



**TV France**   
international

les études du CNC  
septembre 2017

L'exportation  
des programmes  
audiovisuels français  
en 2016

ISSN 2110-5634



TV France International  
5, rue Cernuschi 75017 Paris  
Tél : +33 1 40 53 23 00  
info@tvfrance-intl.com  
[www.tvfrance-intl.com](http://www.tvfrance-intl.com)

Mathieu Béjot, Stéphane Fournier, Clément Roques



Centre national du cinéma et de l'image animée  
Direction des études, des statistiques et de la prospective  
12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16  
Tél : +33 1 44 34 38 26  
despro@cnc.fr  
[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

Benoît Danard, Danielle Sartori, Jérôme Tyl

# SOMMAIRE

Définitions et méthodologie .....	4
<b>I. Synthèse .....</b>	<b>5</b>
<b>II. Les ventes de programmes audiovisuels .....</b>	<b>9</b>
A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels .....	10
a. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, progression du Royaume-Uni, de l'Italie et de la Belgique.....	11
b. Europe centrale et orientale en repli, notamment en Russie et en Pologne .....	14
c. Hausse des marchés nord-américains .....	15
d. Asie en forte croissance : explosion en Inde, augmentation en Chine .....	16
e. Baisse en Afrique .....	18
f. Diminution des ventes au Moyen-Orient.....	18
g. Diminution de l'Amérique latine.....	19
h. Forte hausse des ventes de droits Monde .....	19
B. Analyse des ventes par genre de programmes.....	20
a. Hausse des ventes d'animation .....	21
b. Hausse des ventes de fiction .....	22
c. Baisse des exportations de documentaire .....	24
d. Baisse de la vente de formats, hausse du spectacle vivant .....	27
C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels.....	28
a. Les nouveaux supports de diffusion (VàD, mobile, TVIP) .....	28
b. Autres revenus .....	28
<b>III. L'évolution des préventes et coproductions internationales .....</b>	<b>29</b>
A. Augmentation des préventes .....	32
a. Progression du Royaume-Uni et de la zone germanophone.....	34
b. Progression de l'Asie et recul de l'Amérique du Nord.....	35
B. Augmentation des apports en coproduction.....	36
a. Hausse de la Belgique, de l'Allemagne et du Royaume-Uni .....	38
b. Augmentation de l'Asie et de l'Amérique du Nord .....	39
C. Hausse du volume de coproductions internationales .....	40
a. Forte hausse des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises en animation, baisse en fiction.....	41
b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en fiction et en documentaire, baisse en animation .....	44
<b>IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français.....</b>	<b>48</b>
A. Evolution de la concentration du secteur .....	48
B. Evolution de la concentration par genre .....	48
Annexe .....	50

## Définitions et méthodologie

Les flux financiers drainés par les programmes français entre l'étranger et la France sont appréhendés sous deux aspects :

- celui de la participation de partenaires étrangers au préfinancement de programmes audiovisuels français sous forme de préventes ou d'apports en coproduction. Il convient de rappeler que les préventes et les apports en coproduction sont deux catégories juridiques distinctes. En effet, une participation en coproduction donne à son titulaire un droit de propriété sur l'œuvre, qu'il partage éventuellement avec les autres coproducteurs. Un préachat ou une prévente ne confère à son bénéficiaire que des droits de diffusion, limités dans le temps et pour un ou des modes d'exploitation précis. Par convention dans ce document, il est évoqué la notion de « coproductions » sans plus de précisions. Elle couvre les programmes bénéficiant d'un partenariat étranger, apports en coproduction et/ou préventes confondus. Les données sur les préventes et les apports en coproduction proviennent des bases de données du CNC et peuvent être différentes de celles publiées par le CNC les années précédentes, compte tenu des compléments de subvention versés au titre des années antérieures.
- celui de la vente ou de l'exportation de programmes. Il s'agit alors de recettes non prévues au plan de financement de l'œuvre. Les données proviennent d'un traitement statistique issu d'une enquête ad hoc menée auprès de toutes les sociétés, adhérentes à TV France International ou non, ayant une activité de distribution de programmes à l'étranger ou, à défaut, aux producteurs agissant en direct ou bénéficiant de remontées de recettes provenant de distributeurs étrangers.

Les recettes en matière de merchandising, de ventes de droits sportifs ou encore de diffusion de chaînes françaises à l'étranger (ventes de signal et extension de licences), bien que représentant des sources importantes de revenus issus de l'exportation de programmes audiovisuels français, ne font pas l'objet d'un traitement chiffré et statistique dans le cadre de cette étude.

Dans cette étude, il sera distingué les coproductions d'initiative française des coproductions d'initiative étrangère. Les coproductions d'initiative française regroupent :

- les coproductions pour lesquelles le financement des partenaires français (diffuseur, producteur, soutien financier, etc.) est majoritaire ;
- les coproductions pour lesquelles le financement des partenaires français est plus important que celui de n'importe quel autre pays et est donc en position de majorité relative.

Le poids prépondérant de la France dans le financement est observé comme l'indice d'une primauté dans la conduite artistique et dans la gestion de la production, ce qui justifie le vocable « d'initiative française ». Les coproductions d'initiative étrangère, peuvent parfois être considérées comme des œuvres étrangères bénéficiant d'un investissement français, donc une opération d'importation plus que d'exportation. Cependant, l'admission d'une production au système de soutien français (qui conditionne l'enregistrement d'une production dans ces statistiques) exige un niveau de financement national d'au moins 30 % (20 % pour les opérations conduites avec le Canada). Aussi minoritaire qu'il soit, le poids du financement et de la responsabilité des sociétés françaises de production dans ce type de coproductions justifie leur prise en compte dans ce bilan de l'exportation des programmes français.

## I. Synthèse

### Nouveau record historique des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger

En 2016, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger progressent, pour la septième année consécutive, de 15,2 % pour atteindre 189,1 M€. Il s'agit du plus haut niveau jamais observé et d'une progression de 64,0 % sur 10 ans. L'ensemble des flux à l'exportation atteint le montant historique de 336,3 M€, soit une hausse de 31,9 % par rapport à 2015. Cette progression est portée par l'Amérique du Nord et par la forte hausse des ventes de programmes de fiction et d'animation dans quasiment toutes les zones. Les préventes à l'étranger +93,6 % à 71,2 M€ et les apports étrangers en coproduction sur les programmes audiovisuels français +40,5 % à 76,0 M€ sont en forte hausse.

### Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
ventes <sup>1</sup>	115,3	97,1	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	+15,2
préventes <sup>2</sup>	34,0	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	+93,6
<b>total ventes et préventes</b>	<b>149,3</b>	<b>137,5</b>	<b>135,5</b>	<b>136,1</b>	<b>153,6</b>	<b>165,9</b>	<b>179,5</b>	<b>210,3</b>	<b>201,0</b>	<b>260,3</b>	<b>+29,5</b>
apports en coproduction	63,7	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	+40,5
<b>total flux export</b>	<b>213,0</b>	<b>191,1</b>	<b>194,1</b>	<b>198,9</b>	<b>231,0</b>	<b>242,4</b>	<b>249,0</b>	<b>266,6</b>	<b>255,1</b>	<b>336,3</b>	<b>+31,9</b>

<sup>1</sup> Les chiffres de ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 et CFI, respectivement de 2,2 M€ et 0,0 M€ en 2015 (3,2 M€ et 0,2 M€ en 2014).

Source : CNC-TV France International.

### Le marché des ventes dynamisé par l'Amérique du Nord, l'Asie / Océanie et l'Europe de l'Ouest

En 2016, le marché est en forte croissance. Les trois premières zones en matière de ventes sont en progression, au premier rang desquelles l'Europe de l'Ouest, qui augmente ses achats de 5,0 %. La zone génère 48,3 % des recettes d'exportation (-4,7 points). L'Amérique du Nord augmente fortement ses importations (+36,7 %). La zone Asie / Océanie est également en hausse, de 19,7 %. A l'inverse, les ventes en Europe centrale et orientale diminuent de 21,7 %. La baisse est de 22,2 % au Moyen-Orient. Après avoir atteint un niveau historique en 2015, l'Afrique est en léger repli de 3,0 %. Les ventes vers l'Amérique latine sont en diminution de 13,3 %. Les ventes de droits monde, isolées par les déclarants pour la deuxième année, s'élèvent à 29,9 M€, soit une augmentation de 112,6 %, pour un poids dans les exportations totales de 15,8 %.

### Un marché international en pleine mutation

Malgré la multiplication des acteurs et des pôles locaux de production, les diffuseurs traditionnels (groupes ou chaînes, hertziens, historiques et TNT) constituent toujours des acheteurs privilégiés de programmes français. Par ailleurs, les plateformes de vidéo à la demande (VàD) s'affirment de plus en plus comme une alternative aux chaînes payantes, en particulier en matière de fiction et d'animation. L'essor des ventes multi-territoriales tient beaucoup au développement de ces plateformes, surtout les plateformes de vidéo à la demande par abonnement, qui constituent un débouché de plus en plus incontournable pour les programmes français. Au-delà de quelques rares plateformes transnationales, une part importante du chiffre d'affaires se fait avec les plateformes nationales.

Les tarifs d'acquisition sont encore souvent orientés à la baisse. Quand les prix se maintiennent, la contrepartie est souvent une plus longue durée ou des droits plus étendus, ou un nombre de diffusions plus élevé.

### Progression des ventes des principaux genres : animation, fiction

En 2016, la croissance des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger est soutenue par l'animation (+48,1 % à 75 M€) et la fiction (+20,8 % à 49,8 M€). Les Etats-Unis deviennent le premier marché d'exportation de l'animation française. Les ventes de documentaires sont en baisse de 5,4 % à 35,1 M€, tout en restant le deuxième plus haut niveau des dix dernières années, et celles de formats, de 15,4 % à 19,4 M€.

### Exportations par genre de programmes

	ventes (M€)	évol. 16/15 (%)	préventes (M€)	évol. 16/15 (%)	total (M€)	évol. 16/15 (%)
animation	75,0	48,1	31,3	73,9	106,3	+54,8
fiction	49,8	20,8	25,6	125,5	75,4	+43,4
documentaire	35,1	-5,4	12,8	99,7	47,9	+10,1
format (fiction, jeux, variétés)	19,4	-15,4	-	-	19,4	-15,4
divers (information, extraits...)	5,5	-32,0	0,2	-	5,7	-29,7
musique, spectacle vivant	4,4	3,5	1,3	28,8	5,7	+8,4
<b>total</b>	<b>189,1</b>	<b>15,2</b>	<b>71,2</b>	<b>93,1</b>	<b>260,3</b>	<b>+29,5</b>

Source : CNC-TV France International.

### Forte augmentation des préventes

En 2016 les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une forte augmentation de 93,6 % à 71,2 M€, qui touche tous les genres. Premier genre bénéficiaire, les préventes d'animation augmentent fortement de 73,9 % à 31,3 M€. Les préventes étrangères de fiction, concentrées sur quelques titres seulement, repartent à la hausse en 2016 et voient leur montant augmenter de 125,5 % à 25,6 M€. Les préventes de documentaires doublent également et atteignent 12,8 M€ en 2016 (+99,7 %).

Avec une progression de sa part de marché (+5,0 points à 66,4 % des préventes totales), l'Europe occidentale voit son rôle de principal partenaire des producteurs français renforcé dans le préfinancement des programmes audiovisuels. A l'inverse, l'Amérique du Nord enregistre une baisse pour la deuxième année consécutive (-18,3 points à 12,6 % du total). Les préventes de programmes français vers le reste du monde sont en augmentation à 20,9 % des préventes totales en 2016 (7,7 % en 2015). Cette augmentation est surtout le fait de la zone Asie / Océanie (+4,4 points à 6,6 %) et de la zone Amérique latine dans une moindre mesure (+1,7 point à 2,4 %).

### Hausse des apports en coproduction

En 2016, après quatre années de baisse, les apports étrangers en coproduction augmentent de 40,5 % à 76,0 M€. Cette progression s'explique par l'augmentation des apports en coproduction de l'Europe de l'Ouest (+33,9 % à 46,7 M€), de l'Amérique du Nord (+23,9 % à 18,2 M€) et de l'Asie / Océanie (+576,4 % à 8,8 M€).

Les apports étrangers en coproduction dans le genre de la fiction augmentent fortement de 209,6 % à 25,6 M€, du fait de quelques titres seulement. Les apports en coproduction sont également à la hausse en animation (+4,1 % à 26,7 M€) et en documentaire (+36,8 % à 17,8 M€).

## De nombreux territoires partenaires du préfinancement des programmes français

En 2016, le préfinancement de programmes de fiction français, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préventes, implique 9 pays différents, au premier rang desquels la Belgique (352 heures) et la Suisse (234 heures). S'agissant de l'animation, le préfinancement implique 24 pays différents, en particulier l'Allemagne (109 heures), le Canada (94 heures) et la Belgique (87 heures), contre 64 pays différents pour le documentaire.

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est en hausse de 11,1 % en 2016 à 1 325 heures.

La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français augmente en 2016 à 27,2 %, contre 24,1 % en 2015. Il convient de souligner qu'en 2016, 91,0 % du volume horaire des programmes d'animation est coproduit avec l'étranger (80,7 % en 2015), soit le plus haut niveau enregistré depuis 2007. 44,2 % du volume horaire des programmes de fiction est coproduit avec l'étranger (44,8 % en 2015) et 17,3 % des programmes de documentaires (16,4 % en 2015).

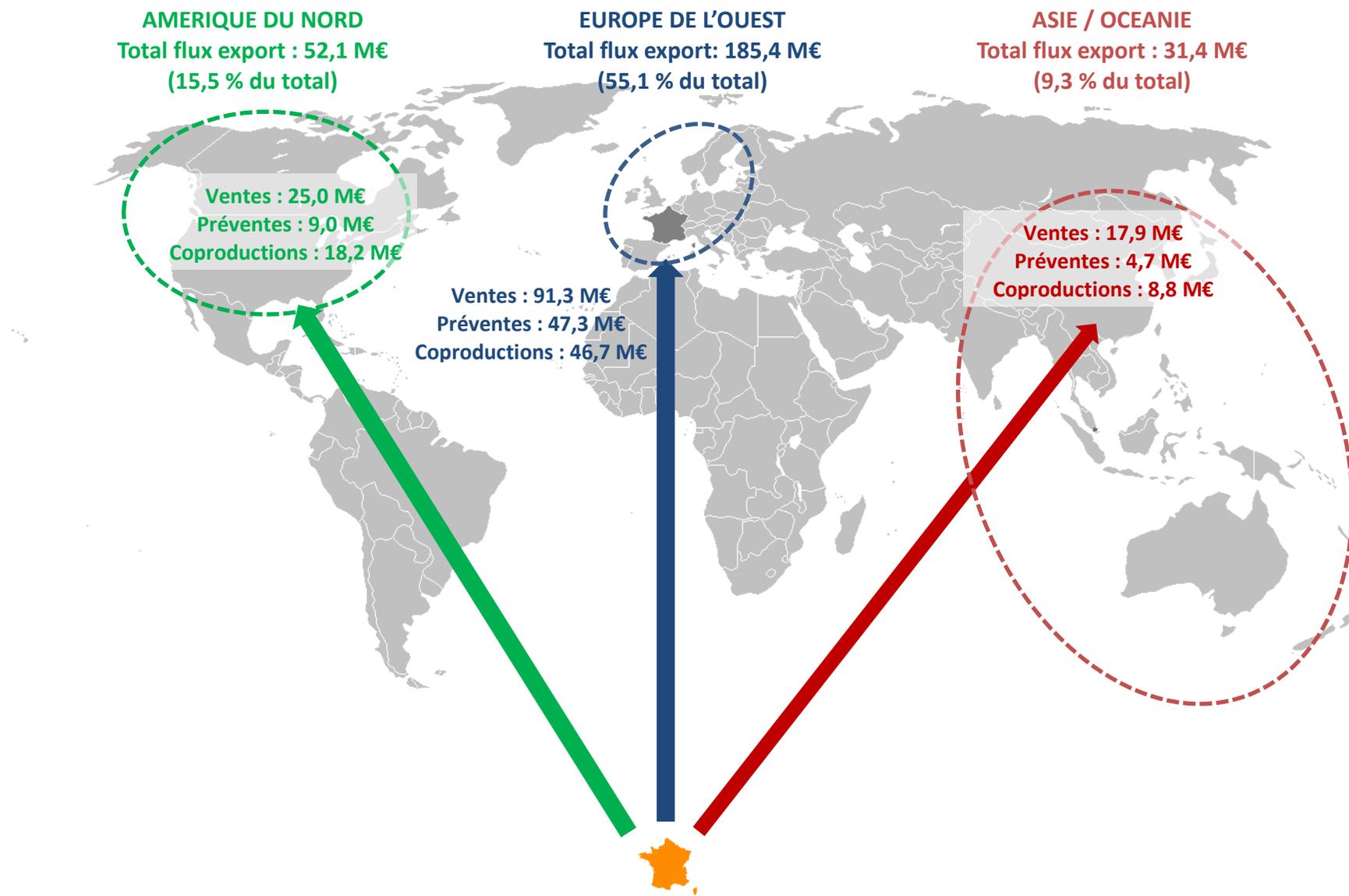
## Les exportations de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	ventes <sup>1</sup>	préventes	total ventes + préventes	apports en coproduction	total flux export
<b>2012</b>	<b>127,0</b>	<b>38,9</b>	<b>165,9</b>	<b>76,5</b>	<b>242,4</b>
fiction	22,8	14,3	37,2	32,7	69,9
documentaire	29,7	4,5	34,2	15,0	49,2
animation	43,9	18,8	62,7	23,2	85,9
musique, spectacle vivant	4,6	1,3	5,9	5,4	11,3
format (fiction, jeux, variétés)	21,4	-	21,4	-	21,4
divers (information, extraits...)	4,4	-	4,4	-	4,4
<b>2013</b>	<b>137,1</b>	<b>42,4</b>	<b>179,5</b>	<b>69,5</b>	<b>249</b>
fiction	26,0	5,2	31,3	21,9	53,2
documentaire	30,8	9,4	40,2	16,6	56,8
animation	46,9	26,5	73,3	25,6	98,9
musique, spectacle vivant	5,0	1,2	6,2	5,4	11,6
format (fiction, jeux, variétés)	22,1	0,1	22,1	-	22,1
divers (information, extraits...)	6,4	-	6,4	-	6,4
<b>2014</b>	<b>153,8</b>	<b>56,5</b>	<b>210,3</b>	<b>56,3</b>	<b>266,6</b>
fiction	38,9	28,6	67,5	16,7	84,2
documentaire	34,9	5,2	40,1	9,9	50
animation	45,0	21,2	66,3	24,4	90,7
musique, spectacle vivant	4,8	1,4	6,2	5,3	11,5
format (fiction, jeux, variétés)	22,8	0,0	22,8	-	22,8
divers (information, extraits...)	7,3	-	7,3	-	7,3
<b>2015</b>	<b>164,2</b>	<b>36,8</b>	<b>201,0</b>	<b>54,1</b>	<b>255,1</b>
fiction	41,2	11,3	52,6	8,3	60,9
documentaire	37,1	6,4	43,5	13,0	56,5
animation	50,6	18,0	68,6	25,7	94,3
musique, spectacle vivant	4,2	1,0	5,3	7,0	12,3
format (fiction, jeux, variétés)	22,9	-	22,9	0,1	23,0
divers (information, extraits...)	8,1	-	8,1	-	8,1
<b>2016</b>	<b>189,1</b>	<b>71,2</b>	<b>260,3</b>	<b>76,0</b>	<b>336,3</b>
fiction	49,8	25,6	75,4	25,6	101,0
documentaire	35,1	12,8	47,9	17,8	65,7
animation	75,0	31,3	106,3	26,7	133,0
musique, spectacle vivant	4,4	1,3	5,7	5,8	11,5
format (fiction, jeux, variétés)	19,4	0,2	19,5	0,1	19,6
divers (information, extraits...)	5,5	-	5,5	-	5,5

<sup>1</sup> Y compris les ventes à TV5 et CFI.

Source : CNC-TV France International.

