



les études du CNC
septembre 2019

L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2018

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

Joyce Dardanne, Stéphane Fournier, Sarah Hemar



Centre national du cinéma et de l'image animée
Direction des études, des statistiques et de la prospective
291 boulevard Raspail - 75675 Paris Cedex 14
Tél : +33 1 44 34 38 26
despro@cnc.fr
www.cnc.fr

Benoît Danard, Danielle Sartori, Jérôme Tyl

SOMMAIRE

Définitions et méthodologie	4
I. Synthèse	5
II. Les ventes de programmes audiovisuels	9
A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels	10
a. Baisse des ventes en Europe de l'Ouest, malgré les bons résultats en Espagne et la stabilité du Royaume-Uni	11
b. Europe centrale et orientale en baisse	14
c. Baisse du marché nord-américain	15
d. Stabilité de l'Asie, hausse de la Chine	16
e. Baisse en Afrique	18
f. Recul des ventes au Moyen-Orient	19
g. Nouvelle hausse en Amérique latine	19
h. Des ventes de droits monde qui marquent le pas	19
B. Analyse des ventes par genre de programmes	21
a. L'animation résiste mieux à la baisse des ventes	21
b. Diminution des ventes de fiction	24
c. Baisse des exportations de documentaire	28
d. Baisse des ventes de formats et du spectacle vivant	31
C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels	32
a. Les modes de diffusion numérique (VàD, mobile, TVIP)	32
b. Autres revenus	33
III. L'évolution des préventes et coproductions internationales	34
A. Diminution des préventes	37
a. Fortes baisses en Belgique et au Royaume-Uni, hausse en Suisse	39
b. Recul de l'Amérique du Nord et hausse de l'Asie / Océanie	40
B. Recul des apports en coproduction	41
a. Hausses dans les principaux pays d'Europe de l'Ouest	43
b. Nouvelles baisses en Asie et en Amérique du Nord	44
C. Hausse du volume financé par des apports étrangers	45
a. Diminution des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises	46
b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en fiction et en documentaire	49
IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français	53
A. Evolution de la concentration du secteur	53
B. Evolution de la concentration par genre	53
Annexe	55

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

Une année 2018 en demi-teinte

En 2018, les exportations de programmes audiovisuels français atteignent 275,7 M€ soit le troisième plus haut niveau depuis 25 ans. Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger sont en recul de 15,5 % en 2018 à 173,3 M€. Les préventes à l'étranger sont en recul de 23,7 % à 48,3 M€ et les apports étrangers en coproduction dans les programmes français diminuent de 5,1 % à 54,0 M€.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Ventes ¹	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	-15,5
Préventes	35,1	30,5	43	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	-23,7
Total ventes et préventes	135,5	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	-17,5
Apports en coproduction	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	-5,1
Total flux export	194,1	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	275,7	-15,3

¹ Les chiffres de ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 et autres diffuseurs internationaux basés en France, de 2,6 M€ en 2018 (2,7 M€ en 2017).

Source : CNC-TV France International.

Des ventes en recul dans les principales zones

Après une année 2017 record, le marché est en baisse dans toutes les principales zones d'exportation en 2018. Première zone d'achats de programmes français, l'Europe de l'Ouest diminue ses achats de 17,7 % à 84,1 M€ et génère 48,5 % des recettes d'exportation. L'Amérique du Nord réduit également ses importations de 14,1 % pour revenir au niveau de 2016. La zone Asie / Océanie est en quasi-stabilité avec 14,5 M€ d'achats en 2018 (-1,0 %). C'est en Europe centrale et orientale que le repli est le plus prononcé (-38,6 %). Les ventes en direction de l'Amérique latine augmentent de 11,0 %, à un niveau qui reste néanmoins relativement faible. Dans le reste du monde, les ventes de programmes vers le Moyen-Orient sont en baisse de 23,2 % et celles vers l'Afrique diminuent de 17,2 %. Les ventes de droits monde restent à un niveau élevé à 27,3 M€. En quatre ans, elles ont quasiment doublé. Leur poids dans les exportations totales atteint 15,8 %.

La transition complexe du marché international des ventes

Alors que de nouveaux acteurs numériques mondiaux ou régionaux font leur apparition, la transition que subit le commerce mondial de programmes est loin d'être achevée. Les phases de contractualisation s'allongent tandis que les pratiques évoluent. Les acteurs traditionnels, quels qu'ils soient, demandent de plus en plus de droits et veulent acheter des contenus pour tous les supports, afin de résister à la concurrence toujours croissante des plateformes numériques. Cependant, cette demande croissante de droits s'accompagne rarement d'une hausse du prix d'achat. En Europe, de nombreux diffuseurs linéaires sont dans un contexte économique difficile, avec pour conséquence la disparition de chaînes, de cases et la délinéarisation de l'offre, mais aussi une baisse des tarifs d'achats. Si les plateformes de vidéo à la demande gratuites, financées par la publicité, se développent, les modèles économiques de partage de revenus n'assurent pas toujours aux fournisseurs de contenus une rémunération significative. Dans le même temps, les acteurs mondiaux de la vidéo à la demande par abonnement recentrent, eux, leur stratégie sur la commande de programmes originaux exclusifs au détriment de l'acquisition de droits de programmes préexistants.

Les nouvelles exigences des acheteurs internationaux, qu'il s'agisse de durée, d'exclusivité ou d'étendue des droits, bousculent le cycle habituel d'exploitation des œuvres et le fenêtrage qui

permettaient jusqu'alors d'optimiser la circulation et la valeur des programmes à l'étranger. Dans tous les genres, l'abondance de programmes français et étrangers de qualité sur le marché international accentue la concurrence auprès des diffuseurs. Les distributeurs sont ainsi encouragés à s'engager très en amont dans le développement des programmes pour sécuriser les mandats de distribution et assurer des préventes, dont le caractère stratégique est de plus en plus manifeste pour les producteurs. Les différents acteurs, diffuseurs linéaires et plateformes, ont besoin de proposer une offre différenciée à leur public, ce qui crée une opportunité pour des programmes *ready made* à forte valeur ajoutée et forte thématique, mais aussi pour des formats.

L'animation est le genre qui résiste le mieux

En 2018, la diminution des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger affecte en premier lieu la fiction, qui avait connu une année 2017 particulièrement exceptionnelle. Les ventes de fiction française s'établissent à 49,4 M€ (-22,5 %). Malgré une baisse de 8,7 % de ses ventes à 69,0 M€, l'animation reste le premier genre à l'international. Les Etats-Unis demeurent le premier marché d'exportation de l'animation française, juste devant l'Allemagne. Les ventes de documentaires diminuent de 13,9 % à 30,6 M€, et celles de formats reculent de 7,0 % à 19,5 M€.

Exportations par genre de programmes

	Ventes (M€)	évol. 18/17 (%)	Préventes (M€)	évol. 18/17 (%)	Total (M€)	évol. 18/17 (%)
Animation	69,0	-8,7	28,9	-28,8	97,9	-15,7
Fiction	49,4	-22,5	12,2	-8,1	61,6	-20,0
Documentaire	30,6	-13,9	6,3	-19,9	36,8	-15,0
Format (fiction, jeux, variétés)	19,5	-7,0	-	-	19,5	-7,0
Divers (information, extraits...)	2,1	-48,6	0,0	-75,6	2,2	-49,1
Musique, spectacle vivant	2,8	-47,9	1,0	-40,8	3,7	-46,2
Total	173,3	-15,5	48,3	-23,7	221,7	-17,5

Source : CNC-TV France International.

Diminution des préventes étrangères

En 2018, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une baisse de 23,7 % à 48,3 M€, qui touche tous les genres. Les préventes étrangères d'animation sont en recul de 28,8 % à 28,9 M€, demeurant au-dessus de la moyenne de ces cinq dernières années. Deuxième genre, la fiction représente 25,2 % des préachats de programmes français, malgré une baisse des préventes de 8,1 % à 12,2 M€. Les préventes de documentaires sont également en baisse de 19,9 % à 6,3 M€.

L'Europe occidentale reste le principal partenaire des producteurs français dans le préfinancement des programmes audiovisuels avec 69,2 % des préventes totales (+2,0 points), soit 33,5 M€. La place de l'Amérique du Nord recule à 10,8 % du total des préventes, soit 5,2 M€. A l'inverse, l'Asie / Océanie a doublé ses préachats qui atteignent 3,4 M€, soit 7,0 % du total (+4,4 points).

Des apports étrangers en coproduction qui augmentent pour la fiction et le documentaire

En 2018, les apports étrangers en coproduction diminuent de 5,1 % à 54,0 M€. Premier partenaire de la France à 86,2 % des apports, l'Europe de l'Ouest renforce sa place et augmente ses apports de 16,2 % à 46,6 M€ en 2018. En Amérique du Nord et en Asie / Océanie, les apports en coproduction sont en forte baisse, respectivement de 50,8 % à 3,5 M€ et de 85,2 % à 0,9 M€. Cette diminution est liée au repli des apports en coproduction en animation, premier genre bénéficiaire ces cinq dernières années, qui baissent de 29,9 % à 14,1 M€ en 2018. La baisse de

18,2 % des volumes horaires produits bénéficiant d'apports étrangers en 2018 peut constituer un facteur explicatif. A l'inverse, les apports dans le genre de la fiction augmentent de 9,5 % à 17,0 M€ et ceux en documentaire atteignent 15,6 M€ (+8,1 %).

Près d'un tiers des programmes français coproduits avec des partenaires étrangers

En 2018, le préfinancement de programmes de fiction français, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préventes, implique 11 pays différents (contre 14 pays en 2017), au premier rang desquels la Belgique (424 heures) et la Suisse (359 heures). S'agissant de l'animation, le préfinancement en 2018 implique 16 pays différents, en particulier le Royaume-Uni (72 heures) et l'Italie (60 heures), contre 63 pays différents pour le documentaire.

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est en légère baisse de 2,6 % en 2018 à 1 391 heures.

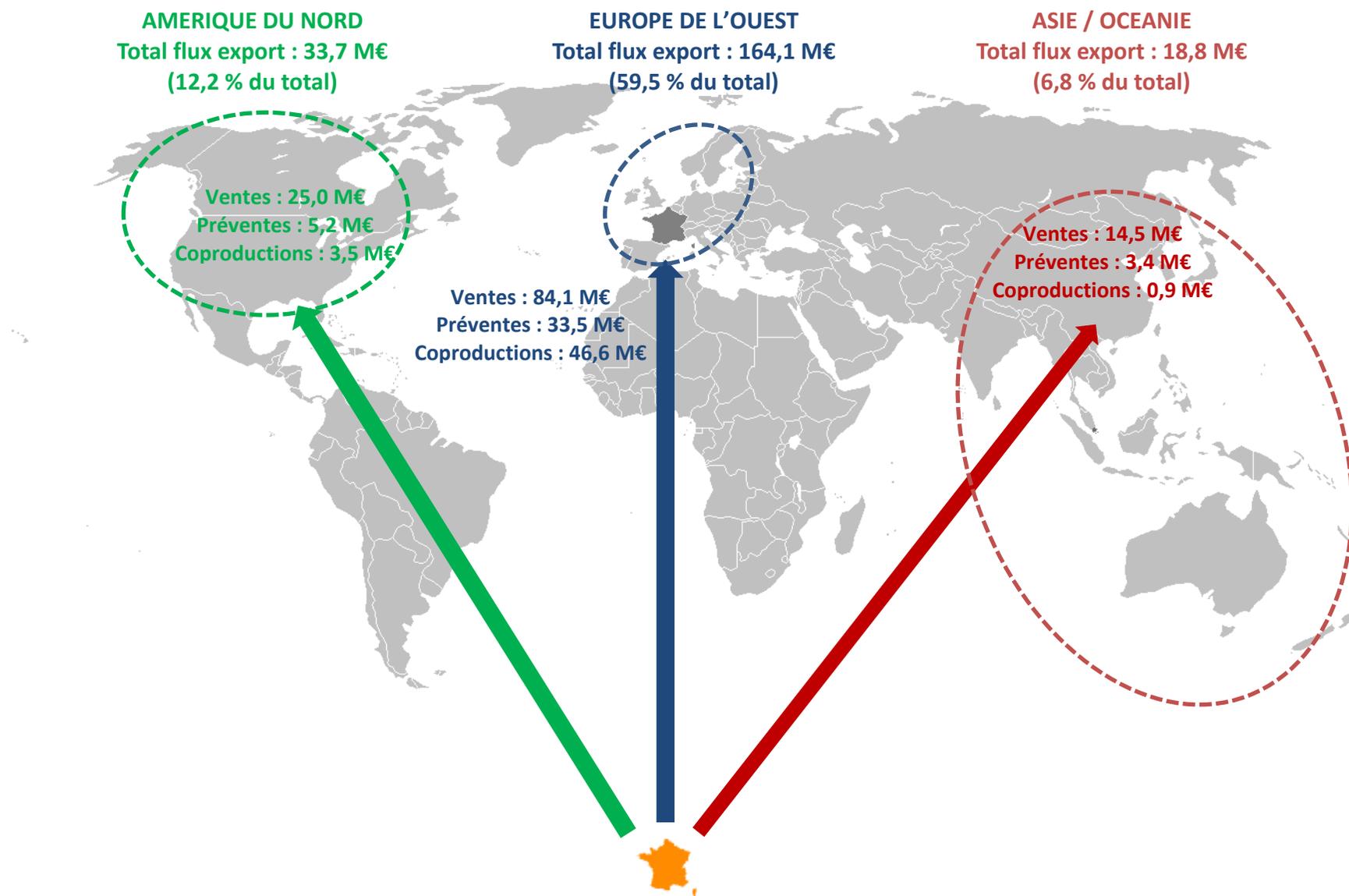
La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume horaire total de programmes audiovisuels français est stable en 2018 à 31,9 % (31,6 % en 2017). En 2018, 82,5 % du volume horaire des programmes d'animation (80,6 % en 2017), 49,6 % du volume horaire des programmes de fiction (48,7 % en 2017) et 21,7 % des programmes de documentaires (22,3 % en 2017) est coproduit avec l'étranger. Ce constat atteste de la nécessité renforcée pour les producteurs de se tourner vers le marché international pour financer des productions audiovisuelles ambitieuses.

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

	Ventes	Préventes	Total ventes + préventes	Apports en coproduction	Total flux export
2014	153,8	56,5	210,3	56,3	266,6
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	-	22,8	-	22,8
Divers (information, extraits...)	7,3	0,0	7,3	-	7,3
2015	164,2	36,8	201,0	54,1	255,1
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	-	22,9
Divers (information, extraits...)	8,1	-	8,1	0,1	8,3
2016	189,1	71,2	260,3	76,0	336,3
Fiction	49,8	25,6	75,4	25,6	101,1
Documentaire	35,1	12,8	47,9	17,8	65,6
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	-	19,4	-	19,4
Divers (information, extraits...)	5,5	0,2	5,7	0,1	5,8
2017	205,2	63,4	268,6	56,9	325,5
Fiction	63,7	13,3	77,0	15,5	92,5
Documentaire	35,5	7,8	43,3	14,5	57,8
Animation	75,6	40,5	116,2	20,2	136,3
Musique, spectacle vivant	5,3	1,7	7,0	6,7	13,7
Format (fiction, jeux, variétés)	20,9	-	20,9	-	20,9
Divers (information, extraits...)	4,2	0,1	4,2	0,0	4,2
2018	173,3	48,3	221,7	54,0	275,7
Fiction	49,4	12,2	61,6	17,0	78,6
Documentaire	30,6	6,3	36,8	15,6	52,4
Animation	69,0	28,9	97,9	14,1	112,0
Musique, spectacle vivant	2,8	1,0	3,7	7,2	10,9
Format (fiction, jeux, variétés)	19,5	-	19,5	-	19,5
Divers (information, extraits...)	2,1	0,0	2,2	0,1	2,2

Source : CNC-TV France International.

Carte - Les principales zones géographiques en termes de flux export (ventes, préventes et coproductions) en 2018



II. Les ventes de programmes audiovisuels

Chiffres clés

Les ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2018



173,3 M€ de ventes à l'étranger
-15,5 % par rapport à 2017



27,3 M€ de ventes de droits Monde
15,8 % du total des ventes

Les principaux genres vendus à l'étranger en 2018



69,0 M€ de ventes de programmes d'animation
-8,7 % par rapport à 2017
39,8 % du total des ventes

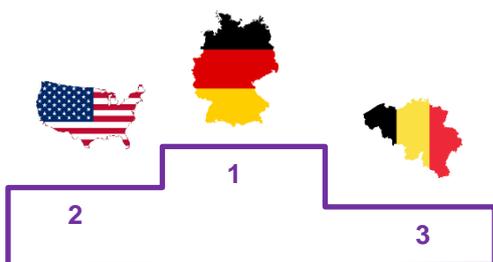


49,4 M€ de ventes de programmes de fiction
-22,5 % par rapport à 2017
28,5 % du total des ventes



30,6 M€ de ventes de documentaires
-13,9 % par rapport à 2017
17,6 % du total des ventes

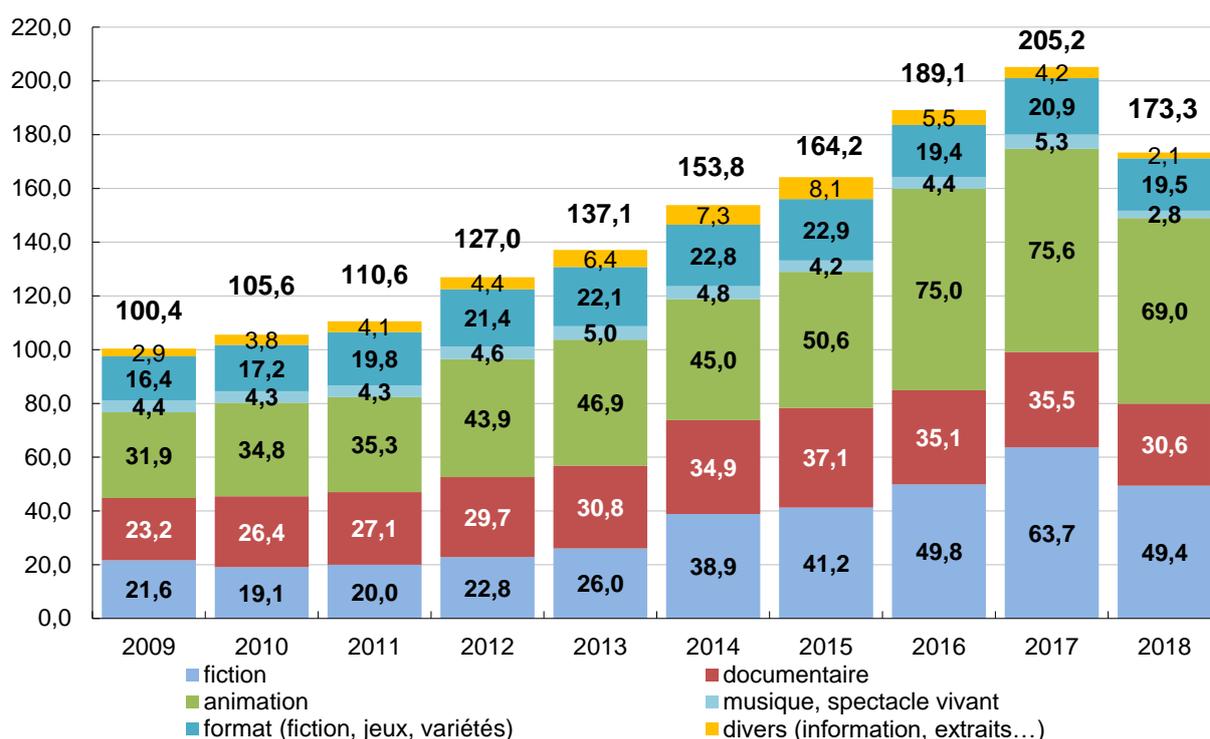
Les principaux acheteurs de programmes français en 2018



n°1 : Allemagne (19,7 M€ de ventes, Autriche incluse)
n°2 : Etats-Unis (16,6 M€ de ventes)
n°3 : Belgique (16,4 M€ de ventes)

Après une année 2017 record, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger enregistrent une baisse de 15,5 % en 2018 pour atteindre 173,3 M€, soit le troisième plus haut niveau historique. Cette diminution affecte tous les genres, au premier rang desquels la fiction (-22,5 % par rapport à 2017 à 49,4 M€, proche du niveau de 2016 après une année 2017 en très forte hausse), le documentaire (-13,9 % à 30,6 M€) et l'animation (-8,7 % à 69,0 M€, également troisième niveau historique). Les ventes de programmes musique/spectacle vivant présentent une très nette diminution de 47,9 % à 2,8 M€ et celles d'information / divers de 48,6 % à 2,1 M€. Enfin, les ventes de formats connaissent une diminution un peu moins prononcée de 7,0 % à 19,5 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français (M€)



Source : CNC-TV France International.

