



TV France 
international

les études du CNC
septembre 2018

L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2017

ISSN 2110-5634



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

Stéphane Fournier, Charlène Bass



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

Benoît Danard, Danielle Sartori, Jérôme Tyl

SOMMAIRE

Définitions et méthodologie	4
I. Synthèse	5
II. Les ventes de programmes audiovisuels	9
A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels	10
a. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, en particulier en Allemagne, en Italie et aux Pays-Bas	11
b. Europe centrale et orientale en forte hausse, sauf en Russie	14
c. Hausse des marchés nord-américains	15
d. Asie en recul, malgré la forte hausse en Chine	16
e. Baisse en Afrique	18
f. Progression des ventes au Moyen-Orient.....	19
g. Hausse de l'Amérique latine	19
h. Quasi-stabilité des ventes de droits Monde	19
B. Analyse des ventes par genre de programmes.....	21
a. Stabilité des ventes d'animation.....	22
b. Forte hausse des ventes de fiction	24
c. Légère hausse des exportations de documentaire	27
d. Hausse de la vente de formats et du spectacle vivant	30
C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels.....	31
a. Les nouveaux supports de diffusion (VàD, mobile, TVIP)	31
b. Autres revenus	31
III. L'évolution des préventes et coproductions internationales	32
A. Diminution des préventes	35
a. Progression de la Belgique, recul de l'Allemagne et du Royaume-Uni	37
b. Progression de l'Amérique du Nord et recul de l'Asie / Océanie	38
B. Recul des apports en coproduction	39
a. Hausse de l'Espagne, recul du Royaume-Uni	41
b. Diminution de l'Asie et de l'Amérique du Nord.....	42
C. Hausse du volume de coproductions internationales.....	43
a. Hausse des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises en fiction, baisse en animation et en documentaire	44
b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en animation, baisse en fiction et en documentaire.....	47
IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français.....	51
A. Evolution de la concentration du secteur	51
B. Evolution de la concentration par genre	51
Annexe	53

Définitions et méthodologie

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

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

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

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

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

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

I. Synthèse

Un nouveau record historique pour les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger

Pour la neuvième année consécutive, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger progressent en 2017 pour atteindre 205,2 M€ (+8,5 %). Les ventes ont plus que doublé en dix ans (+111,3 %) et atteignent en 2017 le plus haut niveau jamais observé. Cette progression est portée notamment par l'Europe de l'Ouest et l'Amérique du Nord, alors que les ventes de fiction progressent dans presque toutes les zones et que l'animation reste à un niveau historiquement élevé. L'ensemble des flux à l'exportation représente un montant de 325,5 M€ (-3,2 % par rapport au niveau historique de 2016). Les préventes à l'étranger sont en recul de 10,9 % à 63,4 M€ et les apports étrangers en coproduction sur les programmes français diminuent de 25,2 % à 56,9 M€.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
ventes ¹	97,1	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	+8,5
préventes ²	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	-10,9
total ventes et préventes	137,5	135,5	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	201,0	260,3	268,6	+3,2
apports en coproduction	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	-25,2
total flux export	191,1	194,1	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	255,1	336,3	325,5	-3,2

¹ Les chiffres de ventes intègrent celles réalisées auprès de TV5 et autres diffuseurs internationaux basés en France, de 2,6 M€ en 2017 (2,6 M€ en 2016 pour TV5 et CFI).

Source : CNC-TV France International.

Le marché des ventes dynamisé par l'Europe de l'Ouest, l'Amérique du Nord, et l'Europe centrale et orientale

En 2017, le marché est en forte croissance en Europe de l'Ouest et en Amérique du Nord. Première zone d'exportation pour les programmes français, l'Europe de l'Ouest augmente ses achats de 11,8 % et génère 49,8 % des recettes d'exportation (+1,5 point). L'Amérique du Nord augmente également ses importations de 16,4 %. A l'inverse, la zone Asie / Océanie est en repli de 18,3 % en 2017. La plus forte hausse vient de l'Europe centrale et orientale dont les achats de programmes français augmentent de 50,3 %, retrouvant et dépassant même le niveau des années précédentes après une année 2016 faible. Les ventes vers le Moyen-Orient sont en hausse de 17,6 %. De même, après plusieurs années de recul, l'Amérique latine est en légère hausse de 3,3 %. Enfin, les ventes de programmes vers l'Afrique diminuent de 13,8 %. Les ventes de droits monde, isolées par les déclarants pour la troisième année, s'élèvent à 29,2 M€, soit une légère baisse de 2,1 %, pour un poids dans les exportations totales de 14,2 %.

Le marché international poursuit sa transition

Après une année 2016 de mutation importante dans le secteur, les nouveaux acteurs audiovisuels apparus ces dernières années, au premier rang desquels les plateformes de vidéo à la demande (VàD), confirment leur rôle de nouveau débouché pour les programmes audiovisuels français. Si les diffuseurs traditionnels (groupes ou chaînes, hertziens, historiques et TNT, chaînes payantes nationales et internationales) continuent d'acheter des volumes importants de programmes, surtout en Europe, les nouveaux acteurs du secteur ont souvent permis à des programmes français de circuler en Amérique du Nord, en Asie et dans le reste du monde. Dans un contexte de concurrence croissante sur l'offre de programmes, le développement de plateformes diverses dans leur modèle économique, leur offre et leur

couverture géographique, permet aux distributeurs internationaux de trouver de nouveaux relais de croissance. Ils représentent en 2017 un peu plus de 75 % des droits monde identifiés (incluant TV5 Monde) dans l'étude, contre un peu plus de 28 % (hors TV5 monde) en 2016. Néanmoins les tarifs d'acquisition restent souvent orientés à la baisse. De plus en plus, les questions de fenêtres, d'exclusivité, d'étendue des droits complexifient le marché des ventes internationales, notamment vis-à-vis des diffuseurs traditionnels qui rigidifient leurs relations commerciales.

Progression des ventes de fiction, stabilité de l'animation et du documentaire

En 2017, la croissance des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger est soutenue en particulier par la fiction (+27,8 % à 63,7 M€). L'animation reste le premier genre à l'international, avec des ventes qui restent à un niveau particulièrement élevé et établissent un nouveau record à 75,6 M€. Les Etats-Unis restent le premier marché d'exportation de l'animation française, juste devant l'Allemagne. Les ventes de documentaires sont en légère reprise de 1,2 % à 35,5 M€, et celles de formats augmentent de 8,2 % à 20,9 M€.

Exportations par genre de programmes

	ventes (M€)	évol. 17/16 (%)	préventes (M€)	évol. 17/16 (%)	total (M€)	évol. 17/16 (%)
Animation	75,6	+0,9	40,5	+29,6	116,2	+9,3
Fiction	63,7	+27,8	13,3	-48,0	77,0	+2,1
Documentaire	35,5	+1,2	7,8	-39,1	43,3	-9,6
format (fiction, jeux, variétés)	20,9	+8,2	-	-	20,9	+8,2
divers (information, extraits...)	4,2	-24,8	0,1	-57,3	4,2	-25,9
musique, spectacle vivant	5,3	+20,8	1,7	+27,5	7,0	+22,3
Total	205,2	+8,5	63,4	-10,9	268,6	+3,2

Source : CNC-TV France International.

Diminution des préventes de fiction et de documentaire, augmentation des préventes d'animation

En 2017, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une baisse de 10,9 % à 63,4 M€, qui touche en particulier la fiction et le documentaire. Après une année 2016 particulièrement élevée autour de quelques titres, les préventes étrangères de fiction sont en recul de 48,0 % à 13,3 M€. De même, les préventes de documentaire diminuent de 39,1 % à 7,8 M€, dans la moyenne de ces dix dernières années. A l'inverse, premier genre à l'exportation, les préventes d'animation augmentent fortement de 29,6 % à 40,5 M€.

L'Europe occidentale reste le principal partenaire des producteurs français dans le préfinancement des programmes audiovisuels avec 67,2 % des préventes totales (+0,7 point). De même, l'Amérique du Nord représente 14,7 % du total, soit une hausse de 2,1 points par rapport à 2016. A l'inverse, les préventes de programmes français vers le reste du monde sont en baisse de 2,8 points à 18,1 %, en raison de la baisse des préventes de l'Asie / Océanie (-4,1 points à 2,5 % des préventes totales).

Un volume horaire de coproductions en hausse

En 2017, si le volume horaire de coproductions augmente de 7,7 % à 1 428 heures, les apports étrangers à ces coproductions baissent de 25,2 % à 56,9 M€. Premier partenaire de la France, l'Europe de l'Ouest a réduit ses apports de 14,2 % à 40,1 M€ en 2017. En Amérique du Nord et en Asie / Océanie, les apports en coproduction diminuent respectivement de 60,8 % à 7,1 M€ et de 28,8 % à 6,2 M€. Cette diminution affecte les trois principaux genres. Alors qu'ils étaient à un niveau particulièrement élevé autour de quelques titres, les apports étrangers en

coproduction dans le genre de la fiction diminuent de 39,4 % et atteignent 15,5 M€. Les apports en coproduction sont également à la baisse en animation (-24,6% à 20,2 M€) et en documentaire (-18,6 % à 14,5 M€).

De nombreux territoires partenaires du préfinancement des programmes français

En 2017, le préfinancement de programmes de fiction français, qu'il s'agisse d'apports en coproduction ou de préventes, implique 14 pays différents (contre 9 pays en 2016), au premier rang desquels la Belgique (436 heures) et la Suisse (204 heures). S'agissant de l'animation, le préfinancement implique 16 pays différents, en particulier la Belgique (143 heures) et l'Allemagne (98 heures), contre 60 pays différents pour le documentaire.

Le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est en hausse de 7,7 % en 2017 à 1 428 heures.

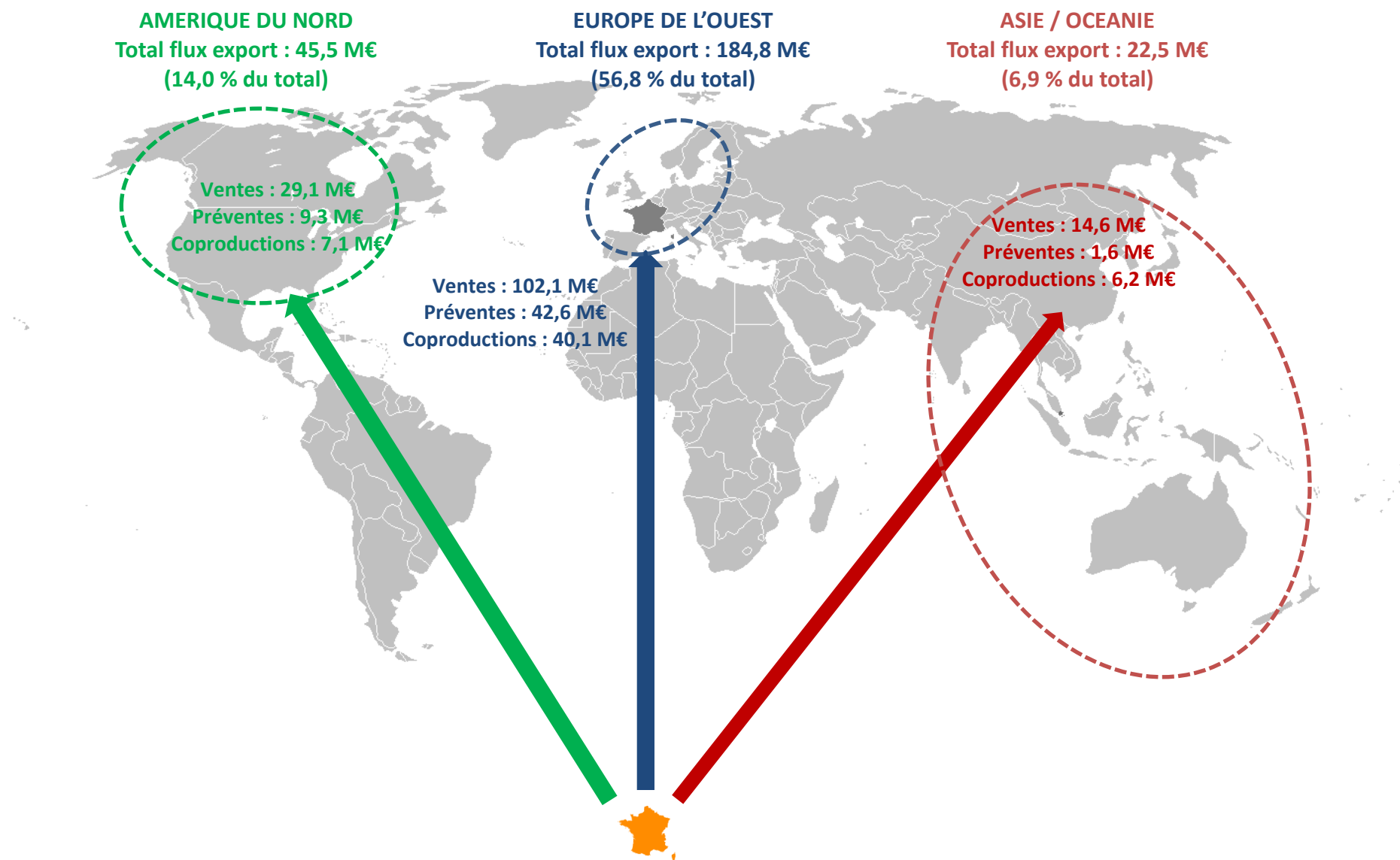
La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français augmente en 2017 à 31,6 %, contre 29,5 % en 2016. En 2017, 80,6 % du volume horaire des programmes d'animation est coproduit avec l'étranger (91,0 % en 2016). 48,7 % du volume horaire des programmes de fiction est coproduit avec l'étranger (44,2 % en 2016) et 22,3 % des programmes de documentaires (17,3 % en 2016).

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

	ventes	préventes	total ventes + préventes	apports en coproduction	total flux export
2013	137,1	42,4	179,5	69,5	249,0
Fiction	26,0	5,2	31,3	21,9	53,2
Documentaire	30,8	9,4	40,2	16,6	56,8
Animation	46,9	26,5	73,3	25,6	98,9
musique, spectacle vivant	5,0	1,2	6,2	5,4	11,6
format (fiction, jeux, variétés)	22,1	-	22,1	-	22,1
divers (information, extraits...)	6,4	0,1	6,4	-	6,4
2014	153,8	56,5	210,3	56,3	266,6
Fiction	38,9	28,6	67,5	16,7	84,2
Documentaire	34,9	5,2	40,1	9,9	50
Animation	45,0	21,2	66,3	24,4	90,7
musique, spectacle vivant	4,8	1,4	6,2	5,3	11,5
format (fiction, jeux, variétés)	22,8	-	22,8	-	22,8
divers (information, extraits...)	7,3	0,0	7,3	-	7,3
2015	164,2	36,8	201,0	54,1	255,1
Fiction	41,2	11,3	52,6	8,3	60,9
Documentaire	37,1	6,4	43,5	13,0	56,5
Animation	50,6	18,0	68,6	25,7	94,3
musique, spectacle vivant	4,2	1,0	5,3	7,0	12,3
format (fiction, jeux, variétés)	22,9	-	22,9	-	22,9
divers (information, extraits...)	8,1	-	8,1	0,1	8,3
2016	189,1	71,2	260,3	76,0	336,3
Fiction	49,8	25,6	75,4	25,6	101,1
Documentaire	35,1	12,8	47,9	17,8	65,6
Animation	75,0	31,3	106,3	26,7	133,0
musique, spectacle vivant	4,4	1,3	5,7	5,8	11,5
format (fiction, jeux, variétés)	19,4	-	19,4	-	19,4
divers (information, extraits...)	5,5	0,2	5,7	0,1	5,8
2017	205,2	63,4	268,6	56,9	325,5
Fiction	63,7	13,3	77,0	15,5	92,5
Documentaire	35,5	7,8	43,3	14,5	57,8
Animation	75,6	40,5	116,2	20,2	136,3
musique, spectacle vivant	5,3	1,7	7,0	6,7	13,7
format (fiction, jeux, variétés)	20,9	-	20,9	-	20,9
divers (information, extraits...)	4,2	0,1	4,2	0,0	4,2

Source : CNC-TV France International.

Carte - Les principales zones géographiques en termes de flux export (ventes, préventes et coproductions) en 2017



II. Les ventes de programmes audiovisuels

Chiffres clés

Les ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2017



205,2 M€ de ventes à l'étranger
+8,5 % par rapport à 2016



29,2 M€ de ventes de droits Monde
14,2% du total des ventes

Les principaux genres vendus à l'étranger en 2017



75,6 M€ de ventes de
programmes d'animation
+0,9 % par rapport à 2016

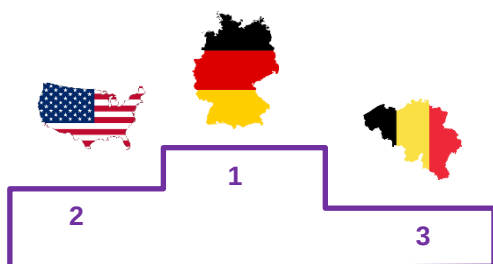


63,7 M€ de ventes de
programmes de fiction
+27,8 % par rapport à 2016



35,5 M€ de ventes de
documentaires
+1,2 % par rapport à 2016

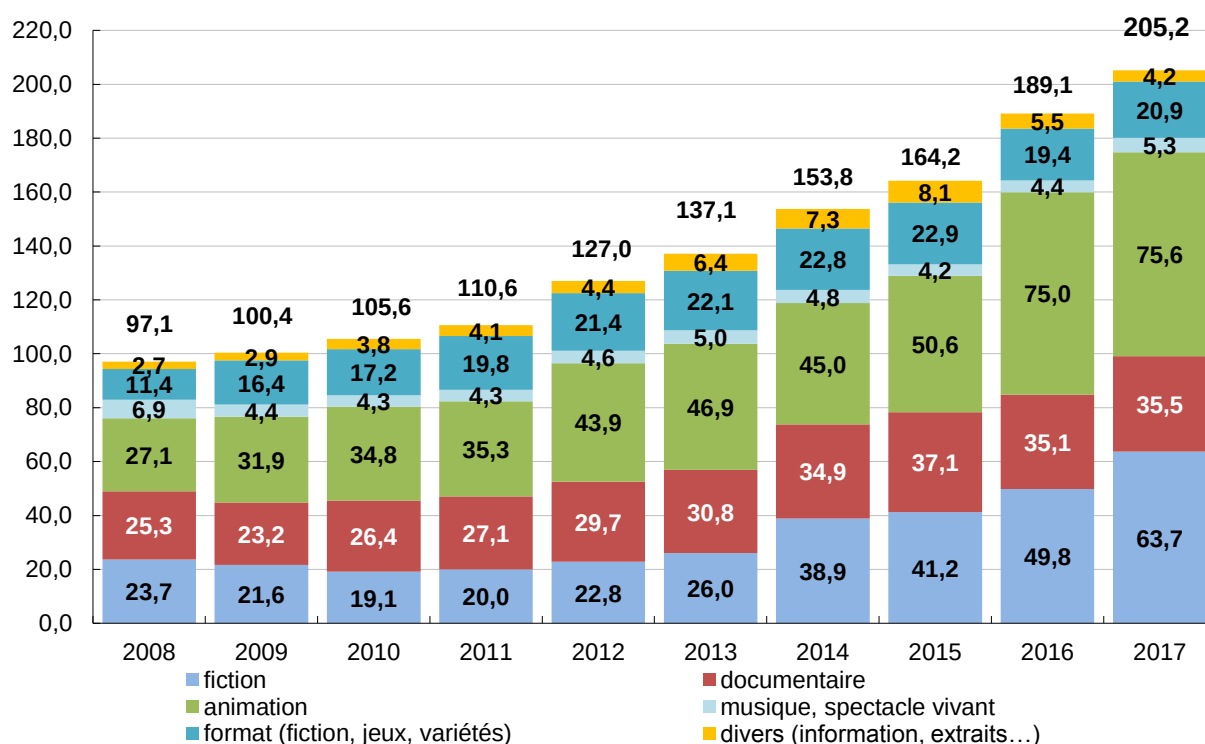
Les principaux acheteurs de programmes français en 2017



n°1 : Allemagne (27,1 M€ de ventes, Autriche incluse)
n°2 : Etats-Unis (20,2 M€ de ventes)
n°3 : Belgique (19,3 M€ de ventes)

En 2017, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 8,5 % pour atteindre 205,2 M€, soit le plus haut niveau jamais observé. Cette hausse s'explique principalement par la progression de la fiction qui n'a cessé de progresser depuis 2014 (+27,8 % par rapport à 2016 à 63,7 M€, nouveau record historique). Les ventes de programmes d'animation sont également en légère hausse par rapport à une année 2016 déjà exceptionnelle (+0,9 %) et atteignent leur plus haut niveau historique (75,6 M€). Les ventes de programmes documentaires repartent à la hausse à 35,5 M€ (+1,2 % par rapport à 2016), soit le deuxième plus haut niveau de ces dix dernières années. Les ventes de formats augmentent de 8,2 %, celles de programmes musique/spectacle vivant augmentent de 20,8 %, alors que celles d'information / divers baissent de 24,8 %.

