



Le marché de l'animation

Télévision et cinéma,
production, diffusion, audience

Cette étude a été réalisée conjointement par la Direction de l'audiovisuel et la Direction des études, des statistiques et de la prospective.



Centre national de la cinématographie

12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16

Tél : 01.44.34.38.26

Fax : 01.44.34.34.55

www.cnc.fr

Linda Amrouni, Nicolas Besson, Sophie Cheynet, Benoît Danard,
Sophie Jardillier, Caroline Jeanneau, Clément Malherbe, Cindy Pierron, Antoine Trotet

SOMMAIRE

OBJECTIFS	6
METHODOLOGIE	7
SYNTHESE	8
I. LA PRODUCTION AUDIOVISUELLE D'ANIMATION	10
A. LE FINANCEMENT DE L'ANIMATION	11
1. <i>Les financements français</i>	12
2. <i>Les financements étrangers</i>	12
3. <i>Le financement par le COSIP</i>	12
B. LES APPORTS DES DIFFUSEURS DANS LES PROGRAMMES D'ANIMATION	13
1. <i>Les chaînes hertziennes nationales analogiques</i>	14
2. <i>Les chaînes du câble, du satellite et de la TNT</i>	14
3. <i>Les chaînes locales</i>	15
C. PRODUCTION AUDIOVISUELLE AIDEE SELON LES TRANCHES DE COUT	16
D. LES FORMATS D'ANIMATION	16
E. LES DEPENSES EN ANIMATION.....	17
F. LES ENTREPRISES DE PRODUCTION	18
II. LA PRODUCTION FRANÇAISE DE LONGS METRAGES D'ANIMATION.....	21
A. EVOLUTION ET FINANCEMENT DE LA PRODUCTION.....	21
1. <i>Le nombre de films produits</i>	21
2. <i>Les devis des films d'animation</i>	21
3. <i>Les préachats de Canal +</i>	23
4. <i>Les préachats de TPS Cinéma</i>	24
5. <i>Les préachats de Ciné Cinéma</i>	24
6. <i>Les investissements des diffuseurs hertziens en clair</i>	24
7. <i>Les interventions des SOFICA</i>	25
8. <i>Les films bénéficiaires de l'avance sur recettes</i>	26
9. <i>Le crédit d'impôt</i>	27
10. <i>Les sociétés de production de longs métrages d'animation</i>	27
B. LES COUTS DE PRODUCTION DES FILMS D'ANIMATION	28
III. LES FILMS D'ANIMATION EN SALLES	30
A. LES FILMS D'ANIMATION EN SALLES	30
1. <i>Evolution du nombre de films</i>	30
2. <i>Evolution des combinaisons de sortie</i>	33
3. <i>Evolution des entrées et des recettes</i>	35
4. <i>Durée de vie en salles des films d'animation</i>	40
5. <i>Les distributeurs des films d'animation</i>	47
B. LES COUTS DE DISTRIBUTION EN SALLES DES FILMS D'ANIMATION FRANÇAIS.....	48
C. LES FRAIS DE PROMOTION DES FILMS D'ANIMATION	50
1. <i>Plus de 90 % des films d'animation sortis en salles bénéficient d'une exposition publicitaire.</i> 50	
2. <i>Internet : premier support de promotion des films d'animation</i>	51
3. <i>Une pression publicitaire corrélée au nombre de copies</i>	52
4. <i>La publicité selon la nationalité des films d'animation</i>	53

IV. LE PUBLIC DES FILMS D'ANIMATION EN SALLES	55
A. LE PUBLIC DES FILMS D'ANIMATION.....	55
1. <i>Public des films d'animation selon la nationalité</i>	56
2. <i>Public des films d'animation Art et Essai</i>	57
3. <i>Public des films d'animation selon le nombre de copies</i>	58
4. <i>Public des films d'animation selon le nombre d'entrées</i>	59
5. <i>Public des films d'animation selon le mode de production</i>	60
B. LE PUBLIC DES FILMS SELON LES TRANCHES D'AGE	61
1. <i>Les 3-10 ans dans le public des films d'animation</i>	62
2. <i>Les 15-24 ans dans le public des films d'animation</i>	63
3. <i>Les 25-49 ans dans le public des films d'animation</i>	64
4. <i>Les plus de 50 ans dans le public des films d'animation</i>	65
V. L'ANIMATION A LA TELEVISION.....	66
A. L'OFFRE D'ANIMATION	66
1. <i>L'offre d'animation des chaînes historiques</i>	66
2. <i>L'offre d'animation des chaînes de la TNT</i>	72
3. <i>L'offre d'animation des chaînes thématiques</i>	74
B. LES FILMS D'ANIMATION A LA TELEVISION.....	75
1. <i>L'offre de films d'animation des chaînes historiques</i>	75
2. <i>Saisonnalité de la diffusion des films d'animation</i>	76
3. <i>Diffusion des films d'animation selon leur nationalité</i>	76
4. <i>Diffusion des films d'animation selon l'horaire</i>	77
5. <i>L'offre cinématographique des chaînes de la TNT gratuite</i>	78
C. L'AUDIENCE DES PROGRAMMES D'ANIMATION A LA TELEVISION	79
1. <i>L'audience de l'animation sur les chaînes historiques</i>	79
2. <i>L'audience de l'animation sur les chaînes gratuites de la TNT</i>	83
3. <i>L'audience des chaînes thématiques jeunesse</i>	84
VI. L'EXPORTATION DES PROGRAMMES AUDIOVISUELS D'ANIMATION	85
A. LES PERFORMANCES DE L'ANIMATION FRANÇAISE A L'INTERNATIONAL	85
B. LA GEOGRAPHIE DES COPRODUCTIONS DE LA PRODUCTION FRANÇAISE D'ANIMATION.....	87
C. LA GEOGRAPHIE DES VENTES D'ANIMATION FRANÇAISE	88
D. LA CONCENTRATION DU SECTEUR DE L'EXPORTATION D'ANIMATION FRANÇAISE	90
VII. L'ANIMATION EN VIDEO	91
A. LE MARCHÉ DE DETAIL.....	91
1. <i>Les films d'animation en vidéo</i>	91
2. <i>Les programmes audiovisuels pour enfants en vidéo</i>	95
B. DE LA SALLE A LA VIDEO	98
C. CONCENTRATION DU MARCHÉ DE L'ANIMATION EN VIDEO	102
VIII. L'ANIMATION EN VIDEO A LA DEMANDE.....	104
A. LES FILMS D'ANIMATION EN VIDEO A LA DEMANDE.....	104
B. LES PROGRAMMES AUDIOVISUELS D'ANIMATION EN VIDEO A LA DEMANDE.....	107

IX. LES INTERVENTIONS DU CNC DANS L'ANIMATION	108
A. LES AIDES AUX PROGRAMMES AUDIOVISUELS	108
1. <i>Le fonds de soutien à la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant</i>	108
2. <i>Les aides à la préparation</i>	110
3. <i>Les aides aux pilotes</i>	111
B. LES AIDES AU CINEMA	112
1. <i>Le long métrage d'animation</i>	112
2. <i>Le court métrage d'animation</i>	114
3. <i>Les aides avant réalisation</i>	114
C. LES AIDES AUX INDUSTRIES TECHNIQUES, AU MULTIMEDIA ET A LA VIDEO.....	115
1. <i>Le soutien financier aux industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel</i>	116
2. <i>Les aides aux nouvelles technologies en production</i>	116
3. <i>Les aides à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)</i>	117
4. <i>Le fonds d'aide au jeu vidéo</i>	117
5. <i>Les aides aux projets pour les nouveaux médias, le cinéma et la télévision</i>	118
6. <i>Les aides à l'édition vidéo</i>	118
7. <i>Les aides à la vidéo à la demande (VàD)</i>	119
D. L'EXPORTATION, LA PROMOTION	120
1. <i>Les aides à l'exportation de programmes audiovisuels</i>	121
2. <i>Les aides à l'exportation de films cinématographiques</i>	122
3. <i>La promotion</i>	123
 ANNEXES	 124
ANNEXES 1 – PRODUCTIONS 100 % FRANÇAISES D'ANIMATION AIDEES PAR LE COSIP EN 2008	125
ANNEXES 2 – COPRODUCTIONS INTERNATIONALES D'ANIMATION MAJORITAIREMENT FRANÇAISES AIDEES PAR LE COSIP EN 2008	127
ANNEXES 3 – COPRODUCTIONS INTERNATIONALES D'ANIMATION MINORITAIRES FRANÇAISES AIDEES PAR LE COSIP EN 2008.....	128
ANNEXES 4 – L'ANIMATION AU CNC : CONTACTS	129

Objectifs

Le Centre national de la cinématographie a réalisé une étude sur le marché de l'animation en France. Cette étude analyse l'évolution de la production audiovisuelle et de la production cinématographique d'œuvres d'animation. Elle met en lumière les caractéristiques spécifiques de la diffusion de ces œuvres sur le territoire national dans les salles de cinéma, à la télévision, en vidéo, en vidéo à la demande et à l'exportation. Elle dresse un bilan de l'ensemble des aides du CNC au secteur de l'animation.

Méthodologie

Pour réaliser cette étude qui examine tous les segments de la production et de la diffusion des œuvres d'animation, le CNC s'est appuyé sur de multiples sources d'information.

Les données sur la production audiovisuelle sont issues du compte de soutien à l'industrie des programmes (COSIP). Elles peuvent donc présenter des écarts avec d'autres sources, notamment celles présentées par les chaînes ou le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Les données sur la production et le financement des longs métrages d'animation sont issues de l'agrément des investissements. Les informations sur les coûts de production des films d'animation s'appuient sur les dossiers d'agrément de production des films.

Les résultats des films d'animation dans les salles de cinéma sont issus des déclarations de recettes transmises par les établissements cinématographiques au CNC. Les données sur les copies proviennent de la presse professionnelle. Les informations sur les coûts de distribution des films d'animation sont extraites de l'étude du même nom, qui s'appuie sur les données du soutien automatique à la distribution, sur celles de la contribution Canal+ à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des distributeurs de films français en salles. Les analyses sur les coûts de promotion des films sont issues des piges publicitaires réalisées par l'institut TNS Media Intelligence.

Les données sur la composition du public des films d'animation proviennent de Publixiné, une enquête initiée par le CNC et Médiavision et réalisée par l'institut Harris Interactive.

Les analyses sur l'offre d'animation à la télévision n'ont pas pour objet d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont ainsi pas comparables avec celles qui émanent du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Pour ce qui concerne les informations sur l'offre télévisuelle d'animation, les sources sont variées : Médiamétrie, Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Guide des chaînes numérique, CNC. Les informations spécifiques sur la diffusion des longs métrages d'animation à la télévision sont issues d'une base de données commune au CSA et au CNC. L'ensemble des données d'audience sont issues de l'institut Médiamétrie.

Les résultats des programmes d'animation français à l'exportation sont issus d'une enquête conduite par le CNC et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Les dépenses des ménages en achats de vidéo d'animation sont évaluées par le CNC et l'institut GfK. Par ailleurs, les éditeurs vidéo déclarent au CNC, pour chaque œuvre cinématographique éditée, le nombre de copies vendues et le chiffre d'affaires net facturé, ce qui permet des analyses par titre.

Enfin, les données sur l'offre de films d'animation en vidéo à la demande proviennent du recensement par le CNC de l'offre VàD sur huit plates-formes parmi les plus importantes.

Synthèse

A l'occasion du Festival international du film d'animation d'Annecy, le Centre national de la cinématographie a réalisé une étude sur le marché de l'animation. Cette étude dresse une analyse approfondie de la production et de la diffusion (salles de cinéma, télévision, vidéo, VàD et exportations) des œuvres d'animation, qu'elles soient audiovisuelles ou cinématographiques.

313 heures de programmes d'animation en moyenne depuis 5 ans

En 2008, la production de 259 heures de programmes audiovisuels d'animation a été engagée, pour un devis total de 151,6 M€. Le volume produit est en baisse pour la deuxième année consécutive et correspond à la phase basse du cycle de production de l'animation. Entre 2004 et 2008, ce volume annuel atteint 313 heures en moyenne. Sur les cinq dernières années, le coût horaire des programmes d'animation s'élève en moyenne à 571,7 K€. Plus que les autres genres télévisuels, l'animation française se finance pour près de 30 % avec des partenaires étrangers.

L'animation française rencontre de réels succès à l'exportation. En moyenne, elle concentre plus du tiers des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger, alors que le volume de production française d'animation représente moins de 10 % de l'ensemble des heures produites dans l'hexagone.

L'animation représente 2,6 % des films français produits ces dix dernières années

Dix films d'animation sont agréés en 2008. Au total, entre 1999 et 2008, 55 films d'animation ont été agréés, soit 2,6 % de l'ensemble de la production française de longs métrages. L'animation concentre 5,3 % des investissements réalisés dans la production française sur la période. Le devis moyen des films d'animation français s'établit à 10,25 M€. La couverture des devis est assurée à 21,2 % par des financements étrangers.

Les longs métrages d'animation bénéficient d'une large exposition en salles

Les films d'animation concentrent à la fois d'importants frais d'édition et de larges combinaisons de sorties. En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé d'un film d'animation s'élève à 1 085,2 K€ en 2008, contre 709,3 K€ tous genres confondus.

En 2008, un film d'animation inédit bénéficie d'une combinaison moyenne de sortie de 316 copies, contre 140 copies pour l'ensemble des films. Les longs métrages d'animation représentent 4,0 % des films inédits de 2008 mais près de 10 % des entrées des films inédits de l'année 2008. Les longs métrages d'animation bénéficient d'une durée moyenne de vie en salle supérieure à celle de l'ensemble des films. Ainsi, en 2007, les films d'animation réalisent 76,7 % de leurs entrées au cours des quatre premières semaines de leur exploitation, contre 86,5 % tous genres confondus. Parallèlement, les films français d'animation présentent une durée moyenne de vie supérieure à celle des films américains.

Le public des films d'animation qui se diversifie

Le public des films d'animation est composé presque à part égale d'enfants et d'adultes (plus de 33 % du public pour chaque groupe entre 2005 et 2008). En général, chaque enfant est accompagné d'un adulte pour une séance de cinéma, et le plus souvent d'une femme. Ces dernières composent plus de la moitié du public des films d'animation. La part des spectateurs occasionnels dans le public des films d'animation progresse régulièrement depuis 2005.

Plus de 3 900 heures de programmes d'animation sur les chaînes historiques en 2008

En 2008, les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 et M6) diffusent 3 901 heures de programmes d'animation (films d'animation inclus, soit 162 heures). Ce volume représente 7,8 % de leur offre totale de programmes. France 5, France 3 et TF1 sont les principaux diffuseurs d'animation. En 2008, 52,2 % de l'offre totale d'animation diffusée sur les chaînes historiques est proposée entre 5h00 et 8h30, principale tranche de diffusion du genre.

La programmation des chaînes est également adaptée aux vacances scolaires. L'offre d'animation est proportionnellement plus élevée en période de congés scolaires. 46,8 % des volumes d'animation sont diffusés pendant les vacances scolaires alors que ces dernières ne représentent que 41,3 % des jours de l'année.

Une offre majoritairement française

L'offre d'animation française est majoritaire. Elle représente 40,4 % du volume total d'animation diffusée sur les chaînes hertziennes historiques en 2008. L'animation américaine constitue près d'un tiers de l'offre (31,9 %) et devance l'offre d'origine européenne non française (14,8 %) et les programmes d'autres nationalités (12,9 %), principalement australiens, canadiens et japonais.

Une audience performante sur les 4-10 ans et les 11-14 ans

Les dessins animés représentent, en 2008, 2,5 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus sur les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte). Les enfants surconsument les programmes d'animation diffusés à la télévision. Ainsi, sur les enfants âgés de 4 à 10 ans et ceux âgés de 11 à 14 ans, l'audience des programmes d'animation est, le plus souvent, sur-performante par rapport aux standards habituels des chaînes, particulièrement sur France 3, Canal+ et France 5. En 2008, l'audience de ces programmes sur les chaînes historiques sur les enfants âgés de 11 à 14 ans est de 9,2 % et de 17,4 % sur les enfants âgés de 4 à 10 ans alors que l'offre de dessins animés (films inclus) représente 7,4 % de l'offre de programmes de ces chaînes.

L'animation en vidéo, un genre important

En 2008, les longs métrages d'animation réalisent 15,0 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo. Dans un contexte de baisse générale du marché de la vidéo, les longs métrages d'animation maintiennent un niveau élevé de ventes et participent à la stabilité du chiffre d'affaires des films en vidéo. Le marché des films d'animation en vidéo est dominé par les œuvres américaines qui représentent 85,7 % des ventes en volume et 87,7 % du chiffre d'affaires, contre respectivement 7,8 % et 6,4 % pour les œuvres françaises.

I. La production audiovisuelle d'animation

En 2008, le volume de production de programmes audiovisuels d'animation est en baisse pour la deuxième année consécutive, retrouvant un niveau équivalent à celui de 2005. Il s'élève à 259 heures, contre 314 heures en 2007 (-17,4 %). Entre 2004 et 2008, le volume de commande d'animation atteint en moyenne 313 heures. Le genre représente 6,5 % des heures totales aidées par le COSIP en 2008, contre 8,5 % en 2007. En moyenne, les diffuseurs attribuent 817,9 K€ par projet, contre 876,5 K€ en 2007 (828,1 K€ en moyenne entre 2004 et 2008). En 2008, le coût horaire des programmes d'animation s'élève en moyenne à 585,3 K€ (+4,0 % par rapport à 2007). Sur ces cinq dernières années, il atteint 571,7 K€ en moyenne.