Carte - Les principales zones géographiques en termes de flux export (ventes, préventes et coproductions) en 2016



## II. Les ventes de programmes audiovisuels

### Chiffres clés

#### Les ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2016



189,1 M€ de ventes à l'étranger  
+15,2 % par rapport à 2015



29,9 M€ de ventes de droits Monde  
+112,6 % par rapport à 2015

#### Les principaux genres vendus à l'étranger en 2016



75,0 M€ de ventes de programmes d'animation  
+48,1 % par rapport à 2015

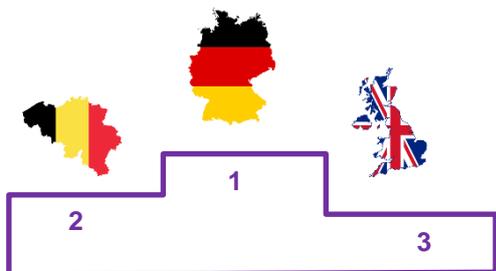


49,8 M€ de ventes de programmes de fiction  
+20,8 % par rapport à 2015



35,1 M€ de ventes de documentaires  
-5,4 % par rapport à 2015

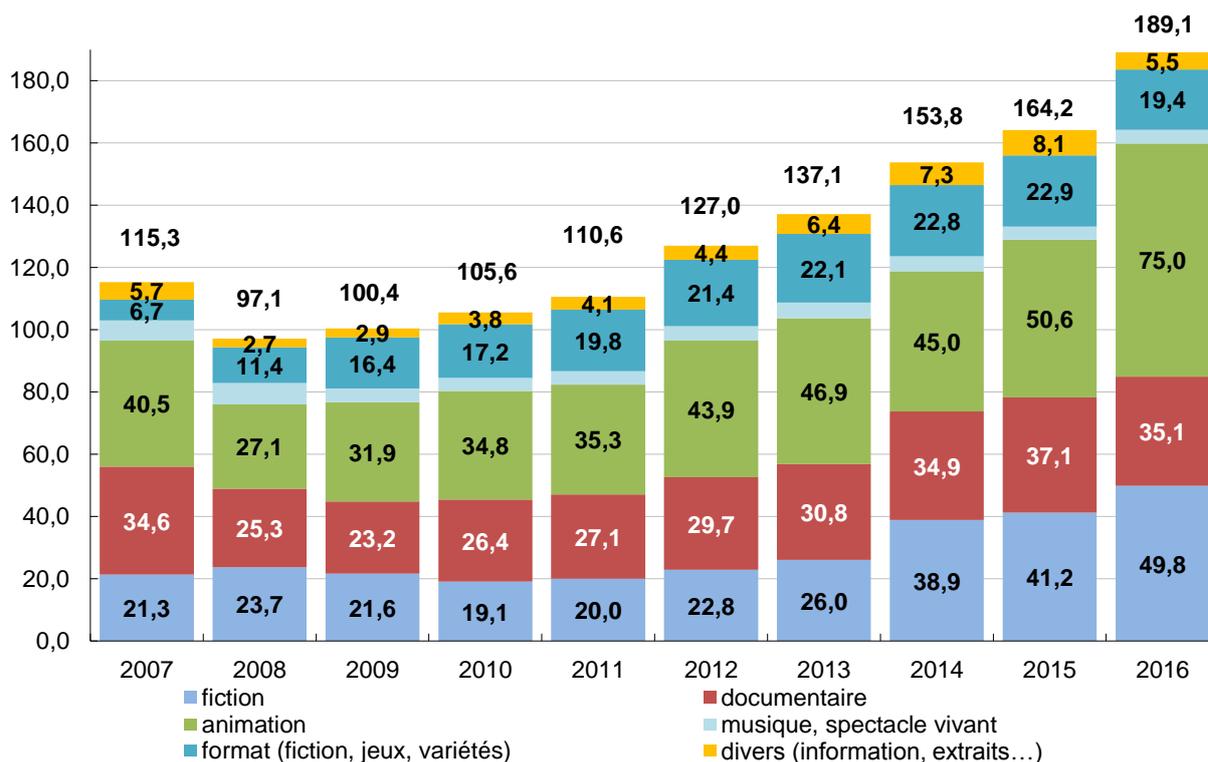
#### Les principaux acheteurs de programmes français en 2016



n°1 : Allemagne (19,4 M€ de ventes, Autriche incluse)  
n°2 : Belgique (18,1 M€ de ventes)  
n°3 : Royaume-Uni (16,1 M€ de ventes, Irlande incluse)

En 2016, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 15,2 % pour atteindre 189,1 M€, soit le plus haut niveau jamais observé. Cette hausse s'explique principalement par la progression de l'animation (+48,1 % à 75,0 M€, nouveau record historique). Les ventes de programmes de fiction sont à leur plus haut niveau historique (49,8 M€) et sont en hausse de plus de 20,8 % par rapport à 2015. Les ventes de programmes musique/spectacle vivant augmentent de 3,5 %. Les ventes de programmes documentaires diminuent, elles, de 5,4 %, tout en restant au deuxième plus haut niveau des dix dernières années, celles d'information / divers, de 32,0 %, et les ventes de format baissent de 15,4 %.

### Ventes de programmes audiovisuels français (M€)



Source : CNC-TV France International.

### A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels

En 2016, les trois premières zones en matière de ventes sont en croissance, au premier rang desquelles l'Europe de l'Ouest, qui augmente ses achats de 5,0 %. La zone génère 48,3 % des recettes d'exportation (-4,7 points). Le poids de la zone est en baisse pour la troisième année consécutive. L'Amérique du Nord augmente fortement ses importations (+36,7 %). La zone Asie/Océanie est également en hausse, de 19,7 %.

A l'inverse, les ventes en Europe centrale et orientale diminuent de 21,7 % et celles au Moyen-Orient, de 22,2 %. Après avoir atteint un niveau historique en 2015, les ventes en Afrique sont également en léger recul de 3,0 %. Les ventes vers l'Amérique latine sont en diminution de 13,3 %.

Les ventes de droits Monde, isolées par les déclarants pour la deuxième année, représentent la deuxième source de recettes devant l'Amérique du Nord et s'élèvent à 29,9 M€, soit une augmentation de 112,6 %, pour un poids dans les exportations totales de 15,8 %.

## Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

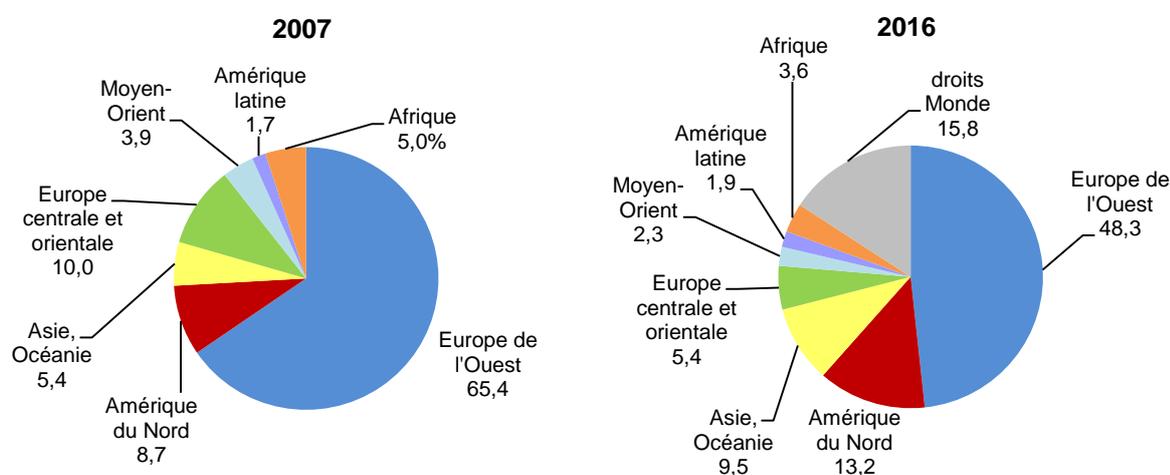
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Europe de l'Ouest	75,5	61,6	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	+5,0
Droits Monde <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-	-	-	14,0	29,9	+112,6
Amérique du Nord	10,0	7,9	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	+36,7
Asie / Océanie	6,2	5,2	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	+19,7
Europe centrale et orientale	11,5	10,0	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	-21,7
Afrique	5,7	4,9	2,1	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	-3,0
Moyen-Orient	4,5	4,7	4,6	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	-22,2
Amérique latine	1,9	2,9	2,3	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	-13,3
<b>total<sup>1</sup></b>	<b>115,3</b>	<b>97,1</b>	<b>100,4</b>	<b>105,6</b>	<b>110,6</b>	<b>127,0</b>	<b>137,1</b>	<b>153,8</b>	<b>164,2</b>	<b>189,1</b>	<b>+15,2</b>

<sup>1</sup> Y compris les ventes à TV5 et CFI.

<sup>2</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux.

Source : CNC-TV France International.

## Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

### a. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, progression du Royaume-Uni, de l'Italie et de la Belgique

En 2016, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest ont atteint un résultat de 91,3 M€, soit une augmentation de 5,0 % par rapport à 2015, représentant 48,3 % du total des ventes à l'étranger.

Avec des achats quasiment stables (+0,9 %) en 2016, la zone germanophone demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français avec 19,4 M€. Elle reste le premier marché mondial pour la fiction française, avec des ventes en hausse de 4,4 % à 9,7 M€. Les grandes chaînes nationales et les chaînes payantes ont manifesté leur intérêt, avec les achats de séries aussi diverses que *Profilage* (Beaubourg Audiovisuel), vendue par TF1 Studio à ProSieben, *Guyane* (8x52' - Mascaret Films) par Newen Distribution, ou encore *Jour Polaire*, vendue par StudioCanal à ZDF. Les ventes de documentaires sont en forte hausse de 37,1 % à 3,4 M€. En revanche, les importations de programmes d'animation français diminuent de 22,8 % sur la zone. Avec 4,6 M€ d'achats de programmes, l'Allemagne n'est plus le premier marché mondial pour l'animation française, mais reste un acteur majeur avec des ventes comme *Sonic Boom* (52x11' – OuiDo ! Productions) vendu par Lagardère Studios Distribution à Nickelodeon, ou *Grizzly et les Lemmings* (78x7' – Studio Hari) vendu par Hari International à Super RTL.

Pour la cinquième année consécutive, les ventes de programmes français en Belgique progressent (+18,9 %) pour atteindre leur plus haut niveau historique à 18,1 M€. Les achats sont en progression dans tous les genres à l'exception de l'animation (-7,2 %). La fiction demeure le premier genre vendu (+8,6 %) à 7,2 M€, grâce à des programmes comme la deuxième saison de *Versailles* (10x60' – Capa Drama et Incendo Productions) vendue par Banijay Rights aux chaînes publiques VRT et RTBF, qui reste un partenaire régulier du genre. Le documentaire enregistre également une forte croissance (+21,9 %).

Les ventes au Royaume-Uni sont en forte croissance de 50,6 % à 16,1 M€. Cette tendance s'explique par la hausse très importante des achats en fiction (+259,1 %), les autres genres étant majoritairement en baisse. La zone Royaume-Uni – Irlande devient ainsi le deuxième marché mondial pour la fiction française, juste derrière l'Allemagne, en raison de quelques titres aux prix d'acquisition élevés de la part de quelques diffuseurs. L'année 2016 aura été marquée par la vente de la deuxième saison de la série *Versailles* par Banijay Rights à BBC2 et Amazon Prime Video. Le succès international de cette série s'est notamment confirmé sur les marchés anglo-saxons, pourtant réputés difficiles en raison d'une concurrence très forte et de la préférence pour les programmes de fiction de langue anglaise. Amazon Prime Video a également acheté *Baron Noir* (8x52' – Kwaï) et la BBC a acquis la série *Disparue* (8x60' - Quad Television), distribuée par Banijay Rights pour la chaîne BBC Four.

Après une mauvaise année 2015, le marché italien est reparti à la hausse en 2016 avec une croissance des achats de programmes français de 24,8 % à 12,1 M€. Tous les principaux genres sont en hausse, à l'exception de l'animation (-2,2 %) dont les achats se sont stabilisés après avoir connu une forte baisse en 2015. La fiction française est en forte croissance pour la deuxième année consécutive (+34,2 %), comme en témoignent les nouvelles acquisitions de programmes français tels que *Joséphine Ange Gardien* (75x90' – DEMD, TF1) vendu par Lagardère Studios Distribution à La7, *Profilage*, vendu par TF1 Studio à Fox Crime, ou encore *Lebowitz contre Lebowitz* (8x52' – Chabraque production et Ryoan) vendu par Newen Distribution à Fox Crime également. Les programmes d'animation française ont aussi su séduire les acheteurs, notamment avec les ventes des saisons 1 de *Boule et Bill 3D* (52x12' – Mediatoon) et des *Minijusticiers* (78x8' - Futurikon, Teletoon, Studio Fantasia) à Nick Italia.

Après avoir connu une très forte reprise en 2015 (+70,7 %), en 2016, les achats de programmes français par l'Espagne ont diminué de 9,6 % en 2016, à 7,1 M€. En matière de fiction, l'année 2016 a été en recul, avec une baisse de 69,6 % des achats. Les diffuseurs ont acheté des séries feuilletonnantes comme *Candice Renoir* (48x52' – Boxeur de Lune), vendue par Newen Distribution à AXN et qui bénéficie d'une diffusion exceptionnelle au quotidien, ou encore certains épisodes de la collection de téléfilms policiers *Meurtres à...* vendus par Film & Picture et diffusés sur Antena 3. La chaîne payante Movistar+ (groupe Telefónica) est également devenue un interlocuteur important pour certains vendeurs français, avec l'achat de *Versailles* notamment. En revanche, les ventes de documentaires ont plus que doublé en 2016 (+105,1 % à 1,6 M€), avec notamment les ventes de *Rio, ville à remonter le temps* (90' – Gédéon Programmes) par Terranoa à Odisea. Les ventes de programmes d'animation ont quant à elles augmenté de 85,2 %, avec notamment les ventes de *Zip Zip* (52x12' – Go-N Productions) à Clan et des *Sept nains et moi* (52x26' – Method Animation et AB production) par

AB Distribution à TV3 Catalunya, faisant de l'animation le premier genre vendu en Espagne (40,5 % des ventes totales), devant le documentaire.

Après une excellente année 2015, qui a vu les ventes de programmes français atteindre un record historique, la Suisse a nettement diminué ses achats de 24,0 % à 5,7 M€. Cette baisse a touché presque tous les genres, en particulier l'animation (-37,7 %) et le documentaire (-27,4 %).

Les achats des pays scandinaves sont en baisse pour la troisième année consécutive (-16,1 % à 4,7 M€), pour se fixer à un niveau qui n'a pas été aussi bas depuis 2009. La fiction est particulièrement affectée avec des ventes en baisse de 44,7 % en raison d'un marché difficile d'accès et de prix très faibles, même s'il convient de relever la vente de la série *Le sang de la vigne* (22x90' – Télécip) à la chaîne TV2 Charlie au Danemark notamment.

Les ventes multi-territoriales sur la zone d'Europe de l'Ouest diminuent de 59,8 % à 1,7 M€.

#### Ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

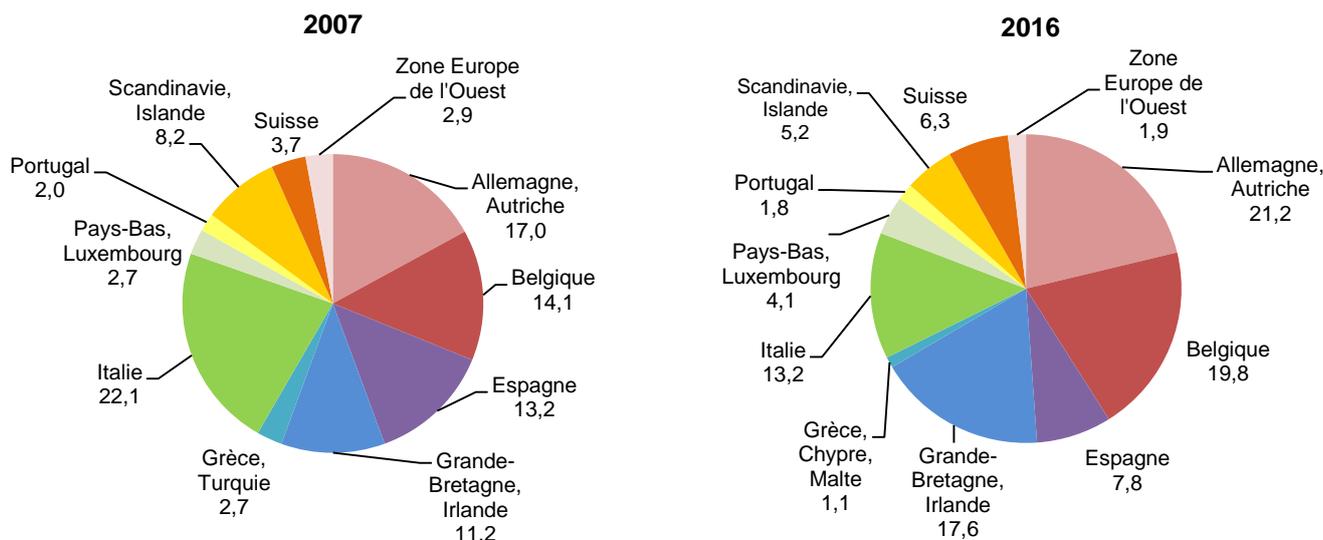
	2007	2008 <sup>1</sup>	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Allemagne, Autriche	12,8	10,9	8,8	10,2	8,6	12,0	16,6	23,0	19,2	19,4	+0,9
Belgique	10,7	10,9	7,6	8,7	7,4	8,0	12,8	13,1	15,2	18,1	+18,9
Grande-Bretagne, Irlande	8,4	6,5	3,9	5,2	7,4	8,3	6,5	9,0	10,7	16,1	+50,6
Italie	16,7	12,6	9,9	11,1	12,3	8,4	10,1	12,3	9,7	12,1	+24,7
Espagne	10,0	5,9	7,4	8,8	8,0	4,0	5,4	4,6	7,9	7,1	-9,6
Suisse	2,8	5,1	3,9	5,1	4,3	4,2	6,1	6,5	7,6	5,7	-24,0
Scandinavie, Islande	6,2	3,2	3,7	7,3	5,6	6,2	6,7	5,8	5,6	4,7	-16,1
Pays-Bas, Luxembourg	2,1	2,7	1,7	2,1	1,9	2,9	1,6	2,7	4,6	3,7	-20,0
Zone Europe de l'Ouest <sup>2</sup>	2,2	0,7	11,5	0,6	3,5	6,6	11,4	5,9	4,2	1,7	-59,8
Portugal	1,5	1,1	2,0	1,8	1,7	1,1	0,7	1,0	1,5	1,6	+4,5
Grèce, Chypre, Malte	-	1,9	2,4	1,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,7	1,0	+50,7
Grèce, Turquie	2,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>total</b>	<b>75,5</b>	<b>61,6</b>	<b>62,9</b>	<b>62,2</b>	<b>61,3</b>	<b>62,2</b>	<b>78,1</b>	<b>84,2</b>	<b>87,0</b>	<b>91,3</b>	<b>+5,0</b>

<sup>1</sup> En 2008, la zone « Grèce, Turquie » devient « Grèce, Chypre, Malte ». La Turquie a été isolée et classée dans la zone d'Europe centrale et orientale.

<sup>2</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Europe de l'Ouest.

Source : CNC-TV France International.

## Répartition des ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (%)



Source : CNC-TV France International.

### b. Europe centrale et orientale en repli, notamment en Russie et en Pologne

En 2016, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale ont baissé de 21,7% par rapport à 2015 pour atteindre 10,2 M€, représentant 5,4 % du total des ventes à l'étranger.

Malgré une forte baisse de ses achats (-28,9 %), la Pologne reste le premier marché d'Europe centrale et orientale. La zone capte 26,9 % des importations de programmes français en Europe Centrale et orientale, contre 29,6 % en 2015.

Après une année 2015 marquée par des évolutions drastiques de la réglementation devenue plus protectionniste et par une crise économique profonde, les ventes de programmes français vers la Russie, l'Ukraine et les pays de l'ex-CEI diminuent en 2016 de 15,9 %, à 2,7 M€. La zone capte 26,8 % des importations de programmes français en Europe centrale et orientale et fait quasiment jeu égal avec la Pologne. Les principaux genres sont tous en diminution, à l'exception de la fiction (+90,1 % à 0,7 M€ en 2016), comme en témoigne la vente des séries *Versailles* et *Jour Polaire* à la chaîne Channel One. L'animation reste le premier genre vendu dans la zone avec 35,1 % du total des ventes.

Les recettes en provenance de la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovaquie, autres » sont en forte baisse de 45,1 % à 0,7 M€.

A l'inverse, les exportations vers la zone « République tchèque, Slovaquie » augmentent de 28,2 % à 1,4 M€ en 2016. Les chaînes tchèques Ceska TV (chaîne publique) et Prima (chaîne commerciale) sont parmi les principaux acheteurs de programmes français de la zone.

Les ventes de programmes français en Turquie atteignent 0,9 M€ en 2016, soit une baisse de 35,7 % par rapport à 2015.

## Ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (M€)

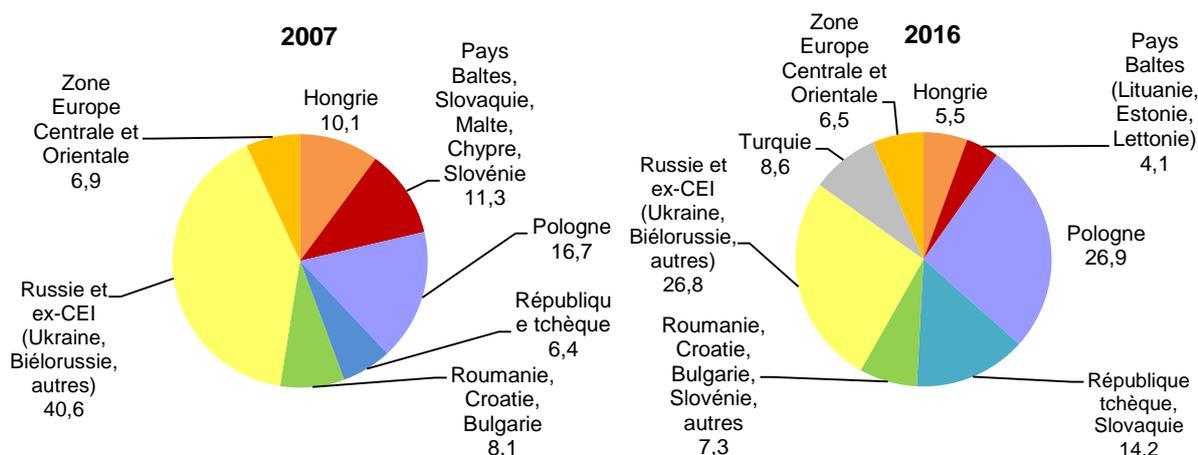
	2007	2008 <sup>1</sup>	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Pologne	1,9	1,9	1,6	1,6	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8	2,7	-28,9
Russie et ex-CEI (Ukraine, Biélorussie, autres)	4,7	2,9	3,7	5,7	6,8	7,6	4,4	6,2	3,2	2,7	-15,9
République tchèque, Slovaquie	-	1,8	1,3	1,5	1,6	1,7	2,0	1,6	1,1	1,4	+28,2
<i>République tchèque</i>	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Turquie	-	0,7	0,7	0,9	1,0	1,7	1,5	1,2	1,4	0,9	-35,7
Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres	-	1,1	1,2	1,2	1,1	1,3	1,9	1,4	1,4	0,7	-45,1
<i>Roumanie, Croatie, Bulgarie</i>	0,9	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zone Europe centrale et orientale <sup>2</sup>	0,8	0,3	1,3	0,7	0,5	2,0	1,0	0,6	0,8	0,7	-13,3
Hongrie	1,2	0,7	0,6	0,5	0,5	0,7	1,0	1,4	0,9	0,6	-35,7
Pays Baltes (Lituanie, Estonie, Lettonie)	-	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	-0,8
<i>Pays Baltes, Slovaquie, Malte, Chypre, Slovénie</i>	1,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>total</b>	<b>11,5</b>	<b>10,0</b>	<b>10,5</b>	<b>12,3</b>	<b>13,8</b>	<b>16,9</b>	<b>13,9</b>	<b>14,2</b>	<b>13,0</b>	<b>10,2</b>	<b>-21,7</b>

<sup>1</sup> En 2008, la Slovaquie est regroupée avec la République tchèque pour donner naissance à la zone « République tchèque, Slovaquie ». La Slovénie est intégrée à la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie », pour donner naissance à la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres ». Enfin, les pays Baltes sont isolés pour former une zone unique « Pays Baltes (Lituanie, Estonie, Lettonie) ».

<sup>2</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Europe centrale et orientale.

Source : CNC-TV France International.

## Répartition des ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (%)



Source : CNC-TV France International.

### c. Hausse des marchés nord-américains

En 2016, les ventes de programmes français vers l'Amérique du Nord sont en hausse (+36,7 % à 25,0 M€) et atteignent leur plus haut niveau.

Les Etats-Unis conservent leur statut de premier territoire de la zone Amérique du Nord et leur 4<sup>e</sup> place au niveau mondial en 2016, avec 14,4 M€ d'importations (+38,5 %), porté notamment par les plateformes de vidéo à la demande par abonnement, comme Netflix, Hulu et Amazon Prime Video. Cette croissance s'explique par les hausses enregistrées en animation (+61,8%) et en fiction (+55,3 %). Avec 7,7 M€ d'achats de programmes français, les Etats-Unis deviennent ainsi le premier marché pour l'animation française devant l'Allemagne.

L'animation reste le premier genre vendu, devant la fiction, avec 3,4 M€ et le documentaire (2,7 M€). Après avoir connu une forte baisse en 2015, les ventes de documentaires sont quasiment stables en 2016 (+2,1 %). Les documentaires français ont continué de trouver des

débouchés sur le territoire américain, en particulier les documentaires historiques de prestige comme *Hitler's last year* (2x52' – Cinétévé) vendu par ZED à National Geographic US et qui intéressent des groupes tels que Discovery, PBS et Smithsonian Channel, ainsi que les plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Curiosity, Hulu ou encore Amazon Prime Video.

Avec 8,5 M€ d'importations en 2016 (+7,3 %), le Canada maintient son niveau élevé d'achats. L'animation reste le premier genre vendu sur le territoire (+2,3 %) et représente 35,0 % des ventes en 2016. La fiction connaît une croissance forte de 49,8 % et représente 19,3 % des ventes en 2016 (+5,4 points). Le documentaire est quant à lui en léger recul, de 3,2%, par rapport à 2015.

#### Ventes de programmes audiovisuels français en Amérique du Nord (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Etats-Unis	6,8	4,3	4,5	5,6	5,6	9,9	8,1	13,7	10,4	14,4	+38,5
Canada	3,2	3,6	4,1	5,7	5,9	6,5	8,0	7,9	7,9	8,5	+7,3
Zone Amérique du Nord <sup>1</sup>	-	-	0,8	0,8	0,7	0,5	0,0	0,0	0,0	2,1	-
<b>Total</b>	<b>10,0</b>	<b>7,9</b>	<b>9,5</b>	<b>12,2</b>	<b>12,2</b>	<b>16,9</b>	<b>16,1</b>	<b>21,6</b>	<b>18,3</b>	<b>25,0</b>	<b>+36,7</b>

<sup>1</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Amérique du Nord.

Source : CNC-TV France International.

#### d. Asie en forte croissance : explosion en Inde, augmentation en Chine

En 2016, les ventes de programmes audiovisuels français en Asie/Océanie ont atteint 17,9 M€, soit une augmentation de 9,5 % par rapport à 2015, représentant 19,7 % du total des ventes à l'étranger.

Après une année 2015 en baisse (-10,0 %), les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taiwan » augmentent de 23,5 % en 2016, à 3,9 M€. La zone représente 21,8 % des exportations vers l'Asie/Océanie en 2016. La Chine ne cesse de monter en puissance et s'impose comme un territoire de plus en plus stratégique, notamment pour l'animation avec la vente d'*Oggy et les cafards* (270x7' – Xilam Animation) et *Paprika* (75x7' + 11x2' – Xilam Animation) à UYoung Media, de *Grabouillon* (260x6' – Blue Spirit Productions, Be Films et Sinématik), par Newen Distribution à UYoung Media également, ou encore d'un package comprenant notamment *Boule & Bill 3D* et *Les Aventures de Tintin* vendu par Mediatoon à JY China. A Taïwan, la chaîne publique PTS, qui achète de nombreux documentaires français, a fait l'acquisition de *Molang* (104x3'30" – Millimages). Au total, les ventes d'animation ont augmenté de 180,3 % en 2016 et le genre représente désormais 46,3 % des ventes dans la zone.

Avec des importations de programmes français multipliées par 8 en 2016, l'Inde devient le premier marché pour les programmes français dans la zone. Les achats atteignent 4,0 M€, soit le plus haut niveau historique. L'Inde capte 22,1 % des ventes vers la zone, soit une augmentation de 18,9 points par rapport à 2015. Sur le marché indien, les acteurs non-linéaires sont devenus des interlocuteurs incontournables, pour l'animation notamment, avec les ventes par Cyber Group Studios à Amazon Inde des trois saisons de *Zou* (156x11'), des deux saisons des *Chroniques de Zorro* (26x22') et des *Légendes de Tatonka* (52x13'), d'*Oggy et les cafards* par Xilam Animation, toujours à Amazon Inde, ou encore des *As de la jungle* (26x1' + 106x11' - Tat Productions et Master Films), par PGS Entertainment à Viacom.

La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » baisse pour la deuxième année consécutive de 18,3 % à 2,1 M€ en 2016, alors que les achats de la zone du sud-est asiatique représentaient 6,7 M€ en 2014.

Au Japon, les ventes de programmes français augmentent en 2016 de 7,4 % pour atteindre 2,3 M€. La NHK concentre ses acquisitions sur le documentaire, notamment les documentaires d'investigation en lien avec l'actualité comme *Soldats d'Allah* (90' - Takia Prod), *Etats-Unis, enfants jetables* (52' - Babel Docs) tous deux vendus par Java Films, ou encore *Frontières européennes : le business de la peur* (52' - CAPA Presse) vendu par Newen Distribution. En fiction, Mystery Channel a acquis les droits de titres d'un certain nombre de *Meurtres à...* auprès de Film & Picture.

En Corée du Sud, après une bonne année 2015, les ventes de programmes français diminuent fortement en 2016 (-45,5 % à 0,8 M€). Les chaînes coréennes, et notamment la chaîne publique KBS, se tournent davantage vers la production nationale et les sujets locaux, en particulier en matière de documentaire et d'animation, en raison notamment du volume important de production locale. Le territoire reste très fermé en matière de fiction, malgré des exceptions ponctuelles, comme en témoigne notamment la vente de la série *Trepalium* (6x52' - Kelija) à EBS.

Les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » augmentent de 45,4 % pour atteindre 2,0 M€ en 2016. Le marché est dynamique avec de nombreuses chaînes et plateformes de vidéo à la demande par abonnement mais il est tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne. Les ventes de fiction, notamment à la chaîne SBS, ont néanmoins tiré le marché vers le haut : *Les témoins* (saison 2, 8x52' - Cinétévé), *Au-delà des Murs* (3x44' - Lincoln TV) vendus par Newen Distribution. En Nouvelle-Zélande, c'est la chaîne Rialto Channel qui a acheté les deux saisons du *Bureau des légendes* (20x52' – Federation Entertainment et The Oligarchs Productions) à Federation Entertainment, ainsi que la série *Section Zéro* (8x52' – EuropaCorp Télévision) à StudioCanal.

Les ventes multi-territoires de programmes français en Asie diminuent de 24,6 % à 2,9 M€ en 2016.

#### Ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (M€)

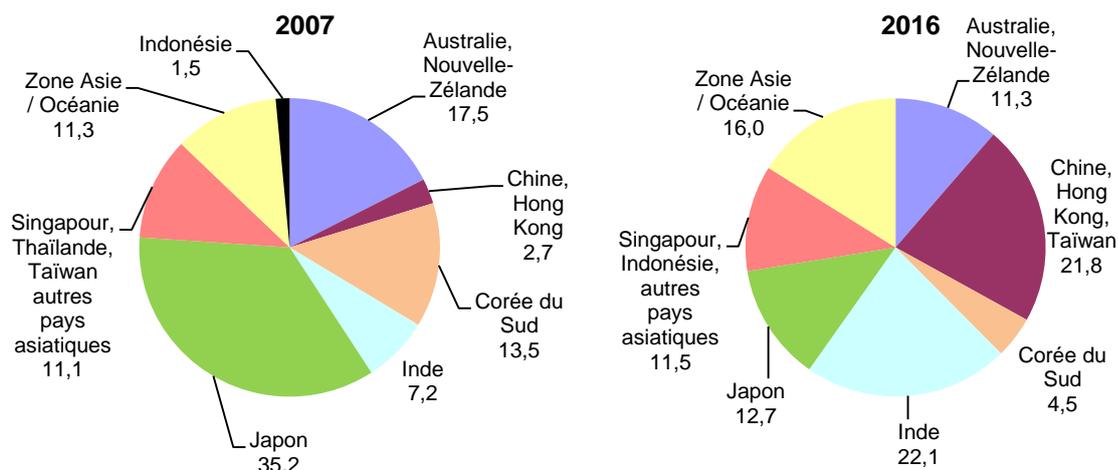
	2007	2008 <sup>1</sup>	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Inde	0,4	0,6	0,1	0,6	0,5	1,0	0,7	0,5	0,5	4,0	+722,7
Chine, Hong Kong, Taïwan	0,0	0,6	2,1	2,2	3,1	5,1	2,6	3,5	3,2	3,9	+23,5
Chine, Hong Kong	0,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Zone Asie / Océanie <sup>2</sup>	0,7	0,2	0,6	1,1	1,6	2,9	1,6	1,1	3,8	2,9	-24,6
Japon	2,2	1,5	1,9	2,0	2,2	3,1	1,8	2,6	2,1	2,3	+7,4
Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques	0,0	0,9	1,3	2,2	3,8	2,9	3,0	6,7	2,5	2,1	-18,3
Singapour, Thaïlande, Taïwan, autres pays asiatiques	0,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Indonésie	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Australie, Nouvelle-Zélande	1,1	1,0	2,1	1,2	1,9	1,9	2,5	2,2	1,4	2,0	+45,4
Corée du Sud	0,8	0,6	0,5	0,9	1,2	1,5	0,9	0,8	1,5	0,8	-45,5
<b>total</b>	<b>6,2</b>	<b>5,2</b>	<b>8,6</b>	<b>10,2</b>	<b>14,3</b>	<b>18,4</b>	<b>13,1</b>	<b>17,5</b>	<b>15,0</b>	<b>17,9</b>	<b>+19,7</b>

<sup>1</sup> En 2008, l'Indonésie est intégrée à la zone « Singapour, Thaïlande, Taïwan, autres pays asiatiques » et devient la zone « Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques ». Taïwan est intégré à la zone « Chine, Hong Kong ».

<sup>2</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Asie / Océanie.

Source : CNC-TV France International.

### Répartition des ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (%)



Source : CNC-TV France International.

#### e. Baisse en Afrique

En 2016, l'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain atteint 6,8 M€ (-3,0 % par rapport à 2015), représentant 3,6 % des ventes de programmes français dans le monde (-0,7 point).

La baisse affecte aussi bien l'Afrique francophone (-12,3 %) qu'anglophone (-12,4 %). Néanmoins les ventes de documentaires progressent fortement de 43,9 %. Ainsi, la RTI en Côte d'Ivoire a acquis plusieurs centaines d'heures de séries documentaires auprès d'ARTE France ou de Prime Entertainment Group portant sur l'art de vivre, le design, l'architecture, la science, la musique, etc. Pour la première année, ont été déclarées des ventes multi-territoires à l'échelle de l'ensemble du continent, à hauteur de 0,7 M€, soit 10,1 % des ventes totales à destination de l'Afrique. A noter l'intérêt du groupe chinois StarTimes pour des programmes français, pour son bouquet de chaînes disponibles dans près d'une trentaine de pays et qui a par exemple fait l'acquisition de *No Limit* (22x52'-EuropaCorp Télévision) ou de la série animée *Fée coquille* (78x7' - Les Armateurs, Maybe Movies) auprès de TF1 Studio.

Au global, la zone demeure assez faible pour les programmes français, avec des prix très bas. Par ailleurs, la concurrence se renforce pour la vente de programmes français du fait de l'investissement de quelques groupes notamment français (comme Lagardère ou Canal+) dans le développement de la production locale.

#### f. Diminution des ventes au Moyen-Orient

En 2016, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse de 22,2 % à 4,4 M€.

Les chaînes comme MBC Al-Arabiya et Al Jazeera demeurent intéressées par des documentaires historiques, de prestige ou « Current affairs », dont les achats ont augmenté de 20,8 % dans la zone. Le documentaire *Algérie* de Yann Arthus-Bertrand (90' – Hope Production) a notamment été vendu par CALT Distribution à une chaîne multi-territoires. L'animation connaît une hausse de 33,1 %, avec par exemple la vente d'*Alvinnn !!! et les Chipmunks* (104x11' – Bagdasarian Production et OuiDo ! Production) par PGS Entertainment à Spacetoon. Les autres genres sont quant à eux en baisse.

### **g. Diminution de l'Amérique latine**

En 2016, pour la quatrième année consécutive, les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine diminuent de 13,3 % à 3,7 M€.

Cette baisse s'explique par un fort recul de l'Argentine pour la quatrième année consécutive (-38,8 %). Le marché mexicain est en baisse de 6,3 %, également pour la quatrième année, alors que les achats de programmes français augmentent de 2,5 % à 1,1 M€ au Brésil. En 2016, le Brésil représente 30,6 % des ventes vers la zone.

Le premier genre à être vendu demeure l'animation et représente 40,2 % des ventes, malgré une baisse des achats de 25,9 %. Les raisons de cette nouvelle baisse des importations restent les mêmes que les années précédentes : une économie en crise, des acteurs publics avec lesquels les échanges n'ont pas encore repris et la concurrence accrue des filiales de production locales de groupes de média nord-américains.

Si les ventes effectuées directement auprès des diffuseurs nationaux peuvent s'avérer complexes, les réseaux latino-américains, comme Direct TV South America ou Discovery Kids Latin America, jouent toujours un rôle important dans la diffusion des programmes français, notamment d'animation, comme en attestent les ventes de *La Petite école d'Hélène* (52x13' – Superprod et Muse Entertainment) par Superights à Discovery Kids Latin America, ainsi que de *Magic* (26x23' – Xilam Animation) et *Martin Mystère* (66x22' – Marathon Média et Image Entertainment inc.) à Blim. Les ventes multi-territoriales à l'échelle de l'Amérique latine restent à un niveau élevé à 2,0 M€ et représentent 53,7 % du total, même si elles sont en baisse de 17,8 % en 2016.

### **h. Forte hausse des ventes de droits Monde**

Les droits mondiaux sont en très forte hausse (+112,6 %) et représentent 15,8 % des achats de programmes français dans le monde en 2016. Ces droits mondiaux font l'objet d'une catégorie distincte depuis 2015 dans cette étude mais ne sont ventilés par genre que depuis 2016.

69,0 % de ces droits mondiaux sont des droits télévisuels (incluant la télévision de rattrapage), le reste correspondant aux droits mondiaux de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA). Dans les deux cas, le premier genre bénéficiaire de ces nouvelles pratiques est l'animation, qui représente 77,8 % des ventes de droits mondiaux TV et 58,3 % des ventes de droits mondiaux de vidéo en ligne. 71,0 % des achats de droits mondiaux de programmes de fiction sont destinés à la VàD/VàDA. Parmi les achats monde significatifs de l'année, la série d'animation *Gigantosaurus* a été achetée Disney Junior. En fiction, la série *Au service de la France* (12x26' - Mandarin Television) a été vendue par About Premium Content à Netflix Monde en 2016, tout comme la mini-série *En Immersion* (3x52' - Mascaret Films pour Arte).

## B. Analyse des ventes par genre de programmes

En 2016, les ventes de programmes audiovisuels français sont en forte hausse dans le secteur de l'animation (+48,1 %). En hausse quasi constante depuis 2008, elles ont doublé en 5 ans. Le genre représente 39,6 % des recettes totales (+8,8 points). Redevenue le deuxième genre à l'export depuis 2014, la fiction française a vu ses ventes augmenter de 20,8 % et représente 26,3 % des exportations totales (+1,3 point). A l'inverse, les ventes de programmes documentaires diminuent de 5,4 % et leur poids dans le total des ventes passe de 22,6 % à 18,5 %. De même, les ventes de formats diminuent de 15,4 % (10,2 % du total) et celles d'information / divers de 32,0 %.

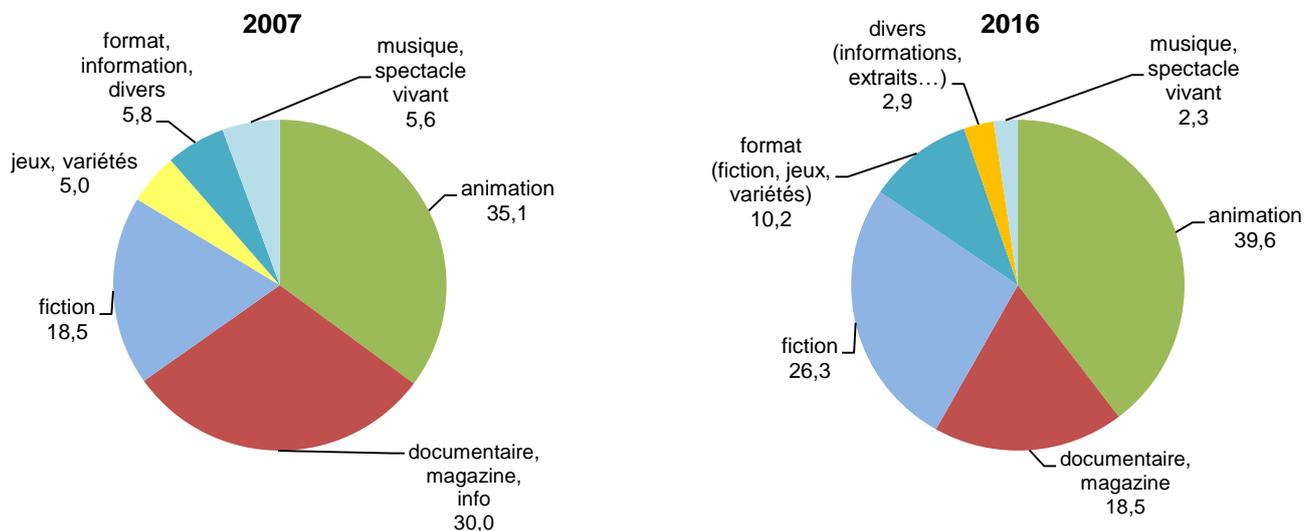
### Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2007	2008 <sup>1</sup>	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Animation	40,5	27,1	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	+48,1
Fiction	21,3	23,7	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	+20,8
documentaire, magazine	-	25,3	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	-5,4
documentaire, magazine, info	34,6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
format (fiction, jeux, variétés)	6,7	11,4	16,4	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	-15,4
divers (information, extraits...)	-	2,7	2,9	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	-32,0
jeux, variétés	5,7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
musique, spectacle vivant	6,4	6,9	4,4	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	+3,5
<b>Total</b>	<b>115,3</b>	<b>97,1</b>	<b>100,4</b>	<b>105,6</b>	<b>110,6</b>	<b>127,0</b>	<b>137,1</b>	<b>153,8</b>	<b>164,2</b>	<b>189,1</b>	<b>+15,2</b>

<sup>1</sup> En 2008, la répartition des genres a été modifiée, afin de différencier les ventes de formats des ventes d'information et d'extraits.

