



les études du CNC
septembre 2020

L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2019

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

Sarah Hemar, Frédérique Juanico, Anna Pichot



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, Sophie Jardillier, Jérôme Tyl

SOMMAIRE

Définitions et méthodologie	4
I. Synthèse	5
II. Les ventes de programmes audiovisuels	10
A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels	11
a. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, notamment en Belgique, baisse au Royaume-Uni.	12
b. Europe centrale et orientale en hausse	14
c. Stabilité du marché nord-américain	16
d. Stabilité de l'Asie, hausse de la Chine	17
e. Hausse des ventes en Afrique	18
f. Recul des ventes au Moyen-Orient.....	18
g. Repli en Amérique latine	19
h. Forte croissance des ventes de droits monde	19
B. Analyse des ventes par genre de programmes	21
a. Nouveau record pour l'animation	21
b. Recul des ventes de fiction	25
c. Nette hausse des exportations de documentaire	29
d. Baisse des ventes de formats et du spectacle vivant	31
C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels	33
a. Les modes de diffusion numérique (VàD, mobile, TVIP)	33
b. Autres revenus	34
III. L'évolution des préventes et coproductions internationales	36
A. Stabilité du volume financé par des apports étrangers	39
a. Augmentation des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises	40
b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises, en particulier en animation.....	43
B. Hausse des préventes	45
a. Hausses en Allemagne et en Belgique, forte baisse au Royaume-Uni	47
b. Hausse de l'Amérique du Nord et recul de l'Asie / Océanie	48
C. Augmentation des apports en coproduction.....	49
a. Hausses au Royaume-Uni et en Italie	51
b. Forte hausse en Amérique du Nord.....	52
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 français 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 coproductions officielles 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

2019 : une année parmi les meilleures des 25 dernières années

En 2019, les exportations de programmes audiovisuels français atteignent 325,3 M€ (+18,0 %) soit le troisième plus haut niveau depuis 25 ans. Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger sont en nette hausse de 12,8 % en 2019 à 195,6 M€. Les préventes à l'étranger progressent également de 7,6 % à 52,0 M€, comme les apports étrangers en coproduction dans les programmes français, en forte croissance de 43,9 % à 77,7 M€.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Ventes ¹	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	+12,8
Préventes	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	+7,6
Total ventes et préventes	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	+11,7
Apports en coproduction	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	+43,9
Total flux export (1)	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	275,7	325,3	+18,0

¹ Les chiffres de ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 Monde et autres diffuseurs internationaux basés en France, qui s'élèvent à 1,8 M€ en 2019 (2,6 M€ en 2018).

Source : CNC-TV France International.

L'exportation de l'activité des industries techniques françaises ainsi que les dépenses réalisées en France pour des projets audiovisuels internationaux (bénéficiaires du crédit d'impôt international) constituent autant de sources de revenus en provenance de l'international pour les acteurs français de l'audiovisuel. En prenant en considération ces éléments, le flux export global de l'audiovisuel français dépasse les 450 M€ en 2019, et poursuit globalement une tendance à la croissance très nette sur les dix dernières années, qu'il s'agisse des ventes et préfinancements étrangers de programmes français (61,6 % du « flux export global » en 2018), des recettes à l'export des prestations techniques (16,4 %) ou encore des dépenses effectuées en France pour des projets audiovisuels internationaux (22,0 %). En dix ans, l'ensemble des flux à l'export de l'audiovisuel français a doublé en valeur.

Flux financier de l'audiovisuel en provenance de l'étranger (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Ventes + préventes + Coproductions (1)	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	275,7	325,3	+18,0
Chiffre d'affaires à l'export des industries techniques – audiovisuel (2)	23,9	25,8	30,7	32,7	36,8	42,0	47,7	42,9	73,6	nd	-
Dépenses en France des projets audiovisuels bénéficiaires du C2I ¹ (3)	6,4	7,8	5,0	8,3	15,5	21,3	51,4	97,7	98,6	132,5	+34,4
Flux export global (1) + (2) + (3)	229,1	264,6	278,1	290,0	318,9	318,4	435,4	466,1	447,9	457,8	-

¹ C2I : Crédit d'impôt international.

Sources : CNC, Ficam.

Un marché international des ventes en constante évolution

Le marché mondial ne cesse d'évoluer, dans un contexte de baisse générale des tarifs, de complexité toujours grandissante des négociations et de concurrence exacerbée. Si la multiplication des canaux de diffusion est bénéfique à la circulation des œuvres, le durcissement des conditions exigées par les différents diffuseurs limite la possibilité de multiplier les ventes. Les chaînes, payantes en particulier, subissent frontalement le développement des plateformes de vidéo à la demande et de leur usage. En réponse, les diffuseurs traditionnels demandent de

plus en plus les droits non linéaires des programmes qu'ils achètent et sont plus exigeants en matière de tarifs et d'étendue des droits.

Face à l'offre pléthorique de contenus, les acheteurs privilégient la recherche de programmes neufs et les nouvelles saisons de séries dont le succès est prouvé. La production audiovisuelle française a ainsi fait émerger ces dernières années des marques fortes, quel que soit le genre, et qui suscitent chaque année un intérêt fort de la part des diffuseurs.

De manière générale, les distributeurs sont 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 droits monde en forte hausse, l'Europe de l'Ouest en croissance

L'année 2019 est notamment marquée par la très forte progression des ventes de droits monde qui augmentent de 54,8 % et atteignent le niveau historique de 42,3 M€, soit 21,6 % des exportations totales. En 2019, 72,4 % de ces droits mondiaux sont des droits mondiaux de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

Première zone d'achats de programmes français, l'Europe de l'Ouest augmente ses achats de 7,4 % à 90,3 M€ et génère 46,2 % des recettes d'exportation. Avec 14,7 M€ d'achats, la zone Asie / Océanie progresse légèrement (+1,6 %) et reste le troisième partenaire de la France en 2019, derrière l'Amérique du Nord dont les achats sont quasi stables à 24,5 M€, soit -1,8 % par rapport à 2018, et une part de marché de 12,6 %. Les ventes à destination des pays d'Europe centrale et orientale progressent de 5,3 % à 9,9 M€ de recettes d'exportation, mais ce sont surtout les ventes vers les pays d'Afrique qui augmentent très fortement : +51,4 % à 7,3 M€.

Records pour l'animation et le documentaire

En 2019, les ventes de programmes audiovisuels sont en nette progression en animation et en documentaire, mais en recul en fiction. Avec des ventes en hausse de 12,1 % à 77,4 M€, l'animation française atteint un nouveau record historique à l'export. Autre genre en très forte hausse, l'exportation des programmes documentaires français progresse de 44,1 % à 44,0 M€, également un niveau record. Le deuxième genre à l'export reste la fiction avec 46,4 M€, malgré des ventes en recul de 6,0 %. L'Allemagne est le premier acheteur de programmes français en 2019, devant la Belgique et les Etats-Unis.

Exportations par genre de programmes

	Ventes (M€)	évol. 19/18 (%)	Préventes (M€)	évol. 19/18 (%)	Total (M€)	évol. 19/18 (%)
Animation	77,4	+12,1	33,8	+17,2	111,2	+13,6
Fiction	46,4	-6,0	9,8	-19,9	56,1	-8,8
Documentaire	44,0	+44,1	7,6	+21,5	51,7	+40,3
Format (fiction, jeux, variétés)	18,9	-3,1	-	-	18,9	-3,1
Divers (information, extraits...)	7,8	+265,6	-	-100,0	7,8	+262,3
Musique, spectacle vivant	1,1	-59,9	0,8	-17,1	1,9	-48,6
Total	195,6	+12,8	52,0	+7,6	247,6	+11,7

Source : CNC-TV France International.

Croissance des préventes étrangères

En 2019, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une hausse de 7,6 % à 52,0 M€. Cette augmentation concerne les programmes d'animation et les documentaires. Les préventes étrangères d'animation progressent de 17,2 % à 33,8 M€, deuxième plus haut niveau de la décennie. Les préventes de documentaires affichent également

une nette hausse de 21,5 % et atteignent 7,6 M€. En revanche, les préachats étrangers diminuent de 19,9 % à 9,8 M€ en fiction.

Malgré des préachats en baisse de 16,6 % à 27,9 M€, l'Europe de l'Ouest reste de loin le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels. L'Amérique du nord augmente ses préachats de 85,5 % à 9,7 M€, soit 18,6 % du total. La part des préventes de programmes français vers le reste du monde augmente (27,8 % des préventes totales en 2019 contre 20,0 % en 2018).

Des apports étrangers en coproduction en hausse dans tous les genres

En 2019, les apports étrangers en coproduction dans la production française progressent de 43,9 % à 77,7 M€. La Belgique demeure, de loin, le premier partenaire de la France. Les apports en coproduction en provenance de l'Europe de l'Ouest sont en hausse de 20,1 % à 56,0 M€. Les apports en provenance d'Amérique du Nord sont également en très forte hausse (+251,0 %), grâce au Canada, deuxième partenaire de la France en 2019.

A l'exception du spectacle vivant, les apports étrangers en coproduction sont en hausse dans tous les genres : l'animation (+101,2 % à 28,4 M€), la fiction (+63,8 % à 27,9 M€) et le documentaire (+13,9 % à 17,8 M€). L'animation redevient ainsi le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction avec 36,6 % du total, devant la fiction (35,9 %).

Un tiers des programmes français coproduits avec des partenaires étrangers

En 2019, le préfinancement de programmes de fiction français, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préventes, implique 18 pays différents, au premier rang desquels la Belgique (486 heures) et la Suisse (415 heures). S'agissant de l'animation, le préfinancement en 2019 implique 17 pays différents, en particulier l'Allemagne (86 heures) et le Canada (73 heures), contre 60 pays différents pour le documentaire, aux premiers rangs desquels la Belgique et la Suisse.

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est quasi stable en 2019 à 1 370 heures (-1,5 %).

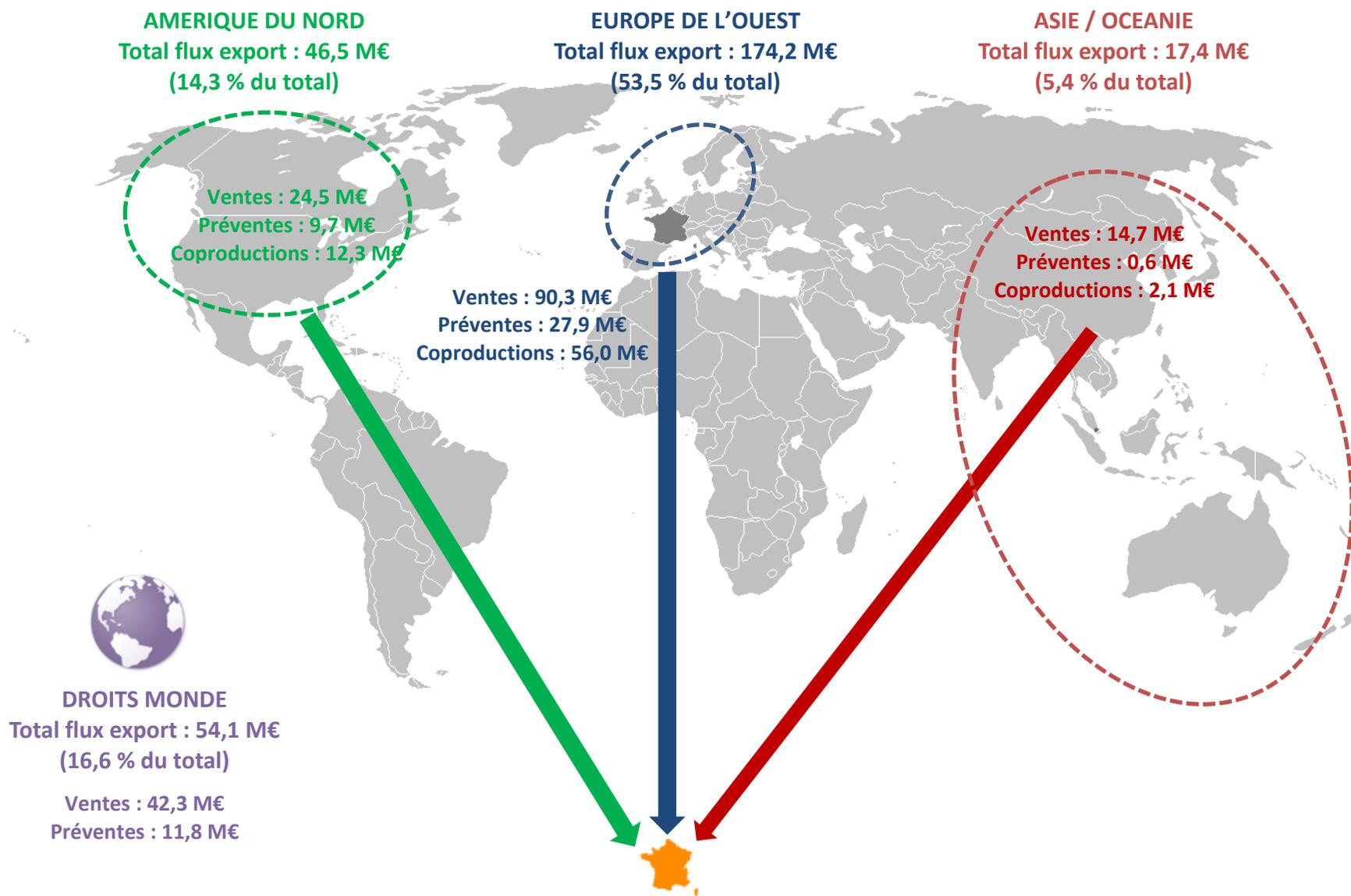
La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français augmente en 2019 à 34,3 % (31,9 % en 2018), atteignant 85,5 % du volume d'animation et 53,6 % pour la fiction.

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

	Ventes	Préventes	Total ventes + préventes	Apports en coproduction	Total flux export
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
2019	195,6	52,0	247,6	77,7	325,3
Fiction	46,4	9,8	56,1	27,9	84,0
Documentaire	44,0	7,6	51,7	17,8	69,5
Animation	77,4	33,8	111,2	28,4	139,6
Musique, spectacle vivant	1,1	0,8	1,9	3,6	5,5
Format (fiction, jeux, variétés)	18,9	-	18,9	-	18,9
Divers (information, extraits...)	7,8	-	7,8	0,1	7,9

Source : CNC-TV France International.

Carte - Les principales zones géographiques en termes de flux export (ventes, préventes et coproductions) en 2019



II. Les ventes de programmes audiovisuels

Chiffres clés

Les ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2019



195,6 M€ de ventes à l'étranger
+12,8 % par rapport à 2018



42,3 M€ de ventes de droits Monde
21,6 % du total des ventes

Les principaux genres vendus à l'étranger en 2019



77,4 M€ de ventes de programmes d'animation
+12,1 % par rapport à 2018
39,6 % du total des ventes



46,4 M€ de ventes de programmes de fiction
-6,0 % par rapport à 2018
23,7 % du total des ventes



44,0 M€ de ventes de documentaires
+44,1 % par rapport à 2018
22,5 % du total des ventes

Les principaux acheteurs de programmes français en 2019



Belgique
19,1 M€ de ventes



Allemagne
(+Autriche)
19,3 M€ de ventes

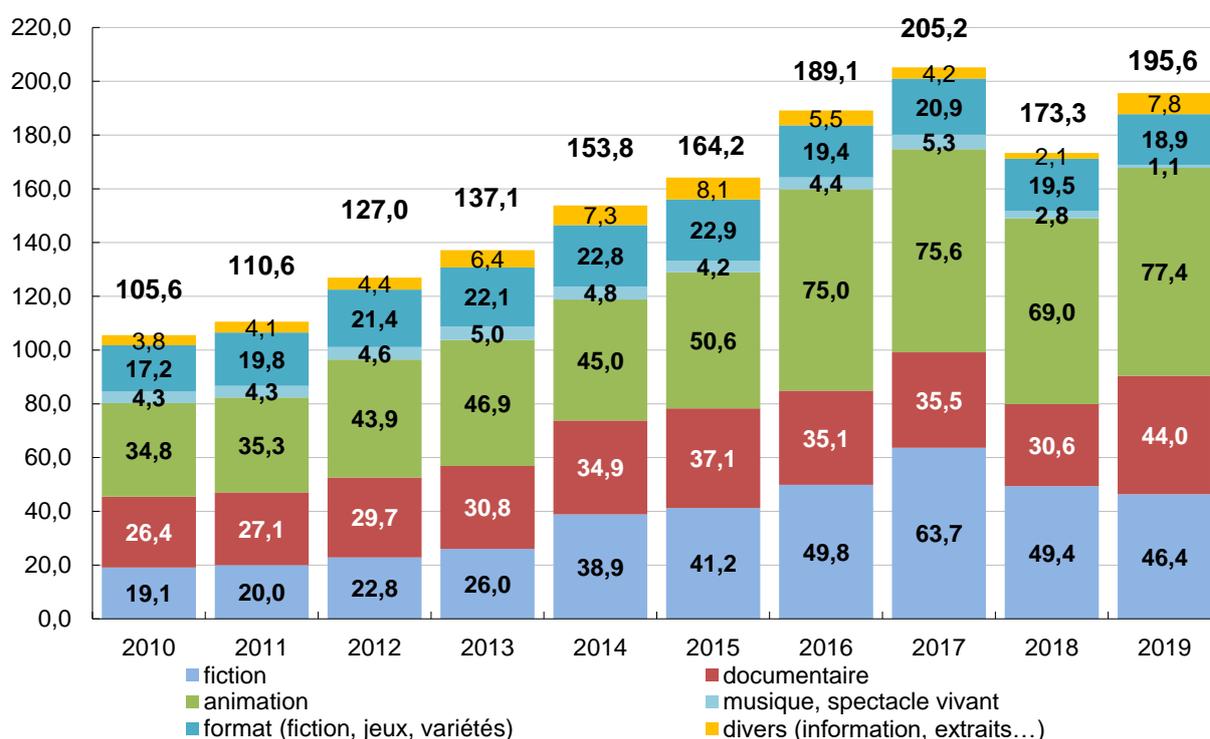


Etats-Unis
17,0 M€ de ventes



Après une année 2018 en recul, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger enregistrent une hausse de 12,8 % en 2019 pour atteindre 195,6 M€, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2017. Cette progression concerne principalement l'animation, dont les ventes de programmes atteignent 77,4 M€ (+12,1 % par rapport à 2018), plus haut niveau jamais enregistré depuis 25 ans. Les ventes de documentaires sont également en forte croissance de 44,1 % à 44,0 M€, également un record historique. La fiction enregistre néanmoins un recul de 6,0 % à 46,4 M€ en 2019. Les ventes de format connaissent également une diminution de 3,1 % à 18,9 M€. Ce sont les programmes de musique/spectacle vivant qui enregistrent la chute la plus nette, soit -59,6 % à 1,1 M€. Enfin, les ventes de programmes d'information / divers font plus que tripler et atteignent 7,8 M€ en 2019 (+265,6 % par rapport à 2018).