A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels

En 2018, les principales zones en matière de ventes sont en repli, à l'exception de la zone Asie / Océanie, redevenue troisième partenaire de la France en 2018 et qui connaît une quasi-stabilité (-1,0 % à 14,5 M€), pour une part de marché en hausse à 8,4 % (+1,3 point).

L'Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, est en baisse de 17,7 % à 84,1 M€, soit au-dessus de la moyenne des dix dernières années de 77,5 M€ par an. La zone génère 48,5 % des recettes d'exportation (-1,3 point), soit un pourcentage inférieur à 50 % depuis plusieurs années.

L'Amérique du Nord reste le deuxième partenaire de la France, malgré des achats en baisse de 14,1 % à 25,0 M€, deuxième plus haut niveau après le record de 2017.

Malgré un grand nombre d'acteurs dans la région, les ventes en Europe centrale et orientale diminuent très fortement de 38,6 % à 9,4 M€. Les ventes au Moyen-Orient baissent également de 23,2 %. Pour la deuxième année consécutive, les ventes vers l'Amérique latine augmentent de 11,0 % à 4,2 M€. En revanche, les exportations de programmes français vers l'Afrique diminuent de 17,2 % en 2018 à 4,8 M€.

Enfin, les ventes de droits monde, isolées par les déclarants pour la quatrième année consécutive, représentent de nouveau en 2018 la deuxième source de recettes devant l'Amérique du Nord et s'élèvent à 27,3 M€, malgré une baisse de 6,4 % par rapport à 2017. Ces ventes représentent 15,8 % des exportations totales.

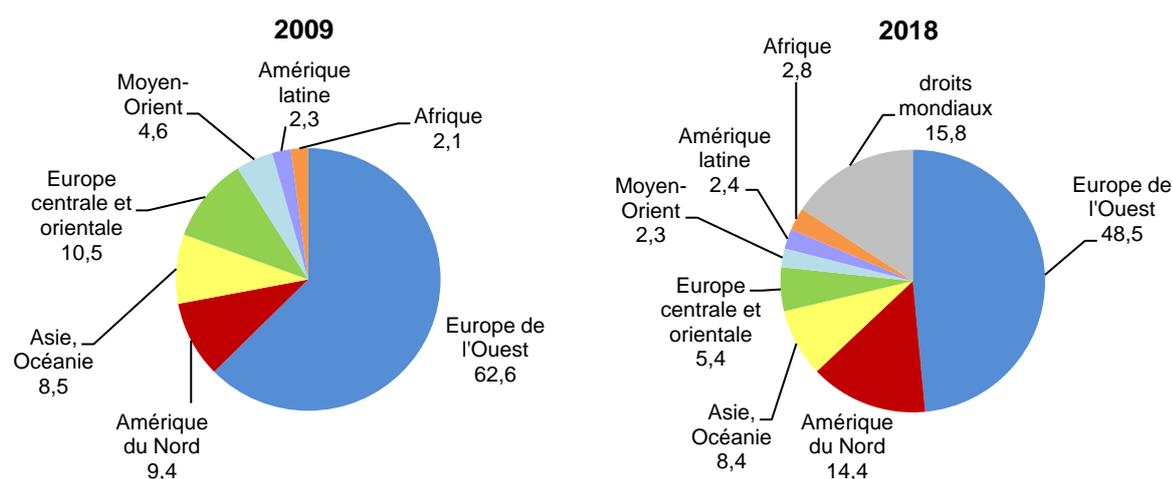
Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Europe de l'Ouest	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	-17,7
Droits monde ¹	-	-	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	-6,4
Amérique du Nord	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	-14,1
Asie / Océanie	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	-1,0
Europe centrale et orientale	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	-38,6
Afrique	2,1	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	-17,2
Amérique latine	2,3	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	+11,0
Moyen-Orient	4,6	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	-23,2
Total	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	-15,5

¹ 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. Baisse des ventes en Europe de l'Ouest, malgré les bons résultats en Espagne et la stabilité du Royaume-Uni

En 2018, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest s'établissent à 84,1 M€, soit un recul de 17,7 % par rapport au record de 2017. La zone représente 48,5 % du total des ventes à l'étranger (-1,3 point). Pour la troisième année consécutive, l'Europe de l'Ouest représente moins de la moitié des exportations de programmes français.

Malgré des achats en forte baisse (-27,1 % par rapport à 2017), la zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,7 M€ d'achats, troisième plus haut niveau historique. La zone cède néanmoins sa place de premier acheteur mondial de fiction française à l'Espagne. Avec 41,9 % de diminution des ventes de programmes dans la zone, c'est la fiction qui est la plus concernée par la contraction des achats avec 5,8 M€, après quatre années à plus de 9 M€. A l'exception du format en hausse de 39,6 %, les autres genres sont également en

baisse : les ventes d'animation française diminuent de 20,7 % à 8,3 M€, après avoir doublé en 2017, et celles de documentaires reculent de 22,1 % à 3,5 M€. L'Allemagne reste un acheteur particulièrement important d'animation française, le deuxième au monde derrière les Etats-Unis.

Après six années de hausse continue, les ventes de programmes français en Belgique baissent de 14,7 % à 16,4 M€. Le pays reste néanmoins le deuxième acheteur européen de programmes français et le troisième mondial derrière les Etats-Unis. Les achats sont en diminution dans tous les genres à l'exception du documentaire. Territoire naturel d'exportation de fiction française, les ventes de fiction sont en recul de 20,0 % à 5,3 M€. Le genre documentaire est en hausse en Belgique en 2018 (+12,8 %), et avec 5,0 M€, record historique, la Belgique devient le premier acheteur mondial de documentaires français.

Après avoir connu une année 2016 exceptionnelle puis une année 2017 en net recul, la zone anglophone, constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande est stable en 2018 à 12,3 M€ d'achats (+0,9 %), soit le deuxième plus haut niveau historique. En 2018, la zone représente 14,6 % des ventes de programmes français en Europe de l'Ouest (+2,7 points), soit autant que l'Italie (14,4 %). Si les ventes de documentaires y sont en baisse de 29,4 %, les autres genres affichent des performances solides : les ventes de fiction augmentent de 8,0 % à 4,6 M€, alors même que le marché y est réputé difficile pour les productions qui ne sont ni anglo-saxonnes ni scandinaves. De même, les ventes d'animation progressent de 9,8 % à 2,3 M€. De même, les ventes de format augmentent de 6,7 % à 3,6 M€ et constituent 29,5 % des achats dans une zone historiquement créatrice de formats.

Les exportations vers le marché italien diminuent de 15,4 % pour atteindre 12,1 M€ en 2018. Les résultats sont en ligne avec la moyenne de ces cinq dernières années (12,1 M€ également). Ce sont les ventes de programmes d'animation qui diminuent le plus avec 61,1 % de baisse à 2,3 M€ de ventes, soit le niveau le plus faible depuis 2009 alors que l'Italie était devenue un marché fort pour l'animation française ces dernières années. A l'inverse, les documentaires français ont trouvé leur place chez les diffuseurs italiens qui ont acheté pour 2,5 M€ de programmes français (+33,9 % par rapport à 2017). En fiction également, l'année 2018 a été bonne pour les programmes français en Italie : les achats y ont augmenté de 28,7 % et atteignent 5,6 M€. La chaîne Fox Life a ainsi acquis la série *Demain nous appartient* (26' ou 52' – Telsète), distribuée par Newen Distribution.

L'Espagne est l'un des rares territoires européens en hausse en 2018, après avoir vécu une crise particulièrement sévère : les achats y ont augmenté de 18,4 % et s'établissent à 9,8 M€, plus haut niveau enregistré dans le pays. Ces résultats sont à mettre au crédit des ventes de programmes de fiction, dont les ventes ont augmenté de 51,9 % à 6,4 M€, faisant de l'Espagne le premier acheteur mondial de fiction française en 2018. La série *Candice Renoir* (68x52' – Boxeur de Lune), qui en est à sa septième saison, a de nouveau été vendue par Newen Distribution dans le pays. Alors qu'elle était déjà achetée sur une chaîne payante en 2017, elle a cette fois été acquise par un diffuseur gratuit en 2018 : Paramount Network (Viacom) pour une diffusion quotidienne.

Parmi les territoires dont les achats ont diminué le plus fortement, figure la Suisse, où les ventes atteignent leur niveau le plus bas depuis 2009 avec 4,0 M€, soit une baisse de 40,7 % par rapport à 2017. La baisse affecte tous les genres uniformément. Cette baisse peut s'expliquer par les conséquences du référendum *No billag* du 4 mars 2018 sur l'avenir de la redevance audiovisuelle

en Suisse, qui a mis à mal la capacité d'achat des diffuseurs audiovisuels publics suisses, principaux clients des programmes français.

Enfin, en Scandinavie également, les programmes français ont enregistré leurs plus mauvais scores de ventes depuis 2009, avec 3,9 M€ d'achats, en baisse de 23,6 % par rapport à 2017. Si l'année 2017 avait été en hausse, les résultats 2018 s'inscrivent dans la tendance à la baisse des ventes en Scandinavie observée ces dernières années. Les pays scandinaves sont parmi les plus avancés en matière de délinéarisation des contenus. La forte présence des plateformes internationales de vidéo à la demande a très vite obligé les diffuseurs traditionnels à exiger plus de droits et plus d'exclusivité sur les contenus achetés auprès des vendeurs français, réduisant ainsi la capacité de fenêtrage ou de co-exploitation, et donc le potentiel de ventes sur ces territoires. Les ventes d'animation diminuent de 31,8 % dans la zone, à 1,1 M€. Le genre documentaire résiste et voit ses ventes augmenter de 20,3 %, au niveau néanmoins relativement faible de 0,9 M€.

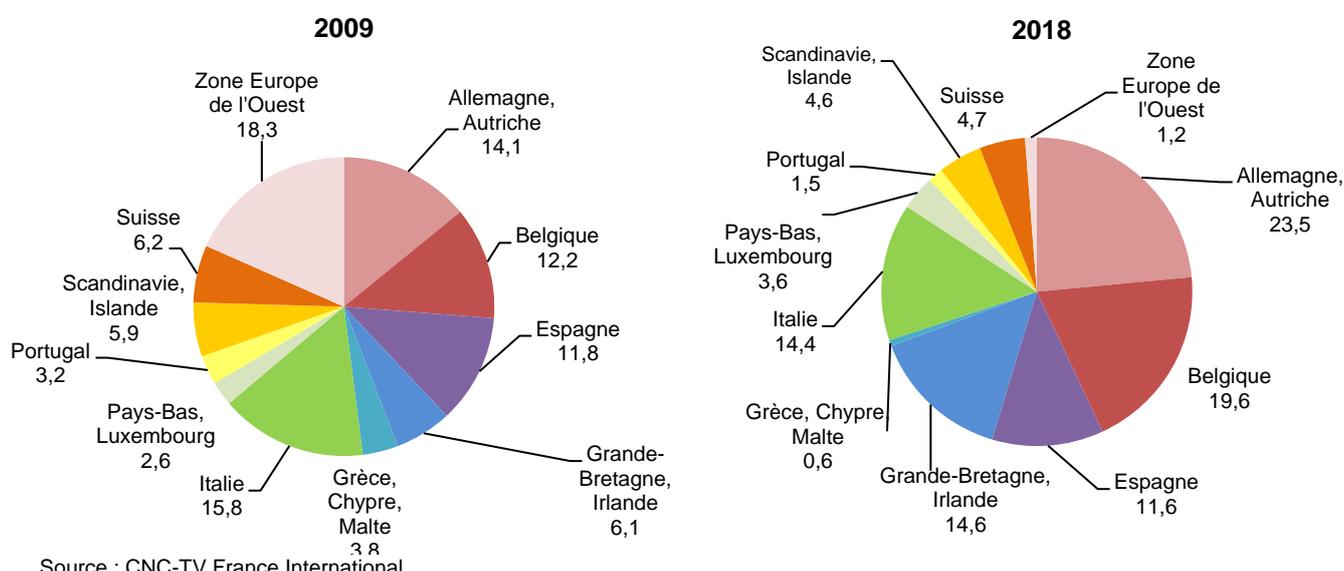
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Allemagne, Autriche	8,8	10,2	8,6	12,0	16,6	23,0	19,2	19,4	27,1	19,7	-27,1
Belgique	7,6	8,7	7,4	8,0	12,8	13,1	15,2	18,1	19,3	16,4	-14,7
Grande-Bretagne, Irlande	3,9	5,2	7,4	8,3	6,5	9,0	10,7	16,1	12,2	12,3	+0,9
Italie	9,9	11,1	12,3	8,4	10,1	12,3	9,7	12,1	14,3	12,1	-15,4
Espagne	7,4	8,8	8,0	4,0	5,4	4,6	7,9	7,1	8,2	9,8	+18,4
Suisse	3,9	5,1	4,3	4,2	6,1	6,5	7,6	5,7	6,7	4,0	-40,7
Scandinavie, Islande	3,7	7,3	5,6	6,2	6,7	5,8	5,6	4,7	5,1	3,9	-23,6
Pays-Bas, Luxembourg	1,7	2,1	1,9	2,9	1,6	2,7	4,6	3,7	6,6	3,0	-53,9
Portugal	2,0	1,8	1,7	1,1	0,7	1,0	1,5	1,6	1,2	1,3	+13,1
Zone Europe de l'Ouest ¹	11,5	0,6	3,5	6,6	11,4	5,9	4,2	1,7	1,0	1,0	+4,6
Grèce, Chypre, Malte	2,4	1,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,7	1,0	0,5	0,5	1,2
Total	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	-17,7

¹ 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 baisse

En 2018, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale connaissent une forte baisse (-38,6 %) pour s'établir à 9,4 M€, soit le niveau le plus bas de la décennie. La zone représente 5,4 % du total des ventes à l'étranger (-2,0 points par rapport à 2017). Ce repli est principalement le fait des programmes de fiction, dont les ventes diminuent de 53,1 % dans la zone pour un montant de 3,2 M€. Les autres genres sont également en baisse, moins marquée néanmoins : -3,5 % pour l'animation à 2,7 M€ et -11,7 % pour le documentaire à 2,5 M€. L'année 2018 aura également été marquée par la chute des ventes de formats dans la région, qui passent de 2,4 M€ à 0,7 M€. Alors que les formats représentent régulièrement plus de 15 % des ventes réalisées dans la région, ils ne pèsent que pour 7,9 % des achats en 2018.

Ce repli de la zone impacte l'ensemble des pays. La Pologne, première destination d'Europe centrale et orientale, diminue ses achats de 34,0 % à 2,7 M€ en 2018, après avoir atteint un niveau record en 2017, tout en restant à un niveau supérieur à la moyenne des dix dernières années. Cette diminution est principalement due à la fiction, en baisse de 60,6 %, tandis que l'animation et le documentaire voient leurs chiffres progresser. Le pays représente 28,4 % des achats de la zone. Le nombre très important de diffuseurs présents exacerbe la concurrence sur le marché polonais et multiplie les opportunités pour les distributeurs français.

Dans ce contexte, la Russie est un marché quasi-stable pour les programmes français. Après trois années de fortes baisses, les ventes de programmes français diminuent en 2018 de 1,8 % et s'établissent à 1,8 M€. La zone couverte par la Russie et les pays de l'ex-CEI (dont l'Ukraine et la Biélorussie) représente ainsi 19,5 % des ventes de programmes en Europe centrale et orientale, en hausse de 7,3 points. Si elles restent à des niveaux relativement faibles, les ventes d'animation augmentent de 18,9 % à 0,8 M€ et celles de fiction de 18,6 % à 0,5 M€. La chaîne dédiée à la jeunesse Carousel a acheté la première saison de *Grizzly et les Lemmings* (78x7' - Hari Studios) à Hari International. Par ailleurs, les deux saisons de la série *Guyane* (Mascaret Films) ont été vendues dans le pays pour une adaptation qui se déroulera en Sibérie et sera diffusée sur la chaîne privée gratuite NTV.

De même, les recettes en provenance de la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres » sont en baisse de 16,6 % à 1,7 M€, au-delà de la moyenne de ventes effectuées ces cinq dernières années (1,4 M€).

Les exportations vers la zone « République tchèque, Slovaquie » présentent une forte baisse de 62,7 % pour un total de 1,0 M€ en 2018, après une année 2017 exceptionnelle. Le poids de la zone dans les ventes de programmes français en Europe centrale et orientale passe ainsi de 17,5 % à 10,6 %.

Les ventes multi territoires à l'échelle de l'Europe centrale et orientale peuvent représenter plus de 10 % des ventes dans la zone certaines années et constituer un débouché important pour les programmes français. Après une année 2017 particulièrement élevée (1,9 M€), celles-ci diminuent de 67,0 % en 2018 pour s'établir à 0,6 M€, niveau équivalent à celui constaté en 2016.

Enfin, les ventes de programmes français en Turquie s'établissent à 0,7 M€ en 2018, soit une baisse de 30,3 % par rapport à 2017.

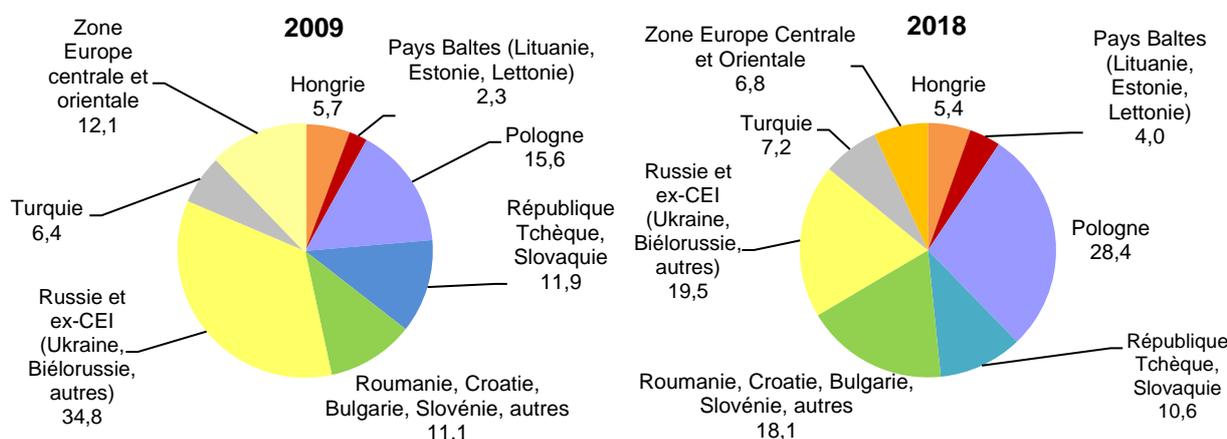
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Pologne	1,6	1,6	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8	2,7	4,0	2,7	-34,0
Russie et ex-CEI (Ukraine, Biélorussie, autres)	3,7	5,7	6,8	7,6	4,4	6,2	3,2	2,7	1,9	1,8	-1,8
Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres	1,2	1,2	1,1	1,3	1,9	1,4	1,4	0,7	2,0	1,7	-16,6
République tchèque, Slovaquie	1,3	1,5	1,6	1,7	2,0	1,6	1,1	1,4	2,7	1,0	-62,7
Turquie	0,7	0,9	1,0	1,7	1,5	1,2	1,4	0,9	1,0	0,7	-30,3
Zone Europe centrale et orientale ¹	1,3	0,7	0,5	2,0	1,0	0,6	0,8	0,7	1,9	0,6	-67,0
Hongrie	0,6	0,5	0,5	0,7	1,0	1,4	0,9	0,6	1,2	0,5	-58,0
Pays Baltes (Lituanie, Estonie, Lettonie)	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,4	-33,0
Total	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	-38,6

¹ 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. Baisse du marché nord-américain

Après deux années en hausse, les ventes de programmes français vers l'Amérique du Nord sont en recul de 14,1 % par rapport au record de 2017 pour s'établir à 25,0 M€. Deuxième zone d'export pour les programmes français, l'Amérique du Nord représente 14,4 % des ventes totales (+0,2 point).