Source : CNC-TV France International.

### Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par genre (%)



Source : CNC-TV France International.

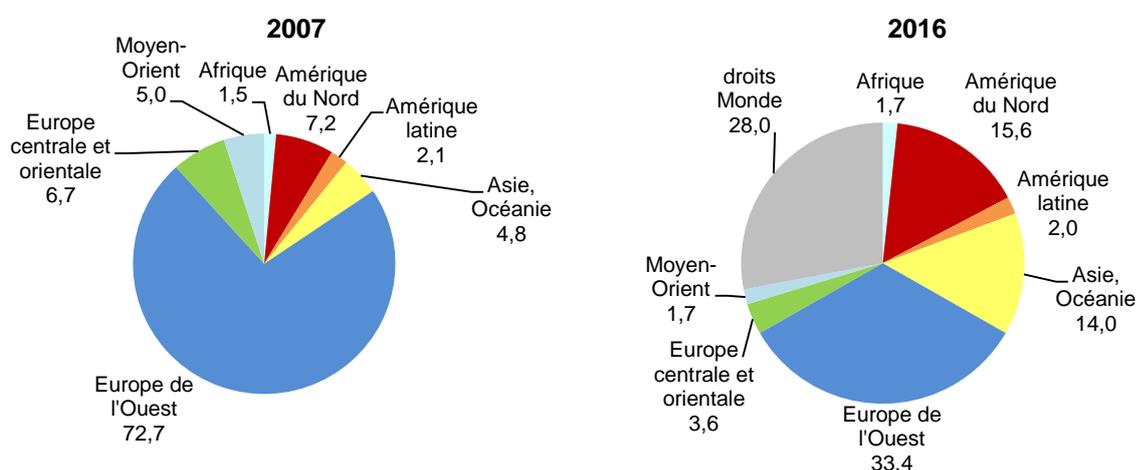
### a. Hausse des ventes d'animation

En 2016, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger progressent fortement (+48,1 %) à 75,0 M€. La part du genre atteint 39,6 % des ventes totales (contre 30,8 % en 2015). Il s'agit du plus haut niveau historique jamais atteint depuis le début du suivi statistique par genre en 1999. Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la France est le premier producteur d'animation européen et le troisième mondial en volume sur la période 2010-2014, ainsi que le troisième exportateur mondial.

Forts d'une production reconnue mondialement, les distributeurs français ont su optimiser le potentiel d'export des séries d'animation anciennes comme nouvelles.

Les plateformes de vidéo à la demande représentent un enjeu toujours plus important pour l'animation française et les ventes de droits Monde ont très fortement augmenté en 2016. Par ailleurs, la tendance observée depuis plusieurs années du raccourcissement de la durée des épisodes de série d'animation se confirme. Le format de 7-8 minutes prend plus d'importance sur le créneau préscolaire notamment.

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



Source : CNC-TV France International.

Les exportations de programmes d'animation en Europe de l'Ouest sont à la hausse en 2016 à 25,1 M€ (+23,5 %), mais le poids de la zone dans les ventes total du genre est encore en diminution. L'Europe de l'Ouest représente 33,4 % du total contre 40,1 % en 2015 et 59,6 % en 2014. Malgré des achats en baisse (-22,8 %), l'Allemagne reste le premier acheteur européen d'animation pour les distributeurs français devant l'Italie, dont les achats sont en également légère baisse (-2,2 %). La série d'animation *Sonic Boom* s'est vendue en Allemagne, tout comme *Les Minijusticiers* en Italie à la chaîne Nickelodeon. En Espagne, les ventes ont augmenté de 85,2 % et les chaînes historiques continuent à acheter des programmes français, comme RTVE qui a acquis les trois saisons des *P'tits Diables* (130x12' – Futurikon) et *Zip Zip* (52x13' – Go-N Productions), pour une diffusion sur sa chaîne jeunesse, Clan.

Les ventes d'animation française en Amérique du Nord sont en très forte progression de 76,6 % à 11,7 M€. La zone représente désormais 15,6 % des ventes totales d'animation (+2,5 points) et devient le deuxième territoire d'exportation pour l'animation française en 2016. Aux Etats-Unis, les ventes augmentent de 61,8 %, faisant du pays, pour la première fois, le premier marché pour l'animation française en 2016, avec des ventes comme celle du *Ollie & Moon*

*Show* (52x11' - Federation Kids & Family et Cottonwood Media) à Sprout (NBCUniversal), ou des ventes auprès de plateformes de vidéo en ligne, comme *Les Chroniques de Zorro* (26x22') vendu par Cyber Group à Hulu (saisons 1 et 2) ou *Trotro* (78x3'30" – Storimages et 2 Minutes), vendu par Mediatoon à Kidjo TV.

Les ventes d'animation en Asie / Océanie sont en forte hausse de 48,3 % à 10,5 M€ en 2016. Néanmoins, avec 14,0 % des achats de l'animation française, la zone est dépassée par l'Amérique du Nord. La croissance en Asie / Océanie est marquée par l'essor du marché indien qui devient un territoire à fort enjeu pour l'animation française. De plus les acteurs non linéaires prennent de l'importance avec Amazon Inde, l'offre Voot de Viacom ainsi que celle de Sony par exemple. Alors que les territoires japonais et sud-coréens sont difficiles en raison de la grande capacité de production nationale, certains titres trouvent ponctuellement une place sur les grilles des diffuseurs, avec par exemple *Mirette* (52x11' - Cyber Group Studios) diffusé sur Disney au Japon.

Les ventes en Chine croissent fortement, portées notamment par les accords cadre signés par Cyber Group et WeKids portant sur *Zou* (156x11'), *Les Chroniques de Zorro* (26x22') et *Mini Ninjas* (52x11'), entre UYoung et Xilam Animation portant sur *Oggy et les cafards* (saisons 2 à 5), *Paprika* et *Si j'étais un animal* (52x5'), ou entre Mediatoon et JY China pour une centaine d'heures dont *Boule et Bill*, *Les aventures de Tintin*, *Miru Miru*, *Taratabong*, ou encore par la vente de la série d'animation *Grabouillon* (5 saisons) qui a été achetée auprès de Newen Distribution, via une société de distribution chinoise. L'Australie est une zone plus difficile à pénétrer pour les vendeurs français car les achats se portent davantage vers les programmes anglo-saxons et asiatiques.

En Europe centrale et orientale, les ventes d'animation sont en baisse de 42,7 % à 2,7 M€ en 2016. La zone est à l'origine de 3,6 % des importations d'animation française en 2016, contre 9,2 % en 2015. En Russie notamment, les achats sont en baisse de 36,0 % à 1,0 M€. La série *Boule et Bill 3D* a été vendue par Mediatoon à la chaîne russe Channel One.

En 2016, les ventes d'animation en Amérique latine diminuent de 25,9 % à 1,5 M€. En raison des crises économiques au Brésil et en Argentine, de nombreuses chaînes gratuites ont moins acheté de programmes jeunesse et ont transféré leur case jeunesse sur des plateformes non linéaires. Les ventes se font davantage avec les chaînes pan-américaines, comme pour les principaux autres genres audiovisuels.

Au Moyen-Orient, les ventes de programmes d'animation français sont en hausse de 33,1 % à 1,3 M€.

Le marché de l'animation bénéficie de l'explosion des ventes de droits mondiaux qui passent de 7,8 M€ à 21,0 M€, soit près de trois fois plus en un an. Ces ventes représentent désormais 28,0 % des ventes totales d'animation française (+12,6 points). La série *Gigantosaurus* a notamment été vendue sur la zone monde à Disney Junior, alors que les droits monde de *Zig & Sharko* (156x7' et 52x26' – Xilam Animation) ont été acquis par Netflix.

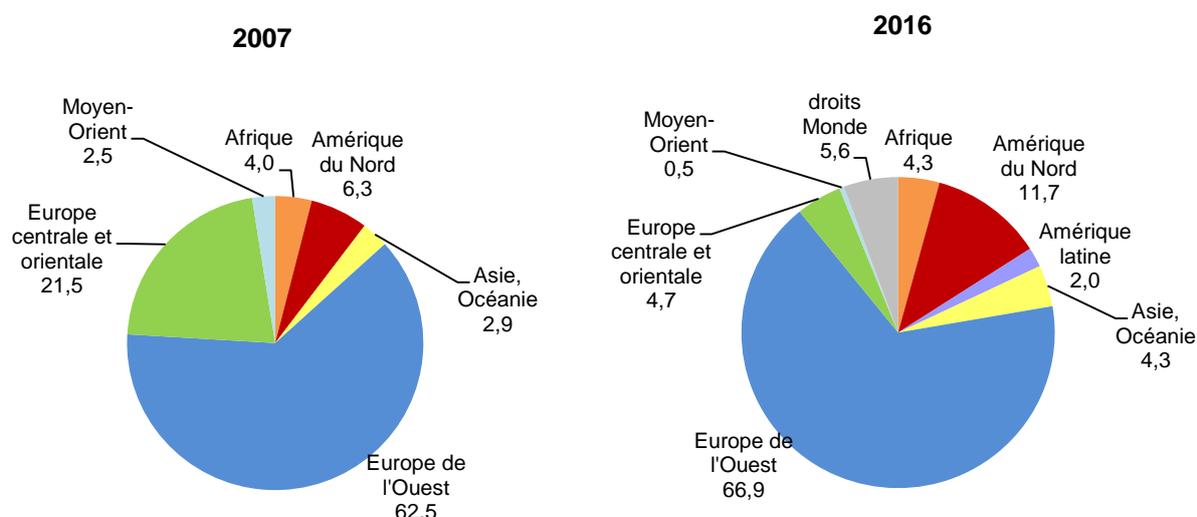
## **b. Hausse des ventes de fiction**

En 2016, pour la sixième année consécutive, les ventes de fiction française à l'international enregistrent une nette progression de 20,8 %, à 49,8 M€. L'Europe de l'Ouest demeure la

première zone d'exportation pour la fiction française, représentant 66,9 % des ventes en 2016, contre 75,7 % en 2015. Le poids du genre est en légère hausse de 1,2 point en 2016 (26,3 %).

Les performances à l'export du genre ne se démentent pas. Les grandes marques continuent de se vendre, comme par exemple les séries *Candice Renoir*, ou *Les petits meurtres d'Agatha Christie* (Escazal Films), vendues par Francetv Distribution dans 80 territoires, tout comme les séries plus anciennes et fédératrices comme *Joséphine Ange Gardien* (81x90' - DEMD Productions et TF1). Par ailleurs, la tendance se confirme en ce qui concerne les séries originales ou de prestige comme en attestent les ventes des nouvelles saisons du *Bureau des Légendes* (22x52' - The Oligarchs Productions, Federation Entertainment) ou de *Versailles*. Le 52 minutes demeure le format de fiction qui se vend le plus souvent à l'étranger.

### Répartition des ventes de fiction française par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

En 2016, les ventes de fiction en Europe de l'Ouest progressent de 6,7 % à 33,3 M€ et la zone reste le principal marché à l'export pour la fiction française. La zone germanophone (Allemagne + Autriche) demeure le premier acheteur de fiction française à 9,7 M€ devant la zone Royaume-Uni / Irlande, dont les achats ont augmenté de 259,1 % à 9,2 M€. Les territoires anglo-saxons achètent essentiellement des séries originales et de prestige comme *Versailles* ou *Le Bureau des Légendes*. La fiction française trouve également des débouchés sur les marchés du Sud de l'Europe. Ainsi, les achats en Italie progressent de 34,2 % en 2016, portés par les ventes de séries familiales ou de programmes tels que *Candice Renoir* ou *Nina* (28x52' - Barjac Production) sur Fox Life. Le marché espagnol est difficile en raison du volume de production locale sur les chaînes gratuites et de la forte pénétration des séries américaines, qui laissent peu de place à la fiction européenne. Malgré une baisse des ventes de 69,6 % en Espagne en 2016, *Joséphine Ange Gardien* a de nouveau été achetée et *Les témoins* (14x52' - Cinétévé) réalise par ailleurs de beaux succès d'audience sur la chaîne Cuatro.

Les ventes de fiction française en Amérique du Nord atteignent 5,8 M€, ont presque été multipliées par deux par rapport à 2015 (+98,1 %), retrouvant leur niveau exceptionnel de 2014. La zone représente désormais 11,7 % des ventes totales (+4,6 points). Malgré la concurrence locale très forte, l'intérêt se maintient aux Etats-Unis pour des séries françaises originales comme *Versailles*, vendu à Netflix et Ovation TV, ou encore *Au-delà des murs* (3x45' - Fidélité

TV), acheté à Newen Distribution par AMC Networks USA pour son service de streaming de films d'horreur, Shudder. Au Canada, les ventes sont en hausse de 49,8 %. Francetv Distribution y a notamment vendu les trois premières saisons de *Parents mode d'emploi* (40x7' + 462x3' – Elephant Story).

Les ventes de fiction française en Europe centrale et orientale diminuent de 2,7 % à 2,3 M€. La zone montre de nouveau un intérêt assez faible pour la fiction française, en raison notamment de la diffusion de très nombreux programmes turcs depuis quelques années. Ces territoires achetaient de nombreuses fictions historiques alors que l'offre française en la matière s'est raréfiée. Mais la télévision payante en Europe de l'Est reste un enjeu fort pour les distributeurs français. La Russie est un marché instable en raison du contexte géopolitique et économique, mais aussi de l'interdiction de la publicité sur les chaînes payantes. Les achats vers la Russie ont néanmoins progressé de 90,1 % et Channel One reste un interlocuteur important et a acheté les nouvelles saisons de *Versailles* et des *Témoins* en 2016, mais également la série d'anticipation *Section Zéro*. En Pologne, c'est NBC Universal qui a acquis les droits de la première saison des *Témoins*.

Les ventes de fiction française en Asie / Océanie sont en forte hausse de 66,8 % à 2,1 M€ en 2016. La zone représente 4,3 % des ventes totales (+1,2 points). La série française *Trepalium* a ainsi trouvé preneur en Corée du Sud et en Australie.

Après une année 2015 exceptionnelle, les ventes de fiction en Afrique se maintiennent à 2,1 M€ (+1,9 %).

En Amérique latine, les ventes de fiction progressent de 6,7 % en 2016 à 1,0 M€.

Les ventes de droits Monde atteignent 2,8 M€, représentant 5,6 % du total des ventes à l'étranger en 2016, soit la troisième source de recettes pour la fiction française à l'international. Les ventes de droits Monde sont effectuées très majoritairement à des plateformes de vidéo à la demande par abonnement, comme la première saison de *Dix pour cent* (6x52' – Mon Voisin Productions, Mother Production et Ce qui me meut), vendue par TF1 Studio à Netflix Monde.

### c. Baisse des exportations de documentaire

Les ventes de documentaire français à l'international diminuent de 5,4 % et atteignent 35,1 M€ en 2016, tout en restant au deuxième plus haut niveau depuis 10 ans. Le genre capte 18,5 % des recettes, contre 22,6 % en 2015, dans un contexte international difficile : concurrence exacerbée, transfert des cases vers le non-linéaire et les chaînes thématiques et baisse des tarifs d'acquisition.

Malgré des difficultés dans certains territoires, les ventes de documentaires français restent importantes pour certains genres, comme l'Art/Culture et l'Art de vivre et certaines enquêtes internationales comme *Mer de Chine, la guerre des archipels* (52' - TS Productions, vendu par DocFilm). Il en va de même pour les sujets d'actualité ou géopolitiques, dont sont preneurs les chaînes publiques européennes, par exemple *Erdogan, l'ivresse du pouvoir* (55' - Alegria Productions et ARTE G.E.I.E.). Bien que la concurrence soit particulièrement forte, les diffuseurs étrangers sont toujours à la recherche de documentaires de niche et de programmes « Current affairs » forts comme *Le Studio de la terreur* (90' - Capa Presse) vendu par Newen

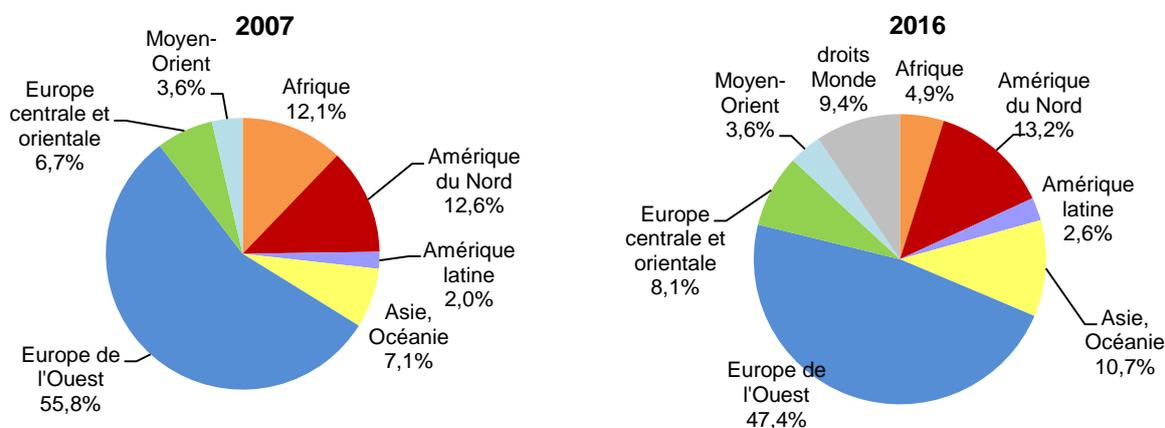
Distribution dans 130 pays et territoires, dont Discovery Networks Italie et Asie, mais aussi *Cargos, la face cachée du fret* (60' – La Compagnie des Taxi-Brousse), vendu par About Premium Content en Italie (Rai), Belgique (RTBF, Mediaaan), Autriche (ORF), à Hong Kong (TVB), au Danemark (DR), en Finlande (YLE), Pologne (NC+/Planète), etc.

Les documentaires scientifiques restent un genre prisé sur le marché international, mais l'offre française est sous-représentée par rapport à ses concurrents anglo-saxons (BBC, PBS, etc.). Les trop rares titres français connaissent un succès important, comme en attestent ceux de *Rêver le futur* (20x52', Update Productions et Bonne Pioche Télévision), vendu par About Premium Content à Mediaset (Italie), Servus TV (Allemagne et territoires germanophones), en Espagne, au Portugal, en Corée du Sud, à Hong Kong, en Russie, au Canada, etc. Le documentaire historique jouit d'une très bonne réputation à l'international, notamment l'histoire du XX<sup>e</sup> siècle avec les nombreuses ventes d'*Apocalypse Verdun* (2x45' et 1x90' - CC&C Clarke Costelle & Cie), distribué par Francetv Distribution et vendu à Nat Geo, SVT en Suède ou encore Discovery US. Le documentaire historique produit par la Compagnie des Phares et Balises *Le Monde sous les bombes - De Guernica à Hiroshima* (90') s'est également bien vendu, du Canada à l'Australie, en passant par le Moyen-Orient et l'Europe de l'Ouest.

Le format privilégié par les chaînes historiques reste l'unitaire, alors que la série documentaire de 52 minutes trouve plus de débouchés sur les chaînes thématiques.

Les grandes plateformes mondiales de vidéo à la demande par abonnement sont difficiles à conquérir mais de nombreuses plateformes locales et plus petites peuvent prendre le relais, faisant de la vidéo par abonnement une source de plus en plus importante de revenus.

### Répartition des ventes de documentaire français par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

En 2016, l'Europe de l'Ouest reste le premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux, avec des achats en baisse (-10,2 %) et une part de marché en recul de 2,5 points à 47,4 %. La plupart des territoires clés cependant sont en progression.

La Belgique reste le premier acheteur de la zone avec une hausse de ses acquisitions de 21,9 % à 4,7 M€. Les achats sont également en progression dans la zone germanophone (+37,1 % à 3,4 M€) et en Italie (+12,9 %). La progression est également particulièrement importante en Espagne (+22,2 %), faisant du documentaire le deuxième genre le plus vendu dans le pays en 2016. Les chaînes publiques restent les principaux clients, comme en attestent les ventes d'*Après Hitler* (2x45' – Cinétévé), *Cargos, la face cachée du fret* à Rai1, *Duels*

(16x52) vendu par Balanga à la ZDF, ou encore *La fabuleuse histoire du singe Canelle* (52' – ZED Production) vendu par ZED à Rai3 et RUV (Islande). Les chaînes payantes sont également des clients fidèles, comme Sky Arte en Italie et les chaînes d'informations et la chaîne VOX en Allemagne qui propose une longue soirée documentaire. En Espagne, RTVE a acheté la série *Paris – Berlin, destins croisés* (4x52' - ARTE France, Iliade productions, les films de l'Odyssée) vendue par Terranoa. L'Irlande recommence également à acheter des documentaires, via RTE. Les ventes sont néanmoins en recul en Suisse (-27,4 %), en Scandinavie (-12,7 %) et au Royaume-Uni (-5,8 %).