Ventes de programmes audiovisuels français (M€)



Source : CNC-TV France International.

A. La géographie des ventes de programmes audiovisuels

En 2017, les deux premières zones en matière de ventes sont en croissance, au premier rang desquelles l'Europe de l'Ouest, qui augmente ses achats de 11,8 %. La zone génère 49,8 % des recettes d'exportation (+1,5 points). L'Amérique du Nord augmente à nouveau fortement ses importations (+16,4 %) pour atteindre un nouveau record historique. En revanche, la zone Asie/Océanie est en repli de 18,3 %.

Après deux années de baisse, les ventes en Europe centrale et orientale repartent fortement à la hausse (+50,3 %), faisant de la région la troisième zone de destination des ventes de programmes français devant l'Asie. Les ventes au Moyen-Orient progressent également de 17,6 %. En diminution continue depuis 2013, les ventes vers l'Amérique latine augmentent de 3,3 %. En revanche, les exportations de programmes français vers l'Afrique diminuent de 13,8 % en 2017.

Enfin, les ventes de droits Monde, isolées par les déclarants pour la troisième année, représentent à nouveau la deuxième source de recettes devant l'Amérique du Nord et s'élèvent à 29,2 M€ (-2,1 % par rapport à 2016), pour un poids dans les exportations totales de 14,2 %.

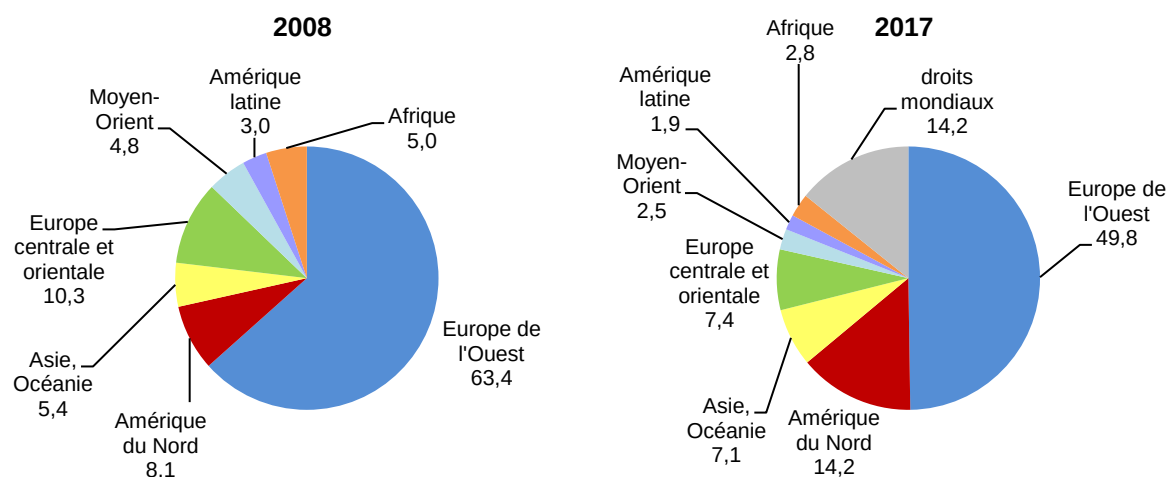
Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Europe de l'Ouest	61,6	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	+11,8
Droits Monde ¹	-	-	-	-	-	-	-	14,0	29,9	29,2	-2,1
Amérique du Nord	7,9	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	+16,4
Europe centrale et orientale	10,0	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	+50,3
Asie / Océanie	5,2	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	-18,3
Afrique	4,9	2,1	1,8	1,5	1,8	3,7	6,1	7,0	6,8	5,8	-13,8
Moyen-Orient	4,7	4,6	3,4	3,4	4,9	6,5	5,3	5,7	4,4	5,2	+17,6
Amérique latine	2,9	2,3	3,7	4,1	5,9	5,8	4,8	4,2	3,7	3,8	+3,3
total	97,1	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	+8,5

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux.

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

a. Hausse des ventes en Europe de l'Ouest, en particulier en Allemagne, en Italie et aux Pays-Bas

En 2017, les ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest ont atteint un résultat de 102,1 M€, soit une augmentation de 11,8 % par rapport à 2016, représentant 49,8 % du total des ventes à l'étranger. La zone Europe de l'Ouest semble s'installer durablement à environ 50 % des exportations après avoir longtemps représenté, jusqu'en 2012 environ 60 % des exportations.

Avec des achats en nette hausse (+39,8 %) en 2017, la zone germanophone demeure le premier acheteur de programmes audiovisuels français dans le monde avec 27,1 M€, soit le plus haut niveau historique. Elle reste le premier marché mondial pour la fiction française, avec des ventes en hausse de 3,4 % à 10,0 M€. La série *Guyane* (8x52' - Mascaret Films) distribuée par Newen Distribution a par exemple été achetée par RTL Crime Allemagne et Autriche. De même, AMC Allemagne a acquis les droits d'*Ainsi soient-ils* (24x52' – Zadig Productions) auprès de Film & Picture. La saison 2 de la série *Dix pour cent* (6x52' – Mon Voisin

Productions, Mother Production) vendue par France tv distribution et déjà présente dans plus de 60 pays sur Netflix, a également été acquise en Allemagne par Sony en 2017. Les ventes de documentaires sont en forte hausse de 30,2 % à 4,5 M€. La série documentaire historique *Traces Cachées* (DocLand Yard, Gedeon Programmes) vendue par Terranoa y connaît un succès important sur la chaîne ZDFInfo notamment. Après trois années de baisse, les ventes de programmes d'animation français en Allemagne et Autriche font plus que doubler en 2017 (+130,6 % par rapport à 2016) et atteignent 10,5 M€, soit la deuxième zone de destination de l'animation française après les Etats-Unis.

Pour la sixième année consécutive, les ventes de programmes français en Belgique progressent (+6,4 %) pour atteindre un nouveau niveau historique à 19,3 M€. Territoire privilégié pour les programmes français, quel que soit le genre, la Belgique est toujours sur le podium des marchés d'exportation. Les achats sont en forte progression en animation à 3,3 M€. OUfTivi/RTBF a ainsi acheté *ZakStorm* (39x26' - ON Entertainment, Zagtoon, Sam-G, MNC) à PGS Entertainment. Corréliées au niveau élevé des préventes et coproductions, les ventes de fiction française restent à un niveau élevé en Belgique à 6,7 M€, malgré une baisse de 8,0 %. La Belgique est également un marché important pour le documentaire français, d'importance quasi-équivalente à celle de l'Allemagne avec de nombreuses ventes aux chaînes publiques.

En Suisse, après une année 2016 plutôt décevante, les achats repartent à la hausse en 2017 (+17,1 % à 6,7 M€). Tous les genres ont bénéficié de l'augmentation des ventes.

Mais c'est en particulier aux Pays-Bas et au Luxembourg que l'année 2017 a été particulièrement bonne pour les vendeurs français, avec des achats en hausse de 77,5 % à 6,6 M€. A titre d'exemple, la série *La forêt* (6x52' – Carma Films) y a été acquise par la chaîne publique néerlandaise NPO auprès de la société About Premium Content.

En 2017, la zone constituée du Royaume-Uni et de l'Irlande est le principal marché européen en baisse. Malgré une diminution de 24,4 % en 2017 à 12,2 M€, les ventes y restent très au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (8,6 M€). Après avoir connu une hausse de 259,1 % en 2016, les achats de programmes de fiction diminuent de moitié en 2017 et atteignent 4,3 M€, l'animation subissant également une baisse de 10,3 %. A contrario, le documentaire et le format se portent bien avec des taux de croissance de 14,4 % et 48,9 %. L'année 2016 avait été notamment marquée par les résultats remarquables des ventes de quelques titres de fiction française, et notamment la vente de la deuxième saison de la série *Versailles* par Banijay Rights à BBC2 et Amazon Prime Video. Le marché britannique reste un marché particulièrement difficile à conquérir pour les distributeurs français, en raison de la richesse de la production locale de fiction et de documentaire et de la concurrence très forte qui s'y opère. Les fictions en langue étrangère s'exportent peu, même si on dénombre quelques ventes notables, comme en atteste celle de la deuxième saison des *Témoins* (6x52' - Cinétévé) par Newen Distribution ou de *Missions* (20x26' - Empreinte Digitale) par AB International Distribution à BBC Four. De même la plateforme britannique de vidéo à la demande par abonnement Walter Presents, appartenant à Channel 4, a acheté la série *Manon 20 ans* (3x52' – Image & Compagnie, ARTE France) distribuée par Film & Picture.

Les exportations vers le marché italien poursuivent leur progression et l'Italie redevient la troisième destination européenne pour les programmes français. L'Italie confirme sa position

de territoire de destination privilégié en matière de fiction et d'animation française en particulier avec des achats en hausse de 18,4 % à 14,3 M€. Après deux années de forte hausse, les ventes de programmes de fiction y sont quasiment stables (-3,8 % à 4,4 M€). Les nouvelles saisons des programmes français phares parviennent toujours à se vendre sur le marché italien. L'année 2017 est particulièrement marquée par le doublement des ventes de programmes d'animation français (+97,5 % à 6,0 M€). La chaîne italienne Cartoonito a ainsi acheté les deux premières saisons de la série vendue par Cyber Group Studios Zou (156x11'). En revanche, les ventes de documentaires français en Italie ont reculé de 17,3 % à 1,9 M€ en 2017.

En Espagne, les achats de programmes français repartent à la hausse en 2017 et atteignent 8,2 M€ (+15,4 %), soit le deuxième plus haut niveau de ces dix dernières années. En matière de fiction, après une année 2016 en fort recul, les ventes font plus que tripler et retrouvent un niveau très élevé à 4,2 M€. La fiction redevient ainsi le premier genre vendu en Espagne. Comme en Italie, la série distribuée par France tv distribution *Chérif* (48x52' – MakingProd) a été programmée avec succès par Movistar+ en Espagne. De même, la série *Candice Renoir* (48x52' – Boxeur de Lune) a été vendue par Newen Distribution à la télévision payante AXN (appartenant à Sony). En revanche, les ventes de programmes d'animation ont diminué de 41,3 % à 1,7 M€. La série *Paf le chien* (78x7' - Superprod et Animoka) y a été vendue par Superights à TV3 Catalunya en Espagne.

Après trois années consécutives de baisse, les achats des pays scandinaves repartent à la hausse en 2017 (+6,8 % par rapport à 2016) et s'établissent à 5,1 M€. Si les ventes de documentaire et d'animation poursuivent leur recul, les ventes de programmes de fiction doublent pour atteindre 1,2 M€, record historique dans la zone avec par exemple la série *Missions* vendue à DR au Danemark. La série d'animation *Simon* vendue par Go-N International a trouvé preneur sur NRK en Norvège, SVT en Suède, YLE en Finlande et RUV en Islande.

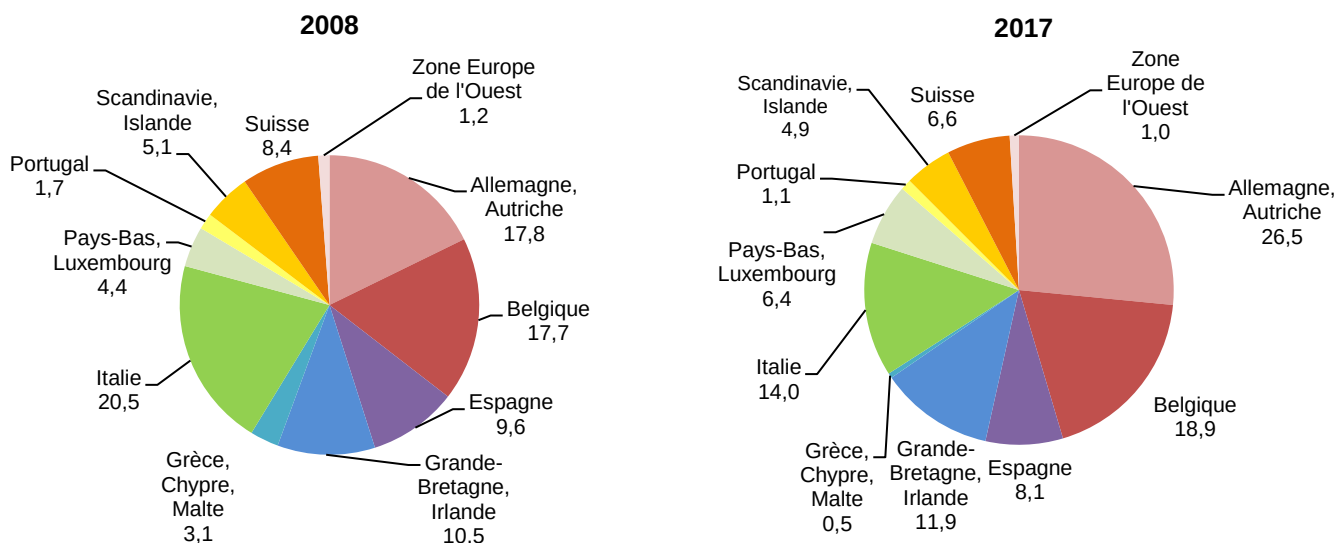
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Allemagne, Autriche	10,9	8,8	10,2	8,6	12,0	16,6	23,0	19,2	19,4	27,1	+39,8
Belgique	10,9	7,6	8,7	7,4	8,0	12,8	13,1	15,2	18,1	19,3	+6,4
Italie	12,6	9,9	11,1	12,3	8,4	10,1	12,3	9,7	12,1	14,3	+18,4
Grande-Bretagne, Irlande	6,5	3,9	5,2	7,4	8,3	6,5	9,0	10,7	16,1	12,2	-24,4
Espagne	5,9	7,4	8,8	8,0	4,0	5,4	4,6	7,9	7,1	8,2	+15,4
Suisse	5,2	3,9	5,1	4,3	4,2	6,1	6,5	7,6	5,7	6,7	+17,1
Pays-Bas, Luxembourg	2,7	1,7	2,1	1,9	2,9	1,6	2,7	4,6	3,7	6,6	+77,5
Scandinavie, Islande	3,2	3,7	7,3	5,6	6,2	6,7	5,8	5,6	4,7	5,1	+6,8
Portugal	1,1	2,0	1,8	1,7	1,1	0,7	1,0	1,5	1,6	1,2	-28,2
Zone Europe de l'Ouest ¹	0,7	11,5	0,6	3,5	6,6	11,4	5,9	4,2	1,7	1,0	-42,3
Grèce, Chypre, Malte	1,9	2,4	1,3	0,7	0,5	0,4	0,4	0,7	1,0	0,5	-48,8
total	61,6	62,9	62,2	61,3	62,2	78,1	84,2	87,0	91,3	102,1	+11,8

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

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

b. Europe centrale et orientale en forte hausse, sauf en Russie

En 2017, les ventes des programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale connaissent une forte hausse (+50,3 %) pour s'établir à 15,3 M€, soit le deuxième plus haut niveau de la décennie. La zone représente 7,4 % du total des ventes à l'étranger (+2 points par rapport à 2016). Premier genre vendu dans la région depuis 2017, la fiction a progressé de 190,5 % à 6,8 M€. Les ventes d'animation restent à un niveau significatif de 2,8 M€ (+6,1 % par rapport à 2016), juste devant le documentaire à 2,8 M€ également (-1,9 %).

Cette progression des ventes est portée par l'ensemble des pays de la région, à l'exception notable de la Russie et des pays de l'ex-CEI. La Pologne confirme sa place de première destination de la zone, avec des achats de programmes français en hausse de 47,8 % à 4,0 M€, soit un record historique. Le nombre très important de diffuseurs présents exacerbe la concurrence sur le marché polonais et multiplie les opportunités pour les distributeurs français, malgré la faiblesse des prix pratiqués.

A l'inverse du reste de l'Europe centrale et orientale, les ventes de programmes français vers la Russie, l'Ukraine et les pays de l'ex-CEI sont en baisse pour la troisième année consécutive et s'élèvent à 1,9 M€ (-31,5 % par rapport à 2016) en raison notamment de la crise économique, de la dépréciation du rouble et des mesures protectionnistes mises en œuvre. Les principaux genres sont tous en diminution. L'animation reste le premier genre vendu dans la zone avec 34,4 % du total des ventes, juste devant le documentaire avec 31,9 % des ventes. Cyber Group Studios a conclu la vente de la saison 3 de *Zou* à Carousel, la chaîne dédiée à la jeunesse du groupe Channel One Russia Worldwide.

Les exportations vers la zone « République tchèque, Slovaquie » augmentent de 84,8 % à 2,7 M€ en 2017, faisant ainsi de ce sous-ensemble la deuxième destination des programmes français en Europe centrale et orientale, grâce au marché tchèque et notamment aux achats des chaînes Ceska TV (chaîne publique) et Prima (chaîne commerciale).

De même, les recettes en provenance de la zone « Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres » sont en forte hausse de 173,7 % à 2,0 M€.

Les ventes de programmes français en Turquie atteignent 1,0 M€ en 2017, soit une hausse de 10,5 % par rapport à 2016.

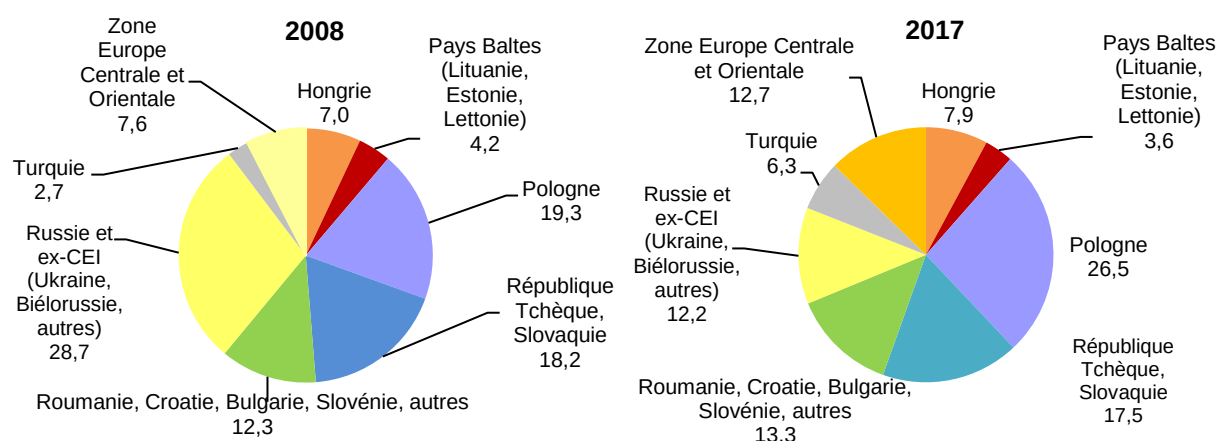
Ventes de programmes audiovisuels français en Europe centrale et orientale (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Pologne	1,9	1,6	1,6	2,0	1,6	1,7	1,6	3,8	2,7	4,0	+47,8
République tchèque, Slovaquie	1,8	1,3	1,5	1,6	1,7	2,0	1,6	1,1	1,4	2,7	+84,8
Roumanie, Croatie, Bulgarie, Slovénie, autres	1,2	1,2	1,2	1,1	1,3	1,9	1,4	1,4	0,7	2,0	+173,7
Zone Europe centrale et orientale ¹	0,3	1,3	0,7	0,5	2,0	1,0	0,6	0,8	0,7	1,9	+195,5
Russie et ex-CEI (Ukraine, Biélorussie, autres)	2,9	3,7	5,7	6,8	7,6	4,4	6,2	3,2	2,7	1,9	-31,5
Hongrie	0,7	0,6	0,5	0,5	0,7	1,0	1,4	0,9	0,6	1,2	+113,4
Turquie	0,8	0,7	0,9	1,0	1,7	1,5	1,2	1,4	0,9	1,0	+10,5
Pays Baltes (Lituanie, Estonie, Lettonie)	0,4	0,2	0,2	0,3	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,6	+31,3
total	10,0	10,5	12,3	13,8	16,9	13,9	14,2	13,0	10,2	15,3	+50,3

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

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

c. Hausse des marchés nord-américains

En 2017, les ventes de programmes français vers l'Amérique du Nord sont de nouveau en hausse (+16,4 % à 29,1 M€) et dépassent le record établi en 2016, notamment grâce aux relais de croissance additionnels apportés par les plateformes de vidéo à la demande.