Aux Etats-Unis, les ventes ont connu une croissance très forte ces deux dernières années en particulier en animation (notamment portée par quelques propriétés de notoriété mondiale) et grâce aux plateformes de vidéo à la demande. Elles diminuent de 17,7 % en 2018 et se fixent à 16,6 M€. Les Etats-Unis restent le deuxième territoire d'export pour l'audiovisuel français derrière l'Allemagne. Ce sont surtout les programmes de fiction qui voient leurs ventes diminuer. Ils ne représentent que 15,8 % des ventes (-6,4 points) à 2,6 M€, contre 4,5 M€ en 2017. Après avoir déjà acheté les deux premières saisons, Ovation TV a acquis en 2018 la saison 3 de *Versailles* (Capa Drama, Zodiak Fiction, Incendo) auprès de Banijay Rights. Si les programmes documentaires ont également été moins achetés en 2018 (-50,4 % à 1,7 M€), l'animation française atteint un nouveau record en 2018 aux Etats-Unis avec 11,7 M€ de ventes, en hausse de 3,5 %. Les Etats-Unis, premiers acheteurs d'animation française, confirment leur position et

représentent 16,9 % des ventes totales dans le monde (contre 14,9 % en 2017). Tous genres confondus, ils représentent 9,6 % des ventes (-0,3 point). En 2018, la plateforme Hulu a acheté la série d'animation *Mon chevalier et moi* (52x13' – TeamTO, Thuristar).

Avec 6,7 M€ d'importations en 2018, le Canada diminue légèrement ses achats de programmes français (-4,5 %). L'animation reste le premier genre vendu sur le territoire avec 2,9 M€ d'achats, en forte hausse de 17,7 %, pour 43,2 % du total des ventes effectuées dans le pays. La première saison de la série *Zou* (52x11' – Cyber Group Studios) a été achetée par le diffuseur francophone TVA. La tendance s'observe également en fiction avec une hausse de 7,0 % des ventes à 1,4 M€, au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années, et malgré une prédilection des diffuseurs canadiens pour les programmes anglo-saxons. Les ventes de documentaires sont néanmoins en baisse et s'établissent à 0,9 M€ en 2018 (-33,5 %). Enfin, à un niveau toujours élevé de 1,4 M€, les ventes de format au Canada sont en baisse de 9,5 %.

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Etats-Unis	4,5	5,6	5,6	9,9	8,1	13,7	10,4	14,4	20,2	16,6	-17,7
Canada	4,1	5,7	5,9	6,5	8,0	7,9	7,9	8,5	7,1	6,7	-4,5
Zone Amérique du Nord ¹	0,8	0,8	0,7	0,5	-	-	-	2,1	1,9	1,7	-11,1
Total	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	-14,1

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Amérique du Nord.

Source : CNC-TV France International.

d. Stabilité de l'Asie, hausse de la Chine

Après une année de repli (-18,3 % des ventes en 2017), les exportations de programmes audiovisuels français en Asie/Océanie sont stables (-1,0 %) en 2018 et s'établissent à 14,5 M€. La zone représente 8,4 % des ventes totales dans le monde (+1,2 point). Cette hausse s'explique par l'augmentation des ventes de programmes d'animation (+17,1 % à 8,6 M€) et des ventes à destination de la Chine. Les ventes de programmes d'animation représentent 59,2 % des exportations de programmes français dans la région (+9,1 points par rapport à 2017).

Pour la troisième année consécutive, les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » augmentent de 29,7 % en 2018, à 7,3 M€, soit le plus haut niveau de ventes jamais enregistré. Pour la première fois, cette zone représente plus de la moitié des exportations vers l'Asie / Océanie en 2018 (50,5 %, +11,9 points par rapport à 2017). La tendance observée ces dernières années se confirme en 2018, et la Chine devient un marché incontournable en particulier pour l'animation. Les plateformes sont capitales pour l'exportation de programmes français sur le territoire aussi parce qu'elles bénéficiaient jusqu'à présent d'un encadrement juridique moins sévère. La plateforme de vidéo à la demande d'Alibaba, Youku, a ainsi acheté les droits de la série d'animation *Pipas & Douglas* (52x2' – Studio Hari), tandis que la plateforme digitale chinoise Bilibili multiplie ses achats depuis 2017, et a acquis la fiction courte sur l'art *A Musée Vous, A Musée Moi* (60x3' – Cocorico). Au total, avec des ventes d'animation en hausse de 47,7 % à 4,9 M€, l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » devient le troisième marché d'exportation pour l'animation française, derrière les Etats-Unis et l'Allemagne. Le genre représente désormais 67,5 % des ventes dans la zone (+8,2 points). Deuxième genre représenté dans la zone, le documentaire pèse 1,5 M€, comme en 2017. Depuis la fin 2018, avec la réorganisation du bureau chinois du cinéma et de l'audiovisuel, de nouvelles contraintes sont

néanmoins imposées sur les importations de programmes étrangers en Chine, ce qui pourrait avoir une incidence sur les ventes 2019.

Les ventes en Inde repartent à la hausse en 2018 et atteignent leur deuxième meilleur niveau historique à 0,9 M€ (+56,6 %), après une année record en 2016 à 4,0 M€. Les efforts renforcés menés depuis deux ans par le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères et TV France International, en prospection sur ce pays, portent leurs fruits.

Au Japon, les exportations de programmes français passent de 2,6 M€ en 2017 à 1,4 M€ en 2018 (-46,8 %), soit le niveau le plus faible de la décennie. Le Japon représente pour la première fois moins de 10 % des exportations vers la zone Asie/Océanie (9,4 %, -8,1 points). La série d'animation *Simon* (104x5' - GO-N Productions) a été vendue à la NHK au Japon. Le Japon est un territoire privilégié pour les grands documentaires français, qui trouvent régulièrement des débouchés sur le réseau de chaînes publiques NHK, à l'instar de *Destination Mars* (52' ou 90' – Le Cinquième Rêve, France Télévisions, CuriosityStream), distribué par Lucky You.

En Corée du Sud, les ventes de programmes français sont en augmentation de 6,0 % en 2018 à 0,9 M€. Les distributeurs français travaillent avec des diffuseurs comme KBS, surtout sur des programmes documentaires. Les ventes dans les autres genres, qu'il s'agisse de la fiction ou de l'animation, sont plus rares.

La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » baisse pour la quatrième année consécutive de 22,5 % à 1,3 M€ en 2018. Les pays de la région du sud-est asiatique devraient néanmoins représenter un débouché de plus en plus intéressant dans les années qui viennent en raison de la montée en puissance démographique et du développement de l'audiovisuel et des plateformes ciblant ces territoires.

Les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont stables à 2,1 M€ en 2018. Le marché, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne, est difficile à pénétrer. La chaîne publique australienne SBS a toutefois acheté à CALT Distribution plusieurs documentaires de voyage réalisés par Yann Arthus Bertrand comme *L'Algérie vue du ciel* (90') et *Le Maroc vu du ciel* (90'). La chaîne ABC a, elle, acquis la deuxième saison des *Pyjamasques* (52x11' – Frog Box, Entertainment One, Walt Disney EMEA Productions).

Les ventes multi-territoires de programmes français en Asie diminuent de 54,6 % à 0,5 M€ en 2018.

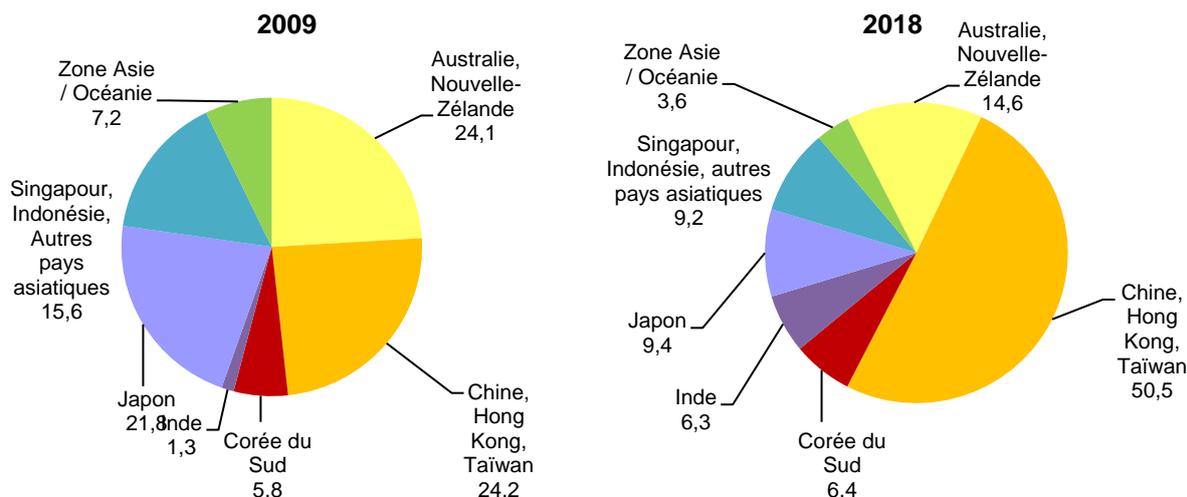
Ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Chine, Hong Kong, Taïwan	2,1	2,2	3,1	5,1	2,6	3,5	3,2	3,9	5,6	7,3	+29,7
Australie, Nouvelle-Zélande	2,1	1,2	1,9	1,9	2,5	2,2	1,4	2,0	2,1	2,1	+0,7
Japon	1,9	2,0	2,2	3,1	1,8	2,6	2,1	2,3	2,6	1,4	-46,8
Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques	1,3	2,2	3,8	2,9	3,0	6,7	2,5	2,1	1,7	1,3	-22,5
Corée du Sud	0,5	0,9	1,2	1,5	0,9	0,8	1,5	0,8	0,9	0,9	+6,0
Inde	0,1	0,6	0,5	1,0	0,7	0,5	0,5	4,0	0,6	0,9	+56,6
Zone Asie / Océanie ¹	0,6	1,1	1,6	2,9	1,6	1,1	3,8	2,9	1,2	0,5	-54,6
Total	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	-1,0

¹ 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

L'année 2018 s'inscrit dans la continuité pour les ventes de programmes français en Afrique avec des achats en baisse de 17,2 %, pour la troisième année consécutive. L'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain atteint 4,8 M€, le niveau le plus faible de ces cinq dernières années et représente 2,8 % des ventes de programmes français dans le monde (comme en 2017).

Ce recul est dû à la forte diminution des exportations de programmes vers l'Afrique anglophone (-30,2 % à 1,1 M€), qui restent néanmoins supérieures à 1 M€ pour la deuxième année consécutive. Les ventes sur la zone Afrique entière restent stables à 1,1 M€. Les ventes vers l'Afrique francophone connaissent une légère hausse en 2018 à 2,6 M€ (+8,6 %).

Si le continent africain semble prometteur, il demeure complexe d'y effectuer des ventes, en raison d'un marché de la TNT qui peine à se développer, de prix particulièrement bas et d'une appétence des publics centrée sur les fictions locales. Certains distributeurs ont d'ailleurs renoncé à investir du temps de développement commercial sur la zone, faute de retours positifs de leurs efforts passés. Par ailleurs, certains groupes français privilégient dans leur développement économique la production locale davantage que l'importation de leurs contenus français.

Les programmes français qui circulent dans les pays africains sont diffusés via les opérateurs continentaux, comme le réseau Turner, qui a par exemple renouvelé la saison 1 de la série *Zig & Sharko* (156x7' – Xilam Animation). Quelques ventes à des acteurs locaux ont néanmoins été réalisées, dont celle des droits de vidéo à la demande par abonnement pour l'Afrique du Sud de la série d'animation *Mon chevalier et moi* (52x13' – TeamTO, Thuristar) à la plateforme sud-africaine Showmax, concurrente locale de Netflix.

f. Recul des ventes au Moyen-Orient

En 2018, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse de 23,2 % à 4,0 M€.

La baisse concerne tous les principaux genres. Les documentaires français, qui traditionnellement circulent bien auprès des diffuseurs de la zone, en particulier MBC Al-Arabiya et Al Jazeera, ont vu leurs ventes diminuer de 20,0 % en 2018 à 0,9 M€. En animation, les programmes français se sont également moins bien vendus en 2018 mais représentent 1,4 M€, soit un montant supérieur à la moyenne des cinq dernières années. La première saison de la série *Yétili*, vendue par MIAM ! Animation, a été acquise dans la zone par beIN Kids (Al Jazeera) en télévision gratuite, tandis que la nouvelle chaîne Gulli Bill Arabi a pris les droits en télévision payante pour les deux saisons. Si les ventes de fiction sont quasiment inexistantes dans la région pour des questions culturelles, les ventes de format représentent des montants significatifs : 1,5 M€ d'achats de formats ont été réalisés en 2018 (-20,8 %), représentant 38,3 % des ventes de programmes français dans la zone.

g. Nouvelle hausse en Amérique latine

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine sont en hausse (+11,0 %) pour la deuxième année consécutive à 4,2 M€. La zone représente 2,4 % des ventes mondiales (+0,6 point). Cette hausse est portée par l'animation française, dont les ventes augmentent de 44,9 % en 2018 à 2,9 M€ (plus haut niveau historique). Les achats d'animation dans la zone sont principalement le fait de réseaux comme Discovery Kids, qui a acheté *Mr. Magoo* (78x7' - Xilam Animation). Les ventes de fiction sont stables dans la région et à un niveau qui reste faible (0,9 M€), du fait de la concurrence d'une production locale forte. Les documentaires se sont également peu vendus dans la zone en 2018, avec des achats à 0,4 M€ (-49,3 %).

En termes de territoire, c'est le Brésil et le Mexique qui soutiennent les ventes françaises en 2018. Les ventes au Brésil augmentent de 39,6 % à 1,5 M€, niveau qui n'avait pas été atteint depuis 2014. Le pays représente 34,6 % des ventes réalisées dans la région (+7,1 points). Au Brésil, le diffuseur payant Globosat a fait l'acquisition de la série d'animation *Oscar et Malika, toujours en retard* (52x11' - Watch Next Media, Three's a Company), distribuée par Kids First. Au Mexique, les exportations de programmes français sont également en forte hausse de 47,1 % à 0,5 M€. En revanche, les achats de programmes français en Argentine restent à des niveaux extrêmement bas : 0,1 M€ en 2018 (-44,5 %). En Amérique latine, ce sont les ventes multi-territoriales qui continuent de constituer le principal débouché pour les programmes français. Après deux années de baisse, elles repartent à la hausse en 2018 et atteignent 1,9 M€ (+15,9 % par rapport à 2017), soit 44,7 % des ventes réalisées dans la région.

h. Des ventes de droits monde qui marquent le pas

Les droits mondiaux sont en légère baisse pour la deuxième année consécutive, après avoir atteint un pic en 2016 à 29,9 M€. Ils s'établissent en 2018 à 27,3 M€ contre 29,2 M€ en 2017 (-6,4 %). En quatre ans, les ventes de droits monde ont été multipliées par près de deux. Même si ces ventes restent rares, elles représentent des montants très importants pour l'exportation de programmes français : la part des droits mondiaux dans les ventes de programmes français s'élève à 15,8 % en 2018 (+1,5 point). Les droits mondiaux font l'objet d'une catégorie distincte dans cette étude depuis 2015 et sont ventilés par genre depuis 2016.

Le marché des droits mondiaux est une opportunité pour les programmes français mais induit des changements profonds dans les pratiques de commercialisation. Le résultat commercial tend tout d'abord à se concentrer sur un seul exercice alors que des ventes territoire par territoire l'échelonnaient sur plusieurs exercices. Cette évolution implique également un gel de tout potentiel commercial sur plusieurs années compte tenu de la nature exclusive des droits cédés pour une période donnée. Cela pourrait tendre à restructurer durablement l'exploitation des droits avec de fortes variations d'une année sur l'autre, en fonction de telles ou telles ventes.

En 2018, 65,8 % de ces droits mondiaux sont des droits mondiaux de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA), le reste correspondant à des ventes de droits télévisuels, soit à des diffuseurs filiales de majors américaines ayant une couverture mondiale, soit à des diffuseurs tels que TV5 Monde (animation et documentaire pour l'essentiel). En 2016, la vidéo à la demande et la vidéo à la demande par abonnement ne représentaient que 28,5 % des ventes de droits mondiaux. Qu'il s'agisse de droits télévisuels ou de vidéo à la demande, le premier genre bénéficiaire est l'animation, qui représente 69,8 % des ventes totales de droits mondiaux. Les ventes de droits mondiaux d'animation sont en hausse de 15,7 % en 2018. A titre d'exemples, Netflix a acheté la saison 2 de *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (78x26' – Zagtoon, Method Animation, Toei Animation, SAMG Animation), et *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios), hors Allemagne et Chine, alors que la série avait déjà été préachetée par Disney Monde (hors Taïwan et Inde) en première fenêtre. En fiction, après une année 2017 particulièrement exceptionnelle à 8,0 M€, ces ventes diminuent de 39,2 % et s'établissent à 4,9 M€.

B. Analyse des ventes par genre de programmes

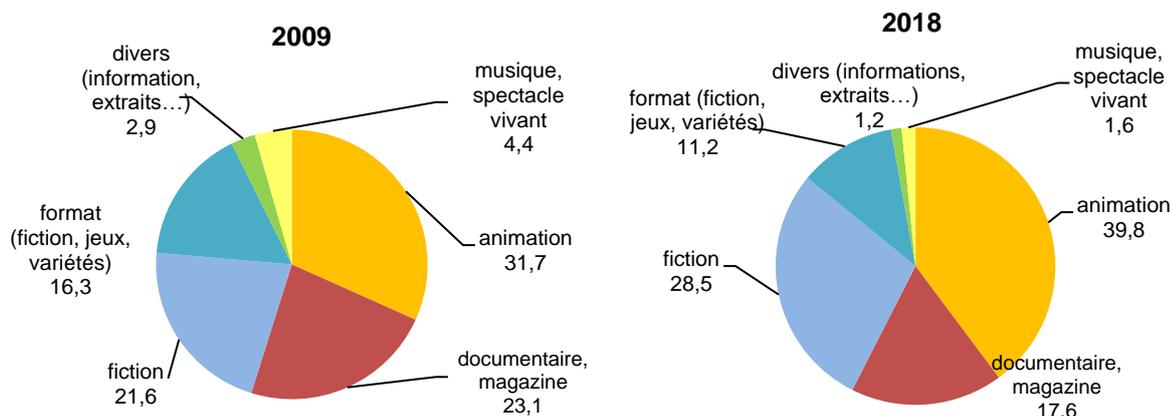
En 2018, les ventes de programmes audiovisuels sont en recul dans tous les genres. Si l'animation reste le premier genre à l'export, les ventes de programmes sont en baisse de 8,7 % par rapport à 2017, année record pour l'animation française. Le genre représente 39,8 % du total des exportations, en hausse de 3,0 points par rapport à 2017, soit le plus haut niveau depuis 2005. Les programmes de fiction français avaient également connu une année 2017 particulièrement haute avec un record historique établi à 63,7 M€. En 2018, les ventes diminuent de 22,5 % pour se fixer à 49,4 M€ et demeurent au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (35,3 M€). La part de la fiction dans le total des exportations s'élève à 28,5 % (-2,6 points). Troisième genre à l'export, les ventes de documentaires français sont également en baisse de 13,9 % à 30,6 M€, soit 17,6 % du total des ventes (+0,3 point). Enfin, les ventes de formats sont en baisse de 7,0 % à 19,5 M€. Les ventes de programmes de musique et de spectacle vivant, ainsi que des programmes du genre « informations / divers » connaissent une chute de respectivement 47,9 % et de 48,6 %.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Animation	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	-8,7
Fiction	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	-22,5
Documentaire, magazine	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	-13,9
Format (fiction, jeux, variétés)	16,4	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	-7,0
Musique, spectacle vivant	4,4	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	-47,9
Divers (information, extraits...)	2,9	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	-48,6
Total	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	-15,5

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

a. L'animation résiste mieux à la baisse des ventes

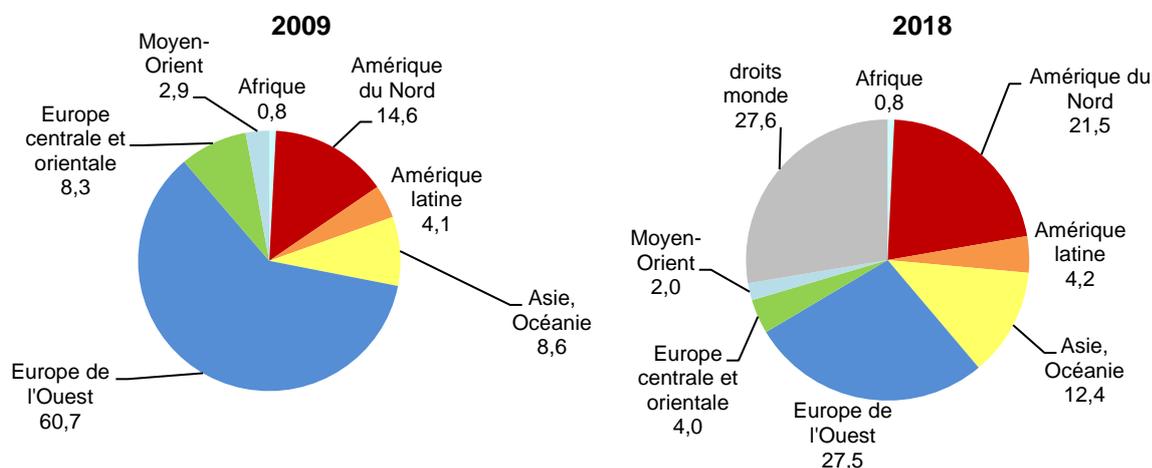
En 2018, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger sont en recul par rapport au niveau historiquement élevé atteint en 2017. L'animation est le genre qui résiste le mieux à la baisse générale qui affecte tous les genres, portée notamment par quelques propriétés de notoriété mondiale. Elles atteignent 69,0 M€ (-8,7 %), soit le troisième plus haut niveau historique après les années 2017 et 2016 et représentent 39,8 % des ventes totales.