Les ventes de documentaires en Amérique du Nord diminuent de 33,7 % à 4,6 M€ en 2016. Comme dans d'autres zones du monde, des ventes peuvent néanmoins se faire quand il s'agit d'unitaires de prestige ou événementiels comme *Usain Bolt: The Fastest Man Alive* (60' - Leiblang Productions et Elephant Doc) vendu par Banijay Rights à Netflix US, *Picasso, l'inventaire d'une vie* (52' - GEDEON Programmes, ARTE France, Welcome, RMN Grand Palais et AVRO), vendu par Terranoa à Ovation, ou encore *Un monde en plis - Le code origami* (52' - La Compagnie des Taxi-Brousse, Fact+Film, Leonardo Film et 3sat), vendu par Lucky You à PBS. Au Canada francophone, les ventes se font plus rares, la chaîne Télé Québec ayant par exemple quasiment fermé sa case Société et diminué fortement ses achats de programmes Art/Culture.

En Asie, les ventes de documentaires français baissent de 12,7 % pour atteindre 3,8 M€ en 2016. De manière générale, les pays de la zone sont preneurs des programmes mode, art et culture. Au Japon, la NHK et dans une moindre mesure Nippon Television restent des partenaires privilégiés, en particulier pour des programmes liés à l'Actualité ou au Mode de vie. En Corée du Sud, les ventes sont plus compliquées, le pays se tournant davantage vers la production nationale. Le territoire chinois a particulièrement décollé en 2016 grâce aux plateformes de vidéo à la demande par abonnement. Le marché australien, en revanche, est en recul notamment à cause du changement de stratégie de la deuxième chaîne SBS, mais il faut signaler les ventes à Foxtel en Australie, par Wide House, de *Je ne suis pas votre nègre* (95' - Velvet Films et Arte France) et d'un package incluant *Illustre et inconnu – Comment Jacques Jaujard a sauvé le Louvre* (57' – Ladybirds Films).

En Europe centrale et orientale, les achats de documentaires connaissent une forte diminution en 2016 (-31,7 % à 2,8 M€), soit une part de marché en baisse de 3,1 points à 8,1 % des ventes totales. Les ventes diminuent de 25,7 % en Russie, toujours soumise à une situation économique difficile.

Les ventes en Afrique augmentent fortement de 43,9 % à 1,7 M€ et représentent 4,9 % des ventes mondiales (+1,7 point).

Au Moyen-Orient, les ventes de documentaires français sont en hausse de 20,8 % à 1,3 M€.

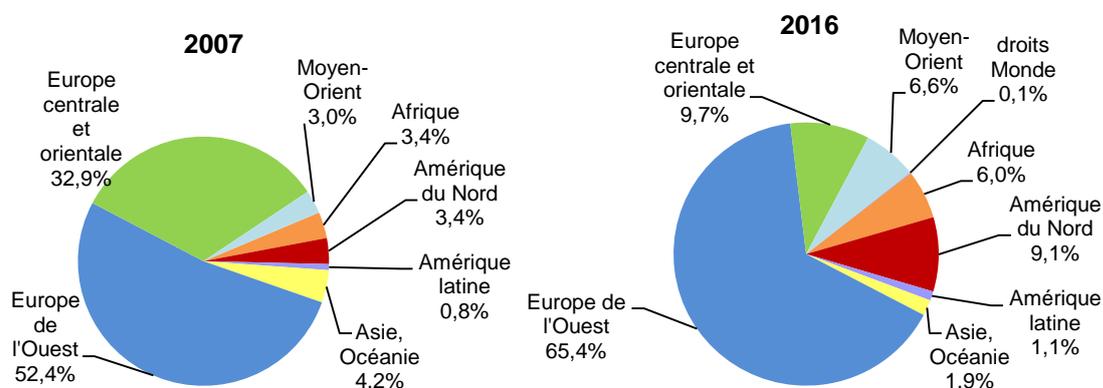
L'Amérique latine augmente ses achats de documentaires français de 5,3 % à 0,9 M€. Le marché latino-américain reste difficile d'accès, et les prix y demeurent particulièrement faibles.

Les ventes de droits Monde représentent 3,3 M€, soit 9,4 % des exportations mondiales de documentaires français.

#### d. Baisse de la vente de formats, hausse du spectacle vivant

Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en baisse (-15,4 %), à 19,4 M€ en 2016. Le format représente 10,2 % du total des ventes, soit une baisse de 2,7 points par rapport à 2015. La vente de formats est habituelle dans certains genres car elle permet d'offrir une version locale d'un programme ayant fait ses preuves sur son territoire domestique. C'est notamment le cas des programmes de divertissement, qui peuvent aussi se vendre en l'état (« ready made »). Pour la fiction, les formats courts participent de la vitalité de la vente de formats, avec notamment des programmes comme *Caméra Café*, vendu par CALT Distribution en Italie, *Bref*, vendu par Lagardère Studios Distribution, ou encore *Guess my age*, vendu par Vivendi Entertainment, déjà adapté en Allemagne, République tchèque, Hongrie, Slovaquie et Autriche, bientôt lancé en Italie et Russie, et également optionné en Scandinavie, aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Inde, en Australie, en Nouvelle-Zélande et en Espagne.

#### Répartition des ventes de formats français par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

En Europe de l'Ouest, premier territoire d'exportation pour les formats, les ventes sont en baisse de 14,8 %. Néanmoins, la Belgique a augmenté ses achats de 55,6 % à 3,5 M€, avec les formats de la société H2O Productions commercialisés par Banijay Rights. Les ventes en Italie (+29,2 % à 1,3 M€) et en Espagne (+7,6 % à 1,3 M€) sont également en hausse.

Deuxième zone de destination des ventes de formats, l'Europe centrale et orientale est à l'origine de 9,7 % des achats de formats français en 2016. Si la Russie continue de réduire ses achats avec une baisse de 24,4 % à 0,2 M€, les ventes vers la zone augmentent de 13,7 %. En République tchèque, le format du jeu *Fort Boyard* a été vendu par Banijay Rights à la chaîne Prima. La Slovénie, quant à elle, a fait l'acquisition du format du jeu *Slam* (Effervescence) et de celui de la série *Nos Chers voisins*.

Les ventes de formats français en Amérique du Nord augmentent de 11,5 % à 1,8 M€ en 2016, et se concentrent essentiellement sur le territoire canadien (+ 3,1 % à 1,5 M€).

Les ventes de formats français au Moyen-Orient sont en baisse de 25,4 % à 1,3 M€.

Les achats de l'Asie et de l'Océanie sont en forte diminution de 73,0 % à 0,4 M€.

Les ventes de la catégorie « divers », qui comprennent notamment les programmes d'information et les extraits, diminuent de 32,0 % à 5,5 M€.

En 2016, les exportations de programmes musicaux et de spectacle vivant augmentent de 3,5 % à 4,4 M€.

## **C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels**

### **a. Les nouveaux supports de diffusion (VàD, mobile, TVIP)**

Dans cette étude, sont considérés comme nouveaux supports de diffusion tous les nouveaux moyens de communication des programmes autres que les chaînes de télévision traditionnelles, qu'elles soient hertziennes, diffusées par câble, satellite ou ADSL.

Avec 22,0 % des recettes d'exportation en 2016 (11,3 % en 2015), les revenus issus de l'exploitation des programmes français sur les nouveaux médias à l'étranger sont en forte progression. Les revenus de la vidéo à la demande à l'international doublent pour atteindre 20,4 % en 2016.

Les plateformes de vidéo à la demande deviennent des acteurs de plus en plus incontournables pour les programmes français, en particulier l'animation. Dans ce secteur tout particulièrement, les ventes à ces plateformes peuvent représenter entre 1/3 et 2/3 du chiffre d'affaires annuel à l'export de certaines sociétés. Elles permettent également de pénétrer des territoires jusqu'alors hermétiques aux programmes non-anglophones. Les plateformes dédiées à des genres particuliers se multiplient, tout comme les plateformes régionales. Seuls deux acteurs de poids ont une stratégie mondiale aujourd'hui (Amazon et Netflix). Les plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Netflix aux Etats-Unis proposent toujours des tarifs significatifs, même si la multiplication des critères à prendre en compte (fenêtres d'exploitation, concurrence locale, etc.) compliquent parfois la pratique contractuelle et par là-même les négociations.

En baisse depuis 10 ans, les recettes du marché de la vidéo physique sont en légère augmentation en 2016 à 4,5 % des recettes tous droits confondus, en raison de quelques ventes exceptionnelles qui se concentrent sur certains territoires (Allemagne, Royaume-Uni, Belgique, Etats-Unis).

### **b. Autres revenus**

Bien que les recettes en matière de merchandising, de ventes de droits sportifs et de diffusion de chaînes françaises à l'étranger (ventes de signal et extension des licences : Mezzo ou Gulli dans toute l'Europe, en Russie ou en Afrique) ne soient pas pris en considération dans cette étude, elles peuvent représenter néanmoins d'importants revenus dans certains cas.

### III. L'évolution des préventes et coproductions internationales

#### Chiffres clés

##### Les financements étrangers de la production audiovisuelle française en 2016



147,2 M€ de financements étrangers (préventes + coproductions)

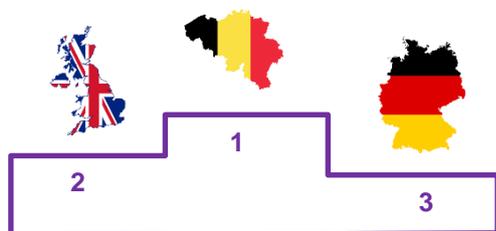


71,2 M€ de préventes (+93,6 %)  
76,0 M€ de coproductions (+40,5 %)



Volume de programmes audiovisuels français financés par des capitaux étrangers (+3,1 points)

##### Les principaux partenaires de la France en préventes et coproductions en 2016



n°1 : Belgique (27,0 M€ de flux financiers)  
n°2 : Royaume-Uni (23,9 M€ de flux financiers)  
n°3 : Allemagne (20,1 M€ de flux financiers)

Ces trois pays concentrent 48,2 % du volume total de financements étrangers.

En 2016, les financements étrangers dans la production audiovisuelle française (apports en coproduction et préventes confondus) sont en forte hausse à 147,2 M€ (+62,0 % par rapport à 2015), soit leur résultat le plus haut depuis 10 ans. Cette augmentation est essentiellement due à celle des préventes à l'étranger qui doublent pour atteindre un résultat historique de 71,2 M€ en 2016 (+93,6 % par rapport à 2015) tandis que les apports en coproduction augmentent eux aussi de 40,5 % à 76,0 M€, soit le deuxième résultat le plus haut depuis 10 ans.

### Géographie des investissements étrangers en préventes et coproductions<sup>1</sup> (M€)

	Europe de l'Ouest	Amérique du Nord	Europe centrale et orientale	Asie / Océanie	Amérique latine	Moyen-Orient	Afrique	autres <sup>2</sup>	total monde
<b>2007</b>									
préventes	22,2	7,6	0,1	0,5	0,4	0,0	0,2	2,8	<b>34,0</b>
coproductions	36,1	11,1	1,0	12,9	0,6	0,0	0,2	1,9	<b>63,7</b>
<b>total</b>	<b>58,3</b>	<b>18,7</b>	<b>1,2</b>	<b>13,4</b>	<b>1,0</b>	<b>0,1</b>	<b>0,3</b>	<b>4,7</b>	<b>97,7</b>
<b>2008</b>									
préventes	27,1	10,9	0,3	0,6	0,1	0,1	0,1	1,1	<b>40,4</b>
coproductions	33,3	16,3	1,2	1,5	0,2	0,9	0,1	0,3	<b>53,6</b>
<b>total</b>	<b>60,3</b>	<b>27,2</b>	<b>1,5</b>	<b>2,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1,1</b>	<b>0,2</b>	<b>1,4</b>	<b>94,0</b>
<b>2009</b>									
préventes	26,8	3,8	0,2	2,3	0,0	0,1	0,3	1,5	<b>35,1</b>
coproductions	40,0	9,9	1,0	6,5	0,3	0,3	0,2	0,4	<b>58,6</b>
<b>total</b>	<b>66,8</b>	<b>13,7</b>	<b>1,2</b>	<b>8,8</b>	<b>0,3</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>93,6</b>
<b>2010</b>									
préventes	18,7	8,0	0,2	1,4	0,0	0,1	0,1	2,0	<b>30,5</b>
coproductions	34,2	13,8	1,1	8,2	1,0	0,3	1,2	3,2	<b>62,8</b>
<b>total</b>	<b>52,9</b>	<b>21,7</b>	<b>1,3</b>	<b>9,6</b>	<b>1,0</b>	<b>0,4</b>	<b>1,3</b>	<b>5,2</b>	<b>93,3</b>
<b>2011</b>									
préventes	20,9	15,3	2,8	0,3	0,2	0,1	0,2	3,3	<b>43,0</b>
coproductions	42,2	23,0	2,0	7,4	0,2	0,4	0,5	1,6	<b>77,4</b>
<b>total</b>	<b>63,1</b>	<b>38,3</b>	<b>4,9</b>	<b>7,7</b>	<b>0,4</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>4,9</b>	<b>120,4</b>
<b>2012</b>									
préventes	22,8	7,7	0,1	2,3	0,7	0,1	0,0	5,2	<b>38,9</b>
coproductions	40,6	17,6	1,6	10,0	3,2	0,3	1,8	1,3	<b>76,5</b>
<b>total</b>	<b>63,4</b>	<b>25,2</b>	<b>1,7</b>	<b>12,4</b>	<b>3,9</b>	<b>0,4</b>	<b>1,9</b>	<b>6,5</b>	<b>115,4</b>
<b>2013</b>									
préventes	24,9	7,5	0,3	4,9	0,4	0,1	0,1	4,2	<b>42,4</b>
coproductions	51,6	8,4	1,8	4,7	0,2	1,1	0,8	0,9	<b>69,5</b>
<b>total</b>	<b>76,4</b>	<b>15,9</b>	<b>2,1</b>	<b>9,6</b>	<b>0,6</b>	<b>1,3</b>	<b>0,9</b>	<b>5,1</b>	<b>111,9</b>
<b>2014</b>									
préventes	27,9	20,2	1,4	1,4	0,2	0,3	0,4	4,7	<b>56,5</b>
coproductions	21,9	23,9	2,8	5,4	0,3	0,3	1,5	0,3	<b>56,3</b>
<b>total</b>	<b>49,8</b>	<b>44,1</b>	<b>4,2</b>	<b>6,8</b>	<b>0,4</b>	<b>0,6</b>	<b>1,9</b>	<b>5,0</b>	<b>112,8</b>
<b>2015</b>									
préventes	22,6	11,4	0,2	0,8	0,2	0,1	0,0	1,5	<b>36,8</b>
coproductions	34,9	14,7	1,2	1,3	0,2	0,5	0,4	0,9	<b>54,1</b>
<b>total</b>	<b>57,5</b>	<b>26,0</b>	<b>1,4</b>	<b>2,1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,6</b>	<b>0,4</b>	<b>2,4</b>	<b>90,9</b>
<b>2016</b>									
préventes	47,3	9,0	0,2	4,7	1,7	0,1	0,6	7,6	<b>71,2</b>
coproductions	46,7	18,2	1,2	8,8	0,1	0,5	0,4	0,2	<b>76,0</b>
<b>total</b>	<b>94,0</b>	<b>27,2</b>	<b>1,4</b>	<b>13,5</b>	<b>1,8</b>	<b>0,6</b>	<b>1,0</b>	<b>7,8</b>	<b>147,2</b>

<sup>1</sup> Y compris spectacle vivant.

<sup>2</sup> Dont indéterminé : dossiers pour lesquels le détail des territoires des préventes et/ou des coproductions étrangères ne figure pas dans les plans de financement des œuvres à la date d'extraction des données issues des bases du CNC. Il s'agit de dossiers en attente d'une autorisation définitive.

Source : CNC.

Avec 94,0 M€ de financements (+63,6 %, meilleur niveau depuis 10 ans), l'Europe de l'Ouest réaffirme sa position de première zone partenaire de la production audiovisuelle française. L'Amérique du Nord confirme sa deuxième place, avec 27,2 M€ de financements en 2016. L'Asie / Océanie, après une année 2015 en recul, fait un bond en 2016 pour atteindre le niveau historique de 13,5 M€ de financements (+544,1 %), dépassant les résultats de 2007 et 2012.

### Investissements étrangers en préventes et coproductions selon le genre (M€)

	animation	fiction documentaire	spectacle vivant	magazine	total	
<b>2007</b>						
préventes	18,3	7,8	6,5	1,4	0,1	<b>34,0</b>
coproductions	35,2	16,3	9,5	2,5	0,1	<b>63,7</b>
<b>total</b>	<b>53,5</b>	<b>24,1</b>	<b>16,0</b>	<b>3,9</b>	<b>0,2</b>	<b>97,7</b>
<b>2008</b>						
préventes	17,2	15,5	6,1	1,5	-	<b>40,4</b>
coproductions	25,7	10,2	15,5	2,2	0,1	<b>53,6</b>
<b>total</b>	<b>42,9</b>	<b>25,7</b>	<b>21,6</b>	<b>3,7</b>	<b>0,1</b>	<b>94,0</b>
<b>2009</b>						
préventes	20,2	5,0	7,7	2,1	-	<b>35,1</b>
coproductions	31,1	12,2	12,9	2,4	-	<b>58,6</b>
<b>total</b>	<b>51,3</b>	<b>17,2</b>	<b>20,6</b>	<b>4,5</b>	-	<b>93,7</b>
<b>2010</b>						
préventes	11,3	8,7	9,0	1,3	0,3	<b>30,5</b>
coproductions	31,3	12,8	13,7	5,0	0,1	<b>62,8</b>
<b>total</b>	<b>42,6</b>	<b>21,5</b>	<b>22,7</b>	<b>6,3</b>	<b>0,4</b>	<b>93,3</b>
<b>2011</b>						
préventes	17,4	18,9	5,9	0,9	0,0	<b>43,0</b>
coproductions	43,4	17,8	11,1	5,1	-	<b>77,4</b>
<b>total</b>	<b>60,8</b>	<b>36,7</b>	<b>17,0</b>	<b>6,0</b>	<b>0,0</b>	<b>120,4</b>
<b>2012</b>						
préventes	18,8	14,3	4,5	1,3	-	<b>38,9</b>
coproductions	23,2	32,7	15,0	5,4	0,2	<b>76,5</b>
<b>total</b>	<b>42,0</b>	<b>47,0</b>	<b>19,5</b>	<b>6,7</b>	<b>0,2</b>	<b>115,4</b>
<b>2013</b>						
préventes	26,5	5,2	9,4	1,2	0,1	<b>42,4</b>
coproductions	25,6	21,9	16,6	5,4	-	<b>69,5</b>
<b>total</b>	<b>52,1</b>	<b>27,1</b>	<b>26,0</b>	<b>6,6</b>	<b>0,1</b>	<b>111,9</b>
<b>2014</b>						
préventes	21,2	28,6	5,2	1,4	0,0	<b>56,5</b>
coproductions	24,4	16,7	9,9	5,3	-	<b>56,3</b>
<b>total</b>	<b>45,6</b>	<b>45,3</b>	<b>15,1</b>	<b>6,7</b>	<b>0,0</b>	<b>112,8</b>
<b>2015</b>						
préventes	18,0	11,3	6,4	1,0	-	<b>36,8</b>
coproductions	25,7	8,3	13,0	7,0	0,1	<b>54,1</b>
<b>total</b>	<b>43,7</b>	<b>19,6</b>	<b>19,4</b>	<b>8,0</b>	<b>0,1</b>	<b>90,9</b>
<b>2016</b>						
préventes	31,3	25,6	12,8	1,3	0,2	<b>71,2</b>
coproductions	26,7	25,6	17,8	5,8	0,1	<b>76,0</b>
<b>total</b>	<b>58,0</b>	<b>51,2</b>	<b>30,6</b>	<b>7,1</b>	<b>0,3</b>	<b>147,2</b>

Source : CNC.

## A. Augmentation des préventes

### Classement 2016 des partenaires de la France en préventes



L'Allemagne, 1<sup>er</sup>  
15,4 M€ de préachats



Le Royaume-Uni, 2<sup>e</sup> partenaire  
14,2 M€ de préachats



Les Etats-Unis, 3<sup>e</sup> partenaire  
6,4 M€ de préachats

En 2016, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une forte augmentation de 93,6 % à 71,2 M€.