Alors que les ventes vers les Etats-Unis étaient déjà en forte hausse en 2016 (+38,5 %), la tendance se confirme en 2017 avec une croissance de 40,0 % des exportations. Avec un total de 20,2 M€ d'achats de programmes français et une part de marché de 9,8 % du total mondial (+2,2 points par rapport à 2016), les Etats-Unis deviennent le deuxième marché d'export pour les programmes français. Cette croissance s'explique par les hausses enregistrées dans les trois principaux genres. En particulier, avec 11,3 M€ d'achats de programmes (+46,0 %, soit la sixième année consécutive de hausse), les Etats-Unis confirment leur place de premier marché

pour l'animation française devant l'Allemagne. Les productions françaises d'animation remportent de nombreux succès. En témoigne le « Teen Choice Award » remis en août 2018 à la série *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* en raison de sa diffusion conjointement sur Nickelodeon et Netflix. L'animation reste ainsi le premier genre vendu, devant la fiction, avec 4,5 M€ et le documentaire (3,4 M€).

En 2017, les ventes de documentaires connaissent une hausse significative (+24,5 % à 3,4 M€), portées notamment par les plateformes et les diffuseurs de niche, clients des productions françaises destinées à des publics ciblés. Si les diffuseurs traditionnels ne constituent des débouchés que de façon plus exceptionnelle, les plateformes de vidéo à la demande par abonnement et les diffuseurs institutionnels, comme les réseaux éducatifs, sont des partenaires privilégiés des distributeurs français.

La fiction est également en forte hausse pour la deuxième année consécutive (+33,0 % à 4,5 M€). Le succès de *Versailles* (Capa Drama, Zodiak Fiction, Incendo) se confirme avec la vente par Banijay Rights de la saison 2 à Ovation TV. Autre série à concept fort, la série *Ainsi soient-ils* (24x52' – Zadig Productions) a été vendue à Netflix par Film&Picture sur le territoire américain. La plateforme de V&DA américaine Hulu a acheté auprès de StudioCanal les droits exclusifs de diffusion de la coproduction franco-suédoise *Jour polaire* (8x52' - Atlantique Productions, Nice Drama, Filmpool Nord, GMT Productions, Nordisk Film and TV Fond). Enfin, la série *Trepalium* (6x52' - Kelia) a été vendue par Lagardère Studios Distribution à la plateforme de vidéo à la demande par abonnement Shudder (groupe AMC).

Avec 7,1 M€ d'importations en 2017 (-16,4%), le Canada maintient un niveau élevé d'achats. Avec 2,5 M€ d'achats de programmes, l'animation reste le premier genre vendu sur le territoire, malgré une baisse de 16,1 %. La tendance s'observe également dans les autres genres, notamment la fiction (-21,1 %) et le documentaire (-25,7 %). Si le Québec reste un marché fort pour les productions françaises, notamment en documentaire et en fiction, le Canada anglophone est de plus en plus difficile à pénétrer, en raison notamment de la forte production locale et des quotas qui lui sont réservés. A un niveau toujours élevé de 1,6 M€, les ventes de format au Canada y sont cependant en hausse de 5,1 %.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Etats-Unis	4,3	4,5	5,6	5,6	9,9	8,1	13,7	10,4	14,4	20,2	+40,0
Canada	3,6	4,1	5,7	5,9	6,5	8,0	7,9	7,9	8,5	7,1	-16,4
Zone Amérique du Nord ¹	-	0,8	0,8	0,7	0,5	-	-	-	2,1	1,9	-12,6
Total	7,9	9,5	12,2	12,2	16,9	16,1	21,6	18,3	25,0	29,1	+16,4

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

Source : CNC-TV France International.

d. Asie en recul, malgré la forte hausse en Chine

En 2017, les ventes de programmes audiovisuels français en Asie/Océanie ont atteint 14,6 M€, soit une diminution de 18,3 % par rapport à 2016. La zone représente 7,1 % du total des ventes à l'étranger.

Pour la deuxième année consécutive, les ventes en direction de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » augmentent de 44,8 % en 2017, à 5,6 M€. La zone représente 38,6 % des exportations vers l'Asie / Océanie en 2017 (+16,8 points par rapport à 2016). Comme en 2016, la Chine s'impose de plus en plus comme un territoire incontournable pour la vente de productions françaises, en particulier pour l'animation. La multiplication des plateformes locales, avec lesquelles les distributeurs français peuvent travailler en direct facilite les échanges, tandis que les distributeurs locaux comme JY China ou UYoung Media permettent aux titres français de circuler chez les diffuseurs chinois. Ainsi le distributeur Jetsen Huashi Wangju Kids a acheté la série préscolaire *Simon* (52x5') produite pour France Télévisions et distribuée par Go-N International. Parmi les nombreuses ventes réalisées par les distributeurs français en Chine, la série préscolaire *Molang* (104x3'30'') est disponible sur iQiyi, et a été lancée début 2018 sur Tencent et Youku Tudou (Alibaba). Les droits de distribution VàD multiplateformes pour la Chine de la série ont été acquis par Alibaba Entertainment Licensing auprès de Millimages. Au total, dans la zone « Chine, Hong Kong, Taiwan », les ventes d'animation ont augmenté de 85,3 % en 2017 pour s'établir à 3,3 M€ et le genre représente désormais 61,6 % des ventes dans la zone. Deuxième genre représenté dans la zone, le documentaire pèse 1,5 M€, avec quelques ventes significatives à des plateformes ou des distributeurs, notamment dans les domaines de l'art et de la culture. Les sujets historiques et géopolitiques, importants dans les productions françaises, sont plus difficiles à distribuer dans la zone.

Après une année 2016 exceptionnelle, avec des ventes multipliées par 8 par rapport à 2015, en particulier grâce aux programmes d'animation acquis par des acteurs non-linéaires locaux comme Amazon Inde, l'exportation de programmes français vers l'Inde s'élève en 2017 à 0,6 M€ (-85,3 % par rapport à 2016).

Au Japon, les ventes de programmes français augmentent de 12,3 % en 2017 pour atteindre 2,6 M€, le Japon devenant ainsi le deuxième marché de la zone. Client traditionnel des programmes français, la NHK concentre toujours ses acquisitions particulièrement sur le documentaire. La série documentaire *Graines d'étoiles, cinq ans après* (5x26' - Schuch Productions, ARET France, Opéra National De Paris) a néanmoins été vendue par ARTE à la chaîne payante Wowow, et en édition DVD.

En Corée du Sud, les ventes de programmes français sont en augmentation de 8,4 % en 2017 à 0,9 M€. Le marché sud-coréen reste un marché relativement difficile à pénétrer pour le documentaire français, en raison de la forte production locale et de l'intérêt plus appuyé sur les sujets locaux. Néanmoins, les distributeurs français travaillent avec des diffuseurs comme KBS. Les ventes dans les autres genres, qu'il s'agisse de la fiction ou de l'animation, sont un peu plus rares.

La zone « Singapour, Indonésie et autres pays asiatiques » baisse pour la troisième année consécutive de 16,6 % à 1,7 M€ en 2017.

Les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » augmentent de 3,4 % pour atteindre 2,1 M€ en 2017. Le marché, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne, est difficile à pénétrer avec une offre alternative de fiction et de documentaire. Les ventes s'y font

assez rares depuis quelques années et les grandes chaînes locales, notamment publiques comme SBS en Australie, se font moins clientes de programmes français.

Les ventes multi-territoires de programmes français en Asie diminuent de 59,7 % à 1,2 M€ en 2017.

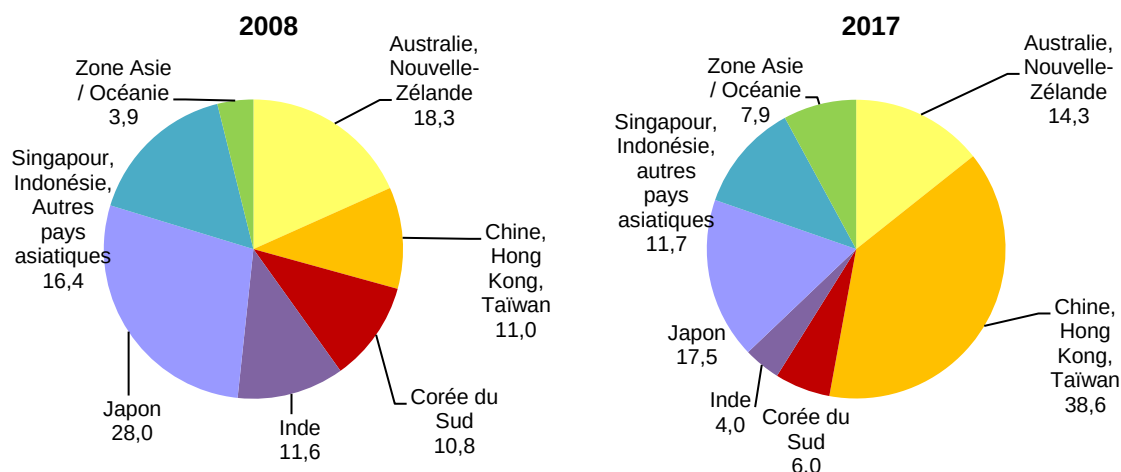
Ventes de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Chine, Hong Kong, Taïwan	0,6	2,1	2,2	3,1	5,1	2,6	3,5	3,2	3,9	5,6	+44,8
Japon	1,5	1,9	2,0	2,2	3,1	1,8	2,6	2,1	2,3	2,6	+12,3
Australie, Nouvelle-Zélande	1,0	2,1	1,2	1,9	1,9	2,5	2,2	1,4	2,0	2,1	+3,4
Singapour, Indonésie, autres pays asiatiques	0,9	1,3	2,2	3,8	2,9	3,0	6,7	2,5	2,1	1,7	-16,6
Zone Asie / Océanie ¹	0,2	0,6	1,1	1,6	2,9	1,6	1,1	3,8	2,9	1,2	-59,7
Corée du Sud	0,6	0,5	0,9	1,2	1,5	0,9	0,8	1,5	0,8	0,9	+8,4
Inde	0,6	0,1	0,6	0,5	1,0	0,7	0,5	0,5	4,0	0,6	-85,3
Total	5,2	8,6	10,2	14,3	18,4	13,1	17,5	15,0	17,9	14,6	-18,3

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

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

e. Baisse en Afrique

En 2017, l'exportation de programmes audiovisuels français sur le continent africain atteint 5,8 M€ (-13,8 % par rapport à 2016), représentant 2,8 % des ventes de programmes français dans le monde (-0,7 point).

Ce recul est dû à la forte diminution des exportations de programmes vers l'Afrique francophone (-57,2 % à 2,4 M€). A l'inverse, le marché de l'Afrique anglophone est en croissance, avec un niveau historique de ventes à 1,6 M€, soit une progression de 322,3 % par rapport à 2016.

Le continent africain reste un territoire d'exportation complexe pour les programmes français, avec des prix particulièrement bas et qui peinent à augmenter, et une appétence des publics centrée sur les fictions locales.

f. Progression des ventes au Moyen-Orient

En 2017, les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont en hausse de 17,6 % à 5,2 M€.

Les chaînes comme MBC Al-Arabiya et Al Jazeera sont traditionnellement des diffuseurs privilégiés des programmes documentaires français, en raison notamment de la qualité du catalogue français dans les domaines de géopolitique (« current affairs »), de culture et d'histoire. Le genre documentaire n'est pas le seul à trouver des débouchés sur les chaînes de la zone : l'animation connaît une nouvelle hausse de 27,9 % à 1,6 M€. La série du catalogue de Cyber Group Studios *Ozie Boo* de 2008 (78x7' + 52x2') a été acquise par Gobo, service de vidéo à la demande par abonnement de MBC présent au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, tout comme les séries *Mademoiselle Zazie* (78x7') et *Les légendes de Tatanka* (52x13'). Parmi les clients de l'animation française dans la zone, les chaînes Bareem TV et Jeem TV du groupe Al Jazeera ont acquis les droits de diffusion de plusieurs séries d'animation produites par Millimages, dont *Molang* (104x3'30). Les ventes de format sont importantes dans la région : elles représentent en 2017 un montant de 1,9 M€, en hausse de 50,7 %. Les ventes au Moyen Orient restent majoritairement des ventes multi-territoriales.

g. Hausse de l'Amérique latine

En 2017, après quatre années consécutives de diminution, les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine augmentent de 3,3 % à 3,8 M€.

Le marché brésilien est néanmoins en baisse de 7,1 % à 1,0 M€ (27,5 % des ventes en Amérique latine). Bien qu'elles aient également connu une baisse en 2017, les ventes multi-territoriales à l'échelle de l'Amérique latine restent à un niveau élevé à 1,6 M€ (-17,6 % par rapport à 2016). Elles demeurent ainsi le principal canal de vente des programmes français et représentent 42,8 % des exportations vers la zone. Au global, le volume de ventes reste faible toujours pour les mêmes raisons : instabilité politique et économique, faiblesse de la capacité d'achat des diffuseurs publics. Les réseaux continentaux, souvent détenus pas les majors américaines, peuvent néanmoins permettre de faire circuler les programmes français, en particulier dans l'animation. Les ventes au Mexique sont en progression (+20,7 % à 0,3 M€), tout comme celles réalisées en Argentine (+58,0 % à 0,2 M€), même si elles restent à des niveaux très faibles.

Alors que les ventes de fiction et de documentaire sont en baisse en 2017, l'animation confirme sa position de premier genre représenté dans la zone avec des ventes en hausse de 34,7 % à 2,0 M€, soit 52,5 % des ventes (+12,3 points). Le studio français Xilam Animation a ainsi conclu la vente en 2017 de la série d'animation scolaire *Paprika* (75x7' et 11x2') à Disney Junior Latin America. La série sera ainsi diffusée sur toutes les chaînes Disney Junior du continent, et notamment au Brésil.

h. Quasi-stabilité des ventes de droits Monde

Les droits mondiaux s'établissent en 2017 à 29,2 M€ contre 29,9 M€ en 2016 (-2,1 %) et représentent 14,2 % des achats de programmes français dans le monde. Ces droits mondiaux font l'objet d'une catégorie distincte dans cette étude depuis 2015 et sont ventilés par genre depuis 2016.

En 2017, 75,3 % de ces droits mondiaux sont des droits mondiaux de vidéo à la demande (VàD) et vidéo à la demande par abonnement (VàDA), le reste correspondant à des ventes de droits télévisuels, soit à des diffuseurs filiales de majors américaines ayant une couverture mondiale, soit à des diffuseurs tels que TV5 Monde (animation et documentaire pour l'essentiel). En 2016, la vidéo à la demande et la vidéo à la demande par abonnement ne représentaient que 28,5 % des ventes de droits mondiaux. Qu'il s'agisse de droits télévisuels ou de vidéo à la demande, le premier genre bénéficiaire est l'animation, qui représente 56,5 % des ventes totales de droits mondiaux, malgré une baisse de 21,4 %. Les ventes de droits mondiaux de documentaires ont progressé de 23,2 % à 4,1 M€. En fiction, les ventes ont presque triplé, passant de 2,8 M€ à 8,0 M€, en raison notamment de la multiplication des achats de fiction française par les plateformes de vidéo à la demande par abonnement. Parmi les achats monde significatifs de l'année, la plateforme Netflix a acheté pour le monde entier (à l'exception de la France) les droits de diffusion de la série *La Mante* (6x52' – Septembre productions), distribuée par AB International Distribution. Egalement vendue par AB International Distribution, la série *Zone Blanche* (8x52' - Ego Productions avec Be-Films et RTBF) devient la première série audiovisuelle française achetée par la plateforme de vidéo à la demande par abonnement Amazon Prime Video au niveau mondial, avec des droits exclusifs pour la grande majorité des territoires. La série française *Le Chalet* (6x52' – Dajma), vendue par France tv distribution a également été achetée en exclusivité par Netflix pour le monde.

B. Analyse des ventes par genre de programmes

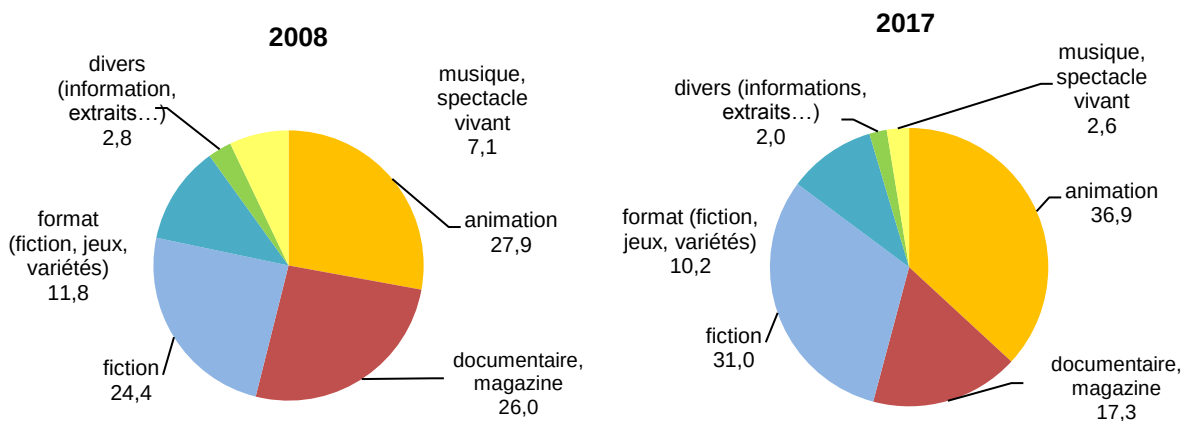
En 2017, les ventes de programmes audiovisuels sont stables ou en augmentation dans tous les genres, à l'exception du genre « information / divers » (-24,8 % à 4,2 M€). Principal genre en croissance, la fiction voit ses ventes de programmes augmenter de 27,8 %. En cinq ans, les ventes de fiction ont quasiment triplé. Le genre représente 31,0 % du total des exportations, (+4,7 points par rapport à 2016), soit le niveau le plus haut de ces dix dernières années. Avec des ventes stables en 2017 (+0,9 %), l'animation reste à un niveau très élevé et toujours le premier genre à l'export avec 36,9 % des ventes. Les ventes de documentaires sont en légère hausse en 2017 (+1,2 % par rapport à 2016) pour atteindre le deuxième plus haut niveau de la décennie. Enfin les ventes de formats sont en progression de 8,2 % et celles de musique et de spectacle vivant de 20,8 %.

Ventes de programmes audiovisuels français par genre (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Animation	27,1	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6	+0,9
Fiction	23,7	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7	+27,8
Documentaire, magazine	25,3	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5	+1,2
Format (fiction, jeux, variétés)	11,4	16,4	17,2	19,8	21,4	22,1	22,8	22,9	19,4	20,9	+8,2
Musique, spectacle vivant	6,9	4,4	4,3	4,3	4,6	5,0	4,8	4,2	4,4	5,3	+20,8
Divers (information, extraits...)	2,7	2,9	3,8	4,1	4,4	6,4	7,3	8,1	5,5	4,2	-24,8
Total	97,1	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2	+8,5

Source : CNC-TV France International.

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



Source : CNC-TV France International.