Ventes de programmes audiovisuels français (M€)



Source : CNC-TV France International.

A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels

L'année 2019 est notamment marquée par la très forte progression des ventes de droits monde, isolées par les déclarants pour la cinquième année consécutive. Celles-ci augmentent de 54,8 % et atteignent le niveau historique de 42,3 M€, soit 21,6 % des exportations totales (+5,9 points par rapport à 2018). En 2019, 72,4 % de ces droits mondiaux sont des droits mondiaux de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

L'Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français est en hausse de 7,4 % à 90,3 M€. La part de marché de la zone est néanmoins en recul de 2,3 points à 46,2 %, soit un pourcentage inférieur à 50 % pour la quatrième année consécutive.

Avec 14,7 M€ d'achats, la zone Asie / Océanie connaît une légère progression (+1,6 %) et reste le troisième partenaire de la France en 2019 (7,5 % de part de marché), derrière l'Amérique du Nord, dont les achats reculent à 24,5 M€ d'achats (-16,3 % par rapport à 2018), pour une part de marché de 12,6 % (-1,9 point).

Les ventes à destination des pays d'Europe centrale et orientale progressent de 5,3 % à 9,9 M€, mais ce sont surtout les ventes vers les pays d'Afrique qui augmentent très fortement : +51,4 % à 7,3 M€. Enfin, les recettes d'exportation en provenance d'Amérique latine sont en recul en 2019 (-16,3 % à 3,5 M€), tout comme celles du Moyen-Orient (-26,4 % à 2,9 M€).

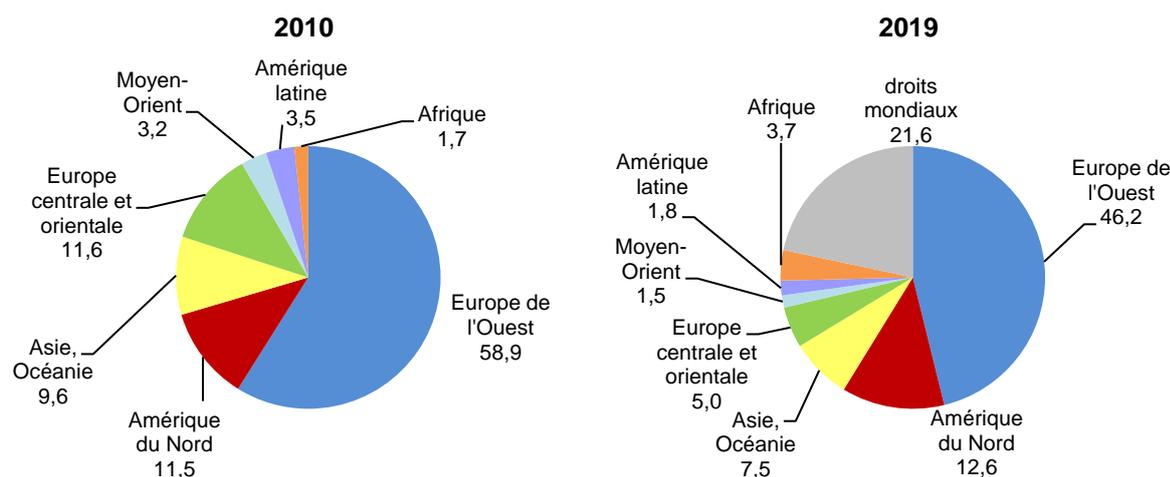
Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Europe de l'Ouest	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	+7,4
Amérique du Nord	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	-1,8
Asie / Océanie	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	+1,6
Europe centrale et orientale	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	+5,3
Afrique	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	+51,4
Amérique latine	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	-16,3
Moyen-Orient	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	-26,4
Droits monde ¹	-	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	+54,8
Total	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	+12,8

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. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, notamment en Belgique, baisse au Royaume-Uni

Après une année 2018 en recul, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest repartent à la hausse de 2019 et atteignent 90,3 M€, soit +7,4 % par rapport à 2018, dans la moyenne de ces cinq dernières années (91,0 M€). La zone représente 46,2 % du total des ventes à l'étranger en 2019 (-2,3 points par rapport à 2018).

Malgré des achats en baisse de 2,3 % par rapport à 2018, la zone germanophone, constituée de l'Allemagne et de l'Autriche, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,3 M€. La fiction devient le troisième genre le plus vendu en Allemagne (2,8 M€, soit -51,9 %), alors qu'elle représentait plus de la moitié des ventes en 2016. A l'exception des ventes de format, en baisse de 28,1 % à 1,4 M€, tous les autres genres progressent en 2019. Les ventes d'animation française atteignent un niveau record à 10,8 M€, soit une hausse de 29,9 %. L'Allemagne reste ainsi un acheteur particulièrement important

d'animation française, le deuxième au monde derrière les Etats-Unis. Les ventes de documentaire progressent également de 16,8 % à 4,1 M€.

Les ventes de programmes français en Belgique augmentent de 16,2 % en 2019 à 19,1 M€, soit le deuxième plus haut niveau enregistré. Le pays devient le deuxième acheteur mondial derrière l'Allemagne, passant devant les Etats-Unis. Si les ventes de programmes de fiction diminuent de nouveau en 2019 (-1,5 % à 5,4 M€), celles d'animation augmentent nettement de 71,2 % à 1,9 M€. C'est surtout en documentaire que les programmes audiovisuels français ont fortement progressé en 2019 avec des ventes en hausse de 66,8 %. Avec 8,3 M€ d'achats, la Belgique reste le premier partenaire de la France en documentaire.

Avec des achats en hausse de 8,5 % à 13,1 M€, l'Italie confirme sa place de marché privilégié pour la production audiovisuelle française. Troisièmes acheteurs européens tous genres confondus, c'est en particulier en animation que les acquéreurs italiens ont manifesté leur intérêt. Après une année 2018 en forte baisse, les ventes progressent de 69,1 % et atteignent 3,9 M€. En fiction, avec des achats stables (-0,9 %) à un niveau, l'Italie devient le premier acheteur de programmes français avec 5,6 M€ (troisième en 2018), dans un contexte global de recul des achats. Les achats de documentaire diminuent de 11,4 % à 2,2 M€ en 2019.

La zone anglophone, constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande accuse une baisse de 27,1 % de ses achats de programmes audiovisuels français à 9,0 M€. Territoire particulièrement difficile pour les productions non anglophones, le niveau des achats atteint son plus bas niveau depuis 2014. Cette baisse est principalement le fait de la fiction, dont les ventes chutent de 81,4 % à 0,9 M€. Premier genre sur le territoire, le format voit également ses ventes diminuer de 7,1 % à 3,4 M€. Les ventes d'animation reculent de 5,7 % à 2,2 M€. Néanmoins, alors que la production documentaire britannique occupe une place prépondérante au Royaume-Uni comme à l'international, les ventes de documentaire français sur le territoire ont presque doublé en 2019 à 2,1 M€ (+ 81,7 %).

Si 2018 avait été une année record pour les programmes français en Espagne, qui était devenue le premier acheteur mondial de fiction, les achats sont en baisse de 19,3 % en 2019 à 7,9 M€. Après plusieurs années marquées par des ventes significatives, la fiction française est ainsi en recul de 41,8 % à 3,7 M€, légèrement en-dessous de la moyenne de ces cinq dernières années (4,0 M€). Les autres genres connaissent une hausse, qu'il s'agisse de l'animation (+32,9 % à 1,6 M€) ou du documentaire (+20,7 % à 1,4 M€).

Les achats en provenance de Suisse repartent nettement à la hausse en 2019 après une année 2018 en fort recul. Tous genres confondus, les achats progressent de 52,5 % à 6,1 M€. Si les trois principaux genres bénéficient de cette reprise, c'est le documentaire qui connaît la plus forte progression : les achats doublent pour atteindre 2,5 M€ (+117,4 % par rapport à 2018), faisant de la Suisse le troisième acheteur mondial de documentaires français. En fiction également la Suisse reprend une place importante avec des achats en hausse de 37,5 % à 2,4 M€. Enfin les ventes de programmes d'animation progressent de 24,6 % à 0,9 M€.

En Scandinavie également, les programmes français ont enregistré de meilleures ventes qu'en 2018 avec 5,0 M€ d'achats, en hausse de 28,7 %. Ces bons résultats s'inscrivent dans un contexte qui reste difficile sur le marché scandinave. 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. Si les ventes de fiction diminuent nettement et passent de 1,1 M€ en 2018 à 0,2 M€ en 2019, celles de documentaire progressent de 73,5 % à 1,5 M€. Les ventes d'animation reculent de 3,3 % à 1,1 M€.

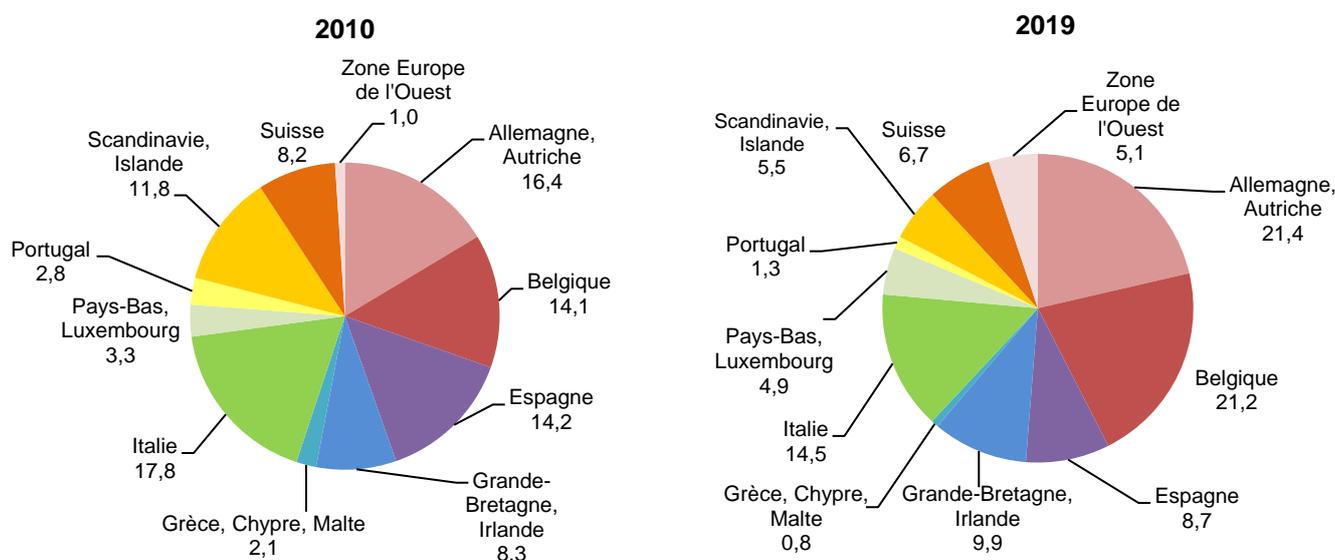
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Allemagne, Autriche	10,2	8,6	12,0	16,6	23,0	19,2	19,4	27,1	19,7	19,3	-2,3
Belgique	8,7	7,4	8,0	12,8	13,1	15,2	18,1	19,3	16,4	19,1	+16,2
Italie	11,1	12,3	8,4	10,1	12,3	9,7	12,1	14,3	12,1	13,1	+8,5
Grande-Bretagne, Irlande	5,2	7,4	8,3	6,5	9,0	10,7	16,1	12,2	12,3	9,0	-27,1
Espagne	8,8	8,0	4,0	5,4	4,6	7,9	7,1	8,2	9,8	7,9	-19,3
Suisse	5,1	4,3	4,2	6,1	6,5	7,6	5,7	6,7	4,0	6,1	+52,5
Scandinavie, Islande	7,3	5,6	6,2	6,7	5,8	5,6	4,7	5,1	3,9	5,0	+28,7
Pays-Bas, Luxembourg	2,1	1,9	2,9	1,6	2,7	4,6	3,7	6,6	3,0	4,4	+46,8
Portugal	1,8	1,7	1,1	0,7	1,0	1,5	1,6	1,2	1,3	1,2	-9,1
Grèce, Chypre, Malte	1,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,7	1,0	0,5	0,5	0,7	+27,6
Zone Europe de l'Ouest ¹	0,6	3,5	6,6	11,4	5,9	4,2	1,7	1,0	1,0	4,6	+347,9
Total	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	+7,4

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Europe de l'Ouest et indéterminé.

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 hausse

En 2019, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale progressent de 5,3 % pour s'établir à 9,9 M€. Les ventes y restent en deçà de la moyenne de ces dix dernières années (12,9 M€) et elles sont inférieures à 10 M€ depuis 2018. La zone représente 5,0 % du total des ventes à l'étranger en 2019 contre 5,4 % en 2018. Le documentaire devient le premier genre à l'export dans la zone à 3,4 M€ (+39,3 % par rapport à 2018). Les achats de programmes d'animation passent de 2,7 M€ à 2,8 M€ en 2019 tandis que ceux de fiction sont baissent de 38,5 % à 2,0 M€.

La situation est contrastée en fonction des pays. La Pologne, un marché traditionnellement fort pour les programmes français en raison du grand nombre d'acteurs malgré des prix faibles, diminue ses achats de 30,7 % à 1,8 M€. Pour la première fois depuis 2014, la Pologne représente moins de 20 % des achats en provenance d'Europe centrale et orientale. Ce repli concerne tous les genres, au premier rang desquels la fiction avec des achats en chute de 59,2 % à 0,4 M€. La chaîne publique TVP a néanmoins fait l'acquisition de la série *Demain nous appartient* (50x52' – Telsète). Les ventes de documentaires s'établissent à 0,8 M€ (-9,1 % par rapport à 2018).

A l'inverse de la Pologne, la Russie (et les pays de l'ex-CEI dont l'Ukraine et la Biélorussie) est un marché en croissance en 2019 après quatre années consécutives de repli. Avec des ventes en hausse de 30,3 % à 2,4 M€, la région devient le premier acheteur d'Europe centrale et orientale, devant la Pologne pour la première fois depuis 2014. Les ventes d'animation reculent néanmoins de 7,4 % à 0,7 M€, tandis que celles de documentaires progressent de 54,2 % à 0,5 M€.

Après avoir connu une forte baisse en 2018, les exportations vers la zone « République tchèque, Slovaquie » repartent à la hausse en 2019 et atteignent 1,4 M€ (+43,1 %). Le poids de la zone dans les ventes de programmes français en Europe centrale et orientale passe ainsi de 10,6 % en 2018 à 14,4 % en 2019.

Les ventes multi territoires à l'échelle de l'Europe centrale et orientale peuvent constituer un débouché important pour les programmes français grâce à de nombreux réseaux couvrant plusieurs pays. En 2019, elles atteignent 1,7 M€, soit une hausse de 172,4 %, et représentent 17,7 % des ventes réalisées dans la zone.

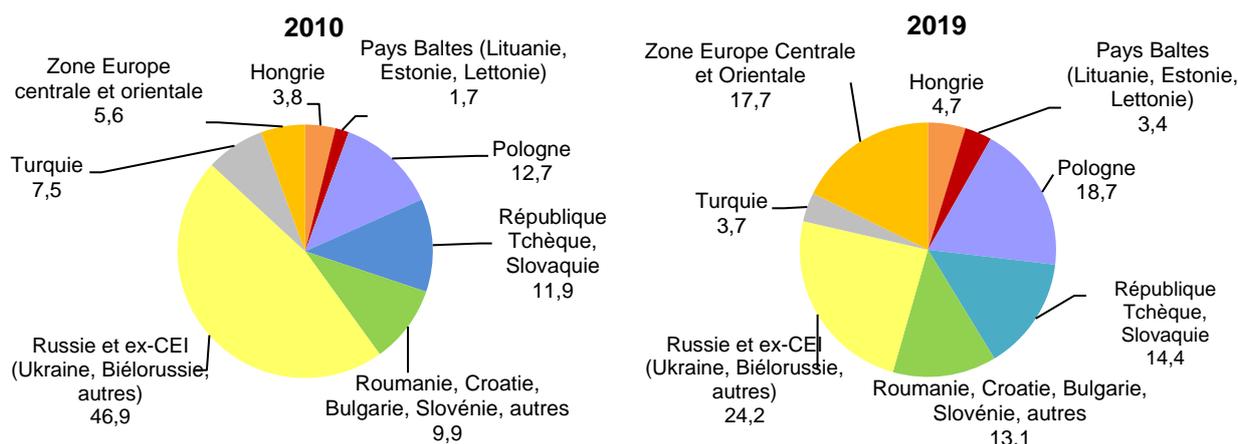
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Russie et ex-CEI (Ukraine, Biélorussie, autres)	5,7	6,8	7,6	4,4	6,2	3,2	2,7	1,9	1,8	2,4	+30,3
Pologne	1,6	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8	2,7	4,0	2,7	1,8	-30,7
République tchèque, Slovaquie	1,5	1,6	1,7	2,0	1,6	1,1	1,4	2,7	1,0	1,4	+43,1
Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres	1,2	1,1	1,3	1,9	1,4	1,4	0,7	2,0	1,7	1,3	-23,7
Hongrie	0,5	0,5	0,7	1,0	1,4	0,9	0,6	1,2	0,5	0,5	-7,3
Turquie	0,9	1,0	1,7	1,5	1,2	1,4	0,9	1,0	0,7	0,4	-45,6
Pays Baltes (Lituanie, Estonie, Lettonie)	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,4	0,3	-9,2
Zone Europe centrale et orientale ¹	0,7	0,5	2,0	1,0	0,6	0,8	0,7	1,9	0,6	1,7	+172,4
Total	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	+5,3

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Europe centrale et orientale et indéterminé.

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

c. Stabilité du marché nord-américain

En Amérique du Nord, les ventes de programmes français restent à un niveau élevé en 2019 à 24,5 M€, dans la moyenne de ces cinq dernières années (-1,8 % par rapport à 2018). Deuxième zone d'export pour les programmes français, la zone représente 12,6 % des ventes totales (-1,9 point).