La diminution du volume produit en 2008 s'accompagne de nouveaux équilibres dans l'économie du secteur :

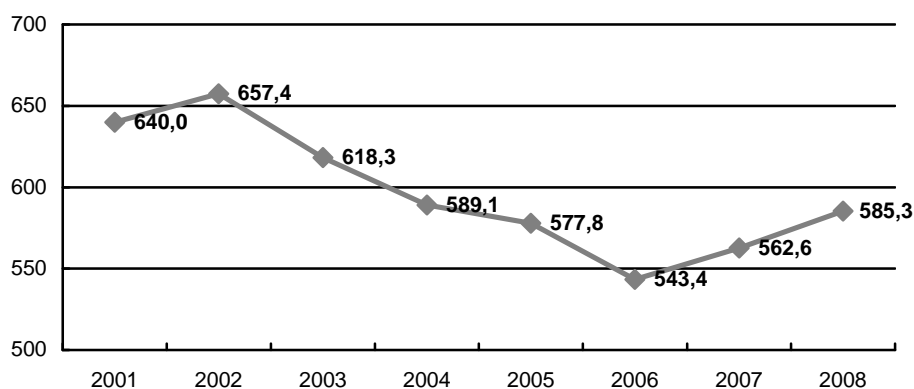
- le volume de séries de format court (moins de 8 minutes) reste stable par rapport à 2007 et s'accompagne d'une progression sensible de la localisation en France des dépenses (les dépenses de 54 % des projets sont entièrement réalisées sur le territoire français, contre 38 % en 2007) ;
- le volume des séries de 13 minutes progresse considérablement (+34,2 %), avec également une relocalisation significative des dépenses en France (la moitié des projets concentrent plus de 80 % de leurs dépenses sur le territoire français) ;
- le volume des séries de 26 minutes diminue fortement (-66,9 %) et font toutes l'objet de dépenses importantes dans les pays coproducteurs, puisqu'il s'agit essentiellement d'œuvres minoritairement françaises (3 sur 4).

Panorama de la production audiovisuelle d'animation

	2004	2005	2006	2007	2008
volume horaire (heures)	330	268	395	314	259
devis (M€)	194,4	154,9	214,9	176,5	151,6
coût horaire (K€/heure)	589,1	577,8	543,4	562,6	585,3
apports des diffuseurs (M€)	47,6	39,7	56,1	50,0	40,1
apports du COSIP (M€)	28,7	24,7	38,2	25,6	27,9
apports étrangers (M€)	62,4	51,7	56,7	53,5	42,9

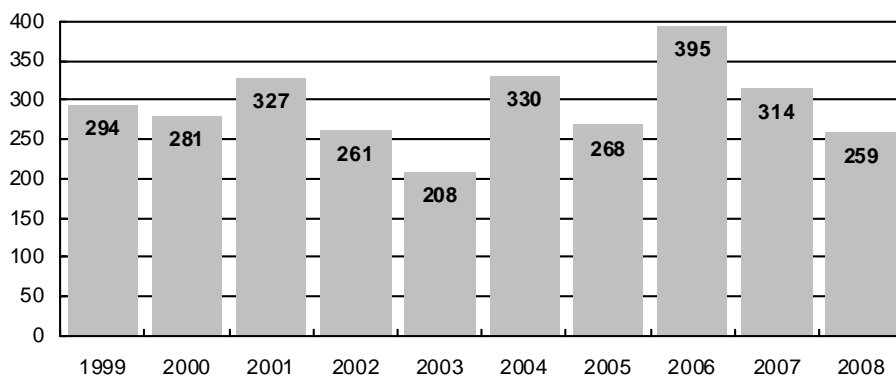
Source : CNC.

Coût horaire moyen de l'animation audiovisuelle (K€/heure)



Source : CNC.

Evolution des heures aidées en animation



Source : CNC.

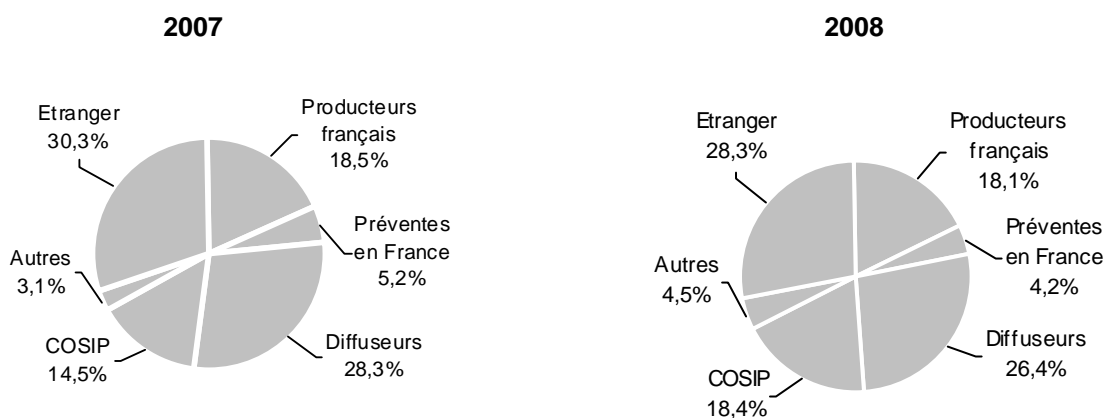
A. Le financement de l'animation

Plus que les autres genres télévisuels, l'animation française se finance pour près de 30 % avec des partenaires étrangers.

Le financement de l'animation audiovisuelle (M€)

	2004	2005	2006	2007	2008
producteurs français	40,8	25,6	42,3	32,6	27,4
préventes en France	6,8	8,4	10,2	9,2	6,4
diffuseurs	47,6	39,7	56,1	50,0	40,1
SOFICA	4,0	2,0	5,5	1,2	2,1
COSIP	28,7	24,7	38,2	25,6	27,9
autres	4,0	2,8	5,8	4,4	4,7
financements français	132,0	103,2	158,1	123,0	108,7
coproductions étrangères	40,9	29,8	32,7	35,2	25,7
préventes à l'étranger	21,5	21,9	24,0	18,3	17,2
financements étrangers	62,4	51,7	56,7	53,5	42,9
total des financements	194,4	154,9	214,9	176,5	151,6

Source : CNC.



Source : CNC.

1. Les financements français

Suivant la baisse des volumes, les financements français alloués à la production d'œuvres audiovisuelles d'animation reculent de 11,6 % en 2008 à 108,7 M€. Les apports des producteurs français diminuent de 16,1 % à 27,4 M€. Les dépenses des chaînes sont en baisse de 19,8 % à 40,1 M€. En moyenne, les diffuseurs apportent 46,7 M€ par an pour le financement de la production audiovisuelle d'animation entre 2004 et 2008. Leur part dans le financement des programmes passe de 28,3 % en 2007 à 26,4 % en 2008 (26,2 % en moyenne entre 2004 et 2008).

2. Les financements étrangers

Les financements étrangers diminuent de 19,8 % à 42,9 M€ en 2008. Cette évolution s'explique en grande partie par la diminution des apports en coproduction (-26,9 %). Les préventes à l'étranger reculent moins fortement (-6,2 %). Les apports étrangers demeurent toutefois la première source de financement du genre (28,3 % du total, contre 30,3 % en 2007). En moyenne, ils couvrent 30,1 % des devis entre 2004 et 2008.

173 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger en 2008 (apports en coproduction et/ou préventes), soit 66,9 % du volume total produit. L'année précédente, 77,8 % du volume d'animation mis en production avaient bénéficié d'un financement étranger (244 heures).

En 2008, 108 heures de coproductions majoritairement françaises sont initiées avec un apport étranger total de 14,1 M€ dont 6,9 M€ d'apports en coproduction et 7,2 M€ de préventes.

Parallèlement, 65 heures de coproductions minoritairement françaises sont produites dans l'année, financées par un apport étranger total de 28,8 M€ dont 18,8 M€ d'apports en coproduction et 10,0 M€ de préventes.

3. Le financement par le COSIP

Les apports du COSIP dans les programmes audiovisuels d'animation augmentent de 8,9 % en 2008. Ils couvrent 18,5 % des devis des œuvres (14,5 % en 2007 et 16,3 % en moyenne entre 2004 et 2008), pour un apport horaire moyen en hausse de 31,9 % par rapport à 2007 à 107,8 K€ (93,1 K€ en moyenne entre 2004 et 2008).

La progression des financements apportés par le COSIP est directement liée à l'augmentation des dépenses effectuées en France. Le volume global des dépenses en France sur les séries de 8 minutes et de 13 minutes, formats désormais très largement majoritaires, progresse ainsi de 25 % en 2008 par rapport à 2007.

B. Les apports des diffuseurs dans les programmes d'animation

Investissements des chaînes en tant que premier diffuseur

	heures		investissements (M€)		apport horaire (K€)		coût horaire (K€)	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
France 2	21	11	3,2	1,6	152,9	142,0	787,5	606,9
France 3	144	99	25,6	18,2	178,0	184,3	568,9	625,1
France 3 Région	4	-	0,2	0,0	56,6	-	281,1	-
Total France 3	147	99	25,8	18,2	175,0	184,3	561,6	625,1
France 5	35	33	3,4	3,7	97,2	111,4	520,6	529,2
France Télévisions	203	143	32,3	23,5	159,4	164,2	577,9	601,7
Arte	0	0	0,0	0,02	79,5	87,0	835,3	516,8
chaînes hertziennes publiques	203	143	32,3	23,5	159,3	164,1	578,3	601,5
TF1	36	46	6,7	7,8	185,9	171,6	680,9	645,4
M6	36	10	4,1	1,2	115,6	120,4	508,2	701,0
Canal+	9	13	0,8	0,9	91,8	69,6	499,0	331,8
chaînes hertziennes privées	81	68	11,6	9,9	144,5	145,3	584,7	595,6
total chaînes hertziennes	284	211	44,0	33,4	155,1	158,0	580,1	599,6
chaînes du câble, du satellite et de la TNT	26	45	1,5	2,5	57,5	54,6	419,1	536,1
chaînes locales	4	2	0,2	0,1	35,9	53,1	268,9	244,2
RFO / France O	0	0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
total	314	259	45,6	36,0	145,4	139,0	562,6	585,3

Source : CNC.

Compte tenu de la spécificité des programmes d'animation et des pratiques des diffuseurs, les investissements des chaînes peuvent également être examinés tous rangs de diffusion confondus. Il n'est pas rare que certaines chaînes investissent non pas en tant que premier diffuseur mais en second ou troisième diffuseur.

Investissements des chaînes tous rangs de diffusion confondus

	heures ¹		investissements (M€)		apport horaire (K€)	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
France 2	21	21	3,2	1,9	152,9	93,2
France 3	144	99	25,5	18,2	178,0	184,3
France 3 Régions	4	-	0,2	-	55,2	-
Total France 3	147	99	25,8	18,2	174,8	184,3
France 5	35	33	3,4	3,7	97,2	111,4
France télévisions	203	120	32,3	23,8	159,3	199,0
Arte	0	0	0,0	0,0	80,3	87,0
chaînes Hertziennes publiques	203	153	32,4	23,8	159,2	156,1
TF1	36	46	6,7	7,8	185,9	171,6
M6	36	20	4,1	2,5	115,6	128,2
Canal+	9	15	0,8	0,9	91,8	57,3
chaînes hertziennes privées	81	78	11,6	11,2	144,5	144,2
total chaînes hertziennes	284	230	44,0	35,0	155,0	152,1
chaînes de câble, du satellite, de la TNT payante	123	118	5,1	4,8	41,2	40,7
chaînes gratuites de la TNT	24	-	0,7	-	28,8	-
total chaînes du câble, du satellite et de la TNT	147	118	5,8	4,8	39,2	40,7
chaînes locales	7	6	0,2	0,2	30,8	31,8
RFO / France O	-	7	-	0,1	-	12,2
total	314	259	50,0	40,1	159,3	154,7

¹ Certaines heures peuvent faire l'objet de plusieurs décomptes en raison de l'investissement croisé de plusieurs diffuseurs.

Source : CNC.

1. Les chaînes hertziennes nationales analogiques

En 2008, le volume d'animation mis en production par les chaînes hertziennes nationales historiques est à son plus bas niveau depuis 2003. Prises dans leur ensemble, ces chaînes initient moins d'heures d'animation qu'en 2007 (-25,5 % à 211 heures, contre 284 heures en 2007). Elles apportent 35,0 M€ (-20,4 %) dont 33,4 M€ en tant que premiers diffuseurs (-24,1 %), soit un apport horaire en hausse de 1,9 % à 158,0 K€ en moyenne (155,1 K€ en 2007).

Les chaînes publiques

En 2008, le niveau de commande des chaînes publiques recule à 153 heures (-24,9 %) dont 143 heures en tant que premiers diffuseurs (-29,5 %), pour un apport total en baisse de 26,3 % à 23,8 M€. En moyenne, ces chaînes investissent 164,1 K€ par heure en tant que premiers diffuseurs, contre 159,3 K€ en 2007, soit une progression de 3,0 %. Le coût horaire moyen de ces programmes progresse de 4,0 % à 601,5 K€.

France 2 apporte 1,9 M€ (-39,3 %) pour un total de 21 heures d'animation dont 11 heures en tant que premier diffuseur (-46,1 %).

France 3 (hors France 3 Régions, qui n'investit pas dans l'animation en 2008) réduit sa participation de 28,7 % à 18,2 M€ pour un total de 99 heures de programmes (-31,1 %), toutes en tant que premiers diffuseurs. Au total, France 3 couvre 29,5 % du financement de ses programmes d'animation, soit 1,7 point de moins qu'en 2007.

En 2008, France 5 apporte 3,7 M€ à 33 heures de programmes d'animation (3,4 M€ pour 35 heures en 2007), toutes en tant que premier diffuseur.

Les chaînes privées

En 2008, les apports des chaînes privées diminuent de 3,9 % à 11,2 M€ (11,6 M€ en 2007), pour un niveau de commande atteignant 78 heures (81 heures en 2007) dont 68 heures en tant que premiers diffuseurs (81 heures en 2007). Leur apport horaire est stable à 145,3 K€. TF1 apporte 7,8 M€ (+16,3 % par rapport à 2007) pour 46 heures d'animation (+25,9 %), toutes en tant que premier diffuseur.

M6 réduit ses investissements dans l'animation de 39,2 % à 2,5 M€ (4,1 M€ en 2007) pour 20 heures de programmes dont 10 heures en tant que premier diffuseur (36 heures en 2007, toutes en tant que premier diffuseur). La chaîne apporte en moyenne 120,4 K€ par heure de programme en tant que premier diffuseur, contre 115,6 K€ en 2007.

Canal+ augmente ses investissements dans l'animation de 7,7 % en 2008 à 0,9 M€ (0,8 M€ en 2007) pour 15 heures de programmes dont 13 heures en tant que premier diffuseur (+42,0 %). Canal+ apporte en moyenne 69,6 K€ par heure de programme en tant que premier diffuseur, contre 91,8 K€ en 2007.

2. Les chaînes du câble, du satellite et de la TNT

En 2008, aucune chaîne de la TNT gratuite n'a investi dans l'animation.

Huit chaînes du câble, du satellite et de la TNT payante participent au financement de programmes d'animation, soit le même nombre qu'en 2007. Elles interviennent essentiellement en tant que deuxièmes diffuseurs (61,4 % du volume total). Elles participent

au financement de 118 heures de programmes d'animation (-4,1 % par rapport à 2007) dont 45 heures en tant que premiers diffuseurs (+76,7 %). Leur apport total est en baisse de 5,4 % à 4,8 M€. La contribution de ces chaînes représente 11,9 % de l'ensemble des apports des diffuseurs sur le genre (10,1 % en 2007). En 2008, leur taux de couverture en tant que premiers diffuseurs s'établit à 10,2 % des devis (13,7 % en 2007). Le COSIP alloué aux producteurs ayant travaillé avec ces chaînes s'élève à 4,1 M€ (1,4 M€ en 2007).

Investissements des chaînes du câbles, du satellite et de la TNT tous rangs de diffusion confondus

	heures ¹		investissements (K€)		apport horaire (K€)	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
13ème Rue	0	2	0,0	70,0	-	46,7
AB Moteurs	5	0	80,0	0,0	15,4	-
Canal J	41	44	2 309,0	2 587,0	56,8	58,2
Disney Channel	10	21	390,0	748,0	37,5	35,6
Gulli	24	0	698,0	0,0	28,8	-
Jétix	10	0	300,0	0,0	28,8	-
Ma Planète	0	1	0,0	22,5	-	28,1
MCM	1	1	60,0	105,0	95,2	89,7
Télétoon	42	42	1 207,1	1 075,0	28,8	25,9
Tiji	16	7	690,0	154,0	41,9	23,2
TPS CinéFamily	0	0	0,0	20,0	-	46,5
TV 5 Europe	2	0	20,0	0,0	9,2	-
total	147	118	5 754,1	4 781,5	39,2	40,7

¹ Certaines heures peuvent faire l'objet de plusieurs décomptes en raison de l'investissement croisé de plusieurs diffuseurs.
Source : CNC.