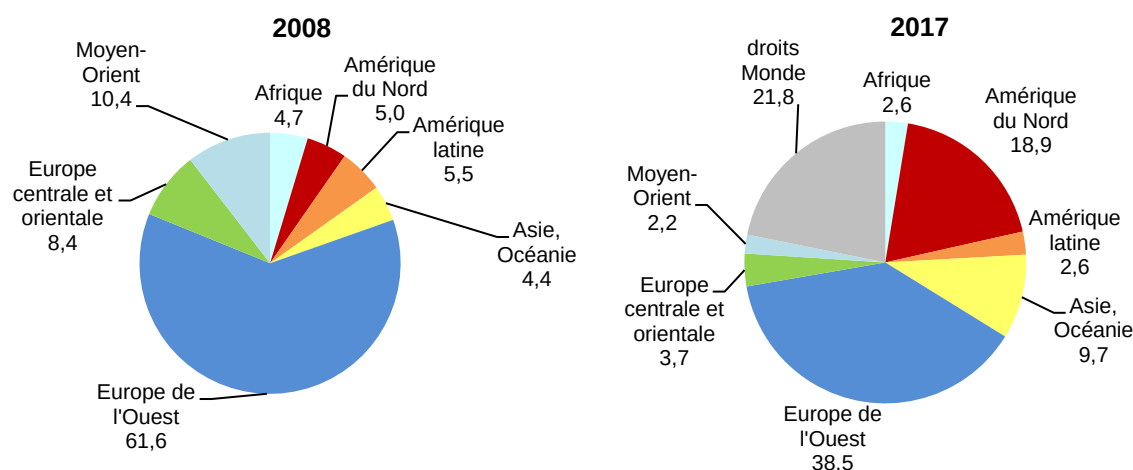
a. Stabilité des ventes d'animation

En 2017, les ventes de programmes français d'animation à l'étranger sont stables à un niveau particulièrement élevé (+0,9 %, à 75,6 M€), dépassant ainsi le niveau record atteint en 2016. La part du genre atteint 36,9 % des ventes totales (-2,8 points par rapport à 2016).

Forts d'une production mondialement reconnue et de catalogues variés, les distributeurs français optimisent le potentiel d'export des programmes d'animation français en saisissant les opportunités offertes par les nouveaux acteurs. Si les marchés traditionnels restent des clients privilégiés (Europe de l'Ouest, Amérique du Nord), de même que les chaînes publiques et les réseaux internationaux, les ventes à destination des marchés émergents (dont la Chine, Moyen-Orient) et des plateformes nationales ou transnationales de vidéo à la demande constituent des relais de croissance importants

S'agissant de la production par tranche d'âge, l'augmentation de la demande de programmes pour les 2-5 ans et pour les 5-7 ans se confirme. Au-delà de ces cibles, les enfants plus âgés se tournent de plus en plus tôt vers la fiction qu'elle soit jeunesse ou non selon les professionnels. Par ailleurs, la durée des programmes s'est raccourcie ces dernières années, les formats les plus commercialisés étant ceux de 7 minutes ou de 13 minutes par épisode.

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



Source : CNC-TV France International.

Les exportations de programmes d'animation en Europe de l'Ouest sont en hausse en 2017 à 29,1 M€ (+16,0 %). L'Europe de l'Ouest représente 38,5 % du total (contre 33,4 % en 2016), un poids nettement inférieur à la moyenne de ces dix dernières années (50,0 %), en raison de la diversification des marchés d'export pour l'animation française. Avec des achats en très forte hausse (+130,6 % à 10,5 M€), l'Allemagne reste le premier acheteur européen d'animation pour les distributeurs français devant l'Italie, dont les achats sont également en nette progression (+97,5 % à 6,0 M€). En Belgique, les ventes ont augmenté de 81,4 %. La série *Paï le Chien* (78x7') distribuée par Superight a ainsi été achetée par les deux chaînes belges RTBF et VRT. De même la série *Grizzy et les Lemmings*, distribuée par Hari International, a été vendue à VRT en Belgique, en plus des ventes à Super RTL en Allemagne, NPO aux Pays-Bas, NRK en Norvège, SVT en Suède, RUV en Islande et PulsTv en Pologne. Autre série qui a trouvé un écho très important en Europe de l'Ouest, *Zak Storm* (39x26' - ON Entertainment, Zagtoon, Sam-G, MNC), exportée aussi bien sur des chaînes publiques que privées, au

Royaume-Uni (Pop, chaîne détenue par Sony Pictures Television Networks), en Allemagne (Super RTL), en Italie (DeAgostini), en Espagne (RTVE et Canal Panda), en Belgique (vtmKzoom et OufTivi/RTBF) en Suisse (RTS), aux Pays-Bas (RTL Telekids) et au Portugal (SIC).

Les ventes d'animation française en Amérique du Nord sont en progression de 22,2 % à 14,3 M€ en 2017. En deux ans, le niveau des ventes dans la zone a plus que doublé, une progression portée par le marché américain. La zone représente désormais 18,9 % des ventes totales d'animation (+3,3 points) et reste la deuxième zone d'exportation pour l'animation française en 2017. En 2017, les Etats-Unis confirment leur place de premier marché pour les programmes d'animation français devant l'Allemagne, après six années consécutives de hausse. Aux Etats-Unis, les ventes augmentent fortement en 2017 (+46,0 %). Disney a notamment acheté la série d'animation *Molusco* (52x13') à Superights, tandis que la plateforme Netflix a acquis les droits V&D pour les Etats-Unis de la série *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (78x26' – Zagtoon, Method Animation, Toei Animation, SAMG Animation) auprès de PGS Entertainment. C'est également à Netflix US que Xilam a vendu les droits de la saison 6 d'*Oggy et les cafards*. Au Canada, les ventes d'animation française sont en recul de 16,1 % en 2017, à 2,5 M€, restant au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années. A noter que MIAM ! animation a vendu cette année la série *Yétili* (75x7'30 + 40x2'30 + 1x26' – Darjeeling) à la chaîne de télévision québécoise pour enfants Yoopa et à la chaîne éducative anglophone Knowledge Network.

Après une année 2016 particulièrement forte, les ventes d'animation en Asie / Océanie sont en baisse de 30,3 % à 7,3 M€ en 2017, deuxième plus haut niveau historique. L'année 2016 était notamment marquée par plusieurs ventes très importantes en Inde. L'ensemble reste la troisième zone d'exportation pour les programmes d'animation français et représente 9,7 % du total des ventes d'animation française dans le monde (-4,3 points). L'animation française continue de trouver de nombreux débouchés dans la zone, comme en attestent les nombreuses ventes de la série produite par Millimages *Molang*, vendue à Disney Asie, Disney Inde, EBS en Corée du Sud, TVB à Hong-Kong, Thai BPS en Thaïlande et TBS à Taïwan. La série *Grizzly et les Lemmings* distribuée par Hari International a par ailleurs été acquise par la plateforme en ligne Mango TV appartenant à la télévision chinoise Hunan TV.

La Chine devient un marché incontournable pour l'animation française notamment par le dynamisme des plateformes de V&D dominées par les géants locaux Baidu, Alibaba et Tencent. La série française *La Petite école d'Hélène* (52x11' – Superprod et Muse Entertainment) y a été vendue par Superights au distributeur chinois UYoung Culture & Media Groupe, interlocuteur régulier des distributeurs français, pour les droits télévisuels, vidéo et digitaux pour la Chine. UYoung a également acheté les droits télévision et vidéo à la demande de la série *Paprika* (75x7' et 11x2') vendue par Xilam.

Vendue par Newen Distribution, la série *Grabouillon* (260x7' - Blue Spirit Animation) a trouvé acquéreur pour ses cinq saisons auprès du réseau Discovery Networks Asia Pacific pour Discovery Kids. Par ailleurs, les saisons 6 et 7 d'*Oggy et les cafards* ont été achetées par Cartoon Network Asia auprès de Xilam tandis que Jetsen Huashi Wangju Kids a acquis les droits digitaux de la saison 1 de *Zig & Sharko* (Xilam) pour une diffusion en 2018 en Chine sur les plateformes de vidéo à la demande.

L'année 2016 avait été marquée par un chiffre d'affaires particulièrement élevé en Inde pour l'animation. En 2017, les clients de l'animation française restent nombreux et actifs, aussi bien les réseaux comme Nickelodeon, Disney Channel, Cartoon Network, Sony que les services de vidéo à la demande présents sur le territoire indien comme Amazon india, Alt Digital ou Hungama. Au niveau régional, la plateforme iflix Asie a acheté la deuxième saison de *Jamie a des tentacules* (104x11' – Samka Productions) distribuée par Jetpack Distribution.

En Europe centrale et orientale, les ventes d'animation progressent de 6,1 % à 2,8 M€ en 2017. La zone est à l'origine de 3,7 % des importations d'animation française en 2017, contre 6,9 % sur la dernière décennie. En Russie notamment, les achats sont à nouveau en baisse de 33,0 % à 0,6 M€, malgré la vente de nouvelles saisons de la série de Xilam Animation *Oggy et les cafards* à la chaîne Carousel. Parmi les autres ventes significatives conclues en 2017, Hari International a vendu la série française *Grizzy et les Lemmings* (78x7') à de nouveaux acquéreurs : le conglomérat audiovisuel Modern Times Group présent notamment en Lettonie et en Estonie et ProPlus en Slovaquie.

En 2017, les ventes d'animation en Amérique latine repartent à la hausse et atteignent 2,0 M€ (+34,7 %). Principales acheteuses de programmes français, les chaînes pan-américaines ont de nouveau signé avec les distributeurs français : *Paf le chien* a ainsi été vendu par Superights à Discovery Latin America. Superights a également vendu la série *L'heure du conte* (26x13' - Le Regard Sonore) aux chaînes publiques Señal Colombia, Canal Once au Mexique, TV Escola au Brésil et Pakapaka en Argentine.

Au Moyen-Orient, les ventes de programmes d'animation français sont en hausse de 27,9 % à 1,6 M€. La zone devient un territoire d'exportation important, qu'il s'agisse des diffuseurs régionaux classiques ou des plateformes, comme en atteste la vente par Cyber Group Studios des *Enquêtes de Mirette* (52x11'), de *Nos voisins les pirates* (52x11') et des *Chroniques de Zorro* (26x22') à E-Vision, plateforme VàDA détenue par le leader local des télécommunications Etisalat.

Le marché de l'animation bénéficie toujours du niveau élevé des ventes de droits mondiaux à 16,5 M€, malgré une baisse en 2017 de ce type d'exportations (-21,4 %). Ces ventes représentent 21,8 % des ventes totales d'animation française. Les séries *Paprika*, ou *Si j'étais un animal*, vendues par Xilam, ont ainsi fait l'objet de ventes monde à Netflix.

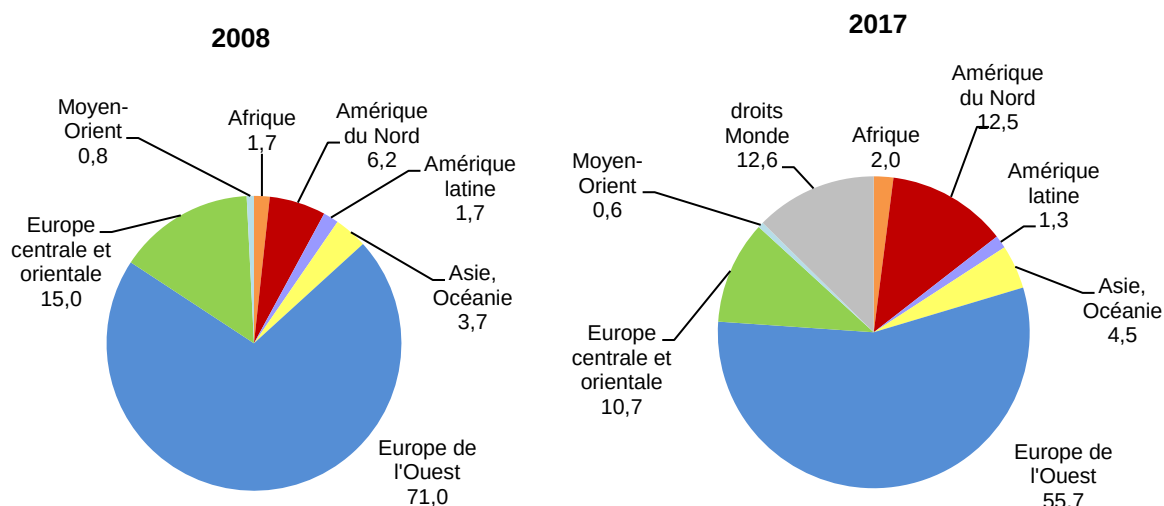
b. Forte hausse des ventes de fiction

En 2017, pour la septième année consécutive, les ventes de fiction française à l'international enregistrent une nette progression de 27,8 %, à 63,7 M€. Le genre représente 31,0 % des ventes de programmes audiovisuels français (+4,7 points par rapport à 2016). La hausse des ventes de fiction concerne toutes les zones géographiques, à l'exception de l'Afrique et de l'Amérique latine. L'Europe de l'Ouest demeure le premier marché à l'export pour la fiction française, représentant 55,7 % des ventes en 2017, contre 66,9 % en 2016.

La qualité et l'ambition croissantes des productions françaises et l'expertise plus grande des distributeurs permettent aux fictions françaises de trouver des diffuseurs dans de nombreux territoires, au-delà des marchés traditionnels de l'Europe de l'Ouest. Les nouvelles saisons des grandes « marques » de fiction continuent de se vendre, tandis que les séries originales aux

sujets plus discriminants trouvent de nouveaux débouchés dans un contexte international particulièrement concurrentiel. Le « 52 minutes » demeure le format de fiction qui se vend le plus souvent à l'étranger. Parmi les marques établies qui continuent de s'exporter en Europe, la série *Candice Renoir* et ses cinq saisons atteint de nouveaux marchés, notamment en Europe centrale et orientale sur le réseau AXN qui couvrent la plupart des territoires de la zone, après avoir réalisé des succès en Allemagne sur ZDF Neo ou en Italie sur Fox Crime. Une série comme *Baron noir* (8x52'), qui était déjà vendue par StudioCanal à Sony Pictures Television Networks pour les territoires germanophones et à SBS en Australie a trouvé de nouveaux diffuseurs dans les territoires anglo-saxons, qu'il s'agisse d'Amazon Prime ou de la plateforme Walter Presents aux Etats-Unis. Plusieurs autres ventes significatives illustrent cette tendance : la série de science-fiction *Missions* (20x26') a été acquise par la plateforme de vidéo à la demande appartenant à AMC Networks, Shudder, spécialisée dans le suspense et l'horreur. Produite par Empreinte Digitale pour OCS et vendue par AB International Distribution, la série sera ainsi diffusée en première fenêtre sur plusieurs territoires anglo-saxons dont les Etats-Unis, le Canada, le Royaume-Uni et l'Irlande. La série a également trouvé acquéreur en Allemagne (RTL Passion), au Danemark (DR) et sur BBC Four au Royaume-Uni, sachant qu'en Allemagne et au Royaume-Uni, la diffusion sur les chaînes aura lieu en deuxième fenêtre.

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



Source : CNC-TV France International.

En 2017, les ventes de fiction en Europe de l'Ouest continuent de progresser et atteignent 35,5 M€ (+6,4 %). Notamment, la fin progressive des contrats d'*output deal* entre les Etats-Unis et les grandes chaînes européennes a permis de libérer des cases et a bénéficié à la production et à l'export de productions françaises. La zone germanophone (Allemagne + Autriche) reste de loin le premier acheteur de fiction française à 10,0 M€ (+3,4 %). Au Royaume-Uni et en Irlande, l'année 2016 avait été historiquement élevée pour la fiction française. En 2017, les achats dans la zone diminuent de 53,7 % mais restent très importants. Avec 4,3 M€, l'année 2017 est la deuxième meilleure année dans les pays anglo-saxons. Ces marchés restent assez peu ouverts à la fiction en langue non anglaise, et les ventes demeurent exceptionnelles et sur des séries de prestige ou en langue anglaise comme *Versailles* en 2016. La Belgique et la Suisse restent en 2017 des marchés privilégiés pour la fiction française avec respectivement 6,7 M€ (-8,0 %) et 3,1 M€ (+20,2 %).

Par ailleurs, la fiction française trouve toujours de nombreux débouchés en Europe du Sud. Si les achats en Italie diminuent de 3,8 %, ils restent à un niveau élevé : 4,4 M€ en 2017. Newen Distribution y a vendu la série *La stagiaire* (16x52' - Gazelle & Cie, Elephant Story) à la chaîne italienne Fox Crime et la série *Cassandra* (4x90' - Barjac Productions, Abrafilms) à Paramount Channel Italia, et Film&Picture a vendu la collection *Saisons meurtrières* (4x90' – Astharté & Compagnie) à la chaîne payante La Effe. Enfin, le marché espagnol réputé difficile a vu les ventes de fiction plus que tripler en 2017 (+224,5 %) pour atteindre 4,2 M€, faisant de la fiction le premier genre vendu sur le territoire.

Les ventes de fiction française en Amérique du Nord battent un record historique en atteignant 7,9 M€. La zone représente 12,5 % des ventes totales. Le marché américain, en croissance de 33,0 % à 4,5 M€, est ainsi devenu le troisième territoire d'exportation pour la fiction française, derrière l'Allemagne et la Belgique. Ces résultats sont principalement liés aux acquisitions des plateformes de vidéo à la demande comme Shudder (service de streaming de programmes de genre d'AMC Networks), Netflix USA, ou encore Sundance Now et Walter Presents, plateforme britannique détenue par Channel 4 et Global Series Network. Au Canada, les ventes sont en recul de 21,1 %.

Les ventes de fiction française en Europe centrale et orientale ont quasiment triplé en 2017 et atteignent 6,8 M€ (+190,5 %). La zone représente 10,7 % des ventes de fiction française en 2017 (+6,0 points par rapport à 2016). Le marché polonais a été particulièrement dynamique pour la fiction française en 2017 avec des achats en hausse de 214,9 % à 2,6 M€. Les productions *Contact* (8x52') et *La forêt* (6x52') de la société Carma Films et vendues par APC ont été achetées en Pologne, par TVP dans le cas de la première et par Ale Kino+, chaîne du groupe Canal+ pour la deuxième. La première saison de la série *Versailles* a également été vendue par Banijay Rights (10x60' – Capa Drama, Zodiak Fiction, Incendo) à Viasat World pour la nouvelle chaîne (et service de vidéo à la demande par abonnement) Epic Drama, lancée en décembre 2017 dans les principaux pays d'Europe centrale et orientale. Enfin la série *Guyane* y a fait l'objet d'une vente multi-territoires à Sony, tout comme *Les Témoins*, également distribuée par Newen distribution. Les ventes en Russie restent à un niveau relativement peu élevé et sont en baisse en 2017 (-34,5 % à 0,5 M€).

Les ventes de fiction française en Asie / Océanie sont de nouveau en hausse de 34,6 % et battent ainsi le record de l'année 2014 en s'établissant à 2,9 M€. Fait marquant de l'année 2017, pour la première fois, une série française a été achetée et diffusée sur la plateforme chinoise Bili Bili, il s'agit de la série *Missions*, vendue par AB International Distribution.

Après deux années particulièrement fortes, les ventes de fiction en Afrique baissent de 39,1 % à 1,3 M€. Fait remarquable de l'année 2017, la coproduction franco-suédoise *Jour polaire* vendue par StudioCanal a été achetée par le groupe audiovisuel sud-africain M-Net.

En Amérique latine, malgré une baisse de 15,2 %, les ventes de fiction sont dans la moyenne de ces dix dernières années et s'élèvent à 0,9 M€. La série *Guyane* a été vendue par Newen Distribution à DirecTV dans la zone.

Les ventes de droits Monde ont quasiment triplé en 2017 pour atteindre 8,0 M€ (+186,1 %). Elles représentent 12,6 % du total des ventes à l'étranger en 2017 (+7,0 points par rapport à

2016) et deviennent la deuxième source de recettes pour la fiction française à l'international. Les ventes de droits Monde sont toujours effectuées très majoritairement à des plateformes de vidéo à la demande par abonnement.

c. Légère hausse des exportations de documentaire

Les ventes de documentaire français à l'international augmentent légèrement de 1,2 % et atteignent 35,5 M€ en 2017, toujours au-dessus de la moyenne de ces dix dernières années (30,5 M€). Le genre capte 17,3 % des recettes (-1,2 point), alors que la concurrence internationale dans la production de documentaires est particulièrement forte.