Aux Etats-Unis, les ventes progressent légèrement de 2,6 % à 17,0 M€, deuxième niveau le plus haut enregistré dans le pays après le record de 2017 (20,2 M€). Les Etats-Unis sont le troisième territoire d'export pour l'audiovisuel français en 2019, derrière l'Allemagne et la Belgique, et représentent 8,7 % des ventes en 2019 (-0,9 point). L'animation reste un genre particulièrement fort sur le territoire, avec des ventes qui établissent un nouveau record à 12,0 M€ (+3,2 % par rapport à 2018). Les Etats-Unis restent ainsi le premier marché international pour l'animation française avec 15,5 % des ventes totales. Les ventes de documentaires progressent de 29,0 % à 2,2 M€ en 2019. En revanche, les ventes de programmes de fiction reculent de 30,2 % à 1,8 M€.

Avec 5,7 M€ d'importations en 2019, le Canada diminue ses achats de programmes français pour la troisième année consécutive (-14,9 % par rapport à 2018). Le niveau des ventes réalisées dans le pays est le plus faible depuis 2010. Premier genre représenté, l'animation progresse néanmoins de 5,0 % à 3,1 M€ de ventes, tout comme le documentaire (+25,0 % à 1,2 M€). La baisse des ventes au Canada provient du recul de la fiction à 0,9 M€ (-31,2 %) et de celui des ventes de formats qui passent de 1,4 M€ à 0,9 M€. La fiction est au niveau le plus bas depuis 2012.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Etats-Unis	5,6	5,6	9,9	8,1	13,7	10,4	14,4	20,2	16,6	17,0	+2,6
Canada	5,7	5,9	6,5	8,0	7,9	7,9	8,5	7,1	6,7	5,7	-14,9
Zone Amérique du Nord ¹	0,8	0,7	0,5	-	-	-	2,1	1,9	1,7	1,8	+7,5
Total	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	-1,8

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

Source : CNC-TV France International.

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

Depuis 2017, les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie sont stables et s'établissent en 2019 à 14,7 M€ (+1,6 % par rapport à 2018). La zone représente 7,5 % des ventes mondiales (-0,8 point). En particulier, 11,5 % des achats de programmes d'animation français sont effectués en Asie/Océanie en 2019.

Pour la quatrième année consécutive, les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » augmentent de 16,6 % en 2019, à 8,5 M€, soit le plus haut niveau de ventes jamais enregistré. Pour la deuxième fois, cette zone représente plus de la moitié des exportations vers l'Asie / Océanie en 2019 (58,0 %, +7,5 points par rapport à 2018). En cinq ans, les ventes de programmes vers la Chine (avec Hong Kong et Taïwan) ont progressé de 170,4 %. En 2019, l'ensemble de cette zone représente le sixième acheteur de programmes français. Comme ces dernières années, c'est l'animation qui tire l'activité et représente depuis 2017 plus de 60 % des achats. Cette part s'élève à 73,5 % en 2019, grâce à des ventes qui progressent de 27,0 % en 2019 à 6,3 M€. Comme en 2018, l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » est le troisième marché d'exportation pour l'animation française, derrière les Etats-Unis et l'Allemagne. Deuxième genre représenté dans la zone, le documentaire pèse 1,8 M€ en 2019, soit une hausse de 24,0 % par rapport à 2018. Les services non linéaires sont essentiels pour l'exportation de programmes français sur le territoire, bien qu'ils doivent également respecter de nouvelles contraintes de quotas portant sur les contenus étrangers depuis la fin 2018.

Au Japon, les exportations de programmes français passent de 1,4 M€ en 2018 à 1,8 M€ en 2019 (+31,0 %). Le Japon représente 12,1 % des exportations vers la zone Asie/Océanie en 2019. Le Japon est un territoire privilégié pour les documentaires français, qui trouvent régulièrement des débouchés sur le réseau de chaînes publiques NHK : le genre représente 54,0 % des ventes réalisées dans le pays en 2019.

En Corée du Sud, les ventes de programmes français augmentent de 8,7 % en 2019 à 1,0 M€. L'animation représente 58,2 % des achats de programmes français en Corée du Sud en 2019.

Après quatre années de baisse, la zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » est stable en 2019 à 1,3 M€ (+0,3 %). Les pays émergents 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 ventes en Inde reculent en 2019 et s'établissent à 0,4 M€ (-54,4 %), plus faible niveau de la décennie, malgré l'attractivité croissante de ce marché pour l'animation française.

Les ventes multi-territoires de programmes français en Asie progressent de 16,3 % à 0,6 M€ en 2019.

Les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont divisées par deux en 2019 et s'établissent à 1,0 M€ (-51,4 % par rapport à 2018), soit le niveau le plus bas de la décennie. Le marché, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne et la production nationale, reste difficile à pénétrer.

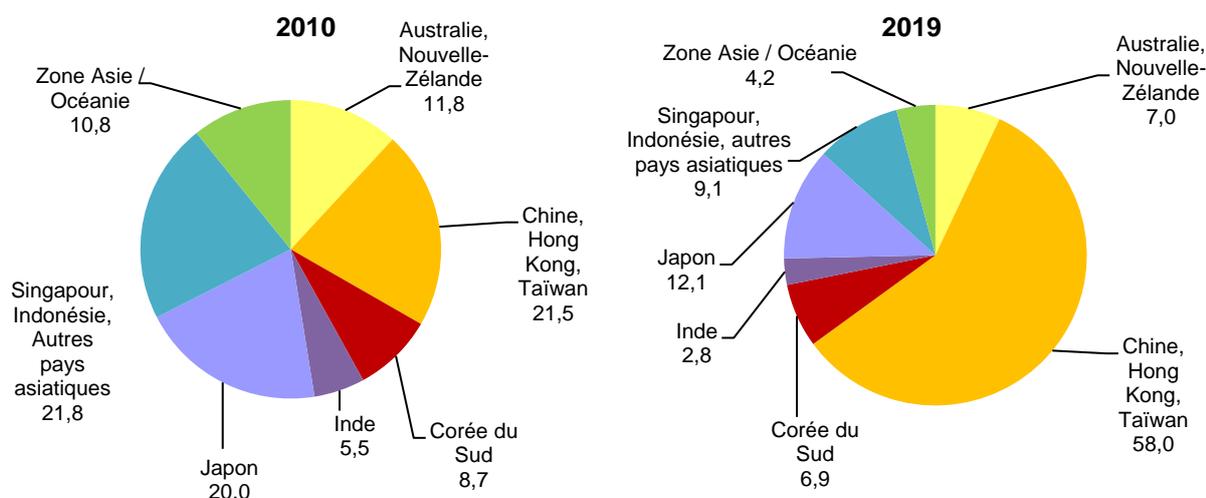
Ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Chine, Hong Kong, Taïwan	2,2	3,1	5,1	2,6	3,5	3,2	3,9	5,6	7,3	8,5	+16,6
Japon	2,0	2,2	3,1	1,8	2,6	2,1	2,3	2,6	1,4	1,8	+31,0
Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques	2,2	3,8	2,9	3,0	6,7	2,5	2,1	1,7	1,3	1,3	+0,3
Australie, Nouvelle-Zélande	1,2	1,9	1,9	2,5	2,2	1,4	2,0	2,1	2,1	1,0	-51,4
Corée du Sud	0,9	1,2	1,5	0,9	0,8	1,5	0,8	0,9	0,9	1,0	+8,7
Inde	0,6	0,5	1,0	0,7	0,5	0,5	4,0	0,6	0,9	0,4	-54,4
Zone Asie / Océanie ¹	1,1	1,6	2,9	1,6	1,1	3,8	2,9	1,2	0,5	0,6	+16,3
Total	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	+1,6

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires d'Asie / Océanie et indéterminé.

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

e. Hausse des ventes en Afrique

Après trois années consécutives de repli, les ventes à destination des pays d'Afrique sont en nette hausse en 2019 (+51,4 %). L'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain atteint 7,3 M€, soit le plus haut niveau enregistré. L'Afrique représente 3,7 % des ventes de programmes français en 2019, contre 2,8 % en 2018.

Cette hausse concerne tous les genres. Les ventes de documentaire en particulier doublent en 2019 et établissent un nouveau record à 2,4 M€. Les ventes de fiction augmentent de 46,9 % à 2,4 M€, également niveau record dans la région. L'animation progresse de 23,9 % à 0,7 M€. Les ventes vers les pays d'Afrique francophone reculent néanmoins de 48,4 % à 1,3 M€. La hausse enregistrée en Afrique est le fait des ventes multi-territoriales qui sont multipliées par cinq en 2019 et passent de 1,1 M€ à 5,8 M€. En effet, les programmes français qui circulent dans les pays africains sont presque toujours diffusés via les opérateurs continentaux. La troisième saison de la série *Zig & Sharko* (78x7' – Xilam) a ainsi été achetée par le réseau Turner pour l'Afrique anglophone en 2019.

f. Recul des ventes au Moyen-Orient

En revanche, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en baisse pour la deuxième année consécutive et se fixent à 2,9 M€ en 2019 (-26,4 % par rapport à 2018).

La baisse concerne 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 10,0 % en 2019 à 0,8 M€, soit le niveau le plus bas de la décennie. Premier genre dans la région en 2019, les ventes de programmes d'animation s'établissent à 1,1 M€ (-20,1 %). Les ventes de format peuvent représenter des montants significatifs, bien qu'elles soient également en baisse en 2019 à 0,8 M€ (-48,5 %), niveau le plus faible depuis 2011.

g. Repli en Amérique latine

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine sont également en baisse de 16,3 % en 2019 à 3,5 M€. La zone représente 1,8 % des ventes mondiales (-0,6 point), soit le niveau le plus bas de la décennie. La baisse concerne particulièrement l'animation avec des ventes en recul de 43,7 % à 1,6 M€. Les ventes de fiction restent à un niveau très faible : 0,8 M€ en 2019 comme en 2018. En revanche, le documentaire progresse avec des achats qui atteignent 0,9 M€, soit une hausse de 137,8 % par rapport à 2018.

En termes de territoire, le Brésil reste le premier marché d'Amérique latine, malgré des ventes en recul de 27,5 % à 1,1 M€. Les ventes multi-territoriales qui peuvent représenter entre 35 % et 55 % des ventes dans la région sont en chute de 61,4 % en 2019 à 0,7 M€. Leur part de marché s'établit à 20,6 % en 2019. Les ventes au Mexique restent stables à 0,5 M€. A l'inverse, plusieurs marchés sont en croissance en 2019, comme l'Argentine, avec des achats qui triplent à un niveau qui reste malgré tout très faible (0,4 M€). Par ailleurs, les autres pays d'Amérique latine (hors Brésil, Mexique et Argentine) ont triplé leurs achats de programmes français par rapport à 2018, à hauteur de 0,9 M€.

h. Forte croissance des ventes de droits monde

Les ventes de droits monde (incluant celles portant sur des territoires de plusieurs continents) sont en très forte hausse en 2019 et atteignent le niveau record de 42,3 M€, soit une augmentation de 54,8 % par rapport à 2018. En cinq ans, les ventes de droits monde ont triplé. Elles représentent des montants de plus en plus importants pour l'exportation de programmes français : la part des droits mondiaux dans les ventes de programmes français s'élève à 21,6 % en 2019 (+5,9 points). Ces droits 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. Les ventes de droits monde peuvent impliquer un gel de tout potentiel commercial sur plusieurs années compte tenu de la nature exclusive des droits cédés pour une période donnée.

En 2019, 72,4 % de ces droits mondiaux concernent la vidéo à la demande (VàD) et la vidéo à la demande par abonnement (VàDA), le reste correspondant à des ventes de droits télévisuels, soit à des diffuseurs souvent 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 49,4 % des ventes totales de droits mondiaux, une part néanmoins en net recul par rapport à 2018 (-20,4 points) et pour la première fois en-dessous de 50 %. Les ventes de droits mondiaux d'animation sont en hausse de 9,5 %

à 20,9 M€ en 2019. Les ventes de droits mondiaux de programmes de fiction font plus que doubler en 2019 et établissent un nouveau record à 13,4 M€ (+175,3 %).

En 2019, les séries *Noces rouges* (6x52' – Scarlett production) et *Maman a tort* (6x52' - France.tv studio) ont notamment été vendues par France TV Distribution à la plateforme Walter Presents dans le cadre d'un accord multi-territoires portant sur le Royaume-Uni, les Etats-Unis, l'Italie et l'Australie. Par ailleurs, la série *Mytho* (6x52' – Unité de Production), qui a reçu le prix du public au festival Séries Mania 2019, a été achetée par Netflix Monde (hors France et Allemagne). Autre acquisition par Netflix monde, la série *Ad Vitam* (6x52' – Kelija), vendue par Lagardère Studios Distribution. La série *Zone Blanche* (8x52' - Ego Productions avec Be-Films et RTBF) qui était la première série audiovisuelle française achetée par la plateforme de vidéo à la demande par abonnement Amazon Prime Video au niveau mondial, a également été acquise par Netflix auprès de Mediawan Rights.

En documentaire, la hausse est également très marquée avec une croissance de 33,9 % des ventes pour un total de 4,0 M€.

B. Analyse des ventes par genre de programmes

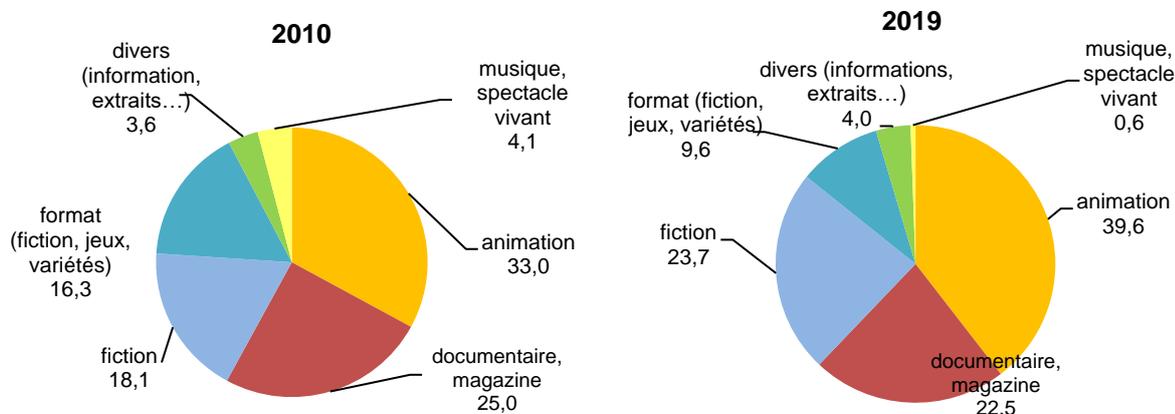
En 2019, les ventes de programmes audiovisuels sont en nette progression en animation et en documentaire, mais en recul en fiction. Avec des ventes en hausse de 12,1 % à 77,4 M€, l'animation française atteint un nouveau record historique à l'export et représente 39,6 % des ventes tous genres confondus (-0,2 point par rapport à 2018). Autre genre en très forte hausse, le documentaire, dont l'exportation progresse de 44,1 % à 44,0 M€, plus haut niveau historique. Le genre représente 22,5 % du total des ventes, soit une hausse de 4,9 points. Le deuxième genre à l'export reste néanmoins la fiction avec 46,4 M€ (-6,0 % par rapport à 2018). Les ventes de format baissent de 3,1 % à 7,8 M€. Les programmes de musique et de spectacle vivant voient leurs ventes baisser de 59,9 % à 1,1 M€. Enfin, la catégorie « informations / divers » connaît une très forte hausse de 265,6 % à 7,8 M€, plus haut niveau depuis 2015.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Animation	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	+12,1
Fiction	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	-6,0
Documentaire, magazine	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	+44,1
Format (fiction, jeux, variétés)	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	-3,1
Divers (information, extraits...)	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	+265,6
Musique, spectacle vivant	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	-59,9
Total	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	+12,8

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

a. Nouveau record pour l'animation

En 2019, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger repartent à la hausse et dépassent le niveau historique atteint en 2016 (75,6 M€) pour s'établir à 77,4 M€, soit une hausse de 12,1 % par rapport à 2018. L'animation représente 39,6 % des ventes totales en 2019 (-0,2 point par rapport à 2018).

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, de plus en plus par les nouveaux acteurs non-linéaires. L'année 2019 confirme la place incontournable des

plateformes de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sur le marché, sans occulter le rôle des chaînes traditionnelles dans la circulation des programmes d'animation.

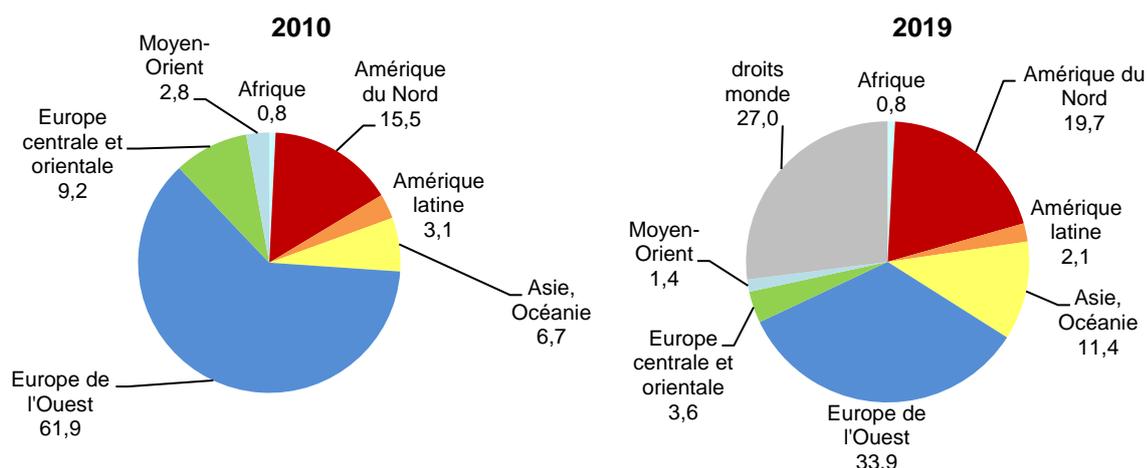
Les diffuseurs linéaires restent ainsi des acheteurs privilégiés, mais les transformations du secteur (en particulier les demandes presque systématiques d'exclusivité totale par les différents acteurs) allongent et complexifient les processus de décision. La qualité de la production française reste néanmoins mondialement reconnue, avec des propriétés intellectuelles fortes et variées disponibles sur un grand nombre de territoires.

