



les études du CNC
septembre 2021

L'exportation
des programmes
audiovisuels
français en 2020

ISSN 2110-5634



UniFrance
13 rue Henner, 75009 PARIS
Tél : +33 1 40 53 23 00
<https://www.unifrance.org>
www.tvfrance-intl.com

Hervé Michel, Sarah Hemar, Frédérique Juanico, Amandine Teze



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. Europe de l'Ouest : stabilité en Allemagne, hausse en Espagne, baisse en Italie	12
b. Europe centrale et orientale en hausse, en particulier en Pologne	14
c. Légère hausse du marché nord-américain	16
d. Hausse de l'Asie, recul de la Chine	17
e. Recul des ventes en Afrique	18
f. Hausse en Amérique latine	18
g. Augmentation des ventes au Moyen-Orient	19
h. Niveau élevé des ventes de droits monde	19
B. Analyse des ventes par genre de programmes	20
a. L'animation, toujours à un niveau très élevé	20
b. Hausse des ventes de fiction	25
c. Nouveau record pour les exportations de documentaires	29
d. Hausse des ventes de formats et du spectacle vivant	33
C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels	34
a. Les modes de diffusion numérique (VàD, mobile, TVIP)	34
b. Autres revenus	36
III. L'évolution des préventes et coproductions internationales	37
A. Baisse du volume financé par des apports étrangers	40
a. Augmentation des apports étrangers dans les coproductions majoritaires françaises de fiction et en documentaire	41
b. Hausse des apports étrangers dans les coproductions minoritaires françaises de fiction et d'animation	44
B. Hausse des préventes	46
a. Hausse dans de nombreux pays, en particulier au Royaume-Uni et en Italie	48
b. Doublement des préventes en Amérique du Nord	49
C. Augmentation des apports en coproduction	51
a. Stabilité des principaux pays coproducteurs : Belgique, Royaume-Uni, Allemagne	53
b. Baisse en Amérique du Nord, hausse en Afrique	54
IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français	55
D. Evolution de la concentration du secteur	55
E. Evolution de la concentration par genre	55
Annexe	57

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 ;
- 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 la branche audiovisuelle d'UniFrance (ex 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. A la date de parution de cette étude, les organismes TV France International et UniFrance ont fusionné.

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 se trouve 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

2020 : une année record pour l'export audiovisuel malgré la crise

Partout dans le monde, la pandémie a significativement impacté l'activité des diffuseurs linéaires traditionnels et des plateformes, créant un renforcement de la demande de contenus. En effet, l'interruption de la production de certains programmes, l'annulation ou le report de manifestations sportives majeures et les confinements successifs ont conduit les clients des exportateurs français à adapter leurs stratégies d'achats de programmes. En 2020, malgré la crise sanitaire qui a touché le monde entier et affecté l'activité des vendeurs comme des acheteurs, les exportations de programmes audiovisuels français atteignent ainsi 354,8 M€ (+9,1 % par rapport à 2019), soit le plus haut niveau historique. Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger sont en hausse de 0,7 % en 2020 à 196,9 M€, deuxième niveau le plus élevé après 2017. Les préventes à l'étranger progressent fortement de 49,4 % à 77,7 M€, en raison de montants importants de préachats concernant quelques programmes d'animation principalement, tandis que les apports étrangers en coproduction dans les programmes français augmentent de 3,1 % pour atteindre 80,2 M€.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Ventes ¹	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	+0,7
Préventes	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	77,7	+49,4
Total ventes et préventes	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	274,6	+10,9
Apports en coproduction	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	+3,1
Total flux export (1)	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	275,7	325,3	354,8	+9,1

¹ Les chiffres de ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 Monde et autres diffuseurs internationaux basés en France, qui s'élèvent à 2,6 M€ en 2020 (1,8 M€ en 2019).

Source : CNC-UniFrance.

Les dépenses réalisées en France pour des projets audiovisuels internationaux (bénéficiaires du crédit d'impôt international) constituent également une source de revenus en provenance de l'étranger pour les acteurs français de l'audiovisuel. En les prenant en considération, le flux global de l'audiovisuel français atteint 489,1 M€ 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 (72,5 % du « flux export global » en 2020), ou des dépenses effectuées en France pour des projets audiovisuels internationaux (27,5 %). En dix ans, l'ensemble des flux financiers de l'audiovisuel français en provenance de l'étranger a doublé en valeur.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 19/18 (%)
Ventes + préventes + Coproductions (1)	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	275,7	325,3	354,8	+9,1
Dépenses en France des projets audiovisuels bénéficiaires du C2I ¹ (2)		7,8	5,0	8,3	21,3	51,4	95,1	97,9	132,9	134,3	+1,0
Flux global (1) + (2)		238,8	247,4	257,3	282,1	276,4	387,7	420,6	373,6	458,2	+6,7

¹ C2I : Crédit d'impôt international.

Sources : CNC, Ficam.

Un marché international secoué par la crise sanitaire

La crise sanitaire a eu de nombreuses conséquences sur l'activité de vente internationale de programmes audiovisuels. Les confinements qu'ont connu la plupart des territoires dans le monde ont créé de sérieux obstacles à la production et à la circulation des programmes français et rendu nécessaire une réorganisation rapide du secteur : difficultés de déplacement et de tournage, absence de marchés professionnels physiques, fermeture des studios de doublage, retards de livraison des programmes et, en conséquence, difficultés d'approvisionnement en programmes frais. Mais la consommation de contenus a également fortement augmenté sur la période, créant des besoins immédiats de programmes chez les diffuseurs traditionnels et sur les plateformes, qui se sont souvent traduits par des rachats de droits sur des programmes déjà vendus récemment. Néanmoins, certains budgets d'acquisition des chaînes linéaires ont été réduits et les processus de décision rallongés, dans un contexte d'incertitude prolongée.

Comme ailleurs, la crise a accéléré des tendances précédemment identifiées : regroupement de grands acteurs mondiaux, difficultés des chaînes thématiques face à la concurrence des plateformes, croissance de la vidéo à la demande gratuite (financée par la publicité, *Advertising Video on Demand* ou AVoD), et déploiement chez la grande majorité des diffuseurs de services en ligne, avec comme conséquence des négociations toujours plus complexes sur les droits associés.

Dans ce contexte, les atouts de la production audiovisuelle française (notamment l'existence de marques fortes en fiction et en animation, la diversité des genres en documentaire) ont permis aux programmes français de continuer à circuler largement à l'international.

Les droits monde toujours à un niveau élevé

L'année 2020 est notamment marquée par les ventes de droits monde, qui malgré une légère baisse de 2,8 %, notamment due à la crise sanitaire, restent à un niveau très élevé à 41,2 M€, soit 20,9 % des exportations totales. En 2020, 67,1 % de ces droits mondiaux sont liés aux services de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

Malgré des achats en baisse de 3,7 % à 87,0 M€, l'Europe de l'Ouest reste de loin la première région d'achats de programmes français et génère 44,2 % des recettes d'exportation.

Avec 16,6 M€ d'achats, la zone Asie / Océanie connaît une nette progression (+12,4 %) et demeure le troisième partenaire de la France en 2020, derrière l'Amérique du Nord, dont les achats progressent de 3,2 % à 25,3 M€, pour une part de marché de 12,9 %.

A l'exception de l'Afrique, dont les achats reculent de 11,6 % et s'établissent à 6,5 M€, les recettes d'exportation en provenance des autres zones sont toutes en hausse, notamment en Europe centrale et orientale (+20,0 % à 11,8 M€).

Hausse des ventes de documentaires et de fiction, l'animation à un niveau très élevé

En 2020 et malgré une conjoncture internationale très particulière, les ventes de programmes audiovisuels sont en légère hausse en documentaire et en fiction. Les ventes de programmes documentaires atteignent 46,0 M€ (+4,5 % par rapport à 2019), soit un nouveau record historique. La fiction enregistre également une hausse de 1,5 % à 47,1 M€. Après avoir atteint en 2019 le plus haut niveau enregistré en 25 ans, les ventes de programmes d'animation sont en recul de 3,5 % et s'établissent à 74,7 M€. L'animation reste le premier genre à l'export et représente 37,9 % des ventes en 2020.

Exportations par genre de programmes

	Ventes (M€)	évol. 20/19 (%)	Préventes (M€)	évol. 20/19 (%)	Total (M€)	évol. 20/19 (%)
Animation	74,7	-3,5	50,7	+49,8	125,4	+12,7
Fiction	47,1	+1,5	19,0	+94,6	66,1	+17,7
Documentaire	46,0	+4,5	7,8	+2,7	53,9	+4,3
Format (fiction, jeux, variétés)	21,3	+12,6	-	-	21,3	+12,6
Divers (information, extraits...)	6,5	-16,9	0,1	+0,0	6,5	-16,1
Musique, spectacle vivant	1,3	+21,0	0,2	-80,2	1,5	-21,9
Total	196,9	+0,7	77,7	+49,4	274,6	+10,9

Source : CNC-UniFrance.

Croissance des préventes étrangères

En 2020, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une très forte hausse, de 49,4 %, à 77,7 M€. Cette progression concerne les principaux genres. En particulier, les préachats étrangers d'animation sont de nouveau en hausse de 49,8 % et atteignent 50,7 M€. Le genre représente 65,2 % du total. Les préventes de fiction doublent à 19,0 M€, tandis que celles de documentaires augmentent de 2,7 % à 7,8 M€.

Avec des préachats en très nette augmentation, de 56,8 %, à 43,8 M€, l'Europe occidentale reste de loin le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels, avec une part de marché de 56,3 % du total. L'Amérique du Nord double ses investissements à 19,6 M€ et représente en 2020 le quart des préachats de programmes français. La part des préventes de programmes français vers le reste du monde se réduit à 18,5 %, contre 27,8 % en 2019.

Des apports étrangers en coproduction en hausse en fiction et en documentaire

En 2020, les apports étrangers en coproduction dans la production française progressent de 3,1 % à 80,2 M€, plus haut niveau depuis 2004 (86,5 M€). Les apports en coproduction en provenance de l'Europe de l'Ouest sont en baisse de 7,9 % à 51,5 M€, soit 64,3 % du total des apports.

Les apports en fiction progressent de 43,0 % pour un total de 39,9 M€. Avec une part de marché de 49,7 %, la fiction redevient le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction, devant le documentaire, dont les apports en coproduction augmentent de 10,3 % à 19,6 M€, leur plus haut niveau depuis 2003 (22,2 M€). Après une année 2019 à un très haut niveau, les apports en coproduction sur les programmes d'animation reculent de 35,1 % et s'établissent à 18,4 M€.

Un tiers des programmes français coproduits avec des partenaires étrangers

En 2020, le préfinancement de programmes de fiction français, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préventes, implique 15 pays différents, au premier rang desquels la Belgique (421 heures) et la Suisse (359 heures). S'agissant de l'animation, le préfinancement en 2020 implique 13 pays différents, en particulier l'Allemagne (88 heures) et l'Italie (79 heures), contre 61 pays pour le documentaire, dont la Belgique et la Suisse.

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) recule à 1 212 heures, contre 1 370 heures en 2019 (-11,5 %).

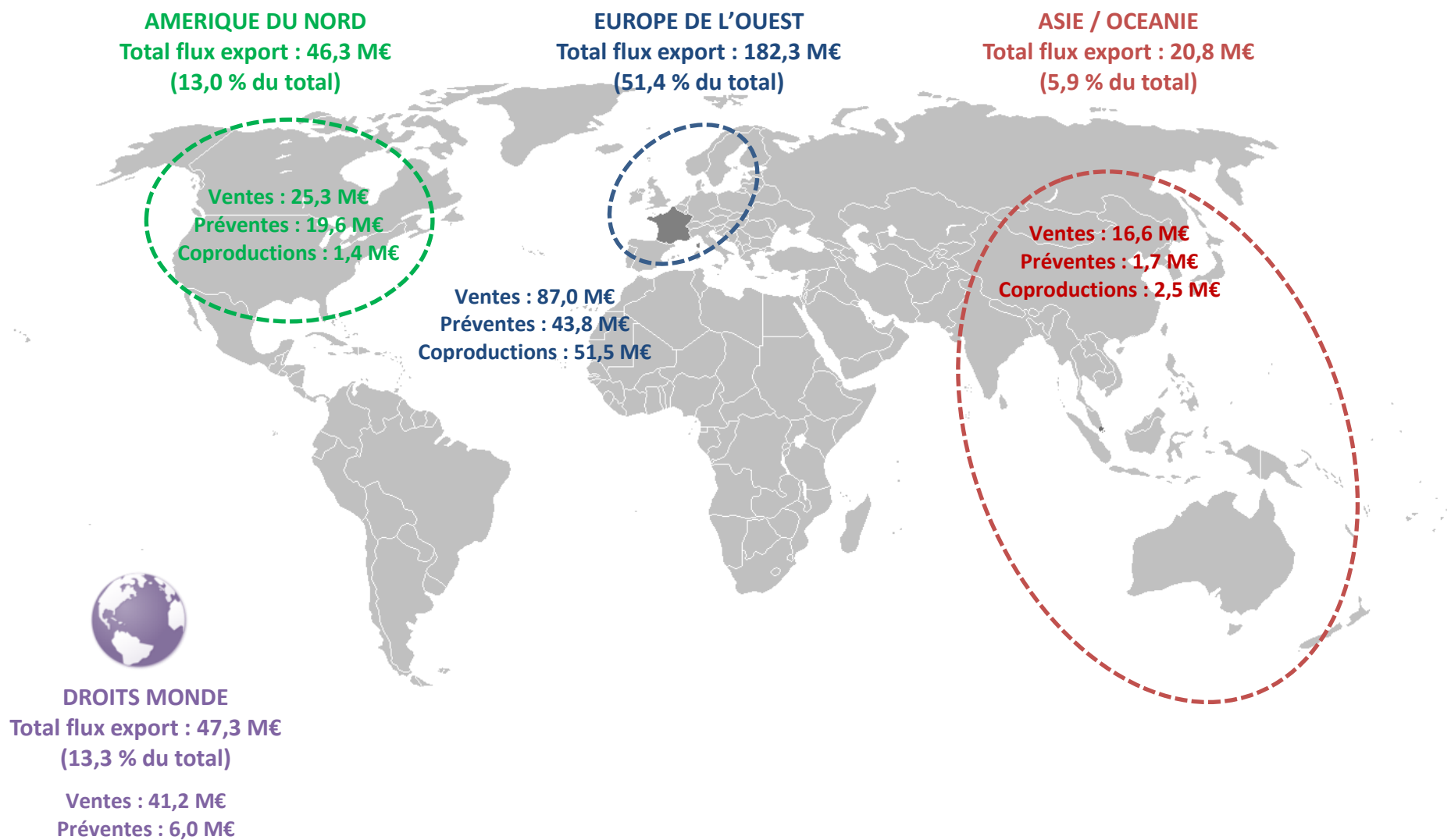
La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français est stable en 2020, à 34,7 % (34,3 % en 2019), atteignant 84,6 % du volume d'animation et 53,4 % pour la fiction.

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

	Ventes	Préventes	Total ventes + préventes	Apports en coproduction	Total flux export
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
2020	196,9	77,7	274,6	80,2	354,8
Fiction	47,1	19,0	66,1	39,9	105,9
Documentaire	46,0	7,8	53,9	19,6	73,5
Animation	74,7	50,7	125,4	18,4	143,8
Musique, spectacle vivant	1,3	0,2	1,5	2,2	3,7
Format (fiction, jeux, variétés)	21,3	-	21,3	-	21,3
Divers (information, extraits...)	6,5	0,1	6,5	-	6,5

Source : CNC-UniFrance.

Carte - Les principales zones géographiques en termes de flux export (ventes, préventes et coproductions) en 2020



II. Les ventes de programmes audiovisuels

Chiffres clés

Les ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2020



196,9 M€ de ventes à l'étranger
+0,7 % par rapport à 2019



41,2 M€ de ventes de droits Monde
20,9 % du total des ventes

Les principaux genres vendus à l'étranger en 2020



74,7 M€ de ventes de programmes d'animation
-3,5 % par rapport à 2019
37,9 % du total des ventes



47,1 M€ de ventes de programmes de fiction
+1,5 % par rapport à 2019
23,9 % du total des ventes



46,0 M€ de ventes de documentaires
+4,5 % par rapport à 2019
23,4 % du total des ventes

Les principaux acheteurs de programmes français en 2020



Belgique
17,2 M€ de ventes



Allemagne
(+Autriche)
19,2 M€ de ventes



Etats-Unis
15,1 M€ de ventes

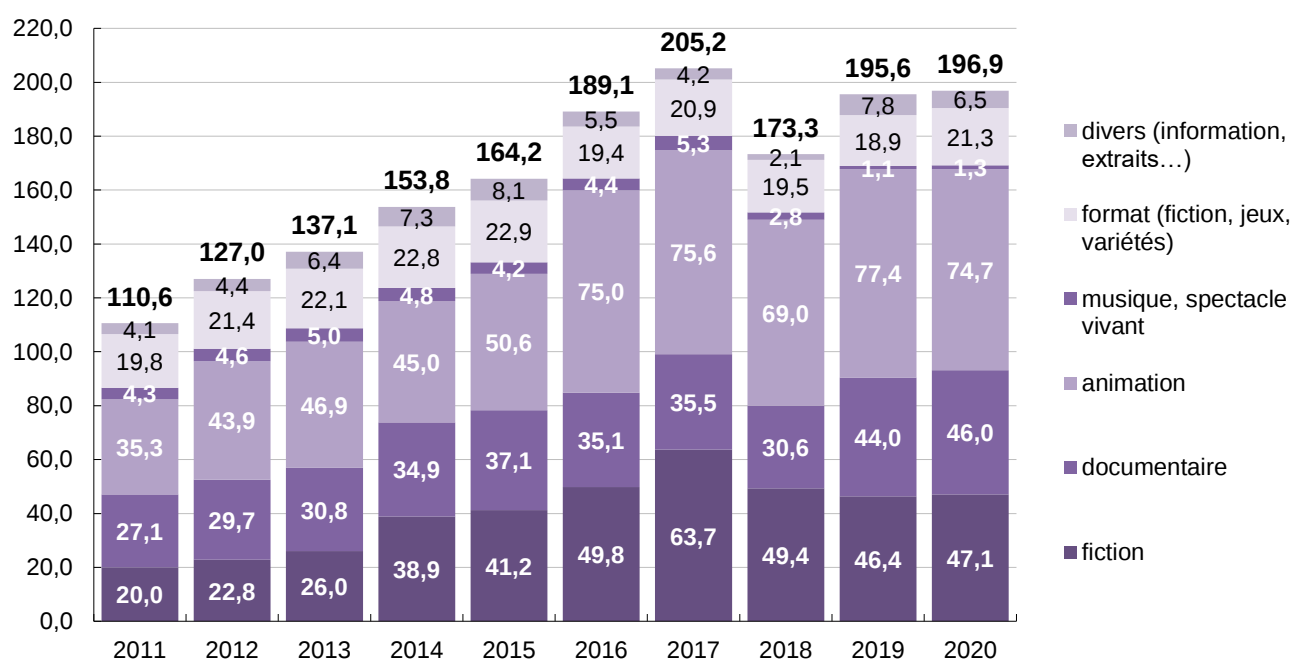
2

1

3

Après avoir atteint un niveau déjà très élevé en 2019, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger enregistrent une légère hausse de 0,7 % pour atteindre 196,9 M€ en 2020, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2017. Cette progression concerne notamment le documentaire, dont les ventes de programmes atteignent 46,0 M€ (+4,5 % par rapport à 2019), nouveau record. La fiction enregistre une hausse de 1,5 % à 47,1 M€. Après avoir atteint le plus haut niveau enregistré en 25 ans, les ventes de programmes d'animation sont en recul de 3,5 % et s'établissent à 74,7 M€. Les ventes de programmes d'information / divers sont en baisse de 16,9 % à 6,5 M€. En revanche, les ventes de format connaissent une forte hausse de 12,6 % à 21,3 M€, plus haut niveau depuis 2015 (22,9 M€), tout comme celles de programmes de musique / spectacle vivant, qui progressent de 21,0 % à 1,3 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français (M€)



Source : CNC-UniFrance.