La diversité et la qualité des productions françaises dans tous les genres documentaires est très largement reconnue à l'international. La série documentaire de 52 minutes reste le format privilégié par les chaînes payantes et thématiques à la recherche de volumes importants. Les documentaires unitaires trouvent néanmoins de la place chez les diffuseurs, en atteste la vente par ZED du film historique *Bobby Kennedy : la démocratie jusqu'à la mort* (52' – Cinétévé) à la chaîne National Geographic US. Valeur sûre de la production française, le documentaire historique jouit ainsi d'une très bonne réputation à l'international, en particulier sur le thème de la Seconde Guerre Mondiale. La chaîne américaine a également acquis les droits du programme *Jeunesses hitlériennes, l'endoctrinement d'une nation* (2x44' et 107', produit par ZED pour France Télévisions). Le documentaire s'est également vendu à RST en Suisse, RTBF en Belgique, la chaîne d'information Welt (anciennement N24) en Allemagne. La série documentaire *1945-1953 : de la Guerre mondiale à la Guerre froide* (2x52' – Martange Production pour France Télévisions) a également rencontré du succès à travers le monde, avec des ventes aussi bien à MBC Al Arabiya au Moyen-Orient qu'à Foxtel en Australie, FTV Prima en République tchèque et Viasat en Russie et Scandinavie. De même le documentaire *Magda Goebbels, la première dame du troisième Reich* (52') produit et distribué par la Compagnie des phares et balises s'est vendu dans de très nombreux territoires en Europe, mais aussi à la NHK au Japon ou à Globosat au Brésil. Les documentaires français sur l'histoire internationale sont particulièrement nombreux et se vendent bien. Le titre *Tokyo Phoenix, cataclysmes et renaissance* (52', 90' ou 2x45' - ARTE France, NHK, CC&C) a été vendu par Terranoa à Smithsonian Channel au Canada, Discovery Asia et VRT en Belgique.

Le genre « art de vivre » s'exporte traditionnellement bien et un documentaire comme *Bon appétit* (10x52' - Laura Briand), vendu par Balanga a été acquis par des diffuseurs aussi variés que La Effe en Italie, SBS et Food network en Australie, à Orient Film au Japon, en Belgique à la RTBF en 2017 et a également été vendu en 2016 à la ZDF Ent. pour Netflix en Allemagne ou à Canal 22 au Mexique. La série *Taste Hunters : les explorateurs du goût* (15x52' – TV Only) a également été vendue par Only Distribution en Espagne (RTVE), en Pologne (Canal+), en Corée du Sud ou à Hong-Kong (TVB). De même, les grands documentaires de découverte et de nature circulent bien, avec des programmes comme *Expedition Antarctica* (2x52' ou 90' - Paprika Films/ Wild Touch / ARTE / Ushuaia TV), vendu par Terranoa a fait l'objet en 2017 d'une quinzaine de ventes.

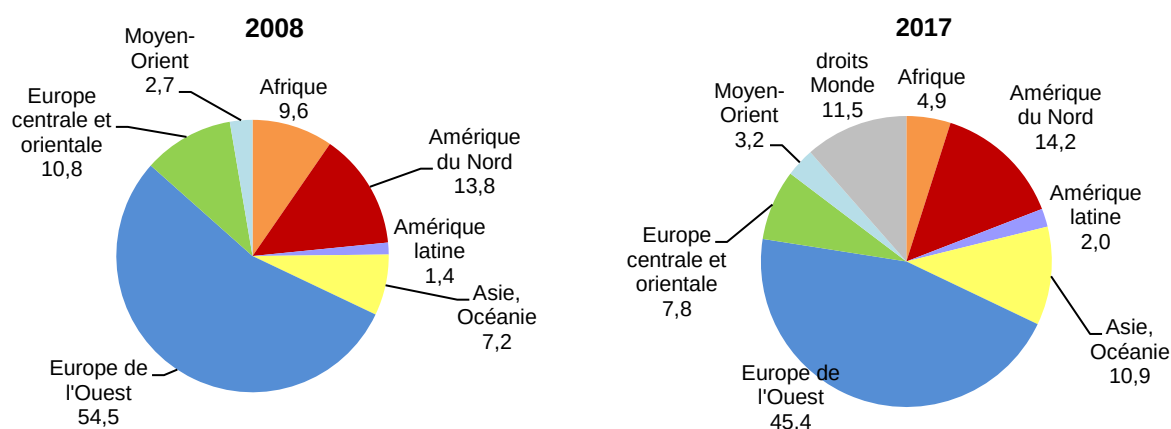
Si le genre scientifique reste assez peu représenté dans la production française, la série *Rêver le futur* (20x52' - Update Productions, Bonne Pioche), collection de documentaires sur l'innovation vendue par About Premium Content, qui a déjà trouvé preneur sur une cinquantaine de chaînes couvrant plus de 80 pays, a de nouveau trouvé des diffuseurs pour sa

saison 2 en 2017 : Odissea en Espagne, Radio-Canada au Canada ou encore RSI en Suisse, FTV Prima en République tchèque et Planète+ en Pologne.

Par ailleurs, le genre de l'investigation est porteur et génère souvent des ventes importantes pour les distributeurs français. En 2017, le documentaire *Cholestérol, le grand bluff* (52 ou 82' – Quark Productions) a été vendu par AndanaFilms dans de nombreux territoires, notamment sur des chaînes publiques, dont l'Italie (RAI), l'Espagne (RTVE), PTS (Taïwan) ou encore Télé-Québec ou TVOntario au Canada.

Les grandes plateformes mondiales de vidéo à la demande par abonnement sont difficiles à conquérir mais la production française trouve souvent sa place sur des plateformes plus petites, et s'adressant à des publics bien ciblés.

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



Source : CNC-TV France International.

L'Europe de l'Ouest est toujours le premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux à 16,1 M€, malgré des achats en baisse (-3,2 %) et une part de marché de nouveau en recul de 2,1 points à 45,4 %.

Avec des achats en hausse de 30,2 % à 4,5 M€, la zone germanophone (Allemagne + Autriche) devient le premier marché pour le documentaire français, juste devant la Belgique. Balanga a ainsi vendu la série *A pleines dents (Bon Appétit: Gerard Depardieu's Europe en anglais, 10x52' – Les films d'Ici.)* à ZDF Enterprises en Allemagne. Les ventes de documentaires en Belgique sont en baisse en 5,8 % et atteignent 4,4 M€. En Italie, troisième marché européen pour le documentaire français, les ventes diminuent de 17,3 % à 1,9 M€. Deux marchés importants sont en hausse : la Suisse avec 1,9 M€ d'achats (+4,4 %) et la zone anglophone (Royaume-Uni + Irlande) avec 1,6 M€ d'achats (+14,4 %). Au Royaume-Uni, la série documentaire historique *Le Jour où...* sur la Seconde Guerre Mondiale (5x52' - Et La Suite Productions / France 5) y a été vendue à la chaîne S4C et à UKTV. Les ventes sont en recul plus net en Espagne (-20,4 %), où peu de diffuseurs sont actifs en acquisitions (RTVE et Odissea principalement) et en Scandinavie (-25,3 %), où les documentaires font de plus en plus l'objet de diffusion non-linéaire.

Les ventes de documentaires en Amérique du Nord sont en hausse de 8,5 % à 5,0 M€. Troisième marché pour le documentaire français, les Etats-Unis ont augmenté leurs achats de

24,5 % pour un total qui s'élève à 3,4 M€. En revanche, les ventes au Canada reculent à nouveau de 25,7 % et s'élèvent à 1,4 M€ en 2017.

En Asie / Océanie, les ventes de documentaires français augmentent de 3,2 % pour atteindre 3,9 M€ en 2017. De manière générale, les pays de la zone sont preneurs des programmes mode, art et culture, notamment les chaînes publiques comme la NHK au Japon. Dans la zone constituée par la Chine, Hong Kong et Taïwan, les ventes de documentaires français ont augmenté de 14,4 % pour atteindre 1,5 M€. Le documentaire est le deuxième genre le plus exporté dans la zone, après l'animation, avec une part de marché de 26,7 %. L'Australie est un marché difficile en 2017 pour le documentaire français, et les ventes réalisées auprès des diffuseurs comme SBS et ABC se font rares, en raison notamment de la fermeture de cases dédiées.

En Europe centrale et orientale, les achats de documentaires connaissent une légère diminution en 2017 (-1,9 % à 2,8 M€), soit une part de marché de 7,8 % des ventes totales. Les ventes diminuent dans les deux principaux marchés : elles baissent notamment de 41,4 % en Pologne à 0,7 M€, soit un niveau historiquement faible. Les achats russes sont également en recul de 15,2 % à 0,6 M€.

Pour la quatrième année consécutive, les ventes en Afrique augmentent et s'établissent à 1,7 M€ (+2,6 %).

En revanche, au Moyen-Orient, les ventes de documentaires français sont en baisse de 10,8 % à 1,1 M€, mais les distributeurs français parviennent toujours à travailler avec les grands réseaux comme MBC Al-Arabiya et Al Jazeera, sur quasiment tous les genres, et en particulier les sujets « current affairs ».

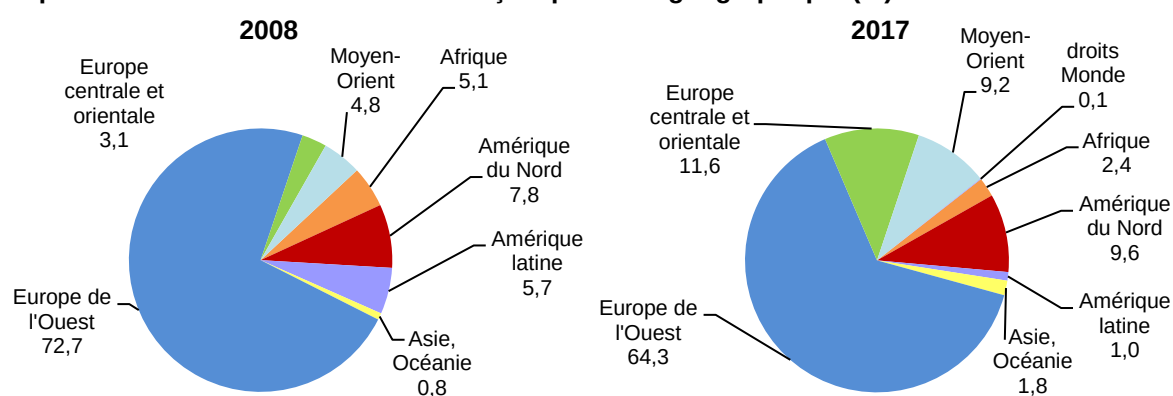
L'Amérique latine diminue également ses achats de documentaires français de 19,9 % à 0,7 M€. Le marché latino-américain demeure marginal pour le documentaire français, bien que des chaînes comme National Geographic Latin America permettent à des documentaires français de circuler sur le continent, comme en atteste la vente par ZED de *Hitler et Churchill : l'aigle et le lion* (2x45' – Roche Productions) et celle d'épisodes de la collection *Duels (Face To Face, 16x52' - Sunset Presse, Step by Step, Ma Drogue à Moi, Bo Travail, Flair Productions...)* par Balanga.

A l'inverse, les ventes de droits Monde sont un débouché de plus en plus intéressant pour le documentaire français : les ventes ont progressé de 23,2 % pour atteindre 4,1 M€ en 2017, soit une part de marché de 11,5 % du total des ventes. Les droits mondes ont ainsi été acquis par National Geographic pour le documentaire animalier vendu par ZED *La Loi des lionnes* (52' - ZED/JBIZ productions avec la participation de France Télévision). De même, National Geographic a acquis les droits monde de l'odyssée scientifique *700 requins dans la nuit* (90' - ARTE France - Le cinquième rêve - Andromède Océanologie - Les Gens Bien Productions - Film'in Tahiti - CNRS Images) pour sa chaîne Wild. Enfin Netflix a acquis pour le monde entier une dizaine de titres auprès de Lagardère Studios Distribution, dont une majorité de documentaires historiques comme *Elles étaient en guerre 1914-1918* (52' ou 90' - Program33 / ECPAD / France 3).

d. Hausse de la vente de formats et du spectacle vivant

Les ventes de formats français (fiction, jeux et variétés) à l'étranger sont en hausse de 8,2 % à 20,9 M€ en 2017. Le format représente 10,2 % du total des ventes, comme en 2016. 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, comme *Fort Boyard* ou des jeux comme *Slam*, vendu par Effervescence en Slovénie depuis 4 ans et en Grèce depuis 2017. Pour la fiction, les formats courts participent de la vitalité de la vente de formats, avec notamment des programmes comme *Nos chers voisins* de Lagardère Studio Distribution, acheté par Planet TV en Slovénie, ou cette année encore *Caméra Café* en Italie (CALT Distribution) et *Soda* au Québec, où le format en est à sa quatrième saison. La vente de format reste spécifique par la longueur des négociations et l'issue toujours incertaine des adaptations.

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



Source : CNC-TV France International.

En Europe de l'Ouest, premier territoire d'exportation pour les formats, les ventes sont en hausse de 6,4 % à 13,5 M€. Les exportations sont notamment en hausse dans les deux premiers marchés : en Belgique (+14,9 % à 4,0 M€) et dans la zone Royaume-Uni – Irlande (+48,9 % à 3,4 M€).

Deuxième zone de destination des ventes de formats, l'Europe centrale et orientale est à l'origine de 11,6 % des achats de formats français en 2017. Au total, les ventes de formats dans la zone sont en hausse de 29,9 % à 1,9 M€.

Les ventes de formats français en Amérique du Nord augmentent de 13,9 % à 2,0 M€ en 2017, et se concentrent sur le territoire canadien (+5,1 % à 1,6 M€).

Les ventes de formats français au Moyen-Orient sont en nette hausse de 50,7 % à 1,9 M€. La zone est désormais à l'origine de 9,2 % des ventes totales de formats français dans le monde. Les achats de formats sont notamment portés par le Liban.

Après avoir connu une très forte diminution en 2016, les achats de l'Asie et de l'Océanie sont stables (+0,4 %) à un niveau très faible (0,4 M€).

Les ventes de la catégorie « divers », qui comprennent notamment les programmes d'information et les extraits, diminuent de 24,8 % à 4,2 M€.

En 2017, les exportations de programmes musicaux et de spectacle vivant augmentent de 20,8 % à 5,3 M€. Les ventes sont notamment en hausse en Europe de l'Ouest (+17,9 %), qui représente 26,7 % du total des exportations du genre. Les ventes de droits monde sont également en hausse de 12,6 %.

C. La diversification des exportations de programmes audiovisuels

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

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

Avec 21,5 % des recettes d'exportation en 2017 (22,0 % en 2016), les revenus issus de l'exploitation des programmes français sur les nouveaux médias à l'étranger restent à un niveau élevé, après plusieurs années de forte hausse. Le constat est le même avec les revenus de la vidéo à la demande à l'international qui sont stables à 19,9 % (20,4 % en 2016).

Les plateformes de vidéo à la demande deviennent des acteurs de plus en plus incontournables pour l'exportation des programmes français, en particulier l'animation. Dans ce secteur tout particulièrement, les ventes à ces plateformes peuvent représenter plus de la moitié du chiffre d'affaires annuel à l'export de certaines sociétés. Elles permettent également de pénétrer des territoires jusqu'alors hermétiques aux programmes non-anglophones et ont ouvert une nouvelle voie aux productions européennes auprès des diffuseurs traditionnels. Les plateformes dédiées à des genres particuliers se multiplient, tout comme les plateformes régionales. Seuls deux acteurs de poids ont une stratégie mondiale aujourd'hui (Amazon et Netflix). Les plateformes de vidéo à la demande par abonnement comme Netflix aux Etats-Unis proposent toujours des tarifs significatifs, même si la multiplication des critères à prendre en compte (fenêtres d'exploitation, concurrence locale, exclusivité, étendue des droits, etc.) compliquent la pratique contractuelle, les négociations et le métier même de distributeur à l'international. Certains distributeurs français font dorénavant le bilan de ces expériences en constatant 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.

En baisse depuis 10 ans, les recettes du marché de la vidéo physique reculent très nettement en 2017 et passent de 4,5 % des recettes tous droits confondus en 2016 à 1,5 %.

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 et extension des licences : Mezzo ou Gulli dans toute l'Europe, en Russie ou en Afrique) ne sont pas prises en considération dans cette étude, elles peuvent représenter néanmoins d'importants revenus pour les distributeurs dans certains cas.

III. L'évolution des préventes et coproductions internationales

Chiffres clés

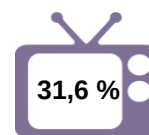
Les financements étrangers de la production audiovisuelle française en 2017



120,3 M€ de financements étrangers (préventes + coproductions)

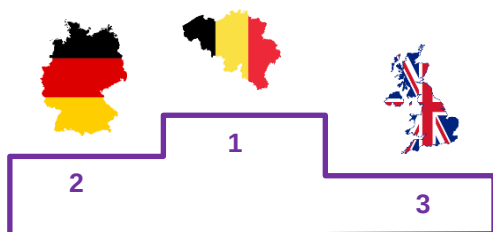


63,4 M€ de préventes (-10,9 %)
56,9 M€ de coproductions (-25,2 %)



Volume de programmes audiovisuels français financés par des capitaux étrangers (+2,1 points)

Les principaux partenaires de la France en préventes et coproductions en 2017



n°1 : Belgique (29,5 M€ de flux financiers)
n°2 : Allemagne (17,2 M€ de flux financiers)
n°3 : Royaume-Uni (12,8 M€ de flux financiers)

Ces trois pays concentrent 49,5 % du volume total de financements étrangers.

Après une année 2016 assez exceptionnelle, les financements étrangers dans la production audiovisuelle française (apports en coproduction et préventes confondus) sont en baisse à 120,3 M€ en 2017 (-18,3 % par rapport à 2016) mais demeurent à un niveau élevé. Cette baisse est liée à la fois à la diminution de 25,2 % des apports en coproduction qui se fixent à 56,9 M€ et au recul de 10,9 % des préventes à l'étranger qui atteignent 63,4 M€, deuxième plus haut niveau de la décennie après l'année 2016.

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

	Europe de l'Ouest	Amérique du Nord	Europe centrale et orientale	Asie / Océanie	Amérique latine	Moyen-Orient	Afrique	autres ²	total monde
2008									
préventes	27,1	10,9	0,3	0,6	0,1	0,1	0,1	1,1	40,4
coproductions	33,3	16,3	1,2	1,5	0,2	0,9	0,1	0,3	53,6
total	60,3	27,2	1,5	2,1	0,2	1,1	0,2	1,4	94,0
2009									
préventes	26,8	3,8	0,2	2,3	0,0	0,1	0,3	1,5	35,1
coproductions	40,0	9,9	1,0	6,5	0,3	0,3	0,2	0,4	58,6
total	66,8	13,7	1,2	8,8	0,3	0,4	0,5	1,9	93,6
2010									
préventes	18,7	8,0	0,2	1,4	0,0	0,1	0,1	2,0	30,5
coproductions	34,2	13,8	1,1	8,2	1,0	0,3	1,2	3,2	62,8
total	52,9	21,7	1,3	9,6	1,0	0,4	1,3	5,2	93,3
2011									
préventes	20,9	15,3	2,8	0,3	0,2	0,1	0,2	3,3	43,0
coproductions	42,2	23,0	2,0	7,4	0,2	0,4	0,5	1,6	77,4
total	63,1	38,3	4,9	7,7	0,4	0,5	0,6	4,9	120,4
2012									
préventes	22,8	7,7	0,1	2,3	0,7	0,1	0,0	5,2	38,9
coproductions	40,6	17,6	1,6	10,0	3,2	0,3	1,8	1,3	76,5
total	63,4	25,2	1,7	12,4	3,9	0,4	1,9	6,5	115,4
2013									
préventes	24,9	7,5	0,3	4,9	0,4	0,1	0,1	4,2	42,4
coproductions	51,6	8,4	1,8	4,7	0,2	1,1	0,8	0,9	69,5
total	76,4	15,9	2,1	9,6	0,6	1,3	0,9	5,1	111,9
2014									
préventes	27,9	20,2	1,4	1,4	0,2	0,3	0,4	4,7	56,5
coproductions	21,9	23,9	2,8	5,4	0,3	0,3	1,5	0,3	56,3
total	49,8	44,1	4,2	6,8	0,4	0,6	1,9	5,0	112,8
2015									
préventes	22,6	11,4	0,2	0,8	0,2	0,1	0,0	1,5	36,8
coproductions	34,9	14,7	1,2	1,3	0,2	0,5	0,4	0,9	54,1
total	57,5	26,0	1,4	2,1	0,5	0,6	0,4	2,4	90,9
2016									
préventes	47,3	9,0	0,2	4,7	1,7	0,1	0,6	7,6	71,2
coproductions	46,7	18,2	1,2	8,8	0,1	0,5	0,4	0,2	76,0
total	94,0	27,2	1,4	13,5	1,8	0,6	1,0	7,8	147,2
2017									
préventes	42,6	9,3	1,0	1,6	1,5	0,0	0,0	7,4	63,4
coproductions	40,1	7,1	1,8	6,2	1,0	0,2	0,2	0,2	56,9
total	82,7	16,4	2,8	7,8	2,5	0,2	0,2	7,6	120,3

¹ Y compris spectacle vivant.