De nombreuses séries d'animation française ont ainsi réussi à s'imposer sur le marché mondial comme des références. La série préscolaire *Simon* (52x5' - GO-N Productions) a circulé dans le monde entier grâce aux ventes de la première saison et aux nombreuses préventes internationales sur la deuxième saison. Autre programme préscolaire, la série *Molang* (52x5' – Millimages) a vu son succès se confirmer en 2019 et est désormais présente sur 190 territoires. La série de comédie et d'aventure *Les As de la jungle : A la rescousse* (104x11' – TAT Productions), qui a remporté un « International Emmy Award » en 2014, connaît également un grand succès depuis plusieurs années, ce qui a permis l'engagement en préachat d'une trentaine de territoires sur la troisième saison, incluant les Pays baltes, la Chine, le Mexique, la Nouvelle-Zélande ou encore l'Afrique du Sud et le Canada.

Dans un univers particulièrement concurrentiel marqué par l'abondance de l'offre, les ventes sont dépendantes des cycles de production et d'exploitation, et la prime va toujours aux programmes neufs. Parmi ces programmes neufs qui ont été acquis par une grande diversité d'acheteurs, figure notamment *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios), présent sur les chaînes Disney Junior et disponible sur Disney+, mais également sur Netflix (saison 1) et chez les diffuseurs linéaires dont Tiny Pop au Royaume-Uni, Super RTL en Allemagne, Yoyo en Italie. *Mr. Magoo* (78x7' – Xilam) est également disponible presque partout dans le monde, et notamment en Europe de l'Ouest (Allemagne, Belgique, Italie, Royaume-Uni Espagne), aux Etats-Unis, en Asie sur les chaînes Cartoon Networks, en Amérique latine via le réseau Discovery Kids, mais également en Afrique, au Moyen-Orient sur le réseau Boomerang (Turner Broadcasting System, filiale de WarnerMedia). Par ailleurs, deux coproductions minoritaires connaissent un grand succès dans le monde entier : *Les Pyjamasques* et *Ricky Zoom* (Frogbox).

Enfin, les territoires émergents sont rendus plus facilement accessibles grâce aux services non-linéaires. La série *Will* (52x2' – Cross Rover Productions) a ainsi été acquise par plusieurs plateformes comme PlayKids en Amérique latine, Lattu kids en Inde ou encore iflix, qui couvre de nombreux pays d'Asie.

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



Source : CNC-TV France International.

Après avoir connu une baisse significative en 2018, les exportations de programmes d'animation en Europe de l'Ouest repartent à la hausse en 2019 à 26,2 M€ (+38,0 %), au-dessus de la moyenne de ces cinq dernières années (23,9 M€). L'Europe de l'Ouest représente 33,9 % du total contre 27,5 % en 2018. Depuis 2015, cette part reste en-deçà des 40 %, preuve de la diversification des débouchés et de la moindre dépendance des acheteurs européens.

Avec des achats en forte hausse (+29,9 % à 10,8 M€), l'année 2019 constitue un nouveau record en Allemagne, qui reste de loin le premier acheteur européen d'animation pour les distributeurs français, devant l'Italie dont les achats augmentent également très nettement (+69,1 % à 3,9 M€). En Allemagne, la chaîne publique locale HR a acquis la série d'animation *Non-Non* (52x7' et 2x26' – Autour de Minuit) tandis que NDR a acheté la saison 2 de *Boule & Bill 3D* (52x12' - Dargaud Media) auprès de Mediatoon Distribution. Enfin la série *Ella, Oscar & Hoo* (52x11' – Normaal) a été vendue à une autre chaîne publique régionale, la SWR. En Italie, la nouvelle saison de la série *Kaeloo* (149x7' – Cube Creative Productions) a trouvé preneur auprès de la chaîne payante DeA Kids. La RAI a également acheté la série *MarbleGen* (26x22' – Monello Productions) auprès de Kids First.

Le Royaume-Uni maintient ses achats de programmes d'animation français à 2,2 M€ (2,3 M€ en 2018). *Pirata & Capitano* (52x11' – Millimages) est ainsi diffusée sur Nick Jr. et Milkshake! (Channel 5). Par ailleurs, la série *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios) et la coproduction franco-irlandaise *Sadie Sparks* (52x11' – Cyber Group Studios, Brown Bag Films) ont été acquises par le groupe Sony Pictures Television pour ses chaînes britanniques gratuites Pop et Tiny Pop. Par ailleurs, la chaîne CITV diffuse depuis 2019 la série *Mike, une vie de chien* (78x7' – TeamTO, Digital Dimension).

En Belgique, les ventes progressent de 71,2 % à 1,9 M€, en ligne avec la moyenne de la dernière décennie (2,0 M€). La VRT a notamment acheté la série *Mike, une vie de Chien* (78x7' - TeamTO, Digital Dimension), également acquise par KRO-NCRV aux Pays-Bas.

Enfin, les ventes d'animation française augmentent en Espagne (+32,9 % à 1,6 M€) et en Suisse (+24,6 % à 0,9 M€). La chaîne Neox du groupe Atresmedia a fait l'acquisition de la série *Squish* (52x11' – Cottonwood Media, Planeta Junior).

En Scandinavie, les achats sont stables à 1,1 M€ (-3,3 %) par rapport à 2018. La plupart des acquisitions sont le fait des groupes publics, dont la chaîne finlandaise YLE qui a acquis les droits de la série *Patamuse* (30x3' + 30x1'30 - Reaz-JLA Group).

Les ventes d'animation française en Amérique du Nord sont de nouveau en hausse de 2,8 % à 15,3 M€, plus haut niveau jamais enregistré. La zone représente 19,7 % des ventes totales d'animation (-1,8 point). Pour la quatrième année consécutive en 2019, les Etats-Unis sont les premiers acheteurs de programmes d'animation français devant l'Allemagne. Les ventes enregistrent la huitième hausse consécutive sur ce territoire et atteignent 12,0 M€ (+3,2 % par rapport à 2018). Au Canada, les ventes d'animation française progressent de 5,0 %, pour un montant total de 3,1 M€, meilleur niveau historique, grâce aux ventes aux Québec. Aux Etats-Unis, la plateforme de vidéo à la demande Kidoodle a ainsi acheté les droits de vidéo à la demande gratuite de la saison 1 *Molang* (52x5' – Millimages), tandis que la plateforme canadienne Kidoodle a pris les droits pour les deux premières saisons. Toujours aux Etats-Unis, la saison 1 de *Pirata & Capitano* (52x11' – Millimages) a été vendue au réseau Discovery pour la chaîne Discovery Family Channel. La série de Cyber Group Studios *Zou* (156x11') a également été achetée par Hulu et la plateforme Playkids, pour le territoire américain dans les deux cas. Au Canada, TV5 Québec Unis a ainsi acheté la série *Petit malabar* (26x4' – Tchack) et la série d'animation 3D *Athléticus* (60x2'15 – Cube Creative Productions) a été acquise par Télé Québec.

Les ventes d'animation en Asie / Océanie progressent de 2,4 % en 2019 et atteignent 8,8 M€, deuxième plus haut niveau enregistré après le record de 2016. La zone représente 11,4 % du total des ventes dans le monde (-1,1 point). De nouveau en 2019, l'année a été marquée par la forte croissance des ventes dans la zone « Chine, Hong Kong, Taïwan », qui reste la troisième zone d'export de l'animation française, derrière les Etats-Unis et l'Allemagne. Les ventes y ont augmenté de 27,0 % à 6,3 M€. Malgré les régulations complexes et la nécessité de passer par un intermédiaire local, le besoin en programmes des plateformes de V&D, dominées par les géants locaux Baidu, Alibaba et Tencent fait de la Chine un territoire plus que jamais incontournable pour l'animation française. La chaîne publique dédiée à la jeunesse CCTV14, qui diffusait déjà quotidiennement la série d'animation *Molang* (156x3'30), par ailleurs simultanément disponible sur plusieurs grandes plateformes non-linéaires comme Tencent Video, iQIYI ou Youku (groupe Alibaba), programmera également une autre série du studio Millimages, *Pirata & Capitano* (52x11'). La plateforme Tencent Video a fait l'acquisition en 2019 de la première saison de la série préscolaire *Ollie & Moon* (52x13' – Cottonwood Media, groupe Federation Entertainment), via le distributeur UYoung. Au total, La série est déjà vendue sur 160 territoires. Youku a acheté les deux premières saisons de la série *Garfield* (204x11' - Dargaud Media) auprès de Mediatoon Distribution. La série *Garfield* existe au global dans 27 langues différentes. Autre plateforme, Mango TV du groupe Hunan a signé les deux premières saisons de la série *Paf le chien !* (78x7' et 63x7'... - Superprod, Animoka), dont la première saison est déjà diffusée sur plus de 180 territoires dans le monde, ainsi que la deuxième saison de *Grizzly et les Lemmings* (78x7' - Hari Studios).

En Europe centrale et orientale, les ventes d'animation se maintiennent à 2,8 M€ en 2019 (2,7 M€ en 2018). La zone est à l'origine de 3,6 % des importations d'animation française en 2019, contre 5,9 % sur la dernière décennie. En Russie, les achats diminuent de 7,4 % à 0,7 M€ comme en Pologne (-13,8 % à 0,6 M€). TV Puls et Canal+ Pologne ont néanmoins acheté la série *Denver, le dernier dinosaure* (52x13' – Method Animation, Zagtoon) auprès de PGS

Entertainment, tout comme MTVA en Hongrie, Lattelecom en Lettonie et la chaîne payante Minimax pour l'Europe de l'Est.

Après deux années de hausse, les ventes d'animation en Amérique latine se contractent de 43,7 % à 1,6 M€, contre une moyenne de 2,0 M€ sur ces cinq dernières années. Globosat a acheté *Denver, le dernier dinosaure* (52x13' – Method Animation, Zagtoon) tandis que Canal Once, la chaîne mexicaine, a fait l'acquisition de *Petit malabar* (26x4' – Tchack) et *Non-Non* (52x7' et 2x26' – Autour de Minuit).

Au Moyen-Orient, les ventes de programmes d'animation français reculent de 20,1 % à 1,1 M€ en 2019. Le réseau Discovery Moyen-Orient a fait l'acquisition pour le Moyen-Orient et l'Afrique du Nord en 2019 de la série *Petit malabar* (26x4' – Tchack). La série de Xilam *Moka* (78x7') a été acquise par les réseaux Etilasat et MBC dans la région, tandis que le réseau Al Jazeera a acheté la série vendue par Newen Distribution *Grabouillon* (260x7' - Blue Spirit Productions). la série animée *La petite école d'Hélène* (52x11' – Superprod / Muse) a été vendue à beIN Neo au Moyen-Orient, le groupe beIN ayant également fait l'acquisition de la série *Belle & Sébastien* (52 x 11'), produite et distribuée par Gaumont Television.

Enfin, l'année 2019 est marquée par une nouvelle augmentation des ventes de droits monde, qui représentent 27,0 % des exportations totales d'animation (27,6 % en 2018). Les ventes monde d'animation atteignent 20,9 M€, soit une hausse de 9,5 % par rapport à 2018.

Les plateformes gratuites de vidéo à la demande, financées par la publicité, représentent une source de revenus complémentaire pour les distributeurs de programmes français, d'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. A titre d'exemple, GO-N a récemment franchi 1,5 milliard de vues pour quatre millions d'abonnés sur les chaînes officielles YouTube de la série d'animation *Simon*.

b. Recul des ventes de fiction

En 2019, les ventes internationales de fiction française baissent pour la deuxième année consécutive et s'établissent à 46,4 M€ (-6,0 % par rapport à 2018). Le genre représente 23,7 % des ventes de programmes audiovisuels français (-4,8 points par rapport à 2018), soit le niveau le plus bas depuis 2013. Sur la dernière décennie, le poids de la fiction dans les exportations françaises s'établit à 24,2 %. La baisse des ventes de fiction concerne toutes les zones géographiques, à l'exception de l'Afrique. Malgré des ventes en baisse de 25,0 %, l'Europe de l'Ouest demeure de loin le premier marché à l'export pour la fiction française, mais avec une part de marché en net repli de 12,8 points à 50,6 % des ventes en 2019. L'année est également marquée par la hausse de 175,6 % des ventes de droits monde de fiction française.

Les fictions françaises font face à un univers international toujours plus concurrentiel, malgré la forte demande de contenus des nouveaux acteurs et des diffuseurs linéaires. Comme en 2018, un nombre limité de nouvelles séries françaises a été susceptible d'alimenter le marché international. Par ailleurs, les plateformes mondiales privilégient toujours plus la production originale par rapport à l'acquisition de programmes.

Certaines fictions françaises circulent néanmoins sur de très nombreux territoires dans le monde, en premier lieu en Europe de l'Ouest et sur les plateformes internationales.

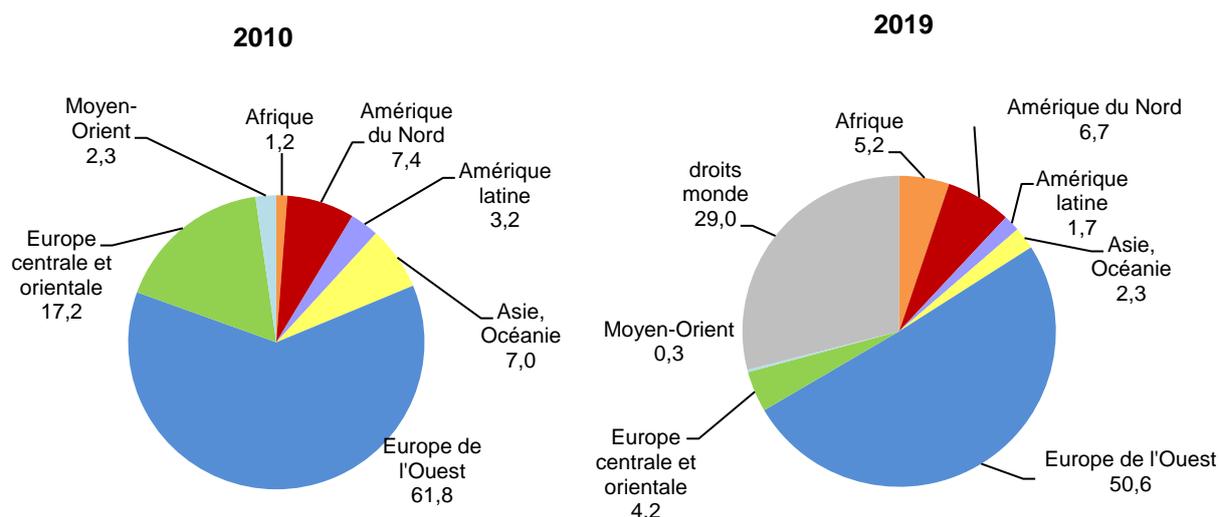
Plusieurs séries feuilletonnantes de fiction dans des genres différents illustrent la capacité des programmes français à circuler et continuent de soulever l'intérêt des acheteurs qui renouvellent leurs acquisitions saison après saison. *Le Bureau des légendes* (50x52' – The Oligarchs Productions, Federation Entertainment) dont la saison 5 a intéressé de très nombreux diffuseurs à travers le monde, est désormais disponible dans un total de 112 territoires, avec des discussions sur des projets d'adaptation dans plusieurs pays. *Le Bureau des légendes* a par ailleurs été reconnu comme la troisième meilleure série internationale de la décennie par le *New York Times*.

Autre série dont les nouvelles saisons sont acquises par les mêmes acquéreurs, *Baron noir* (24x52' - Kwaiï) a été vendu dans plusieurs dizaines de pays pour la saison 1, et son succès se confirme avec les saisons 2 et 3.

Egalement en 2019, la série *Philharmonia* (6x52' - Merlin productions) a été vendue par Lagardère Studios Distribution sur une trentaine de territoires, dont récemment plusieurs pays d'Europe centrale et orientale (Fox), la République tchèque (Ceska TV) ou encore le Portugal (RTP), en plus de la plateforme Topic aux Etats-Unis, nouveau service du groupe First Group Media, qui a également fait l'acquisition de la série *Vernon Subutex* (9x45' – Tetra Media Fictions, Je Films).

Dans un autre genre, les deux premières saisons de la série de fiction jeunesse *Léna, Rêve d'étoile* (52 x 26' – Cottonwood Media, ZDF Enterprises), première série codéveloppée et coproduite par l'Opéra National de Paris, ont été achetées en 2019 aussi bien par la RAI en Italie que par CBC au Canada, HBO au Portugal, ou encore les plateformes Hot TV en Israël, Showmax en Afrique du Sud et Hulu pour les Etats-Unis (saison 2, après avoir diffusé la première). Les trois premières saisons de la série ont également été acquises par Disney Channel Latin America. Au total, la série a été vendue dans 130 pays.

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



Source : CNC-TV France International.

En 2019, pour la deuxième année consécutive, les ventes de fiction française à destination d'Europe de l'Ouest sont en recul de 25,0 % à 23,5 M€. C'est la première année depuis 2014

que ce montant repasse sous la barre des 30 M€. Ce recul est dû à la chute des achats de fiction française en provenance de trois grands marchés : l'Espagne, l'Allemagne et le Royaume-Uni.

La zone germanophone (Allemagne + Autriche), qui a longtemps été jusqu'en 2018 le premier acheteur de fictions françaises, a réduit très fortement ses achats pour la deuxième année consécutive. Alors qu'elles avaient atteint 10,0 M€ en 2017, les ventes à destination de la zone germanophone s'établissent à 2,8 M€ en 2019 (-51,9 % par rapport à 2018). La série *Noces rouges* (6x52' – Scarlett production) y a été acquise par la chaîne gratuite RTL Television, tandis que la plateforme Filmin, déclinaison locale de la plateforme espagnole, a fait l'acquisition auprès de Film & Picture des deux mini-séries *Trois fois Manon* et *Manon 20 ans* (chacune 3x52' - Image & Compagnie). Enfin la série *Caïn* (62x52' – DEMD Productions) qui compte désormais huit saisons a été achetée auprès de Lagardère Studios Distribution par la chaîne gratuite Super RTL et la série *Candice Renoir* (68x52' - Boxeur de lune, Boxeur 7) a été vendue au groupe ProSieben pour les droits de télévision payante, après la première fenêtre d'exposition sur ZDF Neo.