A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels

L'année 2020 est notamment marquée par les ventes de droits monde, qui malgré une légère baisse de 2,8 % restent à un niveau très élevé à 41,2 M€, soit 20,9 % des exportations totales (-0,7 point par rapport à 2019). En 2020, 67,1 % de ces droits mondiaux sont des droits acquis par les plateformes de vidéo à la demande (VàD) et de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) (comme en 2019).

L'Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, voit ses achats reculer de 3,7 % à 87,0 M€, soit un niveau au-dessus de la moyenne des dix dernières années (82,8 M€). La part de marché de la zone est en recul de 2,0 points par rapport à 2019 à 44,2 %, soit un pourcentage inférieur à 50 % pour la quatrième année consécutive. Elle s'élevait à 55,4 % il y a dix ans.

Avec 16,6 M€ d'achats, la zone Asie / Océanie connaît une nette progression (+12,4 %) et reste le troisième partenaire de la France en 2020 (8,4 % de part de marché), derrière l'Amérique du

Nord, dont les achats progressent de 3,2 % à 25,3 M€ d'achats, pour une part de marché de 12,9 % (+0,3 point par rapport à 2019).

Après avoir connu une hausse marquée en 2019, les ventes à destination des pays d'Afrique reculent de 11,6 % et s'établissent à 6,5 M€. Les recettes d'exportation en provenance des autres zones sont toutes en hausse : +20,0 % à 11,8 M€ en Europe centrale et orientale, +36,0 % à 4,8 M€ en Amérique latine et enfin +28,2 % à 3,8 M€ au Moyen-Orient.

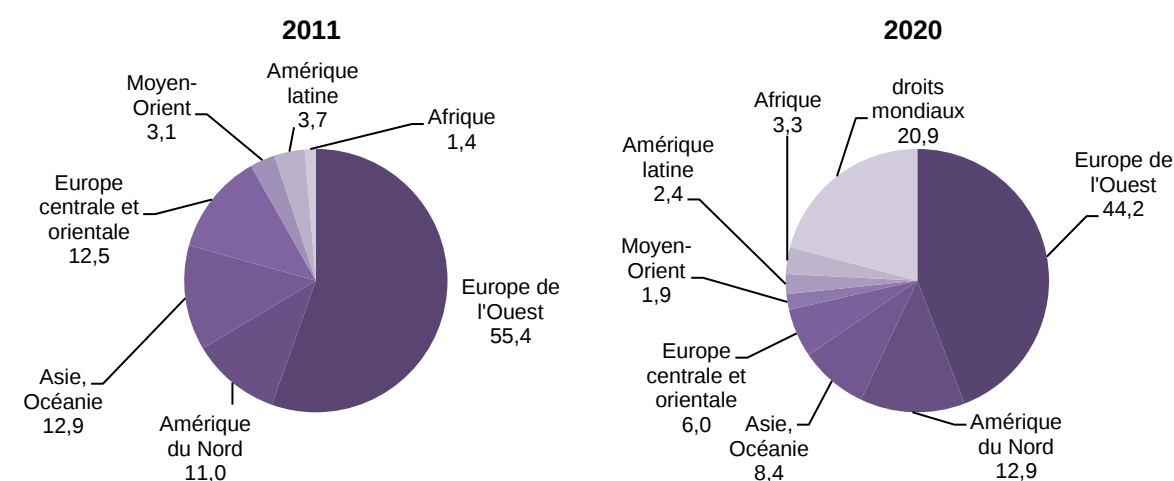
Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Europe de l'Ouest	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	-3,7
Amérique du Nord	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	+3,2
Asie / Océanie	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	+12,4
Europe centrale et orientale	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	+20,0
Afrique	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	6,5	-11,6
Amérique latine	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	4,8	+36,0
Moyen-Orient	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	3,8	+28,2
Droits monde ¹	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	41,2	-2,8
Total	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	+0,7

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux.

Source : CNC-UniFrance.

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



Source : CNC-UniFrance.

a. Europe de l'Ouest : stabilité en Allemagne, hausse en Espagne, baisse en Italie

Après une année 2019 en hausse, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest sont en légère baisse de 3,7 % en 2020 et s'établissent à 87,0 M€. La zone représente 44,2 % du total des ventes à l'étranger en 2020, contre 46,2 % en 2019 et 50,1 % sur la décennie. En particulier, l'Europe de l'Ouest représente 56,8 % des ventes de programmes de fiction en 2020 (+6,2 points par rapport à 2019), contre 59,9 % sur la période 2011-2020.

La zone germanophone, constituée de l'**Allemagne et de l'Autriche**, demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 19,2 M€ (-0,4 % par rapport à 2019), soit 9,8 % des ventes mondiales (9,9 % en 2019). Les ventes de documentaires à destination de la zone sont en nette hausse de 32,9 % à 5,4 M€, soit le plus haut niveau historique. L'Allemagne (avec l'Autriche) reste ainsi le deuxième acheteur mondial de

documentaires français, derrière la Belgique. En fiction également, les ventes repartent à la hausse à 4,4 M€ (+55,4 % par rapport à 2019), à un niveau néanmoins inférieur à la moyenne de la décennie (6,2 M€). Après avoir atteint un niveau record en 2019, les ventes de programmes d'animation reculent de 28,1 % à 7,8 M€. L'Allemagne devient malgré tout le premier territoire de vente internationale pour l'animation française (deuxième en 2019) devant les Etats-Unis.

Si la **Belgique** diminue ses achats de 10,2 %, le territoire reste néanmoins le deuxième pays acheteur de programmes audiovisuels français à 17,2 M€. Les achats de fiction progressent légèrement de 2,2 % à 5,4 M€, ce qui permet à la Belgique de devenir le premier pays acheteur de fiction française. La Belgique reste également le premier territoire de vente des documentaires français (deuxième en 2019) avec 7,4 M€ d'achats (-10,7 % par rapport à 2019, mais deuxième niveau historique). Le documentaire représente 43,2 % des achats de programmes français sur le territoire (stable par rapport à 2019). En animation, les achats reculent de 40,0 % à 1,2 M€.

Les achats de programmes français en provenance d'**Italie** reculent de 8,5 % à 12,0 M€, dans la moyenne de ces dix dernières années (11,6 M€). Cette baisse affecte notamment la fiction, avec des achats en baisse de 15,3 % à 4,7 M€. Premier territoire pour la fiction française en 2019, l'Italie passe en quatrième place mondiale. Les ventes de programmes d'animation et de documentaires sont également en baisse : -29,8 % à 2,8 M€ pour l'animation et -6,3 % à 2,1 M€ pour le documentaire.

Principal pays européen en hausse, l'**Espagne** augmente ses achats de 23,6 % en 2020 à 9,7 M€, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2018 (9,8 M€). C'est sur les programmes de fiction en particulier que les acquéreurs espagnols ont manifesté leur intérêt : les achats progressent de 30,5 % à 4,9 M€, deuxième niveau historique également. L'Espagne est le troisième acheteur des programmes de fiction français en 2020, derrière la Belgique et les Etats-Unis. Ces dernières années, l'Espagne était déjà devenue un territoire privilégié pour la fiction française, procédurale en particulier. Si les achats diminuent en animation (-25,1 % à 1,2 M€), ils progressent en documentaire à 1,6 M€ (+10,5 %).

La zone anglophone, constituée du **Royaume-Uni et de l'Irlande**, accuse une légère baisse de 2,8 % de ses achats de programmes audiovisuels français à 8,7 M€. Territoire toujours difficile pour les productions non anglophones, le niveau des achats atteint son plus bas niveau depuis 2013 (6,5 M€). Cette baisse est principalement le fait du documentaire, dont les achats reculent de 75,2 % à 0,5 M€ en 2020, après avoir atteint un niveau élevé en 2019 (2,1 M€). En animation également, les ventes diminuent de 14,8 % à 1,8 M€. Les achats de fictions françaises sont en forte hausse et doublent par rapport à 2019 à 1,9 M€ (+123,8 %), bien qu'ils restent inférieurs à la moyenne de la décennie (2,7 M€). Le format reste le premier genre sur le territoire, avec des achats en hausse de 27,4 % à 4,3 M€, soit 49,2 % des exportations vers la zone (37,6 % en 2019).

Pour la deuxième année consécutive, les achats en provenance de **Suisse** augmentent nettement : ils atteignent 7,6 M€ en 2020 (+24,1 % par rapport à 2019). Les achats progressent notamment en documentaire et s'élèvent à 3,1 M€ (+20,2 % par rapport en 2019). Ils représentent 40,5 % des achats de programmes français sur le territoire, juste devant la fiction (38,2 % en 2020), autre genre habituellement prisé des acheteurs suisses. Les achats de fictions françaises augmentent ainsi de 25,5 % à 3,0 M€. Les ventes d'animation s'établissent à 0,9 M€ en 2020, comme en 2019.

En **Scandinavie**, les ventes de programmes français ont enregistré leur niveau le plus faible de la décennie à 3,3 M€ (-33,7 % par rapport à 2019), contre une moyenne de 5,2 M€ ces dix dernières années. Si quelques ventes sont réalisées chaque année, notamment auprès des diffuseurs publics de la zone et en particulier en Suède, le marché scandinave est difficile d'accès depuis plusieurs années. Les pays scandinaves sont parmi les plus avancés en matière de délinéarisation des contenus et 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. Les ventes de documentaires reculent de 48,5 % à 0,8 M€.

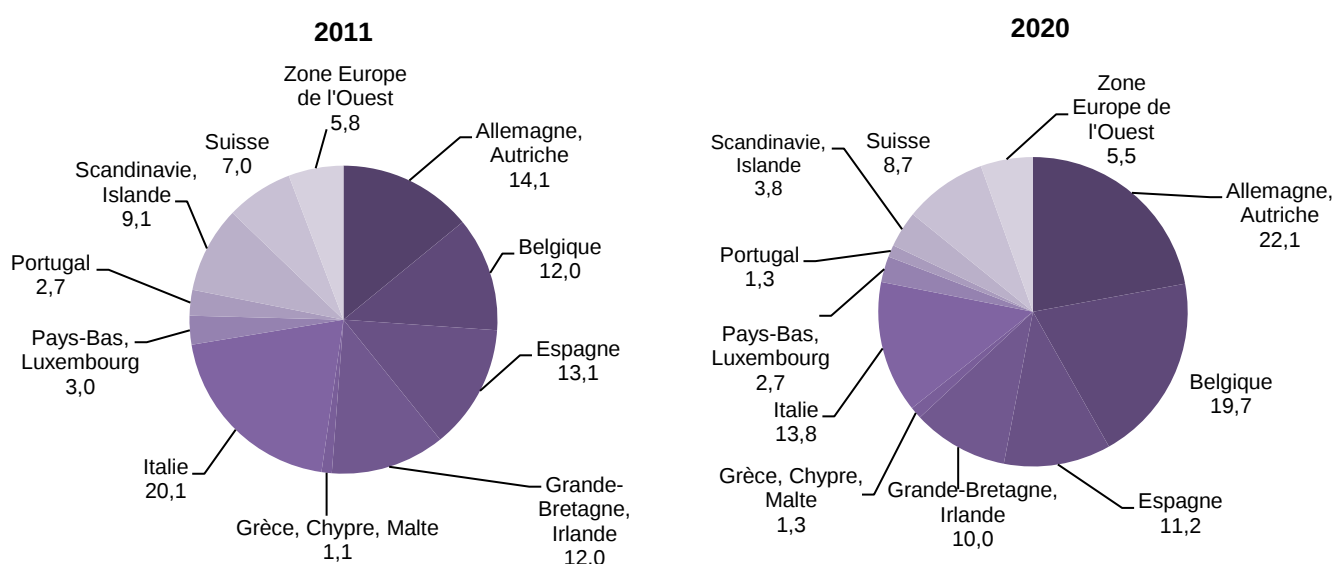
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Allemagne, Autriche	8,6	12,0	16,6	23,0	19,2	19,4	27,1	19,7	19,3	19,2	-0,4
Belgique	7,4	8,0	12,8	13,1	15,2	18,1	19,3	16,4	19,1	17,2	-10,2
Italie	12,3	8,4	10,1	12,3	9,7	12,1	14,3	12,1	13,1	12,0	-8,5
Espagne	8,0	4,0	5,4	4,6	7,9	7,1	8,2	9,8	7,9	9,7	+23,6
Grande-Bretagne, Irlande	7,4	8,3	6,5	9,0	10,7	16,1	12,2	12,3	9,0	8,7	-2,8
Suisse	4,3	4,2	6,1	6,5	7,6	5,7	6,7	4,0	6,1	7,6	+24,1
Scandinavie, Islande	5,6	6,2	6,7	5,8	5,6	4,7	5,1	3,9	5,0	3,3	-33,7
Pays-Bas, Luxembourg	1,9	2,9	1,6	2,7	4,6	3,7	6,6	3,0	4,4	2,4	-47,0
Portugal	1,7	1,1	0,7	1,0	1,5	1,6	1,2	1,3	1,2	1,1	-7,6
Grèce, Chypre, Malte	0,7	0,5	0,4	0,4	0,7	1,0	0,5	0,5	0,7	1,1	+59,9
Zone Europe de l'Ouest ¹	3,5	6,6	11,4	5,9	4,2	1,7	1,0	1,0	4,6	4,8	+3,2
Total	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	-3,7

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

Source : CNC-UniFrance.

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



Source : CNC-UniFrance.

b. Europe centrale et orientale en hausse, en particulier en Pologne

En 2020, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale progressent fortement : +20,0 % pour s'établir à 11,8 M€. Les ventes y restent néanmoins en deçà de la moyenne de ces dix dernières années (12,8 M€). La zone représente 6,0 % du total

des ventes à l'étranger en 2020, contre 5,0 % en 2019. Avec des achats qui doublent à 4,0 M€ (+103,7 % par rapport à 2019), la fiction devient le premier genre à l'export dans la zone, devant l'animation, dont les acquisitions progressent de 26,9 % à 3,6 M€. En revanche, les achats de documentaires français passent de 3,4 M€ en 2019 à 3,0 M€ en 2020.

En 2020, la **Pologne**, marché traditionnellement fort pour les programmes français en raison du grand nombre d'acteurs malgré des prix faibles, redevient le premier territoire de la zone devant la Russie (et les pays de l'ex-CEI) avec des achats en nette hausse de 129,0 % à 4,2 M€, plus haut niveau enregistré. En 2020, la Pologne représente 35,7 % des achats en provenance d'Europe centrale et orientale, soit une hausse de 17,0 points par rapport à 2019. Cette hausse concerne tous les genres, au premier rang desquels la fiction, dont les achats doublent et atteignent 1,1 M€ (+148,9 % par rapport à 2019). L'animation française a également suscité l'intérêt des acquéreurs polonais, avec des achats en hausse de 129,6 % à 1,4 M€. L'animation devient ainsi en 2020 le premier genre exporté vers la Pologne. Enfin, en documentaire, les achats progressent de 51,0 % à 1,1 M€.

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 recul en 2020 : les ventes à destination de la zone diminuent de 9,1 % et s'établissent à 2,2 M€, soit 18,3 % des ventes vers l'Europe centrale et orientale (-5,9 points par rapport à 2019). L'animation redevient le premier genre exporté dans la zone avec 0,8 M€ (+14,4 %), devant la fiction (0,7 M€) et le documentaire (0,6 M€).

Les exportations vers la zone « **République tchèque, Slovaquie** » sont stables en 2020 à 1,4 M€ (-1,0 % par rapport à 2019), tandis que celles à destination des **Pays Baltes** (Estonie, Lettonie, Lituanie) progressent de 141,8 % à 0,8 M€.

Les ventes multi-territoriales à l'échelle de l'Europe centrale et orientale peuvent constituer un débouché important pour les programmes français grâce à plusieurs réseaux couvrant de nombreux marchés de la région. En 2020, elles s'établissent à 1,2 M€ (-31,6 % par rapport à 2019) et représentent 10,1 % des ventes réalisées dans la zone (17,7 % en 2019).

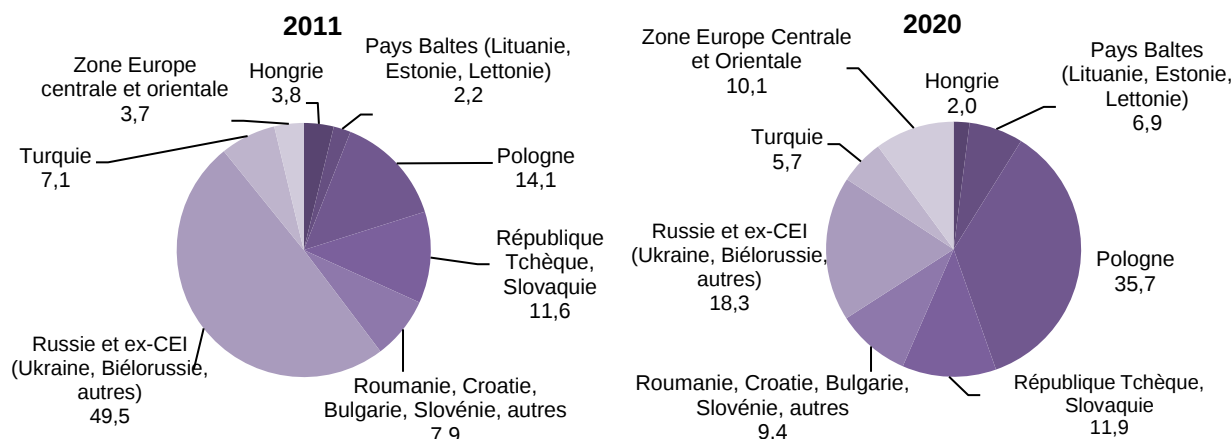
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Pologne	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8	2,7	4,0	2,7	1,8	4,2	+129,0
Russie et ex-CEI (Ukraine, Biélorussie, autres)	6,8	7,6	4,4	6,2	3,2	2,7	1,9	1,8	2,4	2,2	-9,1
République tchèque, Slovaquie	1,6	1,7	2,0	1,6	1,1	1,4	2,7	1,0	1,4	1,4	-1,0
Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres	1,1	1,3	1,9	1,4	1,4	0,7	2,0	1,7	1,3	1,1	-14,0
Pays Baltes (Estonie, Lettonie, Lituanie)	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	0,4	0,3	0,8	+141,8
Turquie	1,0	1,7	1,5	1,2	1,4	0,9	1,0	0,7	0,4	0,7	+83,9
Hongrie	0,5	0,7	1,0	1,4	0,9	0,6	1,2	0,5	0,5	0,2	-49,1
Zone Europe centrale et orientale ¹	0,5	2,0	1,0	0,6	0,8	0,7	1,9	0,6	1,7	1,2	-31,6
Total	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	+20,0

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

Source : CNC-UniFrance.

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



Source : CNC-UniFrance.

c. Légère hausse du marché nord-américain

En Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada), les ventes de programmes français augmentent de 3,2 % par rapport à 2019 et atteignent 25,3 M€. Deuxième zone d'export pour les programmes français, l'ensemble représente 12,9 % des ventes totales (+0,3 point).

Aux **Etats-Unis**, les ventes reculent de 11,0 % à 15,1 M€, niveau qui reste supérieur à la moyenne de 13,1 M€ des dix dernières années. Les Etats-Unis demeurent le troisième territoire d'export pour l'audiovisuel français en 2020, derrière l'Allemagne et la Belgique, et représentent 7,7 % des ventes en 2020 (-1,0 point). Après avoir connu trois années à des niveaux très élevés (plus de 11 M€), les ventes d'animation française aux Etats-Unis diminuent de 50,9 % à 5,9 M€ en 2020. L'animation reste néanmoins le premier genre sur le territoire, avec 39,0 % des ventes (70,7 % en 2019). A l'inverse, les ventes de fiction sont presque multipliées par trois et atteignent 5,2 M€ (+187,0 %), pour une part de marché qui passe de 10,7 % à 34,6 %. Il s'agit du plus haut niveau historique de ventes enregistré pour la fiction française aux Etats-Unis. Les achats de documentaires sont également en hausse sur ce marché et atteignent 3,1 M€ (+42,1 % par rapport à 2019).