Avec une progression de sa part de marché (+5,0 points à 66,4 % des préventes totales), l'Europe occidentale voit son rôle de principal partenaire des producteurs français renforcé dans le préfinancement des programmes audiovisuels (les deux tiers des préventes en 2016). A l'inverse, l'Amérique du Nord enregistre une baisse pour la deuxième année consécutive (-18,3 points à 12,6 % du total), après une année 2014 exceptionnelle (20,2 M€, soit plus du double de la moyenne des dix dernières années). Les préventes de programmes français vers le reste du monde sont en augmentation à 20,9 % des préventes totales en 2016 (7,7 % en 2015). Cette augmentation est surtout le fait de la zone Asie / Océanie (+4,4 points à 6,6 %) et de la zone Amérique latine dans une moindre mesure (+1,7 point à 2,4 %), qui s'affirment comme des partenaires significatifs de la production française.

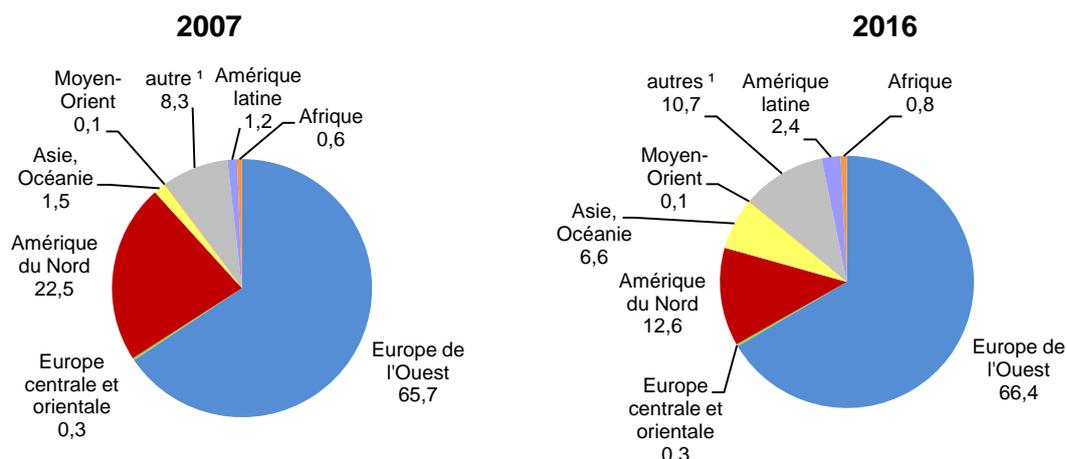
### Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Europe de l'Ouest	22,2	27,1	26,8	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	+109,6
Amérique du Nord	7,6	10,9	3,8	8,0	15,3	7,7	7,5	20,2	11,4	9,0	-20,8
autres <sup>1</sup>	2,8	1,1	1,5	2,0	3,2	5,2	4,2	4,7	1,5	7,6	+402,6
Asie / Océanie	0,5	0,6	2,3	1,4	0,3	2,3	4,9	1,4	0,8	4,7	+491,6
Amérique latine	0,4	0,1	0,0	0,0	0,2	0,7	0,4	0,1	0,2	1,7	+609,8
Afrique	0,2	0,1	0,3	0,1	0,2	0,0	0,1	0,4	0,0	0,6	+1881,1
Europe centrale et orientale	0,1	0,3	0,2	0,2	2,8	0,1	0,3	1,4	0,2	0,2	-20,7
Moyen-Orient	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	+52,9
<b>total</b>	<b>34,0</b>	<b>40,4</b>	<b>35,1</b>	<b>30,5</b>	<b>43,0</b>	<b>38,9</b>	<b>42,4</b>	<b>56,5</b>	<b>36,8</b>	<b>71,2</b>	<b>+93,6</b>

<sup>1</sup> Dont indéterminé : dossiers pour lesquels le détail des territoires des préventes et/ou des coproductions étrangères ne figure pas dans les plans de financement des œuvres à la date d'extraction des données issues des bases du CNC. Il s'agit de dossiers en attente d'une autorisation définitive.

Source : CNC.

## Répartition des préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (%)



<sup>1</sup> Dont indéterminé : dossiers pour lesquels le détail des territoires des préventes et/ou des coproductions étrangères ne figure pas dans les plans de financement des œuvres à la date d'extraction des données issues des bases du CNC. Il s'agit de dossiers en attente d'une autorisation définitive.

Source : CNC.

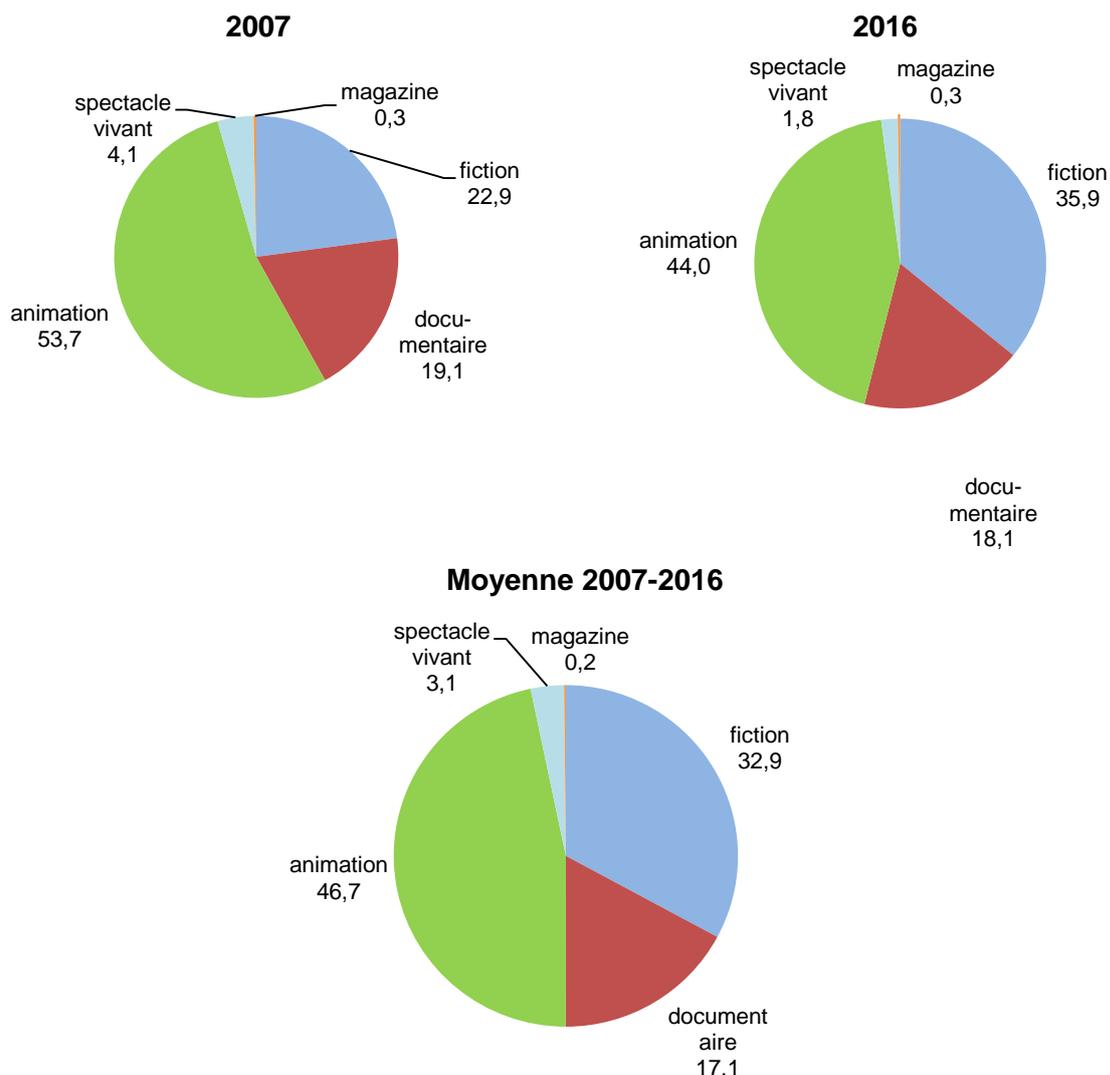
En 2016, les préventes d'animation augmentent (+73,9 % à 31,3 M€) mais leurs poids dans les préventes totales diminue à 44,0 % (-4,9 points). Après une année 2015 en très forte baisse, les préventes étrangères de fiction doublent pour atteindre 25,6 M€ et retrouvent presque leur niveau exceptionnel de 2014. Ces résultats atypiques sont portés principalement par des séries d'envergure comme *Ransom* (13x45' - Wildcats Productions) et *The Collection* (8x52' - Multimedia France Production, Federation Entertainment). Le poids de la fiction passe de 30,8 % en 2015 à 35,9 % en 2016. Les préventes de documentaires progressent, atteignant 12,8 M€ en 2016 (+99,7 %). Le genre capte 18,1 % des préventes étrangères totales de programmes audiovisuels français en 2016, contre 17,5 % en 2015.

### Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
animation	18,3	17,2	20,2	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	+73,9
fiction	7,8	15,5	5,0	8,7	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	+125,5
documentaire	6,5	6,1	7,7	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	+99,7
spectacle vivant	1,4	1,5	2,1	1,3	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	+28,8
magazine	0,1	-	-	0,3	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	-
<b>total</b>	<b>34,0</b>	<b>40,4</b>	<b>35,1</b>	<b>30,5</b>	<b>43,0</b>	<b>38,9</b>	<b>42,4</b>	<b>56,5</b>	<b>36,8</b>	<b>71,2</b>	<b>+93,6</b>

Source : CNC.

## Répartition des préventes étrangères de programmes audiovisuels français par genre (%)



Source : CNC.

### a. Progression du Royaume-Uni et de la zone germanophone

En 2016, les préventes vers les pays d'Europe de l'Ouest enregistrent une augmentation de 109,6 % à 47,3 M€. Les préventes vers la zone germanophone (Allemagne et Autriche) sont en hausse sur les trois principaux genres (+166,5 % à 15,7 M€). Cette zone concentre 33,2 % des préventes vers l'Europe de l'Ouest en 2016 (+7,2 points par rapport à 2015). En Allemagne, la série d'animation *Max & Maestro* (52x12' – Monello Productions) et le docufiction *Premier Homme* (90' - Nilaya/Boréales) ont notamment fait l'objet de préventes importantes. Dans les territoires anglophones, alors que l'année 2015 était marquée par le plus bas niveau jamais atteint, les préventes augmentent très fortement et atteignent 14,2 M€ (+1 303,0 %), comptant pour un cinquième de l'ensemble des préventes en 2016. Cela représente le deuxième meilleur niveau des dix dernières années, dont la moyenne est de 5,9 M€. Parmi les programmes concernés, figurent les séries d'animation *Furry Wheels* (52x11' - Gaumont Animation) et *Les Pyjamasques saison 2* (52x12' - Frogbox). Le Royaume-Uni concentre 30,0 % des préventes vers l'Europe de l'Ouest en 2016 (+25,6 points par rapport à 2015). Les préventes en direction des Pays-Bas et du Luxembourg progressent également (+942,6 % à 4,1 M€). A l'inverse, après une très bonne année 2015 marquée par les préventes de la fiction *Jour Polaire*, les préventes en Scandinavie diminuent de 87,2 % à 0,4 M€.

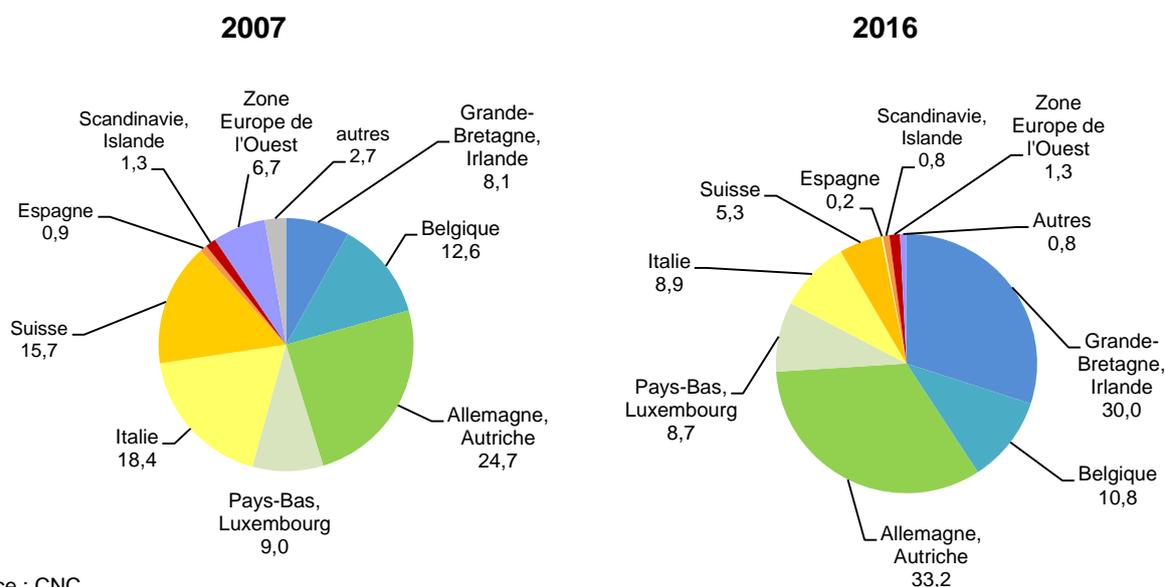
## Préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Allemagne, Autriche	5,5	1,4	4,8	7,0	5,6	5,9	9,6	3,4	5,9	15,7	+166,5
Grande-Bretagne, Irlande	1,8	9,5	4,5	1,6	3,6	2,6	3,4	17,1	1,0	14,2	+1303,0
Belgique	2,8	5,1	4,2	4,0	4,4	6,5	3,7	2,8	3,1	5,1	+66,1
Italie	4,1	7,0	5,7	1,9	0,7	2,4	3,5	1,9	2,6	4,2	+59,9
Pays-Bas, Luxembourg	2,0	0,2	1,4	0,2	2,6	2,6	0,1	0,5	0,4	4,1	+942,6
Suisse	3,5	1,6	1,6	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6	1,8	2,5	+33,9
Zone Europe de l'Ouest <sup>1</sup>	1,5	1,5	2,8	1,5	0,9	0,7	1,3	0,1	3,2	0,6	-81,3
autres	0,6	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,9	0,4	-59,1
Scandinavie, Islande	0,3	0,4	0,5	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3	3,0	0,4	-87,2
Espagne	0,2	0,2	0,2	0,1	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	-78,9
<b>total</b>	<b>22,2</b>	<b>27,1</b>	<b>26,8</b>	<b>18,7</b>	<b>20,9</b>	<b>22,8</b>	<b>24,9</b>	<b>27,9</b>	<b>22,6</b>	<b>47,3</b>	<b>+109,6</b>

<sup>1</sup> Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Europe de l'Ouest.

Source : CNC.

## Répartition des préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (%)



Source : CNC.

### b. Progression de l'Asie et recul de l'Amérique du Nord

Les préachats de la zone Asie / Océanie augmentent à 4,7 M€ en 2016 (+491,6 %). La Chine dépasse le Japon et devient le pays le plus dynamique de la zone en investissant essentiellement en documentaire. Les préventes multi-territoires vers l'Asie progressent très fortement à 2,4 M€ grâce à la série d'animation *Oggy et les cafards* (234x8' - Xilam Animation), dont le volume exceptionnellement important représente trois saisons.

En 2016, pour la deuxième année consécutive, les préventes de programmes français en Amérique du Nord diminuent (-20,8 % à 9,0 M€), mais continuent de représenter 12,6 % des préventes en 2016. Les Etats-Unis baissent leurs investissements avec 6,4 M€ en 2016, contre 7,7 M€ en 2015. Les préventes au Canada diminuent également à 2,6 M€ en 2016 (-29,3 %). Aux Etats-Unis comme au Canada, la moitié de ces montants se concentre sur la série de fiction de langue anglaise *Ransom*.

## B. Augmentation des apports en coproduction

### Classement 2016 des partenaires de la France en coproduction



La Belgique, 1<sup>er</sup> partenaire  
21,9 M€ investis



Le Canada, 2<sup>e</sup> partenaire  
15,3 M€ investis



Le Royaume-Uni, 3<sup>e</sup> partenaire  
9,7 M€ investis

En 2016, après quatre années de baisse, les apports étrangers en coproduction dans la production française augmentent à 76,0 M€, contre 54,1 M€ en 2015, un résultat proche des plus hauts niveaux de 2011 et 2012. Cette progression s'explique par l'augmentation des apports en coproduction de l'Europe de l'Ouest (+33,9 % à 46,7 M€), de l'Amérique du Nord (+23,9 % à 18,2 M€) et de l'Asie / Océanie (+576,4 % à 8,8 M€). En 2016, l'Asie / Océanie génère 11,5 % de l'ensemble des apports en coproduction (+9,1 points par rapport à 2015).

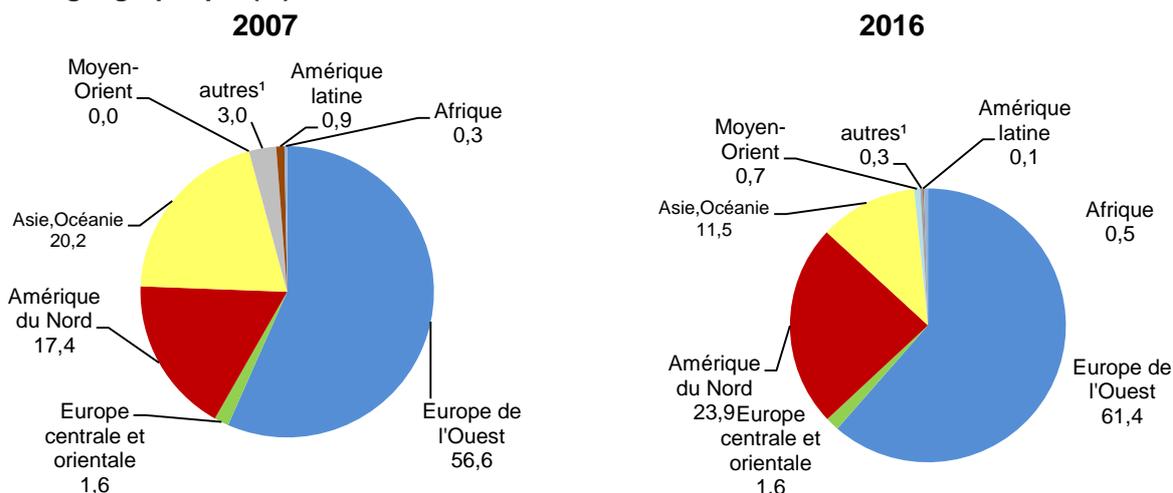
### Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Europe de l'Ouest	36,1	33,3	40,0	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	+33,9
Amérique du Nord	11,1	16,3	9,9	13,8	23,0	17,6	8,4	23,9	14,7	18,2	+23,9
Asie / Océanie	12,9	1,5	6,5	8,2	7,4	10,0	4,7	5,4	1,3	8,8	+576,4
Europe centrale et orientale	1,0	1,2	1,0	1,1	2,0	1,6	1,8	2,8	1,2	1,2	-2,5
Moyen-Orient	0,0	0,9	0,3	0,3	0,4	0,3	1,1	0,3	0,5	0,5	-12,6
Afrique	0,2	0,1	0,2	1,2	0,5	1,8	0,8	1,5	0,4	0,4	+20,5
autres <sup>1</sup>	1,9	0,3	0,4	3,2	1,6	1,3	0,9	0,3	0,9	0,2	-80,8
Amérique latine	0,6	0,2	0,3	1,0	0,2	3,2	0,2	0,3	0,3	0,1	-56,5
<b>total</b>	<b>63,7</b>	<b>53,6</b>	<b>58,6</b>	<b>62,8</b>	<b>77,4</b>	<b>76,5</b>	<b>69,5</b>	<b>56,3</b>	<b>54,1</b>	<b>76,0</b>	<b>+40,5</b>

<sup>1</sup> Dont indéterminé : dossiers pour lesquels le détail des territoires des préventes et/ou des coproductions étrangères ne figure pas dans les plans de financement des œuvres à la date d'extraction des données issues des bases du CNC. Il s'agit de dossiers en attente d'une autorisation définitive.

Source : CNC.

## Répartition des apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (%)



<sup>1</sup> Dont indéterminé : dossiers pour lesquels le détail des territoires des préventes et/ou des coproductions étrangères ne figure pas dans les plans de financement des œuvres à la date d'extraction des données issues des bases du CNC. Il s'agit de dossiers en attente d'une autorisation définitive.

Source : CNC.