La participation de Canal J, premier investisseur des chaînes du câble, du satellite et de la TNT payante dans l'animation, augmente de 12,0 % à 2,6 M€. Elle finance au total 44 heures de programmes dont 26 en tant que premier diffuseur (41 heures dont 10 en tant que premier diffuseur en 2007).

Les investissements de Télétoon reculent de 10,9 % à 1,1 M€ (1,2 M€ en 2007) pour le même nombre d'heures que l'année précédente (42 heures). Toutes ces heures sont financées en tant que deuxième diffuseur en 2008 (10 heures en tant que premier diffuseur en 2007).

Disney Channel apporte 0,7 M€ à la production de programmes d'animation en 2008 (+91,8 % par rapport à 2007) pour 21 heures de programmes (10 heures en 2007) dont 16 heures en tant que premier diffuseur (aucune en 2007).

3. Les chaînes locales

En 2008, les chaînes locales réduisent leurs investissements dans l'animation de 10,9 %, à moins de 0,2 M€. Trois chaînes (Cap Canal, 8 Mont-Blanc et Canal Maritima) investissent dans la production d'animation, contre sept en 2007. Elles contribuent à la production de 6 heures de programmes (7 heures en 2007) dont deux heures en tant que premiers diffuseurs (4 heures en 2007).

La chaîne lyonnaise Cap Canal reste le principal intervenant de ce segment de chaînes. Elle investit un peu plus de 0,1 M€ dans 5 heures de programmes dont 2 heures en tant que premier diffuseur.

C. Production audiovisuelle aidée selon les tranches de coût

En 2008, la production audiovisuelle aidée d'animation diminue de 55 heures. Cette évolution porte essentiellement sur les programmes dont le coût horaire est compris entre 500 K€ et 600 K€ (-61 heures). Trois tranches présentent des volumes en augmentation. Les programmes dont le coût horaire se situe entre 700 K€ et 900 K€ affichent la plus forte progression (+15 heures). La production d'animation croît de 5 heures pour les programmes dont le coût horaire est inférieur à 200 K€ et de 8 heures pour ceux dont le coût horaire est compris entre 600 K€ et 700 K€. 86,5 % des heures produites en 2008 présentent un coût horaire compris entre 400 K€ et 900 K€, une proportion stable par rapport à 2007 (86,9 %). Cette tranche de coût horaire concentre 88,7 % des devis, 89,4 % des apports des diffuseurs et 89,4 % des apports du COSIP en 2008.

Production aidée d'animation selon les tranches de coût horaire

	heures		devis (M€)		Apports diffuseurs (M€)		COSIP (M€)	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	2007	2008
inférieur à 200 K€	2	8	0,4	1,2	0,1	0,3	0,1	0,2
de 200 K€ à 300 K€	14	10	3,3	2,8	0,7	0,6	0,7	0,9
de 300 K€ à 400 K€	13	7	4,9	2,4	1,1	0,7	1,6	0,6
de 400 K€ à 500 K€	65	54	30,0	24,1	11,9	7,9	5,6	6,5
de 500 K€ à 600 K€	108	48	59,2	25,9	16,0	8,5	7,1	5,8
de 600 K€ à 700 K€	73	81	47,3	52,6	13,2	12,1	7,0	7,6
de 700 K€ à 900 K€	27	42	20,4	31,9	4,5	7,3	2,8	5,1
900 K€ et plus	12	10	11,1	10,8	2,4	2,6	0,7	1,3
total	314	259	176,5	151,6	50,0	40,1	25,6	27,9

Source : CNC.

D. Les formats d'animation

Les œuvres d'animation se déclinent majoritairement en séries.

En 2008, on dénombre 5 programmes d'animation unitaires (8 en 2007) représentant 1 heure pour un coût horaire moyen de 764,1 K€ (984,7 K€ en 2007).

Concernant les séries, 27 œuvres, comme en 2007, affichent une durée par épisode inférieure à 8 minutes et représentent au total 100 heures. En moyenne, le coût horaire de ces programmes s'élève à 506,9 K€, contre 482,9 K€ en 2007.

13 programmes (11 en 2007), soit 116 heures (86 heures en 2007), sont des séries dont la durée par épisode est comprise entre 11 et 13 minutes : 9 séries de 52 épisodes, une série de 40 épisodes et trois séries de 26 épisodes. Leur coût horaire moyen atteint 627,8 K€ (572,9 K€ en 2007).

Quatre œuvres (11 en 2007) représentant au total 41 heures (124 heures en 2007), sont des séries dont les épisodes durent entre 23 et 26 minutes. Chacune d'entre elles compte 26 épisodes. Le volume de ces séries diminue fortement (-67%). Le coût horaire moyen de ces programmes atteint 651,6 K€, contre 609,5 K€ en 2007.

E. Les dépenses en animation

Tous formats confondus, 70,1 % des dépenses de production des programmes audiovisuels d'animation sont réalisés en France en 2008, contre 69,2 % en 2007. Cette progression des dépenses en France, en apparence minime, recouvre des réalités contrastées : la part des droits artistiques à l'étranger augmente fortement (+52,7 %) ; sur les séries de moins de 15 minutes, la part des dépenses en France atteint 76 %, contre 73 % en 2007.

Les frais de « moyens techniques et de laboratoires » représentent le premier poste de dépenses pour les programmes d'animation (39,0 % en 2008). Ces dépenses sont majoritairement localisées en France en 2008 (54,7 %), contrairement aux années précédentes. Les dépenses à l'étranger concernent 45,3 % des dépenses totales du poste, soit une diminution de 11,5 points par rapport à 2007. En 2008, les dépenses en moyens techniques et laboratoires progressent de 28,0 % en France alors qu'elles reculent de 19,4 % à l'étranger.

Les droits artistiques étrangers progressent de 52,7 % en 2008. Ils représentent 33,4 % des dépenses totales de ce poste, contre 20,4 % en 2007.

Postes de dépenses des œuvres d'animation (M€)

	France		étranger		total	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
droits artistiques	10,5	8,2	2,7	4,1	13,2	12,3
personnel	37,4	28,8	10,8	7,2	48,3	36,0
interprétation	2,6	2,0	1,2	1,1	3,8	3,1
charges sociales	20,7	17,7	1,3	0,8	22,0	18,5
décors et costumes	0,0	-	0,0	-	0,0	0,0
transport défraiement régie	3,0	2,1	0,9	1,1	3,9	3,2
moyens techniques – laboratoires	25,3	32,4	33,3	26,8	58,5	59,2
assurance – divers	8,2	5,0	1,8	1,4	10,0	6,4
frais généraux	9,5	6,7	1,5	1,8	11,0	8,5
imprévus	4,7	3,4	1,0	1,0	5,7	4,5
total	122,1	106,3	54,4	45,3	176,5	151,6

Source : CNC.

Œuvres d'animation selon le format et le taux de dépenses en France (nombre d'œuvres)

	unitaires	séries de 8'	séries de 11' à 15'	séries de 23' à 26'	total
2005					
inférieur à 70 %	1		5	8	14
de 70 % à 80 %	1	2	1	2	6
de 80 % à 100 %	1	2	2	7	12
100 %	7	9	2	1	19
total	10	13	10	18	
2006					
inférieur à 70 %	1	1	4	8	14
de 70 % à 80 %	1	4	2	7	14
de 80 % à 100 %	1	6	10	4	21
100 %	4	15	1	1	21
total	7	26	17	20	
2007					
inférieur à 70 %		3	6	5	14
de 70 % à 80 %	2	6	2	2	12
de 80 % à 100 %	1	7	2	3	13
100 %	5	11	1	1	18
total	8	27	11	11	57
2008					
inférieur à 70 %		1	6	4	11
de 70 % à 80 %	1	4	1		6
de 80 % à 100 %		9	6		15
100 %	4	13			17
total	5	27	13	4	49

Source : CNC.

F. Les entreprises de production

Les producteurs dépendants ou liés à des chaînes sont, dans cette partie, les entreprises dont un actionnaire ou groupe d'actionnaires qui détient au moins 15 % du capital social ou des droits de vote de l'entreprise de production est également actionnaire d'un ou de plusieurs diffuseurs hertziens, du câble ou du satellite. Cinq groupes liés à un diffuseur ont ainsi été définis : Lagardère, France Télévisions, Groupe AB, Groupe TF1 et Métropole Télévision (M6).

Sont donc considérées ici comme producteurs indépendants les entreprises individuelles indépendantes en termes de capital ainsi que les entreprises appartenant à un groupe lui-même non lié à un diffuseur. Sept groupes indépendants ont ainsi été définis : Carrère Groupe, Endemol Développement, Groupe Dargaud, Gaumont, Iris, Marathon Group, Telfrance et JLA.

Depuis 2004, le nombre d'entreprises de production d'œuvres d'animation est stable. En 2008, 44 producteurs audiovisuels sont actifs sur le segment de l'animation, soit deux de moins qu'en 2007. Ils sont tous indépendants des chaînes de télévision. Les groupes indépendants produisent 28,4 % du volume total d'animation (73 heures).

Les entreprises individuelles fournissent 210 heures, soit 81,3 % du total produit dans l'année.

Entreprises de production actives

	animation	tous genres
2004		
entreprises actives	43	703
entreprises réalisant 50 % des durées	8	72
entreprises réalisant 50 % des durées (%)	18,6	10,2
2005		
entreprises actives	43	674
entreprises réalisant 50 % des durées	9	77
entreprises réalisant 50 % des durées (%)	20,9	11,4
2006		
entreprises actives	57	660
entreprises réalisant 50 % des durées	9	60
entreprises réalisant 50 % des durées (%)	15,8	9,1
2007		
entreprises actives	46	720
entreprises réalisant 50 % des durées	6	63
entreprises réalisant 50 % des durées (%)	13,0	8,8
2008		
entreprises actives	44	770
entreprises réalisant 50 % des durées	8	71
entreprises réalisant 50 % des durées (%)	18,2	9,2

Source : CNC.

Les 10 entreprises les plus actives en 2008 totalisent 77,9 % du volume total (75,2 % en 2007), soit un niveau de concentration relativement élevé. Au total, 9 œuvres (73 heures) font l'objet d'une coproduction déléguée en 2008.

Les 10 premiers producteurs de programmes audiovisuels d'animation¹

	2007		2008		
	heures	(%)	heures	(%)	
1 Marathon / Télé Images Kids	41	13,1	Moonscoop / Moonscoop IP ²	31	12,0
2 Moonscoop / France Animation	36	11,5	Les Armateurs	21	8,2
3 Alphanim	31	9,9	Futurikon	21	8,0
3			Method Animation	21	8,0
4 Samca Productions	31	9,9	Dargaud / Ellipsanime ¹	20	7,7
5 Method Films	21	6,7	Télé Images Kids / Marathon ¹	17	6,6
6 Futurikon	20	6,4	Teamto	15	5,7
7 Xilam Animation	17	5,4	Blue Spirit Animation	13	5,2
8 Millimages	16	5,1	Alphanim	11	4,4
8			Patoon Animation	11	4,4
9 Ellipsanime / Dargaud Marina / Dupuis Audiovisuel	12	3,8	Pictor Media Animation	10	4,0
10 Ankama Animations	10	3,2	OD Medias	10	3,7
total des 10 premiers	236	75,2	total des 10 premiers	202	77,9
total général	314	100,0	total général	259	100,0

¹ Certaines heures peuvent faire l'objet de plusieurs décomptes en raison de l'investissement croisé de plusieurs producteurs.

² Depuis 2007, ces chiffres sont consolidés par groupe.

Source : CNC.

En 2008 France 2 travaille avec deux producteurs d'animation indépendants : Moonscoop et Moonscoop IP.

France 3 travaille avec 18 producteurs, tous indépendants. Quatre d'entre eux appartiennent à un groupe indépendant et participent à 31,1 % du volume commandé par la chaîne.

France 5 collabore avec six producteurs, tous indépendants. En termes de volume horaire, le producteur le plus actif est Alphanim (10 heures). 20 heures de programmes résultent des groupes indépendants (quatre producteurs).

En 2008, TF1 commande 46 heures de programmes d'animation à huit producteurs, tous indépendants. La société les Armateurs (Carrère Groupe, seule entreprise appartenant à un groupe indépendant) produit 9 heures pour la chaîne.

M6 travaille avec deux producteurs indépendants : Moonscoop et Moonscoop IP.

Canal+ travaille avec cinq producteurs d'animation, tous indépendants. Blue Spirit Animation, seule société appartenant à un groupe (Telfrance), produit 34,5 % du volume d'animation commandé par la chaîne.

En 2008, les chaînes du câble, du satellite et de la TNT payante collaborent avec dix producteurs d'animation, tous indépendants. Deux producteurs, Télé Images Kids et Les Armateurs, appartiennent à des groupes indépendants et totalisent 19,6 % des heures d'animation commandées par ces chaînes. Deux œuvres font l'objet d'une coproduction.

II. La production française de longs métrages d'animation

La production française de longs métrages d'animation connaît depuis 10 ans une activité régulière. Cette partie analyse le financement des films français d'animation, notamment les investissements consentis par les chaînes de télévision. Elle présente également les postes de coût de production de ces films.

A. Evolution et financement de la production

L'analyse de la production de films français d'animation s'appuie sur les œuvres ayant reçu l'agrément des investissements du CNC entre 1999 et 2008. Sont exclus de cette analyse :

- les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes (films soutenus par le fonds Sud ou l'aide aux films en langue étrangère,...).
- les films dits « sauvages », qui ne font pas appel à un financement encadré ou au soutien financier de l'État et dont la production n'est pas terminée.

1. Le nombre de films produits

Dix films d'animation dont neuf d'initiative française sont agréés en 2008. Le long métrage français d'animation enregistre un record historique en volume, dépassant le résultat de l'année 2005 (huit films agréés). Au total, entre 1999 et 2008, 55 films d'animation ont été agréés, soit 2,6 % de l'ensemble de la production française de longs métrages. Selon les années, l'animation représente entre 1,5 % (en 2002) et 4,2 % (en 2008) des films agréés.

Evolution du nombre de longs métrages d'animation agréés

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
films d'animation agréés	4	6	4	3	6	4	8	5	5	10
dont films d'initiative française	4	6	3	1	5	4	7	3	1	9
total des films agréés	181	171	204	200	212	203	240	203	228	240
part des films d'animation (%)	2,2	3,5	2,0	1,5	2,8	2,0	3,3	2,5	2,2	4,2

Source : CNC.

2. Les devis des films d'animation

Le total des devis des longs métrages d'animation agréés entre 1999 et 2008 s'élève à 563,6 M€. L'animation concentre 5,3 % des investissements réalisés dans la production française sur la période. Cette part évolue entre 2,0 % (en 2002) et 13,5 % (en 2008). L'année 2008 est particulièrement atypique puisque les deux films affichant les devis les plus élevés de l'année sont des films d'animation (*Arthur et la vengeance de Maltazard* et *Arthur et la guerre des deux mondes*). En incluant le premier volet de la trilogie, la saga *Arthur* concentre ainsi 35 % des investissements réalisés dans l'animation entre 1999 et 2008.

Devis des films d'animation

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
devis films animation (M€)	14,96	28,92	18,68	17,31	38,19	89,30	67,12	47,85	40,12	201,18
devis totaux (M€)	691,95	803,26	905,15	860,71	1153,30	1048,83	1 286,13	1 148,47	1 201,08	1 490,45
part des films d'animation (%)	2,2	3,6	2,1	2,0	3,3	8,5	5,2	4,2	3,3	13,5

Source : CNC.

Le devis moyen des films d'animation français (total des devis / nombre de films) s'établit à 10,25 M€. Le niveau du devis moyen est fortement impacté par la trilogie *Arthur*. Le devis médian (montant pour lequel 50 % des films ont un devis supérieur et 50 % des films ont un devis inférieur) s'établit à 5,95 M€.

Devis moyen et devis médian des films d'animation (M€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
devis moyen	3,74	4,82	4,67	5,77	6,36	22,32	8,39	9,57	8,02	20,12
évolution (%)	-	+28,9	-3,1	+23,5	+10,3	+250,8	-62,4	+14,1	-16,2	+150,7
devis médian	3,36	4,77	4,80	6,56	4,44	9,64	6,00	10,34	7,30	8,55
évolution (%)	-	+41,9	+0,8	+36,6	-32,4	+117,3	-37,7	+72,1	-29,4	+17,2

Source : CNC.

Le devis moyen des films d'animation d'initiative française est légèrement plus élevé (11,03 M€ sur la période 1999-2008). En revanche, le devis médian constaté entre 1999 et 2008 est plus faible (5,34 M€).

Devis moyen et devis médian des films d'animation d'initiative française (M€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
devis moyen	3,74	4,82	4,80	3,43	6,62	22,32	8,74	8,64	10,07	21,45
évolution (%)	-	+28,9	-0,5	-28,6	+93,2	+237,1	-60,9	-1,1	+16,6	+113,1
devis médian	3,36	4,77	5,32	3,43	3,80	9,64	6,06	10,34	10,07	9,02
évolution (%)	-	+41,9	+11,7	-35,6	+10,9	+153,8	-37,1	+70,6	-2,6	-10,4

Source : CNC.