Avec 5,9 M€ d'importations en 2020 et après plusieurs années de recul, le **Canada** augmente légèrement ses achats de programmes français (+2,8 %). Le niveau des ventes réalisées dans le pays reste toutefois inférieur à la moyenne de ces dix dernières années (7,0 M€). Malgré des ventes en recul de 11,8 %, l'animation reste le premier genre représenté, à 2,7 M€ de ventes, devant le documentaire (-11,3 % à 1,1 M€) et la fiction (-21,8 % à 0,7 M€, plus bas niveau depuis 2012). A l'inverse, après une année 2019 à un niveau très faible, les ventes de format repartent à la hausse et atteignent 1,4 M€ (+161,4 %), dans la moyenne de la dernière décennie.

En 2020, les ventes multi-territoriales à destination de la zone Amérique du Nord connaissent une hausse de 140,2 % et s'établissent à 4,3 M€.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Etats-Unis	5,6	9,9	8,1	13,7	10,4	14,4	20,2	16,6	17,0	15,1	-11,0
Canada	5,9	6,5	8,0	7,9	7,9	8,5	7,1	6,7	5,7	5,9	+2,8
Zone Amérique du Nord ¹	0,7	0,5	-	-	-	2,1	1,9	1,7	1,8	4,3	+140,2
Total	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	+3,2

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

Source : CNC-UniFrance.

d. Hausse de l'Asie, recul de la Chine

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie augmentent nettement en 2020 et atteignent 16,6 M€ (+12,4 % par rapport à 2019), plus haut niveau depuis 2016 (17,9 M€). La zone représente 8,4 % des ventes mondiales (+0,9 point).

Après quatre années consécutives de hausse, les achats en provenance de l'ensemble « **Chine, Hong Kong, Taïwan** » reculent de 13,0 % à 7,4 M€ en 2020, soit le deuxième plus haut niveau de ventes enregistré. Cette zone représente 44,9 % des exportations vers l'Asie / Océanie en 2020 (-13,1 points par rapport à 2019). Comme en 2019, l'ensemble de cette zone représente le sixième acheteur de programmes français au total. L'animation reste le genre phare et cumule depuis 2017 plus de 60 % des achats. Cette part s'élève à 71,0 % en 2020, malgré des ventes en baisse de 15,9 % à 5,3 M€. Comme en 2018 et 2019, l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » est le troisième marché d'exportation pour l'animation française, derrière l'Allemagne et les Etats-Unis. En hausse de 9,0 % par rapport à 2019, le documentaire représente 2,0 M€ en 2020. 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 progressent pour la deuxième année consécutive et atteignent 2,3 M€ en 2020 (+29,1 %), contre 2,0 M€ en moyenne sur ces dix dernières années. Le Japon représente 13,9 % des exportations vers la zone Asie / Océanie en 2020. 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 39,4 % des ventes réalisées dans le pays en 2020. Les ventes de fiction dans le pays passent de 0,2 M€ en 2019 à 0,6 M€ en 2020.

La zone « **Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques** » est en hausse en 2020 à 1,9 M€ (+38,8 %). Les pays émergents de la région du sud-est asiatique représentent un débouché de plus en plus intéressant en raison de la montée en puissance démographique et du développement de l'audiovisuel et des plateformes ciblant ces territoires.

Les exportations vers la zone « **Australie, Nouvelle-Zélande** » progressent de 20,6 % et atteignent 1,2 M€ en 2020, un niveau qui reste bas au regard de la moyenne des dix dernières années (1,8 M€). Le marché, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne et la production nationale, reste difficile à pénétrer.

En **Corée du Sud**, les ventes de programmes français reculent de 27,0 % en 2020 à 0,7 M€. L'animation représente 44,9 % des achats de programmes français en Corée du Sud en 2020.

Les ventes en **Inde** sont stables à un niveau faible en 2020 (0,4 M€), malgré l'attractivité croissante de ce marché pour l'animation française.

Les ventes multi-territoriales de programmes français en Asie sont multipliées par quatre et passent de 0,6 M€ en 2019 à 2,6 M€ en 2020.

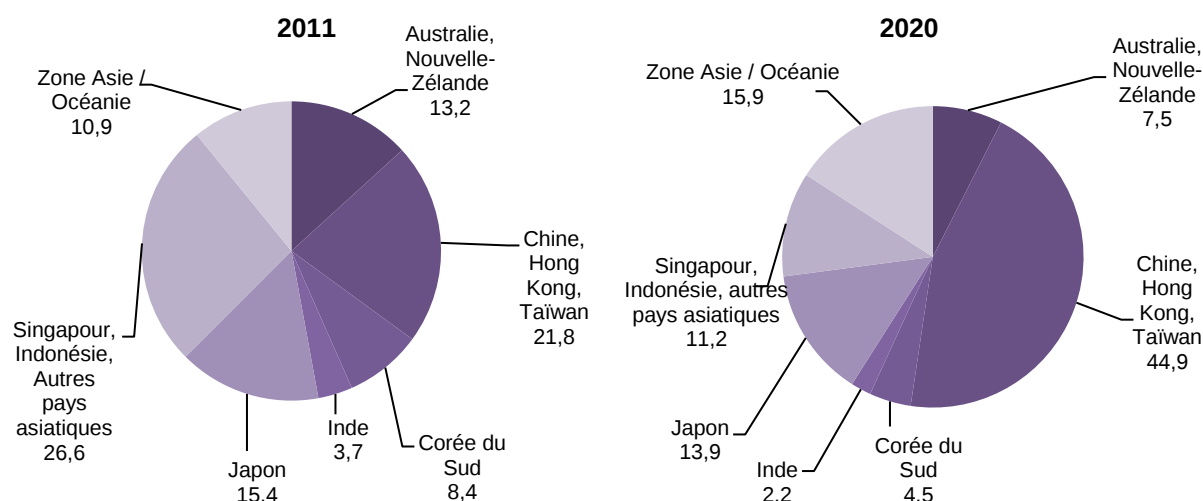
Ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Chine, Hong Kong, Taïwan	3,1	5,1	2,6	3,5	3,2	3,9	5,6	7,3	8,5	7,4	-13,0
Japon	2,2	3,1	1,8	2,6	2,1	2,3	2,6	1,4	1,8	2,3	+29,1
Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques	3,8	2,9	3,0	6,7	2,5	2,1	1,7	1,3	1,3	1,9	+38,8
Australie, Nouvelle-Zélande	1,9	1,9	2,5	2,2	1,4	2,0	2,1	2,1	1,0	1,2	+20,6
Corée du Sud	1,2	1,5	0,9	0,8	1,5	0,8	0,9	0,9	1,0	0,7	-27,0
Inde	0,5	1,0	0,7	0,5	0,5	4,0	0,6	0,9	0,4	0,4	-13,7
Zone Asie / Océanie ¹	1,6	2,9	1,6	1,1	3,8	2,9	1,2	0,5	0,6	2,6	+329,0
Total	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	+12,4

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

Source : CNC-UniFrance.

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



Source : CNC-UniFrance.

e. Recul des ventes en Afrique

Après avoir atteint un niveau historique en 2019, les ventes à destination des pays d'Afrique sont en baisse de 11,6 % à 6,5 M€ en 2020. L'Afrique représente 3,3 % des ventes de programmes français en 2020, contre 3,7 % en 2019.

Les ventes de programmes d'animation triplent en 2020 et atteignent 2,1 M€, plus haut niveau enregistré sur le continent. A l'inverse, les ventes de documentaire diminuent de 17,7 % à 2,0 M€. De la même manière, les ventes de fiction reculent de 29,7 % et s'établissent à 1,7 M€. Comme en 2019, l'essentiel des achats de programmes français est réalisé par des opérateurs continentaux : ceux-ci représentent 83,9 % des acquisitions en 2020 (79,0 % en 2019), pour un total de 5,4 M€ (5,8 M€ en 2019).

f. Hausse en Amérique latine

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine progressent de 36,0 % en 2020 à 4,8 M€, contre 4,5 M€ en moyenne les dix dernières années. La zone représente 2,4 % des ventes mondiales (+0,6 point par rapport à 2019). Cette augmentation est due à la croissance des ventes d'animation, qui atteignent 3,0 M€, soit une hausse de 85,4 % par rapport à 2019. A l'inverse, les ventes de programmes de fiction reculent de 36,6 % à 0,5 M€ et celles de documentaires baissent de 41,4 % à 0,5 M€ également.

En termes de territoire, le **Brésil** reste le premier marché d'Amérique latine, avec des ventes en hausse de 19,6 % à 1,3 M€, soit 26,3 % des ventes dans la région. Les **ventes multi-**

territoriales doublent par rapport à 2019 et atteignent 1,5 M€ (+103,9 %), alors que la moyenne s'établit à 1,8 M€ par an sur la dernière décennie. Les ventes au **Mexique** progressent à 0,6 M€ (+37,8 %), alors que celles à destination de l'**Argentine** reculent de 80,7 % à 0,1 M€. Par ailleurs, les autres pays d'Amérique latine (hors Brésil, Mexique et Argentine) ont de nouveau augmenté leurs achats de programmes français par rapport à 2019, à hauteur de 1,3 M€ (+52,9 %).

g. Augmentation des ventes au Moyen-Orient

Les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient repartent à la hausse, à 3,8 M€ en 2020 (+28,2 % par rapport à 2019). La moyenne sur ces dix dernières années s'établit à 4,6 M€.

Après plusieurs années de recul, les documentaires français, qui circulent traditionnellement bien auprès des diffuseurs de la zone, en particulier les réseaux régionaux MBC Al-Arabiya et Al Jazeera, voient leurs ventes progresser de 36,6 % par rapport à 2019, pour un total de 1,1 M€ d'achats. En 2020, les acquisitions de programmes d'animation s'établissent à 0,9 M€ (-14,3 % par rapport à 2019). Enfin, les ventes de format peuvent représenter des montants significatifs dans la zone : elles progressent de 72,1 % à 1,4 M€ en 2020.

h. Niveau élevé des ventes de droits monde

Ces droits font l'objet d'une catégorie distincte dans cette étude depuis 2015 et sont ventilés par genre depuis 2016.

Les ventes de droits monde (incluant celles portant sur des territoires de plusieurs continents) restent à un niveau très élevé en 2020, à 41,2 M€, en légère baisse de 2,8 % par rapport au niveau record de 2019. En six ans, les ventes de droits monde ont triplé. La part des droits mondiaux dans les ventes de programmes français s'élève à 20,9 % en 2020 (-0,7 point).

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 2020, 67,1 % 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. En 2016, la vidéo à la demande et la vidéo à la demande par abonnement ne représentaient que 28,6 % des ventes de droits mondiaux.

La vidéo à la demande gratuite, financée par la publicité, constitue également une source de revenus de plus en plus significative. En 2020, elle représente 12,0 % des ventes de droits monde, contre 7,8 % en 2019. Cette part est amenée à se renforcer avec la multiplication de plateformes reposant sur ce modèle économique et qui se déploient sur de plus en plus de territoires, comme Pluto TV (groupe ViacomCBS), ou Tubi (groupe Fox).

Qu'il s'agisse de droits télévisuels ou de vidéo à la demande, le premier genre bénéficiaire est l'animation, qui représente 63,0 % des ventes totales de droits mondiaux, une part en nette hausse par rapport à 2019 (+13,6 points). Les ventes de droits mondiaux d'animation sont en augmentation de 24,1 % à 25,9 M€ en 2020. A l'inverse, après avoir atteint un record en 2019, les ventes de droits mondiaux de programmes de fiction reculent de 62,5 %, à 5,0 M€. En documentaire, les ventes de droits monde progressent de nouveau fortement de 30,1 %, à 5,2 M€.

B. Analyse des ventes par genre de programmes

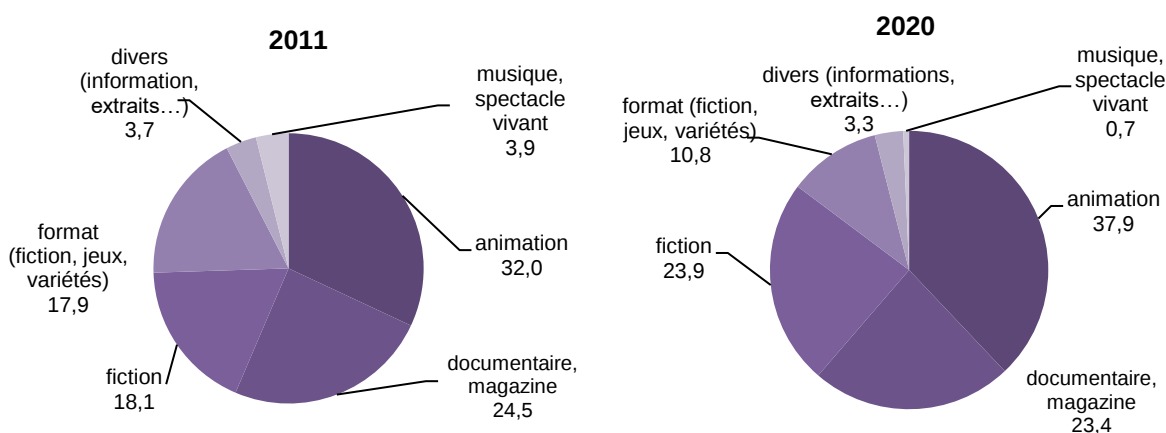
En 2020, les ventes de programmes audiovisuels sont en progression en documentaire et en fiction, mais en recul en animation. Malgré des ventes en baisse de 3,5 % par rapport au niveau historique de 2019, l'animation reste de loin le premier genre à l'export avec 74,7 M€ de ventes, soit 37,9 % du total. En documentaire, les ventes progressent de 4,5 % et établissent un nouveau record pour le genre, à 46,0 M€. Le documentaire représente 23,4 % du total des ventes, en hausse de 0,9 point par rapport à 2019. Le deuxième genre à l'export reste la fiction, avec des ventes en légère hausse, de 1,5 %, à 47,1 M€, soit 23,9 % du total des exportations. Les ventes de formats sont en nette augmentation : +12,6 % à 21,3 M€. Autre genre en hausse significative, les ventes de programmes de musique et les captations de spectacle vivant progressent de 21,0 %, à un niveau qui reste néanmoins peu élevé (1,3 M€). A l'inverse, la catégorie « informations / divers » connaît une baisse de 16,9 %, à 6,5 M€.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19 (%)
Animation	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7	-3,5
Fiction	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1	+1,5
Documentaire, magazine	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0	+4,5
Format (fiction, jeux, variétés)	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	21,3	+12,6
Divers (information, extraits...)	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	6,5	-16,9
Musique, spectacle vivant	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	1,3	+21,0
Total	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	+0,7

Source : CNC-UniFrance.

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



Source : CNC-UniFrance.

a. L'animation, toujours à un niveau très élevé

En 2020, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger connaissent un léger repli de 3,5 % par rapport au record établi en 2019 et atteignent 74,7 M€. L'animation représente 37,9 % des ventes totales en 2020 (-1,6 point par rapport à 2019).

L'année a été marquée par le niveau très élevé des ventes de droits monde, qui établissent un record à 25,9 M€. En revanche, les achats en provenance d'Europe de l'Ouest reculent de 22,0 % à 20,5 M€, comme ceux provenant d'Amérique du nord, qui baissent de 36,2 % à 9,7 M€.

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 2020 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.

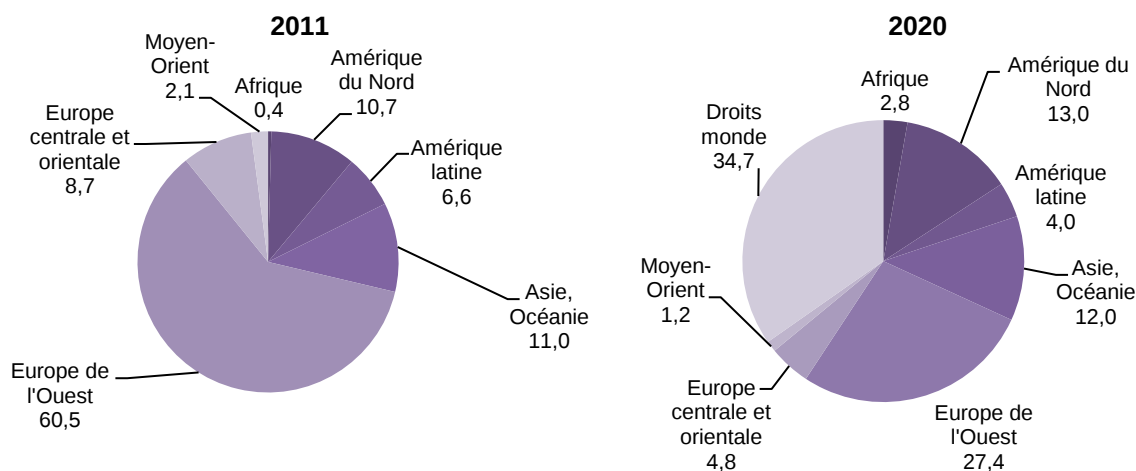
Les séries qui ont suscité l'intérêt des acheteurs ces dernières années ont continué à circuler très largement à travers le monde, suite à la mise sur le marché de nouvelles saisons, de renouvellements de droits, ou de la poursuite de leur cycle d'exploitation. La saison 2 de *Patamuse* (30x4' – JLA Productions) a ainsi rencontré un franc succès, sur la lancée de la première saison, avec des ventes en Chine, en Corée du Sud, au Canada, au Moyen-Orient, en Europe et sur TV5 Monde. Les deux saisons de la série *Paf le chien* (141x7' – Superprod, Animoka) ont été achetées par des diffuseurs d'Irlande, de Suède, Finlande, Chine, à Hong-Kong, Taïwan, au Vietnam ou encore en Côte d'Ivoire, pour une diffusion dans un total de 180 territoires. Enfin, la saison 3 de *Grizzy & les Lemmings* (78x7' au total – Studio Hari) a circulé en 2020 en Allemagne sur Super RTL et en Chine sur Mango TV et la saison 2 de la série a été acquise par Netflix pour le monde hors Chine et Allemagne, alors que la Saison 1 avait déjà eu beaucoup de succès sur la plateforme malgré une exposition déjà mondiale en télévision payante et gratuite.

De nombreuses autres séries françaises continuent de s'imposer sur le marché mondial, malgré la concurrence internationale forte. Les trois saisons de la série préscolaire *Simon* (156x5' – GO-N Productions) ont ainsi été acquises au Royaume-Uni par la chaîne Tiny Pop (groupe Sony), en Corée du Sud (EBS) et au Portugal, mais le succès de la série s'est également confirmé au Japon où la deuxième partie de la saison 1 a été vendue à la NHK, et sur Netflix qui a renouvelé ses droits sur la série.

Parmi les nouveautés, *L'imagier animé de Koumi* (52x5' – Le Regard Sonore) a séduit les acheteurs en Australie, au Canada, en Chine, à Hong-Kong et dans plusieurs pays d'Europe de l'Est.

Par ailleurs des séries abordant de nouvelles thématiques sont arrivées sur le marché et commencent à circuler, comme la mini-série *Culottées* (30x3'30 – Silex Films), diffusée en Europe sur plusieurs réseaux publics comme la Rai en Italie, la RTS en Suisse, RTP au Portugal et YLE en Finlande, la plateforme Auvio de la RTBF en Belgique, mais également la chaîne privée Gulli en Russie.

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



Source : CNC-UniFrance.

Les exportations de programmes d'animation en **Europe de l'Ouest** reculent de 22,0 % en 2020 à 20,5 M€, en-deçà de la moyenne de ces dix dernières années (24,1 M€). Les ventes sont en baisse dans la plupart des territoires de la zone. Au total, l'Europe de l'Ouest représente 27,4 % des ventes d'animation française dans le monde, en baisse de 6,5 points par rapport à 2019, et le niveau le plus faible de la décennie, preuve de la diversification des débouchés et de la moindre dépendance des acheteurs européens.