Genre international par définition, l'animation française s'est imposée comme une des premières productions mondiales et a su tirer parti de la demande forte de programmes, formulée par les territoires émergents et les nouveaux acteurs non-linéaires en particulier. La qualité de la production française est mondialement reconnue, avec des propriétés intellectuelles fortes et variées qui ont circulé dans la majorité des territoires. Dans un univers particulièrement concurrentiel marqué par l'abondance de l'offre, la demande se porte davantage sur des séries inédites et des programmes neufs.

De plus, comme dans les autres genres, les prix sont généralement en baisse, ou stables mais avec plus d'exigences de la part des acheteurs.

Enfin, le marché de l'animation évolue également du point de vue de la réception. Les distributeurs relèvent que les publics au-delà de 8-9 ans sont désormais plus difficiles à adresser avec l'animation. Ces tranches d'âge s'orienteraient plus que par le passé vers des fictions jeunesse en prise de vue réelle ou encore vers les vidéos proposées par des plateformes de partage, sans compter la concurrence sur le poste de télévision de la pratique des jeux vidéo.

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 en forte baisse en 2018 à 19,0 M€ (-34,6 %), soit le niveau le plus bas de la décennie. L'Europe de l'Ouest représente 27,5 % du total (contre 38,5 % en 2017 et 46,4 % en moyenne sur ces dix dernières années).

Malgré des achats en forte baisse après une année 2017 exceptionnelle (-20,7 % à 8,3 M€), l'Allemagne reste de loin le premier acheteur européen d'animation pour les distributeurs français, devant l'Italie dont les achats diminuent fortement de 61,1 % à 2,3 M€. En Allemagne, la chaîne publique locale WRD a acquis la série d'animation *La Famille Blaireau-Renard* (52x12' – Ellipsanime, Dargaud Media), distribuée par Mediatoon, tandis qu'en Italie, la RAI a acheté la série *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios) et la saison 2 des *Pyjamasques* (52x11' – Frog Box, Entertainment One, Walt Disney EMEA Productions).

Le Royaume-Uni voit ses achats de programmes d'animation français repartir à la hausse à 2,3 M€, après deux années de baisse, grâce à de nombreuses ventes à des acteurs variés : la chaîne gratuite pour enfants Tiny POP (groupe Sony) a ainsi acheté les deux saisons de la série préscolaire *Ollie & Moon* (104x52' – Cottonwood Media), distribuée par Federation Entertainment, ainsi que les deux premières saisons de *Molang* (104x3'30 – Millimages), et ITV-CITV a acquis la nouvelle version de *Mr. Magoo* (78x7' - Xilam Animation). En Belgique, les

ventes ont fortement reculé de 66,3 % à 1,1 M€, en-dessous de la moyenne de la dernière décennie (1,8 M€). Enfin, l'animation française voit également ses ventes reculer en Espagne (-31,1 % à 1,2 M€), en Scandinavie (-31,8 % à 1,1 M€) et en Suisse (-29,4 % à 0,7 M€). En Espagne, la chaîne publique RTVE a néanmoins acquis les séries *Nos voisins les pirates* (52x11' – Cyber Group Studios), également acquise par les chaînes publiques RAI, RTP (Portugal) et WDR/ARD (Allemagne), et *Les Enquêtes de Mirette* (52x11' – Cyber Group Studios).

Les ventes d'animation française en Amérique du Nord sont de nouveau en hausse de 3,8 % à 14,8 M€, plus haut niveau jamais enregistré. La zone représente désormais 21,5 % des ventes totales d'animation (+2,6 points). De nouveau en 2018, les Etats-Unis sont les premiers acheteurs de programmes d'animation français devant l'Allemagne. Les ventes enregistrent la septième hausse consécutive sur ce territoire et atteignent 11,7 M€ (+3,5 % par rapport à 2017). La première saison de la série *La Tribu Monchhichi* (52x11' – Technicolor Animation Productions), vendue par PGS Entertainment, sera ainsi diffusée sur la chaîne Boomerang puis sur la plateforme Hulu. Au Canada, les ventes d'animation française repartent à la hausse en 2018 avec 17,7 % de croissance, pour un montant total de 2,9 M€, deuxième meilleur niveau historique. La série d'animation *Les Nouvelles Aventures de Geronimo Stilton* (26x23' – Superprod Animation), distribuée par Superights, a notamment été acquise au Canada anglophone, marché réputé difficile à conquérir.

Les ventes d'animation en Asie / Océanie progressent de 17,1 % en 2018 et atteignent 8,6 M€, deuxième plus haut niveau enregistré après le record de 2016. L'Asie / Océanie reste la troisième zone d'exportation pour les programmes d'animation français et représente 12,4 % du total des ventes d'animation française dans le monde (+2,7 points). L'année 2018 a notamment été marquée par la forte croissance des ventes de programmes d'animation français dans la zone « Chine, Hong Kong, Taïwan », qui devient la troisième zone d'export de l'animation française, derrière les Etats-Unis et l'Allemagne. Les ventes y ont augmenté de 47,7 % à 4,9 M€. Le besoin de programmes des plateformes de VàD dominées par les géants locaux Baidu, Alibaba et Tencent, qui ont un intérêt marqué pour l'animation française, fait de la Chine un territoire plus que jamais incontournable pour l'animation française. Parmi d'autres exemples, le distributeur Jetsen Huashi TV a fait l'acquisition de la série *Les Enfants de la Table Ronde* (52x11' – Blue Spirit Productions), distribuée par Newen Distribution, tandis que le distributeur chinois UYoung, qui avait acquis en 2017 les droits de distribution pour la Chine de la série *Paprika* (75x7' et 11x2' – Xilam), a vendu la série à la plateforme iQIYI.

L'Inde est un territoire important pour les distributeurs français et les diffuseurs indiens achètent de plus en plus de programmes, dont la série d'animation en images de synthèse *Les Légendes de Tatonka* (52x13' – Cyber Group Studios), achetée par le groupe Sun TV Network. La série a par ailleurs été achetée par la télévision nationale chinoise CCTV, et est également diffusée sur plusieurs plateformes digitales dans le pays. Au total, la série est diffusée dans 140 territoires.

En Europe centrale et orientale, les ventes d'animation reculent de 3,5 % à 2,7 M€ en 2018. La zone est à l'origine de 4,0 % des importations d'animation française en 2018, contre 3,7 % en 2017 et 6,4 % sur la dernière décennie. En Russie néanmoins, les achats repartent à la hausse et atteignent 0,8 M€ (+18,9 % par rapport à 2017). Gulli Russie a acheté *Ernest et Célestine* (26x13' - Folivari, Piste Rouge, Melusine Productions), distribuée par Dandeloo. De même, Disney Russie a fait l'acquisition auprès de Superights de la série *Paf le chien* (78x7' - Superprod et Animoka), la série étant déjà disponible dans plus de 180 territoires. En Pologne, les achats

augmentent et atteignent 0,7 M€ (+20,7 %). Puls TV y a acheté les deux premières saisons de *Molang* (104x3'30 – Millimages).

Les ventes d'animation en Amérique latine connaissent une nouvelle forte hausse en 2018 et atteignent 2,9 M€ (+44,9 %), soit le plus haut niveau enregistré. Les prix restent faibles, mais les chaînes panaméricaines sont des acheteuses importantes de programmes français, comme en attestent les ventes par Cyber Group Studios de *Sadie Sparks* (52x11' - Brown Bag Films - Cyber Group Studios) et par Xilam de *Mr. Magoo* (78x7' – Xilam Animation) à Discovery Kids Amérique latine. Les chaînes nationales sont aussi clientes de programmes d'animation français. La chaîne brésilienne Gloop (Globosat) a acheté la coproduction franco-italienne *Pirata & Capitano* (52x11' – Millimages, Aliante), tandis que Superights a vendu *L'Heure du conte* (26x13' – Le Regard Sonore) à Canal Once au Mexique et à la chaîne jeunesse argentine Paka Paka.

Au Moyen-Orient, après deux années de hausse, les ventes de programmes d'animation français sont en baisse de 17,1 % à 1,4 M€. La chaîne Gulli Bil Arabi a toutefois fait l'acquisition de *Max & Maestro* (52x11' – Monello Productions) tandis que la série *Oscar et Malika, toujours en retard* (52x11' – Watch Next Media), également distribuée par Kids First, a été achetée par Discovery Kids pour le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord.

Enfin, l'année 2018 est marquée par la forte augmentation des ventes de droits monde, qui deviennent la première « zone » de destination des programmes français d'animation, au même niveau que l'Europe de l'Ouest pour la première fois, avec 27,6 % des exportations totales d'animation, contre 21,8 % en 2017. Les ventes monde d'animation atteignent 19,1 M€, soit une hausse de 15,7 % par rapport à 2017. Netflix a ainsi acquis la deuxième saison de *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (78x22' - Zagtoon, ON Entertainment, Sam-G, Toei) auprès de PGS Entertainment, la série d'animation *Les Minijusticiers* (234x8' – Futurikon, Télétoon, Studio Redfrog) et la deuxième saison des *Pyjamasques* (52x11' – Frog Box, Entertainment One, Walt Disney EMEA Productions).

Les plateformes gratuites de vidéo à la demande, financées par la publicité, représentent une source de revenus complémentaire pour les distributeurs de programmes français, essentiellement en animation. Particulièrement regardées par le jeune public, elles offrent aux programmes une visibilité mondiale, susceptible d'engendrer des ventes et de créer des marques à fort potentiel de merchandising. Plusieurs studios ont manifesté leur volonté de se développer sur ces supports de diffusion, à l'instar de Cyber Group Studios, Millimages et Superights qui se sont dotés d'un département dédié. A titre d'exemple, Xilam franchissait, en 2019, les 10 milliards de vues sur YouTube et lançait sa première chaîne dédiée à *Oggy et les cafards* en Inde.

b. Diminution des ventes de fiction

En 2018, après sept années consécutives de croissance, les ventes étrangères de fiction française reculent de 22,5 % pour s'établir à 49,4 M€. Il s'agit néanmoins du troisième meilleur niveau historique. Le genre représente 28,5 % des ventes de programmes audiovisuels français (-2,6 points par rapport à 2017). Sur la dernière décennie, le poids de la fiction dans les exportations françaises s'établit à 24,1 %. La baisse des ventes de fiction concerne toutes les zones géographiques, à l'exception de l'Afrique et de l'Amérique latine. L'Europe de l'Ouest demeure de loin le premier marché à l'export pour la fiction française avec 63,4 % des ventes en 2018 (contre 55,7 % en 2017), dans la moyenne de ces dix dernières années (62,2 %).

Les fictions françaises font face à un univers international qui n'a jamais été aussi concurrentiel, malgré la demande encore très importante de contenus des nouveaux acteurs et de certains diffuseurs linéaires. Sur les chaînes linéaires notamment, la compétition est d'autant plus rude que le nombre de cases stagne. Entre 2017 et 2018, la fiction s'est caractérisée en France par un nombre plus limité de nouvelles séries susceptibles d'alimenter le marché international. Par ailleurs, les plateformes mondiales avaient constitué les années précédentes des stocks importants et se dédient désormais davantage à la production originale qu'à l'acquisition.

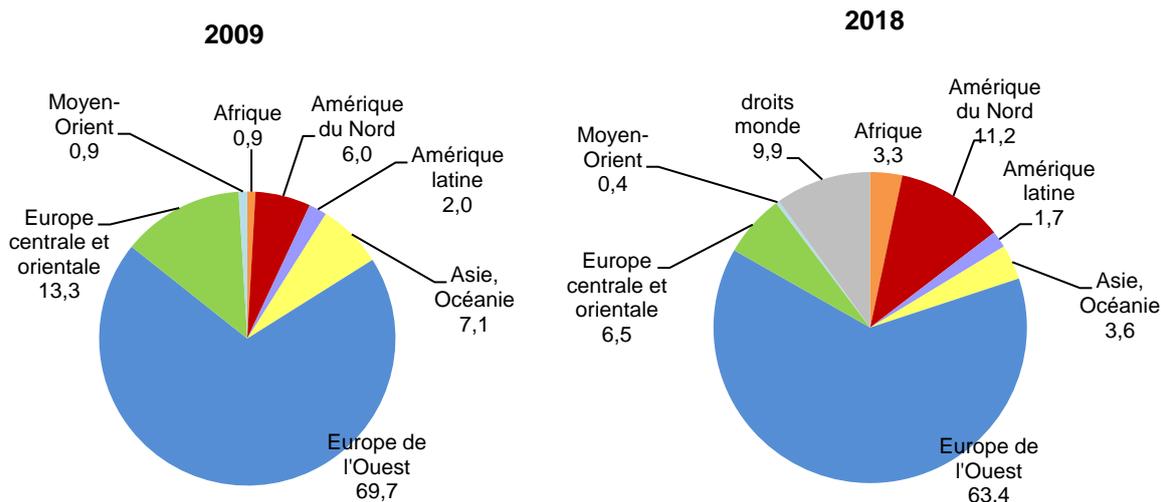
Après une année 2017 particulièrement forte, les fictions françaises restent performantes à l'export et trouvent des débouchés sur quasiment tous les territoires internationaux, avec naturellement une place importante en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Les séries procédurales françaises, en particulier quand elles atteignent un volume suffisant, trouvent souvent preneur chez des diffuseurs linéaires, qui peuvent les programmer avec flexibilité. D'un autre côté, les plateformes de vidéo à la demande ont poursuivi leurs achats en 2018 de séries françaises aux thématiques fortes. Ainsi, plusieurs séries de fiction dans des genres différents illustrent la capacité des programmes français à circuler. A ce titre, la mini-série *Maroni* (4x52' – FrenchKiss, ARTE France) a été acquise auprès de Lagardère Studios Distribution par la plateforme de vidéo à la demande spécialisée Shudder (AMC Networks) pour une diffusion aux Etats-Unis, au Royaume-Uni et en Allemagne. La plateforme achète régulièrement des programmes français sur des thématiques segmentantes comme le fantastique ou la science-fiction. En 2017, elle avait déjà acheté *Missions* (20x26' - Empreinte Digitale) et *Trepalium* (6x52' - Kelija). Autre programme qui explore un univers atypique, la série *Philharmonia* (6x52' – Merlin Productions), dont les ventes ont commencé en 2018, a déjà été acquise en Belgique (RTBF), en Suisse (RTS), en Espagne (Cosmopolitan) et en Russie (Fox).

La série *L'art du crime* (6x52' – Gaumont) a également beaucoup circulé en 2018 : la saison 1 a été vendue aussi bien en Allemagne et en Pologne (ZDF et TVP respectivement), qu'au Japon (NHK), au Mexique (Canal 22) et aux Etats-Unis (MHz Networks).

Première série développée et coproduite avec l'Opéra National de Paris, le programme de fiction jeunesse *Léna, rêve d'étoile* (26 x 26' – Cottonwood Media, ZDF Enterprises), vendue par Federation Entertainment, a été acquise au total dans 90 territoires, les chaînes ayant acheté la première saison renouvelant systématiquement leurs accords.

Enfin, un peu partout, les acheteurs ont renouvelé la série *Guyane*, distribuée par Newen Distribution, pour sa deuxième saison (8x52' - Mascaret Films), qu'il s'agisse d'AMC en Espagne, de DirecTV en Amérique latine ou de Sony en Europe centrale et orientale.

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



Source : CNC-TV France International.

En 2018, la croissance continue des ventes de fiction en Europe de l'Ouest depuis cinq ans s'est interrompue : les ventes ont reculé de 11,8 % à 31,3 M€, après le record historique de 35,5 M€ en 2017. Elles restent néanmoins à un niveau supérieur à 30 M€ pour la quatrième année consécutive. Ce recul est en grande partie due à la forte baisse des ventes de programmes français en Allemagne, et dans une moindre mesure en Belgique et en Suisse. La zone germanophone (Allemagne + Autriche), qui est restée le premier acheteur de fictions françaises ces quatre dernières années a en effet vu ses achats se contracter très fortement de 41,9 % à 5,8 M€. En Belgique, les ventes de fiction diminuent de 20,0 % à 5,3 M€. Le recul est plus appuyé en Suisse et atteint 44,1 % à 1,7 M€.

C'est en Europe du Sud que la fiction française a fait l'objet de ventes importantes en 2018. Ainsi, l'Espagne devient le premier acheteur européen et mondial de fictions françaises avec 6,4 M€ de ventes réalisées dans le pays en 2018, soit une hausse de 51,9 % par rapport à 2017. En particulier, la série *Candice Renoir*, déjà vendue par Newen Distribution dans le territoire sur une chaîne payante, a été achetée par la chaîne gratuite Paramount Network. La série *Capitaine Marleau* (90' - Passionfilms et Bel Ombre Films) a été vendue par France tv distribution pour 14 épisodes à NBCU Global Networks España, tandis que les deux unitaires vendus par Lagardère Studios Distribution *Le jour où j'ai brûlé mon cœur* (90' - Ango productions) et *Tu vivras ma fille* (90' - GMT production) ont été acquis par Antena 3. En Italie également, les achats ont augmenté de 28,7 % à 5,6 M€, faisant de l'Italie le troisième marché pour la fiction française. Le réseau Discovery a acheté la série *Tandem* (24x52' - DEMD Productions) auprès de Lagardère Studios Distribution pour la chaîne Giallo.

Alors que ces deux territoires sont traditionnellement complexes à pénétrer pour la fiction en langue non anglaise, l'année 2018 a vu les ventes au Royaume-Uni et en Irlande augmenter de 8,0 % à 4,6 M€, atteignant ainsi leur deuxième meilleur niveau, loin derrière l'année 2016 qui avait été particulièrement exceptionnelle (9,2 M€). Si les montants peuvent être importants, les ventes demeurent néanmoins exceptionnelles.

En Scandinavie, autre territoire peu ouvert aux productions françaises, les ventes de fiction sont en baisse (-7,0 %) mais restent au-dessus de 1 M€ pour la troisième fois en dix ans, avec 1,1 M€.

On notera notamment la vente par StudioCanal de la série *Baron Noir* (16x52' – Kwai) à HBO Europe sur la région nordique (et sur l'Espagne par ailleurs).

Les ventes de fiction française en Amérique du Nord reculent de 30,1 % à 5,5 M€ après une année 2017 historiquement élevée. Sur ces cinq dernières années, les ventes de fiction française atteignent 5,6 M€ en moyenne par an dans la zone. L'Amérique du Nord représente 11,2 % des ventes totales, contre 12,5 % en 2017. Aux Etats-Unis, la baisse est particulièrement marquée et atteint 41,4 % pour un niveau de ventes de 2,6 M€. La série *Chefs* (6x52' – Robin&Co) a été acquise par la plateforme digitale MHzChoice (MHz Networks) auprès de CALT Distribution. D'autres séries ou collections ont également été acquises aux Etats-Unis par MHz Networks, aussi bien des épisodes de *Meurtres à...*, *Crime en...* (90' – distribution Film & Picture) que la sixième saison d'*Engrenages* (12x52' – StudioCanal) vendue par Mediawan Rights. La plateforme Walter Presents a acquis les droits des mini-séries *Trois fois Manon* et *Manon 20 ans* (chacune 3x52' - Image & Compagnie), distribuées par Film & Picture, en 2018. NBC Universal est par ailleurs diffuseur (via le réseau Universal Kids) de la série jeunesse *Léna, rêve d'étoile* (52x26' – Cottonwood Media) aux Etats-Unis en deuxième fenêtre après la plateforme Hulu. En revanche, le Canada a augmenté ses achats de fiction française de 7,0 % à 1,4 M€. La chaîne québécoise Séries+ a acheté *Demain nous appartient* (26' ou 52' – Telsète).