Sur la période, sept films disposent d'un devis supérieur à 15 M€ (les trois volets de *Arthur*, *Astérix et les Vikings*, *Pollux et le manège enchanté*, *la Nuit des enfants rois* et *l'Illusionniste*). Six films présentent un devis compris entre 10 M€ et 15 M€. Ainsi, 23,6 % des films d'animation agréés au cours des dix dernières années disposent d'un devis supérieur à 10 M€. Mis à part un film agréé en 1999 (*Princes et Princesses*) dont le devis s'élève à 0,36 M€, tous les films d'animation agréés présentent un budget supérieur à 2,5 M€.

La couverture des devis des films d'animation est assurée à 78,8 % par des financements français et à 21,2 % par des financements étrangers, principalement sous forme d'apports en coproduction ou de préventes.

Films d'animation agréés en 2008

titre	réalisateur	pays coproducteurs	devis (M€)
Arthur et la guerre des deux mondes	Besson Luc	Fr100	68,83
Arthur et la vengeance de Maltazard	Besson Luc	Fr100	63,24
Igor	Leondis Anthony	Fr100	11,78
Les Lascars	Pereira-Lazaro Albert / Klotz Emmanuel	Fr80 / All20	7,50
La Nuit des enfants rois	Charreyron Antoine	Fr53 / Belg23 / Lux22	21,54
Papa raconte	Roger Jean-Christophe	Fr81 / Lux18	2,87
Le Secret d'Eléonore	Heidsieck Henri / Monfery Dominique	Fr78 / It21	3,26
Une vie de chat	Gagnol Alain / Felicioli Jean-Loup	Fr86 / Belg13	5,05
Yona Yona Penguin	Rintaro	Fr100	9,02

Source : CNC.

3. Les préachats de Canal +

Sur la période 1999-2008, Canal+ intervient dans 61,8 % des films d'animation agréés. L'animation représente 2,4 % de l'ensemble des préachats de la chaîne sur la période. En 2008, l'animation capte 6,7 % du total des investissements de la chaîne dans la production cinématographique française (173,96 M€ dans 142 films).

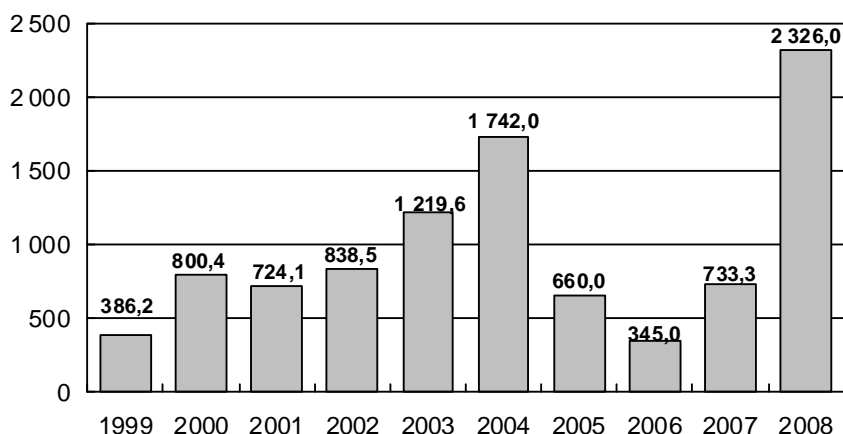
Intervention de Canal+ dans les longs métrages d'animation

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
nombre de films préachetés	3	4	4	3	1	3	4	4	3	5
% du nombre total de films d'animation (%)	75,0	66,7	100,0	100,0	16,7	75,0	50,0	80,0	60,0	50,0
montant apporté (M€)	1,16	3,20	2,90	2,52	1,22	5,23	2,64	1,38	2,20	11,63

Source : CNC

Canal+ apporte en moyenne 1 M€ par film d'animation, apport moyen variant selon les années entre 0,35 M€ (2006) et 2,33 M€ (2008). Ce montant est proche du montant moyen investi en préachats tous films confondus (1,15 M€).

Apport moyen de Canal+ en préachat dans les longs métrages d'animation (K€)



Source : CNC.

4. Les préachats de TPS Cinéma

L'engagement de TPS Cinéma dans le long métrage d'animation ne débute qu'en 2005 mais se confirme chaque année depuis. 6,71 M€ sont investis au cours des quatre dernières années sur dix films. L'apport moyen s'élève à 0,67 M€, variant entre 1,06 M€ (2005) et 0,15 M€ (2007). En 2008, TPS Cinéma s'engage dans trois longs métrages d'animation pour un montant de 0,89 M€.

Intervention de TPS Cinéma dans les longs métrages d'animation

	2005	2006	2007	2008
nombre de films préachetés	4	2	1	3
% du nombre total de films d'animation (%)	50,0	40,0	20,0	30,0
montant apporté (M€)	4,22	1,45	0,15	0,89

Source : CNC

5. Les préachats de Ciné Cinéma

Comme TPS Cinéma, Ciné Cinéma investit dans les longs métrages d'animation depuis 2005. Sept films bénéficient d'apports du bouquet entre 2005 et 2008 pour un montant total de 0,55 M€. L'apport moyen atteint 78,6 K€. En 2008, l'engagement porte sur deux films pour un total de 170 K€.

Intervention de Ciné Cinéma dans les longs métrages d'animation

	2005	2006	2007	2008
nombre de films préachetés	2	2	1	2
% du nombre total de films d'animation (%)	25,0	40,0	20,0	20,0
montant apporté (K€)	160,00	100,00	120,00	170,00

Source : CNC

6. Les investissements des diffuseurs hertziens en clair

Entre 1999 et 2008, 28 des 55 films d'animation agréés ont bénéficié de l'investissement d'une chaîne hertzienne en clair (50,9 %). France Télévisions est particulièrement engagé avec une participation dans 23 de ces 28 films. France 3 est la chaîne la plus active avec 15 films (8 films pour France 2).

L'engagement des chaînes privées est beaucoup plus limité. TF1 a participé au financement de trois films (la trilogie *Arthur*) tandis que M6 est présent dans le montage de deux films dont *Astérix et les Vikings* produit par sa filiale M6 Studio.

Films d'animation bénéficiant de l'investissement d'une chaîne hertzienne en clair

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
TF1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
France 2	0	2	1	1	1	1	1	0	0	1
France 3	1	1	1	0	1	2	4	2	2	1
M6	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0
total	1	3	2	1	2	4	7	2	2	4

Source : CNC

Entre 1999 et 2008, les chaînes hertziennes en clair ont investi 25,91 M€ sous forme de préachats ou d'apports en coproduction. Les investissements progressent sur la période. Ils s'élèvent à 5,41 M€ sur les cinq premières années et à 20,50 M€ sur les cinq dernières.

France 3 est le premier financeur. La chaîne apporte 43,3 % du montant total des investissements des chaînes hertziennes en clair. France 2 contribue à hauteur de 21,3 %. France Télévisions concentre ainsi 64,6 % des engagements. Bien qu'intervenant uniquement sur la trilogie *Arthur*, TF1 est à l'origine de 28,2 % des investissements. Enfin, M6 finance 7,2 % du total.

Les investissements moyens par film de France 2 et France 3 varient d'une année à l'autre en fonction des films concernés. Ainsi, l'investissement moyen varie entre 0,46 M€ (2002) et 1,00 M€ (2004) pour France 2 et entre 0,38 M€ (1999) et 1,13 M€ (2006) pour France 3. En règle générale, l'investissement de France 2 et de France 3 se partage à 50 % sous forme de préachats et 50 % sous forme d'apports en coproduction. TF1 participe très majoritairement sous forme de préachats (86,3 % des investissements de la chaîne).

Intervention des chaînes hertziennes dans le financement des longs métrages d'animation (M€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
TF1	0	0	0	0	0	2,00	0	0	0	5,30
France 2	0	1,60	0,53	0,46	0,76	1,00	0,46	0	0	0,70
France 3	0,38	0,53	0,38	0	0,76	1,06	3,00	2,25	2,00	0,85
M6	0	0	0	0	0	0	1,88	0	0	0
total	0,38	2,13	0,91	0,46	1,53	4,06	5,34	2,25	2,00	6,85

Source : CNC

En 2008, les investissements des chaînes en clair sont constitués à hauteur de 76,4 % par des préachats de droits de diffusion. A noter qu'en 2008, TF1 apporte la plus forte contribution jamais enregistrée par une chaîne hertzienne en clair en participant à deux volets de *Arthur* (5,30 M€).

Intervention des chaînes hertziennes en 2008

	TF1	France 2	France 3	M6	Total
films	2	1	1	0	4
préachats (M€)	4,30	0,50	0,43	0	5,23
apports en coproduction (M€)	1,00	0,20	0,43	0	1,63
total (M€)	5,30	0,70	0,85	0	6,85
moyenne par film (M€)	2,65	0,70	0,85	0	1,71

Source : CNC

7. Les interventions des SOFICA

Entre 1999 et 2008, les SOFICA sont intervenues dans le financement de 22 longs métrages d'animation pour un montant total de 12,20 M€. L'investissement moyen s'établit à 0,55 M€.

Intervention des SOFICA dans les longs métrages d'animation

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
nombre de films	1	2	1	0	2	1	4	1	1	9
% du nombre total de films d'animation (%)	25,0	33,3	25,0	0,0	33,3	25,0	50,0	20,0	20,0	90,0
montant apporté (M€)	0,35	0,95	0,67	0,00	1,65	0,50	2,12	0,32	0,15	5,46

Source : CNC

2008 est une année exceptionnelle au regard de leur intervention. Elles investissent en effet dans neuf des dix films agréés, pour un montant record de 5,46 M€. L'investissement moyen atteint 606 K€, soit 2,9 % du devis des films concernés. L'investissement moyen est donc supérieur à celui constaté sur l'ensemble des films (395 K€). En revanche, le niveau de couverture du devis est inférieur, les SOFICA couvrant 4,8 % du devis des 97 films bénéficiant de leur intervention en 2008.

En 2008, deux des neuf films d'animation financés par les SOFICA ont bénéficié de l'intervention conjointe de plusieurs SOFICA (*la Nuit des enfants rois* et *le Secret d'Eleonore*).

En 2008, huit SOFICA sont intervenues dans le financement des longs métrages d'animation. Uni Etoile finance 28,4 % des apports des SOFICA avec 1,55 M€, devant SGAM AI Cinema (19,2 % avec 1,05 M€).

Les SOFICA actives en 2008 intervenant sur des films d'animation

SOFICA	montant (M€)
Uni Etoile	1,55
SGAM AI Cinema	1,05
Cofimage	1,05
EuropaCorp	1,00
Cinemage	0,41
Soficinema	0,20
Carrimages	0,12
Cofinova	0,08
total	5,46

Source : CNC

8. Les films bénéficiaires de l'avance sur recettes

Entre 1999 et 2008, quinze longs métrages d'animation agréés ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation pour un montant total de près de 6,35 M€. Ces films représentent 27,3 % de la production d'animation agréée sur la période. Le montant moyen d'avance sur recettes accordé pour un long métrage d'animation est de 423 K€. Le montant des avances varie entre 259 K€ et 525 K€ (montant obtenu par *Mia et le Migou*). A titre de comparaison, le montant moyen d'avance sur recettes tous films confondus s'élève 365 K€ entre 1999 et 2008.

Entre 1999 et 2008, l'avance sur recettes couvre en moyenne 6,1 % des devis des films bénéficiaires. Ce taux de couverture est plus faible que pour l'ensemble des films bénéficiaires (13,3 %). En 2008, l'avance sur recettes est accordée à un long métrage d'animation, *les Lascars*. Le montant de 380 K€ couvre 5,1 % de son devis.

Longs métrages d'animation bénéficiant de l'avance sur recettes avant réalisation

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
nombre de films	1	2	1	0	3	2	3	2	0	1
% du nombre total de films d'animation (%)	25,0	33,3	25,0	0,0	50,0	50,0	37,5	40,0	0,0	10,0
montant apporté (M€)	0,26	0,85	0,49	0,00	1,19	1,00	1,38	0,80	0,00	0,38

Source : CNC

9. Le crédit d'impôt

L'article 88 de la Loi de finances pour 2004 n°2003-1311 du 30 décembre 2003 instaure un crédit d'impôt au titre des dépenses de production cinématographique. L'article 48 de la loi n° 2004-1485 du 30 décembre 2004, l'article 24 de la loi n° 2005-1719 du 30 décembre 2005 et l'article 109 de la loi 2005-1720 du 30 décembre 2005 viennent compléter ou modifier le dispositif législatif sur le crédit d'impôt. Ce crédit d'impôt vise à encourager les entreprises de production à réaliser principalement sur le territoire français les travaux de production de leurs œuvres cinématographiques agréées. Depuis le 1er janvier 2006, cet avantage fiscal est réservé aux entreprises de production déléguée pour les films tournés en français et est plafonné à 1 M€ par film. Le crédit d'impôt est égal à 20 % des dépenses éligibles.

Le crédit d'impôt est imputable sur l'impôt sur les sociétés dû au titre de l'exercice au cours duquel les dépenses ouvrant droit au crédit d'impôt sont exposées. Le cas échéant, l'excédent de crédit d'impôt qui ne peut être imputé sera restitué à l'entreprise bénéficiaire.

Vingt films d'animation agréés depuis la mise en place du crédit d'impôt ont été déclarés éligibles à ce dernier pour un montant total estimé de 13,23 M€.

Huit des dix longs métrages d'animation agréés en 2008 sont éligibles au crédit d'impôt pour un montant total estimé de 5,46 M€ qui s'échelonne sur au moins deux exercices fiscaux en raison de la durée de production de ces films. Quatre de ces films atteignent le plafond de 1 M€.

Les films d'animation bénéficiaires du crédit d'impôt

	2004	2005	2006	2007	2008
films éligibles	4	4	3	1	8
% du total des films agréés	100,0	50,0	60,0	20,0	80,0
montant prévisionnel (M€) [†]	2,10	2,81	2,17	0,70	5,46

[†] Soutien non déduit.

Source : CNC

10. Les sociétés de production de longs métrages d'animation

55 longs métrages d'animation ont été agréés sur la période 1999-2008. Ils ont été produits par 37 sociétés différentes. La majorité des sociétés ne compte qu'une seule production (62,2 %). Huit sociétés ont produit 2 films (21,6 %). Les sociétés les plus actives sont Les Armateurs (7 films), Home Made Movies (branche production cinéma d'Ellipsanime) et Millimages (4 films chacune), EuropaCorp et Folimage (3 films chacune).

Au départ, le secteur attirait exclusivement des spécialistes de l'animation. Ce n'est plus le cas aujourd'hui avec Nord-Ouest Productions (*Azur et Asmar*), EuropaCorp (*Arthur*), M6 Studio (*Astérix et les Vikings*) ou encore Fidélité Films (*la Nuit des enfants rois*). Les films produits par ces entreprises comptent parmi les plus gros budgets de longs métrages français.

B. Les coûts de production des films d'animation

L'analyse des coûts de production des films d'animation est construite à partir des données de l'agrément de production et appréhende les coûts définitifs de production des films. Les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements, avant tournage, peuvent en effet subir des évolutions non négligeables.

Il convient de rappeler que l'agrément de production est délivré soit lorsque l'entreprise de production a reçu des sommes au titre de l'agrément des investissements pour le tournage du film (il permet ainsi de rendre cet octroi définitif), soit directement au titre de la production d'œuvres cinématographiques achevées, lorsque l'agrément des investissements n'est pas requis. Cette analyse s'appuie uniquement sur les films d'animation d'initiative française, c'est-à-dire financé intégralement ou majoritairement par des investissements français.

L'analyse des coûts de production des films d'animation est limitée par le nombre de films agréés. 22 films d'animation d'initiative française ont reçu un agrément de production sur la période 2003-2008 : 5 en 2008, 4 en 2007, 3 en 2006, 2 en 2005, 3 en 2004 et 5 en 2003. La taille réduite de l'échantillon ne permet pas de dresser de réelles tendances. Il convient donc d'être prudent dans l'interprétation de ces données.

L'ensemble des dépenses de production des 22 films d'animation d'initiative française totalise 213,27 M€.

Le personnel s'impose comme le premier poste de dépenses sur l'ensemble de la période (38,8 %), suivi par les moyens techniques (13,6 %) et les frais divers (9,9 %). L'interprétation (voix des personnages) représente 4,7 M€ et 2,2 % des coûts totaux.

Coûts de production des films d'animation

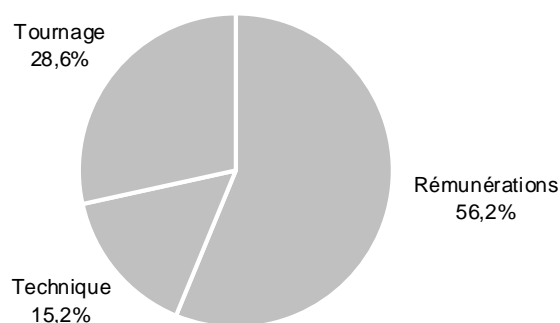
	dépenses (M€)	dépenses (%)	coût moyen (M€)	
rémunérations	droits artistiques	15,53	7,3	0,71
	personnel	82,82	38,8	3,76
	interprétation	4,66	2,2	0,21
	charges sociales	16,80	7,9	0,76
technique	moyens techniques	29,01	13,6	1,32
	pellicules-Laboratoires	3,35	1,6	0,15
tournage	sous-traitance	16,24	7,6	0,74
	transports, défraiements, régie	8,81	4,1	0,40
	assurances et divers	14,98	7,0	0,68
	divers*	21,07	9,9	0,96
total	213,27	100,0	9,69	

Base FIF (animation) : 22 films (2003-2008).