Malgré une baisse de 28,1 % de ses achats par rapport au niveau record de 2019, l'**Allemagne** (avec l'Autriche) est en 2020 le premier marché pour les programmes d'animation français avec 7,8 M€ de ventes (deuxième en 2019 derrière les Etats-Unis). En Allemagne, la chaîne payante du groupe Studio 100 a acheté la série *Jean-Michel, super caribou* (48x11', 1x22', 1x44' – Autour de Minuit), alors que celle-ci avait déjà été préachetée pour la chaîne jeunesse KiKA, et NDR. KiKA fait également l'acquisition de la série *Chien Pourri* (52x12' – Dandeloo, Folivari, Panique!, Pikkukala).

L'**Italie** demeure en 2020 le deuxième acheteur européen d'animation française et le quatrième mondial avec 2,8 M€ d'achats, soit une baisse de 29,8 % par rapport à 2019. En 2020, la RAI acquiert notamment la série préscolaire *Petit Malabar* (52x4' – Tchack) ainsi que *La Famille Blaireau-Renard* (52x12' – Dargaud Media, distribuée par Mediatoon Distribution), qui au total aura été vendue à plus de 25 diffuseurs dans une vingtaine de langues.

Le **Royaume-Uni** diminue ses achats de 14,8 % à 1,8 M€ en 2020, soit le niveau le plus faible de la décennie. La chaîne pour enfants Tiny Pop a fait l'acquisition de la série préscolaire *Simon* (52x5' - GO-N Productions), et la série *Mr. Magoo* (78x7' – Xilam), qui a déjà très largement circulé dans le monde en 2019, y a été achetée par le groupe Nickelodeon pour un lancement sur la chaîne Nicktoons. Au Royaume-Uni toujours, la plateforme Hopster a renouvelé ses droits sur la série *Petit Malabar* (52x4' – Tchack). En Irlande, la chaîne TG4 a acquis les droits de la saison 1 de *Taffy* (78x7' – Cyber Group Studios).

En **Belgique**, les ventes reculent de 40,0 % à 1,2 M€. La série *Les Blagues de Toto* (52x13' – Superprod, Digital Graphics, Atmosphere Media) y est notamment acquise par le groupe RTBF (ainsi que RTS en Suisse). La RTBF s'est également engagée sur la saison 4 de *Kaeloo* (149x7'

– Cube Creative) et sur la série *Chien Pourri* (52x12' – Dandeloo, Folivari, Panique !, Pikkukala) (de nouveau comme RTS).

En **Espagne** également, après avoir fortement augmenté en 2019, les ventes d'animation diminuent et s'établissent à 1,2 M€ en 2020 (-25,1 %). La chaîne payante pour enfants Canal Panda y a fait l'acquisition de *Jean-Michel, super caribou* et de *Chien Pourri* (52x12' – Dandeloo, Folivari, Panique!, Pikkukala). La saison 1 de la série à succès international *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios) a par ailleurs été achetée par le groupe RTVE.

Seul marché européen en hausse pour l'animation en 2020, la zone **scandinave** augmente ses achats de 63,6 % en 2020 à 1,8 M€. Les chaînes SVT en Suède et YLE en Finlande ont notamment acheté la série d'animation préscolaire *Pompon Ours* (39x7' – Supamonks).

Parmi les autres pays de la zone, le **Portugal** diminue ses achats de 52,0 % à 0,3 M€ tandis que la **Grèce** les maintient à 0,2 M€. En 2020, la RTP au Portugal et ERT en Grèce font l'acquisition de la série *Athléticus* (60x2'15 – Xilam).

Après six années consécutives de hausse, les ventes d'animation française en **Amérique du Nord** s'établissent à 9,7 M€, soit un recul de 36,2 % par rapport au niveau record atteint en 2019. La zone représente 13,0 % des ventes totales d'animation (-6,7 points), plus faible niveau depuis 2014 (12,8 %). Les **Etats-Unis** chutent d'une place et deviennent en 2020 le deuxième acheteur mondial d'animation française derrière l'Allemagne. Les achats américains d'animation française reculent ainsi de 50,9 % à 5,9 M€, après avoir atteint un niveau record en 2019 à 12,0 M€. Au **Canada**, les ventes d'animation française reculent de 11,8 %, pour un montant total de 2,7 M€. La série d'animation franco-belge *Mush-Mush & les Champotes* (48x11', 2x22' – La Cabane Productions, Thuristar) a été acquise aux Etats-Unis par le groupe WarnerMedia pour sa chaîne Cartoon Network et la plateforme HBO Max. La série préscolaire est également présente sur les chaînes Boomerang et Cartoon Network du groupe en Australie, en Afrique, en Asie/Pacifique et en Amérique latine. La plateforme HBO Max a par ailleurs acheté auprès de Federation Kids & Family la série *Squish* (52x13' – Cottonwood Media, Planeta Junior), par ailleurs diffusée au Canada, mais également en Corée du Sud, en Israël et en Espagne notamment. Au Canada encore, la plateforme de vidéo à la demande de Radio Canada ICI Tou.tv a acheté la saison 3 de la série à succès international *Les Lapins crétins* (78x7' – Ubisoft Motion Pictures) et la chaîne TVO a pris les droits sur la série d'animation *Petit Malabar* (52x4' – Tchack). Les trois saisons de la série *Garfield et Compagnie* (156x11' - Dargaud Media) ont été acquises par Netflix aux Etats-Unis auprès de Mediatoon Distribution. Enfin, la plateforme Ameba TV, disponible aux Etats-Unis et au Canada, a acheté plusieurs programmes d'animation français en 2020 dont la série *La Cabane à histoires* (49x7' – Dandeloo, Caribara).

Les ventes d'animation en **Asie / Océanie** progressent de 2,0 % en 2020 et atteignent 9,0 M€, deuxième plus haut niveau enregistré après le record de 2016 (10,5 M€). La zone représente 12,0 % du total des ventes dans le monde (+0,6 point). Après plusieurs années de hausse significative, les ventes à destination de la zone « **Chine, Hong Kong, Taïwan** » reculent de 15,9 % à 5,3 M€. Celle-ci reste néanmoins la troisième zone d'export de l'animation française. Malgré les régulations complexes et la nécessité de passer par un intermédiaire local, le besoin en programmes des plateformes de VàD, dominées par les géants locaux Baidu, Alibaba et Tencent fait de la Chine un territoire majeur pour l'animation française. La plateforme Senyu a notamment acquis la série d'animation *Alvin !!! & les Chipmunks* (Bagdasarian Productions, Technicolor Animation), par ailleurs présente sur les chaînes Nickelodeon (CBS Viacom) dans

le monde et sur plus de 110 plateformes gratuites. En Chine également, le groupe public CCTV a acheté la série *Non-Non* (52x7' + 2x26' – Autour de Minuit) vendue par MIAM ! tandis que la série *Kikoumba* (78x7' – TF1 Production) a été acquise par le distributeur Wekids. Enfin, en plus de sa diffusion sur la chaîne publique dédiée à la jeunesse CCTV14, la série *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios) a été acquise par la plateforme Youku. A Hong-Kong, c'est la série *Paf le chien* (141x7' – Superprod, Animoka) qui a trouvé preneur auprès de la chaîne publique RTHK. Les ventes d'animation au **Japon** représentent 0,5 M€ en 2020, comme en 2019. Le reste de l'Asie constitue un débouché important pour l'animation française : les ventes multi-territoriales vers la zone représentent ainsi 1,4 M€ en 2020, tandis que celles vers Singapour, l'Indonésie, et les autres pays d'Asie du Sud-Est s'élèvent à 0,7 M€, en hausse de 25,1 % par rapport à 2019.

En **Europe centrale et orientale**, les ventes d'animation progressent de 26,9 % à 3,6 M€ en 2020. La zone est à l'origine de 4,8 % des importations d'animation française en 2020, contre 3,6 % en 2019. Les achats en provenance de **Russie** augmentent de 14,4 % à 0,8 M€, mais c'est surtout en **Pologne** que les acquisitions progressent : elles s'établissent à 1,4 M€, soit une hausse de 129,6 % par rapport à 2019. La série *Patamuse* (60x4' – JLA Productions) a trouvé preneur chez plusieurs diffuseurs de la zone, dont LTV en Lettonie, RTV en Slovaquie (2 saisons) ou encore SBB dans les pays de l'ex-Yougoslavie (première saison). En République tchèque, c'est la série *Non-Non* (52x7' et 2x26' – Autour de Minuit) qui a été acquise par Česká televize. Les séries *Will* (52x2' - Cross Rover Productions) et *Handico* (12x3' - Cross Rover Productions) ont également été achetées par TVP en Pologne et RTVS en Slovaquie. En Russie, la série *Simon* (52x5' - GO-N Productions) a été achetée par la plateforme ivi.ru en 2020.

Autre zone en hausse, l'**Amérique latine** augmente ses achats de 85,4 % à 3,0 M€ en 2020, soit le plus haut niveau de la décennie. La chaîne mexicaine TV Azteca a notamment acheté la première saison de *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios). Toujours au Mexique, Canal Once a acquis les droits d'autres séries produites par Cyber Group Studios : *Zou* (52x11'), *Nos Voisins les pirates* (52x11') et *Les Enquêtes de Mirette* (51x11'), ces deux dernières ayant également été achetées au Brésil par EBC TV. Le réseau public TV Brasil a également fait l'acquisition de la série *La Famille Blaireau-Renard*.

En **Afrique**, les programmes d'animation française représentent 2,1 M€ de ventes en 2020, contre 0,7 M€ en 2019, soit le plus haut niveau de la décennie. Sur la zone, la série *Jean-Michel, super caribou* a été acquise via le distributeur régional GHI. Le groupe Turner a pris les droits sur la série d'animation *Kikoumba* (78x7' – TF1 Production) pour les chaînes Boomerang, tandis que la plateforme sud-africaine Showmax a acheté la série *Jamie a des tentacules* (104x11' – SAMKA Productions).

Au **Moyen-Orient**, les ventes de programmes d'animation français reculent de 14,3 % à 0,9 M€ en 2020. Le réseau MBC a fait l'acquisition de la série *Kaeloo* (149x7' – Cube Creative) ainsi que de la série *Kikoumba* pour une diffusion dans la zone. Sur la zone Moyen-Orient et Afrique du Nord, le réseau Discovery Kids fait l'acquisition de la série *Les Blagues de Toto*.

Enfin, l'année 2020 est marquée par une nouvelle hausse des ventes de **droits monde**, qui représentent désormais 34,7 % des exportations totales d'animation (27,0 % en 2019). Les ventes monde d'animation atteignent 25,9 M€, soit une augmentation de 24,1 % par rapport à

2019. Netflix a ainsi pris les droits monde de première fenêtre pour la série produite par Xilam *Trico* (78x7'). Par ailleurs, les droits exclusifs en télévision payante des deux saisons de la série *Athléticus* (60x2'15 – Xilam) ont été acquis par Nickelodeon sur les zones Asie/Pacifique, Amérique latine, et Moyen-Orient/Afrique, en plus de certains territoires où les droits télévisuels ont été pris dans leur intégralité par le groupe, comme l'Italie ou le Benelux.

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, la chaîne YouTube du programme *Zig & Sharko* (Xilam) a franchi un nouveau cap en 2020 en dépassant les 10 millions d'abonnés dans le monde et 6 milliards de vues.

b. Hausse des ventes de fiction

En 2020, les ventes internationales de fiction française repartent à la hausse et atteignent 47,1 M€ (+1,5 % par rapport à 2019). Le genre représente 23,9 % des ventes de programmes audiovisuels français (+0,2 point par rapport à 2019). Sur la dernière décennie, le poids de la fiction dans les exportations françaises s'établit à 24,5 %. Les achats progressent en particulier en Amérique du nord où ils doublent pour atteindre 7,3 M€, deuxième plus haut niveau après 2017 (7,9 M€). En Europe de l'Ouest, les achats s'établissent à 26,7 M€ (+13,9 % par rapport à 2019). La principale baisse concerne les ventes de droits monde de programmes de fiction qui reculent de 62,5 % à 5,0 M€.

Les fictions françaises font face à un marché international toujours plus concurrentiel, malgré la forte demande de contenus des nouveaux acteurs et des diffuseurs linéaires. Si les plateformes mondiales privilégient toujours plus la production originale par rapport à l'acquisition de programmes, elles ont néanmoins contribué à la circulation des programmes non anglophones. Les succès récents comme *Dix pour cent* sur Netflix ont contribué à mettre en valeur la France sur la carte mondiale des pays producteurs de fiction.

L'année 2020 a ainsi confirmé le succès de plusieurs productions françaises, dont le concept séduit autant que le programme lui-même.

La saison 5 de la série *Le Bureau des légendes* (50x52' – TOP - The Oligarchs Productions, Federation Entertainment) a été acquise par la quasi-totalité des diffuseurs des saisons précédentes, parmi lesquels Sundance aux Etats-Unis, au Canada et au Royaume-Uni, SBS en Australie, Rialto en Nouvelle-Zélande, ou encore les chaînes publiques scandinaves SVT en Suède, NRK en Norvège et YLE en Finlande. Au-delà de ces diffuseurs, la série a été acquise dans son intégralité par de nouveaux acheteurs, comme la plateforme Joyn Plus+ (groupe ProSiebenSat.1/Discovery). La série, reconnue comme une des meilleures séries internationales récentes par le *New York Times* et disponible dans un total de 112 territoires, suscite également de l'intérêt pour des adaptations dans plusieurs pays (dont les Etats-Unis et la Corée du Sud).

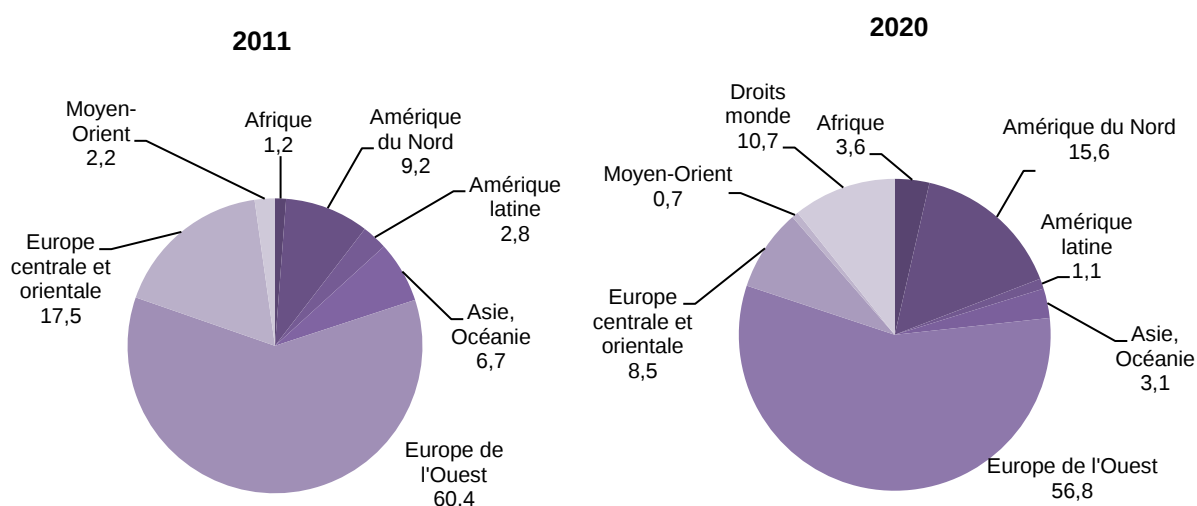
Dans un autre genre, la saison 4 de la série *Dix pour cent* (6x52' – Mon Voisin productions, Mother Production) a de nouveau été acquise par Netflix en 2020 (droits monde, hors Allemagne et Autriche), la plateforme ayant déjà acquis précédemment les trois premières saisons, et là

encore, avec de nombreux achats d'options sur le format et des adaptations en cours de développement.

Autre exemple de succès qui se poursuit, la troisième saison de la coproduction jeunesse *Léna, Rêve d'étoile* (78 x 26' – Cottonwood Media, ZDF Enterprises) a été acquise par ABC en Australie, RTBF en Belgique et par SIC Kids et RTP au Portugal, tandis que les deux premières saisons ont été vendues notamment à NHK au Japon, à Disney pour la zone Amérique Latine et à Showmax pour l'Afrique anglophone. Au total, la série est diffusée dans 130 pays.

La production française est par ailleurs particulièrement riche en séries d'enquêtes policières. *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie* (27x90' - Escazal Films) ont été vendus dans plus de 80 territoires dans le monde, aussi bien en Europe qu'en Asie, avec des diffuseurs très variés. Elle a su convaincre des acheteurs aux positionnements très différents : chaînes gratuites et payantes, publiques et privées, et des plateformes. Dans cette même veine, une grande variété de séries procédurales françaises s'exporte chaque année, en premier lieu en Europe, parmi lesquelles *Tandem*, la collections des *Meurtres à ...*, *L'Art du crime*, *Capitaine Marleau*, *Alexandra Ehle*, *La Stagiaire*, *Tropiques Criminels*.

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



Source : CNC-UniFrance.

Après deux années de baisse, les ventes de fiction française à destination d'**Europe de l'Ouest** repartent à la hausse et progressent de 13,9 % à 26,7 M€. La moyenne sur la dernière décennie s'établit à 24,3 M€. L'Europe de l'Ouest reste de loin la principale zone d'export pour la fiction française. Elle représente 56,8 % des ventes totales, contre une moyenne de 59,9 % sur les dix dernières années.

En 2020, la **Belgique** est le premier marché mondial pour la fiction française (deuxième en 2019 derrière l'Italie), devant les Etats-Unis et l'Espagne. Les achats belges progressent de 2,2 % et atteignent 5,4 M€ en 2020. La chaîne flamande VRT a notamment acquis les séries *Maman a tort* (6x52' – France.tv studio) et *Innocentes* (6x52' – Gazelle & Cie), tandis que la troisième saison de *Léna, Rêve d'étoile* a été vendue à la RTBF. L'autre territoire francophone, la Suisse, augmente ses achats de 25,5 % à 3,0 M€ en 2020.

A l'image de ces dernières années, l'Europe du Sud constitue un débouché important pour la fiction française. En **Espagne**, les achats progressent de 30,5 % et atteignent 4,9 M€, deuxième plus haut niveau après le record de 2018 (6,4 M€). En **Italie** en revanche, les ventes reculent de 15,3 % à un niveau qui reste néanmoins élevé (4,7 M€). Les séries procédurales rencontrent toujours un succès important dans la région qui se confirme au fil des années. Les quatre premières saisons de la série *Tandem* (DEMD Productions) ont été acquises par le groupe Antena 3 auprès de LS Distribution (groupe Mediawan), après avoir été précédemment diffusées sur la chaîne Cosmo TV sur le même territoire. La chaîne Cosmo TV a également acheté la saison 4 de *Dix pour cent* (6x52' – Mon Voisin Productions, Mother Production). Toujours en Espagne, la chaîne Calle 13 (groupe NBC Universal International Networks) a fait l'acquisition d'épisodes de *Meurtres à...* (26x90'), ainsi que de la série *Capitaine Marleau* (24x90' – Passion Films), cette dernière ayant également été achetée par Disney pour l'Italie. Toujours dans l'univers judiciaire, la série *La Stagiaire* (44x52' - Elephant Story) a été vendue au groupe Viacom Espagne pour Paramount Channel. La chaîne italienne Giallo, du groupe Discovery, a fait l'acquisition de la série *Alexandra Ehle* (9x90' – Carma Films, JLA Productions) auprès de Film&Picture. Enfin, toujours en Italie, la plateforme RaiPlay a fait l'acquisition de la série *Stalk*, créée pour la plateforme Slash du groupe France Télévisions (20x23' – Silex Films)

Alors que les ventes de fiction à destination de la zone germanophone (**Allemagne + Autriche**) étaient à un niveau faible en 2019, celles-ci repartent à la hausse à 4,4 M€ en 2020 (+55,4 % par rapport à 2019). L'année 2020 reste inférieure à la moyenne de ces dix dernières années (6,2 M€). En Allemagne, la série *HP* (10x55' – Lincoln TV, distribuée par Playtime) a été acquise par la plateforme Sooner.de. La première saison de la série *Tropiques Criminels* (8x52' – Federation Entertainment) a par ailleurs été vendue notamment à ProSieben en Allemagne (et à Disney pour la zone Europe de l'Est) tandis que l'autre série policière *L'Art du crime* (6x52' – Gaumont) est disponible sur ZDF Neo.