L'année 2018 avait été marquée par un niveau très élevé de ventes en Europe du Sud. En 2019, l'Espagne diminue ses achats de programmes de fiction français, qui passent de 6,4 M€ à 3,7 M€, soit une diminution de 41,8 %. En Italie en revanche, les ventes sont stables à 5,6 M€ (-0,9 %). L'Italie devient ainsi le premier acheteur mondial de fiction française en 2019 (troisième en 2018). Les séries procédurales rencontrent toujours un succès important dans la région et qui se confirme au fil des années, comme en atteste la nouvelle vente de *Candice Renoir* en Italie, à la chaîne publique RAI 2, où elle sera la première série française diffusée sur la chaîne. Newen Distribution a également vendu la série policière *Cassandra* (16x90' – Barjac Production) à 13^{ème} Rue Espagne (groupe NBCUniversal) et à Paramount Network Espagne, sachant que la quatrième saison a été acquise par Paramount Network également pour l'Italie. La chaîne italienne Giallo, du groupe Discovery, a fait l'acquisition de la série des *Crimes en...* (7x90') auprès de Film&Picture.

Les ventes de fiction en Belgique sont également stables en 2019 à 5,2 M€ (-1,5 %). La Belgique est le deuxième marché pour la fiction française derrière l'Italie en 2019 (quatrième en 2018).

Après trois années à des niveaux élevés (plus de 4 M€), la fiction française retombe à son plus bas niveau depuis 2012 au Royaume-Uni et en Irlande. Les achats de programmes français représentent 0,9 M€, soit une baisse de 81,4 % par rapport à 2018. Ces deux territoires sont traditionnellement complexes à pénétrer pour la fiction en langue non anglaise.

En Scandinavie, autre territoire peu ouvert aux productions françaises, les ventes de fiction diminuent de 84,3 % à 0,2 M€, plus bas niveau depuis 2013. Plusieurs titres du catalogue de StudioCanal ont néanmoins été acquis par la plateforme de vidéo à la demande par abonnement Viaplay, propriété du groupe scandinave Nordic Entertainment Group, dont *Paris etc.* (12x30' - Les Films du Kiosque) et *Hippocrate* (8x52' – 31 Juin Production).

Les ventes de fiction française en Amérique du Nord reculent de 43,5 % à 3,1 M€ et passent sous la barre des 5 M€ pour la première fois depuis 2015. L'Amérique du Nord représente 6,7 % des ventes totales, contre 11,2 % en 2018. La baisse concerne dans des proportions similaires les Etats-Unis et le Canada. Aux Etats-Unis, elle atteint -30,2 % pour un total qui s'établit à 1,8 M€ (plus faible niveau depuis 2013). Au Canada, les ventes diminuent de 31,2 % à 0,9 M€,

contre 1,3 M€ en moyenne ces cinq dernières années. La plateforme de vidéo à la demande par abonnement Topic, nouveau service du groupe First Group Media a fait l'acquisition de la série *Vernon Subutex* (9x45' – Tetra Media Fictions, Je Films) et de *Philharmonia* (6x52' - Merlin productions). Par ailleurs, aux Etats-Unis, le réseau public MHz Networks (spécialisé dans les programmes internationaux) a fait l'acquisition de plusieurs programmes de catalogue vendus par Film&Picture, dont plusieurs épisodes de la collection des *Meurtres à...*, ainsi que la collection *Suite Noire* (8x60' – Agora Films).

Les ventes de fiction française en Europe centrale et orientale reculent de nouveau de 38,5 % en 2019. Elles atteignent 2,0 M€ (3,7 M€ en moyenne sur les dix dernières années) et représentent 4,2 % des ventes de programmes français de fiction dans le monde (-2,2 points par rapport à 2018). Plusieurs séries ont trouvé preneurs dans la région en 2019, dont la série *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie* (27x90' - Escazal Films) acquise par Fox Balkans, FTV Prima en République tchèque et HRT en Croatie, et la série *Chérif* (60x52' – Making Prod), achetée par Fox Bulgaria. En Russie, les ventes s'établissent à un niveau très faible en 2019 : 0,3 M€, en baisse de 48,1 % par rapport à 2018. Le groupe Viacom a néanmoins fait l'acquisition des séries *Maman a tort* (6x52' - France.tv studio) et *Dix pour cent* (12x52' – Mon Voisin Productions, Mother Production) pour la chaîne locale russe Spike.

Pour la deuxième année consécutive, les ventes de fiction française en Asie / Océanie sont en forte baisse de 40,3 % en 2019 à 1,1 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 ces dernières années 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 et qui avait acquis les droits de la série *Missions* (20x26' – Empreinte Digitale) en 2017. Au Japon, la série d'enquêtes *L'Art du crime* (6x52' – Gaumont) a été vendue à une filiale de la NHK en 2019.

Comme en 2018, les ventes de fiction en Afrique progressent de manière significative de 46,8 % et atteignent le niveau record sur la zone de 2,4 M€. Le marché africain est pourtant un marché difficilement pénétrable pour les fictions françaises, compte tenu de la primauté donnée aux productions locales ou anglo-saxonnes et de la reprise des chaînes françaises sur le continent africain. Un total de 14 titres de fiction, unitaires et séries sont ainsi diffusés sur les chaînes Passions et Savannah suite à une association entre le distributeur Alshana en Côte d'Ivoire et Film&Picture.

En Amérique latine, les ventes de fiction passent de 0,9 M€ en 2018 à 0,8 M€ en 2019 (-8,2 %), mais restent dans la moyenne de ces dix dernières années.

Les ventes de droits monde connaissent une très forte croissance et passent de 4,9 M€ en 2018 à 13,4 M€ en 2019, soit une hausse de 175,3 %. Elles représentent 29,0 % du total des ventes de fiction française à l'étranger en 2019, contre 9,9 % en 2018 et 5,6 % il y a quatre ans. Si les grandes plateformes mondiales tendent à s'orienter vers la production de contenus locaux, elles continuent d'acquérir des titres de fiction français faisant l'objet d'accord multi-territoires ou monde. Les séries *Noces rouges* (6x52' – Scarlett production) et *Maman a tort* (6x52' - France.tv studio) ont notamment été vendues par France TV Distribution à la plateforme Walter Presents dans le cadre d'un accord multi-territoires. La série *Mytho* (6x52' – Unité de Production) a été

achetée par Netflix Monde (hors France et Allemagne). Autre acquisition par Netflix monde, la série *Ad Vitam* (6x52' – Kelija), vendu par Lagardère Studios Distribution.

c. Nette hausse des exportations de documentaire

Les ventes de documentaire français à l'international progressent fortement de 44,1 % à 44,0 M€ en 2019, plus haut niveau historique. Le genre capte 22,5 % des recettes (+4,9 points par rapport à 2018), au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (21,2 %).

La diversité et la qualité des productions françaises dans le genre documentaire sont reconnues à l'international et sont notamment liées à l'existence de nombreuses cases chez les diffuseurs français. Les genres abordés par le documentaire français sont divers avec des succès en histoire, en science, en nature / exploration et dans le domaine de l'investigation et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique).

Certains producteurs français de documentaire parviennent à créer des marques fortes susceptibles de circuler dans le monde entier et dont les nouvelles saisons sont très attendues, comme en attestent les résultats de programmes comme *La Guerre des trônes* (14 x 45' - Pernel Media), distribuée par France TV Distribution, qui a trouvé preneur dans 80 territoires, ou encore la collection *Apocalypse* dont chaque nouveau chapitre circule très largement. Au total, *Apocalypse - La Paix impossible* (90' ou 2x45' - Clarke Costelle et Cie, Idéacom International) a été vendue dans plus de 30 pays. La collection *Les Mensonges de l'Histoire* (15x52' – CPB Films, Cie des Phares & Balises) est également un succès à l'international depuis 5 ans.

Les documentaires d'investigation et de géopolitique font également partie des forces de la production française. *Crimes de Guerre au Yémen* (52' – Capa), distribué par Newen Distribution a ainsi été acquis en Allemagne (ZDF Info), au Danemark (DR), en Finlande (YLE), en Belgique (RTBF) ou encore au Moyen-Orient sur Al Jazeera.

Le genre scientifique voyage bien et intéresse de nombreux diffuseurs linéaires, avec plusieurs programmes notables en 2019 dont la série *Human+* (5x52' – Bonne Pioche, Idéacom International) distribué par Terranoa ou *Science vs Terrorisme* (4x52' – Bonne Pioche) distribué par Lucky You. Enfin, les documentaires de découverte et de voyage restent prisés à l'international, comme en atteste le succès de programmes tels que les séries *Supernature* (5x52' – TV Only) ou encore *Le Japon vu du Ciel* (5x52' - Gedeon Programmes, NHK),

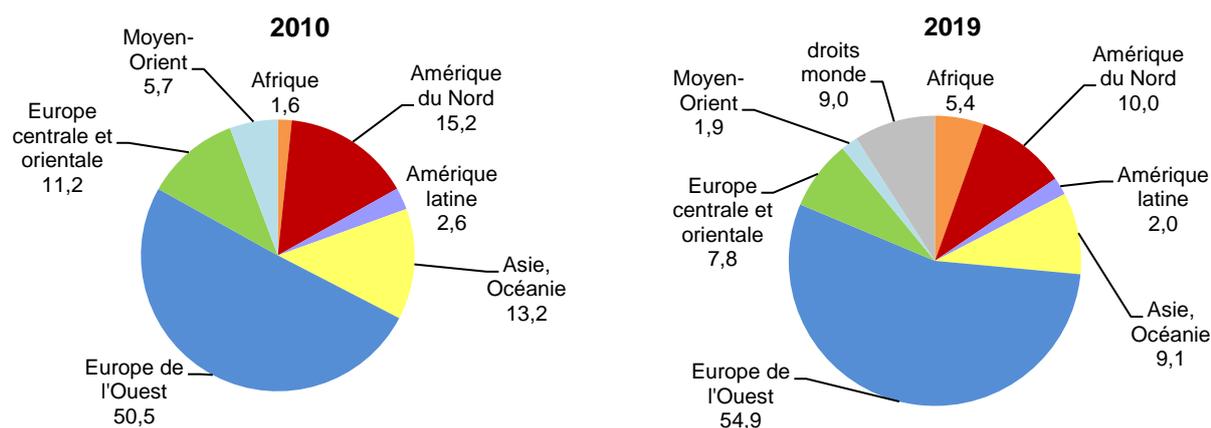
De manière générale néanmoins, la production française de documentaire reste tributaire des commandes des chaînes françaises, avec des sujets très centrés sur la France, ce qui constitue un obstacle à une large circulation internationale. Le trop faible volume de séries documentaires produites, au bénéfice 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. Les documentaires français n'atteignent ainsi pas toujours les exigences internationales en matière de rythme par exemple, la narration (le *storytelling*) de style anglo-saxon restant un standard sur certains marchés, davantage habitués aux productions britanniques ou américaines.

Comme dans les autres genres audiovisuels, les préventes jouent un rôle clé dans le documentaire, en particulier sur les documentaires à caractère événementiel comme la coproduction internationale *Pompéi renaît de ses cendres* (90' –Gedeon Programmes, France

5, Curiosity, NHK, Planète), prévendue en Allemagne, en Suède, en République tchèque, mais aussi en Australie et au Japon. Le documentaire *Notre-Dame de Paris, le défi des Bâisseurs* (2x52' - Program33) a été préacheté par une quinzaine de chaînes à travers le monde et par la plateforme Tencent en Chine.

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.

Avec des achats en hausse de 47,4 % à 24,2 M€, l'Europe de l'Ouest renforce sa place de premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux. Sa part de marché atteint 54,9 % (+1,2 point), au-dessus des 50 % pour la deuxième année consécutive.

Comme en 2018, la Belgique est le premier marché pour le documentaire français, devant l'Allemagne. Ses achats augmentent fortement de 66,5 % à 8,3 M€, soit plus du tiers des achats en provenance d'Europe de l'Ouest. En 2019, le documentaire est le premier genre vendu dans le pays.

Les ventes à destination de la zone germanophone (Allemagne + Autriche) progressent de 16,8 % à 4,1 M€. La série *Indices* (50x52' - Phare Ouest Productions), distribuée par Balanga, a été acquise pour sa saison 5 par la ZDF. De manière générale, les programmes d'investigation français, particulièrement plébiscités par les téléspectateurs français, rencontrent un succès particulier à l'international.

Autre territoire privilégié pour le documentaire français, la Suisse double ses acquisitions à 2,5 M€ (+117,4 %), tout comme la zone anglophone (Royaume-Uni et Irlande), dont les achats passent de 1,1 M€ à 2,1 M€, malgré une production locale importante et reconnue. Parmi les autres territoires, l'Espagne est une destination où les ventes progressent de 20,7 % à 1,4 M€. Principal marché en recul, l'Italie diminue ses achats de 11,4 % à 2,2 M€. En Italie, la série *Taste Hunters : les explorateurs du goût* (25x52' – TV Only) a été vendue par Only Distrib à la chaîne privée La Effe.

Deuxième zone pour le documentaire français, l'Amérique du Nord enregistre une nette hausse de 60,5 % à 4,4 M€ en 2019, soit une part de marché de 10,0 % (+1,0 point). En particulier, les Etats-Unis ont augmenté leurs achats de 29,0 % pour un total qui s'élève à 2,2 M€, un niveau qui reste inférieur à la moyenne de ces dix dernières années (2,7 M€). Au Canada, les ventes

passent de 0,9 M€ à 1,2 M€ en 2019 (+25,0 % par rapport à 2018). Le thriller documentaire *Rhino Dollars* (90' ou 52' - TV Presse Productions, Yellow Fox Prod) a été acquis par le service de streaming documentaire nord-américain MagellanTV auprès d'Arte Distribution.

En Asie / Océanie, les ventes de documentaires français repartent à la hausse à 4,0 M€ en 2019 (+12,3 % par rapport à 2018). L'Asie / Océanie représente 9,1 % des ventes mondiales de documentaires français, derrière l'Amérique du Nord en 2019 (-2,6 points). Dans la région constituée par la Chine, Hong Kong et Taïwan, les ventes de documentaires français progressent de 24,0 % à 1,8 M€. Le documentaire est le deuxième genre le plus exporté dans la zone, après l'animation, avec une part de marché de 21,1 %. Au Japon, les ventes progressent de 51,7 % à 1,0 M€, plus haut niveau de la décennie. Le documentaire représente 54,0 % des ventes réalisées sur le territoire. La NHK, partenaire privilégié sur le documentaire, a notamment acquis l'unitaire d'histoire ancienne *Toutankhamon, le trésor redécouvert* (52' ou 90' - Iliade Productions), par ailleurs acheté par la chaîne publique SBS en Australie. La série documentaire *Supernature* (5x52' – TV Only) a également été acquise par la chaîne publique NHK au Japon.

Après quatre années de baisse, les achats de documentaires en Europe centrale et orientale repartent à la hausse en 2019 et atteignent 3,4 M€, plus haut niveau depuis 2015 (+39,3 % par rapport à 2018). La part de marché de la zone pour le documentaire français s'établit à 7,8 % (-0,3 point). Les achats russes augmentent de 54,2 % à 0,5 M€. Néanmoins, la Pologne, l'un des principaux marchés de la zone, diminue ses achats de 9,1 % à 0,8 M€.

En Afrique, les acquisitions de documentaires doublent pour atteindre 2,4 M€ en 2019, soit une hausse de 107,9 % par rapport à 2018.

Au Moyen-Orient, les ventes de documentaires français passent de 0,9 M€ en 2018 à 0,8 M€ en 2019, soit un recul de 10,0 %, plus faible niveau de la décennie. Au-delà des programmes d'investigation internationale ou de *current affairs* qui font régulièrement l'objet d'acquisitions par des réseaux régionaux, la série documentaire *Volcans du monde* (4x52' – Les Bons Clients) a été achetée par MBC Al-Arabiya.

L'Amérique latine augmente nettement ses achats de 137,8 % en 2019 à 0,9 M€. Si le marché latino-américain demeure assez marginal pour le documentaire français (2,0 % du total des ventes), certains documentaires ayant beaucoup circulé dans le monde y trouvent également preneur, comme les documentaires *Starbucks sans filtre* (52' - Premières Lignes Télévision) et *Les Guerres de Coco Chanel* (52' – Slow Production), tous deux vendus par Arte Distribution à Globosat au Brésil. Le réseau National Geographic a fait l'acquisition du documentaire *Supernature* (5x52' – TV Only) pour la zone Amérique Latine.

Les ventes de droits monde progressent de 33,9 % à 4,0 M€ en 2019, soit une part de marché de 9,0 % du total des ventes (-0,7 point).

d. Baisse des ventes de formats et du spectacle vivant

Pour la deuxième année consécutive, les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en recul de 3,1 % à 18,9 M€ en 2019. Le format représente 9,6 % du total des ventes, contre 11,2 % en 2018.

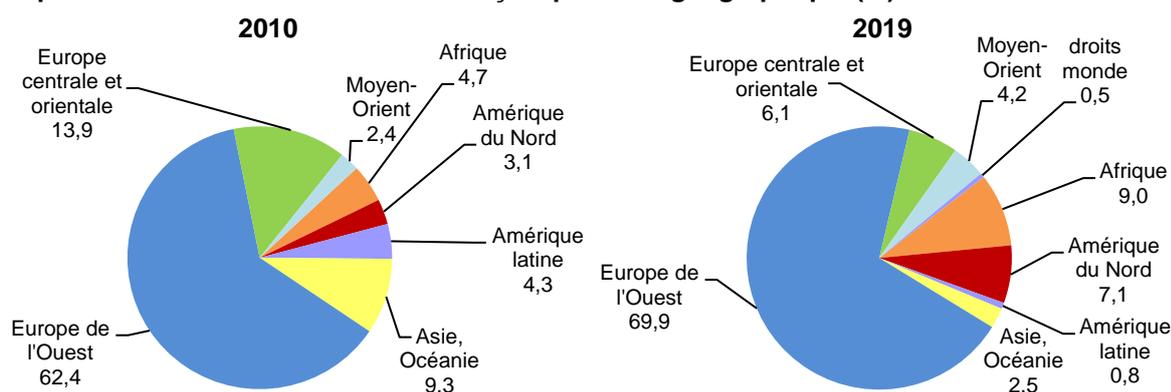
La vente de formats permet d'offrir une version locale d'un programme ayant fait ses preuves sur son territoire domestique. C'est notamment le cas des programmes de divertissement sur des concepts forts, comme *Fort Boyard*, qui a connu des adaptations dans plus de 30 pays. C'est également le cas du concept de *Au Tableau !!!* (7x90' – Au Tableau Productions, 416 Prod), élu *Prix export format 2019*, qui a été vendu en Pologne en 2019 par le biais de Vivendi Entertainment pour une adaptation sur les chaînes privées gratuites TV4 et TV6, après avoir été adapté auparavant en Nouvelle-Zélande, en Italie, au Liban, aux Pays-Bas et une quinzaine d'autres options signées. Dans le domaine des émissions de variété, le format *La Chanson secrète* (3x120' – DMLSTV), présenté également par Vivendi Entertainment a retenu l'attention à l'international, avec des options posées par le groupe Endemol Shine pour des adaptations en Italie, en Espagne et en Allemagne.

