiger Hydronauts Jasper le pingouin Lazy lucy Loulou de Montmartre Milo Mouk Pablo the little red fox Simsala grimm Trust me I'm a genie Zoo Lane
Newen Distribution	Grabouillon (saison 1 à 4) Les mystérieuses cités d'or (saison 2) Polo
PGS Entertainment	Les as de la jungle Spike
Planet Nemo	C'est quoi l'idée
Procidis	Il était une fois... l'espace
SND groupe M6	Petz club
Superights	Mika and bob (saison 2)
Télé images production	Baskup Le ranch Sally Bollywood
Xilam Animation	Hubert et Takako Les Dalton

Les aides à l'exportation de films cinématographiques

Les aides sélectives à l'exportation de films cinématographiques s'articulent autour de trois dispositifs : l'aide à la prospection à l'étranger, l'aide à la distribution et les aides au doublage et au sous-titrage. L'aide aux « overlays » (sous-titrage en espagnol) a été arrêtée en 2014.

L'aide à la prospection des marchés étrangers a pour objectif de soutenir la promotion à l'international des films français mise en place par les exportateurs.

L'aide à la distribution a pour vocation de contribuer au renforcement de la qualité des stratégies de distribution des films français à l'étranger. Selon le film distribué et le territoire concerné, l'aide a vocation à offrir un effet de levier commercial et financier à la présence des films français et à favoriser leur émergence.

Les aides au doublage et au sous-titrage ont pour objet de soutenir la réalisation d'un sous-titrage ou d'un doublage en anglais afin de favoriser la prospection des marchés à l'étranger pour un film donné.

Enfin, l'aide aux « overlays » consiste à prendre en charge, pour un film exporté en Amérique latine hispanophone, la fabrication de l'*overlay band* (bande grande longueur) en espagnol neutre. Cette aide est plafonnée à 10 000 € par *overlay*.

Entre 2006 et 2015, 1 544 films cinématographiques ont bénéficié d'une ou plusieurs aides sélectives à l'exportation, pour un montant total de 29,9 M€, soit 19 344 € en moyenne par film. Parmi ces 1 544 films aidés à l'exportation entre 2006 et 2015, 51 sont des longs métrages d'animation, soit 3,3 % de l'ensemble. Les films d'animation reçoivent 1,6 M€ sur la période. Ils captent ainsi 5,3 % du total des aides distribuées. En moyenne, les films d'animation sont soutenus à hauteur de 31 176 € par titre entre 2006 et 2015, soit 1,6 fois l'aide moyenne tous genres confondus.

En 2015, le poids de l'animation dans l'attribution des aides à l'exportation se réduit en nombre de films pour la troisième année consécutive (3,3 %, contre 4,0 % en 2014) pour une part des subventions en hausse sensible (8,2 %, contre 5,4 % en 2014).

Les aides à l'exportation de films cinématographiques d'animation

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films aidés	3	7	8	6	6	10	15	11	10	9
% du nombre tous genres	2,2	5,1	4,5	2,6	3,0	4,7	5,7	4,5	4,0	3,3
aides accordées (K€)	85,0	174,1	87,2	109,3	92,7	128,2	270,8	159,7	185,5	297,4
% des aides tous genres	4,3	8,1	3,1	3,7	3,3	4,0	7,3	5,1	5,4	8,2
aide moyenne par film (€)	28 333	24 867	10 899	18 214	15 445	12 825	18 056	14 522	18 551	33 045

[†] Le nombre total de films est différent de la somme des nombres annuels car certains films sont soutenus au titre de plusieurs années.

La promotion

Pour aider à faire connaître les œuvres françaises et soutenir la présence des producteurs français sur les marchés du film d'animation, le CNC contribue au financement de plusieurs manifestations. Il est à ce titre l'un des principaux partenaires du Festival et du Marché international d'Annecy. Il soutient également Cartoon Movie depuis son installation à Lyon en 2009, et Cartoon Forum depuis son installation à Toulouse en 2012. Une aide est également apportée à TV France International et à Unifrance Films pour faciliter la présence des producteurs et distributeurs français sur les marchés internationaux, ainsi que les contacts avec les diffuseurs étrangers.