La fiction française repart à la hausse au **Royaume-Uni et en Irlande** et atteint 1,9 M€, soit une hausse de 22,0 % par rapport à 2019, à un niveau qui reste néanmoins faible. Ces territoires, peu orientés vers la fiction non anglophone, sont traditionnellement difficiles à pénétrer en raison notamment de la très grande richesse de la production locale. Au Royaume-Uni, les droits de diffusion de la série fantastique *La Dernière Vague* (6x52' – Kwaï) ont néanmoins été acquis par le groupe public BBC, la série ayant également suscité l'intérêt des groupes ZDF en Allemagne et Atresmedia en Espagne. La plateforme All4 (Channel 4) a également fait l'acquisition de la série *Trauma* (6x44' – Empreinte Digitale) auprès de Playtime. La série a par ailleurs été acquise par une autre plateforme, Walter Presents, pour les Etats-Unis, par Proximus en Belgique, et est diffusée sur plusieurs chaînes européennes du groupe NBCUniversal International Networks en Pologne, en Espagne, et dans la zone germanophone.

En **Scandinavie**, autre territoire peu ouvert aux productions françaises, les ventes de fiction progressent néanmoins et atteignent 0,5 M€ contre 0,2 M€ en 2019.

Les ventes de fiction française en **Amérique du Nord** augmentent fortement de 134,1 % en 2020 et atteignent 7,3 M€, deuxième plus haut niveau enregistré après 2017 (7,9 M€). L'Amérique du Nord représente 15,6 % des ventes totales, contre 6,7 % en 2019. Ce sont les Etats-Unis qui portent cette hausse : les achats de fiction française y progressent de 187,0 % à 5,2 M€, plus haut niveau historique. Aux **Etats-Unis**, plusieurs séries policières ont ainsi trouvé preneur chez

le réseau public spécialisé dans les contenus internationaux MHZ Networks, dont les *Meurtres à...*, *Capitaine Marleau*, *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie* et *Crimes parfaits*. Le groupe s'est également porté acquéreur des séries *Piégés* (2x52' - ITV Studios France, Capa Drama, Be-Films), *Les Secrets* (3x52' - Beaubourg Stories), ou encore *Speakerine* (6x52' - Macondo), vendues par ITV Studios. La plateforme Acorn TV a par ailleurs acheté les séries *Balthazar* (16x52' - Beaubourg Stories) et *On va s'aimer, un peu, beaucoup...* (8x52' - Merlin Productions, Fontaram) (également pour le Royaume-Uni pour cette dernière). Autre service à la demande, la plateforme lancée aux Etats-Unis et au Canada en novembre 2019 Topic a fait l'acquisition de la série *Parlement* (10x26' - Cinétévé), créée pour la plateforme en ligne de France Télévisions. Enfin, la plateforme de WarnerMedia HBO Max a acheté la coproduction franco-israélienne, création originale Canal+, *Possessions* (6x52' - Haut et Court TV, Quiddity). Au **Canada**, les achats de fiction française reculent de 21,8 % et atteignent le plus bas niveau de la décennie à 0,7 M€.

Les ventes de fiction française en **Europe centrale et orientale** doublent et atteignent 4,0 M€ en 2020, soit 8,5 % des ventes mondiales (4,2 % en 2019), dans la moyenne de ces dix dernières années (3,8 M€). Les ventes en **Pologne** en particulier augmentent fortement à 1,1 M€, soit une hausse de 148,9 % par rapport à 2019. Dans la région, de nouveaux épisodes de la série *Meurtres à...* (26x90') arrivent sur la chaîne hongroise TV2. Sur la zone, la série *Capitaine Marleau* (24x90' - Passion Films) a été achetée par NBC Universal pour les territoires des Balkans. En **Russie**, les ventes passent de 0,3 M€ en 2019 à 0,7 M€ en 2020. Plusieurs séries françaises sont disponibles sur la plateforme de vidéo à la demande par abonnement locale Start diffuse ainsi des séries aux profils très variés dont *Stalk* (10x23' - Silex Films), *Astrid et Raphaëlle* (6x52' - JLA Productions), ou encore *A l'intérieur* (6x52' - Elzévir Films).

Les ventes de fiction en **Afrique** diminuent de 29,7 % en 2020 à 1,7 M€. Le marché africain est 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.

Les ventes de fiction française en **Asie / Océanie** repartent à la hausse en 2020 et atteignent 1,4 M€ (+34,9 % par rapport à 2019), contre une moyenne de 1,9 M€ sur ces dix dernières années. La fiction ne représente que 2,0 % des achats de programmes français dans la zone « **Chine, Hong Kong, Taïwan** » en 2020. Au **Japon**, les ventes de fiction française représentent 0,6 M€, soit une hausse de 29,1 % par rapport à 2019. Le genre pèse 27,3 % des exportations vers le territoire. La série policière *L'Art du crime* (6x52' - Gaumont) y a été de nouveau été vendue au groupe public NHK. En **Corée du Sud**, c'est la série *Possessions* (6x52' - Haut et Court TV, Quiddity) qui a été acquise par la plateforme Watcha.

En **Amérique latine**, les ventes de fiction passent de 0,8 M€ en 2019 à 0,5 M€ en 2020 (-36,6 %). La série *Candice Renoir* (68x52' - Boxeur de lune, Boxeur 7) y a été vendue au réseau AXN (groupe Sony Pictures Television) sur la zone. Au total, la série a déjà été vendue dans plus de 80 territoires.

Après avoir atteint un niveau particulièrement élevé en 2019 à 13,4 M€, les ventes de **droits monde** de fiction française reculent de 62,5 % en 2020 et s'établissent à 5,0 M€. Elles représentent 10,7 % du total des ventes de fiction française à l'étranger en 2020, contre 29,0 %

en 2019. 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'accords multi-territoriaux ou monde. La saison 4 de la série *Dix pour cent* (6x52' – Mon Voisin productions, Mother Production) a de nouveau été acquise par Netflix en 2020 (droits monde, hors Allemagne et Autriche), la plateforme ayant déjà acquis précédemment les trois premières saisons. Netflix a par ailleurs fait l'acquisition en 2020 de l'exclusivité des droits V&A de l'unitaire *Jonas* (90' - En compagnie des lamas) pour le monde entier.

c. Nouveau record pour les exportations de documentaires

Les ventes de documentaires français à l'international progressent de 4,5 % à 46,0 M€ en 2020, soit un nouveau record historique. Le genre capte 23,4 % des recettes (+0,9 point par rapport à 2019).

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).

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 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.

Parmi les genres qui restent populaires, les documentaires traitant de sujets historiques avec un angle scientifique voyagent facilement dans le monde. La série *Pyramides, le secret des bâtisseurs* (6x45' – Pernel Media, Smithsonian Channel) a ainsi été vendue par Can't Stop Media dans de nombreux territoires à travers le monde dont la chaîne Sky History au Royaume-Uni, Discovery en Espagne, ZDF Enterprises en Allemagne ou encore Ceska Tv en République tchèque. La série *Megapolis* (4x52' – Indigènes, vendue par ZED), qui traite de l'histoire antique, est également un succès commercial et a été acquise aussi bien en Espagne, en Italie, en Suède et en République tchèque qu'en Australie et à Hong Kong.

En histoire toujours, le documentaire *Toutankhâmon, le trésor redécouvert* (1x52' – Illiade Productions, Les Films de l'Odyssée, distribué par Arte France) a beaucoup circulé et a été acquis par des diffuseurs variés comme la NHK au Japon, CCTV en Chine, SBS en Australie, Al Jazeera au Moyen-Orient, mais aussi Movistar en Espagne, le groupe Mediaset en Italie, RTL en Allemagne, Kultura TV en Russie et la plateforme CuriosityStream.

Les plateformes spécialisées dans le documentaire s'avèrent être des acteurs incontournables pour la circulation internationale des programmes français. Au premier rang de celles-ci,

CuriosityStream a fait l'acquisition en 2020 de nombreux titres dont les trois saisons de la série d'enquêtes criminelles *Indices* (30x52' – Phare ouest) et la première saison de la série *Duels* (6x52), vendues par Balanga. De manière générale, les programmes d'investigation français, particulièrement plébiscités par les téléspectateurs français, rencontrent un succès particulier à l'international.

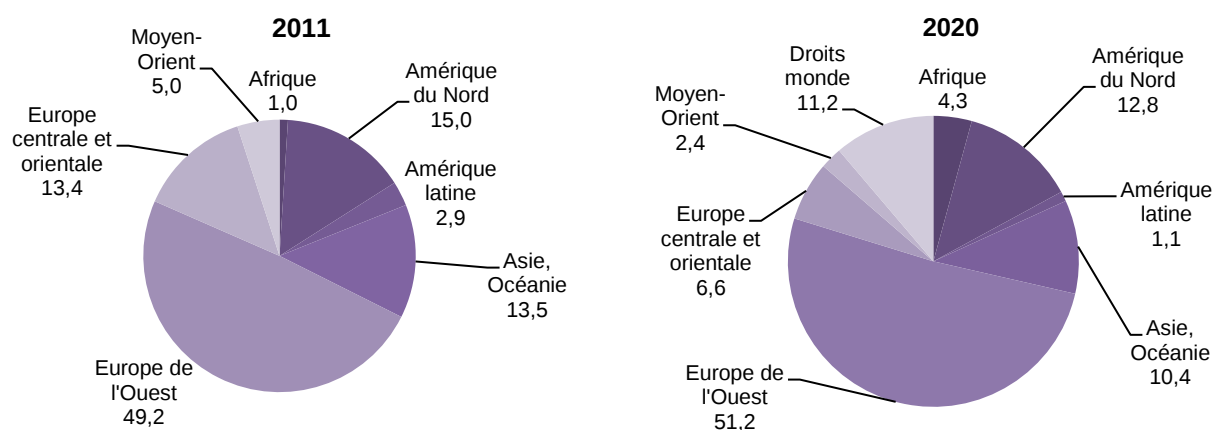
D'autres documentaires historiques ont suscité de l'intérêt en raison de leur résonance avec l'actualité. Parmi ceux-ci, *KKK, une histoire américaine* (2x45' – Roche Productions) a été vendu par ZED à La7 (Italie), Alliant Content (droits de V&A), TVE (Espagne), Canal Curta (Brésil), ITI Neovision (Pologne). De la même manière, le documentaire *Cuba, la révolution et le monde* (2x52' – Brook Lapping, BBC, Temps Noir), s'est vendu dans de très nombreux territoires dont Planete+ en Pologne, Sky Arte en Italie, RTP au Portugal, HRT en Croatie, et National Geographic aux Etats-Unis, au-delà de plusieurs préachats dont la BBC, la SVT en Suède, et Radio-Canada/CBC au Canada.

Autre genre très populaire chez les acheteurs, les documentaires de nature et découverte sont très présents dans la production française. Le titre *Supernature* (5x52' – TV Only) a été vendu en Espagne, en Suisse, au Japon, par le réseau Al Jazeera, tandis que *Le Génie des Arbres* (90' ou 2x45' – Hauteville Productions) a été vendu en Allemagne, en Espagne, en Chine, en Corée du Sud et au Moyen-Orient.

Encore en 2020 la demande a été forte pour les documentaires animaliers, dont l'unitaire *Le Clan des cachalots* (52' – Tohubohu), acheté toujours par CuriosityStream en vidéo à la demande, mais aussi par Al Jazeera au Moyen-Orient, True Visions en Thaïlande et en Europe par FTV Prima en République tchèque, RTP au Portugal et RTS en Suisse. Autre unitaire, *L'Île aux loutres* a été acquis par de nombreuses chaînes en Europe et par la chaîne documentaire CCTV9 en Chine.

Comme dans les autres genres audiovisuels, les préventes jouent un rôle clé dans le documentaire, en particulier sur les documentaires à caractère événementiel comme le documentaire *Notre-Dame de Paris, le défi des Bâisseurs* (2x52' - Program33), qui a été préacheté par une vingtaine de diffuseurs en 2020, dont ZDF en Allemagne, AMC en Espagne, CCTV en Chine ou encore EBS en Corée du Sud.

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



Source : CNC-UniFrance.

Malgré une baisse de 2,5 %, les achats de documentaires français en provenance des territoires d'**Europe de l'Ouest** restent à un niveau très élevé à 23,6 M€. La zone représente 51,2 % des ventes mondiales de documentaires français (-3,7 points par rapport à 2019), au-dessus des 50 % pour la troisième année consécutive.

Comme ces dernières années, la **Belgique** est le premier marché pour le documentaire français, devant l'Allemagne. Ses achats reculent néanmoins de 10,7 % par rapport à 2019 à 7,4 M€. Comme en 2019, le documentaire est le premier genre vendu dans le pays. RTBF a notamment fait l'acquisition du dernier volet de la série *Apocalypse, Hitler attaque à l'ouest* (2x52' – CC&C) auprès de France tv distribution, tandis que du côté de la Belgique flamande, VRT achète *Apocalypse : La Guerre des mondes* (6x52') et la mini-série documentaire *Histoire du trafic de drogue* (3x52' – Yami 2, vendu par Arte Distribution).

Les ventes à destination de la zone germanophone (**Allemagne + Autriche**) progressent de 32,9 % à 5,4 M€. La série *La Guerre des trônes, la véritable histoire de l'Europe* (4x45', 6x45' – Pernel Media) poursuit en 2020 sa carrière à l'international avec la vente de ses trois saisons à la ZDF en Allemagne. La chaîne Geo TV du groupe RTL a, quant à elle, acquis le nouveau volet de la populaire série de documentaires de Yann Arthus-Bertrand, *L'Égypte vue du ciel* (90' ou 2x45' – CALT Production, Hope Production).

Autre territoire privilégié pour le documentaire français, la **Suisse** augmente ses acquisitions de documentaires de 20,2 % à 3,1 M€, faisant du pays le troisième territoire d'export européen pour le genre.

L'**Italie** diminue ses achats de 6,3 % à 2,1 M€ tandis que les ventes vers l'**Espagne** progressent de 10,5 % à 1,6 M€. En Espagne, le documentaire de la série *Apocalypse Hitler attaque à l'ouest* (2x52' – CC&C) a suscité l'intérêt du groupe RTVE et le groupe Telefónica a acheté le programme d'investigation *Trump face au FBI* (75' - Pumpnickel Films, Allumage). Dans les deux pays, le documentaire *KKK, une histoire américaine* (2x45' – Roche Productions) a été diffusé, en Italie sur La7 et en Espagne sur la TVE. En Italie, La7 a fait l'acquisition de la collection histoire/investigation *Les Mensonges de l'histoire* (15x52' – vendue par CLPB Rights), confirmant le succès à l'international de ce programme, vendu ces dernières années, en intégralité ou par épisode dans de très nombreux pays.

Après une année 2019 forte, les ventes à destination de la zone anglophone (**Royaume-Uni et Irlande**) reculent fortement de 75,2 % à 0,5 M€, plus faible niveau de la décennie. La BBC a fait l'acquisition en 2020 du documentaire scientifique vendu par Arte Distribution *Blob, un génie sans cerveau* (52' – Hauteville Productions, CNRS Images, Planète).

En **Scandinavie**, les ventes de documentaires français reculent et passent de 1,5 M€ en 2019 à 0,8 M€ en 2020 (-48,5 %). YLE en Finlande a fait l'acquisition du documentaire archéologique *les Visages oubliés de Palmyre* (1x52' – Un Film à la Patte) tandis que la chaîne suédoise Axess TV, consacrée principalement aux programmes de sciences et de culture, a acheté *le Monde de Khéops* (52' – Gedeon Programmes).

Deuxième zone pour le documentaire français, l'**Amérique du Nord** enregistre une hausse de ses achats de 34,0 % à 5,9 M€, soit une part de marché de 12,8 % (+2,8 points). En particulier, les Etats-Unis ont augmenté leurs achats de 42,1 % pour un total qui s'élève à 3,1 M€, contre

une moyenne de 2,8 M€ sur ces dix dernières années. Les **Etats-Unis** sont le troisième marché pour le documentaire français en 2020. La plateforme CuriosityStream a acheté le documentaire *Planète Méditerranée* (1x52' - Arte France, Les Gens Bien Productions, Andromède Océanologie, distribué par Arte Distribution) tandis que le groupement de chaînes publiques APT a fait l'acquisition de la série *A l'écoute de la nature* (3x52' – Gedeon Programmes, distribué par Terranoa). Au **Canada**, les ventes passent de 1,2 M€ à 1,1 M€ en 2020 (-11,3 % par rapport à 2019). Dans les deux pays, le documentaire *Blob, un génie sans cerveau* a trouvé acquéreur, auprès de la chaîne éducative locale WGBH Boston (du groupe public PBS) aux Etats-Unis et chez Radio Canada.

En **Asie / Océanie**, les ventes de documentaires français progressent de 19,4 % à 4,8 M€ en 2020, plus haut niveau depuis 2014 (5,1 M€). L'Asie / Océanie représente 10,4 % des ventes mondiales de documentaires français (+1,3 point). Dans la région constituée par la **Chine, Hong Kong et Taiwan**, les ventes de documentaires français progressent de 9,0 % à 2,0 M€. Le documentaire est le deuxième genre le plus exporté dans la zone, après l'animation, avec une part de marché de 26,4 %. L'unitaire de découverte *Planète Méditerranée* y a été acheté par la plateforme Bilibili. Au **Japon**, les ventes sont stables à 0,9 M€ en 2020 (1,0 M€ en 2019). Le documentaire représente 39,4 % des ventes réalisées sur le territoire (54,0 % en 2019). Dans la zone, *Blob, un génie sans cerveau* a été acquis aussi bien par la Chine (CCTV, le Japon (NHK) que la Corée du Sud (EBS). CCTV et KBS (Corée du Sud) font également l'acquisition du documentaire nature / science *Le Génie des Arbres* (90' ou 2x45' – Hauteville Productions). Autre programme qui a intéressé la NHK en 2020, le documentaire sur la préhistoire *Schnidi, le fantôme du néolithique* (52' – TVSP).

Les territoires d'**Europe centrale et orientale** diminuent leurs achats de 11,4 % à 3,0 M€ en 2020. La part de marché de la zone pour le documentaire français s'établit à 6,6 % (-1,2 point). La **Pologne**, l'un des principaux marchés de la zone, augmente ses achats de 51,0 % à 1,1 M€. De même, les achats russes progressent de 21,2 % à 0,6 M€. Les droits du documentaire *Histoire du trafic de drogue* (3x52' – Yami 2) y ont été achetés par Planete+ Polska en Pologne et par RTS en Slovaquie). Enfin le documentaire *Nos Mondes disparus* (1x52' – ZED, en coproduction avec CuriosityStream), sur les cataclysmes de la préhistoire, a été acquis par Neovision en Pologne et FTV Prima en République tchèque).

En **Afrique**, les acquisitions de documentaires reculent de 17,7 % et s'établissent à 2,0 M€ en 2020.

Au **Moyen-Orient**, les ventes progressent de 36,6 % à 1,1 M€ en 2020, dans la moyenne de la dernière décennie. Au-delà des programmes d'investigation internationale ou de *current affairs* qui font régulièrement l'objet d'acquisitions par des réseaux régionaux, le documentaire *Le Génie des Arbres* a été acheté par Al Jazeera.

L'**Amérique latine** diminue ses achats de 41,4 % en 2020 à 0,5 M€. Le marché latino-américain demeure assez marginal pour le documentaire français (1,1 % du total des ventes). En 2020, le documentaire *Otages* (1x52' - 10.7) produit a été acquis par National Geographic pour l'Amérique Latine.