Source : CNC

La structure globale des coûts de production des films d'animation est très proche de celle des films de fiction (ensemble de la période 2003-2008) : les rémunérations captent 56,2 % des dépenses, contre 55,5 % en moyenne pour la fiction, les frais de tournage 28,6 %, (29,3 % pour la fiction) et les frais techniques 15,2 % (14,9 % pour la fiction).

Principaux postes de production des films d'animation (2003-2008)



Source : CNC.

La part des dépenses à l'étranger est plus forte pour l'animation que pour la fiction : 21,0 % des dépenses sont réalisés à l'étranger sur la période 2003-2008, contre 14,0 % pour les films de fiction.

Dépenses en France et à l'étranger pour les films d'animation

	France (M€)	étranger (M€)	total (M€)	France (%)	étranger (%)
droits artistiques	13,27	2,26	15,53	85,4	14,6
personnel	68,13	14,69	82,82	82,3	17,7
interprétation	3,50	1,15	4,66	75,3	24,7
charges sociales	16,57	0,23	16,80	98,6	1,4
moyens techniques	24,08	4,93	29,01	83,0	17,0
pellicules-Laboratoires	3,16	0,19	3,35	94,4	5,6
sous-traitance	2,81	13,43	16,24	17,3	82,7
transports, défraiements, régie	7,51	1,30	8,81	85,2	14,8
assurances et divers	13,29	1,69	14,98	88,7	11,3
divers*	16,21	4,86	21,07	76,9	23,1
total	168,54	44,73	213,27	79,0	21,0

Base FIF (animation) : 22 films (2003-2008).

Source : CNC

III. Les films d'animation en salles

La diffusion des longs métrages d'animation dans les salles de cinéma présente des caractéristiques particulières, notamment en termes de performances, d'exposition, de conditions de promotion et de durée de vie en salles.

A. Les films d'animation en salles

Dans cette partie, sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages inédits en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe ainsi les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale nationale mais également les films inédits exploités commercialement lors d'événements ponctuels (festivals et rétrospectives notamment). Les nombres de copies qui figurent dans cette partie proviennent d'informations relevées dans la presse.

1. Evolution du nombre de films

Entre 1999 et 2008, 216 films d'animation inédits sont sortis sur les écrans français, soit 4,0 % de l'ensemble des films sortis sur la période. Parmi ces 216 films d'animation figurent 44 films français (20,4 %), 89 films américains (41,2 %), 39 films européens (18,1 %) et 44 films d'autres nationalités (20,4 %).

En 2008, 22 films d'animation font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit 2 films de moins qu'en 2007 et 8 films de moins qu'en 2006. L'année 2008 retrouve ainsi les niveaux observés entre 2002 et 2005. Ce recul est essentiellement imputable aux films d'animation américains dont le nombre diminue de 4 films par rapport à 2007 et de 9 films par rapport à 2006.

Parmi les 44 films français d'animation sortis en salles entre 1999 et 2008, 52,3 % sont des films 100 % français. Les coproductions majoritaires composent 31,8 % des films d'animation français sortis ces dix dernières années. Seuls 7 films d'animation sur 44 sont des coproductions minoritaires entre 1999 et 2008, soit 15,9 %. Les films français représentent entre 11 % (2001) et 39 % (2003 et 2006) de l'offre totale de films d'animation.

En 2008, la part des films américains dans le total des films d'animation sortis en première exclusivité atteint 27,3 %, contre 41,7 % en 2007. C'est le niveau le plus bas après celui de 2003 (27,3 %). Toutefois, le poids des films d'Outre-Atlantique reste à un niveau relativement important : environ 40 % par an.

En 2008, l'offre de films d'animation européens inédits est en augmentation et se situe à un des niveaux les plus élevés de ces dix dernières années (7 films, comme en 2005).

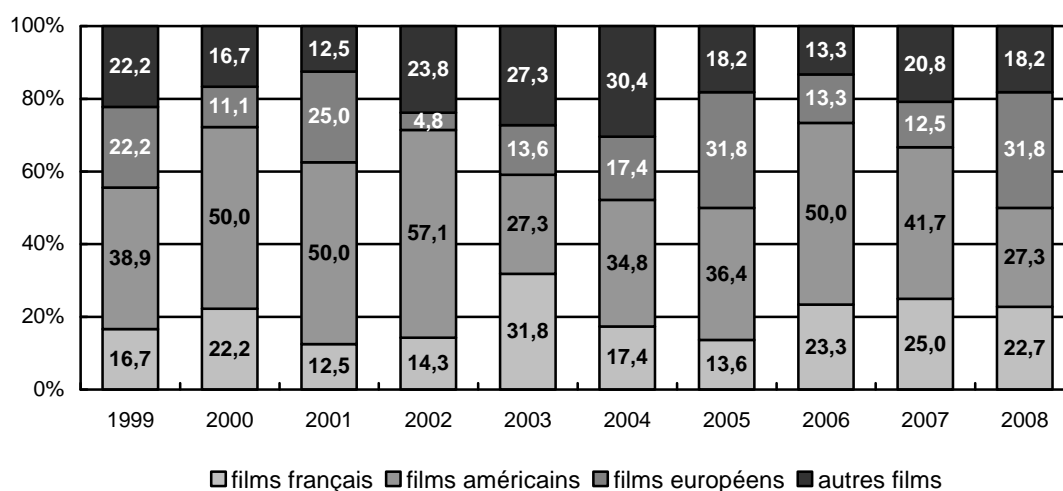
Le nombre de films d'animation d'autres nationalités est stable entre 1999 et 2008, avec un poids compris entre 12 % et 30 %. Les films d'animation japonais composent la majeure partie de ces films (68,2 % sur la période 1999-2008).

Nationalité des films d'animation sortis en salles

	films français	films américains	films européens	autres films	total
1999	3	7	4	4	18
2000	4	9	2	3	18
2001	2	8	4	2	16
2002	3	12	1	5	21
2003	7	6	3	6	22
2004	4	8	4	7	23
2005	3	8	7	4	22
2006	7	15	4	4	30
2007	6	10	3	5	24
2008	5	6	7	4	22

Source : CNC.

Nationalité des films d'animation sortis en salles (%)



Source : CNC.

Le nombre de films d'animation recommandés Art et Essai est relativement stable depuis 2002 (entre 10 et 14 films par an). Jusqu'en 2004, les films Art et Essai composaient, généralement, la majeure partie des films d'animation sortis en salles (plus de 50 %). Depuis 2005, ils représentent entre 40 % et 45 % des films sortis.

Recommandation des films d'animation sortis en salles

	films Art et Essai	Autres films	total
1999	11	7	18
2000	7	11	18
2001	9	7	16
2002	10	11	21
2003	14	8	22
2004	13	10	23
2005	10	12	22
2006	13	17	30
2007	10	14	24
2008	10	12	22

Source : CNC.

Les films produits en animation traditionnelle composaient 78,3 % des films d'animation sortis en salles en 2004, contre 21,7 % pour les films produits en numérique. En 2005 et 2006, le nombre de films d'animation sortis dans l'année produits soit de façon numérique devient identique à ceux produits de manière traditionnelle. A partir de 2007, une majorité de films d'animation en numérique (plus de 50 %) sortent en salles..

Au total sur la période 2004-2008, 43,8 % des films d'animation sortis en salles sont produits en numérique.

Mode de production des films d'animation sortis en salles

	films en animation traditionnelle	films en animation numérique	autres techniques	total
2004	18	5	0	23
2005	10	10	2	22
2006	14	14	2	30
2007	11	12	1	24
2008	8	12	2	22

NB : les données selon le mode de production des films d'animation ne sont disponibles qu'à partir de 2004.
Source : CNC.

En 2008, sept films d'animation inédits sont partiellement ou intégralement diffusés en numérique (cinq en 2007 et en 2006), soit 31,8 % des films sortis en première exclusivité (20,8 % en 2007 et 16,7 % en 2006).

Au total, 11 des 17 films disposant de copies numériques entre 2006 et 2008 sont américains et 5 sont français. La plupart des films diffusés en numérique dispose d'un grand nombre de copies au total (numérique + argentique). 13 sortent ainsi sur plus de 400 copies et un film sort sur moins de 60 copies (*Fly me to the Moon*).

Buena Vista International France est le distributeur le plus actif sur le segment de la distribution des films d'animation en numérique sur la période 2006-2008 avec 5 des 17 films sortis.

En 2008, un seul film d'animation est disponible en 3D numérique. Il s'agit d'un film belge : *Fly me to the Moon 3D* de Ben Stassen.

Films d'animation inédits projetés en numérique (2006-2008)

titre	nationalité	distributeur	date de sortie
The Wild	Etats-Unis	BVI	12-avr-06
Cars quatre roues	Etats-Unis	BVI	14-juin-06
Azur et Asmar	France Majo	Diaphana distribution	25-oct-06
Happy Feet	Etats-Unis	Warner Bros	06-déc-06
Arthur et les Minimoys	France 100	Europacorp	13-déc-06
La Reine Soleil	France Majo	Rezo Films	04-avr-07
Shrek le Troisième	Etats-Unis	Paramount Pictures France	13-juin-07
Ratatouille	Etats-Unis	BVI	01-août-07
Bienvenue chez les Robinsos	Etats-Unis	BVI	17-oct-07
La Légende de Beowulf	Etats-Unis	Warner Bros	21-nov-07
Max & Co	France Mino	Exception Wild Bunch	13-févr-08
Chasseurs de dragons	France Majo	Bac Films	26-mars-08
Horton	Etats-Unis	Twentieth Century Fox France Inc	02-avr-08
Kung Fu Panda	Etats-Unis	Paramount Pictures France	09-juil-08
Wall-E	Etats-Unis	BVI	30-juil-08
Fly me to the Moon	Belgique	MK2	29-oct-08
Madagascar 2 : la grande évasion	Etats-Unis	Paramount Pictures France	03-déc-08

Source : CNC.

2. Evolution des combinaisons de sortie

En 2008, cinq films d'animation inédits sont distribués sur plus de 500 copies (6 films en 2007 et 10 films en 2006), tous de nationalité américaine. Ils concentrent 22,7 % de l'ensemble des copies d'animation inédite en circulation. Parmi ces titres, un film, *Madagascar 2 : la grande évasion*, dispose de près de 1 000 copies. 27,2 % des films d'animation sont disponibles sur 300 à 500 copies (6 films) et 13,6 % sur 100 à 300 copies (3 films). A l'inverse, 8 films (36,4 %) disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 100 copies), soit 39 copies par film en moyenne.

Depuis 2000, 25,8 % des films d'animation sortis en salles disposent de plus de 500 copies et 36,4 % de moins de 100 copies.

Films d'animation sortis en salles selon le nombre de copies

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
moins de 100 copies	9	5	8	9	11	6	10	6	8
de 100 à 300 copies	1	6	5	8	4	5	5	8	3
de 300 à 500 copies	3	1	2	2	2	5	5	4	6
plus de 500 copies	5	4	6	3	6	6	10	6	5
total	18	16	21	22	23	22	30	24	22

NB : les données selon le nombre de copies ne sont pas disponibles pour 1999.

Source : CNC.

En 2008, les 22 films d'animation en première exclusivité sont distribués sur 6 954 copies au total (-11,6 % par rapport aux copies des 24 films de 2007). Le nombre moyen de copies par film diminue sensiblement depuis 2007 : un film d'animation inédit dispose, en moyenne, de 316 copies en 2008 (328 copies en 2007, 355 en 2006). Les films d'animation américains captent plus de 60 % des copies en circulation depuis 2000, contre moins d'un quart pour les films français.

Copies selon la nationalité des films d'animation

	films français	films américains	films européens	autres films	total
2000	351	4 013	600	105	5 069
2001	308	3 571	260	91	4 230
2002	451	5 018	7	389	5 865
2003	1 003	3 211	140	710	5 064
2004	861	4 652	178	619	6 310
2005	1 044	3 942	2 160	204	7 350
2006	2 856	7 439	207	157	10 659
2007	1 421	5 525	637	284	7 867
2008	1 342	4 158	1 187	267	6 954

NB : les données selon le nombre de copies ne sont pas disponibles pour 1999.

Source : CNC.

19,8 % des copies des films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2008 sont des copies de films recommandés Art et Essai. 2005 est marquée par un nombre élevé de copies en faveur des films d'animation Art et Essai (2 061 copies). Ceci est le fait de quatre films recommandés sortis sur plus de 300 copies : *Kirikou et les bêtes sauvages* (333 copies), *le*

Château ambulant (393), *les Noces funèbres* (427) et *Wallace et Gromit et le mystère du Lapin-Garou* (570).

Copies selon la recommandation des films d'animation

	films Art et Essai	autres films	total
2000	770	4 299	5 069
2001	1 328	2 902	4 230
2002	697	5 168	5 865
2003	1 732	3 332	5 064
2004	1 164	5 146	6 310
2005	2 061	5 289	7 350
2006	1 695	8 964	10 659
2007	1 046	6 821	7 867
2008	1 243	5 711	6 954

NB : les données selon le nombre de copies ne sont pas disponibles pour 1999.
Source : CNC.

La répartition des copies selon le mode de production illustre la montée en puissance des combinaisons de sorties des films produits en numérique. En effet, en 2004, malgré 13 films d'écart entre l'animation traditionnelle (18 films) et l'animation numérique (5 films) le nombre de copies est quasiment identique (respectivement 3 067 et 3 243 copies). En moyenne sur ces cinq dernières années, un film en animation numérique est distribué sur 527 copies, soit 3 fois plus qu'un film produit de façon traditionnelle (155 copies).

Copies selon le mode de production des films d'animation

	films en animation traditionnelle	films en animation numérique	autres techniques	total
2004	3 067	3 243	0	6 310
2005	1 737	4 616	997	7 350
2006	2 444	8 180	35	10 659
2007	1 506	5 880	481	7 867
2008	682	6 032	240	6 954

NB : les données selon le mode de production des films d'animation ne sont disponibles qu'à partir de 2004.
Source : CNC.

En moyenne, en 2008, un film d'animation français est distribué sur 268 copies, soit 31 de plus qu'en 2007 mais 140 de moins qu'en 2006, année record. Le nombre moyen de copies par film pour une œuvre d'animation américaine passe de 553 en 2007 à 693 en 2008. Malgré une offre de films d'animation en augmentation, le nombre moyen de copies par film européen recule à 170 copies, contre 212 en 2007. Cette diminution s'explique par le fait qu'aucun film n'est sorti sur plus de 400 copies en 2008 (contre un film en 2007). Un film d'animation non européen et non américain dispose, en moyenne, de 67 copies (57 en 2007).

A leur sortie, les films d'animation Art et Essai sont programmés dans un nombre de salles plus de 3 fois inférieur à celui des films non recommandés. Un film d'animation Art et Essai sort dans 124 salles en moyenne en 2008, contre 476 salles pour un film non recommandé.

A noter que les films d'animation sortent, en moyenne, sur deux fois plus de copies que les films tous genres confondus.

Nombre moyen de copies par film d'animation

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
nationalité									
films français	88	154	150	143	215	348	408	237	268
films américains	446	446	418	535	582	493	496	553	693
films européens	300	65	7	47	45	309	52	212	170
autres films	35	46	78	118	88	51	39	57	67
Art et Essai									
films Art et Essai	110	148	70	124	90	206	130	105	124
autres films	391	415	470	417	515	441	527	487	476
copies									
Moins de 100 copies	38	37	24	35	37	47	32	28	39
De 100 à 300 copies	200	173	164	212	161	162	207	220	213
De 300 à 500 copies	428	415	447	482	366	404	408	428	388
Plus de 500 copies	648	649	660	697	755	707	727	705	735
ensemble	282	264	279	230	274	334	355	328	316
tous genres confondus	n.d.	128	139	141	136	135	135	135	140

NB : les données selon le nombre de copies ne sont pas disponibles pour 1999.

Source : CNC.

La concentration des copies est, en tendance, moins marquée ces dernières années. Les cinq films les plus importants totalisent 52,8 % des copies en 2008, contre plus de 60 % jusqu'en 2004.

Concentration des films d'animation en termes de copies (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
les trois premiers films	41,3	48,1	39,0	41,3	41,9	33,9	24,9	30,2	34,4
les cinq premiers films	63,9	71,2	58,9	60,3	63,7	50,5	39,6	47,4	52,8

NB : les données selon le nombre de copies ne sont pas disponibles pour 1999.

Source : CNC.