Le format français de l'émission *Guess My Age* a été développé dans une version espagnole par la chaîne Cuatro, et est en phase de développement dans plusieurs pays dont le Mexique, le Portugal et la Pologne. De nouveaux continents ont pu être atteints en 2019, dont l'Amérique latine et l'Asie, au-delà des bonnes performances réalisées en Europe.

En matière de fiction, de nombreuses options ont également été posées dans le monde sur la série *Dix pour cent*, dont la saison deux (6x52' – Mon Voisin Productions, Mother Production) a été diffusée dans plus de 150 pays, notamment grâce à la vente à Netflix. Parmi les projets en développement, figure une version anglaise, une version chinoise et plusieurs adaptations dans d'autres pays d'Asie, en plus de la première version, québécoise, déjà diffusée sur TVA. Dans la catégorie des programmes courts, le format *Nos chers voisins* (2012-2017, 4 990x1'), vendu par Lagardère Studios Distribution, a été renouvelé pour une quatrième année en Serbie. Il a déjà été vendu dans de nombreux pays dont la Croatie, la Finlande, la Slovénie, l'Italie ou le Canada.

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 sont en léger recul de 2,8 % à 13,2 M€ en 2019. La zone représente 69,9 % des ventes mondiales de formats français. En 2019, c'est la zone anglophone couverte par le Royaume-Uni et l'Irlande qui devient le premier acheteur de formats français dans le monde, malgré une baisse des achats de 7,1 % à 3,4 M€. Les achats de formats y représentent 37,6 % du total, une part en hausse de 8,1 points. Le format de *Des chiffres et des lettres* y a été adapté cette année encore par Channel 4. La

Belgique passe de la première à la deuxième place avec des achats qui reculent de 22,7 % à 3,0 M€ en 2019.

Les ventes de format en Amérique du Nord reculent de 35,7 % à 1,3 M€. Ces ventes se concentraient traditionnellement sur le Canada, mais en 2019, les Etats-Unis deviennent le premier acheteur en Amérique du nord avec des achats en hausse de 47,5 % à 0,8 M€. Les ventes au Canada passent de 1,4 M€ à 0,5 M€.

Partenaire privilégié de la France sur le format, l'Europe centrale et orientale augmente ses achats de 54,2 % à 1,1 M€.

Les ventes de formats français au Moyen-Orient reculent de 48,5 % à 0,8 M€. Le Moyen-Orient constitue souvent une zone importante d'exportation pour les formats français mais ne représente que 4,2 % du total en 2019, contre 7,4 % en moyenne sur les dix dernières années.

Les achats de l'Asie / Océanie augmentent de 14,0 % à 0,5 M€.

Les ventes de la catégorie « divers », qui comprennent notamment les programmes d'information et les extraits, progressent très fortement et passent de 2,1 M€ en 2018 à 7,8 M€ en 2019, soit le plus haut niveau depuis 2015, record de ces dix dernières années avec 8,1 M€.

En 2019, les exportations de programmes musicaux et de spectacle vivant reculent de 59,9 % à 1,1 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 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 spécifiquement de l'exploitation des programmes français sur les nouveaux médias à l'étranger représentent 21,6 % des recettes d'exportation en 2019 (9,7 % en 2018), sachant qu'une partie de ces revenus sont la plupart du temps intégrés dans des ventes « tous droits », incluant donc les droits télévisuels et de vidéo à la demande.

Les plateformes de vidéo à la demande sont des acteurs incontournables pour l'exportation des programmes français, notamment pour l'animation. 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, iflix en Asie ou Showmax en Afrique du Sud. Des plateformes nationales et régionales sont créées sur certains marchés majeurs par nature plus fermés, comme en Chine, en Russie ou en Inde. Ces pays mettent en place un cadre juridique restreignant la concurrence des opérateurs mondiaux américains.

Deux acteurs majeurs ont aujourd'hui une stratégie mondiale (Amazon et Netflix), mais l'arrivée récente de nouveaux groupes internationaux comme Disney+, Apple TV+ ou encore HBO Max devrait faire évoluer le paysage global.

Ces plateformes 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 pour Netflix en 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.

Par ailleurs, de plus en plus de distributeurs expérimentent les nouveaux modèles économiques proposés par certaines plateformes. Néanmoins beaucoup de plateformes de vidéo à la demande ont changé de modèle économique en ne proposant plus de minima garantis ou de frais fixe et en offrant uniquement le partage des recettes.

La vidéo à la demande gratuite avec publicité (ou AVoD, « Advertising Video on Demand ») peut représenter une source de revenus non négligeable pour les distributeurs. Néanmoins les recettes croissantes que laissaient entrevoir ces plateformes, YouTube en particulier, ont fortement reculé récemment. La baisse des revenus générés sur YouTube fait suite aux changements des règles de monétisation, notamment pour les contenus jeunesse, impactant donc particulièrement les distributeurs de programmes d'animation.

Enfin, en baisse régulière depuis 10 ans, la part des recettes issues du marché de la vidéo physique reste stable mais à un niveau très faible, passant de 1,1 % des recettes tous droits confondus en 2018 à 1,3 % en 2019.

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, ainsi que des remontées de recettes significatives pour la filière (droits d'auteurs, remontées producteurs, etc.).

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 2019



129,7 M€ de financements étrangers (préventes + coproductions)



52,0 M€ de préventes (+7,6 %)
77,7 M€ de coproductions (+43,9 %)



Part des heures de programmes audiovisuels français financée par des capitaux étrangers (+2,5 points)

Les principaux partenaires de la France en préventes et coproductions en 2019



Allemagne
20,1 M€



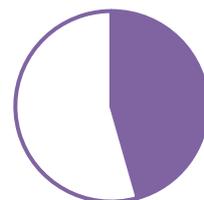
Belgique
26,6 M€



Royaume-Uni
12,5 M€



Ces trois pays concentrent 45,6 % du volume total de préfinancements étrangers.

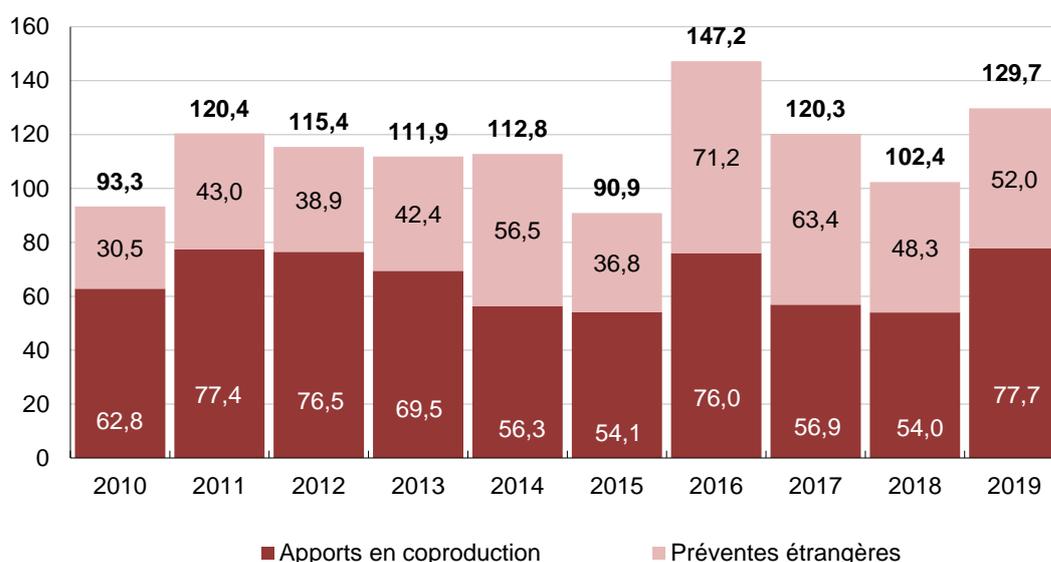


Top 3

Après deux années de baisse, les financements étrangers dans la production audiovisuelle française (apports en coproduction et préventes confondus) progressent de 26,8 % en 2019 et atteignent 129,7 M€, soit le plus haut niveau depuis 2016. Cette augmentation est surtout liée à la hausse de 43,9 % des apports en coproduction qui atteignent 77,7 M€. Les préventes progressent également de 7,6 % à 52,0 M€.

Avec 83,9 M€ de financements (+4,8 %, soit le deuxième 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 des financements en très forte hausse de 152,0 % à 22,0 M€ de financements en 2019. Les financements en provenance d'Asie / Océanie sont de nouveau en baisse en 2019 et se fixent à 2,7 M€ (-36,6 %).

Investissements étrangers en préventes et coproductions (M€)



Source : CNC.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Europe de l'Ouest	52,9	63,1	63,4	76,4	49,8	57,5	94,0	82,7	80,0	83,9	4,8
Amérique du Nord	21,7	38,3	25,2	15,9	44,1	26	27,2	16,4	8,7	22,0	152
Asie / Océanie	9,6	7,7	12,4	9,6	6,8	2,1	13,5	7,8	4,3	2,7	-36,6
Afrique	1,3	0,6	1,9	0,9	1,9	0,4	1,0	0,2	0,3	2,1	661,5
Europe centrale et orientale	1,3	4,9	1,7	2,1	4,2	1,4	1,4	2,8	2,1	1,4	-33
Moyen-Orient	0,4	0,5	0,4	1,3	0,6	0,6	0,6	0,2	0,8	1,4	87,3
Amérique latine	1,0	0,4	3,9	0,6	0,4	0,5	1,8	2,5	1,9	1,3	-31,1
Autres ¹	5,2	4,9	6,5	5,1	5	2,4	7,8	7,6	4,3	14,9	249,7
Total	93,3	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	+26,8

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 2019, les préfinancements étrangers progressent dans les trois principaux genres. L'animation reste le genre bénéficiant le plus de ces préfinancements avec 62,3 M€ de préachats étrangers et d'apports en coproduction, en nette hausse de 44,8 % par rapport à 2018 et le plus haut niveau depuis 2004. Les apports étrangers en fiction progressent également de 28,8 % à 37,6 M€. A un niveau de 25,4 M€ en 2019. Les apports étrangers en documentaires augmentent de 16,1 % à 25,4 M€ en 2019.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Animation	42,6	60,8	42,0	52,1	45,6	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	+44,8
Fiction	21,5	36,7	47,0	27,1	45,3	19,6	51,2	28,8	29,2	37,6	+28,8
Documentaire	22,7	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4	30,6	22,3	21,9	25,4	+16,1
Spectacle vivant	6,3	6,0	6,7	6,6	6,7	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4	-46,1
Magazine	0,4	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	-41,5
Total	93,3	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	+26,8

Source : CNC.

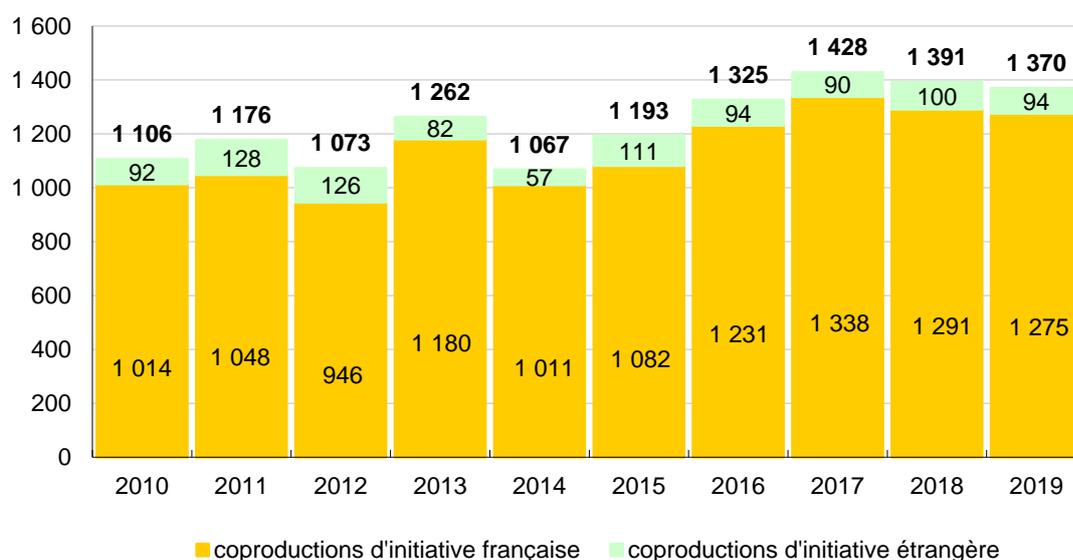
A. Stabilité du volume financé par des apports étrangers

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est quasi stable en 2019 à 1 370 heures contre 1 391 heures en 2018 (-1,5 %).

Le volume horaire des coproductions majoritaires françaises dans le volume total de programmes coproduits avec l'étranger passe de 1 291 heures en 2018 à 1 275 heures en 2019, soit une baisse de 1,2 %. Ces programmes d'initiative française bénéficient de 88,5 M€ de financements étrangers, contre 76,1 M€ en 2018 (+16,2 %).

Le volume des coproductions minoritaires recule à 94 heures en 2019 (-5,7 %). Parallèlement, les financements étrangers dans les coproductions minoritaires augmentent de 57,6 % à 41,2 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 augmente en 2019 à 34,3 % (31,9 % en 2018), oscillant entre 85,5 % du volume horaire des programmes d'animation coproduits avec l'étranger et 18,8 % du volume horaire de spectacle vivant.

Sur les dix dernières années, la part du volume horaire produits avec au moins un partenaire étranger progresse pour tous les genres. Toutefois, l'augmentation est plus sensible pour la fiction (+11,6 points) et l'animation (+13,8 points).

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fiction	42,0	43,9	43,6	37,9	39,0	44,8	44,2	48,7	49,6	53,6
Documentaire	19,7	17,0	13,3	17,3	15,9	16,4	17,3	22,3	21,7	21,9
Animation	71,7	76,6	75,6	86,4	73,1	80,7	91,0	80,6	82,5	85,5
Spectacle vivant	16,0	17,8	17,8	18,7	17,9	20,7	19,6	20,6	20,6	18,8
Total	27,4	26,6	22,9	25,3	23,3	26,0	29,5	31,6	31,9	34,3

Source : CNC.

Les pays qui préfinancent (en préachats et en apports en coproduction) le plus d'heures de programmes d'animation français sont l'Allemagne (86 heures), le Canada (73 heures) et la Belgique (67 heures). Au total, le préfinancement de programmes d'animation français implique 17 pays différents.

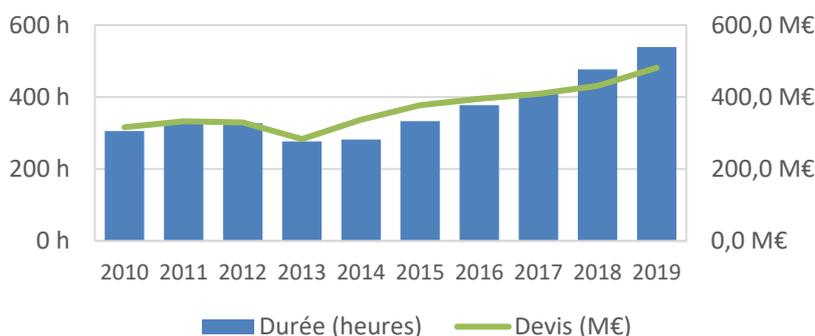
En fiction, les trois premiers partenaires sont la Belgique (486 heures), la Suisse (415 heures) et l'Allemagne (25 heures). Le préfinancement de programmes de fiction français implique 18 pays différents.

En documentaire, les trois premiers partenaires sont la Belgique (179 heures), la Suisse (150 heures) et le Canada (80 heures). Le préfinancement de programmes de documentaires français implique 60 pays différents.

a. Augmentation des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises

En 2019, 539 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 20,9 M€ d'apports étrangers dont 11,7 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes. En 2018, 477 heures de fiction d'initiative française ont été produites avec un apport étranger de 16,1 M€ (10,5 M€ d'apports en coproduction et 5,6 M€ de préventes). Sur la période, la hausse du volume horaire des coproductions majoritaires françaises s'est accompagnée d'une progression des devis de ces programmes.

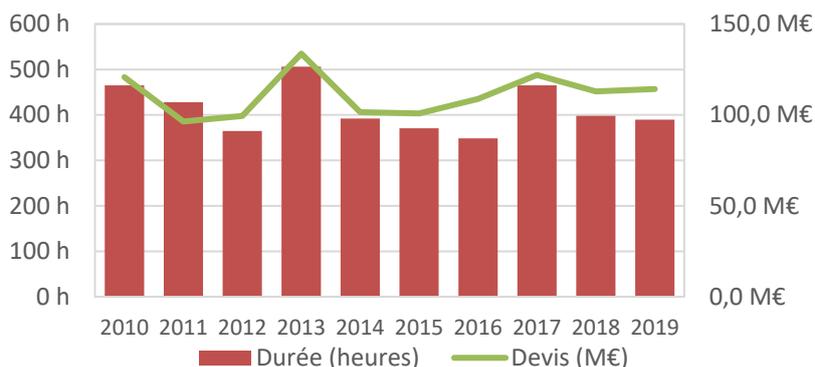
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Fiction



Source : CNC.

390 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2019, pour un total d'apports étrangers de 15,5 M€, répartis entre apports en coproduction (9,8 M€) et préventes (5,7 M€). En 2018, 398 heures de documentaires ont été produites avec un apport étranger de 11,9 M€. La concurrence internationale est particulièrement forte dans la recherche de préfinancements internationaux pour les documentaires et l'angle parfois trop national dans les productions locales peut constituer un frein important pour les partenaires.