Les ventes de **droits monde** progressent de 30,1 % à 5,2 M€ en 2020, soit une part de marché de 11,2 % du total des ventes (+2,2 points). Une grande partie de ces ventes sont liées aux

acquisitions par des plateformes internationales comme CuriosityStream, présente dans de nombreux pays à travers le monde et qui a dépassé les 20 millions d'abonnés au deuxième trimestre 2021.

d. Hausse des ventes de formats et du spectacle vivant

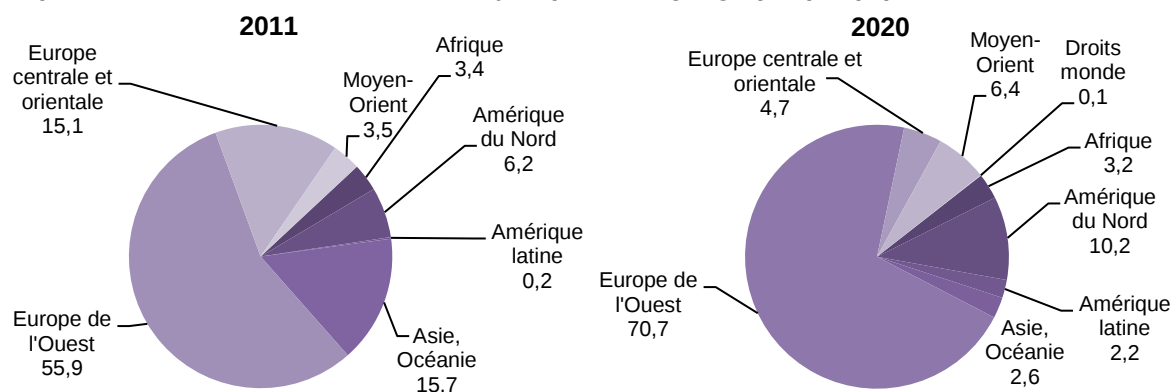
Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger progressent de 12,6 % à 21,3 M€ en 2020. Le format représente 10,8 % du total des ventes, contre 9,6 % en 2019.

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. Ce fut également le cas ces dernières années des formats de *Au Tableau !!!* (7x90' – Au Tableau Productions, 416 Prod) ou *La Chanson secrète* (3x120' – DMLSTV), vendus par Vivendi Entertainment. Le format français de l'émission *Guess My Age* continue de circuler. Si l'émission compte plus de 2 000 épisodes produits dans le monde entier, elle a fait l'objet d'adaptations dans deux nouveaux pays en 2020 : le Portugal (UVTP) et la Pologne (Rochstar).

En matière de fiction, le succès de la série *Dix pour cent* (Mon Voisin Productions, Mother Production, distribuée par TF1 Studio pour la saison 1 et France tv distribution pour les saisons suivantes), aujourd'hui disponible dans plus de 150 pays, se traduit par la vente d'options dans de nombreux territoires et le lancement des premières productions. En 2020, c'est en Inde que le format a notamment été acquis, par Applause Entertainment. Le Royaume-Uni fait partie des premiers territoires à avoir lancé la production d'une adaptation locale de la série, avec BRON Studios et Headline Pictures, alors qu'une version québécoise a également commencé à être diffusée sur TVA (titre local : *Les Invisibles*). En Turquie, l'adaptation sur la chaîne Star TV a été lancée en 2020 avec succès et en diffusion simultanée sur le réseau MBC Moyen-Orient et Afrique du Nord. Par ailleurs, des adaptations sont en développement en Inde, en Chine, au Vietnam, aux Etats-Unis, et des options en cours de discussion notamment en Allemagne, en Italie et en Corée du Sud.

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-UniFrance.

En Europe de l'Ouest, premier territoire d'exportation pour les formats, les ventes augmentent de 13,9 % à 15,0 M€, plus haut niveau enregistré. La zone représente 70,7 % des ventes mondiales de formats français (63,3 % en moyenne sur la décennie). Avec des achats en hausse de 27,4 % à 4,3 M€, la zone anglophone couverte par le Royaume-Uni et l'Irlande reste le premier acheteur de formats français dans le monde devant la Belgique. Le format de l'émission de jeu *Des chiffres et des lettres* y est acquis chaque année par Channel 4.

Les achats de formats français en Belgique restent stables à 3,0 M€ en 2020.

En Italie, le programme de flux *Conversations secrètes* (vendu par Can't Stop Entertainment) a été adapté sur la chaîne Rai 1. Le format avait été précédemment adapté au Québec sur la chaîne TVA Québec. Par ailleurs, en Italie et en Espagne, le format du jeu *Guess My Age* (distribué par Can't Stop Media) été renouvelé pour une saison. Le jeu est également en développement dans d'autres pays européens.

Enfin, le feuilleton *Un Si Grand Soleil* (france.tv studio, vendu par France tv distribution) est en cours d'adaptation en Grèce et en Turquie.

Les ventes de format en Amérique du Nord progressent de 62,2 % à 2,2 M€. Les ventes au Canada progressent fortement et passent de 0,5 M€ en 2019 à 1,4 M€ en 2020. Aux Etats-Unis, les ventes sont stables à 0,8 M€. Aux Etats-Unis, le format du programme de flux *La Boîte à secrets* a été acquis par Wheelhouse Entertainment. L'émission a été vendue récemment en Espagne, en Italie, en Belgique, aux Pays-Bas et au Portugal.

Les ventes de formats français au Moyen-Orient progressent de 72,1 % à 1,4 M€. Le Moyen-Orient représente 6,4 % du total des ventes en 2020.

L'Europe centrale et orientale diminue ses achats de formats de 12,6 % à 1,0 M€ en 2020. En 2020, ont été lancées les premières adaptations de la série *Candice Renoir* à l'étranger, en Pologne (Polsat) et en Russie (en vidéo à la demande par abonnement).

Enfin, en Asie / Océanie, les achats sont stables à 0,5 M€.

Les ventes de la catégorie « divers », qui comprennent notamment les programmes d'information et les extraits, passent de 7,8 M€ en 2019 à 6,5 M€ en 2020, contre une moyenne de 5,6 M€ sur les dix dernières années.

En 2020, les exportations de programmes musicaux et de spectacle vivant progressent de 21,0 % à un niveau qui reste néanmoins faible, 1,3 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 26,2 % des recettes d'exportation en 2020 (21,6 % en 2019), 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, qui émergent très régulièrement. Parmi les mieux établies ces dernières années, figurent 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 ou en Russie. Ces pays mettent en place un cadre juridique restreignant la concurrence des opérateurs mondiaux américains.

Enfin, les diffuseurs ou groupes de diffuseurs sont de plus en plus nombreux à lancer leurs propres services en ligne, comme BritBox au Royaume-Uni et dans plusieurs pays anglophones (BBC/ITV), RaiPlay (groupe public Rai en Italie), Joyn Plus+ (ProSiebenSat.1/Discovery en Allemagne), ou Mitele (Mediaset en Espagne), avec parfois leurs propres budgets d'acquisition.

Les plateformes à vocation mondiale se multiplient, avec Netflix, Prime Video en premier lieu, et plus récemment Disney+, Apple TV+ ou encore HBO Max, cette dernière étant amenée à se déployer dans le monde entier dans les années qui viennent.

Ces plateformes tendent à privilégier l'internalisation de leur production en ouvrant des studios de tournage à travers le monde (en Espagne pour Netflix par exemple) et en signant des accords avec des auteurs reconnus, à l'acquisition de programmes.

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 à 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 fixes et en offrant uniquement le partage des recettes.

La vidéo à la demande gratuite financée par la publicité (*Advertising Video on Demand*, ou AVoD) représente ainsi une source de revenus de plus en plus significative pour les distributeurs, surtout en animation et en documentaire. Ce constat est à nuancer pour YouTube : la baisse récente

des revenus générés sur la plateforme fait suite aux changements des règles de monétisation, notamment pour les contenus jeunesse, impactant négativement les distributeurs de programmes d'animation en particulier.

Enfin, en baisse régulière depuis 10 ans, la part des recettes issues du marché de la vidéo physique reste à un niveau très faible, passant de 1,3 % des recettes tous droits confondus en 2019 à 0,8 % en 2020.

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 néanmoins représenter 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

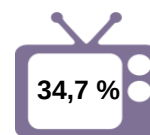
Les financements étrangers de la production audiovisuelle française en 2020



157,9 M€ de financements étrangers (préventes + coproductions)



77,7 M€ de préventes
(+49,4 % par rapport à 2019)
80,2 M€ de coproductions
(+3,1 % par rapport à 2019)



34,7 %
Part des heures de programmes audiovisuels français financée par des capitaux étrangers (+0,4 point)

Les principaux partenaires de la France en préventes et coproductions en 2020



Allemagne
21,6 M€



Belgique
25,6 M€



Royaume-Uni
20,9 M€

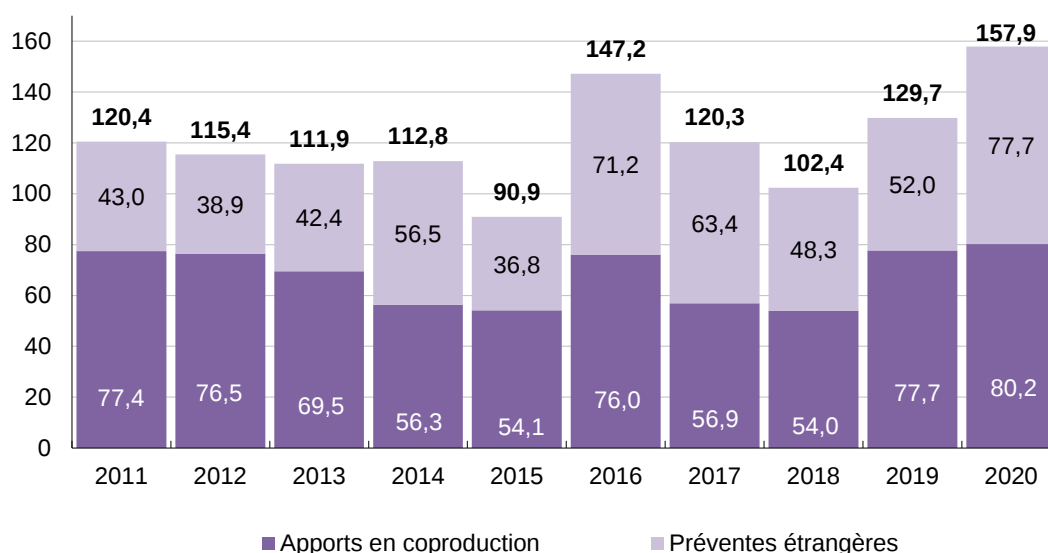


Ces trois pays concentrent 43,1 % du volume total de préfinancements étrangers.



Pour la deuxième année consécutive, les financements étrangers dans la production audiovisuelle française (apports en coproduction et préventes confondus) progressent, cette année de 21,7 % à 157,9 M€, soit le plus haut niveau enregistré depuis 2001 (185,3 M€). Cette augmentation est essentiellement liée à la hausse des préventes, qui atteignent 77,7 M€ (+49,4 %, soit le plus haut niveau depuis le début du suivi statistique). Les apports en coproduction progressent également de 3,1 % à 80,2 M€, plus haut niveau depuis 2004 (86,5 M€).

Investissements étrangers en préventes et coproductions (M€)



Source : CNC.

Avec 95,3 M€ de financements (+13,6 % par rapport à 2019, soit le plus haut niveau de la décennie), 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 baisse de 4,5 % à 21,0 M€ en 2020. Les financements en provenance d'Asie / Océanie progressent de 55,3 % et atteignent 4,2 M€. Enfin, les financements en provenance d'Afrique sont presque multipliés par cinq en 2020 à 10,3 M€, en raison principalement des investissements sud-africains dans un programme.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Europe de l'Ouest	63,1	63,4	76,4	49,8	57,5	94,0	82,7	80,0	83,9	95,3	+13,6%
Amérique du Nord	38,3	25,2	15,9	44,1	26,0	27,2	16,4	8,7	22,0	21,0	-4,5%
Afrique	0,6	1,9	0,9	1,9	0,4	1,0	0,2	0,3	2,1	10,3	+382,2%
Asie / Océanie	7,7	12,4	9,6	6,8	2,1	13,5	7,8	4,3	2,7	4,2	+55,3%
Europe centrale et orientale	4,9	1,7	2,1	4,2	1,4	1,3	2,8	2,1	1,4	3,8	+165,5%
Amérique latine	0,4	3,9	0,6	0,4	0,5	1,8	2,5	1,9	1,3	2,5	+92,9%
Moyen-Orient	0,5	0,4	1,3	0,6	0,6	0,6	0,2	0,8	1,4	0,3	-80,2%
autres ¹	4,9	6,5	5,1	5,0	2,4	7,8	7,6	4,3	14,9	20,5	+37,4%
total	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	+21,7%

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

Source : CNC.

En 2020, les préfinancements étrangers progressent dans tous les genres à l'exception du spectacle vivant, très affecté par la crise sanitaire. En hausse pour la deuxième année consécutive (+11,0 %), l'animation reste le genre bénéficiant le plus de ces préfinancements, avec 69,1 M€ de préachats étrangers et d'apports en coproduction, plus haut niveau depuis 2002 (78,5 M€).

Les apports étrangers en fiction progressent nettement de 56,4 % à 58,9 M€, plus haut niveau depuis 2001 (72,1 M€). Cette hausse est notamment due à la superproduction européenne *le Tour du monde en 80 jours* (8x52' – Federation Entertainment, Palladium, ZDF, RAI, Seven network, VABS Castel, Slim 80 Days), lancée par l'Alliance (France Télévisions, RAI, ZDF), qui représente à elle seule plus du quart des préventes étrangères et plus de 50 % des apports en coproduction en fiction. Au total en fiction, les apports étrangers se concentrent sur un faible nombre de programmes et de territoires. En termes de programmes, les dix premiers titres totalisent en 2020 plus de 80 % des apports étrangers totaux (plus de 80 % du montant des préventes et plus de 90 % des apports en coproduction).

Les apports étrangers en documentaire augmentent de 8,1 % à 27,5 M€ en 2020, soit le plus haut niveau depuis 2016.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
animation	60,8	42,0	52,1	45,6	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1	+11,0%
fiction	36,7	47,0	27,1	45,3	19,6	51,2	28,8	29,2	37,6	58,9	+56,4%
documentaire	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4	30,6	22,3	21,9	25,4	27,5	+8,1%
spectacle vivant	6,0	6,7	6,6	6,7	8,0	7,1	8,4	8,2	4,4	2,4	-45,5%
magazine	0,0	0,2	0,1	0,0	0,1	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	+20,4%
total	120,4	115,4	111,9	112,8	90,9	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	+21,7%

Source : CNC.

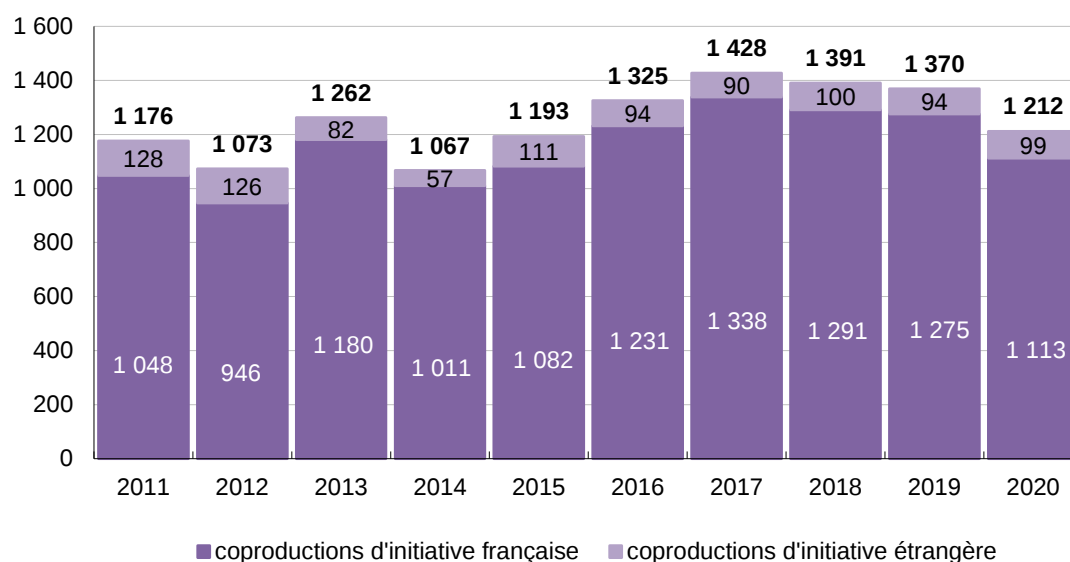
A. Baisse du volume financé par des apports étrangers

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) recule à 1 212 heures contre 1 370 heures en 2019 (-11,5 %). La part des apports étrangers dans le financement de la production audiovisuelle est néanmoins en hausse et s'établit à 10,4 %, en hausse de 2,4 points par rapport à 2019, et plus haut niveau depuis 2003 (12,6 %).

Le volume horaire des coproductions majoritaires françaises dans le volume total de programmes coproduits avec l'étranger passe de 1 275 heures en 2019 à 1 113 heures en 2020, soit une baisse de 12,8 %. Ces programmes d'initiative française bénéficient de 89,8 M€ de financements étrangers, contre 88,5 M€ en 2019 (+1,5 %).

Le volume des coproductions minoritaires progresse à 99 heures en 2020 (+5,3 %). Parallèlement, les financements étrangers dans les coproductions minoritaires augmentent fortement (+65,0 %) à 68,0 M€.

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



Source : CNC.

La part des coproductions internationales (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français est stable en 2020, à 34,7 % (34,3 % en 2019), oscillant entre 84,6 % du volume horaire des programmes d'animation coproduits avec l'étranger et 10,6 % 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 (+9,5 points) et l'animation (+8,0 points).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
fiction	43,9	43,6	37,9	39,0	44,8	44,2	48,7	49,6	53,6	53,4
documentaire	17,0	13,3	17,3	15,9	16,4	17,3	22,3	21,7	21,9	23,5
animation	76,6	75,6	86,4	73,1	80,7	91,0	80,6	82,5	85,5	84,6
spectacle vivant	17,8	17,8	18,7	17,9	20,7	19,6	20,6	20,6	18,8	10,6
total	26,6	22,9	25,3	23,3	26,0	29,5	31,6	31,9	34,3	34,7

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 (88 heures), l'Italie (79 heures) et les Etats-Unis (69 heures). Au total, le préfinancement de programmes d'animation français implique 13 pays différents.

En fiction, les trois premiers partenaires sont la Belgique (421 heures), la Suisse (359 heures) et l'Allemagne (29 heures). Le préfinancement de programmes de fiction français implique 15 pays différents.

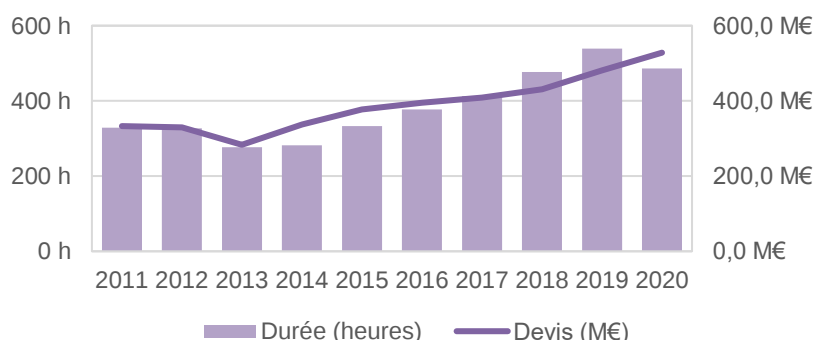
En documentaire, les trois premiers partenaires sont la Belgique (134 heures), la Suisse (98 heures) et le Canada (67 heures). Le préfinancement de programmes de documentaires français implique 61 pays différents.

a. Augmentation des apports étrangers dans les coproductions majoritaires françaises de fiction et en documentaire

La fiction

En 2020, 486 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 29,3 M€ d'apports étrangers, dont 16,9 M€ d'apports en coproduction et 12,4 M€ de préventes. En 2019, 539 heures de fiction d'initiative française ont été produites avec un apport étranger de 20,9 M€ (11,7 M€ d'apports en coproduction et 9,1 M€ de préventes). Sur les dix dernières années, 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

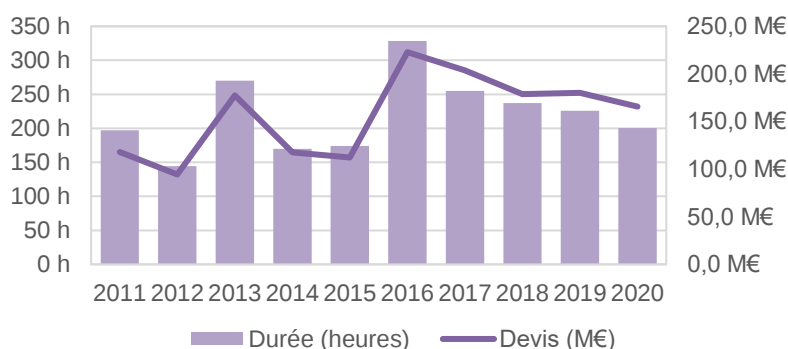


Source : CNC.