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

Source : CNC.

Avec 82,7 M€ de financements (-12,1 %, soit le deuxième meilleur niveau depuis 10 ans), l'Europe de l'Ouest reste la première zone partenaire de la production audiovisuelle française. L'Amérique du Nord demeure en deuxième position, avec 16,4 M€ de financements en 2017, devant l'Asie / Océanie, qui apporte 7,8 M€ de financements.

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

	animation	fiction	documentaire	spectacle vivant	magazine	total
2008						
préventes	17,2	15,5	6,1	1,5	-	40,4
coproductions	25,7	10,2	15,5	2,2	0,1	53,6
total	42,9	25,7	21,6	3,7	0,1	94,0
2009						
préventes	20,2	5,0	7,7	2,1	-	35,1
coproductions	31,1	12,2	12,9	2,4	-	58,6
total	51,3	17,2	20,6	4,5	-	93,7
2010						
préventes	11,3	8,7	9,0	1,3	0,3	30,5
coproductions	31,3	12,8	13,7	5,0	0,1	62,8
total	42,6	21,5	22,7	6,3	0,4	93,3
2011						
préventes	17,4	18,9	5,9	0,9	0,0	43,0
coproductions	43,4	17,8	11,1	5,1	-	77,4
total	60,8	36,7	17,0	6,0	0,0	120,4
2012						
préventes	18,8	14,3	4,5	1,3	-	38,9
coproductions	23,2	32,7	15,0	5,4	0,2	76,5
total	42,0	47,0	19,5	6,7	0,2	115,4
2013						
préventes	26,5	5,2	9,4	1,2	0,1	42,4
coproductions	25,6	21,9	16,6	5,4	-	69,5
total	52,1	27,1	26,0	6,6	0,1	111,9
2014						
préventes	21,2	28,6	5,2	1,4	0,0	56,5
coproductions	24,4	16,7	9,9	5,3	-	56,3
total	45,6	45,3	15,1	6,7	0,0	112,8
2015						
préventes	18,0	11,3	6,4	1,0	-	36,8
coproductions	25,7	8,3	13,0	7,0	0,1	54,1
total	43,7	19,6	19,4	8,0	0,1	90,9
2016						
préventes	31,3	25,6	12,8	1,3	0,2	71,2
coproductions	26,7	25,6	17,8	5,8	0,1	76,0
total	58,0	51,2	30,6	7,1	0,3	147,2
2017						
préventes	40,5	13,3	7,8	1,7	0,1	63,4
coproductions	20,2	15,5	14,5	6,7	0,0	56,9
total	60,7	28,8	22,3	8,4	0,1	120,3

Source : CNC.

L'animation reste le genre bénéficiant le plus de préfinancements étrangers avec un niveau très élevé de 60,7 M€ de préachats étrangers et d'apports en coproduction (+4,6 % par rapport à 2016). Le recul des apports étrangers en fiction (-43,7 % par rapport à l'année dernière) s'explique par la saisonnalité des livraisons des productions, les résultats étant souvent concentrés sur quelques titres comme en 2016. A un niveau de 22,3 M€ en 2017, les apports étrangers en documentaires sont en recul de 27,2 % mais sont légèrement au-dessus de la moyenne de cette dernière décennie (21,5 M€)

A. Diminution des préventes

Classement 2017 des partenaires de la France en préventes



L'Allemagne, 1^{er} partenaire
12,3 M€ de préachats



Le Royaume-Uni, 2^e partenaire
10,6 M€ de préachats



La Belgique, 3^e partenaire
8,3 M€ de préachats

En 2017, les préventes étrangères de programmes audiovisuels français affichent une diminution de 10,9 % à 63,4 M€, demeurant à un niveau élevé, le deuxième plus haut de la décennie.

Avec une part de marché stable (+0,7 point à 67,2 % des préventes totales), l'Europe occidentale reste le principal partenaire des producteurs français dans le préachat des programmes audiovisuels. L'Amérique du Nord enregistre une hausse de sa part de marché (+2,1 points à 14,7 % du total). Les préventes de programmes français vers le reste du monde sont en baisse à 18,1 % des préventes totales en 2017 (20,9 % en 2016). Cette diminution est principalement le fait de la zone Asie / Océanie (-4,1 points à 2,5 %). Le poids de la zone Europe centrale et orientale augmente de 1,3 point à 1,6 %.

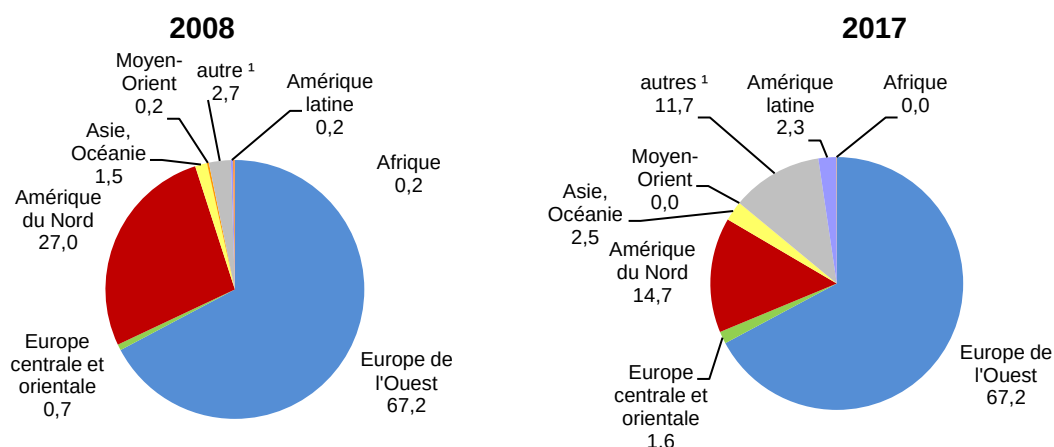
Préventes étrangères de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Europe de l'Ouest	27,1	26,8	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	-10,0
Amérique du Nord	10,9	3,8	8,0	15,3	7,7	7,5	20,2	11,4	9,0	9,3	+3,6
autres ¹	1,1	1,5	2,0	3,2	5,2	4,2	4,7	1,5	7,6	7,4	-3,3
Asie / Océanie	0,6	2,3	1,4	0,3	2,3	4,9	1,4	0,8	4,7	1,6	-65,9
Amérique latine	0,1	0,0	0,0	0,2	0,7	0,4	0,1	0,2	1,7	1,5	-15,6
Europe centrale et orientale	0,3	0,2	0,2	2,8	0,1	0,3	1,4	0,2	0,2	1,0	+544,6
Afrique	0,1	0,3	0,1	0,2	0,0	0,1	0,4	0,0	0,6	0,0	-94,5
Moyen-Orient	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,3	0,1	0,1	0,0	-93,7
total	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	-10,9

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

Source : CNC.

Répartition des 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.

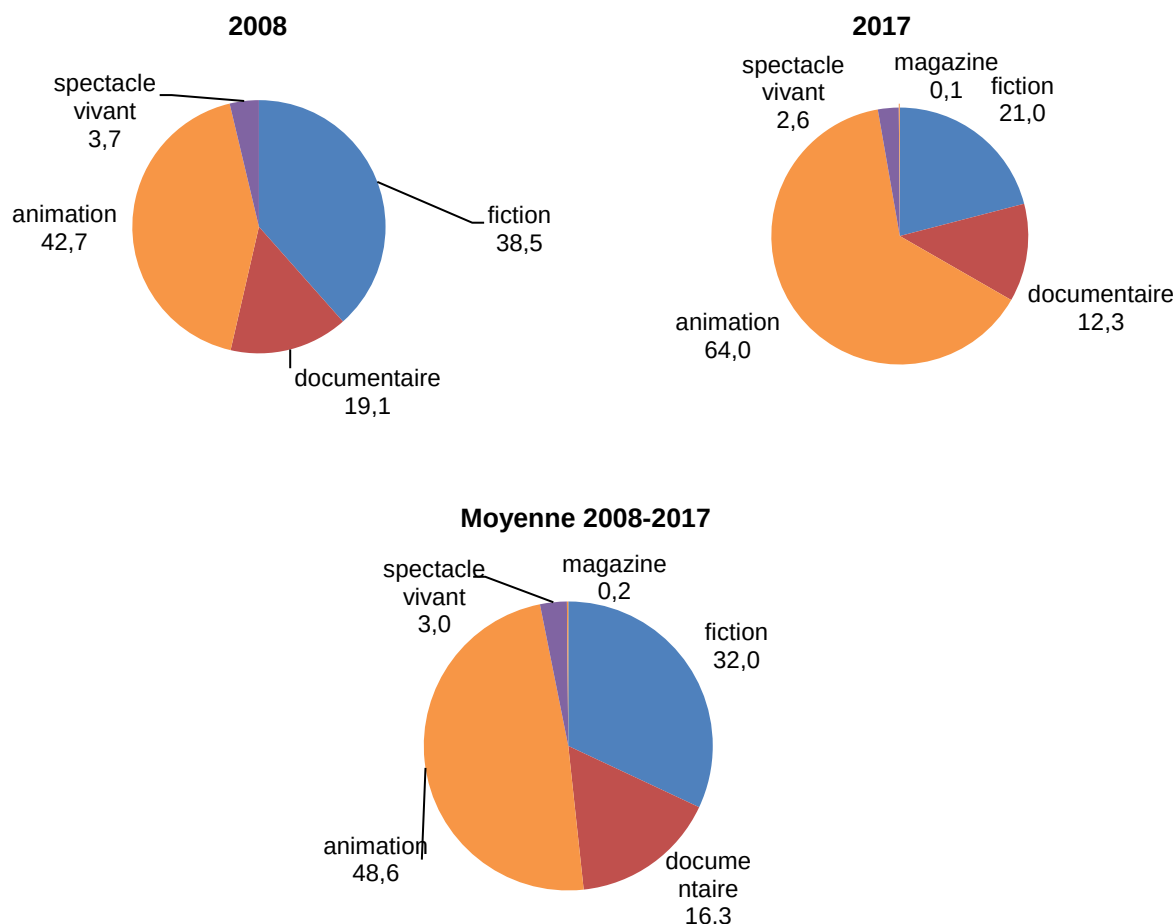
En 2017, les préventes d'animation augmentent à nouveau et atteignent 40,5 M€ (+29,6 %) et leur poids dans les préventes progressent fortement à 64,0 % (+20,0 points). Après une année 2016 en forte hausse, les préventes étrangères de fiction sont presque divisées par deux pour atteindre 13,3 M€ (-48,0 %), légèrement en-dessous de la moyenne des dix dernières années (14,6 M€). Ces résultats s'expliquent principalement par un niveau particulièrement élevé en 2016 centré sur les préventes des titres *Ransom* (13x45' - Wildcats Productions) et *The Collection* (8x52' - Multimedia France Production, Federation Entertainment). Le poids de la fiction passe de 35,9 % en 2016 à 21,0 % en 2017. Les préventes de documentaires sont également en recul à 7,8 M€ en 2017 (-39,1 %), au niveau de la moyenne de la période 2008-2017 qui s'établit à 7,5 M€. Le genre capte 12,3 % des préventes étrangères totales de programmes audiovisuels français en 2017, contre 18,1 % en 2016.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
animation	17,2	20,2	11,3	17,4	18,8	26,5	21,2	18,0	31,3	40,5	+29,6
fiction	15,5	5,0	8,7	18,9	14,3	5,2	28,6	11,3	25,6	13,3	-48,0
documentaire	6,1	7,7	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4	12,8	7,8	-39,1
spectacle vivant	1,5	2,1	1,3	0,9	1,3	1,2	1,4	1,0	1,3	1,7	+27,5
magazine	-	-	0,3	0,0	-	0,1	0,0	-	0,2	0,1	-57,3
total	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	36,8	71,2	63,4	-10,9

Source : CNC.

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



Source : CNC.

a. Progression de la Belgique, recul de l'Allemagne et du Royaume-Uni

En 2017, les préventes vers les pays d'Europe de l'Ouest enregistrent une diminution de 10,0 % à 42,6 M€. Les préventes vers la zone germanophone (Allemagne et Autriche) sont en retrait de 20,0 % à 12,5 M€, en raison principalement de la baisse des préventes de fiction (-51,2 %). La zone concentre 29,5 % des préventes vers l'Europe de l'Ouest en 2017 (-3,7 points par rapport à 2016). A elle seule, l'Allemagne représente 19,4 % des préventes de programmes français dans le monde. En Allemagne, la série d'animation *Arthur et les enfants de la Table Ronde* (52x12' - Blue Spirit Productions) fait l'objet d'une prévente importante. Le genre du spectacle vivant voit ses préventes en provenance d'Allemagne augmenter de 139,7 % avec notamment le préachat de *Nabucco* (Arènes de Vérone 2017 - 1x145' - Bel Air Media). Dans les territoires anglophones, les préventes diminuent de 24,9 % et atteignent 10,7 M€, soit un niveau qui reste très supérieur à la moyenne de la dernière décennie (6,8 M€). L'année 2016 avait été marquée par le préachat de la série *The Collection* (8x52' - Multimedia France Production, Federation Entertainment, Lookout Point). Le Royaume-Uni concentre 25,0 % des préventes vers l'Europe de l'Ouest en 2017 (-5,0 points par rapport à 2016). Les préventes en direction de la Belgique progressent pour la troisième année consécutive (+62,3 % à 8,3 M€). La série *Demain nous appartient* (130x26' - Telsète / Telfrance) a notamment fait l'objet de préventes importantes dans le pays, tout comme les programmes d'animation. A l'inverse, en Italie, les préventes diminuent de 43,7 % à 2,4 M€, alors que plusieurs titres d'animation y avaient été préachetés pour des montants élevés en 2016.

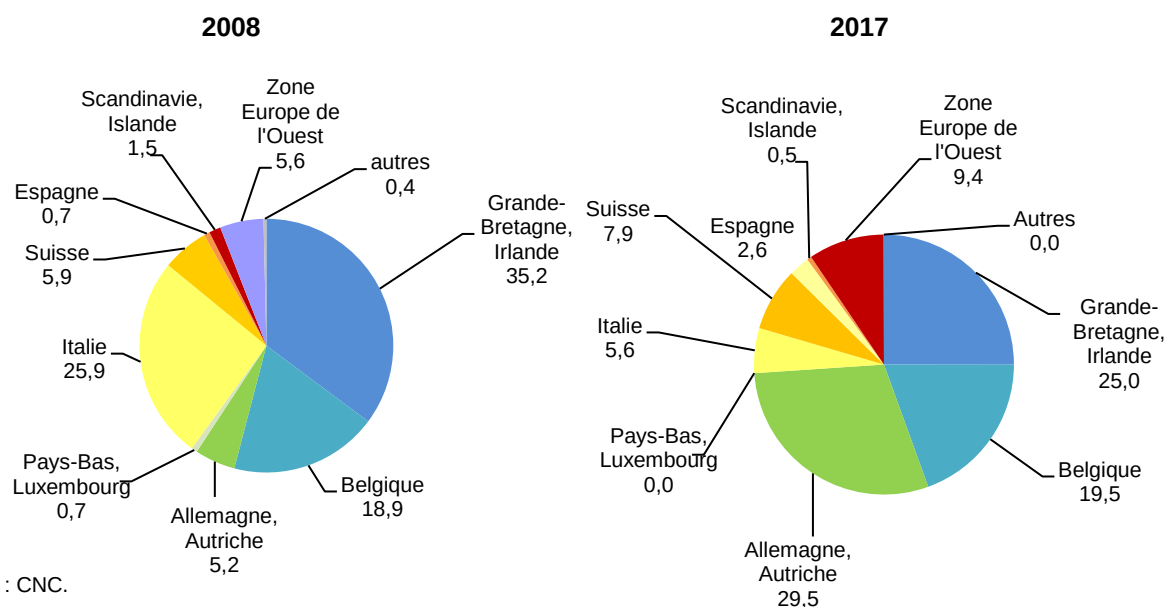
Préventes de programmes audiovisuels français en Europe de l'Ouest (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Allemagne, Autriche	1,4	4,8	7,0	5,6	5,9	9,6	3,4	5,9	15,7	12,5	-20,0
Grande-Bretagne, Irlande	9,5	4,5	1,6	3,6	2,6	3,4	17,1	1,0	14,2	10,7	-24,9
Belgique	5,1	4,2	4,0	4,4	6,5	3,7	2,8	3,1	5,1	8,3	+62,3
Zone Europe de l'Ouest ¹	1,5	2,8	1,5	0,9	0,7	1,3	0,1	3,2	0,6	4,0	+572,8
Suisse	1,6	1,6	1,9	1,6	1,7	1,6	1,6	1,8	2,5	3,4	+36,0
Italie	7,0	5,7	1,9	0,7	2,4	3,5	1,9	2,6	4,2	2,4	-43,7
Espagne	0,2	0,2	0,1	0,8	0,2	0,8	0,2	0,7	0,1	1,1	+695,2
Scandinavie, Islande	0,4	0,5	0,6	0,3	0,1	0,6	0,3	3,0	0,4	0,2	-46,0
autres	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,0	0,9	0,3	0,0	-95,9
Pays-Bas, Luxembourg	0,2	1,4	0,2	2,6	2,6	0,1	0,5	0,4	4,1	0,0	-99,9
total	27,1	26,8	18,7	20,9	22,8	24,9	27,9	22,6	47,3	42,6	-10,0

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

En 2017, les préventes de programmes français en Amérique du Nord augmentent de 3,6 % à 9,3 M€ et représentent 14,7 % des préventes mondiales (+2,1 points par rapport à 2016). L'année est particulièrement marquée par la hausse des préventes de programmes d'animation aux Etats-Unis, dont la série *Power Players* (Ex. *Powertoys*) (78x12' - Method Animation, Zagtoon). A l'inverse, pour la troisième année consécutive, les préventes au Canada diminuent à 1,7 M€ en 2017 (-34,3 %).

Après une très bonne année 2016 marquée par la prévente multi-territoires vers l'Asie de la série d'animation *Oggy et les cafards* (234x8' - Xilam Animation), les préachats de la zone Asie / Océanie diminuent à 1,6 M€ en 2017 (-65,9 %). En particulier, les préventes en provenance de Chine reculent de 49,9 % pour atteindre 0,5 M€. Le Japon redevient le principal partenaire de la zone avec 0,6 M€ de préachats.

En 2017, les préventes monde augmentent de 95,1 % à 6,8 M€, en raison en particulier de deux programmes d'animation : *Grizzly et les Lemmings* (saison 2, 78x7' – Studio Hari) et *Barbapapa* (52x11' – Normaál).

B. Recul des apports en coproduction

Classement 2017 des partenaires de la France en coproduction



La Belgique, 1^{er} partenaire
21,2 M€ investis



L'Allemagne, 2^e partenaire
4,9 M€ investis



Le Canada, 3^e partenaire
4,8 M€ investis

En 2017, les apports étrangers en coproduction dans la production française diminuent à 56,9 M€, contre 76,0 M€ en 2016. Le palmarès des partenaires de la France est marqué cette année par un recul du Canada de la 2^e à la 3^e place au bénéfice de l'Allemagne. Les apports en coproduction en provenance des trois premières zones géographiques sont en recul : Europe de l'Ouest (-14,2 % à 40,1 M€), Amérique du Nord (-60,8 % à 7,1 M€) et Asie / Océanie (-28,8 % à 6,2 M€).