3. Evolution des entrées et des recettes

Avec 17,07 millions d'entrées, la fréquentation en salles des films d'animation sortis en 2008 représente 9,8 % des entrées de l'ensemble des films inédits de l'année. 2008 revient à un niveau comparable à ceux de 2002 et 2003, après trois années où les films d'animation inédits avaient dépassé les 20 millions d'entrées (2004, 2006 et 2007). En moyenne depuis 10 ans, les films d'animation réalisent 11,4 % des entrées. Depuis 2005, trois films d'animation dépassent deux millions d'entrées chaque année. Un film de 2008 réalise plus de quatre millions d'entrées (deux films de 2007 et deux films de 2006). Jusqu'en 2005, la majorité des films d'animation réalisait moins de 100 000 entrées. A partir de 2006, la plupart de ces films enregistrent entre 100 000 et 500 000 entrées : 33,3 % pour les films de 2006, 50,0 % pour ceux de 2007 et 40,9 % pour ceux de 2008. Le nombre de films réalisant moins de 100 000 entrées reste néanmoins élevé ces trois dernières années.

La diminution des entrées des films d'animation de 2008 s'accompagne d'une baisse légèrement plus marquée des recettes correspondantes (-30,1 %), conséquence d'une réduction de la recette moyenne par entrée de ces films. Cette dernière reste néanmoins à un niveau élevé, le deuxième après 2007 : 5,83 € en 2008, contre 5,88 € en 2007 (-0,9 %).

Depuis 1999, plus de 180 millions d'entrées ont été réalisées dans les salles françaises par les films d'animation inédits.

Entrées et recettes guichets des films d'animation

	entrées (milliers)	recettes guichets (K€)	recette moyenne par entrée (€)
1999	12 562	63 272	5,04
2000	16 105	81 675	5,07
2001	12 203	64 200	5,26
2002	17 394	92 820	5,34
2003	17 516	95 887	5,47
2004	22 474	125 384	5,58
2005	16 336	91 290	5,59
2006	26 851	153 242	5,71
2007	24 218	142 450	5,88
2008	17 073	99 567	5,83

Source : CNC.

Films d'animation sortis en salles selon le nombre d'entrées

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
moins de 100 000 entrées	11	6	7	10	8	12	10	9	6	7
100 000 à 500 000 entrées	3	5	4	3	8	4	1	10	12	9
500 000 à 2 millions d'entrées	2	4	3	5	4	3	8	8	3	3
plus de 2 millions d'entrées	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3
total	18	18	16	21	22	23	22	30	24	22

Source : CNC.

La part de marché des films français d'animation s'établit à 7,4 % en 2008, contre 9,6 % en 2007. C'est son plus bas niveau depuis 2004 (2,8 %). Entre 1999 et 2002, la part des films d'animation français était également très faible à moins de 5 %. Les cinq films français de 2008 réalisent 1,27 million d'entrées, soit 45,3 % de moins que les six films français de 2007. En termes d'entrées, 2006 a été la meilleure année pour les films français d'animation. En effet, 7,9 millions d'entrées étaient réalisées (29,5 % de part de marché), notamment grâce à *Arthur et les Minimoys* qui en a enregistré plus de 4 millions sur l'année 2006.

Les films américains d'animation de 2008 enregistrent 13,97 millions d'entrées (-33,8 % par rapport aux films de 2007). La part de marché du cinéma américain recule de 5,3 points et s'établit à 81,8 %. Sur la période 1999-2008, la part de marché moyenne des films américains d'animation s'élève à 81,9 %, contre 9,9 % pour les films français, 5,0 % pour les films européens et 3,2 % pour les films d'autres nationalités.

Les films d'animation européens de 2008 cumulent 1,29 million d'entrées, contre 492 000 pour ceux de 2007 (+161,2 %), soit autant que les films d'animation français. L'année 2008 compte quatre films d'animation européens de plus qu'en 2007. Le résultat exceptionnel des films d'animation européens de 2005 est dû à trois films britanniques qui ont réalisé plus d'un million d'entrées (*Wallace et Gromit et le mystère du Lapin-Garou*, *les Noces funèbres* et *Vaillant pigeon de combat*). Parmi les 39 films d'animation européens sortis en salles entre 1999 et 2008, seuls quatre films ont enregistré plus d'un million d'entrées.

Après trois années de résultats modestes, la légère augmentation des entrées constatée pour les films non européens et non américains de 2008 est principalement le fait de *Valse avec Bachir* (0,47 million d'entrées). Ces films cumulent 547 000 entrées, soit 81,1 % de plus

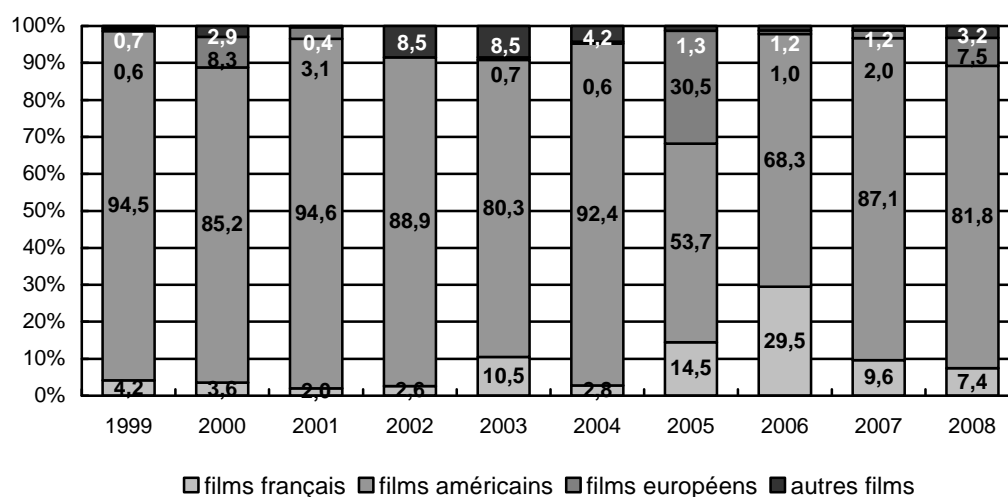
que ceux de l'année précédente (302 000 entrées). Leur part de marché s'établit à 3,2 % en 2008. Parmi les 44 films d'animation non européens et non américains sortis en salles ces dix dernières années, 30 sont des films d'animation japonais, soit 68,2 %.

Entrées selon la nationalité des films d'animation (milliers)

	films français	films américains	films européens	autres films	total
1999	522	11 869	79	92	12 562
2000	574	13 723	1 336	472	16 105
2001	242	11 540	373	47	12 203
2002	460	15 463	0	1 471	17 394
2003	1 842	14 064	121	1 489	17 516
2004	633	20 762	134	946	22 474
2005	2 363	8 773	4 987	214	16 336
2006	7 919	18 338	268	326	26 851
2007	2 323	21 101	492	302	24 218
2008	1 271	13 971	1 285	547	17 073

Source : CNC.

Entrées selon la nationalité des films d'animation (%)



Source : CNC.

Dans un contexte de recul de la fréquentation des films d'animation en 2008, les films d'animation recommandés Art et Essai sortis en 2008 enregistrent une part de marché relativement faible, comme en 2007. Elle s'établit à 9,4 % des entrées de l'ensemble des films d'animation de 2008, contre 11,6 % en 2006 et 40,4 % en 2005. Aucun film d'animation de 2008 recommandé ne réalise plus d'un million d'entrées en salles (contre un film de 2007, un film de 2006 et quatre films de 2005).

Entrées selon la recommandation des films d'animation (milliers)

	films Art et Essai	autres films	total
1999	616	11 946	12 562
2000	2 140	13 965	16 105
2001	4 608	7 595	12 203
2002	1 911	15 483	17 394
2003	3 403	14 113	17 516
2004	1 563	20 911	22 474
2005	6 593	9 743	16 336
2006	3 108	23 743	26 851
2007	2 161	22 057	24 218
2008	1 610	15 463	17 073

Source : CNC.

Les films produits en animation numérique réalisent davantage d'entrées en salles : plus de 80 % des entrées depuis 2006. En moyenne sur ces cinq dernières années, un film produit en numérique enregistre plus de 1,6 million d'entrées, tandis qu'un film en animation traditionnelle ne dépasse pas les 300 000 entrées.

Entrées selon le mode de production des films d'animation (milliers)

	films en animation traditionnelle	films en animation numérique	autres techniques	total
2004	6 198	16 277	0	22 474
2005	3 560	9 187	3 589	16 336
2006	4 562	22 233	56	26 851
2007	2 299	21 489	430	24 218
2008	1 017	15 839	218	17 073

NB : les données selon le mode de production des films d'animation ne sont disponibles qu'à partir de 2004.

Source : CNC.

En moyenne, un film d'animation français de 2008 réalise 254 000 entrées en, soit 133 000 de moins qu'en 2007 et 877 000 de moins qu'en 2006. Le nombre moyen d'entrées par film pour une œuvre américaine passe de 2,11 millions d'entrées en 2007 à 2,33 millions en 2008. Un film d'animation européen enregistre, en moyenne, 184 000 entrées (164 000 en 2007) et un film d'une autre nationalité 137 000 (60 000 en 2007).

L'année de leur sortie, les films d'animation Art et Essai réalisent près de 8 fois moins d'entrées que les films non recommandés. Ainsi, un film d'animation Art et Essai de 2008 enregistre, en moyenne, 161 000 entrées, contre 1,29 million d'entrées pour un film non recommandé.

Nombre moyen d'entrées par film d'animation (milliers)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
nationalité										
films français	174	143	121	153	263	158	788	1 131	387	254
films américains	1 696	1 525	1 442	1 289	2 344	2 595	1 097	1 223	2 110	2 328
films européens	20	668	93	0	40	33	712	67	164	184
autres films	23	157	24	294	248	135	53	81	60	137
Art et Essai										
films Art et Essai	56	306	512	191	243	120	659	239	216	161
autres films	1 707	1 270	1 085	1 408	1 764	2 091	812	1 397	1 575	1 289
entrées										
Moins de 100 000 entrées	34	12	50	25	19	37	51	21	17	39
100 000 à 500 000 entrées	220	316	158	254	305	183	105	292	310	285
500 000 à 2 millions d'entrées	1 003	874	1 258	1 487	934	955	1 038	1 373	1 236	1 164
Plus de 2 millions d'entrées	4 760	3 652	3 724	2 982	5 594	4 609	2 472	4 253	5 564	3 581
ensemble	698	895	763	828	796	977	743	895	1 009	776

Source : CNC.

La concentration de la fréquentation des films inédits d'animation, en baisse en 2005 et 2006, retrouve un niveau comparable aux années précédentes en 2007 et 2008. Les cinq films d'animation les plus performants de 2008 totalisent 80,0 % des entrées annuelles, contre 80,2 % en 2007 et 60,3 % en 2006. Cette hausse de la concentration ces deux dernières années est également visible sur les trois premiers films d'animation (62,9 % en 2008, 68,9 % en 2007 et 47,5 % en 2006).

Concentration des films d'animation en termes d'entrées (%)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
les trois premiers films	83,8	68,0	75,1	51,4	70,9	69,1	45,4	47,5	68,9	62,9
les cinq premiers films	94,1	81,4	92,0	72,1	80,8	88,1	62,1	60,3	80,2	80,0

Source : CNC.

Box-Office des films d'animation sortis en salles (en termes d'entrées 2004-2008)¹

titre	distributeur	nationalité	date de sortie	entrées
1 Ratatouille	BVI	Etats-Unis	01-août-07	7 680 809
2 Shrek 2	UIP	Etats-Unis	23-juin-04	7 120 475
3 L'Age de glace	Twentieth Century Fox	Etats-Unis	05-avr-06	6 623 509
4 Arthur et les minimoyes	EuropaCorp	France 100	13-déc-06	6 369 424
5 Shrek le troisième	Paramount Pictures	Etats-Unis	13-juin-07	5 524 233
6 Les Indestructibles	BVI	Etats-Unis	24-nov-04	5 465 292
7 Madagascar 2 : la grande évasion	Paramount Pictures	Etats-Unis	03-déc-08	4 314 969
8 Les Simpson le film	Twentieth Century Fox	Etats-Unis	25-juil-07	3 524 204
9 Frère des ours	GBVI	Etats-Unis	28-janv-04	3 523 162
10 Kung Fu Panda	Paramount Pictures	Etats-Unis	09-juil-08	3 266 340
11 Madagascar	UIP	Etats-Unis	22-juin-05	3 182 226
12 Wall-E	BVI	Etats-Unis	30-juil-08	3 162 615
13 Gang de requins	UIP	Etats-Unis	13-oct-04	2 923 826
14 Wallace et Gromit - le mystère du Lapin-Garou	UIP	Gde-Bretagne	12-oct-05	2 288 756
15 Chicken little	BVI	Etats-Unis	07-déc-05	2 241 214
16 Cars quatre roues	BVI	Etats-Unis	14-juin-06	2 024 199
17 Kirikou et les bêtes sauvages	Gebeka Films	France 100	07-déc-05	2 014 571
18 Bambi 2	BVI	Etats-Unis	01-févr-06	1 854 322
19 Azur et Asmar	Diaphana Distribution	France Majo	25-oct-06	1 827 608
20 Horton	Twentieth Century Fox	Etats-Unis	02-avr-08	1 674 887

¹ Entrées cumulées à fin 2008. Source : CNC.

Box-Office des films d'animation français sortis en salles (en termes d'entrées 2004-2008)¹

titre	distributeur	nationalité	date de Sortie	entrées
1 Arthur et les minimoyes	EuropaCorp	France 100	13-déc-06	6 369 424
2 Kirikou et les bêtes sauvages	Gebeka Films	France 100	07-déc-05	2 014 571
3 Azur et Asmar	Diaphana Distribution	France Majo	25-oct-06	1 827 608
4 Astérix et les vikings	SND	France 100	12-avr-06	1 374 295
5 Persépolis	Diaphana Distribution	France 100	27-juin-07	1 290 142
6 Pollux le manège enchanté	Pathé	France Majo	02-févr-05	903 259
7 Chasseurs de dragons	Bac Films	France Majo	26-mars-08	581 640
8 L'île de Black Mor	Gebeka Films	France 100	11-févr-04	545 336
9 Tous à l'ouest	Pathé	France 100	05-déc-07	483 997
10 Franklin et le trésor du lac	StudioCanal	France Majo	20-déc-06	448 613
11 U	Gebeka Films	France 100	11-oct-06	420 341
12 Piccolo, Saxo et Compagnie	Haut et Court	France Majo	20-déc-06	368 685
13 Le Vilain petit canard et moi	Gebeka Films	France Mino	14-févr-07	351 266
14 Mia et le Migou	Gebeka Films	France Majo	10-déc-08	328 815
15 Renaissance	Pathé	France Majo	15-mars-06	262 880
16 T'Choupis	Gebeka Films	France 100	07-avr-04	261 519
17 La Reine soleil	Rezo Films	France Majo	04-avr-07	237 508
18 Nocturna la nuit magique	Gebeka Films	France Majo	24/10/2007	171 165
19 Les Trois rois mages	Carrere Group	France Mino	08-déc-04	169 688
20 Max & Co	Exception Wild Bunch	France Mino	13-févr-08	162 208

¹ Entrées cumulées à fin 2008.

Source : CNC.

4. Durée de vie en salles des films d'animation

La durée de vie des films en salles est examinée au regard de la répartition hebdomadaire des entrées des films dans le temps. Elle a été réalisée à partir des données issues des déclarations de recettes transmises au CNC par les exploitants de salles. Cette analyse porte sur un échantillon de 198 films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2008. Elle s'appuie sur les entrées réalisées par chaque œuvre au cours des 26 premières semaines de son exploitation en salles (s1 à s26), soit sur la totalité de la durée d'exclusivité de la salle, et inclut également les éventuelles entrées réalisées lors des avant-premières (s0).

198 films d'animation sortis

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	total
nombre de films	18	16	21	22	23	22	30	24	22	198

Source : CNC.

a. Une fréquentation de plus en plus concentrée sur les premières semaines

D'une manière générale, les longs métrages d'animation bénéficient d'une durée de vie en salle supérieure à celle de l'ensemble des films. Ainsi, en 2007, les films d'animation réalisent 76,7 % de leurs entrées au cours des quatre premières semaines de leur exploitation, contre 86,5 % pour l'ensemble des films. En moyenne, pour les films d'animation sortis entre 2000 et 2008, 81,3 % des entrées sont réalisées au cours des cinq premières semaines d'exploitation. Ce taux se situe à 93,3 % après 10 semaines et à 95,8 %

après 15 semaines. A l'issue des six premiers mois d'exploitation en salles, un film d'animation a réalisé en moyenne 97,1 % de ses entrées.