L'animation

En 2020, 200 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 39,4 M€, dont 10,2 M€ d'apports en coproduction et 29,2 M€ de préventes (226 heures avec un apport étranger de 49,0 M€ en 2019, dont 17,5 M€ d'apports en coproduction et 31,5 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

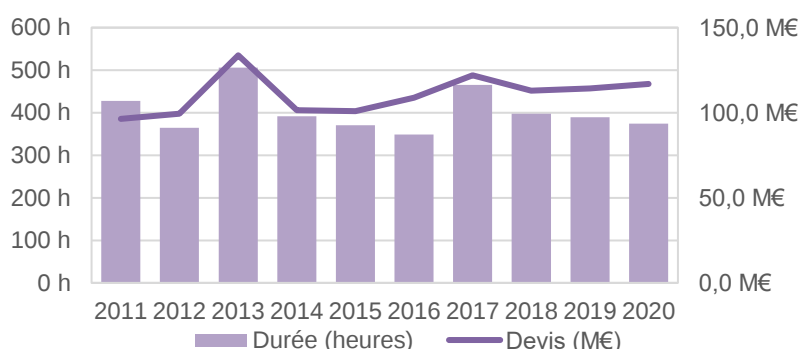


Source : CNC.

Le documentaire

375 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2020, pour un total d'apports étrangers de 18,9 M€, répartis entre apports en coproduction (12,1 M€) et préventes (6,8 M€). En 2019, 390 heures de documentaires ont été produites avec un apport étranger de 15,5 M€. La concurrence internationale est particulièrement forte dans la recherche de préfinancements internationaux pour les documentaires et l'angle essentiellement national des productions locales peut constituer un frein important pour les partenaires.

Volume et devis des coproductions d'initiative française – Documentaire

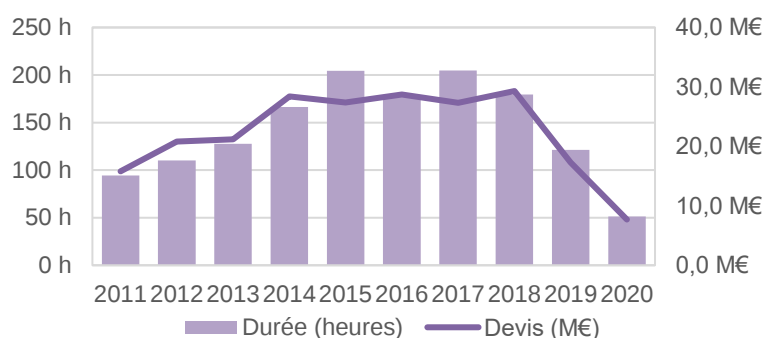


Source : CNC.

Les adaptations audiovisuelles de spectacle vivant

51 heures d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant sont des coproductions majoritaires françaises en 2020, pour un total d'apports étrangers de 2,2 M€, répartis entre apports en coproduction (2,0 M€) et préventes (0,2 M€). En 2019, 121 heures d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant ont été produites avec un apport étranger de 3,2 M€. La crise sanitaire de 2020 a conduit à la fermeture des salles de spectacle et à l'annulation d'événements culturels, limitant fortement les possibilités de captations de spectacles vivants.

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
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

Source : CNC.

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
2020				
fiction	486	528,2	29,3	5,6
documentaire	375	116,9	18,9	16,2
animation	200	165,8	39,4	23,8
spectacle vivant	51	7,7	2,2	28,5
total	1 113	818,6	89,8	11,0

Source : CNC.

b. Hausse des apports étrangers dans les coproductions minoritaires françaises de fiction et d'animation

La fiction

En 2020, le volume des coproductions minoritaires françaises de fiction est composé de 10 heures (19 heures en 2019), avec des financements étrangers en nette hausse à 29,5 M€ (16,8 M€ en 2019), dont 22,9 M€ d'apports en coproduction et 6,6 M€ de préventes.

L'animation

50 heures d'animation correspondent à des coproductions minoritaires françaises en 2020, pour un total d'apports étrangers de 29,7 M€ (26 heures pour 13,3 M€ d'apports en 2019), répartis entre apports en coproduction (8,3 M€) et préventes (21,5 M€).

Le documentaire

36 heures de programmes minoritaires français de documentaire ont bénéficié de 8,6 M€ d'apports étrangers en 2020, dont 7,5 M€ d'apports en coproduction et 1,0 M€ de préventes (40 heures avec un apport étranger de 9,9 M€ en 2019).

Coproductions d'initiative étrangère (1/2)

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

Source : CNC.

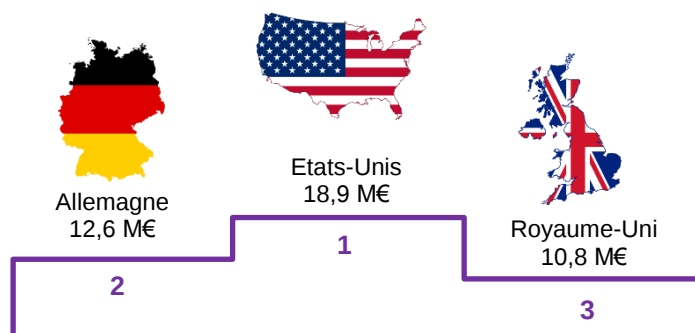
Coproductions d'initiative étrangère (2/2)

	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
2020				
fiction	10	44,4	29,5	66,5
documentaire	36	13,2	8,6	65,1
animation	50	50,1	29,7	59,4
spectacle vivant	3	0,4	0,2	53,5
total	99	108,0	68,0	63,0

Source : CNC.

B. Hausse des préventes

Classement 2020 des partenaires de la France en préventes



En 2020, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une forte hausse (+49,4 %) à 77,7 M€.

Avec des préachats en nette augmentation (+56,8 %) à 43,8 M€, l'Europe occidentale reste de loin le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels, avec une part de marché de 56,3 % des préventes totales. L'Amérique du Nord enregistre une hausse de 6,6 points de sa part de marché et représente en 2020 le quart des préachats de programmes français. En conséquence, la part des préventes de programmes français vers le reste du monde se réduit à 18,5 %, contre 27,8 % en 2019.

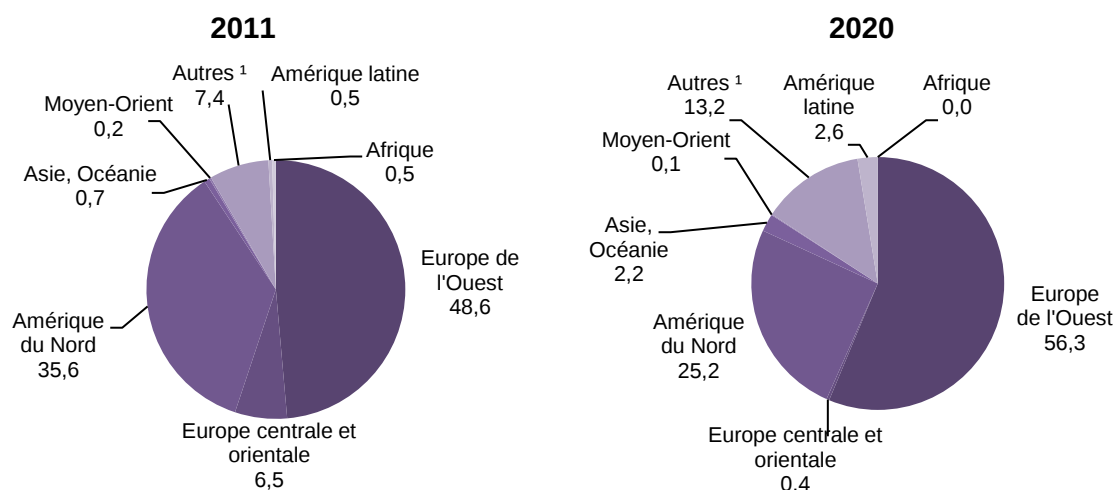
Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Europe de l'Ouest	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	27,9	43,8	+56,8%
Amérique du Nord	15,3	7,7	7,5	20,2	11,4	9,0	9,3	5,2	9,7	19,6	+102,9%
Amérique latine	0,2	0,7	0,4	0,1	0,2	1,7	1,5	1,7	0,5	2,0	+335,4%
Asie / Océanie	0,3	2,3	4,9	1,4	0,8	4,7	1,6	3,4	0,6	1,7	+186,4%
Europe centrale et orientale	2,8	0,1	0,3	1,4	0,2	0,2	1,0	0,2	0,2	0,3	+25,9%
Moyen-Orient	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	0,3	0,1	0,1	-22,6%
Afrique	0,2	0,0	0,1	0,4	0,0	0,6	0,0	0,1	0,0	0,0	-100,0%
autres ¹	3,2	5,2	4,2	4,7	1,5	7,6	7,4	4,0	13,1	10,3	-21,3%
total	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	77,7	+49,4%

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.

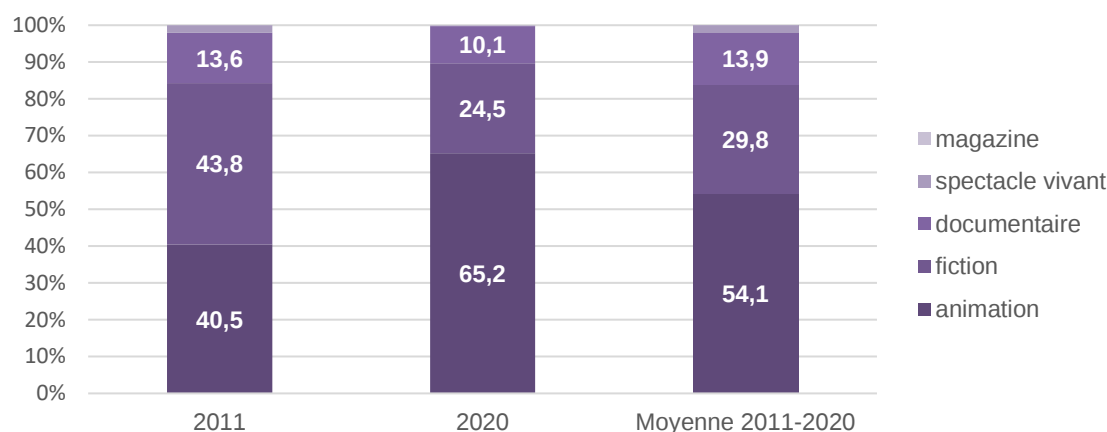
En 2020, la hausse des préventes de programmes audiovisuels français concerne les principaux genres. Les préventes étrangères d'animation sont de nouveau en hausse de 49,8 % et atteignent 50,7 M€. Le genre représente 65,2 % du total (+0,2 point par rapport à 2019). Les préventes de fiction doublent à 19,0 M€, soit une part de marché de 24,5 %. Enfin les préachats de documentaires augmentent de 2,7 % à 7,8 M€.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
animation	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	+49,8%
fiction	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0	+94,6%
documentaire	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8	+2,7%
spectacle vivant	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2	-80,2%
magazine	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	0,0	-	0,1	-
total	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	48,3	52,0	77,7	+49,4%

Source : CNC.

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



Source : CNC.

En animation, trois séries concentrent 45,3 % du montant total des préventes étrangères. Deux de ces séries sont issues de licences au potentiel international avéré : *Miraculous - saisons 4 et 5* (52x22' - Method Animation / Zagtoon pour TF1 / Disney), avec un schéma de production atypique puisqu'il correspond à la commande d'une double saison, et *Oggy Oggy* (156x7' - Xilam pour France Télévisions / Netflix).

Classement des programmes les mieux préfinancés par genre – Préventes étrangères

	Fiction	Animation	Documentaire
1	<i>Le Tour du monde en 80 Jours</i>	<i>Oggy Oggy</i>	<i>Méditerranée</i>
2	<i>Le Monde de demain</i>	<i>Les Aventures de Paddington</i>	<i>Les Derniers secrets de l'humanité</i>
3	<i>Germinal</i>	<i>Miraculous (saisons 4 & 5)</i>	<i>Apocalypse - Hitler attaque à l'Est</i>

Source : CNC.

a. Hausse dans de nombreux pays, en particulier au Royaume-Uni et en Italie

En 2020, après trois années de baisse, les préachats en provenance d'Europe de l'Ouest repartent fortement à la hausse et atteignent 43,8 M€ (+56,8 % par rapport à 2019). Cette augmentation est notamment liée à celle des préventes au Royaume-Uni, qui ont été multipliées par 6,5 et s'établissent à 10,8 M€, faisant du pays la troisième zone mondiale et le deuxième pays européen en préachats. En animation en particulier, les préachats britanniques retrouvent un niveau très élevé et passent de 1,3 M€ en 2019 à 8,9 M€ en 2020. La saison 2 de la série *Boy Girl* (52x11' – Watch Next Media) a ainsi fait l'objet d'une prévente au Royaume-Uni, tout comme la saison 5 d'*Angelo la débrouille* (47x13' - TeamTo, Cake Entertainment). Avec des préachats en hausse de 272,1 % à 10,1 M€, le Royaume-Uni est en 2020 le premier marché pour les préachats de documentaires français. Parmi les programmes en question, figurent notamment la série documentaire *Méditerranée* (4x52' – Boréales, Federation Entertainment, Terra Mater, Fabula Pictures, Anemon Productions), prévenue à la BBC ainsi qu'*Apocalypse - Hitler attaque à l'Est* (2x52' – CC&C) à Channel 4.

Autre marché en forte croissance pour les préventes, l'Italie préachète des programmes français à hauteur de 6,4 M€, contre 2,9 M€ en 2019. Les préachats d'animation connaissent une forte hausse de 50,9 % à 3,7 M€, tandis qu'en fiction, deux programmes sont préachetés pour un total de 2,1 M€ (aucun programme en 2019), dont la série *Germinal* (6x52' - Banijay Studios France), également prévenue au Royaume-Uni. En animation, la coproduction franco-italienne *Moi à ton âge* (52x12' – Monello Productions, Moviemienti) est préachetée par la RAI.

Premier marché européen et deuxième mondial pour les préventes de programmes français, les apports de l'Allemagne se maintiennent à un niveau très élevé à 12,6 M€ (+5,7 % par rapport à 2019). En particulier, les préachats de programmes d'animation atteignent 7,9 M€ (+11,9 % par rapport à 2019) et ceux de fiction s'établissent à 3,8 M€ (+5,3 %). La série d'animation *Pinocchio* (52x13' – Method Animation, Palomar) fait partie des programmes préachetés par la chaîne publique ZDF en 2020, tandis qu'en fiction, les séries *les Aventures du jeune Voltaire* (4x52' – Siècle productions) et *Nona et ses filles* (9x30' – Gaumont Télévision, Rectangle productions) sont également prévendues sur le territoire.

Si les préachats belges reculent de 18,5 % à 3,5 M€ en 2020, ceux en provenance de Suisse progressent de 56,9 % à 3,3 M€, avec par exemple le programme d'animation *Gus le chevalier minus* (52x11' - Technicolor Animation Production).

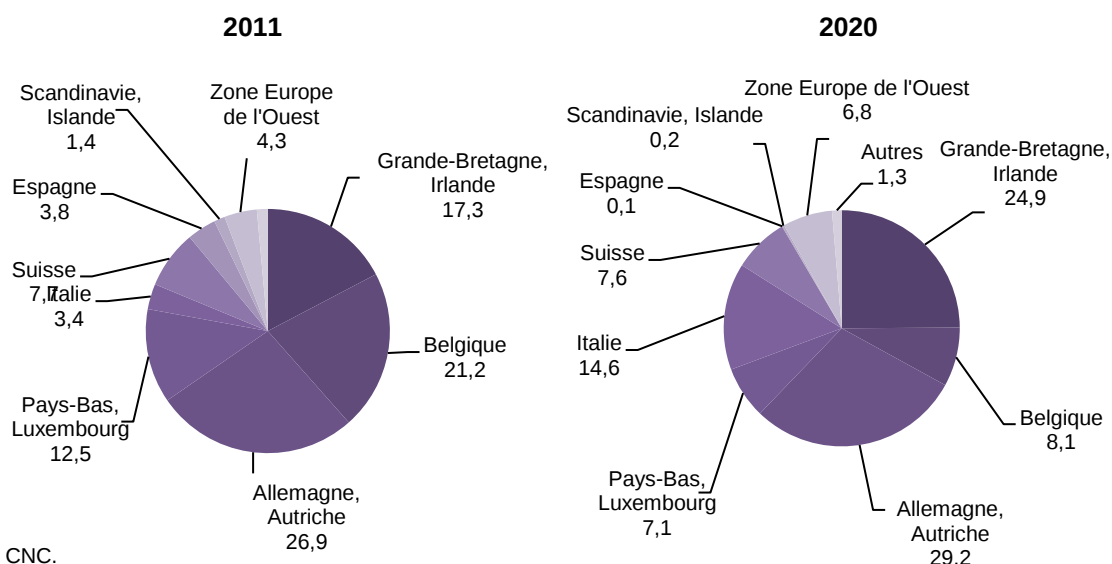
Préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Allemagne, Autriche	5,6	5,9	9,6	3,4	5,9	15,7	12,5	11,6	12,0	12,8	+6,0%
Grande-Bretagne, Irlande	3,6	2,6	3,4	17,1	1,0	14,2	10,7	7,9	1,7	10,9	+548,9%
Italie	0,7	2,4	3,5	1,9	2,6	4,2	2,4	2,2	2,9	6,4	+120,1%
Belgique	4,4	6,5	3,7	2,8	3,1	5,1	8,3	4,1	4,3	3,5	-18,5%
Suisse	1,6	1,7	1,6	1,6	1,8	2,5	3,4	4,7	2,1	3,3	+56,9%
Pays-Bas, Luxembourg	2,6	2,6	0,1	0,5	0,4	4,1	0,0	1,1	0,5	3,1	+501,3%
Scandinavie, Islande	0,3	0,1	0,6	0,3	3,0	0,4	0,2	0,4	0,4	0,1	-71,5%
Espagne	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	1,1	0,1	0,2	0,0	-80,0%
zone Europe de l'Ouest ¹	0,9	0,7	1,3	0,1	4,0	0,8	4,0	1,3	3,7	3,0	-18,9%
autres	0,3	0,0	0,3	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	0,6	+1034,1%
total	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	33,5	27,9	43,8	+56,8%

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. Doublement des préventes en Amérique du Nord

En 2020 pour la deuxième année consécutive, les préventes de programmes français en Amérique du Nord augmentent très fortement (+102,9 %) pour atteindre 19,6 M€. Ce sont les Etats-Unis qui portent cette croissance, avec des préachats qui progressent de 134,5 %. En deux ans, ils sont ainsi passés de 4,2 M€ en 2018 à 18,9 M€ en 2020. Les Etats-Unis deviennent en 2020 les premiers préacheteurs de programmes d'animation français, à hauteur de 15,4 M€. L'année 2020 a notamment été marquée par le préachat de la série *Oggy Oggy* (156x7' - Xilam

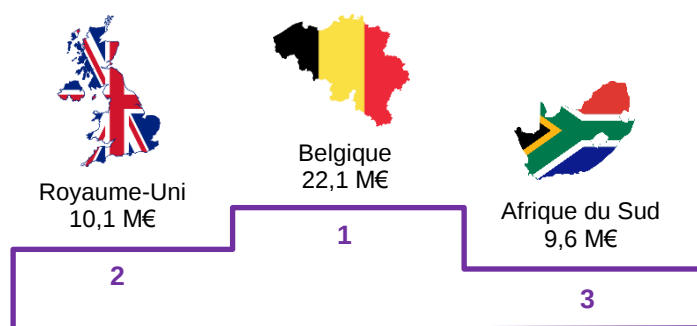
pour France Télévisions / Netflix). De même, le programme d'animation *Jade Armor* (26x22' – Team To) a été préacheté par la plateforme HBO Max. Par ailleurs, le documentaire *la Face cachée de Notre-Dame* (1x90' – ZED) a été prévenu à la plateforme Curiosity. Enfin, l'unitaire *la Guerre de Troie a-t-elle eu lieu ?* (1x90' – Pernel Media) a été préacheté par Discovery (et la RTBF en Belgique). Au Canada, les préventes reculent de 52,5 % à 0,7 M€.