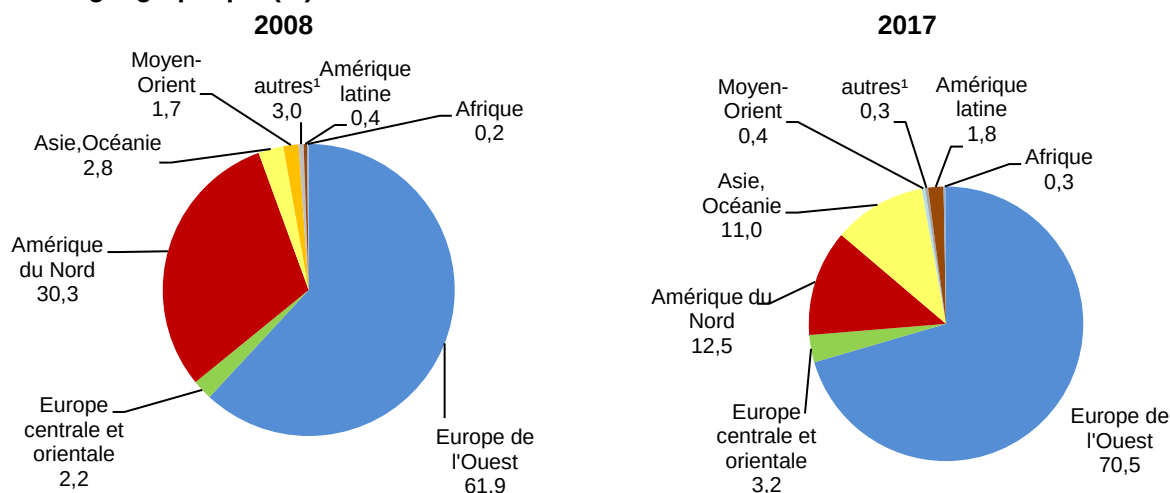
Apports étrangers en coproduction dans les programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Europe de l'Ouest	33,3	40,0	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	-14,2
Amérique du Nord	16,3	9,9	13,8	23,0	17,6	8,4	23,9	14,7	18,2	7,1	-60,8
Asie / Océanie	1,5	6,5	8,2	7,4	10,0	4,7	5,4	1,3	8,8	6,2	-28,8
Europe centrale et orientale	1,2	1,0	1,1	2,0	1,6	1,8	2,8	1,2	1,2	1,8	+54,7
Amérique latine	0,2	0,3	1,0	0,2	3,2	0,2	0,3	0,3	0,1	1,0	+833,0
Moyen-Orient	0,9	0,3	0,3	0,4	0,3	1,1	0,3	0,5	0,5	0,2	-50,7
autres ¹	0,3	0,4	3,2	1,6	1,3	0,9	0,3	0,9	0,2	0,2	+15,0
Afrique	0,1	0,2	1,2	0,5	1,8	0,8	1,5	0,4	0,4	0,2	-63,4
total	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	-25,2

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

Source : CNC.

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



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

Source : CNC.

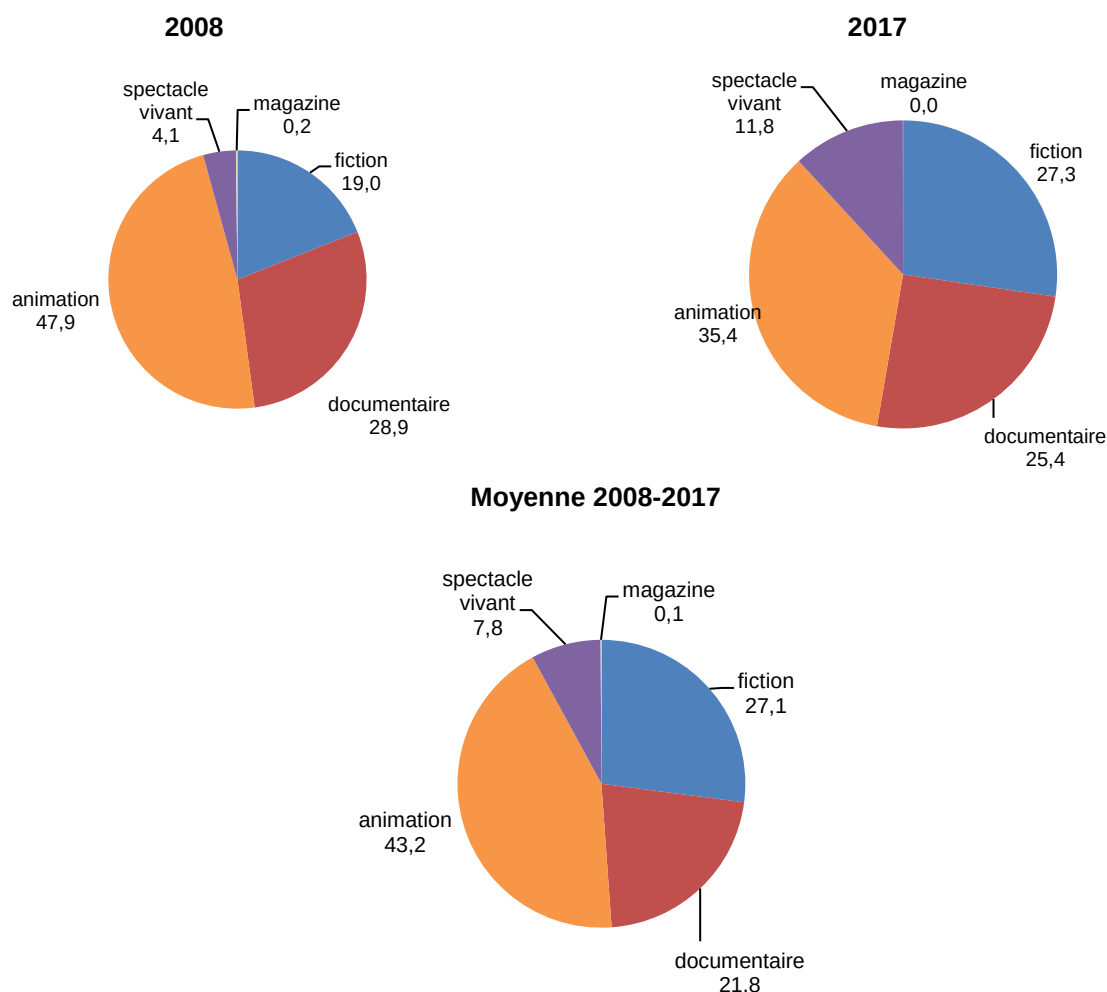
A l'exception notable du spectacle vivant en hausse de 15,8 % à 6,7 M€, la diminution des apports étrangers en coproduction en 2017 s'observe dans tous les genres : l'animation (-24,6 % à 20,2 M€), la fiction (-39,4 % à 15,5 M€) et le documentaire (-18,6 % à 14,5 M€).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
animation	25,7	31,1	31,3	43,4	23,2	25,6	24,4	25,7	26,7	20,2	-24,6
fiction	10,2	12,2	12,8	17,8	32,7	21,9	16,7	8,3	25,6	15,5	-39,4
documentaire	15,5	12,9	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0	17,8	14,5	-18,6
spectacle vivant	2,2	2,4	5,0	5,1	5,4	5,4	5,3	7,0	5,8	6,7	+15,8
magazine	0,1	-	0,1	-	0,2	-	-	0,1	0,1	0,0	-85,4
total	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	54,1	76,0	56,9	-25,2

Source : CNC.

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



Source : CNC.

a. Hausse de l'Espagne, recul du Royaume-Uni

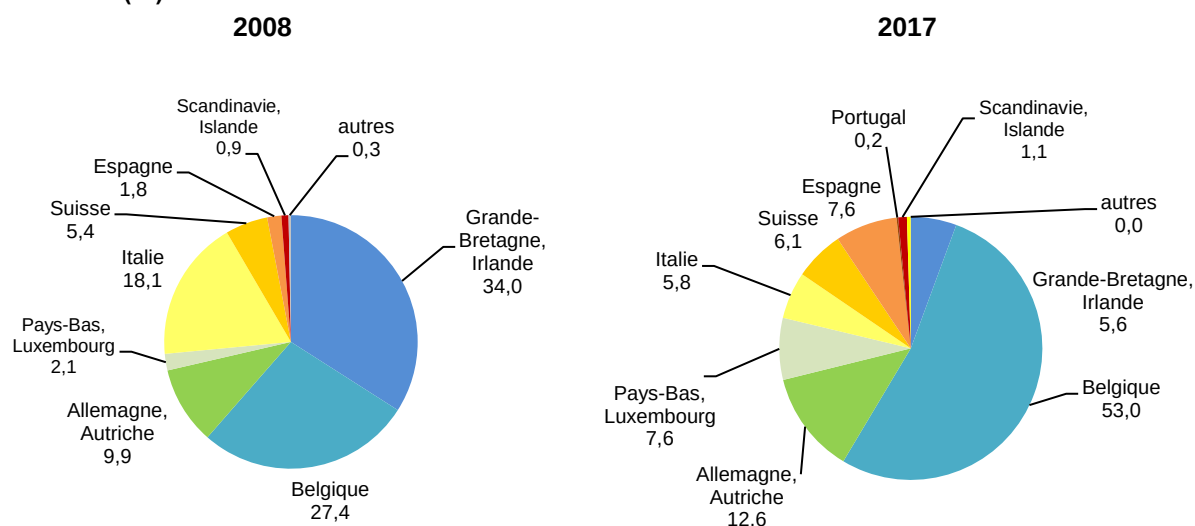
Le recul de la zone Europe de l'Ouest est principalement dû à la baisse des investissements du Royaume-Uni et de l'Irlande qui passent de 9,7 M€ en 2016 à 2,3 M€ en 2017, après une année 2016 marquée par la coproduction *The Collection*. L'Allemagne redevient le deuxième pays partenaire de la France en coproduction de programmes audiovisuels avec 4,9 M€ (+4,1 %). En fiction, la série *Léna, rêve d'étoile* (26x26' – Cottonwood, Federation Entertainment, ZDF Enterprises) fait l'objet d'une coproduction importante avec l'Allemagne. Malgré une baisse de ses apports (-3,1 %), la Belgique reste à un niveau élevé à 21,2 M€ et demeure le premier partenaire de la France en coproduction (53,0 % des apports ouest-européens, +6,1 points par rapport à 2016) et le premier partenaire mondial (37,3 % des apports mondiaux, +8,5 points). Les apports en provenance d'Espagne progressent de 152,0 % et atteignent 3,1 M€. Deux programmes d'animation ont notamment bénéficié d'apports de coproduction espagnols : *Moi, Elvis* (52x11' – Watch Next Media) et *Magiki* (52x11' – Zodiak Kids Studio France). Par ailleurs, les apports espagnols dans le documentaire ont triplé en 2017 et atteignent 1,0 M€. Le Luxembourg enregistre également une hausse des apports en coproduction en 2017 (+73,0 % à 2,7 M€).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 17/16 (%)
Belgique	9,1	7,2	10,6	13,0	7,1	9,1	12,7	11,7	21,9	21,2	-3,1
Allemagne, Autriche	3,3	6,6	2,1	1,9	20,7	23,2	2,7	3,9	5,5	5,0	-8,7
Espagne	0,6	1,6	1,2	2,4	0,1	1,3	1,2	3,2	1,2	3,1	+152,0
Pays-Bas, Luxembourg	0,7	5,9	7,9	5,5	0,0	3,8	0,3	2,3	1,7	3,0	+77,7
Suisse	1,8	2,1	2,8	1,1	2,4	2,1	1,4	2,0	3,2	2,4	-23,4
Italie	6,0	6,0	6,2	7,2	5,5	5,8	1,0	3,4	2,1	2,3	+9,9
Grande-Bretagne, Irlande	11,3	9,4	2,2	10,4	4,3	5,2	1,1	7,0	9,7	2,3	-76,8
Scandinavie, Islande	0,3	0,4	0,5	0,1	0,2	0,3	0,4	0,8	0,9	0,4	-53,4
Zone Europe de l'Ouest	0,0	0,2	0,6	0,5	0,0	0,5	1,0	0,2	0,0	0,2	+1726,3
Portugal	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,1	0,2	0,1	-56,0
autres	0,1	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3	0,0	-97,4
total	33,3	40,0	34,2	42,2	40,6	51,6	21,9	34,9	46,7	40,1	-14,2

Source : CNC.

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



Source : CNC.

b. Diminution de l'Asie et de l'Amérique du Nord

En 2017, les investissements des pays d'Amérique du Nord dans les programmes audiovisuels français chutent de 60,8 % à 7,1 M€ d'apports en coproduction. Avec 4,8 M€ apportés en 2017 (15,3 M€ en 2016), le Canada perd une place et devient le troisième partenaire de la France en matière d'apports en coproduction de programmes. La diminution est principalement le fait de la coproduction franco-canadienne *Ransom* (13x45' - Entertainment One, Sienna Films, Big Light Productions, Wildcats Productions) et de plusieurs programmes d'animation avec des apports élevés en 2016. Les apports du Canada dans le genre documentaire sont néanmoins en augmentation de 38,9 % à 3,3 M€, avec notamment les programmes *Apocalypse la paix impossible* (2x45' - CC&C Clarke Costelle & Cie) et *Human+, le futur de nos sens ?* (5x52' - Bonne Pioche Television). Les Etats-Unis diminuent leurs apports en coproduction qui passent de 2,8 M€ en 2016 à 2,2 M€ en 2017.

Les apports en coproduction en provenance de la zone Asie / Océanie reculent de 28,8 %, à 6,2 M€ en 2017, dans la moyenne de ces dix dernières années (6,0 M€). L'Inde reste le principal contributeur de la zone et le quatrième mondial, avec 4,1 M€ d'apports (+9,1 %) grâce

à la série d'animation *Robin Des Bois, malice à Sherwood Saison 2* (52x11' - DQ Entertainment).

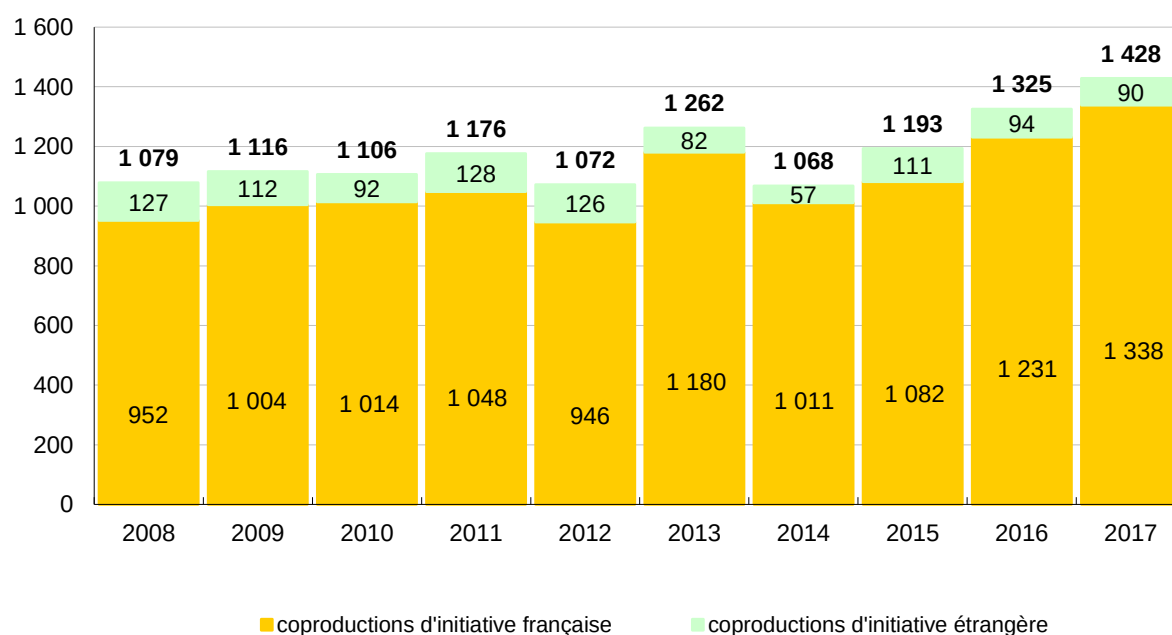
C. Hausse du volume de coproductions internationales

En progression constante depuis 2014, le volume de programmes français coproduits avec des investissements étrangers (hors magazine) est à nouveau en hausse de 7,7 % en 2017 à 1 428 heures (contre 1 325 heures en 2016), le niveau le plus haut jamais atteint depuis 10 ans.

Le volume horaire des coproductions majoritaires françaises dans le volume total de programmes coproduits avec l'étranger passe de 1 231 heures en 2016 à 1 338 heures en 2017, soit une hausse de 8,7 %. Ces programmes d'initiative française bénéficient de 88,5 M€ de financements étrangers, contre 87,8 M€ en 2016.

Le volume des coproductions minoritaires diminue à 90 heures en 2017 (-4,6 %). Parallèlement, les financements étrangers dans les coproductions minoritaires diminuent de 46,4 % à 31,7 M€.

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



Source : CNC.

La part des coproductions (majoritaires et minoritaires) dans le volume total de programmes audiovisuels français augmente en 2017 à 31,6 %, contre 29,5 % en 2016. En 2017, 80,6 % du volume horaire des programmes d'animation est coproduit avec l'étranger (91,0 % en 2016). 48,7 % du volume de fiction (44,2 % en 2016) et 22,3 % du volume de documentaire (17,3 % en 2016) sont coproduits avec l'étranger.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
fiction	39,8	50,6	42,0	43,9	43,6	37,9	39,0	44,8	44,2	48,7
documentaire	22,8	18,6	19,7	17,0	13,3	17,3	15,9	16,4	17,3	22,3
animation	66,9	72,6	71,7	76,6	75,6	86,4	73,1	80,7	91,0	80,6
spectacle vivant	18,1	14,2	16,0	17,8	17,8	18,7	17,9	20,7	19,6	20,6
total	29,7	29,3	27,4	26,6	22,9	25,3	23,3	26,0	29,5	31,6

Source : CNC.

Les pays qui préfinancent le plus d'heures de programmes d'animation français sont la Belgique (143 heures), l'Allemagne (98 heures) et le Canada (62 heures). Au total, le préfinancement de programmes d'animation français implique 16 pays différents.

En fiction, les trois premiers partenaires sont la Belgique (436 heures), la Suisse (204 heures) et l'Allemagne (29 heures). Le préfinancement de programmes de fiction français implique 14 pays différents.

En documentaire, les trois premiers partenaires sont la Belgique (305 heures), la Suisse (262 heures) et le Canada (225 heures). Le préfinancement de programmes de documentaires français implique 60 pays différents.

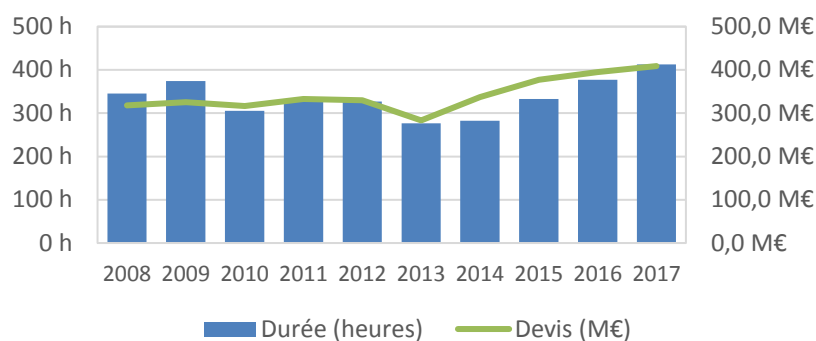
a. Hausse des apports étrangers sur les coproductions majoritaires françaises en fiction, baisse en animation et en documentaire

En 2017, 413 heures de fiction d'initiative française bénéficient de 20,2 M€ d'apports étrangers dont 9,5 M€ d'apports en coproduction et 10,7 M€ de préventes. En 2016, 377 heures de fiction d'initiative française ont été produites avec un apport étranger de 17,5 M€ (11,4 M€ d'apports en coproduction et 6,1 M€ de préventes).