Cumul des entrées des films d'animation au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)

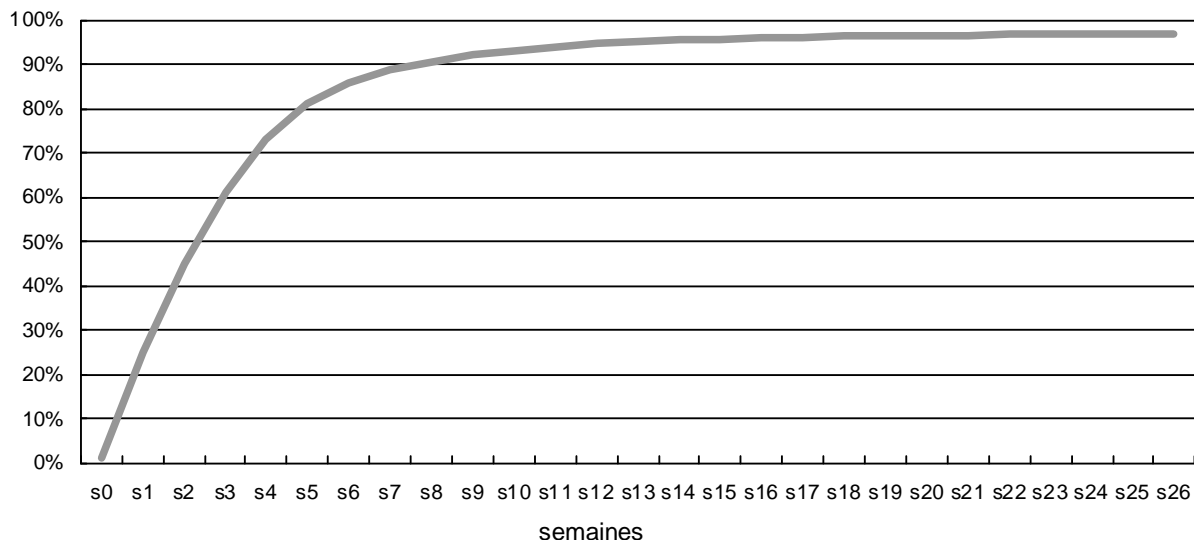
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	moyenne
s0	1,4	1,7	1,4	0,6	0,5	1,2	1,3	1,4	1,7	1,2
s1	22,5	25,3	21,3	21,2	24,5	26,0	26,9	29,2	28,1	24,9
s2	41,9	43,4	39,7	39,4	43,5	49,5	48,1	50,4	49,5	44,9
s3	58,5	57,6	56,1	54,4	61,4	67,7	65,1	66,0	65,6	61,4
s4	70,6	67,3	68,4	68,4	73,3	77,9	78,4	76,7	77,3	73,3
s5	77,9	76,5	77,0	79,0	82,7	84,8	85,2	83,2	84,7	81,3
s6	83,1	82,2	82,6	84,7	87,9	88,5	89,0	87,2	88,4	86,1
s7	85,7	84,8	86,1	87,6	90,4	90,9	91,4	89,7	91,3	88,7
s8	87,6	86,5	88,5	89,8	92,1	92,5	93,3	91,8	93,1	90,7
s9	89,1	88,3	90,2	91,2	93,4	93,7	94,7	93,5	94,5	92,2
s10	90,3	89,4	91,5	92,2	94,5	94,8	95,6	94,8	95,6	93,3
s11	91,2	90,4	92,8	93,0	95,1	95,5	96,4	95,7	96,3	94,1
s12	91,8	91,2	93,6	93,8	95,5	96,1	96,9	96,2	96,8	94,7
s13	92,2	91,7	94,0	94,5	95,8	96,5	97,2	96,8	97,3	95,2
s14	92,4	92,1	94,4	95,0	96,1	96,7	97,5	97,5	97,7	95,5
s15	92,6	92,4	94,6	95,3	96,2	97,0	97,6	97,8	98,0	95,8
s16	92,8	92,6	94,8	95,6	96,3	97,1	97,8	98,0	98,2	96,0
s17	93,0	93,1	95,0	95,8	96,4	97,3	97,9	98,2	98,5	96,1
s18	93,1	93,4	95,2	96,0	96,5	97,4	98,1	98,3	98,6	96,3
s19	93,2	93,6	95,4	96,1	96,6	97,6	98,2	98,4	98,7	96,4
s20	93,3	93,8	95,6	96,3	96,7	97,7	98,3	98,6	98,8	96,6
s21	93,5	93,9	95,7	96,4	96,7	97,7	98,4	98,7	98,9	96,7
s22	93,5	94,0	95,8	96,6	96,8	97,8	98,5	98,8	99,0	96,8
s23	93,6	94,2	95,8	96,7	96,8	97,8	98,5	98,8	99,0	96,8
s24	93,7	94,5	95,9	96,9	96,8	97,9	98,6	98,9	99,1	96,9
s25	93,8	94,7	96,1	97,0	96,9	98,0	98,6	98,9	99,1	97,0
s26	93,9	94,8	96,3	97,1	96,9	98,1	98,7	99,0	99,1	97,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 198 films d'animation sortis entre 2000 et 2008.

Lecture : En 5 semaines, un film d'animation sorti en 2008 réalise en moyenne 84,7 % de ses entrées totales.

Source : CNC.

Cumul des entrées des films d'animation sortis entre 2000 et 2008 au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)

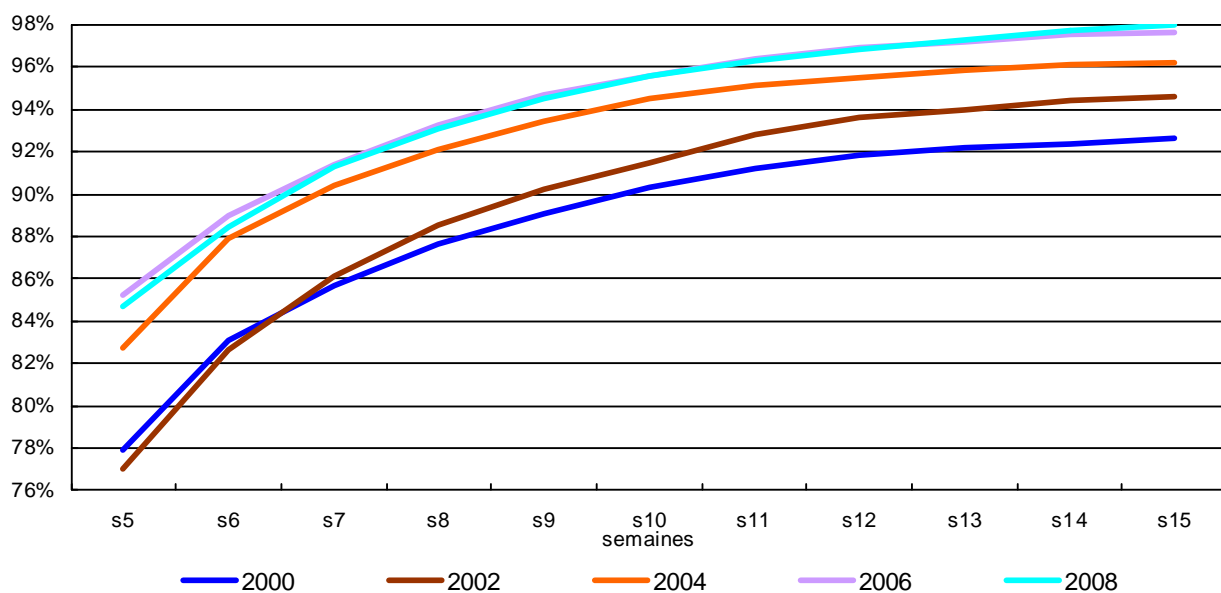


Source : CNC.

L'étalement des entrées dans le temps semble se restreindre d'année en année. En moyenne, 77,9 % des entrées des films d'animation sortis en 2000 ont été enregistrées après cinq semaines d'exploitation. Cette moyenne passe à 82,7 % pour les films d'animation sortis en 2004, et à 84,7 % pour les films sortis en 2008.

Après dix semaines d'exploitation, le même phénomène de concentration peut être constaté : les films d'animation de 2000 ont réalisé 90,3 % de leurs entrées, ceux de 2004 94,5 % et ceux de 2008 95,6 %. Après 15 semaines, malgré le resserrement mécanique des parts d'entrées enregistrées, les écarts annuels sont toujours visibles.

Evolution du cumul des entrées réalisées après 5 à 15 semaines d'exploitation (% des entrées totales)



Source : CNC.

b. Etalement des entrées selon la nationalité des films d'animation

La durée de vie des films d'animation américains est, en moyenne, plus courte que celle des films d'animation européens, elle-même plus restreinte que celle des films d'animation français. A noter que 61,0 % des films d'animation français sont recommandés Art et Essai (critère caractéristique d'un nombre d'entrées moins concentré sur les premières semaines de leur exploitation).

Nombre de films d'animation sortis selon la nationalité

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	total
films français	4	2	3	7	4	3	7	6	5	41
films américains	9	8	12	6	8	8	15	11	6	85
films européens	2	4	1	3	4	7	4	2	7	34
autres films	3	2	5	6	7	4	4	5	4	40
total	18	16	21	22	23	22	30	24	22	198

Source : CNC.

La concentration des entrées est ainsi plus forte sur les premières semaines d'exploitation pour les films américains que pour les films français. Après 7 semaines de programmation, un film d'animation américain a réalisé en moyenne 92,5 % de ses entrées, contre 78,7 % pour un film français, 86,1 % pour un film européen et 65,7 % pour un film d'une autre nationalité. Il faut attendre 17 semaines pour les films d'animation français et 10 semaines pour les films d'animation européens pour qu'ils atteignent en moyenne le seuil de 90 % de leurs entrées totales. Parallèlement, les films d'animation d'autres nationalités ne parviennent pas à ce seuil même après six mois d'exploitation en salles.

Cumul des entrées des films d'animation sortis entre 2000 et 2008 au fil des semaines d'exploitation selon la nationalité (% des entrées totales)

	films français	films américains	films européens	autres films	total
s0	1,9	1,2	2,1	0,6	1,2
s1	22,6	26,2	25,6	20,8	24,9
s2	40,4	47,0	46,9	35,5	44,9
s3	55,8	63,9	64,7	45,8	61,4
s4	67,6	76,1	74,2	52,7	73,3
s5	72,7	84,9	80,2	58,5	81,3
s6	76,0	89,9	83,7	62,6	86,1
s7	78,7	92,5	86,1	65,7	88,7
s8	81,2	94,3	87,9	67,9	90,7
s9	83,4	95,6	89,6	69,9	92,2
s10	85,1	96,5	91,2	71,5	93,3
s11	86,6	97,2	92,3	73,0	94,1
s12	87,7	97,7	93,0	74,0	94,7
s13	88,4	98,0	93,4	75,3	95,2
s14	88,9	98,3	93,8	76,2	95,5
s15	89,3	98,5	94,1	76,8	95,8
s16	89,7	98,6	94,4	77,3	96,0
s17	90,1	98,8	94,7	77,8	96,1
s18	90,4	98,9	95,0	78,2	96,3
s19	90,7	99,0	95,2	78,5	96,4
s20	90,9	99,1	95,4	78,8	96,6
s21	91,1	99,1	95,5	79,2	96,7
s22	91,3	99,2	95,6	79,4	96,8
s23	91,4	99,2	95,7	79,7	96,8
s24	91,5	99,3	95,8	79,9	96,9
s25	91,6	99,4	95,9	80,1	97,0
s26	91,8	99,4	96,1	80,3	97,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 198 films d'animation sortis entre 2000 et 2008.
Source : CNC.

c. Etalement des entrées selon le nombre de copies

Sur la période 2000-2008, 36,3 % des films d'animation inédits sortent en salles sur une combinaison de moins de 100 copies et 63,6 % sur une combinaison supérieure à 100 copies.

Nombre de films d'animation sortis selon le nombre de copies

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	total
moins de 50 copies	4	4	8	5	7	3	7	5	5	48
50 à 99 copies	4	1	0	5	4	3	3	1	3	24
100 à 299 copies	2	6	5	7	4	5	5	8	3	45
300 à 499 copies	3	1	2	2	2	5	5	4	6	30
500 copies et plus	5	4	6	3	6	6	10	6	5	51
total	18	16	21	22	23	22	30	24	22	198

Source : CNC.

Plus les films d'animation bénéficient d'une large combinaison de sortie, plus la concentration des entrées est forte sur les premières semaines d'exploitation. Pour les films exploités sur des combinaisons restreintes (1 à 50 copies), l'étalement des entrées est particulièrement prononcé. Cette situation reflète la sur-représentation des films d'animation Art et Essai au sein de cette catégorie : 89,6 % des films d'animation sortis sur 1 à 50 copies sont en effet recommandés Art et Essai. A l'inverse, les performances des films à plus de 300 copies révèlent une forte concentration de leurs entrées en début d'exploitation.

Après 6 semaines d'exploitation, un film d'animation de plus de 500 copies a réalisé en moyenne 90,4 % de ses entrées, contre 89,0 % pour les films de 300 à 499 copies, 70,6 % pour les films de 100 à 299 copies, 70,8 % pour les films de 50 à 99 copies et 54,0 % pour les films de moins de 50 copies. A l'issue des six premiers mois d'exploitation, 18,1 % des entrées totales n'ont toujours pas été enregistrées par les films à moins de 50 copies, contre seulement 0,5 % pour les films à plus de 500 copies.

Cumul des entrées des films d'animation sortis entre 2000 et 2008 au fil des semaines d'exploitation selon le nombre de copies (% des entrées totales)

	<50	50-99	100-299	300-499	500&+	Total
s0	2,5	0,9	2,2	0,7	1,3	1,2
s1	24,4	30,7	23,8	28,2	27,7	24,9
s2	37,8	48,2	42,4	52,4	49,4	44,9
s3	45,4	57,3	55,5	68,8	66,8	61,4
s4	49,3	63,5	62,2	78,8	79,5	73,3
s5	52,0	67,4	67,1	85,1	86,5	81,3
s6	54,0	70,8	70,6	89,0	90,4	86,1
s7	56,5	73,7	73,8	91,3	92,8	88,7
s8	59,2	76,7	77,3	92,9	94,6	90,7
s9	61,4	79,3	80,4	93,8	96,0	92,2
s10	63,7	81,4	83,2	94,9	96,9	93,3
s11	65,2	83,1	85,3	95,8	97,5	94,1
s12	66,4	84,3	86,6	96,5	97,9	94,7
s13	67,5	85,0	87,6	96,8	98,2	95,2
s14	68,8	85,7	88,4	97,1	98,6	95,5
s15	70,2	86,5	89,2	97,3	98,8	95,8
s16	71,7	87,1	89,9	97,5	98,9	96,0
s17	73,8	87,8	90,5	97,6	99,0	96,1
s18	75,3	88,4	90,9	97,8	99,1	96,3
s19	76,4	88,9	91,3	97,9	99,2	96,4
s20	77,2	89,3	91,6	98,0	99,3	96,6
s21	78,0	89,4	91,9	98,0	99,3	96,7
s22	78,7	89,7	92,2	98,1	99,4	96,8
s23	79,4	90,0	92,4	98,1	99,4	96,8
s24	80,2	90,2	92,5	98,2	99,5	96,9
s25	80,8	90,6	92,8	98,3	99,5	97,0
s26	81,9	91,0	93,0	98,3	99,5	97,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 200 films sortis entre 2000 et 2008.

Source : CNC.

d. Étalement des entrées selon la recommandation Art et Essai

Entre 2000 et 2008, 48,5 % des films d'animation inédits sont recommandés Art et Essai. En moyenne, les films d'animation recommandés Art et Essai présentent un étalement de leurs entrées dans le temps plus important que les autres films d'animation. Cette caractéristique est notamment liée à leur combinaison de sortie (60,4 % des films d'animation Art et Essai sortent sur une combinaison inférieure à 100 copies).

Nombre de films d'animation sortis selon la recommandation

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	total
Films Art et Essai	7	9	10	14	13	10	13	10	10	96
Autres films	11	7	11	8	10	12	17	14	12	102
total	18	16	21	22	23	22	30	24	22	198

Source : CNC.

Après 6 semaines d'exploitation, les films d'animation non recommandés ont, en moyenne, déjà atteint le seuil de 90 % de leurs entrées totales (91,2 %) tandis que les films Art et Essai atteignent seulement les 75 % (75,6 %). En moyenne, les films d'animation recommandés atteignent le seuil de 90 % de leurs entrées totales à la treizième semaine d'exploitation en salles, soit sept semaines plus tard.

Après six mois d'exploitation en salles, 5,6 % des entrées des films d'animation Art et Essai n'ont en moyenne pas encore été réalisées, contre seulement 0,4 % pour les autres films.

Cumul des entrées des films d'animation sortis entre 2000 et 2008 au fil des semaines d'exploitation selon la recommandation Art et Essai (% des entrées totales)

	films Art et Essai	autres films	total
s0	1,4	1,3	1,2
s1	23,6	28,4	24,9
s2	43,8	50,5	44,9
s3	57,9	67,9	61,4
s4	65,7	80,5	73,3
s5	71,7	87,4	81,3
s6	75,6	91,2	86,1
s7	78,9	93,4	88,7
s8	82,2	95,0	90,7
s9	84,9	96,2	92,2
s10	86,9	97,1	93,3
s11	88,5	97,7	94,1
s12	89,4	98,1	94,7
s13	90,1	98,5	95,2
s14	90,7	98,8	95,5
s15	91,3	99,0	95,8
s16	91,8	99,1	96,0
s17	92,3	99,2	96,1
s18	92,7	99,2	96,3
s19	93,0	99,3	96,4
s20	93,3	99,4	96,6
s21	93,5	99,5	96,7
s22	93,7	99,5	96,8
s23	93,9	99,5	96,8
s24	94,0	99,6	96,9
s25	94,2	99,6	97,0
s26	94,4	99,6	97,1
total	100,0	100,0	100,0

Base : 198 films sortis entre 2000 et 2008.