Les préventes à destination de la zone Asie / Océanie repartent à la hausse en 2020 et passent de 0,6 M€ à 1,7 M€.

Enfin, après une année 2019 à un niveau particulièrement élevé, les préventes monde diminuent de 49,9 % à 5,9 M€ et portent essentiellement sur des programmes d'animation, comme la série *Ghost Force* (60x11' – Zagtoon). Deux séries de fiction produites pour Arte, *le Monde de demain* (6x52' - Les Films du Bélier) et *Mytho – saison 2* (6x52' – Unité), enregistrent par ailleurs un apport conséquent de Netflix pour des droits monde.

C. Augmentation des apports en coproduction

Classement 2020 des partenaires de la France en coproduction



En 2020, les apports étrangers en coproduction dans la production française progressent de 3,1 % à 80,2 M€, plus haut niveau depuis 2004 (86,5 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 baisse de 7,9 % à 51,5 M€. La part de marché de la zone recule de 7,7 points par rapport à 2019 à 64,3 %. Après une année 2019 en forte hausse en raison de plusieurs programmes ayant bénéficié d'investissements canadiens très importants, les apports en provenance d'Amérique du Nord chutent de 88,9 % à 1,4 M€. L'Afrique représente 12,9 % des apports en coproduction, contre 2,7 % en 2019, pour un montant total multiplié par cinq à 10,3 M€, en raison des investissements sud-africains dans un programme.

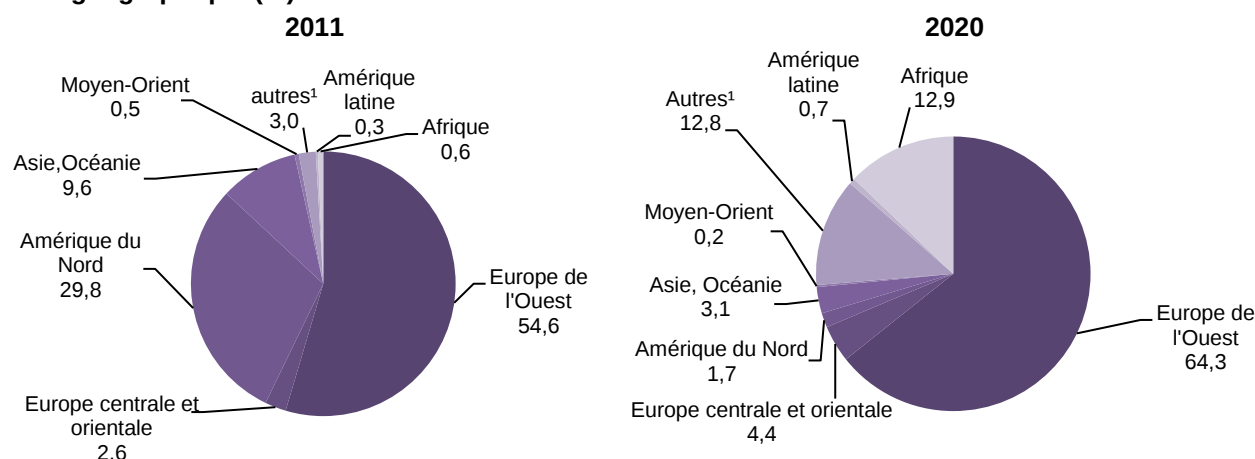
Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Europe de l'Ouest	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	56,0	51,5	-7,9%
Afrique	0,5	1,8	0,8	1,5	0,4	0,4	0,2	0,2	2,1	10,3	+384,0%
Europe centrale et orientale	2,0	1,6	1,8	2,8	1,2	1,2	1,8	1,9	1,2	3,5	+190,8%
Asie / Océanie	7,4	10,0	4,7	5,4	1,3	8,8	6,2	0,9	2,1	2,5	+17,4%
Amérique du Nord	23,0	17,6	8,4	23,9	14,7	18,2	7,1	3,5	12,3	1,4	-88,9%
Amérique latine	0,2	3,2	0,2	0,3	0,3	0,1	1,0	0,2	0,9	0,5	-36,6%
Moyen-Orient	0,4	0,3	1,1	0,3	0,5	0,5	0,2	0,5	1,3	0,2	-84,8%
autres ¹	1,6	1,3	0,9	0,3	0,9	0,2	0,2	0,3	1,9	10,2	+448,8%
total	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	+3,1%

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

Source : CNC.

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



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

Source : CNC.

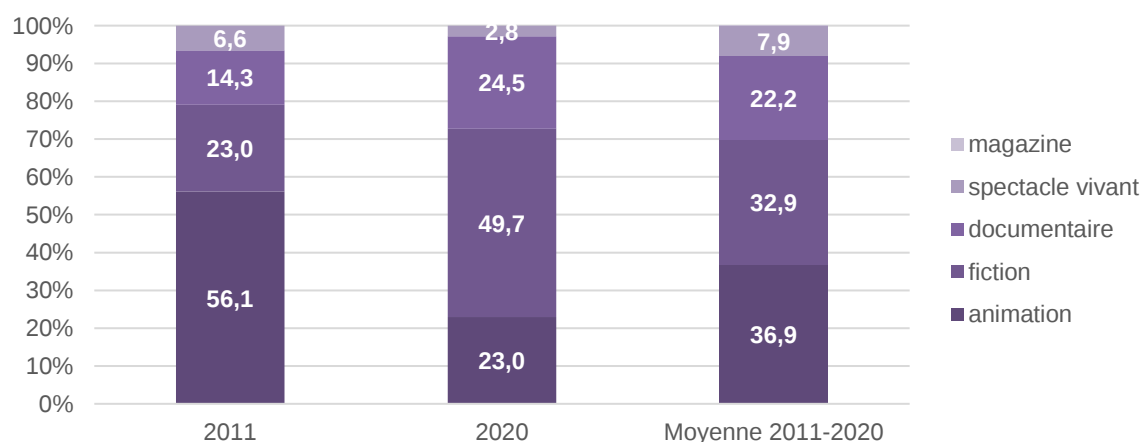
Les apports en fiction progressent de 43,0 % pour un total de 39,9 M€. Avec une part de marché de 49,7 %, la fiction redevient le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction, devant le documentaire dont les apports en coproduction augmentent également de 10,3 % à 19,6 M€, plus haut niveau depuis 2003 (22,2 M€). Après une année 2019 à un très haut niveau, les apports en coproduction sur les programmes d'animation reculent de 35,1 % et s'établissent à 18,4 M€, soit une part de marché de 23,0 %, en recul de 13,6 points par rapport à 2019.

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
fiction	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9	+43,0%
documentaire	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6	+10,3%
animation	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	-35,1%
spectacle vivant	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2	-37,6%
magazine	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	0,1	0,1	-	-100,0%
total	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	+3,1%

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>Le Tour du monde en 80 jours</i>	<i>Les Pyjamasques</i> (saison 5)	<i>Man Versus Time</i>
2	<i>Opéra</i>	<i>Les Schtroumpfs</i> (saison 2)	<i>Les Derniers secrets de l'humanité</i>
3	<i>Crossroads</i>	<i>Les Aventures de Paddington</i>	<i>Trump sur la scène internationale</i>

Source : CNC.

a. Stabilité des principaux pays coproducteurs : Belgique, Royaume-Uni, Allemagne

En 2020, la Belgique reste le premier partenaire pour les programmes audiovisuels français avec 22,1 M€ d'apports en coproduction (-0,7 % par rapport à 2019). Si les apports en animation et en documentaire reculent respectivement de 32,0 % à 4,6 M€ et de 17,3 % à 2,1 M€, ceux en fiction progressent de 18,8 % et atteignent 15,2 M€. La Belgique représente en 2020 une part de marché de 27,5 % des apports mondiaux (28,6 % en 2019). La série de fiction *Opéra* (8x52' – Telfrance) et la deuxième saison de la série *Hippocrate* (8x52' – 31 Juin Films) ont ainsi bénéficié de financements belges, tout comme le documentaire scientifique *Nenets vs Gaz* (1x60' – Little Big Story, Napa Films, Domino Production, Up North Films).

Après une année 2019 en forte hausse, le Royaume-Uni demeure en deuxième place malgré des apports en légère baisse de 6,7 % à 10,1 M€. Les séries d'animation *les Pyjamasques* (52x12' – Frogbox, Entertainment One UK LTD) et *les Aventures de Paddington* (52x11' – Mascaret Films, Marmalade Films Limited) ont ainsi été financées majoritairement par le Royaume-Uni.

Les apports en provenance d'Allemagne augmentent de 9,7 % à 8,9 M€. En particulier, les programmes de fiction sont coproduits par des partenaires allemands à hauteur de 6,4 M€, soit une hausse de 58,1 % par rapport à 2019. La série de fiction *Crossroads* (6x52' – France.tv Studio, Les Gens, NDF) a ainsi bénéficié d'apports en coproduction en provenance d'Allemagne, tout comme le documentaire *Trump contre le FBI* (1x70' – Allumage, Pumppernickel Films, ARD, RTS). En spectacle vivant, plusieurs adaptations audiovisuelles de concerts ont été coproduites avec l'Orchestre Philharmonique de Munich (Aubes Productions).

Autre pays en hausse, l'Italie augmentent ses investissements de 17,4 % à 4,8 M€. L'Italie investit notamment dans la série d'animation *Mumfie* (78x7' - Zodiak Kids Studio France, Animoka) et dans le documentaire *Cinecittà, la fabrique de l'histoire* (1x52' – Temps Noir).

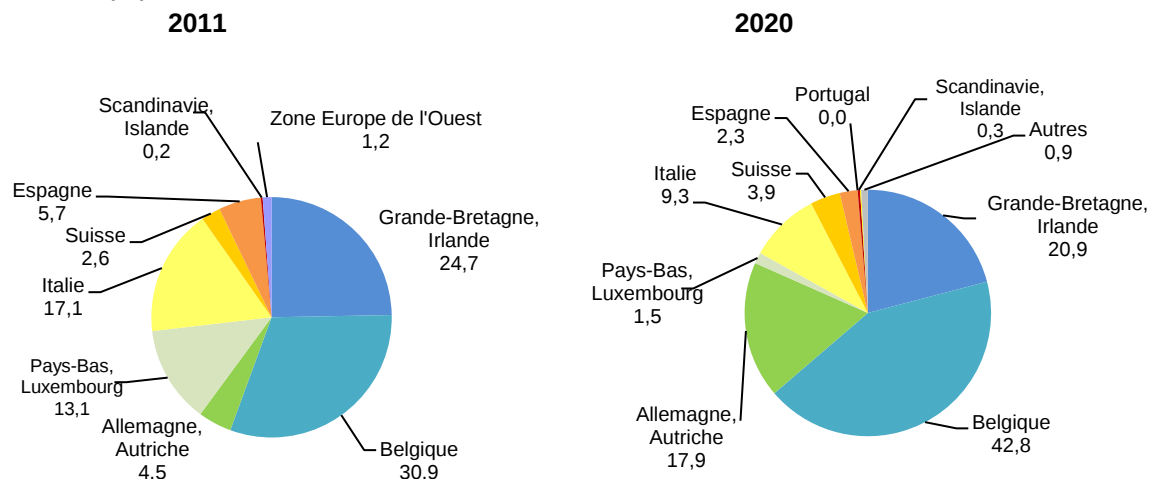
Les apports de deux autres pays connaissent une hausse significative : la Suisse dont les investissements progressent de 39,6 % à 2,0 M€ et l'Espagne, avec des apports en augmentation de 27,6 % à 1,2 M€ en 2020. En Espagne, deux adaptations audiovisuelles de spectacle vivant sont coproduites avec le Gran Teatre du Liceu (Les Films Jack Febus).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 20/19
Belgique	13,0	7,1	9,1	12,7	11,7	21,9	21,2	24,3	22,2	22,1	-0,7%
Grande-Bretagne, Irlande	10,4	4,3	5,2	1,1	7,0	9,7	2,3	4,4	11,6	10,8	-6,8%
Allemagne, Autriche	1,9	20,7	23,2	2,7	3,9	5,5	5,0	7,7	8,4	9,2	+9,4%
Italie	7,2	5,5	5,8	1,0	3,4	2,1	2,3	3,2	4,1	4,8	+17,4%
Suisse	1,1	2,4	2,1	1,4	2,0	3,2	2,4	2,8	1,5	2,0	+39,6%
Espagne	2,4	0,1	1,3	1,2	3,2	1,2	3,1	2,6	0,9	1,2	+27,6%
Pays-Bas, Luxembourg	5,5	0,0	3,8	0,3	2,3	1,7	3,0	0,3	0,6	0,7	+23,3%
Scandinavie, Islande	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	0,9	0,4	0,7	6,2	0,2	-97,4%
Portugal	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	0,3	0,1	0,0	-94,5%
zone Europe de l'Ouest	0,5	0,0	0,5	1,0	0,2	0,0	0,2	0,0	0,1	0,1	-4,4%
autres	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3		0,2	0,2	0,5	+93,4%
total	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	46,6	56,0	51,5	-7,9%

Source : CNC.

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



Source : CNC.

b. Baisse en Amérique du Nord, hausse en Afrique

Après une année 2019 en très forte hausse de 251,0 %, les investissements des pays d'Amérique du Nord s'établissent à 1,4 M€ en 2020, soit une baisse de 88,9 %, essentiellement en raison des apports en provenance du Canada, qui diminuent de 89,4 % à 1,2 M€, notamment en animation (1,0 M€). Le nombre de programmes coproduits avec le Canada passe de 48 en 2019 à 16 en 2020. En 2019, le Canada investissait notamment dans la série de fiction *Mirage* (6x52' – Lincoln TV, Connect3, ZDF, Wild Bunch Germany, Gapbusters, Cineflix). En 2020, le Canada investit ainsi dans la troisième saison de la série d'animation *Sam Sam* (52x12' – Folivari, Bayard jeunesse Animation). Les apports en coproduction en provenance des Etats-Unis sont également en forte baisse et passent de 1,3 M€ à 0,2 M€ en 2020, intégralement en documentaire. En 2020, sept programmes sont coproduits avec les Etats-Unis, contre 27 en 2019.

Les apports en coproduction en provenance de la zone Asie / Océanie progressent pour la deuxième année consécutive et atteignent 2,5 M€ (+17,4 % par rapport à 2019). En particulier, les investissements chinois augmentent fortement et passent de 0,2 M€ en 2019 à 1,7 M€, intégralement en documentaire. Parmi les programmes financés avec des apports en coproduction chinois, figure notamment le documentaire *les Derniers Secrets de l'humanité* (1x90' – 10.7 Productions), coproduit avec la CCTV.

Les apports en provenance d'Afrique sont multipliés par cinq à 10,3 M€. Cette hausse est essentiellement liée à la production européenne *le Tour du monde en 80 jours*, lancée par l'Alliance (France Télévisions, RAI, ZDF), qui a également bénéficié d'apports en provenance d'Afrique du Sud.

IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français

D. Evolution de la concentration du secteur

En 2020, la concentration du secteur de la vente de programmes audiovisuels français à l'étranger est en légère hausse par rapport à 2019, à un niveau désormais très élevé. Les cinq premières sociétés les plus actives captent 32,8 % des ventes internationales (-0,2 point) pour un chiffre d'affaires global stable à 64,5 M€. Le poids des dix premières sociétés est en hausse à 52,1 % (+1,7 point par rapport à 2019).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	28,3	33,6	36,0	41,2	41,5	66,1	55,3	57,6	64,5	64,5
Part des recettes totales (%)	25,6	26,5	26,2	26,8	25,3	34,9	26,9	33,2	33,0	32,8
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	44,2	51,0	57,9	65,4	68,1	91,7	91,1	88,5	98,6	102,6
Part des recettes totales (%)	39,9	40,1	42,2	42,5	41,5	48,5	44,4	51,0	50,4	52,1
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)¹	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9
Part des recettes totales (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-UniFrance.

E. Evolution de la concentration par genre

Dans la mesure où les producteurs sont souvent spécialisés dans un genre particulier, 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 2020, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en hausse et reste très supérieur à la moyenne, en particulier sur les cinq premières sociétés : celles-ci concentrent 66,7 % des recettes internationales du genre (+6,1 points par rapport à 2019), soit le niveau le plus élevé de la décennie. Le poids des dix premières sociétés est plus stable à 79,6 % du total des ventes du genre (+0,6 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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	19,1	28,3	27,2	26,4	26,7	46,3	38,0	42,9	46,9	49,8
Part des recettes totales (%)	54,1	64,4	58,1	58,7	52,7	61,8	50,2	62,1	60,6	66,7
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	27,1	37,3	36,8	35,5	37,4	59,3	57,9	55,1	61,1	59,5
Part des recettes totales (%)	76,6	84,9	78,6	78,7	73,9	79,1	76,5	79,8	79,0	79,6
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7
Part des recettes totales (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-UniFrance.

Le degré de concentration relatif à l'exportation de documentaire est en baisse : les cinq sociétés les plus actives captent 46,3 % des ventes internationales du genre (-4,8 points). Le poids des dix premières sociétés est également en baisse à 66,5 % des ventes totales en 2020 (-4,7 points).

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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	11,4	11,5	12,9	15,0	15,7	16,3	15,1	11,6	22,5	21,3
Part des recettes totales (%)	42,1	38,7	41,9	42,9	42,5	46,6	42,5	38,1	51,0	46,3
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	16,0	17,7	18,2	21,4	23,7	24,1	21,4	18,6	31,4	30,6
Part des recettes totales (%)	59,0	59,4	59,1	61,4	63,8	68,7	60,2	60,8	71,2	66,5
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0
Part des recettes totales (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-UniFrance.

En 2020, la concentration de l'exportation de fiction française est en hausse. Les cinq premières sociétés sont à l'origine de 61,8 % du chiffre d'affaires total du genre, contre 59,8 % en 2019. Le poids des dix premières sociétés atteint 89,0 % des ventes totales de fiction à l'étranger en 2020 (+3,5 points), ce qui représente le niveau de concentration le plus élevé de la décennie pour la fiction et 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 importants en production, la nécessité de rechercher des partenaires internationaux 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

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Recettes des 5 premières sociétés (M€)	9,0	12,8	14,2	22,2	23,5	28,9	34,2	26,4	27,8	29,1
Part des recettes totales (%)	45,2	56,0	54,5	57,1	57,0	57,9	53,7	53,4	59,8	61,8
Recettes des 10 premières sociétés (M€)	13,7	18,3	19,3	31,6	31,6	42,7	51,5	40,8	39,7	41,9
Part des recettes totales (%)	68,4	80,3	74,3	81,2	76,7	85,7	80,8	82,7	85,5	89,0
Recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1
Part des recettes totales (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-UniFrance.

Annexe

Le CNC et UniFrance 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 :
 - FEDERATION INTERNATIONAL, Guillaume Pommier
 - FRANCE TV DISTRIBUTION, Julia Schulte.
 - LS DISTRIBUTION (GROUPE MEDIAWAN), Randall Broman.
 - 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 2020**

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 2021