Les ventes de fiction française en Europe centrale et orientale reculent de 53,1 % en 2018, après une année 2017 lors de laquelle les ventes avaient quasiment triplé. Elles atteignent 3,2 M€ et représentent 6,5 % des ventes de programmes français de fiction (-4,2 points) dans le monde. Malgré le dynamisme de son marché et la multiplicité des acteurs, la Pologne a diminué ses achats de 60,6 % à 1,0 M€. La saison 2 de *Guyane* (8x52' - Mascaret Films) a néanmoins été vendue à Canal Plus Pologne. En Russie, les ventes sont en hausse de 18,6 % mais à un niveau qui reste relativement faible : les achats de fictions françaises atteignent 0,5 M€ en 2018. Les droits sur la région Europe centrale et orientale ont été acquis par la plateforme HBO pour la série *Nox* (6x52' - Gaumont) distribuée par StudioCanal.

Après deux années de forte hausse et un niveau historique atteint en 2017, les ventes de fiction française en Asie / Océanie sont en baisse de 38,1 % en 2018 à 1,8 M€. La Chine n'est pas encore un territoire d'importance pour la fiction française, mais les plateformes peuvent se montrer intéressées par des concepts originaux, comme la plateforme digitale chinoise Bilibili qui a acheté la fiction courte sur l'art *A Musée Vous, A Musée Moi* (60x3' – Cocorico) distribuée par Balanga. La plateforme avait déjà acquis en 2017 la série *Missions* (20x26' – Empreinte Digitale).

Si le marché africain reste un marché difficilement pénétrable pour les fictions françaises, compte tenu de la primauté donnée aux productions locales ou anglo-saxonnes et de la reprise (légale ou pirate) des chaînes françaises sur le continent africain, les ventes de fiction en Afrique repartent à la hausse en 2018 et atteignent 1,6 M€ (+26,2 % par rapport à 2017).

En Amérique latine, les ventes de fiction sont stables à 0,9 M€ (+0,2 %), dans la moyenne de ces dix dernières années. Notons la vente de la troisième saison de *Versailles* (10x60' - Capa Drama, Banijay Studios France) à Globosat et à Netflix pour la zone Amérique latine.

Après avoir quasiment triplé en 2017, les ventes de droits monde de fiction ont diminué de 39,2 % pour s'établir à 4,9 M€ en 2018. Elles représentent 9,9 % du total des ventes à l'étranger en 2018

(-2,7 points par rapport à 2017). Le recentrage des plateformes de vidéo à la demande sur la production et non l'acquisition de programmes de fiction peut expliquer cette tendance.

c. Baisse des exportations de documentaire

Les ventes de documentaire français à l'international diminuent de 13,9 % à 30,6 M€ en 2018, légèrement en-dessous de la moyenne de ces dix dernières années (31,0 M€). Le genre capte 17,6 % des recettes (+0,3 point), alors que la concurrence internationale dans la production de documentaires reste particulièrement forte.

La diversité et la qualité de certaines productions françaises dans le genre documentaire sont reconnues à l'international et sont notamment liées à l'existence de nombreuses cases documentaire chez les diffuseurs français. A l'international, les chaînes payantes thématiques en particulier sont en recherche de volume. La série documentaire est toujours très appréciée, même si certains genres se déclinent naturellement mieux en unitaires et circulent également dans le monde entier.

Certains producteurs français de documentaire parviennent à créer des marques fortes susceptibles de circuler dans le monde entier, comme en attestent les résultats de séries comme *La Guerre des trônes, la véritable histoire de l'Europe* (4 x 45' - Pernel Media), distribuée par France tv distribution, qui a trouvé preneur dans 80 territoires et notamment dans les pays d'Europe centrale et orientale, en Russie, en Australie, mais aussi dans 20 territoires de l'Afrique lusophone et subsaharienne, aussi bien auprès d'acteurs publics que des grands groupes internationaux.

Les documentaires historiques, en particulier sur le vingtième siècle et la Seconde Guerre Mondiale, sont par ailleurs toujours aussi populaires et connaissent des ventes dans le monde entier. Chaque année, de nouveaux acheteurs se manifestent sur des productions françaises réputées, comme *Apocalypse, la guerre des mondes* (6x52' – CC&C Clarke Costelle & Cie), qui a encore été vendue à DR au Danemark et la RTBF en Belgique. L'unitaire *Magda Goebbels, la première dame du IIIe Reich* (52' – CPB Films) s'est également vendu dans une trentaine de territoires, dont la Colombie (RTVC), la Suède (UR) ou l'Italie (RAI Storia), tandis que la collection documentaire *Les Mensonges de l'histoire* (12x52' – CPB Films) a circulé chez des diffuseurs aussi variés que la NHK au Japon, Spiegel TV en Allemagne, AMC en Espagne, FOXTEL en Australie, Planete+ en Pologne ou La 7 en Italie. La série documentaire *Tanks, dans l'enfer des combats* (4x52' – Imagissime, LOOKSfilm, FORMAT TV, Planète +, ZDFinfo) a par ailleurs fait l'objet d'une vente multi-territoires par Lagardère Studios Distribution à la plateforme Netflix.

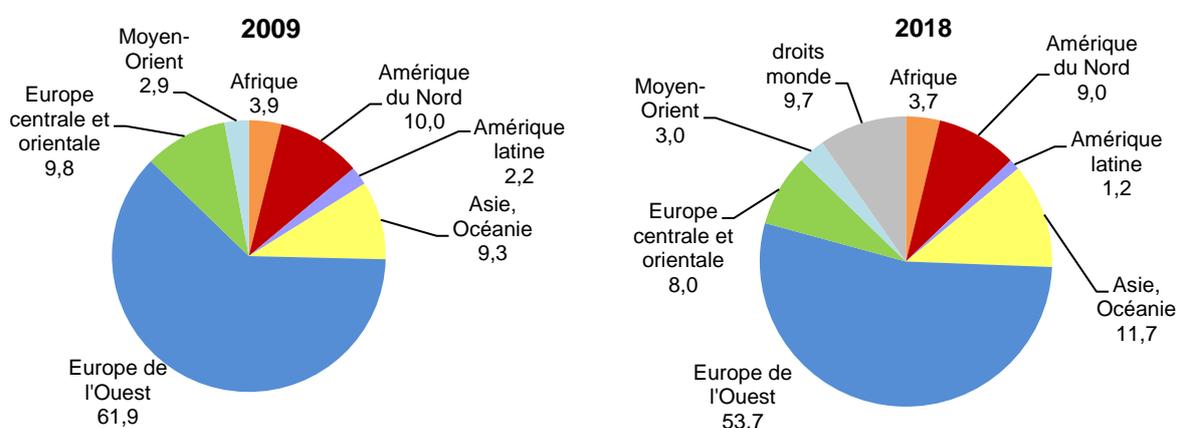
Les programmes d'investigation français, particulièrement plébiscités par les téléspectateurs nationaux, rencontrent un succès particulier à l'international. La série *Indices* (50x52' - Phare Ouest Productions), distribuée par Balanga, est par exemple disponible sur les plateformes Amazon aux Etats-Unis, Pluto TV au Royaume-Uni, Tubi TV en Australie et en Nouvelle-Zélande, mais elle a également été achetée par des acteurs linéaires comme Bell Media au Canada ou la RTBF en Belgique. En 2018, deux saisons de la série ont été vendues à la chaîne ZDF Info en Allemagne.

Le genre scientifique n'est pas en reste au sein de la production française. En 2018, la série *La Terre des géants* (6 x 52' - French Connection Films) aura été vendue par France tv distribution dans 80 territoires au total, dont la Chine, la Corée du Sud et la Russie. De même, les grands documentaires de voyage, comme la coproduction *Le Japon vu du ciel* (5x52' – Gedeon programmes, NHK) distribuée par Terranoa, a rencontré un fort succès.

La production française de documentaire reste tributaire des commandes des chaînes françaises, avec des sujets largement orientés sur les questions de la société française, ce qui peut constituer un obstacle à une large circulation internationale et rend les programmes en outre plus rapidement « périssables » en fonction des évolutions du cadre sociétal et politique. Le trop faible volume de séries documentaires produites, au bénéfice d'unitaires ou de séries courtes, constitue également un frein. Pour développer le caractère international des productions françaises, les distributeurs souhaitent se positionner sur les projets très en amont afin d'apporter leur expertise et les ressources nécessaires au financement. L'écriture (le « storytelling ») de style anglo-saxon reste un standard sur certains marchés, davantage habitués aux productions britanniques ou américaines.

Enfin, en documentaire également, les plateformes de vidéo avec des modèles économiques de partage de revenus peuvent occasionnellement représenter des alternatives aux plateformes plus traditionnelles avec toutefois des modalités de remontée de recettes qui restent à améliorer.

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



Source : CNC-TV France International.

L'Europe de l'Ouest renforce sa place de premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux à 16,4 M€, avec des achats en légère hausse (+1,8 %) et une part de marché en hausse de 8,3 points à 53,7 %. Territoire de destination privilégié pour les documentaires français, l'Europe de l'Ouest est ainsi la seule zone dont les achats de documentaires sont en hausse en 2018.

Avec des achats en hausse de 12,8 % à 5,0 M€, plus haut niveau historique, la Belgique redevient le premier marché pour le documentaire français, devant l'Allemagne. Après une très bonne année 2017, les ventes à destination de la zone germanophone (Allemagne + Autriche) diminuent de 23,1 % en 2018 et s'établissent à 3,5 M€. En Italie, comme pour la fiction, le documentaire français voit ses ventes augmenter fortement de 33,9 % et atteindre 2,5 M€ en 2018. La chaîne publique RAI 3 a notamment acquis les documentaires de voyage réalisés par Yann Arthus Bertrand *L'Algérie vue du ciel* (90'), *Le Maroc vu du ciel* (90') et *Terra* (90'), ou encore le programme histoire *Das Reich, Une division SS en France* (2x45' ou 90' - Nilaya Production), vendu par ZED. Dans les autres marchés européens, les ventes sont en diminution, notamment en Suisse, dont les achats reculent de 36,8 % à 1,2 M€. Sur la zone anglophone (Royaume-Uni + Irlande), dont les achats de documentaires restent rares en raison de la vitalité de la production anglo-saxonne, les achats de documentaires français sont en baisse de 29,4 %

et s'établissent à 1,1 M€. En Espagne, les ventes connaissent un recul moins prononcé en 2018 : -6,3 % à 1,2 M€, dans la moyenne de ces cinq dernières années. Si RTVE et Odisea restent des partenaires importants pour les productions documentaires françaises, d'autres chaînes sont impliquées comme la chaîne payante AMC Espagne qui a acheté en 2018 la série *Les Routes de l'esclavage* (4x52' – CPB Films, Kwassa Films, LX Filmes).

Les ventes de documentaires en Amérique du Nord sont en baisse de 45,5 % à 2,7 M€. Après une bonne année 2017, les Etats-Unis ont diminué leurs achats de 50,4 % pour un total qui s'élève à 1,7 M€. Au Canada, les ventes reculent pour la deuxième année consécutive de 33,5 % et s'élèvent à 0,9 M€ en 2018.

En Asie / Océanie, les ventes de documentaires français diminuent de 8,2 % à 3,6 M€ en 2018. La zone représente 11,7 % des ventes mondiales de documentaires français (+0,7 point). L'Asie / Océanie est ainsi la deuxième zone d'exportation des documentaires français en 2018, pour la première fois devant l'Amérique du Nord. Dans la région constituée par la Chine, Hong Kong et Taïwan, les ventes de documentaires français sont stables à 1,5 M€ (-0,1 %). Le documentaire est le deuxième genre le plus exporté dans la zone, après l'animation, avec une part de marché de 19,8 %. En 2018, le groupe public China International Television Corporation a acquis plusieurs documentaires sur la Seconde Guerre Mondiale pour le diffuseur chinois CCTV, dont *Les Carnets secrets de Nuremberg* (52' - Roche Productions), vendu par ZED, ou encore *La Guerre des trônes, la véritable histoire de l'Europe* (4 x 45' – Pernel Media), distribué par France tv distribution.

En Europe centrale et orientale, les achats de documentaires sont en repli à 2,5 M€ pour la quatrième année consécutive en 2018 (-11,7 % par rapport à 2017), soit une part de marché de 8,0 % des ventes totales. Les achats russes sont notamment en recul de 48,2 % à 0,3 M€. Néanmoins, dans l'un des principaux marchés de la zone, la Pologne, les achats sont en hausse de 14,6 % à 0,8 M€. Selon les professionnels, la Pologne se positionne sur toutes les thématiques du documentaire et est considérée comme un pays prescripteur pour le reste de la région. Viasat World a fait l'acquisition de la série documentaire *La Guerre des trônes, la véritable histoire de l'Europe* pour un grand nombre de pays de la région, y compris la Russie et les pays Baltes.

Après quatre années de hausse, les ventes en Afrique reculent de 34,3 % et s'établissent à 1,1 M€. Parmi les ventes de l'année, la série documentaire *Duels* (16x52') a été acquise auprès de Balanga par la chaîne payante Kwesé, diffusée sur la zone subsaharienne.

Au Moyen-Orient, les ventes de documentaires français diminuent de nouveau en 2018 de 20,0 % à 0,9 M€, deuxième niveau le plus faible de la décennie. Sur les programmes d'histoire, les sujets d'investigation internationale ou les documentaires « current affairs », les distributeurs français travaillent souvent avec les grands réseaux comme MBC Al-Arabiya et Al Jazeera. L'enquête *Starbucks sans filtre* (52' et 90' - ARTE France, Premières Lignes Télévision), qui a par ailleurs fait l'objet de nombreuses préventes aussi bien en Europe qu'en Asie, a ainsi été achetée par MBC Al-Arabiya.

L'Amérique latine diminue également ses achats de documentaires français de 49,3 % à 0,4 M€. Le marché latino-américain demeure assez marginal pour le documentaire français, représentant 1,2 % des ventes de documentaires.

Les ventes de droits monde sont en repli sur le documentaire français. Elles s'établissent en 2018 à 3,0 M€ (-27,1 %), soit une part de marché de 9,7 % du total des ventes. Des programmes évènementiels ont trouvé preneur en 2018, comme le documentaire scientifique *ISS, Mégastructure de l'espace* (65' – The Prod), vendu par ZED à National Geographic pour le monde.

d. Baisse des ventes de formats et du spectacle vivant

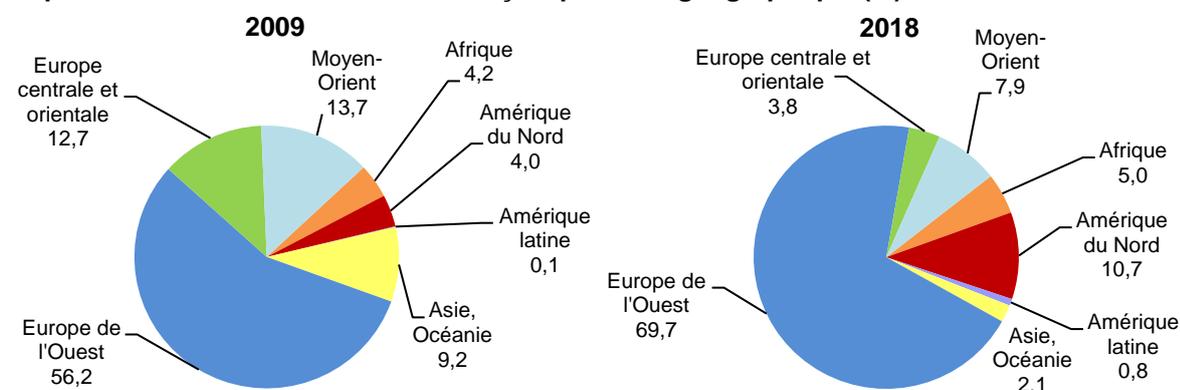
Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en recul de 7,0 % à 19,5 M€ en 2018. Le format représente 11,2 % du total des ventes, contre 10,2 % en 2017.

La vente de formats 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 sur des concepts forts, comme *Fort Boyard*, qui a connu des adaptations dans plus de 30 pays. En 2018, le jeu a encore été vendu par ALP au Maroc (2M), en Finlande (MTV3) et en Allemagne (Prosieben Sat 1). C'est également le cas du concept de *Au Tableau !!!* (7x90' – Au Tableau Productions, 416 Prod), élu Prix export format 2019, qui s'est vendu en Italie (RAI3), par le biais de Vivendi Entertainment, après avoir été adapté en Nouvelle-Zélande (TVNZ), au Liban (MTV) et au Pays-Bas (SBS6).

Pour la fiction, les ventes de formats portent notamment sur les programmes courts. La 25^e adaptation internationale de *Caméra Café* (CALT Production) a ainsi été conclue en 2018 au Myanmar, faisant de la série un des formats de fiction les plus vendus au monde, tandis que le format de *Nos chers voisins* (2012-2017, 4 990x1') vendu par Lagardère Studios Distribution, a été acheté par RTL Croatie. La série a par ailleurs déjà été adaptée en Finlande, en Slovénie, en Italie et au Canada. En ce qui concerne les programmes longs, le format de la série *Dix pour cent* (18x52' - Mother Production, Mon Voisin Productions) a connu un grand succès : après avoir été vendu en *ready made* dans de nombreux territoires et à Netflix, il a fait l'objet de multiples options, parfois levées, pour des adaptations locales. La série a ainsi été adaptée au Québec et des versions sont en cours de développement au Royaume-Uni et en Chine.

La vente de format reste spécifique par la longueur des négociations et l'issue toujours incertaine des adaptations. De nombreux projets d'adaptation n'aboutissent pas mais le dynamisme des échanges témoigne de l'intérêt continu pour des concepts nés en France.

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 restent à un niveau élevé de 13,6 M€ (+0,7 % par rapport à 2017). L'Europe de l'Ouest représente 69,7 % des ventes mondiales de formats français. Premier acheteur de formats français, la Belgique diminue légèrement ses achats de 3,6 % à 3,9 M€. En revanche, les ventes sont en hausse dans la zone Royaume-Uni – Irlande (+6,7 % à 3,6 M€), où les achats de formats représentent 29,5 % des achats de programmes français, devant les achats d'animation. Le format de *Des chiffres et des lettres* y a été adapté cette année encore par Channel 4. Les ventes de formats vers l'Allemagne sont en forte hausse de 39,6 % et atteignent 1,9 M€ en 2018.

L'Amérique du Nord devient la deuxième zone de destination des formats français avec des ventes en hausse de 3,4 % à 2,1 M€. Ces ventes se concentrent sur le Canada, qui représente 68,9 % des achats de formats français dans la zone. Les ventes de formats aux Etats-Unis sont néanmoins en hausse de 61,7 % à 0,6 M€.

Traditionnellement un partenaire privilégié de la France dans les ventes de formats, l'Europe centrale et orientale diminue ses achats de 69,4 % à 0,7 M€.

Les ventes de formats français au Moyen-Orient sont également en baisse de 20,8 % à 1,5 M€. La zone reste néanmoins importante pour ce type de ventes, et est à l'origine de 7,9 % des ventes totales de formats français dans le monde. Le Moyen-Orient constitue année après année la troisième zone d'exportation de formats français. Les achats de formats sont notamment portés par le Liban.

Les achats de l'Asie et de l'Océanie augmentent légèrement de 9,6 % à 0,4 M€.

Les ventes de la catégorie « divers », qui comprennent notamment les programmes d'information et les extraits, diminuent de 48,6 % à 2,1 M€.

En 2018, les exportations de programmes musicaux et de spectacle vivant reculent de 47,9 % à 2,8 M€.

C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels

a. Les modes de diffusion numérique (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.

Les revenus issus de l'exploitation des programmes français sur les nouveaux médias à l'étranger représentent 13,3 % des recettes d'exportation en 2018 (21,5 % en 2017).

Les plateformes de vidéo à la demande sont des acteurs incontournables pour l'exportation des programmes français, notamment l'animation. Dans ce secteur tout particulièrement, les ventes aux plateformes peuvent représenter un tiers 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 et ont ouvert une nouvelle voie aux productions européennes auprès des diffuseurs traditionnels. Les plateformes dédiées à des genres particuliers (Curiosity Stream pour le documentaire par exemple) se multiplient, tout comme les plateformes

régionales, comme Viaplay en Scandinavie ou Showmax en Afrique du Sud. Des plateformes nationales et régionales sont créées sur certains marchés majeurs par nature plus fermés, comme en Chine ou en Russie. Ces pays mettent en place un cadre juridique restreignant la concurrence des opérateurs mondiaux américains.