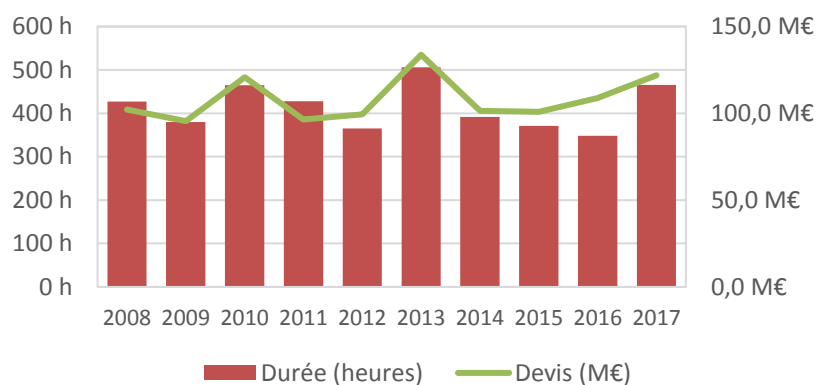
465 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2017, pour un total d'apports étrangers de 14,7 M€, répartis entre apports en coproduction (9,4 M€) et préventes (5,3 M€), soit un volume horaire supérieur à 2016 mais pour un montant d'apport en retrait. En 2016, 348 heures de documentaires ont été produites avec un apport étranger de 15,6 M€.

En 2017, 255 heures d'animation de coproduction majoritairement française ont été initiées avec un apport étranger total de 46,5 M€ dont 12,0 M€ d'apports en coproduction et 34,5 M€ de préventes (328 heures avec un apport étranger de 48,7 M€ en 2016).

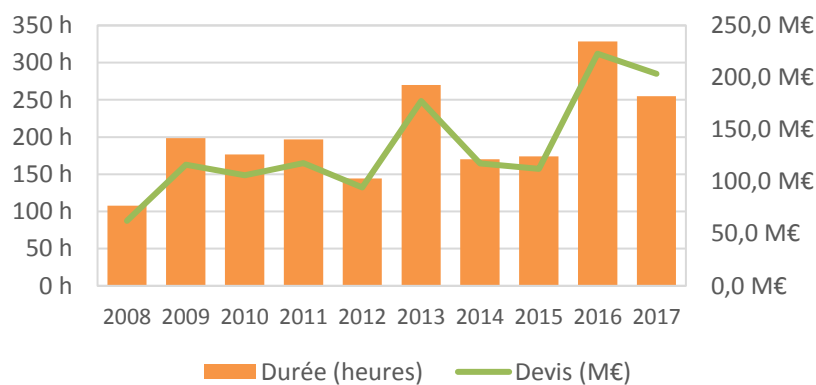
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Fiction



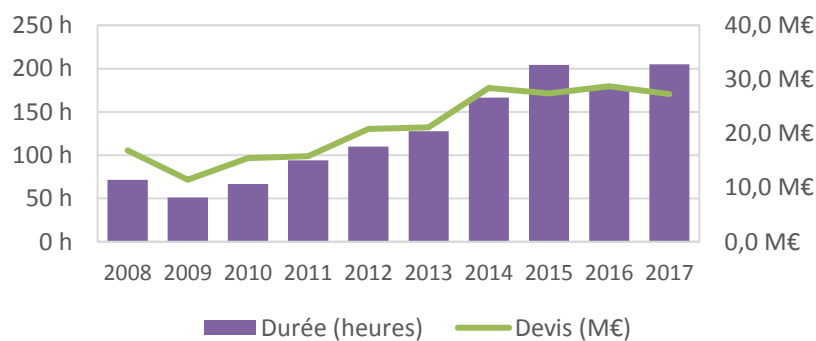
Volume et devis des coproductions d'initiative française – Documentaire



Volume et devis des coproductions d'initiative française – Animation



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



Coproductions d'initiative française (1/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
2008				
Fiction	346	318,3	11,6	3,6
Documentaire	427	102,2	13,2	12,9
Animation	108	62,4	14,1	22,6
Spectacle vivant	71	16,9	3,6	21,3
Total	952	499,8	42,5	8,5
2009				
Fiction	374	325,4	11,3	3,5
Documentaire	380	95,5	14,2	14,9
Animation	198	116,3	27,1	23,4
Spectacle vivant	51	11,5	1,1	9,9
Total	1 004	548,6	53,8	9,8
2010				
Fiction	305	316,2	19,5	6,2
Documentaire	465	120,8	18,0	14,9
Animation	177	106,3	23,4	22,0
Spectacle vivant	67	15,5	3,0	19,5
Total	1 014	558,8	63,9	11,4
2011				
Fiction	329	332,8	13,1	3,9
Documentaire	428	96,4	12,9	13,4
Animation	197	117,8	26,0	22,1
Spectacle vivant	94	15,8	2,9	18,1
Total	1 048	562,8	54,9	9,8
2012				
Fiction	327	329,6	29,5	8,9
Documentaire	365	99,4	15,4	15,5
Animation	144	94,4	12,6	13,4
Spectacle vivant	110	20,8	4,0	19,3
Total	946	544,2	61,5	11,3
2013				
Fiction	277	283,3	5,5	1,9
Documentaire	506	133,7	17,2	12,9
Animation	270	177,5	46,3	26,1
Spectacle vivant	128	21,2	3,4	16,1
Total	1 180	615,7	72,4	11,8
2014				
Fiction	282	336,9	31,6	9,4
Documentaire	392	101,5	12,6	12,4
Animation	170	117,7	31,4	26,7
Spectacle vivant	167	28,4	5,3	18,5
Total	1 011	584,5	81,0	13,9
2015				
Fiction	333	377,2	19,6	5,2
Documentaire	371	100,8	12,4	12,3
Animation	174	112,3	18,8	16,7
Spectacle vivant	204	27,4	5,5	20,0
Total	1 082	617,8	56,2	9,1

Coproductions d'initiative française (2/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
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.

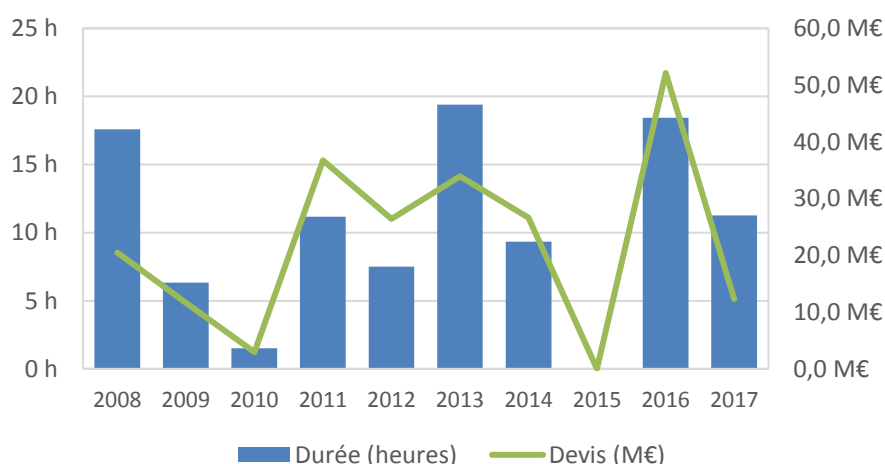
b. Hausse des apports étrangers sur les coproductions minoritaires françaises en animation, baisse en fiction et en documentaire

En 2017, le volume des coproductions minoritaires françaises de fiction est composé de 11 heures (18 heures en 2016), financées par des partenaires étrangers à hauteur de 8,6 M€ (contre 33,7 M€ en 2016), dont 6,1 M€ d'apports en coproduction et 2,6 M€ de préventes.

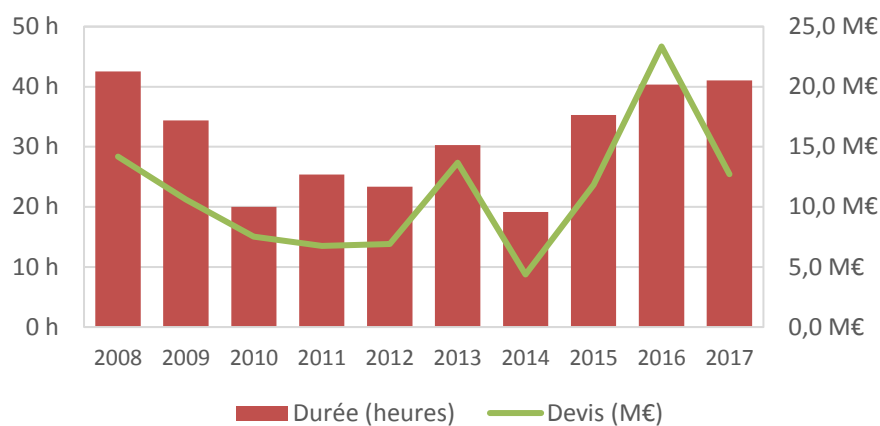
41 heures de programmes minoritaires français de documentaire ont bénéficié de 7,6 M€ d'apports étrangers en 2017, dont 5,1 M€ d'apports en coproduction et 2,5 M€ de préventes (40 heures avec un apport étranger de 15,0 M€ en 2016).

En 2017, 29 heures de coproductions minoritairement françaises d'animation ont été produites, financées par un apport étranger total de 14,2 M€ dont 8,1 M€ d'apports en coproduction et 6,0 M€ de préventes (25 heures avec un apport étranger de 9,3 M€ en 2016).

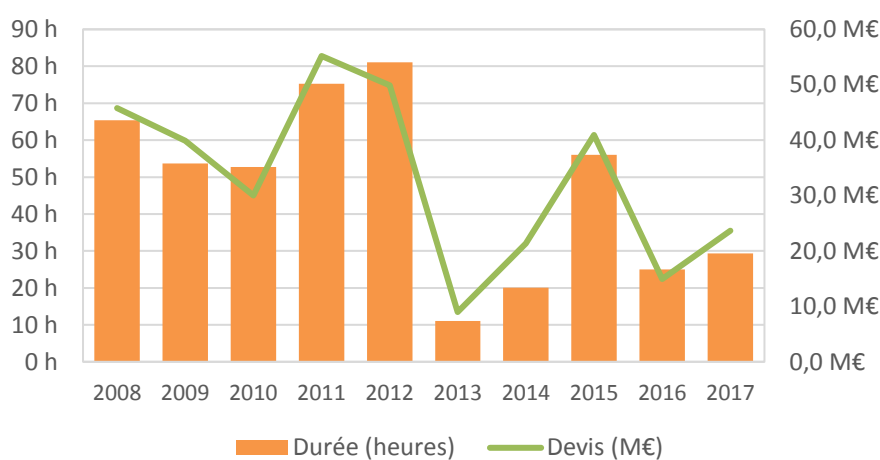
Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère – Fiction



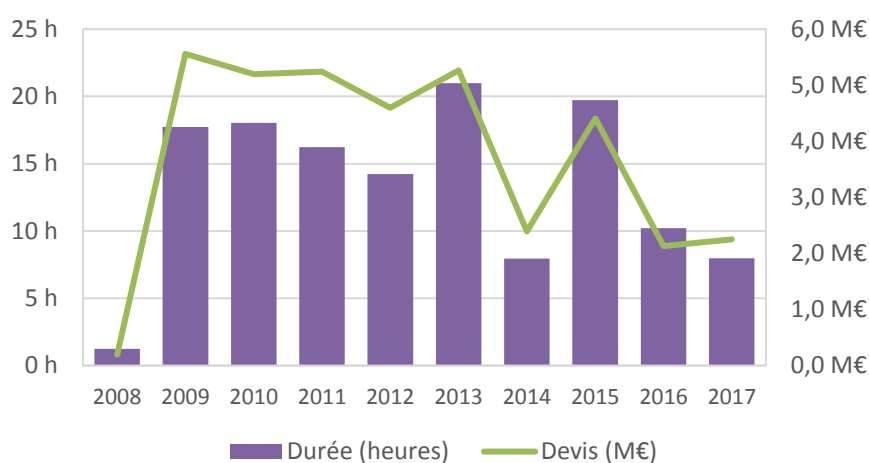
Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère – Documentaire



Volume et devis des coproductions d'initiative étrangère - Animation



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



Coproductions d'initiative étrangère (1/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
2008				
Fiction	18	20,5	14,1	68,5
Documentaire	43	14,2	8,4	59,0
Animation	65	45,8	28,8	63,0
Spectacle vivant	1	0,2	0,1	69,9
Total	127	80,7	51,4	63,7
2009				
Fiction	6	11,6	5,9	51,0
Documentaire	34	10,6	6,3	59,8
Animation	54	39,9	24,2	60,7
Spectacle vivant	18	5,6	3,4	60,4
Total	112	67,7	39,9	58,9
2010				
Fiction	2	2,9	2,0	68,6
Documentaire	20	7,5	4,6	61,8
Animation	53	30,0	19,2	63,9
Spectacle vivant	18	5,2	3,3	62,7
Total	92	45,6	29,1	63,7
2011				
Fiction	11	36,7	23,5	64,0
Documentaire	25	6,8	4,1	60,5
Animation	75	55,2	34,8	63,1
Spectacle vivant	16	5,2	3,1	59,5
Total	128	103,9	65,5	63,0
2012				
Fiction	8	26,4	17,6	66,6
Documentaire	23	6,9	4,1	60,0
Animation	81	49,9	29,4	58,9
Spectacle vivant	14	4,6	2,6	57,0
Total	126	87,8	53,7	61,2
2013				
Fiction	19	33,9	21,7	63,9
Documentaire	30	13,7	8,7	63,9
Animation	11	9,0	5,8	64,6
Spectacle vivant	21	5,3	3,2	60,6
Total	82	61,8	39,4	63,7
2014				
Fiction	9	26,6	13,7	51,4
Documentaire	19	4,4	2,5	56,6
Animation	20	21,3	14,2	66,7
Spectacle vivant	8	2,4	1,5	61,0
Total	57	54,7	31,9	58,2

Coproductions d'initiative étrangère (2/2)

	durée (heures)	devis (M€)	apports étrangers (coproductions + préventes) (M€)	% du devis
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

Source : CNC.

IV. Les sociétés d'exportation de programmes audiovisuels français

A. Evolution de la concentration du secteur

En 2017, la concentration du secteur de la vente de programmes audiovisuels français à l'étranger diminue fortement par rapport au niveau particulièrement élevé de 2016. Ainsi, les cinq premières sociétés les plus actives captent 26,9 % des ventes internationales (-8,0 points). Le chiffre d'affaires global réalisé par celles-ci est en recul (-16,4 % à 55,3 M€ en 2017). Le poids des dix premières sociétés est également en baisse à 44,4 % (-4,1 points par rapport à 2016).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
recettes des 5 premières sociétés (M€)	30,1	31,0	30,0	28,3	33,6	36,0	41,2	41,5	66,1	55,3
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>31,0</i>	<i>30,9</i>	<i>28,4</i>	<i>25,6</i>	<i>26,5</i>	<i>26,2</i>	<i>26,8</i>	<i>25,3</i>	<i>34,9</i>	<i>26,9</i>
recettes des 10 premières sociétés (M€)	47,0	44,8	45,8	44,2	51,0	57,9	65,4	68,1	91,7	91,1
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>48,4</i>	<i>44,6</i>	<i>43,4</i>	<i>39,9</i>	<i>40,1</i>	<i>42,2</i>	<i>42,5</i>	<i>41,5</i>	<i>48,5</i>	<i>44,4</i>
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)¹	97,1	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	164,2	189,1	205,2
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

¹ Hors ventes TV5 et CFI.

Source : CNC-TV France International.

B. Evolution de la concentration par genre

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

En 2017, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en baisse mais reste très supérieur à la moyenne. Les cinq premières sociétés concentrent 50,2 % des recettes internationales du genre (-11,5 points par rapport à 2016), contre 76,5 % pour les dix premières (-2,5 points). Ce niveau de concentration élevé reflète la complexité d'ensemble (financière, technique, artistique et temporelle) du processus de production d'animation. De plus, la distribution à l'international de séries d'animation exige de lourds investissements à la fois marketing mais aussi de versions linguistiques, qui restreignent l'accès au secteur et nécessitent souvent pour le modèle économique d'intégrer production et distribution.

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
recettes des 5 premières sociétés (M€)	16,3	19,6	21,0	19,1	28,3	27,2	26,4	26,7	46,3	38,0
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>60,4</i>	<i>61,5</i>	<i>60,4</i>	<i>54,1</i>	<i>64,4</i>	<i>58,1</i>	<i>58,7</i>	<i>52,7</i>	<i>61,8</i>	<i>50,2</i>
recettes des 10 premières sociétés (M€)	22,8	27,7	27,9	27,1	37,3	36,8	35,5	37,4	59,3	57,9
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>84,2</i>	<i>86,9</i>	<i>80,2</i>	<i>76,6</i>	<i>84,9</i>	<i>78,6</i>	<i>78,7</i>	<i>73,9</i>	<i>79,1</i>	<i>76,5</i>
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	27,1	31,9	34,8	35,3	43,9	46,9	45,0	50,6	75,0	75,6
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>

Source : CNC-TV France International.

Le degré de concentration relatif à l'exportation de documentaire est en baisse, puisque les cinq sociétés les plus actives captent 42,5 % des ventes internationales du genre (-4,0 points). Le poids des dix premières sociétés est en baisse à 60,2 % des ventes totales en 2017 (-8,5 points).

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
recettes des 5 premières sociétés (M€)	13,3	10,1	11,5	11,4	11,5	12,9	15,0	15,7	16,3	15,1
<i>part des recettes totales (%)</i>	52,6	43,5	43,5	42,1	38,7	41,9	42,9	42,5	46,6	42,5
recettes des 10 premières sociétés (M€)	17,9	14,9	16,6	16,0	17,7	18,2	21,4	23,7	24,1	21,4
<i>part des recettes totales (%)</i>	70,8	64,3	62,9	59,0	59,4	59,1	61,4	63,8	68,7	60,2
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	25,3	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	37,1	35,1	35,5
<i>part des recettes totales (%)</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International.

En 2017, la concentration de l'exportation de fiction française est également en baisse. En effet, les cinq premières sociétés sont à l'origine de 53,7 % du chiffre d'affaires total du genre, contre 57,9 % en 2016. De même, le poids des dix premières sociétés connaît une diminution, avec 80,8 % des ventes totales de fiction à l'étranger en 2017 (-4,9 points), ce qui reste le niveau le plus élevé tous genres confondus.

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

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

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

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

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
recettes des 5 premières sociétés (M€)	16,5	14,9	10,6	9,0	12,8	14,2	22,2	23,5	28,9	34,2
<i>part des recettes totales (%)</i>	69,5	68,7	55,2	45,2	56,0	54,5	57,1	57,0	57,9	53,7
recettes des 10 premières sociétés (M€)	20,6	18,8	14,6	13,7	18,3	19,3	31,6	31,6	42,7	51,5
<i>part des recettes totales (%)</i>	86,9	86,7	76,3	68,4	80,3	74,3	81,2	76,7	85,7	80,8
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	23,7	21,6	19,1	20,0	22,8	26,0	38,9	41,2	49,8	63,7
<i>part des recettes totales (%)</i>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International.

Annexe

Le CNC et TV France International remercient :

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

- AB INTERNATIONAL DISTRIBUTION, Valérie Vleeschhouwer et Ulrich Lagriffoul.
- ARTE FRANCE, Céline Payot Lehmann.
- BALANGA, Christophe Bochnacki.
- BANIJAY RIGHTS, Isabelle Quême.
- FRANCE TELEVISIONS DISTRIBUTION, Julia Schulte.
- LAGARDERE STUDIOS, Emmanuelle Bouilhaguet.
- MEDIATOON, Jérôme Alby.
- NEWEN DISTRIBUTION, Nadia Chevallard.
- TERRANOVA, Isabelle Graziadey.
- XILAM, Morgann Favennec

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.



les études du CNC
L'exportation
des programmes
audiovisuels français
en 2017

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

avec la collaboration
de TV France
International
5 rue Cernuschi 75017
Paris
tél. 01 40 53 23 00
fax: 01 40 53 23 01
www.tvfrance-intl.com

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture: c-album
impression: Stipa
septembre 2018