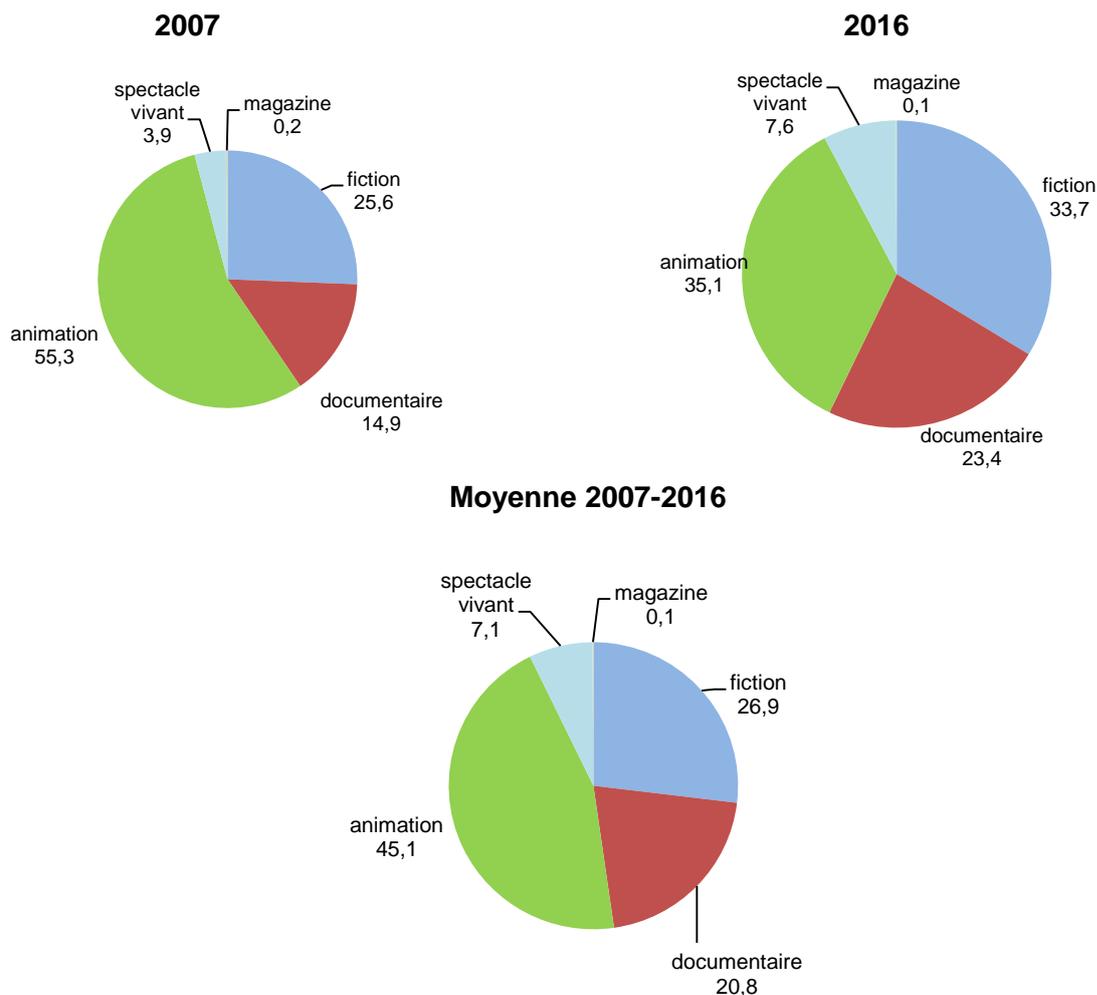
L'augmentation des apports étrangers en coproduction s'explique par la forte hausse en fiction (+209,6 % à 25,6 M€). Les apports en coproduction dans deux autres genres sont également à la hausse : l'animation (+4,1 % à 26,7 M€) et le documentaire (+36,8 %) qui atteint son plus haut niveau depuis 10 ans à 17,8 M€. Le poids de l'animation diminue de 12,3 points à 35,1 % alors que celui de la fiction passe de 15,3 % en 2015 à 33,7 % en 2016.

### Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
animation	35,2	25,7	31,1	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	+4,1
fiction	16,3	10,2	12,2	12,8	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	+209,6
documentaire	9,5	15,5	12,9	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	+36,8
spectacle vivant	2,5	2,2	2,4	5,0	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	-17,5
magazine	0,1	0,1	-	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,1	-39,8
<b>total</b>	<b>63,7</b>	<b>53,6</b>	<b>58,6</b>	<b>62,8</b>	<b>77,4</b>	<b>76,5</b>	<b>69,5</b>	<b>56,3</b>	<b>54,1</b>	<b>76,0</b>	<b>+40,5</b>

Source : CNC.

## Répartition des apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par genre (%)



Source : CNC.

### a. Hausse de la Belgique, de l'Allemagne et du Royaume-Uni

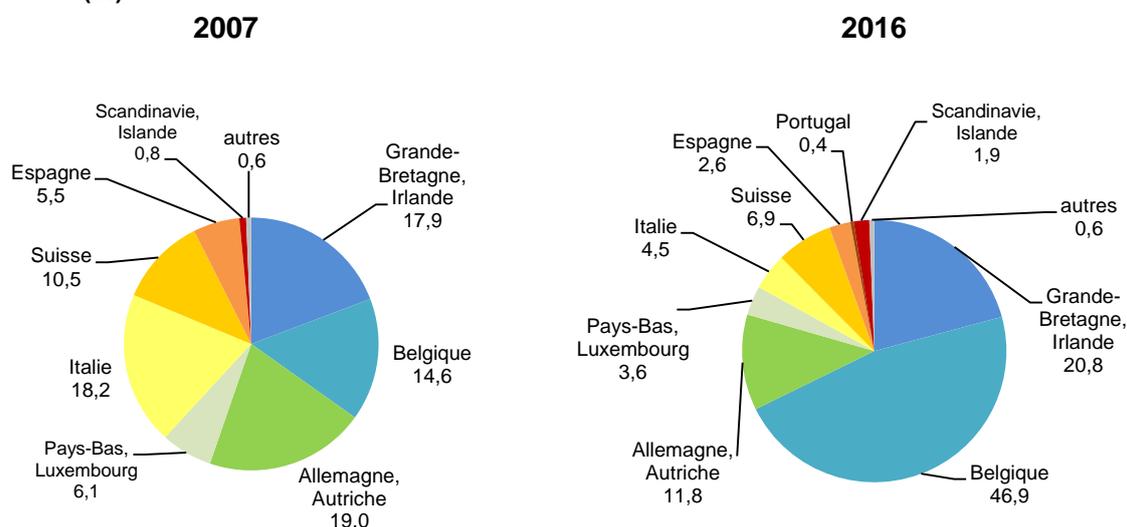
L'augmentation repose principalement sur la hausse des investissements de la Belgique qui passent de 11,7 M€ en 2015 à 21,9 M€ en 2016. La fiction *La Bourse* (10x21' – C.M.P. Movies, Mademoiselle Films) fait partie des programmes concernés. La Belgique demeure le premier partenaire européen de la France (46,9 % des apports ouest-européens, +13,3 points par rapport à 2015) et le premier partenaire mondial (28,8 % des apports mondiaux, +7,1 points). La Suisse enregistre également une hausse des apports en coproduction en 2016 (+58,1 % à 3,2 M€), tout comme la zone germanophone (+41,6 % à 5,5 M€). En Allemagne, la hausse est notamment liée aux apports sur le docufiction *18, le fracas des utopies* (8x52' - Les Films d'ici). La plus forte baisse est enregistrée en Espagne, avec -62,2 % à 1,2 M€, après une année 2015 qui se situait à un niveau élevé.

## Apports en coproduction dans les programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	évol. 16/15 (%)
Belgique	5,3	9,1	7,2	10,6	13,0	7,1	9,1	12,7	11,7	21,9	+86,6
Grande-Bretagne, Irlande	6,5	11,3	9,4	2,2	10,4	4,3	5,2	1,1	7,0	9,7	+38,1
Allemagne, Autriche	6,9	3,3	6,6	2,1	1,9	20,7	23,2	2,7	3,9	5,5	+41,6
Suisse	3,8	1,8	2,1	2,8	1,1	2,4	2,1	1,4	2,0	3,2	+58,1
Italie	6,6	6,0	6,0	6,2	7,2	5,5	5,8	1,0	3,4	2,1	-38,0
Pays-Bas, Luxembourg	2,2	0,7	5,9	7,9	5,5	0,0	3,8	0,3	2,1	1,7	-16,3
Espagne	2,0	0,6	1,6	1,2	2,4	0,1	1,3	1,2	3,2	1,2	-62,2
Scandinavie, Islande	0,3	0,3	0,4	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	0,9	+8,8
autres	0,2	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3	-36,8
Portugal	0,1	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	+205,0
Zone Europe de l'Ouest	2,4	0,0	0,2	0,6	0,5	0,0	0,5	1,0	0,2	0,0	-95,9
<b>total</b>	<b>36,1</b>	<b>33,3</b>	<b>40,0</b>	<b>34,2</b>	<b>42,2</b>	<b>40,6</b>	<b>51,6</b>	<b>21,9</b>	<b>34,9</b>	<b>46,7</b>	<b>+33,9</b>

Source : CNC.

## Répartition des apports en coproduction dans les programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (%)



Source : CNC.

### b. Augmentation de l'Asie et de l'Amérique du Nord

En 2016, les investissements des pays d'Amérique du Nord dans les programmes audiovisuels français augmentent de 23,9 % à 18,2 M€ d'apports en coproduction. Avec 15,3 M€ versés en 2016 (10,4 M€ en 2015), le Canada reste le deuxième partenaire de la France en matière d'apports en coproduction de programmes. A l'inverse, les Etats-Unis diminuent leurs apports en coproduction qui passent de 4,2 M€ en 2015 à 2,8 M€ en 2016.

Les apports en coproduction en provenance de la zone Asie / Océanie augmentent de 576,4 %, passant de 1,3 M€ en 2015 à 8,8 M€ en 2016. L'Inde devient le principal contributeur de la zone, avec 3,8 M€ d'apports. L'Australie augmente également ses apports à 2,1 M€ en 2016. Parmi les programmes concernés, figure la série d'animation *Oscar est en retard* (52x11' - Watch Next Media).

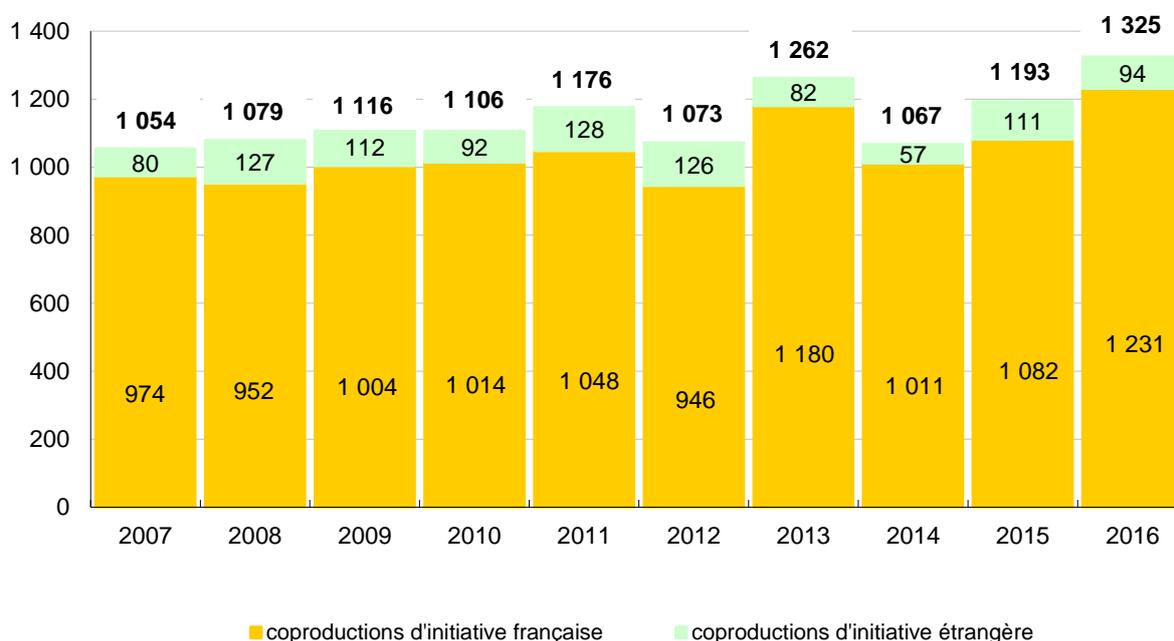
### C. Hausse du volume de coproductions internationales

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est en hausse de 11,1 % en 2016 à 1 325 heures (contre 1 193 heures en 2015), le niveau le plus haut jamais atteint depuis 10 ans.

Le volume horaire des coproductions majoritaires françaises dans le volume total de programmes coproduits avec l'étranger progresse en 2016. Il passe de 1 082 heures en 2015 à 1 231 heures en 2016, soit une hausse de 13,8 %. Ces programmes d'initiative française bénéficient de 87,8 M€ de financements étrangers, contre 56,2 M€ en 2015.

Le volume des coproductions minoritaires diminue à 94 heures en 2016 (-15,4 %). En revanche, les financements étrangers dans les coproductions minoritaires progressent fortement (+71,4% à 59,1 M€).

#### Volume de programmes audiovisuels français financés par des capitaux étrangers (en heures)



Source : CNC.

La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français augmente en 2016 à 27,2 %, contre 24,1 % en 2015. Il convient de souligner qu'en 2016, 91,0 % du volume horaire des programmes d'animation est coproduit avec l'étranger (80,7 % en 2015), soit le plus haut niveau enregistré depuis 2007. 44,2 % du volume de fiction (44,8 % en 2015) et 17,3 % du volume de documentaire (16,4 % en 2015) sont coproduits avec l'étranger.

## Volume de programmes audiovisuels français financés par des capitaux étrangers (en % d'heures)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
fiction	49,6	39,8	50,6	42,0	43,9	43,6	37,9	39,0	44,8	44,2
documentaire	20,0	22,8	18,6	19,7	17,0	13,3	17,3	15,9	16,4	17,3
animation	77,7	66,9	72,6	71,7	76,6	75,6	86,4	73,1	80,7	91,0
spectacle vivant	13,5	18,1	14,2	16,0	17,8	17,8	18,7	17,9	20,7	19,6
<b>total</b>	<b>28,7</b>	<b>27,1</b>	<b>26,3</b>	<b>25,0</b>	<b>24,3</b>	<b>20,8</b>	<b>23,3</b>	<b>22,1</b>	<b>24,1</b>	<b>27,2</b>

Source : CNC.

Les pays qui préfinancent le plus d'heures de programmes d'animation français sont l'Allemagne (109 heures), le Canada (94 heures) et la Belgique (87 heures). Au total, le préfinancement de programmes d'animation français implique 24 pays différents.

En fiction, les trois premiers partenaires sont la Belgique (352 heures), la Suisse (234 heures) et le Canada (41 heures). Le préfinancement de programmes de fiction français n'implique que 9 pays différents.

En documentaire, les trois premiers partenaires sont la Belgique (227 heures) la Suisse (171 heures) et le Canada (116 heures). Le préfinancement de programmes de documentaires français implique 64 pays différents.

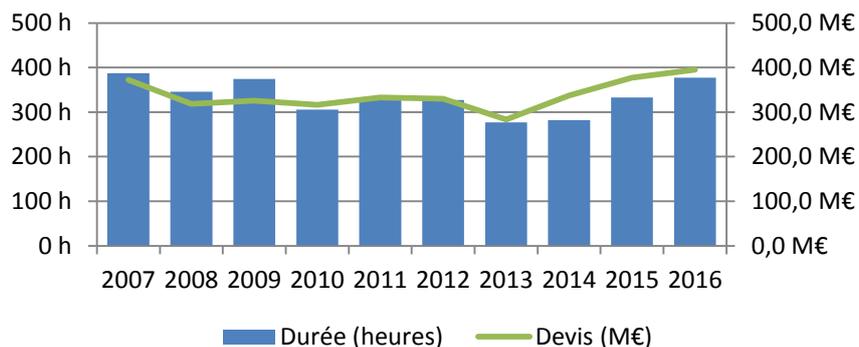
### **a. Forte hausse des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises en animation, baisse en fiction**

En 2016, 377 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 17,5 M€ d'apports étrangers dont 11,4 M€ d'apports en coproduction et 6,1 M€ de préventes, soit un volume horaire supérieur à 2015 mais pour un montant d'apports en retrait. En effet en 2015, 333 heures de fiction d'initiative française ont été produites avec un apport étranger de 19,6 M€ (8,3 M€ d'apports en coproduction et 11,3 M€ de préventes).

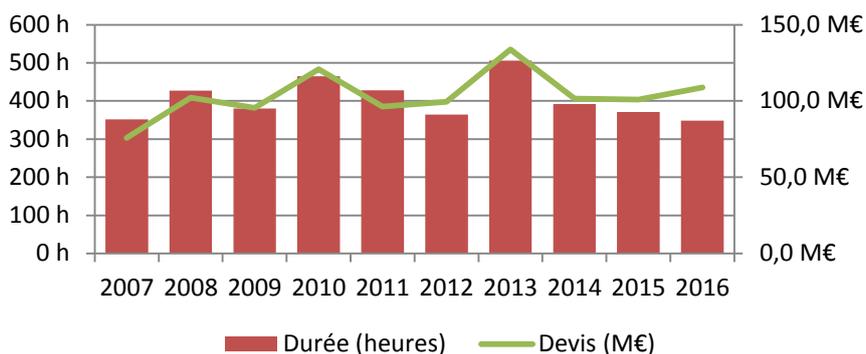
348 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2016, pour un total d'apports étrangers de 15,6 M€, répartis entre apports en coproduction (9,0 M€) et préventes (6,6 M€). En 2015, 371 heures de documentaires ont été produites avec un apport étranger de 12,4 M€, soit un phénomène inverse à celui de la fiction (moins d'heures pour un montant d'apports supérieur).

En 2016, 328 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 48,7 M€ dont 17,7 M€ d'apports en coproduction et 31,0 M€ de préventes (174 heures avec un apport étranger de 18,8 M€ en 2015).

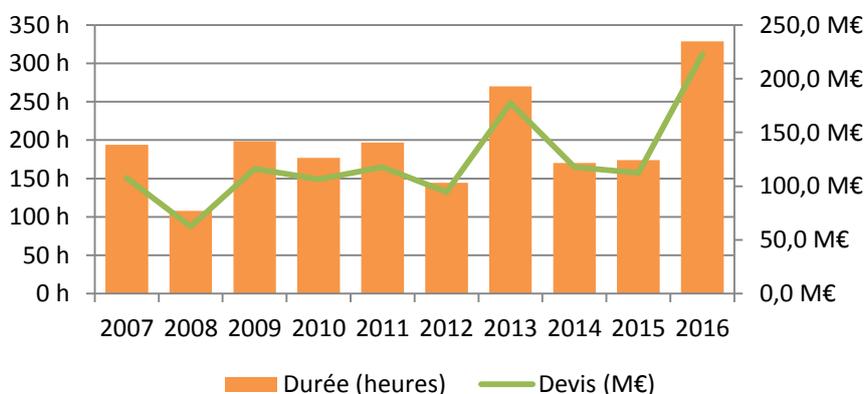
### Volume et devis des coproductions d'initiative française - Fiction



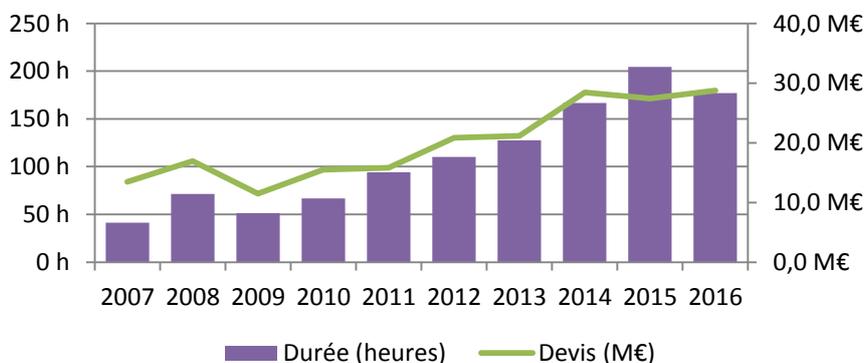
### Volume et devis des coproductions d'initiative française - Documentaire



### Volume et devis des coproductions d'initiative française - Animation



### Volume et devis des coproductions d'initiative française - Spectacle vivant



## Coproductions d'initiative française (1/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
<b>2007</b>				
Fiction	387	371,9	18,4	4,9
Documentaire	352	75,9	12,3	16,2
Animation	194	107,5	32,1	29,9
Spectacle vivant	41	13,4	3,3	24,9
<b>Total</b>	<b>974</b>	<b>568,7</b>	<b>66,1</b>	<b>11,6</b>
<b>2008</b>				
Fiction	346	318,3	11,6	3,6
Documentaire	427	102,2	13,2	12,9
Animation	108	62,4	14,1	22,6
Spectacle vivant	71	16,9	3,6	21,3
<b>Total</b>	<b>952</b>	<b>499,8</b>	<b>42,5</b>	<b>8,5</b>
<b>2009</b>				
Fiction	374	325,4	11,3	3,5
Documentaire	380	95,5	14,2	14,9
Animation	198	116,3	27,1	23,4
Spectacle vivant	51	11,5	1,1	9,9
<b>Total</b>	<b>1 004</b>	<b>548,6</b>	<b>53,8</b>	<b>9,8</b>
<b>2010</b>				
Fiction	305	316,2	19,5	6,2
Documentaire	465	120,8	18,0	14,9
Animation	177	106,3	23,4	22,0
Spectacle vivant	67	15,5	3,0	19,5
<b>Total</b>	<b>1 014</b>	<b>558,8</b>	<b>63,9</b>	<b>11,4</b>
<b>2011</b>				
Fiction	329	332,8	13,1	3,9
Documentaire	428	96,4	12,9	13,4
Animation	197	117,8	26,0	22,1
Spectacle vivant	94	15,8	2,9	18,1
<b>Total</b>	<b>1 048</b>	<b>562,8</b>	<b>54,9</b>	<b>9,8</b>
<b>2012</b>				
Fiction	327	329,6	29,5	8,9
Documentaire	365	99,4	15,4	15,5
Animation	144	94,4	12,6	13,4
Spectacle vivant	110	20,8	4,0	19,3
<b>Total</b>	<b>946</b>	<b>544,2</b>	<b>61,5</b>	<b>11,3</b>
<b>2013</b>				
Fiction	277	283,3	5,5	1,9
Documentaire	506	133,7	17,2	12,9
Animation	270	177,5	46,3	26,1
Spectacle vivant	128	21,2	3,4	16,1
<b>Total</b>	<b>1 180</b>	<b>615,7</b>	<b>72,4</b>	<b>11,8</b>
<b>2014</b>				
Fiction	282	336,9	31,6	9,4
Documentaire	392	101,5	12,6	12,4
Animation	170	117,7	31,4	26,7
Spectacle vivant	167	28,4	5,3	18,5
<b>Total</b>	<b>1 011</b>	<b>584,5</b>	<b>81,0</b>	<b>13,9</b>

## Coproductions d'initiative française (2/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
<b>2015</b>				
Fiction	333	377,2	19,6	5,2
Documentaire	371	100,8	12,4	12,3
Animation	174	112,3	18,8	16,7
Spectacle vivant	204	27,4	5,5	20,0
<b>Total</b>	<b>1 082</b>	<b>617,8</b>	<b>56,2</b>	<b>9,1</b>
<b>2016</b>				
Fiction	377	395,2	17,5	4,4
Documentaire	348	108,8	15,6	14,4
Animation	328	222,8	48,7	21,9
Spectacle vivant	177	28,7	5,9	20,5
<b>Total</b>	<b>1 231</b>	<b>755,6</b>	<b>87,8</b>	<b>11,6</b>

Source : CNC.