Seuls deux acteurs de poids ont aujourd'hui une stratégie mondiale (Amazon et Netflix), même si le paysage devrait évoluer rapidement avec l'arrivée de nouveaux groupes internationaux sur ce segment (dont Disney+, Apple et WarnerMedia). Les ventes à ces plateformes restent assez exceptionnelles, d'autant plus que celles-ci préfèrent de plus en plus à l'acquisition la commande de programmes, ou l'internalisation de leur production en ouvrant des studios de tournage à travers le monde (en Espagne notamment pour l'Europe) et en signant des accords avec des auteurs reconnus. Ces acteurs proposent toujours des tarifs significatifs, même si la multiplication des critères à prendre en compte (fenêtres d'exploitation, concurrence locale, exclusivité, étendue des droits, etc.) complique la pratique contractuelle, les négociations et le métier même de distributeur à l'international. Enfin, les plateformes numériques ont généralement des exigences techniques très précises, qui s'accompagnent de frais supplémentaires conséquents pour les distributeurs.

Le développement de ces nouveaux acteurs a amené les diffuseurs linéaires à vouloir sécuriser les droits non linéaires et à exiger des droits plus étendus, sans que ceux-ci ne soient nécessairement toujours valorisés. Certains distributeurs français constatent qu'il est parfois plus pertinent en matière d'exposition et d'un point de vue financier de privilégier des fenêtres de ventes locales plutôt que de vendre directement à ces plateformes mondiales, qui la plupart du temps exigent le gel des droits non-linéaires afin de leur garantir l'exclusivité des contenus qu'elles acquièrent.

Dans le même temps, les succès rencontrés par les plateformes en matière d'usages obligent les diffuseurs traditionnels à prendre parfois plus de risques dans leurs acquisitions et investir dans de nouveaux types de narrations et des programmes plus différenciants. Cette émulation, peut représenter de nouvelles opportunités pour les productions françaises.

Enfin, de plus en plus de distributeurs expérimentent les nouveaux modèles économiques proposés par certaines plateformes. En 2018, les revenus issus de la vidéo à la demande gratuite avec publicité (AVOD, « Advertising Video on Demand ») représentent 3,4 % des recettes tous droits confondus. Néanmoins ces nouveaux modèles ne sont pas toujours très rémunérateurs et manquent parfois de transparence, rendant difficile l'anticipation de couloirs de recettes pour le distributeur. Ils présentent à ce jour l'avantage de constituer des revenus complémentaires aux modes traditionnels d'exploitation.

En baisse régulière depuis 10 ans, la part des recettes issues du marché de la vidéo physique reste stable, passant de 1,5 % des recettes tous droits confondus en 2017 à 1,6 % en 2018.

b. Autres revenus

Les recettes en matière de merchandising, de ventes de droits sportifs et de diffusion de chaînes françaises à l'étranger (ventes de signal) ne sont pas prises en considération dans cette étude, elles peuvent représenter néanmoins d'importants revenus pour les distributeurs dans certains cas.

Le merchandising représente des recettes conséquentes, surtout en animation. Celles-ci peuvent constituer un enjeu majeur dans la création et l'exploitation de propriétés issues de programmes audiovisuels.

III. L'évolution des préventes et coproductions internationales

Chiffres clés

Les financements étrangers de la production audiovisuelle française en 2018



102,4 M€ de financements étrangers (préventes + coproductions)



48,3 M€ de préventes (-23,7 %)
54,0 M€ de coproductions (-5,1%)



Volume de programmes audiovisuels français financés par des capitaux étrangers (+0,3 point)

Les principaux partenaires de la France en préventes et coproductions en 2018



n°1 : Belgique (28,4 M€ de flux financiers)
n°2 : Allemagne (18,9 M€ de flux financiers)
n°3 : Royaume-Uni (11,5 M€ de flux financiers)

Ces trois pays concentrent 57,4 % du volume total de préfinancements étrangers.

Pour la deuxième année consécutive, les financements étrangers dans la production audiovisuelle française (apports en coproduction et préventes confondus) sont en baisse à 102,4 M€ en 2018 (-14,9 % par rapport à 2017). Cette baisse est liée à la fois à la diminution de 5,1 % des apports en coproduction qui se fixent à 54,0 M€ et au recul de 23,7 % des préventes à l'étranger à 48,3 M€.

Géographie des investissements étrangers en préventes et coproductions¹ (M€)

	Europe de l'Ouest	Amérique du Nord	Europe centrale et orientale	Asie / Océanie	Amérique latine	Moyen-Orient	Afrique	Autres ²	Total monde
2009									
Préventes	26,8	3,8	0,2	2,3	0,0	0,1	0,3	1,5	35,1
Coproductions	40,0	9,9	1,0	6,5	0,3	0,3	0,2	0,4	58,6
Total	66,8	13,7	1,2	8,8	0,3	0,4	0,5	1,9	93,6
2010									
Préventes	18,7	8,0	0,2	1,4	0,0	0,1	0,1	2,0	30,5
Coproductions	34,2	13,8	1,1	8,2	1,0	0,3	1,2	3,2	62,8
Total	52,9	21,7	1,3	9,6	1,0	0,4	1,3	5,2	93,3
2011									
Préventes	20,9	15,3	2,8	0,3	0,2	0,1	0,2	3,3	43,0
Coproductions	42,2	23,0	2,0	7,4	0,2	0,4	0,5	1,6	77,4
Total	63,1	38,3	4,9	7,7	0,4	0,5	0,6	4,9	120,4
2012									
Préventes	22,8	7,7	0,1	2,3	0,7	0,1	0,0	5,2	38,9
Coproductions	40,6	17,6	1,6	10,0	3,2	0,3	1,8	1,3	76,5
Total	63,4	25,2	1,7	12,4	3,9	0,4	1,9	6,5	115,4
2013									
Préventes	24,9	7,5	0,3	4,9	0,4	0,1	0,1	4,2	42,4
Coproductions	51,6	8,4	1,8	4,7	0,2	1,1	0,8	0,9	69,5
Total	76,4	15,9	2,1	9,6	0,6	1,3	0,9	5,1	111,9
2014									
Préventes	27,9	20,2	1,4	1,4	0,2	0,3	0,4	4,7	56,5
Coproductions	21,9	23,9	2,8	5,4	0,3	0,3	1,5	0,3	56,3
Total	49,8	44,1	4,2	6,8	0,4	0,6	1,9	5,0	112,8
2015									
Préventes	22,6	11,4	0,2	0,8	0,2	0,1	0,0	1,5	36,8
Coproductions	34,9	14,7	1,2	1,3	0,2	0,5	0,4	0,9	54,1
Total	57,5	26,0	1,4	2,1	0,5	0,6	0,4	2,4	90,9
2016									
Préventes	47,3	9,0	0,2	4,7	1,7	0,1	0,6	7,6	71,2
Coproductions	46,7	18,2	1,2	8,8	0,1	0,5	0,4	0,2	76,0
Total	94,0	27,2	1,4	13,5	1,8	0,6	1,0	7,8	147,2
2017									
Préventes	42,6	9,3	1,0	1,6	1,5	0,0	0,0	7,4	63,4
Coproductions	40,1	7,1	1,8	6,2	1,0	0,2	0,2	0,2	56,9
Total	82,7	16,4	2,8	7,8	2,5	0,2	0,2	7,6	120,3
2018									
Préventes	33,5	5,2	0,2	3,4	1,7	0,3	0,1	4,0	48,3
Coproductions	46,6	3,5	1,9	0,9	0,2	0,5	0,2	0,3	54,0
Total	80,0	8,7	2,1	4,3	1,9	0,8	0,3	4,3	102,4

¹ Y compris spectacle vivant.

² Dont droits monde et 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 80,0 M€ de financements (-3,2 %, soit le troisième meilleur niveau depuis 10 ans), l'Europe de l'Ouest reste la première zone partenaire de la production audiovisuelle française. L'Amérique du Nord demeure en deuxième position, avec 8,7 M€ de financements en 2018 (en contraction depuis 2015), devant l'Asie / Océanie, également orientée à la baisse depuis 2016, qui apporte 4,3 M€ de financements.

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

	Animation	Fiction	Documentaire	Spectacle vivant	Magazine	Total
2009						
Préventes	20,2	5,0	7,7	2,1	-	35,1
Coproductions	31,1	12,2	12,9	2,4	-	58,6
Total	51,3	17,2	20,6	4,5	-	93,7
2010						
Préventes	11,3	8,7	9,0	1,3	0,3	30,5
Coproductions	31,3	12,8	13,7	5,0	0,1	62,8
Total	42,6	21,5	22,7	6,3	0,4	93,3
2011						
Préventes	17,4	18,9	5,9	0,9	0,0	43,0
Coproductions	43,4	17,8	11,1	5,1	-	77,4
Total	60,8	36,7	17,0	6,0	0,0	120,4
2012						
Préventes	18,8	14,3	4,5	1,3	-	38,9
Coproductions	23,2	32,7	15,0	5,4	0,2	76,5
Total	42,0	47,0	19,5	6,7	0,2	115,4
2013						
Préventes	26,5	5,2	9,4	1,2	0,1	42,4
Coproductions	25,6	21,9	16,6	5,4	-	69,5
Total	52,1	27,1	26,0	6,6	0,1	111,9
2014						
Préventes	21,2	28,6	5,2	1,4	0,0	56,5
Coproductions	24,4	16,7	9,9	5,3	-	56,3
Total	45,6	45,3	15,1	6,7	0,0	112,8
2015						
Préventes	18,0	11,3	6,4	1,0	-	36,8
Coproductions	25,7	8,3	13,0	7,0	0,1	54,1
Total	43,7	19,6	19,4	8,0	0,1	90,9
2016						
Préventes	31,3	25,6	12,8	1,3	0,2	71,2
Coproductions	26,7	25,6	17,8	5,8	0,1	76,0
Total	58,0	51,2	30,6	7,1	0,3	147,2
2017						
Préventes	40,5	13,3	7,8	1,7	0,1	63,4
Coproductions	20,2	15,5	14,5	6,7	0,0	56,9
Total	60,7	28,8	22,3	8,4	0,1	120,3
2018						
Préventes	28,9	12,2	6,3	1,0	0,0	48,3
Coproductions	14,1	17,0	15,6	7,2	0,1	54,0
Total	43,0	29,2	21,9	8,2	0,1	102,4

Source : CNC.

L'animation reste le genre bénéficiant le plus de préfinancements étrangers avec 43,0 M€ de préachats étrangers et d'apports en coproduction, en recul de 29,2 % par rapport à 2017. Les apports étrangers en fiction sont en légère hausse de 1,4 % à 29,2 M€. A un niveau de 21,9 M€ en 2018, les apports étrangers en documentaires sont en recul de 1,8 %.

A. Diminution des préventes

Classement 2018 des partenaires de la France en préventes



L'Allemagne, 1^{er} partenaire
11,3 M€ de préachats



Le Royaume-Uni, 2^e partenaire
7,9 M€ de préachats



La Suisse, 3^e partenaire
4,7 M€ de préachats

En 2018, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une diminution de 23,7 % à 48,3 M€.

Avec une part de marché en hausse (+2,0 points à 69,2 % des préventes totales), l'Europe occidentale reste de loin le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels, malgré une baisse de 21,4 % de ses préachats à 33,5 M€. L'Amérique du Nord enregistre une baisse de sa part de marché (-3,9 points à 10,8 % du total). La part des préventes de programmes français vers le reste du monde est en hausse (20,0 % des préventes totales en 2018 contre 18,1 % en 2017). Cette progression est principalement le fait de la zone Asie / Océanie (+4,4 points à 7,0 %).

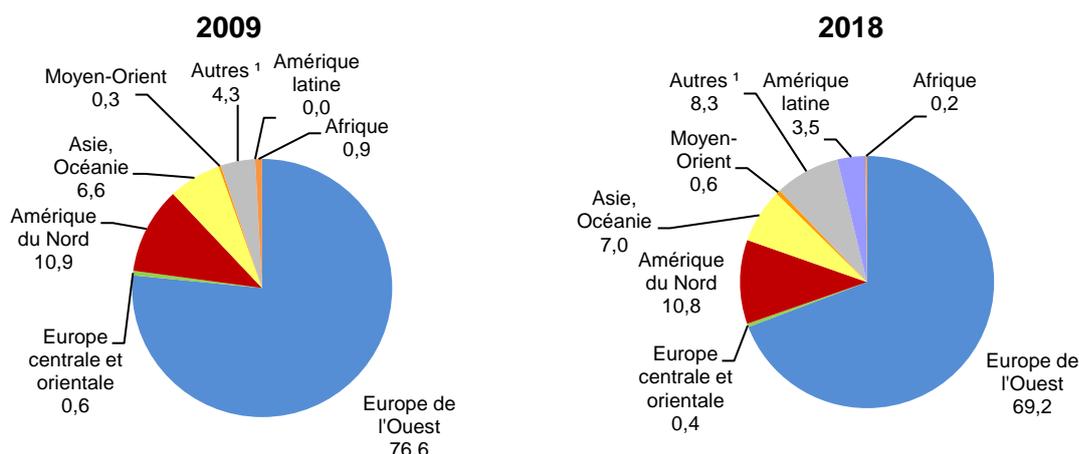
Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Europe de l'Ouest	26,8	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	-21,4
Amérique du Nord	3,8	8,0	15,3	7,7	7,5	20,2	11,4	9,0	9,3	5,2	-44,1
Autres ¹	1,5	2,0	3,2	5,2	4,2	4,7	1,5	7,6	7,4	4,0	-45,7
Asie / Océanie	2,3	1,4	0,3	2,3	4,9	1,4	0,8	4,7	1,6	3,4	+109,7
Amérique latine	0,0	0,0	0,2	0,7	0,4	0,1	0,2	1,7	1,5	1,7	+18,1
Moyen-Orient	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,3	+4239,7
Europe centrale et orientale	0,2	0,2	2,8	0,1	0,3	1,4	0,2	0,2	1,0	0,2	-78,5
Afrique	0,3	0,1	0,2	0,0	0,1	0,4	0,0	0,6	0,0	0,1	+240,3
Total	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	-23,7

¹ Dont droits monde et 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 (%)



¹ Dont droits monde et 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 2018, la baisse des préventes de programmes audiovisuels français affecte tous les genres, au premier rang desquels l'animation. Après deux années de forte hausse et un montant record en 2017, les préventes étrangères d'animation diminuent de 28,8 % à 28,9 M€, un niveau qui reste néanmoins au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (23,4 M€). Cette évolution est à mettre en regard d'un cycle de production de l'animation orienté à la baisse en 2018.

Deuxième genre, la fiction représente toujours 25,2 % des préachats de programmes français, malgré une baisse des préventes de 8,1 % à 12,2 M€.

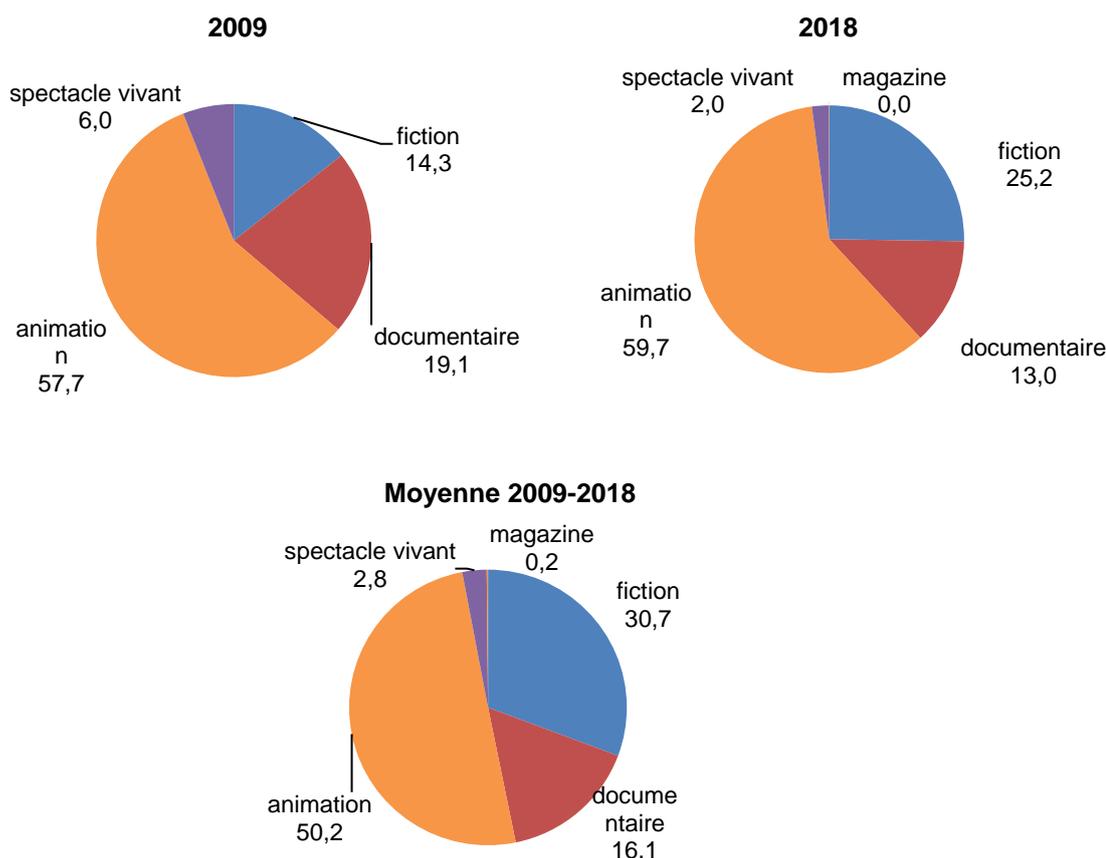
Enfin, les préventes étrangères de documentaires français sont en baisse de 19,9 % à 6,3 M€. Le poids du genre est stable à 13,0 % du total des préventes (+0,7 point).

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Animation	20,2	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	-28,8
Fiction	5,0	8,7	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	-8,1
Documentaire	7,7	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	-19,9
Spectacle vivant	2,1	1,3	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	-40,8
Magazine	-	0,3	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-75,6
Total	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	-23,7

Source : CNC.

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



Source : CNC.

a. Fortes baisses en Belgique et au Royaume-Uni, hausse en Suisse

En 2018, pour la deuxième année consécutive, les préachats en provenance d'Europe de l'Ouest diminuent de 21,4 % à 33,5 M€. Cette baisse est en particulier liée à celle des préventes en Belgique (-51,0 % à 4,1 M€) et au Royaume-Uni (-25,8 % à 7,9 M€). En Belgique, ce sont les programmes d'animation qui sont particulièrement affectés avec des préachats en baisse de 87,9 % à 0,4 M€. Au Royaume-Uni, les préachats d'animation restent à un niveau élevé (7,5 M€), mais les programmes de fiction ne représentent plus que 0,2 M€ en 2018, contre 4,2 M€ en 2017, en l'absence de préachats de séries comme *Versailles* ou *The Collection*. Le Royaume-Uni reste néanmoins le deuxième marché pour les préventes de programmes français, derrière l'Allemagne, qui conserve sa première place, malgré une baisse de 8,5 % de ses préachats. L'Allemagne représente plus d'un tiers des préachats de programmes français en Europe de l'Ouest (33,6 %) et 23,3 % des préachats dans le monde. L'année 2018 a notamment été marquée par les préachats de la série *Eden* (6x45' – Atlantique Productions) en Allemagne. Principal marché en hausse, la Suisse augmente de nouveau fortement ses préachats et devient le troisième partenaire de la France avec 4,7 M€ de préventes (+39,2 %). Ce sont les programmes d'animation qui tirent ces investissements vers le haut, avec une hausse de 129,6 % des préventes. Les programmes *La Tribu Monchhichi Saison 2* (52x11' – Technicolor Animation Productions) et *Team Dronix* (26x22' - Technicolor Animation Production), en particulier, font l'objet de préventes importantes en Suisse. Enfin, les préventes à destination de l'Italie se fixent à 2,2 M€ en 2018, en baisse de 5,9 %. La série d'animation *Moka* (78x7' – Xilam Animation) a été préachetée aussi bien en Allemagne (Super RTL) qu'en Italie (Discovery Kids K2 et DeAKids).