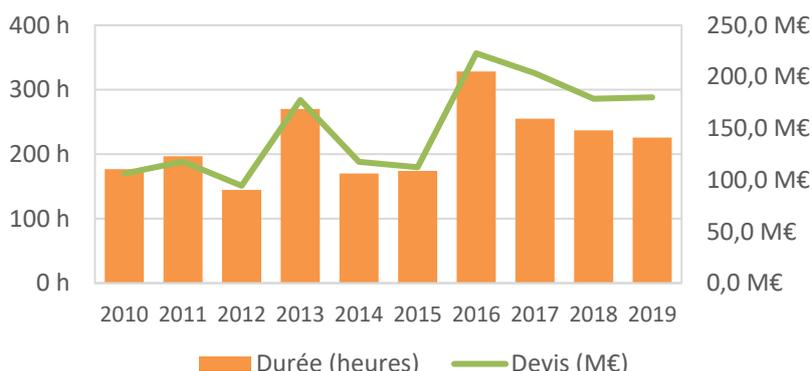
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Documentaire



Source : CNC.

En 2019, 226 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 49,0 M€ dont 17,5 M€ d'apports en coproduction et 31,5 M€ de préventes (237 heures avec un apport étranger de 41,8 M€ en 2018, dont 13,1 M€ d'apports en coproduction et 28,8 M€ de préventes). Les cycles de production des programmes d'animation créent des fluctuations dans le préfinancement international du genre. Les séries d'animation françaises sont de plus en plus ambitieuses et attirent par conséquent de nombreux partenaires étrangers, tout en parvenant à localiser la fabrication des programmes en France.

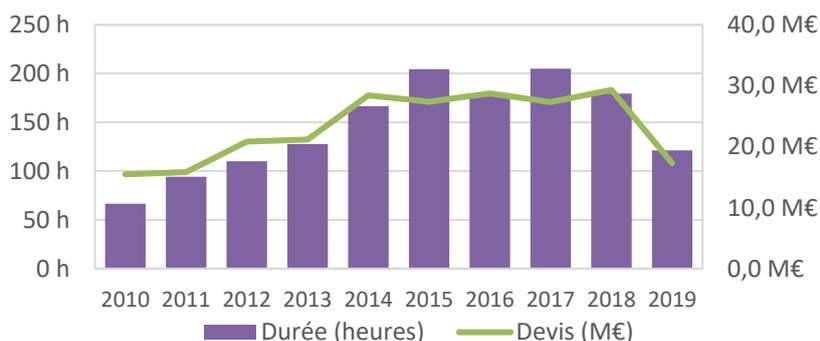
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Animation



Source : CNC.

121 heures d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant sont des coproductions majoritaires françaises en 2019, pour un total d'apports étrangers de 3,2 M€, répartis entre apports en coproduction (2,4 M€) et préventes (0,8 M€). En 2018, 179 heures d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant ont été produites avec un apport étranger de 6,4 M€.

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



Source : CNC.

Coproductions d'initiative française (1/2)

	Durée (heures)	Devis (M€)	Apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
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
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

Coproductions d'initiative française (2/2)

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
2019				
Fiction	539	481,4	20,9	4,3
Documentaire	390	114,2	15,5	13,5
Animation	226	180,1	49,0	27,2
Spectacle vivant	121	17,3	3,2	18,3
Total	1 275	793,1	88,5	11,2

Source : CNC.

b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises, en particulier en animation

En 2019, le volume des coproductions minoritaires françaises de fiction est composé de 19 heures (17 heures en 2018), financées par des partenaires étrangers à hauteur de 16,8 M€ (13,2 M€ en 2018), dont 16,1 M€ d'apports en coproduction et 0,6 M€ de préventes.

40 heures de programmes minoritaires français de documentaire ont bénéficié de 9,9 M€ d'apports étrangers en 2019, dont 8,0 M€ d'apports en coproduction et 1,9 M€ de préventes (67 heures avec un apport étranger de 10,0 M€ en 2018).

26 heures de documentaire correspondent à des coproductions minoritaires françaises en 2019, pour un total d'apports étrangers de 13,3 M€ (1 heure pour 1,2 M€ d'apports en 2018), répartis entre apports en coproduction (11,0 M€) et préventes (2,3 M€).

Coproductions d'initiative étrangère (1/2)

	Durée (heures)	Devis (M€)	Apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
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

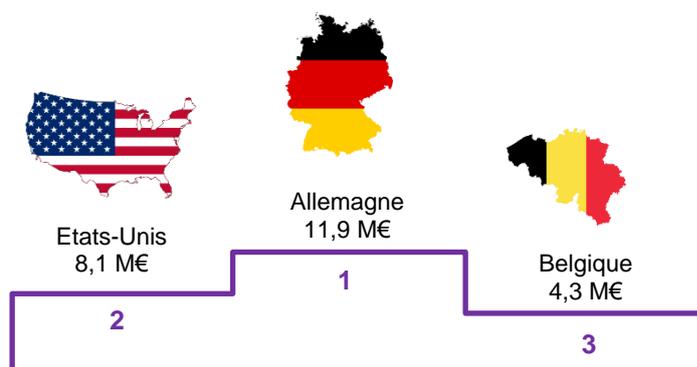
Coproductions d'initiative étrangère (2/2)

	Durée (heures)	Devis (M€)	Apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
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
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
2019				
Fiction	19	31,5	16,8	53,2
Documentaire	40	15,5	9,9	64,1
Animation	26	25,4	13,3	52,4
Spectacle vivant	9	2,0	1,2	61,6
Total	94	74,3	41,2	55,4

Source : CNC.

B. Hausse des préventes

Classement 2019 des partenaires de la France en préventes



En 2019, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une hausse de 7,6 % à 52,0 M€.

Malgré des préachats de nouveau en baisse de 16,6 % à 27,9 M€ et une part de marché en recul (-15,5 points à 53,6 % des préventes totales), l'Europe occidentale reste de loin le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels. L'Amérique du Nord enregistre une hausse de sa part de marché (+7,8 points à 18,6 % du total). La part des préventes de programmes français vers le reste du monde augmente (27,8 % des préventes totales en 2019 contre 20,0 % en 2018). En particulier, les préachats couvrant la zone monde sont multipliés par huit en 2019 et atteignent 11,8 M€ (+729,6 % par rapport à 2018), soit 22,6 % de l'ensemble des préventes étrangères, contre 2,9 % en 2018.

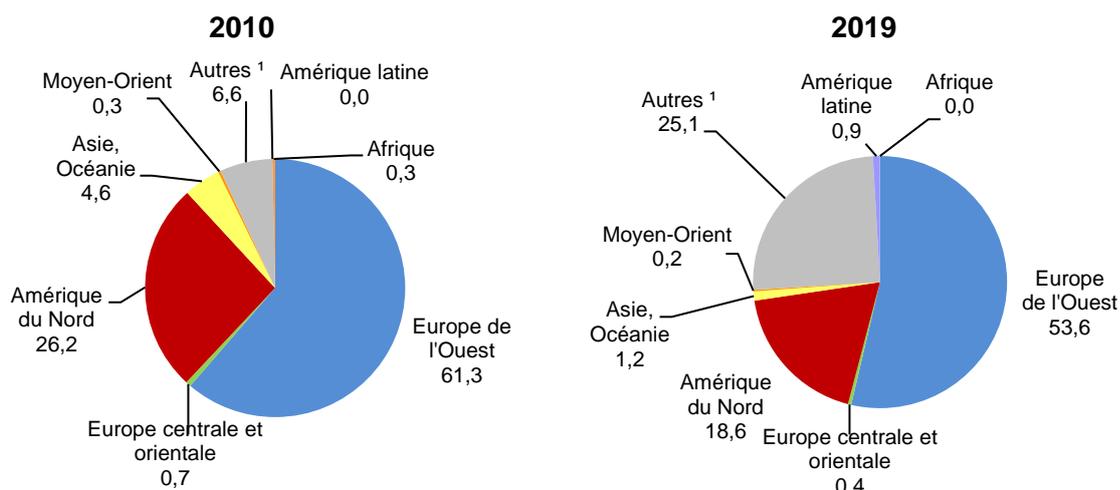
Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Europe de l'Ouest	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	27,9	-16,6
Amérique du Nord	8,0	15,3	7,7	7,5	20,2	11,4	9,0	9,3	5,2	9,7	85,5
Asie / Océanie	1,4	0,3	2,3	4,9	1,4	0,8	4,7	1,6	3,4	0,6	-81,9
Amérique latine	0,0	0,2	0,7	0,4	0,1	0,2	1,7	1,5	1,7	0,5	-73,2
Europe centrale et orientale	0,2	2,8	0,1	0,3	1,4	0,2	0,2	1,0	0,2	0,2	2,1
Moyen-Orient	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,3	0,1	-61
Afrique	0,1	0,2	0,0	0,1	0,4	0,0	0,6	0,0	0,1	0,0	-92,4
Autres ¹	2,0	3,2	5,2	4,2	4,7	1,5	7,6	7,4	4,0	13,1	225,1
Total	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	+7,6

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 2019, la hausse des préventes de programmes audiovisuels français concerne les programmes d'animation et les documentaires. Les préventes étrangères d'animation repartent à la hausse et progressent de 17,2 % à 33,8 M€, deuxième plus haut niveau de la décennie. Le genre représente 65,0 % du total (+5,3 points par rapport à 2018).

Les préventes de documentaires affichent également une nette hausse de 21,5 % et atteignent 7,6 M€.

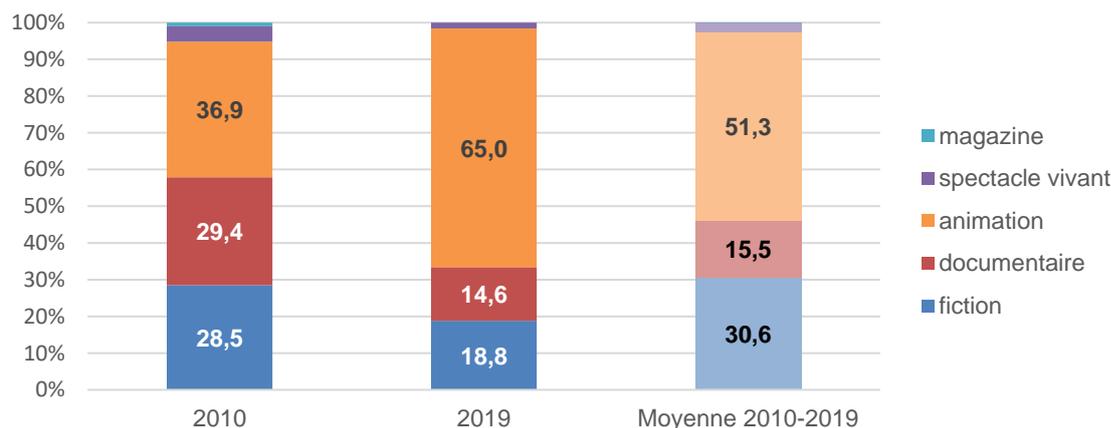
En revanche, la fiction voit ses préachats étrangers diminuer de 19,9 % à 9,8 M€.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Animation	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	+17,2
Fiction	8,7	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	-19,9
Documentaire	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	+21,5
Spectacle vivant	1,3	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	-17,1
Magazine	0,3	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-	-100,0
Total	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	+7,6

Source : CNC.

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



Source : CNC.

Classement des programmes les mieux préfinancés par genre – Préventes étrangères

	Fiction	Animation	Documentaire
1	<i>Les Rivières pourpres (saison 2)</i>	<i>Gigantosaurus (saisons 2 & 3)</i>	<i>Flee</i>
2	<i>Les Sauvages</i>	<i>Grizzy et les lemmings (World Tour saison 3)</i>	<i>Apocalypse - Hitler attaque à l'Ouest</i>
3	<i>La Garçonne</i>	<i>Taffy (saison 2)</i>	<i>Pyramides, les secrets des bâtisseurs</i>

Source : CNC.

a. Hausses en Allemagne et en Belgique, forte baisse au Royaume-Uni

En 2019, pour la troisième année consécutive, les préachats en provenance d'Europe de l'Ouest diminuent de 16,6 % à 27,9 M€. Cette baisse est en particulier liée à celle des préventes au Royaume-Uni (-79,0 % à 1,7 M€). En animation en particulier, les préachats britanniques passent de 7,5 M€ à 1,3 M€.

Premier marché pour les préventes de programmes français, les apports de l'Allemagne augmentent de 6,1 % à 11,9 M€ en 2019. L'Allemagne représente 42,8 % des préachats de programmes français en Europe de l'Ouest et 22,9 % des préachats dans le monde. En particulier, les préachats de programmes d'animation passent de 3,4 M€ à 7,1 M€, tandis que ceux de fiction diminuent à 3,6 M€ en 2019 contre 6,3 M€ en 2018. La saison 2 de la série d'animation *Les Schtroumpfs* (52x12' – Dargaud Média, Dupuis Edition et Audiovisuel) a ainsi été préachetée par la chaîne jeunesse Kika. Toujours en animation, la série *Tobie Lolness* (13x52' – Tant Mieux Prod) a également fait l'objet d'un préachat sur le territoire et en fiction, la série *Les Sauvages* (6x52' – Compagnie des phares et balises) a été préachetée.

Avec des préachats en hausse de 7,2 % à 4,3 M€, la Belgique occupe la deuxième place en Europe et la troisième dans le monde derrière les Etats-Unis. En Belgique, la mini-série *Parlement* (10x26' – Cinétévé, Artémis, CineCentrum) a fait l'objet d'une prévente.

Les préachats en provenance d'Italie progressent de 30,0 % et atteignent 2,9 M€. En revanche, les préachats de la Suisse se contractent de 54,7 % à 2,1 M€. Comme au Royaume-Uni, ce sont les préachats d'animation qui subissent cette baisse et passent de 2,6 M€ à 0,2 M€ en 2019.

Sur la zone Europe, l'année a également été marquée par le préachat de la série *Viking School* (26x22' – Samka Productions, Cartoon Saloon) ainsi que du documentaire *Flee* (1x80' – Vivement Lundi!, Final Cut For Real, Sun Creature).

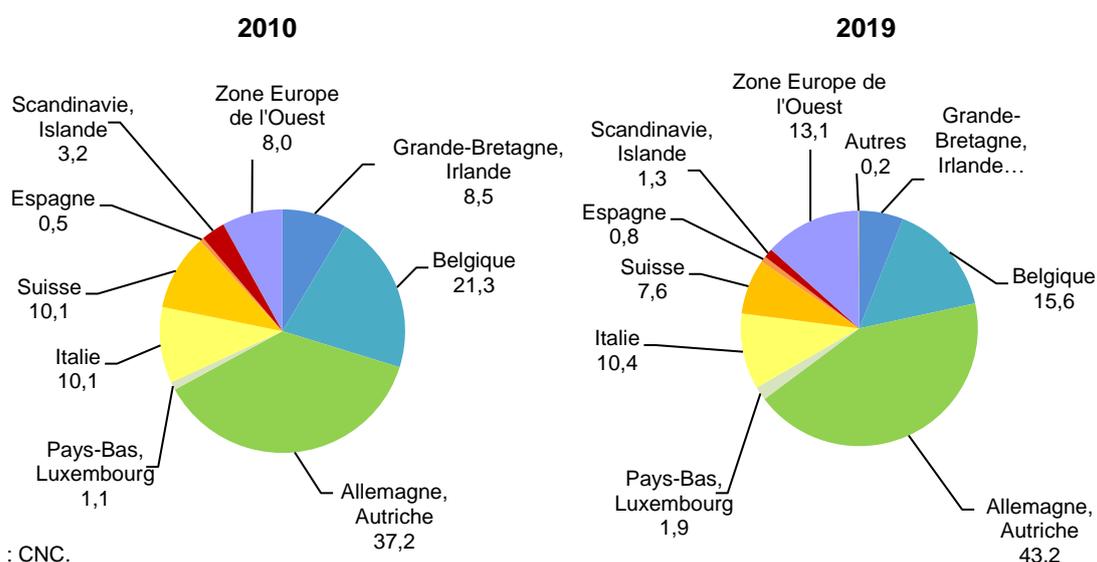
Préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Allemagne, Autriche	7,0	5,6	5,9	9,6	3,4	5,9	15,7	12,5	11,6	12,0	+3,7
Belgique	4,0	4,4	6,5	3,7	2,8	3,1	5,1	8,3	4,1	4,3	+7,2
Italie	1,9	0,7	2,4	3,5	1,9	2,6	4,2	2,4	2,2	2,9	+30,0
Suisse	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6	1,8	2,5	3,4	4,7	2,1	-54,7
Grande-Bretagne, Irlande	1,6	3,6	2,6	3,4	17,1	1,0	14,2	10,7	7,9	1,7	-78,8
Pays-Bas, Luxembourg	0,2	2,6	2,6	0,1	0,5	0,4	4,1	0,0	1,1	0,5	-52,2
Scandinavie, Islande	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3	3,0	0,4	0,2	0,4	0,4	-4,1
Espagne	0,1	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	1,1	0,1	0,2	+325,5
Zone Europe de l'Ouest ¹	1,5	0,9	0,7	1,3	0,1	4,0	0,8	4,0	1,3	3,7	+181,9
Autres	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-65,5
Total	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	27,9	-16,6

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. Hausse de l'Amérique du Nord et recul de l'Asie / Océanie

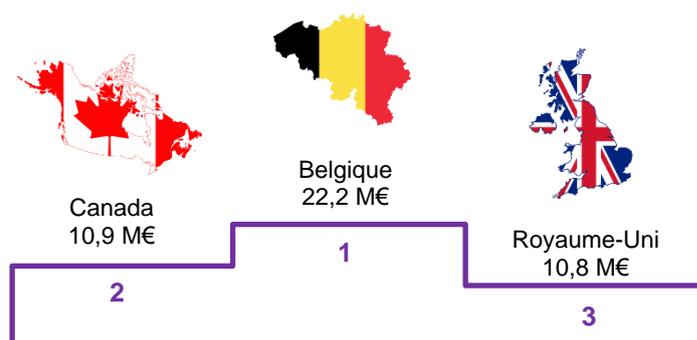
En 2019, les préventes de programmes français en Amérique du Nord augmentent très fortement de 85,5 % pour atteindre 9,7 M€. Ce sont les Etats-Unis qui portent cette croissance, avec des préachats qui passent de 4,2 M€ à 8,1 M€. Les préachats américains de programmes d'animation en particulier progressent de 79,9 % à 6,6 M€. L'année 2020 a notamment été marquée par le préachat du programme d'animation *Grizzly et les Lemmings - World Tour Saison 3* (78x7' – Hari Productions). De même la troisième saison de la série documentaire *La Guerre des trônes* (6x52' – Pernel Media) a été préachetée sur le territoire, ce qui porte les préachats en documentaire à 1,3 M€ (+128,4 % par rapport à 2018). Au Canada, les préventes augmentent de 47,6 % à 1,4 M€ en 2019, avec par exemple le préachat de la série de fiction *La Garçonne* (6x52' – Mother Production, Shoot Again Productions).