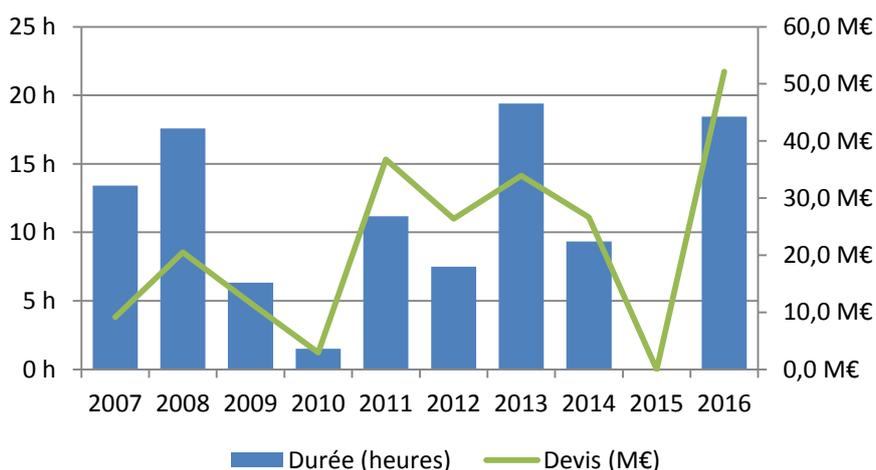
### b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en fiction et en documentaire, baisse en animation

Le volume des coproductions minoritaires françaises de fiction est composé de 18 heures, financées par des partenaires étrangers à hauteur de 33,7 M€, dont 14,3 M€ d'apports en coproduction et 19,4 M€ de préventes (aucune œuvre en 2015).

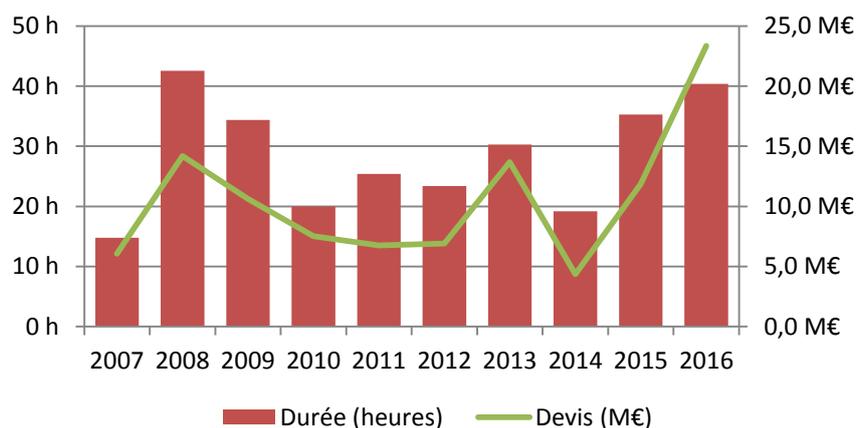
40 heures de programmes minoritaires français de documentaire ont bénéficié de 15,0 M€ d'apports étrangers en 2016, dont 8,7 M€ d'apports en coproduction et 6,2 M€ de préventes (35 heures avec un apport étranger de 7,0 M€ en 2015).

En 2016, 25 heures de coproductions minoritairement françaises d'animation ont été produites, financées par un apport étranger total de 9,3 M€ dont 9,0 M€ d'apports en coproduction et 0,3 M€ de préventes (56 heures avec un apport étranger de 24,9 M€ en 2015).

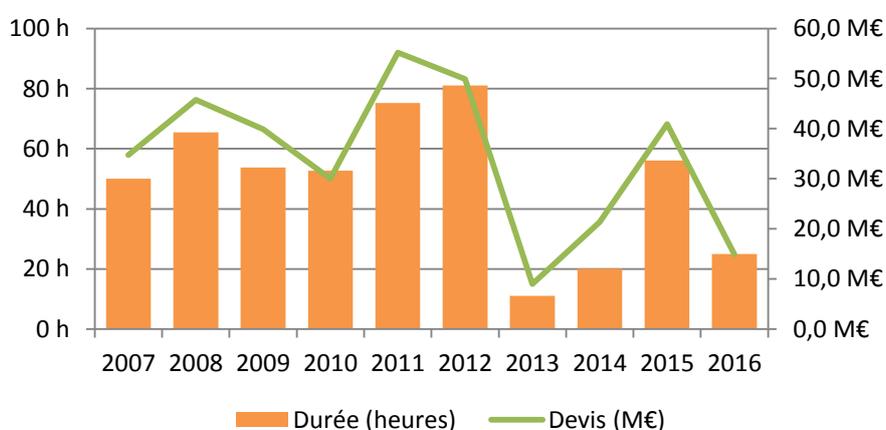
### Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère - Fiction



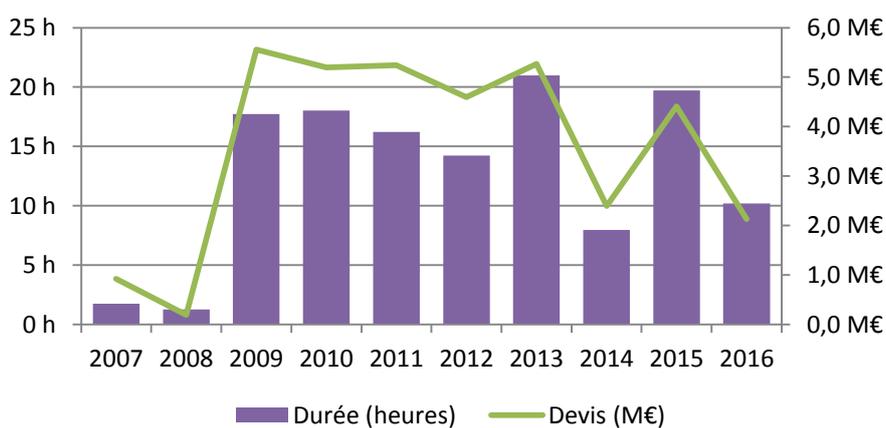
### Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère - Documentaire



### Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère - Animation



### Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère - Spectacle vivant



## Coproductions d'initiative étrangère (1/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
<b>2007</b>				
Fiction	13	9,2	5,7	62,3
Documentaire	15	6,1	3,7	61,2
Animation	50	34,8	21,4	61,6
Spectacle vivant	2	0,9	0,6	64,4
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>50,9</b>	<b>31,4</b>	<b>61,8</b>
<b>2008</b>				
Fiction	18	20,5	14,1	68,5
Documentaire	43	14,2	8,4	59,0
Animation	65	45,8	28,8	63,0
Spectacle vivant	1	0,2	0,1	69,9
<b>Total</b>	<b>127</b>	<b>80,7</b>	<b>51,4</b>	<b>63,7</b>
<b>2009</b>				
Fiction	6	11,6	5,9	51,0
Documentaire	34	10,6	6,3	59,8
Animation	54	39,9	24,2	60,7
Spectacle vivant	18	5,6	3,4	60,4
<b>Total</b>	<b>112</b>	<b>67,7</b>	<b>39,9</b>	<b>58,9</b>
<b>2010</b>				
Fiction	2	2,9	2,0	68,6
Documentaire	20	7,5	4,6	61,8
Animation	53	30,0	19,2	63,9
Spectacle vivant	18	5,2	3,3	62,7
<b>Total</b>	<b>92</b>	<b>45,6</b>	<b>29,1</b>	<b>63,7</b>
<b>2011</b>				
Fiction	11	36,7	23,5	64,0
Documentaire	25	6,8	4,1	60,5
Animation	75	55,2	34,8	63,1
Spectacle vivant	16	5,2	3,1	59,5
<b>Total</b>	<b>128</b>	<b>103,9</b>	<b>65,5</b>	<b>63,0</b>
<b>2012</b>				
Fiction	8	26,4	17,6	66,6
Documentaire	23	6,9	4,1	60,0
Animation	81	49,9	29,4	58,9
Spectacle vivant	14	4,6	2,6	57,0
<b>Total</b>	<b>126</b>	<b>87,8</b>	<b>53,7</b>	<b>61,2</b>
<b>2013</b>				
Fiction	19	33,9	21,7	63,9
Documentaire	30	13,7	8,7	63,9
Animation	11	9,0	5,8	64,6
Spectacle vivant	21	5,3	3,2	60,6
<b>Total</b>	<b>82</b>	<b>61,8</b>	<b>39,4</b>	<b>63,7</b>

## Coproductions d'initiative étrangère (2/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
<b>2014</b>				
Fiction	9	26,6	13,7	51,4
Documentaire	19	4,4	2,5	56,6
Animation	20	21,3	14,2	66,7
Spectacle vivant	8	2,4	1,5	61,0
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>54,7</b>	<b>31,9</b>	<b>58,2</b>
<b>2015</b>				
Fiction	0	-	-	-
Documentaire	35	11,8	7,0	59,5
Animation	56	40,9	24,9	60,8
Spectacle vivant	20	4,4	2,6	58,6
<b>Total</b>	<b>111</b>	<b>57,2</b>	<b>34,5</b>	<b>60,4</b>
<b>2016</b>				
Fiction	18	52,1	33,7	64,6
Documentaire	40	23,3	15,0	64,1
Animation	25	14,9	9,3	62,1
Spectacle vivant	10	2,1	1,2	57,3
<b>Total</b>	<b>94</b>	<b>92,5</b>	<b>59,1</b>	<b>63,9</b>

Source : CNC.

## IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français

### A. Evolution de la concentration du secteur

En 2016, la concentration du secteur de la vente de programmes audiovisuels français à l'étranger augmente fortement par rapport à 2015 pour atteindre le niveau le plus haut de la décennie. Ainsi, les cinq premières sociétés les plus actives captent 34,9 % des ventes internationales (+9,6 points). Le chiffre d'affaires global réalisé par celles-ci est en forte hausse (+59,4 % à 66,1 M€ en 2016). Le poids des dix premières sociétés atteint également un niveau record depuis 2005, à 48,5 % en 2016 (+7,0 points par rapport à 2015).

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
recettes des 5 premières sociétés (M€)	35,5	30,1	31,0	30,0	28,3	33,6	36,0	41,2	41,5	66,1
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>30,8</i>	<i>31,0</i>	<i>30,9</i>	<i>28,4</i>	<i>25,6</i>	<i>26,5</i>	<i>26,2</i>	<i>26,8</i>	<i>25,3</i>	<i>34,9</i>
recettes des 10 premières sociétés (M€)	54,2	47,0	44,8	45,8	44,2	51,0	57,9	65,4	68,1	91,7
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>47,0</i>	<i>48,4</i>	<i>44,6</i>	<i>43,4</i>	<i>39,9</i>	<i>40,1</i>	<i>42,2</i>	<i>42,5</i>	<i>41,5</i>	<i>48,5</i>
<b>recettes de l'ensemble des sociétés (M€)<sup>1</sup></b>	<b>115,3</b>	<b>97,1</b>	<b>100,4</b>	<b>105,6</b>	<b>110,6</b>	<b>127,0</b>	<b>137,1</b>	<b>153,8</b>	<b>164,2</b>	<b>189,1</b>
<b><i>part des recettes totales (%)</i></b>	<b><i>100,0</i></b>									

<sup>1</sup> Hors ventes TV5 et CFI.

Source : CNC-TV France International.

### B. Evolution de la concentration par genre

Dans la mesure où les producteurs sont souvent spécialisés dans un genre spécifique, la concentration des exportations de programmes français réparties par genre est structurellement supérieure à celle observée sur l'ensemble du secteur. Ces données doivent toutefois être considérées avec précaution, car la vente d'un seul programme peut faire varier considérablement les résultats d'une année à l'autre.

En 2016, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en hausse et reste très supérieur à la moyenne. Les cinq premières sociétés concentrent 61,8 % des recettes internationales du genre (+9,1 points par rapport à 2015), contre 79,1 % pour les dix premières (+5,2 points). Ce niveau de concentration élevé reflète la complexité d'ensemble (financière, technique, artistique et temporelle) du processus de production d'animation. De plus, la distribution à l'international de séries d'animation exige de lourds investissements à la fois marketing mais aussi de versions linguistiques, qui restreignent l'accès au secteur et nécessitent pour le modèle économique d'intégrer production et distribution.

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

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
recettes des 5 premières sociétés (M€)	22,0	16,3	19,6	21,0	19,1	28,3	27,2	26,4	26,7	46,3
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>54,3</i>	<i>60,4</i>	<i>61,5</i>	<i>60,4</i>	<i>54,1</i>	<i>64,4</i>	<i>58,1</i>	<i>58,7</i>	<i>52,7</i>	<i>61,8</i>
recettes des 10 premières sociétés (M€)	31,3	22,8	27,7	27,9	27,1	37,3	36,8	35,5	37,4	59,3
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>77,2</i>	<i>84,2</i>	<i>86,9</i>	<i>80,2</i>	<i>76,6</i>	<i>84,9</i>	<i>78,6</i>	<i>78,7</i>	<i>73,9</i>	<i>79,1</i>
<b>recettes de l'ensemble des sociétés (M€)</b>	<b>40,5</b>	<b>27,1</b>	<b>31,9</b>	<b>34,8</b>	<b>35,3</b>	<b>43,9</b>	<b>46,9</b>	<b>45,0</b>	<b>50,6</b>	<b>75,0</b>
<b><i>part des recettes totales (%)</i></b>	<b><i>100,0</i></b>									

Source : CNC-TV France International.

Le degré de concentration relatif à l'exportation de documentaire est en hausse, puisque les cinq sociétés les plus actives captent 46,6 % des ventes internationales du genre (+4,1 points). Le poids des dix premières sociétés est en hausse à 68,7 % des ventes totales en 2016 (+4,9 points).

#### Concentration du secteur de la vente de programmes français de documentaire à l'étranger

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
recettes des 5 premières sociétés (M€)	14,8	13,3	10,1	11,5	11,4	11,5	12,9	15,0	15,7	16,3
<i>part des recettes totales (%)</i>	42,6	52,6	43,5	43,5	42,1	38,7	41,9	42,9	42,5	46,6
recettes des 10 premières sociétés (M€)	22,0	17,9	14,9	16,6	16,0	17,7	18,2	21,4	23,7	24,1
<i>part des recettes totales (%)</i>	63,4	70,8	64,3	62,9	59,0	59,4	59,1	61,4	63,8	68,7
<b>recettes de l'ensemble des sociétés (M€)</b>	<b>34,6</b>	<b>25,3</b>	<b>23,2</b>	<b>26,4</b>	<b>27,1</b>	<b>29,7</b>	<b>30,8</b>	<b>34,9</b>	<b>37,1</b>	<b>35,1</b>
<i>part des recettes totales (%)</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International.

En 2016, la concentration de l'exportation de fiction française est en légère hausse. En effet, les cinq premières sociétés sont à l'origine de 57,9 % du chiffre d'affaires total du genre, contre 57,0 % en 2015. A l'inverse, le poids des dix premières sociétés connaît une hausse, avec 85,7 % des ventes totales de fiction à l'étranger en 2016 (+9,0 points), soit le niveau le plus élevé tous genres confondus.

Le constat effectué ci-avant pour le secteur de l'animation se renforce également pour le secteur de la fiction, avec des besoins financiers en production importants, la nécessité de recherche de partenaires internationaux pour le financement des productions, des frais de commercialisation croissants (notamment coûts marketing et versions linguistiques). Une intégration verticale semble se développer avec des producteurs / distributeurs ou des filiales de distribution de chaînes qui constituent une part importante du secteur.

La présence à l'étranger des groupes français se développe avec la prise de participation dans des sociétés locales, la création de structures avec des partenaires internationaux ou l'installation de bureaux à l'étranger pour optimiser leur présence locale (par exemple Banijay, Lagardère, Newen, EuropaCorp, Gaumont, About Premium Content, etc.).

Enfin, la croissance des budgets de production - et donc des besoins en financement - et du potentiel commercial des fictions françaises à l'étranger ont conduit le secteur à un accroissement des minima garantis, restreignant l'accès aux programmes à fort potentiel à un nombre de distributeurs plus restreint.

#### Concentration du secteur de la vente de programmes français de fiction à l'étranger

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
recettes des 5 premières sociétés (M€)	13,1	16,5	14,9	10,6	9,0	12,8	14,2	22,2	23,5	28,9
<i>part des recettes totales (%)</i>	61,6	69,5	68,7	55,2	45,2	56,0	54,5	57,1	57,0	57,9
recettes des 10 premières sociétés (M€)	19,6	20,6	18,8	14,6	13,7	18,3	19,3	31,6	31,6	42,7
<i>part des recettes totales (%)</i>	91,9	86,9	86,7	76,3	68,4	80,3	74,3	81,2	76,7	85,7
<b>recettes de l'ensemble des sociétés (M€)</b>	<b>21,3</b>	<b>23,7</b>	<b>21,6</b>	<b>19,1</b>	<b>20,0</b>	<b>22,8</b>	<b>26,0</b>	<b>38,9</b>	<b>41,2</b>	<b>49,8</b>
<i>part des recettes totales (%)</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International.

## Annexe

Le CNC et TV France International remercient :

1. Les sociétés exportatrices suivantes sondées pour l'étude :

- ARTE FRANCE, Céline Payot-Lehmann.
- BANIJAY RIGHTS, Isabelle Queme.
- FEDERATION ENTERTAINMENT, Jean-Michel Ciszewski.
- CYBER GROUP STUDIOS, Raphaëlle Mathieu.
- DOC & FILM INTERNATIONAL, Gorka Gallier et Matthieu Dubois.
- FRANCE TELEVISIONS DISTRIBUTION, Julia Schulte.
- JAVA FILMS, Roch Bozino et Donatien Pierda.
- LAGARDERE STUDIOS, Emmanuelle Bouilhaguet.
- MEDIATOON, Jérôme Alby.
- NEWEN DISTRIBUTION, Nadia Chevallard.
- CALT DISTRIBUTION, Dimitri Gélinau.
- ZED, Chloé Persyn-Preljocaj.

2. L'ensemble des sociétés du secteur de la production et de la distribution internationale qui ont accepté de confier leurs données de chiffres d'affaires pour la réalisation de ces données statistiques.

**L'exportation  
des programmes  
audiovisuels français  
en 2016**

une publication  
du Centre national  
du cinéma  
et de l'image animée  
12 rue de Lübeck  
75784 Paris Cedex 16  
[www.cnc.fr](http://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](mailto:despro@cnc.fr)

avec la collaboration  
de TV France  
International  
3 rue Cernuschi 75017  
Paris  
tél. 01 40 53 23 00  
fax: 01 40 53 23 01  
[www.tvfrance-intl.com](http://www.tvfrance-intl.com)

édité par la direction  
de la communication  
conception graphique  
couverture : c-album  
impression : Stipa  
septembre 2017