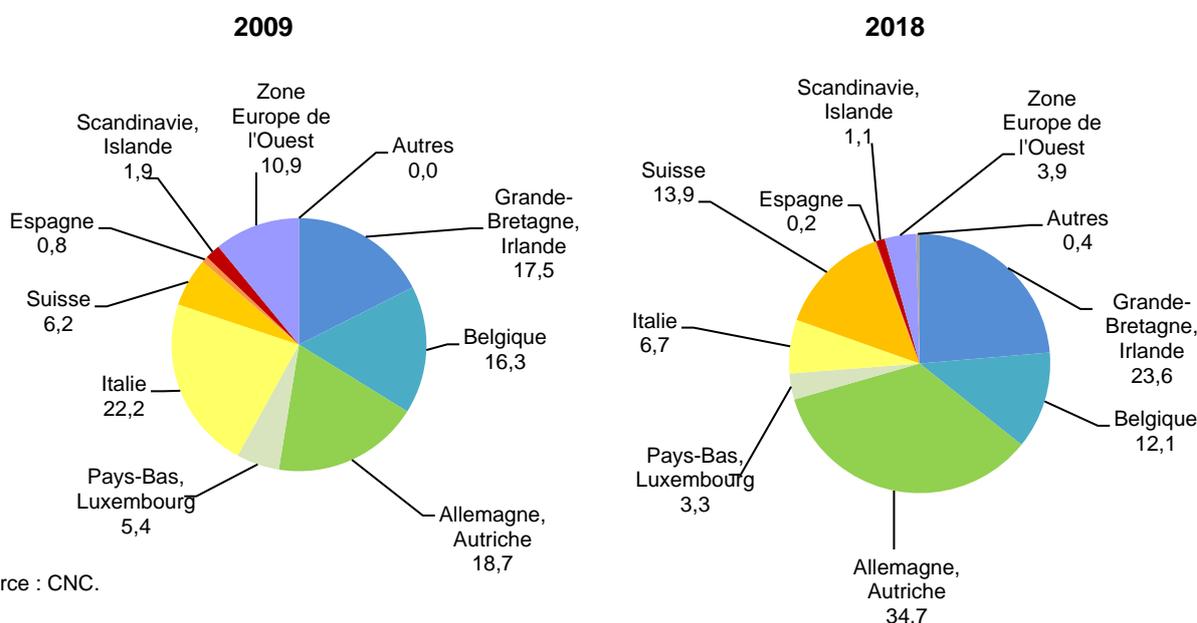
Préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Allemagne, Autriche	4,8	7,0	5,6	5,9	9,6	3,4	5,9	15,7	12,5	11,6	-7,4
Grande-Bretagne, Irlande	4,5	1,6	3,6	2,6	3,4	17,1	1,0	14,2	10,7	7,9	-25,7
Suisse	1,6	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6	1,8	2,5	3,4	4,7	+39,2
Belgique	4,2	4,0	4,4	6,5	3,7	2,8	3,1	5,1	8,3	4,1	-51,0
Italie	5,7	1,9	0,7	2,4	3,5	1,9	2,6	4,2	2,4	2,2	-5,9
Zone Europe de l'Ouest ¹	2,8	1,5	0,9	0,7	1,3	0,1	3,2	0,6	4,0	1,3	-67,7
Pays-Bas, Luxembourg	1,4	0,2	2,6	2,6	0,1	0,5	0,4	4,1	0,0	1,1	+36 200,0
Scandinavie, Islande	0,5	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3	3,0	0,4	0,2	0,4	+58,3
Autres	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,9	0,3	0,0	0,1	+8 505,9
Espagne	0,2	0,1	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	1,1	0,1	-95,2
Total	26,8	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	-21,4

¹ 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. Recul de l'Amérique du Nord et hausse de l'Asie / Océanie

En 2018, les préventes de programmes français en Amérique du Nord se fixent à un niveau particulièrement bas de 5,2 M€, en baisse de 44,1 %. Les Etats-Unis diminuent leurs préachats de 44,8 % à 4,2 M€, après une année 2017 marquée par plusieurs préachats importants de programmes d'animation. Au Canada, les préventes baissent de nouveau en 2018 et atteignent 1,0 M€ (-43,3 % par rapport à 2017).

Les préventes à destination de la zone Asie / Océanie repartent à la hausse et font plus que doubler en 2018 pour atteindre 3,4 M€. Parmi les préventes importantes de 2018, la série d'animation *Denver* (52x12' – Zagtoon) a été préachetée à Hong Kong. En matière de documentaire, *La Fabuleuse Histoire des paysages de France* (1x90' - Les Bons Clients) a été préachetée en Chine et au Japon. Néanmoins dans les deux pays, les préventes sont en forte baisse : -50,9 % à 0,3 M€ au Japon et -70,6 % à 0,1 M€ en Chine.

Enfin, après une année 2017 particulièrement élevée grâce à deux programmes d'animation, les préventes monde chutent de 79,2 % à 1,4 M€ en 2018.

B. Recul des apports en coproduction

Classement 2018 des partenaires de la France en coproduction



La Belgique, 1^{er} partenaire
24,3 M€ investis



L'Allemagne, 2^e partenaire
7,7 M€ investis



Le Royaume-Uni, 3^e partenaire
3,6 M€ investis

En 2018, les apports étrangers en coproduction dans la production française diminuent de 5,1 % à 54,0 M€. La Belgique et l'Allemagne demeurent les deux premiers partenaires de la France. Les apports en coproduction en provenance de l'Europe de l'Ouest sont en hausse de 16,2 % à 46,6 M€. La part de marché de la zone est en forte hausse de 15,8 points et atteint 86,2 %. A l'inverse, les apports en provenance d'Amérique du Nord (-50,8 %) et d'Asie / Océanie (-85,2 %) sont en baisse.

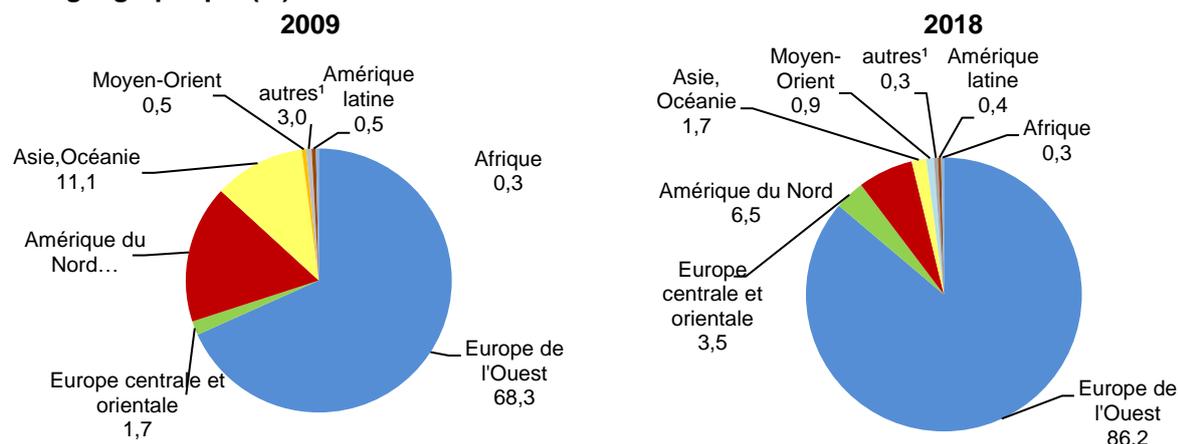
Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Europe de l'Ouest	40,0	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	+16,2
Amérique du Nord	9,9	13,8	23,0	17,6	8,4	23,9	14,7	18,2	7,1	3,5	-50,8
Europe centrale et orientale	1,0	1,1	2,0	1,6	1,8	2,8	1,2	1,2	1,8	1,9	+4,0
Asie / Océanie	6,5	8,2	7,4	10,0	4,7	5,4	1,3	8,8	6,2	0,9	-85,2
Moyen-Orient	0,3	0,3	0,4	0,3	1,1	0,3	0,5	0,5	0,2	0,5	+115,5
Autres ¹	0,4	3,2	1,6	1,3	0,9	0,3	0,9	0,2	0,2	0,3	+25,6
Amérique latine	0,3	1,0	0,2	3,2	0,2	0,3	0,3	0,1	1,0	0,2	-80,7
Afrique	0,2	1,2	0,5	1,8	0,8	1,5	0,4	0,4	0,2	0,2	+8,1
Total	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	-5,1

¹ Dont droits monde et 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 (%)



¹ Dont droits monde et 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.

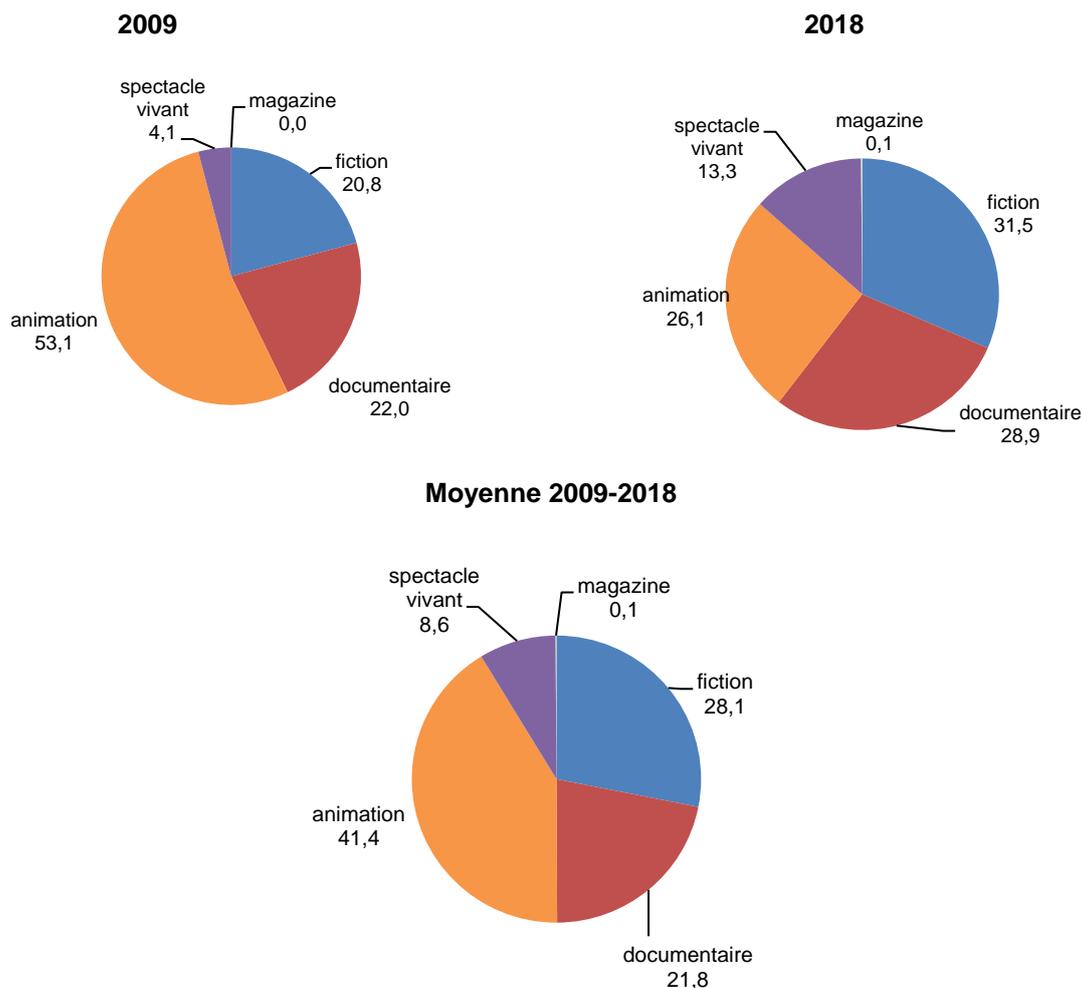
A l'exception notable de l'animation, les apports étrangers en coproduction sont en hausse dans tous les genres : la fiction (+9,5 % à 17,0 M€), le documentaire (+8,1 % à 15,6 M€) et le spectacle vivant (+6,8 % à 7,2 M€). La fiction devient cette année et pour la deuxième fois de la décennie le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction, devant le documentaire. Anciennement premier genre, l'animation voit ses apports étrangers en coproduction diminuer fortement de 29,9 % à 14,1 M€.

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Fiction	12,2	12,8	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	+9,5
Documentaire	12,9	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	+8,1
Animation	31,1	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	-29,9
Spectacle vivant	2,4	5,0	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	+6,8
Magazine	-	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	+492,9
Total	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	-5,1

Source : CNC.

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



Source : CNC.

a. Hausses dans les principaux pays d'Europe de l'Ouest

La hausse des apports en provenance d'Europe de l'Ouest s'observe dans presque tous les principaux pays de la zone. La Belgique, qui reste le premier pays partenaire de la France en matière de coproduction, voit ses apports augmenter de 14,5 % à 24,3 M€, plus haut niveau historique. La Belgique représente ainsi en 2018 une part de marché de 45,0 % des apports mondiaux, en hausse de 7,7 points. Cette hausse est portée par la fiction, avec notamment la saison 2 de la série *Zone Blanche* (8x52' – Ego Productions, Be Films, RTBF). Les apports en provenance d'Allemagne augmentent fortement de 57,0 % à 7,7 M€. Deuxième partenaire de la France, l'Allemagne représente 16,5 % des apports en provenance d'Europe de l'Ouest (+4,3 points). Le genre documentaire double quasiment avec 3,2 M€ d'apports en provenance d'Allemagne, la série *24 Heures Europe* (24x60' – Arte France, Arte GEIE, Arte Deutschland, Zero One Film, Idéale Audience, Kwassa Films et les chaînes RTBF, YLE, RBB, SWR, BR et CT) étant une des importantes coproductions documentaires allemandes en 2018. Le Royaume-Uni renforce sa position de partenaire de coproduction avec des apports en hausse de 62,5 % à 3,6 M€. A l'inverse, deux pays voient leurs apports diminuer : l'Espagne et le Luxembourg. Les apports en provenance d'Espagne diminuent de 16,0 % à 2,6 M€, mais c'est surtout au Luxembourg que la baisse est forte avec des apports qui ne représentent plus que 0,1 M€, contre 2,7 M€ en 2017. Les investissements sont cependant en hausse en Espagne dans le spectacle

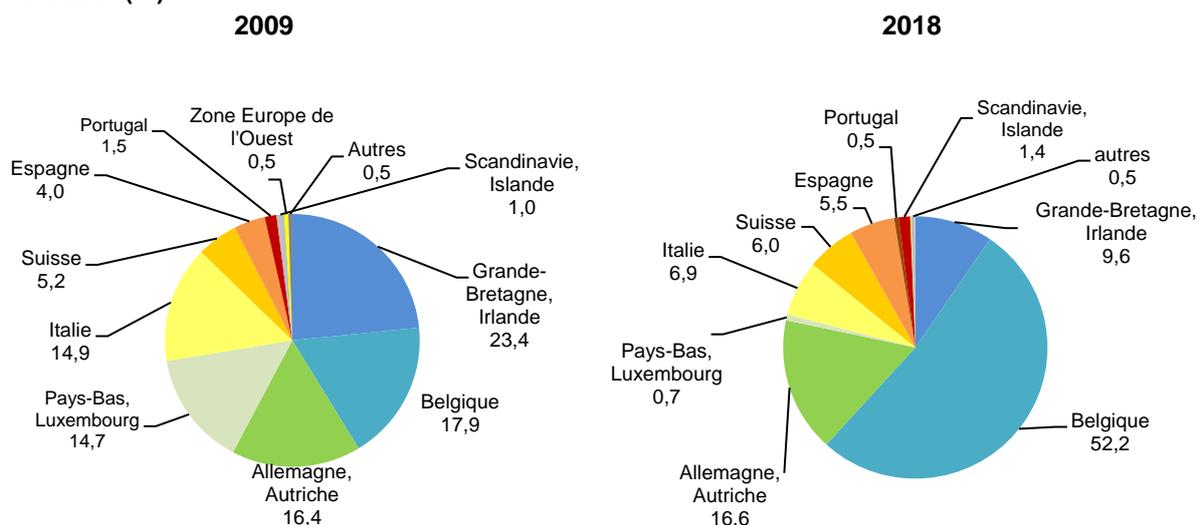
vivant avec 1,5 M€ d'apports en 2018 et en particulier dans les adaptations d'opéras au Teatro Real de Madrid dont *Faust de Charles Gounod* (180' - Les Films Jack Febus, Teatro Real).

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	évol. 18/17 (%)
Belgique	7,2	10,6	13,0	7,1	9,1	12,7	11,7	21,9	21,2	24,3	+14,5
Allemagne, Autriche	6,6	2,1	1,9	20,7	23,2	2,7	3,9	5,5	5,0	7,7	+53,3
Grande-Bretagne, Irlande	9,4	2,2	10,4	4,3	5,2	1,1	7,0	9,7	2,3	4,4	+97,3
Italie	6,0	6,2	7,2	5,5	5,8	1,0	3,4	2,1	2,3	3,2	+37,8
Suisse	2,1	2,8	1,1	2,4	2,1	1,4	2,0	3,2	2,4	2,8	+14,2
Espagne	1,6	1,2	2,4	0,1	1,3	1,2	3,2	1,2	3,1	2,6	-16,0
Scandinavie, Islande	0,4	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	0,9	0,4	0,7	+54,5
Pays-Bas, Luxembourg	5,9	7,9	5,5	0,0	3,8	0,3	2,3	1,7	3,0	0,3	-89,0
Portugal	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3	+211,6
Autres	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3	0,0	0,2	-
Zone Europe de l'Ouest	0,2	0,6	0,5	0,0	0,5	1,0	0,2	0,0	0,2	0,0	-77,0
Total	40,0	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	+16,2

Source : CNC.

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



Source : CNC.

b. Nouvelles baisses en Asie et en Amérique du Nord

Après avoir chuté de 60,8 % en 2017, les investissements des pays d'Amérique du Nord dans les programmes audiovisuels français diminuent à nouveau en 2018 de 50,8 % à 3,5 M€ d'apports en coproduction. Cette diminution concerne autant le Canada (-52,6 % à 2,3 M€) que les Etats-Unis (-44,6 % à 1,2 M€). Des coproductions documentaires continuent néanmoins de voir le jour avec ces derniers : le programme unitaire *Pompéi renaît de ses cendres* (90' – Gédéon Programmes, MC4, Curiosity Stream) a été produit avec d'importants apports américains. Concernant le Canada, le désinvestissement affecte en particulier le genre du documentaire en 2018, avec des apports en baisse de 52,0 %. Comme en 2017 et à la différence des années précédentes, le Canada ne participe pas à la coproduction de programmes de fiction. De la même manière, le Canada n'apporte plus que 0,7 M€ en coproduction d'animation, contre 1,3 M€ en 2017, et autour de 5,0 M€ en 2015 et 2016.

De même, les apports en coproduction en provenance de la zone Asie / Océanie reculent fortement de 85,2 %. Avec 0,9 M€, la zone ne représente plus que 1,7 % des apports mondiaux. Le Japon vient en coproduction sur plusieurs documentaires en 2018 dont *Daech, dans le cerveau du monstre* (52' – CAPA). Partenaire d'importance sur un ou deux programmes d'animation en 2016 et 2017, l'Inde ne participe à la coproduction d'aucun programme français en 2018.

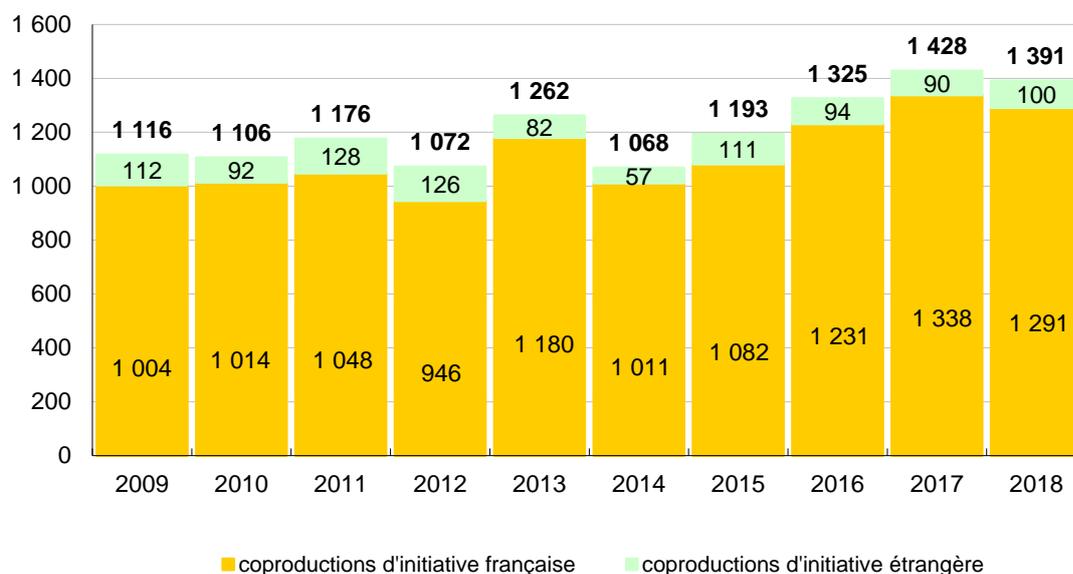
C. Hausse du volume financé par des apports étrangers

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est en baisse en 2018 à 1 391 heures contre 1 428 heures en 2017 (-2,6 %), soit le deuxième plus haut niveau historique.