Après une année 2018 en forte hausse, les préventes à destination de la zone Asie / Océanie reculent de 81,9 % à 0,6 M€. Le documentaire *L'invention du luxe à la française* (1x90' – Bellota Films) a néanmoins été préacheté en Chine et au Japon.

Enfin, les préventes monde sont multipliées par huit et atteignent 11,8 M€ (+729,6 %). L'année 2019 a été marquée par le préachat de la série d'animation *Gigantosaurus* (saisons 2 et 3, 104x11' – Cyber Group Studios, Kaibou) par Disney, notamment pour sa plateforme Disney+.

C. Augmentation des apports en coproduction

Classement 2019 des partenaires de la France en coproduction



En 2019, les apports étrangers en coproduction dans la production française progressent de 43,9 % à 77,7 M€. La Belgique demeure de loin de premier partenaire de la France. Les apports en coproduction en provenance de l'Europe de l'Ouest sont de nouveau en hausse de 20,1 % à 56,0 M€. La part de marché de la zone est néanmoins en baisse de 14,2 points par rapport à 2018 à 72,0 %. Les apports en provenance d'Amérique du Nord sont en très forte hausse (+251,0 %), poussés par le Canada qui devient en 2019 le deuxième partenaire de la France (troisième en 2018). La zone représente 15,8 % du total des apports mondiaux (6,5 % en 2018).

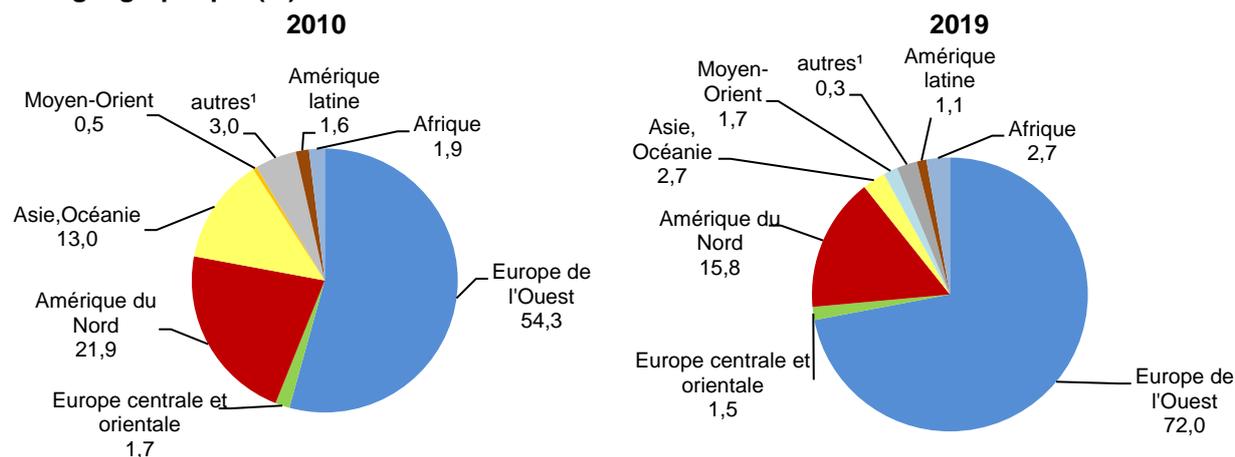
Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Europe de l'Ouest	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	56,0	+20,1
Amérique du Nord	13,8	23,0	17,6	8,4	23,9	14,7	18,2	7,1	3,5	12,3	+251,0
Afrique	1,2	0,5	1,8	0,8	1,5	0,4	0,4	0,2	0,2	2,1	+1 115,0
Asie / Océanie	8,2	7,4	10,0	4,7	5,4	1,3	8,8	6,2	0,9	2,1	+128,7
Moyen-Orient	0,3	0,4	0,3	1,1	0,3	0,5	0,5	0,2	0,5	1,3	+169,0
Europe centrale et orientale	1,1	2,0	1,6	1,8	2,8	1,2	1,2	1,8	1,9	1,2	-36,9
Amérique latine	1,0	0,2	3,2	0,2	0,3	0,3	0,1	1,0	0,2	0,9	+332,3
Autres ¹	3,2	1,6	1,3	0,9	0,3	0,9	0,2	0,2	0,3	1,9	+644,2
Total	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	+43,9

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.

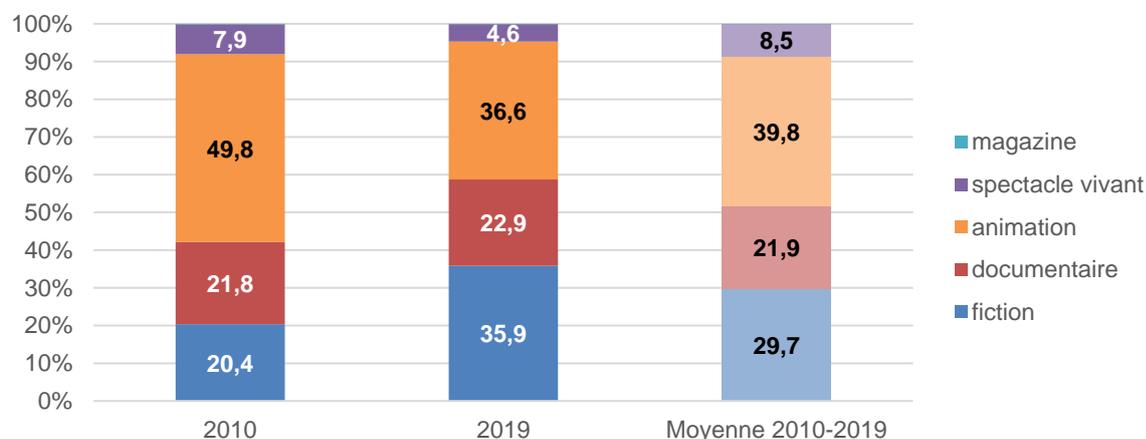
A l'exception du spectacle vivant, les apports étrangers en coproduction sont en hausse dans tous les genres : l'animation (+101,2 % à 28,4 M€), la fiction (+63,8 % à 27,9 M€), le documentaire (+13,9 % à 17,8 M€). L'animation redevient ainsi le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction avec 36,6 % du total, devant la fiction (35,9 %).

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Animation	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	+101,2
Fiction	12,8	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	+63,8
Documentaire	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	+13,9
Spectacle vivant	5,0	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	-50,1
Magazine	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-25,7
Total	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	+43,9

Source : CNC.

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



Source : CNC.

Classement des programmes les mieux préfinancés par genre – Apports étrangers en coproduction

	Fiction	Animation	Documentaire
1	<i>Mirage</i>	<i>Ricky Zoom (saison 2)</i>	<i>Princes des glaces</i>
2	<i>Last Light</i>	<i>Les Pyjamasques (saison 4)</i>	<i>Flee</i>
3	<i>Ovni(s)</i>	<i>Les Schtroumpfs (saison 1)</i>	<i>Batailles navales, une histoire de la mer au combat</i>

Source : CNC.

a. Hausses au Royaume-Uni et en Italie

La hausse des apports en provenance d'Europe de l'Ouest concerne en premier lieu le Royaume-Uni dont les apports en coproduction dans des programmes audiovisuels français triplent en 2019 pour atteindre 10,8 M€, faisant du territoire le deuxième partenaire de la France derrière la Belgique. La série d'animation minoritaires *Ricky Zoom* (saison 2) (12x52' – Frogbox, Entertainment One) a ainsi bénéficié de financements britanniques. Parmi les documentaires, la série *Décolonisations* (3x52' – Program 33, Dartmouth Films, AT-Production) fait partie des coproductions franco-britanniques de l'année.

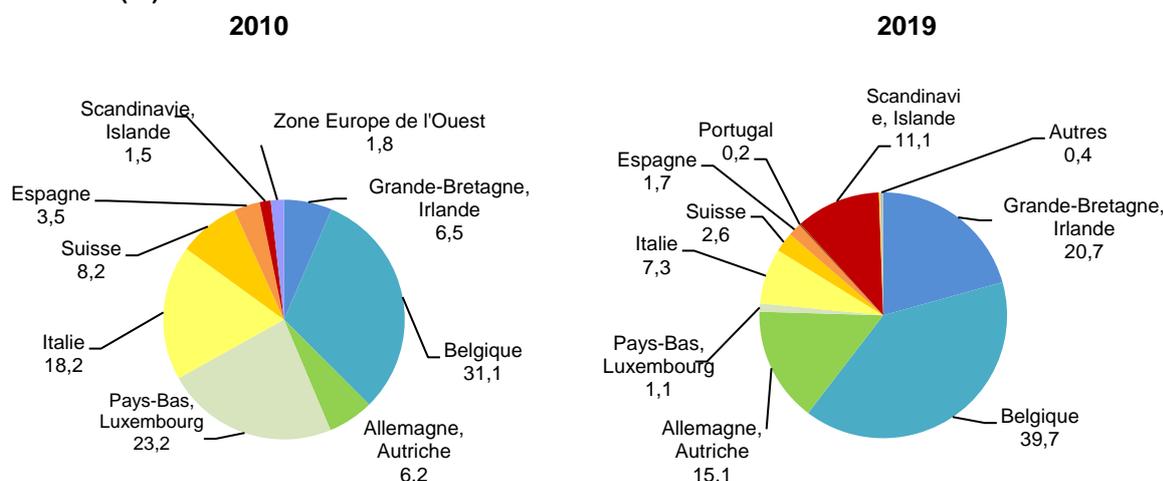
Premier partenaire, la Belgique voit ses apports diminuer de 8,6 % à 22,2 M€. La Belgique investit notamment dans la fiction française à hauteur de 12,8 M€ en 2019, deuxième plus haut niveau historique (-12,0 % par rapport à 2018). La Belgique représente en 2019 une part de marché de 28,6 % des apports mondiaux, en recul de 16,4 points. Plusieurs séries de fiction bénéficient d'apports en coproduction en provenance de Belgique, dont *Ovni(s)* (12x35' – Montebello Productions, Be-Films), *Moloch* (6x52' – Calt Studio, Belga Productions). Les apports en provenance d'Allemagne augmentent de 6,3 % à 8,2 M€. Les programmes de fiction sont coproduits par des partenaires allemands à hauteur de 4,1 M€ (1,7 M€ en 2018). La mini-série *Paix à leurs armes (Alger confidentiel)* (4x45' – Watch Next Media, Eikon) a bénéficié d'apports en coproduction en provenance d'Allemagne. En spectacle vivant, l'Allemagne investit dans l'adaptation audiovisuelle de *l'Europakonzert* avec le Berliner Philharmoniker et Bryn Terfel (Musée d'Orsay - Paris 2019, 1x95' – Tangaro, Euroarts). Les apports en coproduction en provenance d'Italie augmentent de 28,0 % pour atteindre 4,1 M€. L'Italie investit notamment dans la saison 2 de la série d'animation *Paf le chien* (77x8' – Superprod, Animoka). Les apports de deux principaux pays diminuent : la Suisse dont les investissements reculent de 48,0 % à 1,5 M€ et l'Espagne avec des apports en baisse de 63,4 % à 0,9 M€ en 2019. L'adaptation de l'opéra *Falstaff* (Teatro Real De Madrid 2019, 1x128' – Bel Air Media) fait partie des coproductions franco-espagnoles d'adaptation de spectacle vivant en 2019.

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	évol. 19/18 (%)
Belgique	10,6	13,0	7,1	9,1	12,7	11,7	21,9	21,2	24,3	22,2	-8,6
Grande-Bretagne, Irlande	2,2	10,4	4,3	5,2	1,1	7,0	9,7	2,3	4,4	11,6	+159,9
Allemagne, Autriche	2,1	1,9	20,7	23,2	2,7	3,9	5,5	5,0	7,7	8,4	+9,4
Scandinavie, Islande	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	0,9	0,4	0,7	6,2	+842,6
Italie	6,2	7,2	5,5	5,8	1,0	3,4	2,1	2,3	3,2	4,1	+28,0
Suisse	2,8	1,1	2,4	2,1	1,4	2,0	3,2	2,4	2,8	1,5	-48,0
Espagne	1,2	2,4	0,1	1,3	1,2	3,2	1,2	3,1	2,6	0,9	-63,4
Pays-Bas, Luxembourg	7,9	5,5	0,0	3,8	0,3	2,3	1,7	3,0	0,3	0,6	+81,7
Portugal	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1	-56,2
Zone Europe de l'Ouest	0,6	0,5	0,0	0,5	1,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,1	+78,6
Autres	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3		0,2	0,2	-5,3
Total	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	56,0	+20,1

Source : CNC.

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



Source : CNC.

b. Forte hausse en Amérique du Nord

Après deux années de forte baisse, les investissements des pays d'Amérique du Nord dans les programmes audiovisuels français progressent de 251,0 % et atteignent 12,3 M€, essentiellement grâce au Canada dont les apports passent de 2,3 M€ à 10,9 M€ en 2019. Alors que les investissements en coproduction en fiction étaient inexistants en 2018, le Canada investit à hauteur de 3,7 M€ dans le genre en 2019, en particulier la série *Mirage* (6x52' – Lincoln TV, Connect3, ZDF, Wild Bunch Germany, Gapbusters, Cineflix). De même, les apports en animation passent de 0,7 M€ à 4,7 M€ en 2019, avec par exemple *Splat & Harry* (52x11' – Blue Spirit Productions) ou *Runes* (22x26' – Les Armateurs, Kaibou, ZDF Enterprises). Les apports en coproduction en provenance des Etats-Unis représentent 1,3 M€ (+4,7 % par rapport à 2018) et se concentrent principalement sur le documentaire en 2019, comme en 2018. Les Etats-Unis viennent par exemple en coproduction sur le documentaire *Sauver Notre Dame* (1x100' – GEDEON Programmes, INRAP).

Alors qu'ils avaient atteint un niveau très bas en 2018, les apports en coproduction en provenance de la zone Asie / Océanie progressent de 128,7 % à 2,1 M€ en 2019. Le Japon apporte notamment 0,7 M€ en 2019, en hausse de 14,1 %, essentiellement en documentaires. Par ailleurs, la série d'animation *L'Agence galactique* (52x12' – Studio 100 Animation, Cosmos Maya - Bardaf! Productions) implique des producteurs singapouriens.

IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français

A. Evolution de la concentration du secteur

En 2019, la concentration du secteur de la vente de programmes audiovisuels français à l'étranger est en léger recul par rapport à 2018 mais reste à un niveau très élevé. Les cinq premières sociétés les plus actives captent 33,0 % des ventes internationales (-0,2 point) pour un chiffre d'affaires global en hausse à 64,5 M€. Le poids des dix premières sociétés est également stable à 50,4 % (-0,6 point par rapport à 2018).

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	30,0	28,3	33,6	36,0	41,2	41,5	66,1	55,3	57,6	64,5
<i>Part des recettes totales (%)</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>33,2</i>	<i>33,0</i>
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	45,8	44,2	51,0	57,9	65,4	68,1	91,7	91,1	88,5	98,6
<i>Part des recettes totales (%)</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>51,0</i>	<i>50,4</i>
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)¹	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6
<i>Part des recettes totales (%)</i>	<i>100,0</i>									

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 2019, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en léger recul mais reste très supérieur à la moyenne. Les cinq premières sociétés concentrent 60,6 % des recettes internationales du genre (-1,4 point par rapport à 2018). Le poids des dix premières sociétés est en léger recul à 79,0 % du total des ventes du genre (-0,8 point). 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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	21,0	19,1	28,3	27,2	26,4	26,7	46,3	38,0	42,9	46,9
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>60,6</i>
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	27,9	27,1	37,3	36,8	35,5	37,4	59,3	57,9	55,1	61,1
<i>Part des recettes totales (%)</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>	<i>79,0</i>
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4
<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 hausse, puisque les cinq sociétés les plus actives captent 51,0 % des ventes internationales du genre (+13,0 points). Le poids des dix premières sociétés est également en hausse à 71,2 % des ventes totales en 2019 (+10,4 points).

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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	11,5	11,4	11,5	12,9	15,0	15,7	16,3	15,1	11,6	22,5
<i>Part des recettes totales (%)</i>	43,5	42,1	38,7	41,9	42,9	42,5	46,6	42,5	38,1	51,0
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	16,6	16,0	17,7	18,2	21,4	23,7	24,1	21,4	18,6	31,4
<i>Part des recettes totales (%)</i>	62,9	59,0	59,4	59,1	61,4	63,8	68,7	60,2	60,8	71,2
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0
<i>Part des recettes totales (%)</i>	100,0									

Source : CNC-TV France International.

En 2019, la concentration de l'exportation de fiction française est également en hausse. Les cinq premières sociétés sont à l'origine de 59,8 % du chiffre d'affaires total du genre, contre 53,4 % en 2018. Le poids des dix premières sociétés atteint 85,5 % des ventes totales de fiction à l'étranger en 2019 (+2,8 points), ce qui représente le niveau de concentration le plus élevé tous genres confondus.

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, Newen, StudioCanal, Gaumont, About Premium Content, Federation Entertainment, Mediawan, etc.).

Enfin, la croissance des budgets de production - et donc des besoins en financement - et 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

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	10,6	9,0	12,8	14,2	22,2	23,5	28,9	34,2	26,4	27,8
<i>Part des recettes totales (%)</i>	55,2	45,2	56,0	54,5	57,1	57,0	57,9	53,7	53,4	59,8
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	14,6	13,7	18,3	19,3	31,6	31,6	42,7	51,5	40,8	39,7
<i>Part des recettes totales (%)</i>	76,3	68,4	80,3	74,3	81,2	76,7	85,7	80,8	82,7	85,5
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4
<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 :
 - CYBER GROUP STUDIOS, Raphaëlle Mathieu.
 - FRANCE TV DISTRIBUTION, Julia Schulte.
 - GO-N Productions, Eric Garnet
 - LAGARDERE STUDIOS DISTRIBUTION, Emmanuelle Bouilhaguet.
 - LUCKY YOU, Robert Salvestrin.
 - LUKARN, Sandrine Frantz.
 - NEWEN DISTRIBUTION, Nadia Chevallard.
 - TERRANOVA, Marine Gombart, Isabelle Graziadey, Bertrand Lossignol.
 - XILAM, Morgann Favennec.
 - ZED, Chloé Persyn-Preljocaj.

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



**L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2019**

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
septembre 2020