6.5. L'animation au CNC : contacts

Direction du cinéma

Directeur : Xavier LARDOUX

Directeur adjoint : Lionel BERTINET

Service du soutien à la production et à la distribution

Chef de service : Jean-Luc DOUAT

Chargée de mission agrément des films et accord franco-germanique

Caroline COR

caroline.cor@cnc.fr

12 rue de Lübeck – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 39

Service des aides sélectives à la production et à la distribution

Chef de service : Rafaële GARCIA

rafaele.garcia@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 06

Direction de l'audiovisuel et de la création numérique

Directeur : Vincent LECLERCQ

Directeur adjoint : Valérie BOURGOIN

Service de la fiction et de l'animation

Chef de service : Alice DELALANDE

alice.delalande@cnc.fr

3 rue Boissière – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 34 01

Département « Animation »

Sophie CHEYNET

sophie.cheynet@cnc.fr

3 rue Boissière – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 34 20

Service du jeu vidéo et de la création numérique

Chef de service : Pauline AUGRAIN

pauline.augrain@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 34 07

Direction de l'innovation, de la vidéo et des industries techniques

Directeur : Raphaël KELLER

Service des industries techniques et de l'innovation

Chef de service : Baptiste HEYNEMANN

baptiste.heynemann@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 35 34

Service de la vidéo physique et en ligne

Chef de service : Laëtitia FACON

laetitia.facon@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 13 24

Direction de la création, des territoires et des publics

Directrice : Julien NEUTRES

Service de la création

Chef de service : Valentine ROULET

valentine.roulet@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 34 30

Département réalisation et production

Morad KERTOBI

morad.kertobi@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 07

Direction des affaires européennes et internationales

Directeur : Pierre-Emmanuel LE CERF

Directeur adjoint : Michel PLAZANET

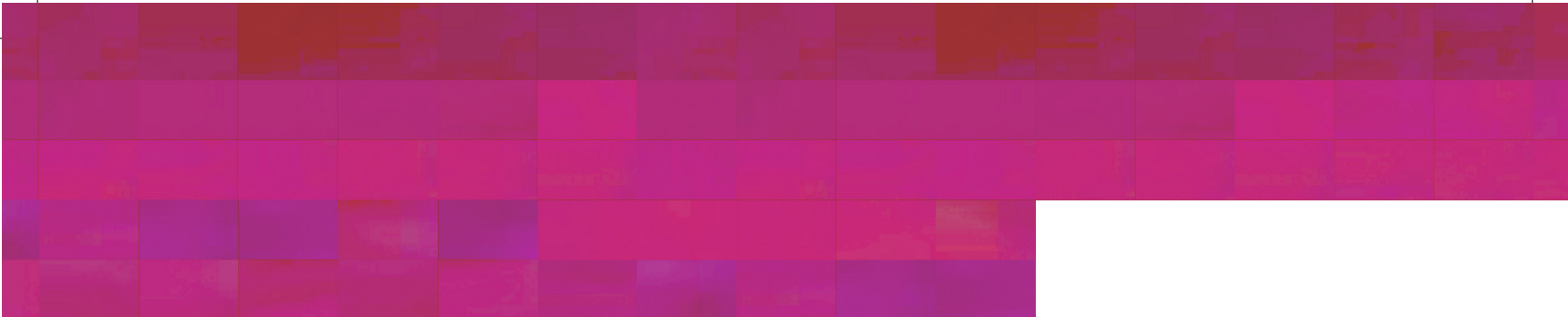
Chargée de mission exportation

Catherine JOUEN

catherine.jouen@cnc.fr

3 rue Boissière – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 16



les études du CNC
Le marché de
l'animation en 2015

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

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
3 rue Boissière 75784
Paris Cedex 16
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
juin 2016