Le volume horaire des coproductions majoritaires françaises dans le volume total de programmes coproduits avec l'étranger passe de 1 338 heures en 2017 à 1 291 heures en 2018, soit une baisse de 3,5 %. Ces programmes d'initiative française bénéficient de 76,1 M€ de financements étrangers, contre 88,5 M€ en 2017 (-14,0 %).

Le volume des coproductions minoritaires augmente à 100 heures en 2018 (+11,4 %). Parallèlement, les financements étrangers dans les coproductions minoritaires diminuent de 17,5 % à 26,2 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 est stable en 2018 à 31,9 % (contre 31,6 % en 2017). En 2018, 82,5 % du volume horaire des programmes d'animation (80,6 % en 2017), 49,6 % du volume de fiction (48,7 % en 2017) et 21,7 % du volume de documentaire (22,3 % en 2017) sont coproduits avec l'étranger.

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Fiction	50,6	42,0	43,9	43,6	37,9	39,0	44,8	44,2	48,7	49,6
Documentaire	18,6	19,7	17,0	13,3	17,3	15,9	16,4	17,3	22,3	21,7
Animation	72,6	71,7	76,6	75,6	86,4	73,1	80,7	91,0	80,6	82,5
Spectacle vivant	14,2	16,0	17,8	17,8	18,7	17,9	20,7	19,6	20,6	20,6
Total	29,3	27,4	26,6	22,9	25,3	23,3	26,0	29,5	31,6	31,9

Source : CNC.

Les pays qui préfinancent (en préachats et en apports en coproduction) le plus d'heures de programmes d'animation français sont le Royaume-Uni (72 heures), l'Italie (60 heures) et la Belgique (46 heures). Au total, le préfinancement de programmes d'animation français implique 16 pays différents.

En fiction, les trois premiers partenaires sont la Belgique (424 heures), la Suisse (359 heures) et l'Allemagne (22 heures). Le préfinancement de programmes de fiction français implique 11 pays différents.

En documentaire, les trois premiers partenaires sont la Belgique (200 heures), la Suisse (191 heures) et le Canada (93 heures). Le préfinancement de programmes de documentaires français implique 63 pays différents.

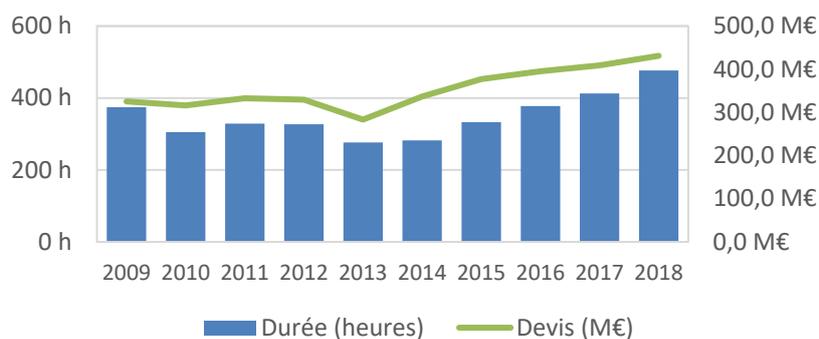
a. Diminution des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises

En 2018, 477 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 16,1 M€ d'apports étrangers dont 10,5 M€ d'apports en coproduction et 5,6 M€ de préventes. En 2017, 413 heures de fiction d'initiative française ont été produites avec un apport étranger de 20,2 M€ (9,5 M€ d'apports en coproduction et 10,7 M€ de préventes).

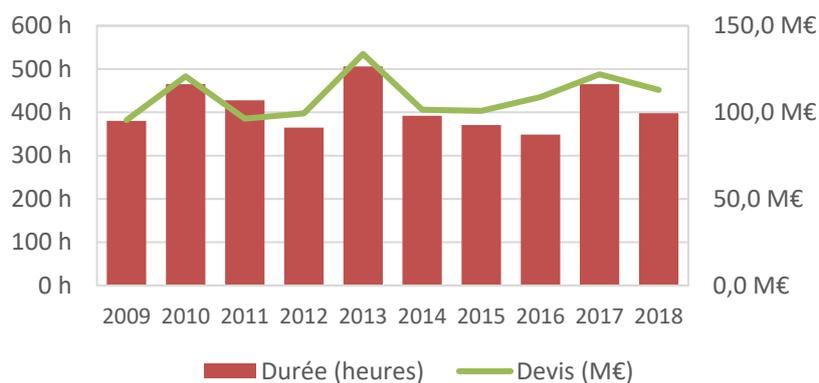
398 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2018, pour un total d'apports étrangers de 11,9 M€, répartis entre apports en coproduction (6,9 M€) et préventes (5,0 M€). En 2017, 465 heures de documentaires ont été produites avec un apport étranger de 14,7 M€.

En 2018, 237 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 41,8 M€ dont 13,1 M€ d'apports en coproduction et 28,8 M€ de préventes (255 heures avec un apport étranger de 46,5 M€ en 2017).

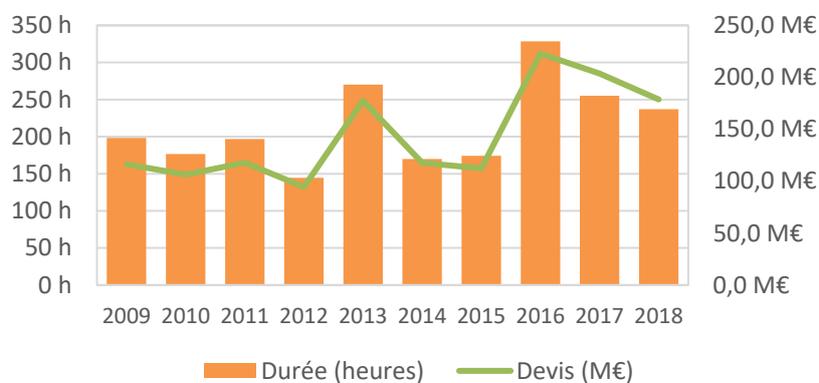
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Fiction



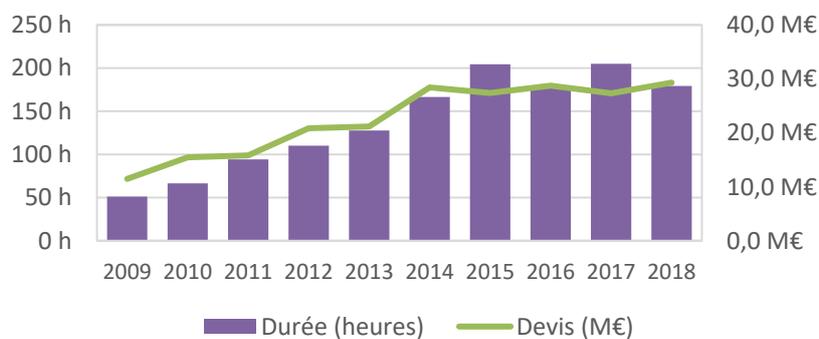
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Documentaire



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
2009				
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
Total	1 004	548,6	53,8	9,8
2010				
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
Total	1 014	558,8	63,9	11,4
2011				
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
Total	1 048	562,8	54,9	9,8
2012				
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
Total	946	544,2	61,5	11,3
2013				
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
Total	1 180	615,7	72,4	11,8
2014				
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
Total	1 011	584,5	81,0	13,9
2015				
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
Total	1 082	617,8	56,2	9,1
2016				
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
Total	1 231	755,6	87,8	11,6

Coproductions d'initiative française (2/2)

	Durée (heures)	Devis (M€)	Apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
2017				
Fiction	413	408,9	20,2	4,9
Documentaire	465	121,9	14,7	12,0
Animation	255	203,5	46,5	22,9
Spectacle vivant	205	27,3	7,1	26,0
Total	1 338	761,7	88,5	11,6
2018				
Fiction	477	431,1	16,1	3,7
Documentaire	398	112,9	11,9	10,5
Animation	237	178,7	41,8	23,4
Spectacle vivant	179	29,3	6,4	21,7
Total	1 291	752,0	76,1	10,1

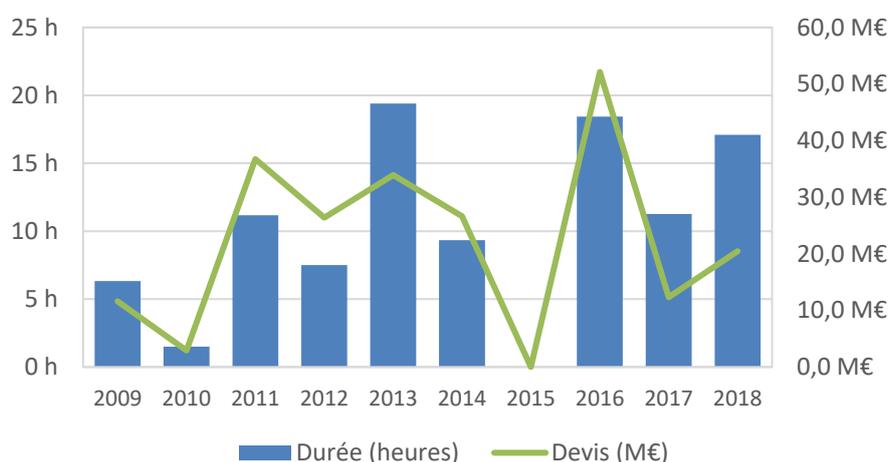
Source : CNC.

b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en fiction et en documentaire

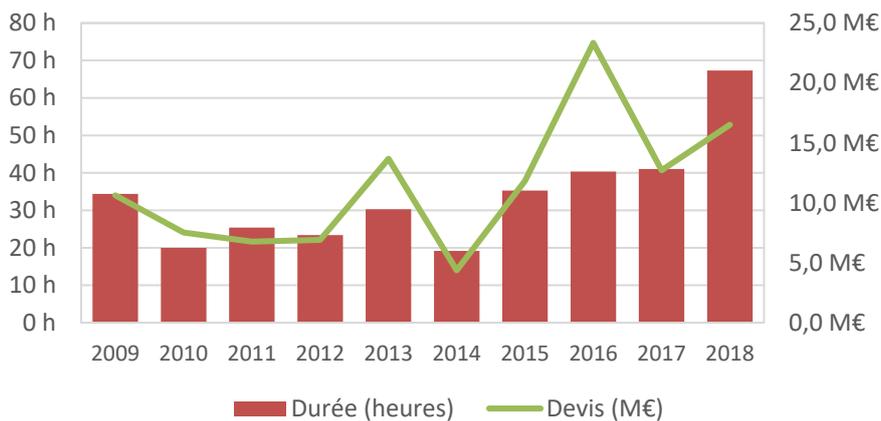
En 2018, le volume des coproductions minoritaires françaises de fiction est composé de 17 heures (11 heures en 2017), financées par des partenaires étrangers à hauteur de 13,2 M€ (contre 8,6 M€ en 2017), dont 6,5 M€ d'apports en coproduction et 6,6 M€ de préventes.

67 heures de programmes minoritaires français de documentaire ont bénéficié de 10,0 M€ d'apports étrangers en 2018, dont 8,7 M€ d'apports en coproduction et 1,3 M€ de préventes (41 heures avec un apport étranger de 7,6 M€ en 2017).

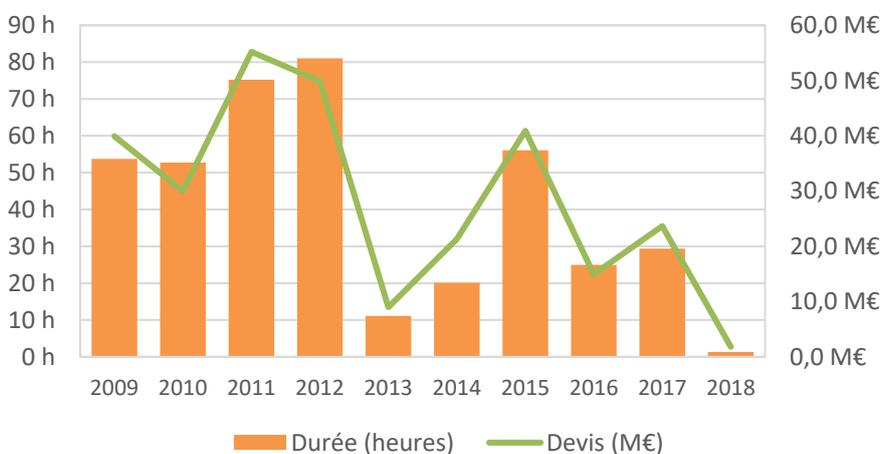
Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère – Fiction



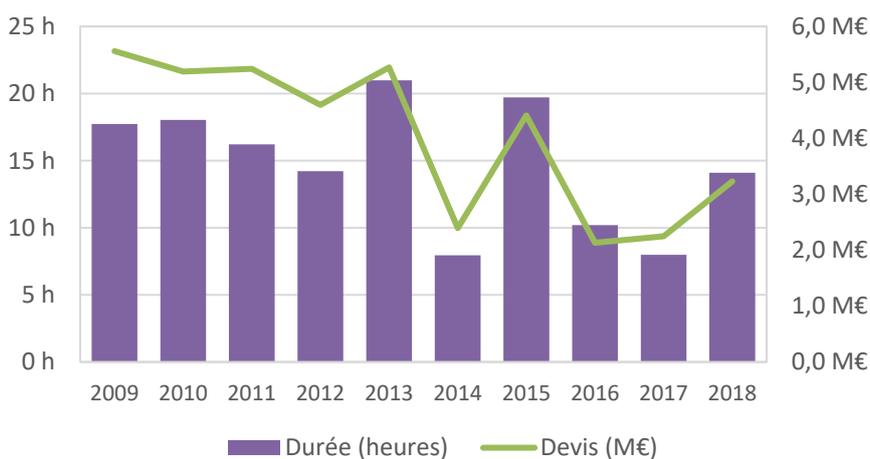
Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère – Documentaire



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
2009				
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
Total	112	67,7	39,9	58,9
2010				
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
Total	92	45,6	29,1	63,7
2011				
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
Total	128	103,9	65,5	63,0
2012				
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
Total	126	87,8	53,7	61,2
2013				
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
Total	82	61,8	39,4	63,7
2014				
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
Total	57	54,7	31,9	58,2
2015				
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
Total	111	57,2	34,5	60,4

Coproductions d'initiative étrangère (2/2)

	Durée (heures)	Devis (M€)	Apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
2016				
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
Total	94	92,5	59,1	63,9
2017				
Fiction	11	12,3	8,6	70,0
Documentaire	41	12,7	7,6	59,8
Animation	29	23,7	14,2	59,8
Spectacle vivant	8	2,2	1,3	57,1
Total	90	51,0	31,7	62,2
2018				
Fiction	17	20,5	13,2	64,2
Documentaire	67	16,5	10,0	60,7
Animation	1	1,8	1,2	63,9
Spectacle vivant	14	3,2	1,8	56,2
Total	100	42,0	26,2	62,2

Source : CNC.

IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français

A. Evolution de la concentration du secteur

En 2018, la concentration du secteur de la vente de programmes audiovisuels français à l'étranger augmente pour atteindre le deuxième plus haut niveau de la décennie. Ainsi, les cinq premières sociétés les plus actives captent 31,9 % des ventes internationales (+4,9 points) pour un chiffre d'affaires global stable à 55,2 M€. Le poids des dix premières sociétés est également en hausse à 47,4 % (+3,0 points par rapport à 2017).

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	31,0	30,0	28,3	33,6	36,0	41,2	41,5	66,1	55,3	55,2
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>26,9</i>	<i>31,9</i>
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	44,8	45,8	44,2	51,0	57,9	65,4	68,1	91,7	91,1	82,2
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>44,4</i>	<i>47,4</i>
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)¹	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3
<i>Part des recettes totales (%)</i>	<i>100,0</i>									

¹ 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 2018, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en forte hausse et reste très supérieur à la moyenne. Les cinq premières sociétés concentrent 62,1 % des recettes internationales du genre (+11,9 points par rapport à 2017). Le poids des dix premières sociétés est en hausse de 3,3 points à 79,8 % du total des ventes du genre, ce qui est le niveau de concentration le plus élevé tous genres confondus, devant la fiction pour la première fois depuis 2013. 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 souvent, pour le modèle économique, d'intégrer production et distribution.

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	19,6	21,0	19,1	28,3	27,2	26,4	26,7	46,3	38,0	42,9
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>50,2</i>	<i>62,1</i>
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	27,7	27,9	27,1	37,3	36,8	35,5	37,4	59,3	57,9	55,1
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>76,5</i>	<i>79,8</i>
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0
<i>Part des recettes totales (%)</i>	<i>100,0</i>									

Source : CNC-TV France International.

Le degré de concentration relatif à l'exportation de documentaire est en forte baisse, puisque les cinq sociétés les plus actives captent 32,9 % des ventes internationales du genre (-9,6 points). Le poids des dix premières sociétés est en baisse à 53,7 % des ventes totales en 2018 (-6,5 points).

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	10,1	11,5	11,4	11,5	12,9	15,0	15,7	16,3	15,1	10,1
<i>Part des recettes totales (%)</i>	43,5	43,5	42,1	38,7	41,9	42,9	42,5	46,6	42,5	32,9
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	14,9	16,6	16,0	17,7	18,2	21,4	23,7	24,1	21,4	16,4
<i>Part des recettes totales (%)</i>	64,3	62,9	59,0	59,4	59,1	61,4	63,8	68,7	60,2	53,7
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6
<i>Part des recettes totales (%)</i>	100,0									

Source : CNC-TV France International.

En 2018, la concentration de l'exportation de fiction française est en revanche quasiment stable. En effet, les cinq premières sociétés sont à l'origine de 53,0 % du chiffre d'affaires total du genre, contre 53,7 % en 2017. Le poids des dix premières sociétés est en léger recul, avec 78,7 % des ventes totales de fiction à l'étranger en 2018 (-2,1 points).

Le constat déjà effectué pour le secteur de l'animation se confirme pour le secteur de la fiction, avec des besoins financiers en production importants, la nécessité de rechercher des partenaires internationaux pour le financement des productions et 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, StudioCanal, Gaumont, About Premium Content, Federation Entertainment, etc.).

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

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

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	14,9	10,6	9,0	12,8	14,2	22,2	23,5	28,9	34,2	26,2
<i>Part des recettes totales (%)</i>	68,7	55,2	45,2	56,0	54,5	57,1	57,0	57,9	53,7	53,0
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	18,8	14,6	13,7	18,3	19,3	31,6	31,6	42,7	51,5	38,9
<i>Part des recettes totales (%)</i>	86,7	76,3	68,4	80,3	74,3	81,2	76,7	85,7	80,8	78,7
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4
<i>Part des recettes totales (%)</i>	100,0									

Source : CNC-TV France International.

Annexe

Le CNC et TV France International remercient :

1. Les sociétés exportatrices qui ont accepté des entretiens en face en face pour partager leur vision du marché et nourrir ainsi l'analyse des données sectorielles :
 - ADVENTURE LINE PRODUCTIONS (Banijay Group), Frédéric Lussato.
 - BALANGA, Christophe Bochnacki.
 - BANIJAY RIGHTS, Isabelle Quême.
 - CYBER GROUP STUDIOS, Raphaëlle Mathieu.
 - FILM & PICTURE, Marie-Laure Hébrard.
 - FRANCE TV DISTRIBUTION, Julia Schulte.
 - LAGARDERE STUDIOS DISTRIBUTION, Emmanuelle Bouilhaguet.
 - NEWEN DISTRIBUTION, Nadia Chevallard.
 - TERRANOVA, Emmanuelle Jouanole, Isabelle Graziadey.
 - XILAM, Morgann Favenec.
 - 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.

The background of the entire page is a green mosaic pattern composed of small, irregular squares in various shades of green, from light to dark. The text is placed on white rectangular areas that cut into this mosaic.

**L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2018**

une publication
du Centre national
du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
impression : Stipa
septembre 2019