Source : CNC.

5. Les distributeurs des films d'animation

En juillet 2007, Gaumont et Columbia Tristar Films ont dissout le groupement d'intérêt économique qu'ils avaient créé en juin 2004 à la suite de la rupture du contrat unissant Gaumont à Buena Vista International. Désormais, Gaumont est devenue une entité indépendante et Columbia Tristar Films a été absorbé par sa maison mère : Sony. La société distribue ses films sous le nom de Sony Pictures Releasing. UIP a changé de nom et devient Paramount Pictures France.

Entre 1999 et 2008, 61 distributeurs participent à la sortie des 216 films d'animation inédits sortis en salles. Les dix plus actifs assurent la distribution de 70,8 % de ces films. Buena Vista International France, Gebeka Films, Paramount Pictures France et Gaumont en distribuent plus de 20 chacun et totalisent 51,9 % des films diffusés pour la première fois en salles entre 1999 et 2008.

Sur ces dix dernières années, Gaumont prend la tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements sur les films d'animation. La distribution du *Monde de Nemo* (2003), *Tarzan* (1999) et de *Dinosaure* (2000), entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 25,9 %.

Paramount Pictures France capte 22,6 % des encaissements distributeurs sur les films d'animation entre 1999 et 2008, notamment grâce à la trilogie *Shrek* et à *Madagascar 2 : la grande évasion*.

Buena Vista International France enregistre également d'excellents résultats. La société distribue des films ayant rencontré un large succès en salles : *Ratatouille*, *les Indestructibles*, *Frère des ours* ou encore *Wall-E*.

Twentieth Century Fox France Inc occupe la quatrième place, notamment grâce à : *l'Age de glace 2*, et *les Simpson le film*.

Sur ces dix dernières années, les dix premiers distributeurs réalisent 92,3 % de l'ensemble des encaissements sur les films d'animation. Les cinq premiers en captent 77,9 %.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation entre 1999 et 2008¹

	distributeurs	part de marché (%)	films distribués
1	Gaumont	25,9	23
2	Paramount Pictures France	22,6	25
3	Buena Vista International France	16,8	37
4	Twentieth Century Fox France Inc	7,5	7
5	Warner Bros France	5,1	16
6	Sony Pictures Releasing	3,7	8
7	EuropaCorp	3,4	2
8	Gebeka Films	3,1	27
9	Pathé Distribution	2,3	5
10	Société Nouvelle de Distribution	1,9	3

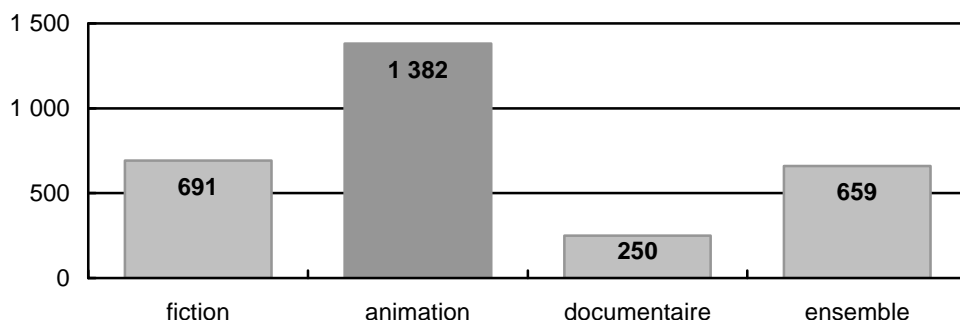
¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

B. Les coûts de distribution en salles des films d'animation français

Le CNC réalise chaque année une étude sur les coûts de distribution des films d'initiative française. L'animation est un genre peu représenté parmi les sorties de films français. En revanche, il concentre à la fois d'importants frais d'édition (1 382 K€ en moyenne par film, contre 659 K€ tout genres confondus) et de larges combinaison de sortie (355 copies en moyenne par film contre 177 copies tous genres confondus).

Coût moyen de distribution selon le genre des films français sortis entre 2004 et 2007 (K€)



Source : CNC.

Coûts de distribution des films français d'animation

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
films d'animation	3	2	7	3	15
frais d'édition totaux (M€)	1,17	3,13	12,82	3,61	20,73
copies totales	441	936	2 887	1 054	5 318
frais d'édition moyens par film (K€)	390,7	1 563,9	1 831,1	1 203,1	1 381,8
copies moyennes par film	147	468	412	351	355
Ensemble	169	150	159	179	657
frais d'édition totaux (M€)	108,49	100,49	114,49	109,43	432,90
copies totales	30 225	27 093	30 296	28 481	116 095
frais d'édition moyens par film (K€)	642,0	669,9	730,1	611,4	658,9
copies moyennes par film	179	181	191	159	177

Source : CNC

La structure des coûts de distribution des films d'animation français se caractérise par une part relativement importante de frais de promotion (achats d'espaces et matériel publicitaire). Sur la période 2004-2007, leur poids atteint 57,5 % des frais totaux d'édition, tandis que les frais de laboratoire n'en représentent que 28,2 %.

Par copie, les frais moyens d'édition des films d'animation d'initiative française progressent de 67,1 % entre 2004 et 2006, conformément à des coûts de production croissants. Ils reculent ensuite de 22,9 % pour atteindre 3 424 € en 2007. Le coût moyen de production d'un film d'animation sorti en 2004 s'élève à 3,4 M€. Il atteint 10,9 M€ pour les titres sortis en 2005, 17,0 M€ pour les longs métrages sortis en 2006, et accuse une baisse pour atteindre 8,0 M€ pour ceux de 2007.

Coûts moyens de distribution par film français d'animation

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
nombre de films	3	2	7	3	15
copies moyennes	147	468	412	351	355
frais d'édition par copie (€)	2 658	3 342	4 440	3 424	3 898
frais d'édition par film (K€)	390,7	1 563,9	1 831,1	1 203,1	1 381,8
<i>frais de laboratoire (%)</i>	35,6	31,5	25,5	32,7	28,2
<i>achats d'espaces (%)</i>	41,1	45,8	45,8	40,7	44,7
<i>matériel publicitaire (%)</i>	7,5	2,8	16,1	11,6	12,8
<i>frais divers (presse...) (%)</i>	15,8	19,9	12,6	14,9	14,3

Source : CNC

Pour les films d'animation d'initiative française sortis en 2007, le CNC dispose des coûts de distribution détaillés poste à poste. Le nombre de films concernés en 2007 étant très limité, il convient de considérer les résultats avec précaution.

Les dépenses d'affichage constituent le premier poste de dépenses, captant 26,5 % de l'ensemble des coûts de distribution. Au total, 36,1 % de l'ensemble des coûts sont consacrés aux affiches (création, impression, achat d'espaces). Cette part s'élève à 31,4 % tous genres confondus. Plus généralement, la distribution des films d'animation se caractérise par un effort particulier porté sur les visuels du film. En effet, la promotion d'un film d'animation doit être l'occasion de faire découvrir au public l'univers et les personnages du film. Ceci est plus prépondérant que pour les films de fiction qui bénéficient, grâce aux acteurs, d'un vecteur important de promotion et de reconnaissance.

Répartition détaillée des frais d'édition en 2007 (%)

	dépenses	animation	ensemble
LABORATOIRE (32,7 %)	tirage copies	23,1	23,9
	films annonce	6,2	5,1
	stockage de copies	1,7	0,9
	transport	1,6	1,1
	sous-titrage	0,1	0,2
	doublage	0,0	0,1
ACHATS D'ESPACES (40,7 %)	affichage	26,5	25,8
	cinéma	6,1	7,0
	presse	4,6	6,5
	internet	2,3	2,8
	radio	0,9	2,1
MATERIEL PUBLICITAIRE (11,6 %)	télévision	0,3	0,7
	frais technique affiches (impression...)	6,4	3,2
	création d'affiches	3,2	2,4
	photos exploitation	1,3	0,4
	création site internet	0,7	0,5
FRAIS DIVERS PROMOTIONNELS (14,9 %)	divers matériel	0,0	2,3
	animations/réceptions	6,1	4,5
	divers	2,8	3,0
	honoraires attachés de presse	2,0	2,7
	invitations avant-première	1,6	2,0
	dossiers de presse (fabrication, impression)	1,4	1,1
	location salles de projection	0,7	0,8
	invitations presse	0,1	0,4
	documentation	0,1	0,4
photos de presse	0,2	0,2	
total		100,0	100,0

Base : 168 films d'initiative française sortis en 2007 dont 3 films d'animation.

Source : CNC.

Par ailleurs, l'animation s'adressant plus particulièrement à un public jeune, les distributeurs privilégient des supports publicitaires visibles par ces derniers. Ainsi, par rapport à l'ensemble des films, les achats d'espaces en radio et en presse seront en proportion moins importants (5,5 % des dépenses totales, contre 8,6 % pour l'ensemble des films).

Répartition détaillée des achats d'espace en 2007 (%)

dépenses	animation	ensemble
affichage	65,1	57,7
cinéma	14,9	15,6
presse	11,4	14,4
internet	5,6	6,2
radio	2,2	4,6
télévision	0,8	1,5
total	100,0	100,0

Base : 168 films d'initiative française sortis en 2007 dont 3 films d'animation.
Source : CNC.

C. Les frais de promotion des films d'animation

Les résultats présentés dans cette partie concernent uniquement les films inédits, c'est-à-dire les films sortis pour la première fois sur les écrans français. Les œuvres cinématographiques pour lesquelles l'écart entre l'année de sortie commerciale et l'année de leur pique publicitaire est supérieure à deux ans ont volontairement été exclues de l'analyse. Les publicités qui regroupent plusieurs films ne sont pas prises en compte dans l'analyse.

L'institut TNS Media Intelligence pique la publicité sur cinq grands médias : l'affichage, le cinéma, la presse, la radio et la télévision. Depuis 2002, la publicité sur internet est également piquée. En 2004, l'institut a intégré de nouveaux médias : les médias tactiques. Ces derniers regroupent les publicités sur supports non conventionnels tels que les voitures ou les tables de bistrot.

Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur les sept médias détaillés ci-dessus. Ce sont, par conséquent, des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises ou ristournes propres à chaque média et à chaque support.

Les données concernant la nationalité des films sortis en salles, les entrées et les devis proviennent des bases de données du CNC. Celles concernant le genre des films et les copies sont issues de la presse.

1. Plus de 90 % des films d'animation sortis en salles bénéficient d'une exposition publicitaire

En 2008, parmi les 22 films d'animation inédits sortis en salles, 21, soit 95,5 %, font l'objet d'une campagne de publicité sur au moins un des sept grands médias. A titre de comparaison, En 2008, 85,9 % des 555 films inédits sortis en salles tous genres confondus font l'objet d'une campagne publicitaire.

Depuis 2001, plus de 90 % des films d'animation sortis en salles sont présents sur au moins un média lors de leur année de sortie. Ce taux s'élève à 100 % en 2001, 2004 et 2005. L'exposition publicitaire des films d'animation sortis en salles est relativement stable sur la période.

Les films d'animation avec publicité

	films ayant fait l'objet d'une publicité	films sortis dans l'année	%
1999	14	18	77,8
2000	15	18	83,3
2001	16	16	100,0
2002	19	21	90,5
2003	21	22	95,5
2004	23	23	100,0
2005	22	22	100,0
2006	29	30	96,7
2007	23	24	95,8
2008	21	22	95,5

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

2. Internet : premier support de promotion des films d'animation

En 2008, les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films d'animation s'élèvent à 34,7 M€, en diminution de 10,0 % par rapport à 2007. En dix ans, les investissements publicitaires bruts en faveur des films d'animation ont été multipliés par six. En 2008, les investissements publicitaires dans les films d'animation représentent 8,6 % des investissements tous genres confondus, soit le poids le plus bas depuis cinq ans (10,4 % en 2007, 13,4 % en 2006, 10,5 % en 2005 et 9,7 % en 2004).

En 2008, pour la deuxième année consécutive, internet est le premier support de communication publicitaire pour les films d'animation. Avec 12,3 M€ de recettes brutes, ce média capte 35,4 % des investissements publicitaires (contre 39,5 % en 2007).

L'affichage, premier support pendant plusieurs années, reste le deuxième média après internet. Il enregistre une nouvelle baisse de 21,5 % de ses investissements publicitaires entre 2007 et 2008, pour s'établir à 8,3 M€ de recettes brutes. Depuis 2004, sa part de marché continue de baisser à 24,0 % en 2008 (contre 27,4 % en 2007, 41,1 % en 2005, et 57,6 % en 2003), au profit d'internet.

Les investissements publicitaires consacrés à la promotion des films d'animation dans les salles de cinéma n'ont cessé de croître ces dernières années, pour se stabiliser en 2008 à 4,6 M€ de recettes brutes. Toutefois, internet entraîne un recul général des parts de marché des autres médias.

Investissements publicitaires bruts tarifés en faveur des films d'animation selon le média (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
affichage	2 183	3 767	6 840	8 548	7 953	11 559	10 872	15 758	10 595	8 318
cinéma	181	378	567	3 102	856	2 213	4 440	4 866	5 609	4 606
internet	-	-	-	54	-	101	773	7 719	15 248	12 277
media tactique	-	-	-	-	-	-	48	112	8	64
presse	2 042	3 087	2 215	2 636	2 897	4 561	5 631	8 742	3 958	5 746
radio	1 160	1 424	1 979	2 117	2 112	3 291	4 304	5 463	2 867	3 364
télévision	-	80	162	42	-	138	379	343	319	351
total	5 566	8 736	11 763	16 499	13 818	21 863	26 447	43 003	38 604	34 726

Source : TNS Média Intelligence – Données brutes

Les films d'animation bénéficient d'investissements publicitaires bruts supérieurs à ceux de l'ensemble des films. En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé d'un film d'animation s'élève à 1 085,2 K€ en 2008, contre 709,3 K€ pour l'ensemble des films. En dix ans la dépense publicitaire brute pour un film d'animation a été multipliée par 3,7.

L'affichage et internet sont les médias sur lesquels les investissements publicitaires moyens par film d'animation sont les plus importants. Respectivement 43,8 % et 75,0 % des films d'animation ont fait l'objet d'une campagne sur ces médias en 2008. Les investissements publicitaires moyens par film sur le média internet enregistrent la plus forte augmentation depuis 2004. Ils ont été multipliés par 15,2 sur cette période, pour atteindre 511,5 K€ en 2008.

Si l'investissement publicitaire moyen observé dans la presse (221,0 K€) demeure très en deçà de ceux enregistrés sur internet ou dans l'affichage, ce support est fréquemment utilisé. Il concerne 81,3 % des films pigés en 2008.

En moyenne, la valorisation publicitaire brute d'un film sur le média radio est de 336 400 € en 2008. 31,3 % des films ont recours à ce type de publicité.

Investissements publicitaires moyens par film d'animation selon le média (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
affichage	311,9	470,9	684,0	610,6	441,8	770,6	776,6	716,3	557,6	594,1
cinéma	60,3	54,0	63,0	221,6	85,6	158,1	317,1	374,3	509,9	329,0
internet	-	-	-	13,5	-	33,7	96,6	367,6	762,4	511,5
media tactique	-	-	-	-	-	-	24,0	28,0	8,0	64,0
presse	120,1	171,5	110,8	125,5	138,0	162,9	225,2	301,4	158,3	221,0
radio	116,0	203,4	179,9	151,2	150,9	253,2	307,4	287,5	191,1	336,4
télévision	-	80,0	81,0	42,0	-	27,6	37,9	42,9	35,4	50,1
total	292,9	485,3	534,7	717,3	552,7	705,3	881,6	1 303,1	1 206,4	1 085,2

Source : TNS Média Intelligence – Données brutes

3. Une pression publicitaire corrélée au nombre de copies

Depuis 2004, plus le nombre de copies est important, plus les investissements publicitaires moyens par film d'animation sont élevés. L'investissement moyen d'un film d'animation sorti sur moins de 50 copies s'élève à 74,9 K€ en 2008, celui d'un film d'animation sorti sur 500 copies ou plus s'élève à 2,2 M€.

Le budget promotionnel d'un film d'animation sorti sur plus de 500 copies augmente légèrement en 2008 (+17,3 % par rapport à 2007) pour un nombre de films stable. Les investissements publicitaires moyens des films sortis sur 50 à 99 copies enregistrent la plus forte augmentation depuis 1999. Ils ont été multipliés par 7,5 sur cette période.

Investissements publicitaires moyens par film d'animation selon le nombre de copies (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
moins de 50 copies	119,5	21,5	16,3	88,8	18,4	100,9	29,8	82,1	48,4	74,9
entre 50 et 99 copies	24,8	101,0	59,0	-	199,7	186,0	173,3	783,0	28,0	187,0
entre 100 et 199 copies	317,0	-	187,6	169,0	564,7	197,8	393,0	297,5	336,6	206,7
entre 200 et 499 copies	419,7	499,3	348,8	739,4	716,5	326,4	623,7	902,1	899,8	860,6
500 copies ou plus	714,3	566,7	710,8	881,0	220,2	1 084,4	1 041,3	1 303,6	1 917,7	2 249,3
total	292,9	485,3	534,7	717,3	552,7	705,3	881,6	1 303,1	1 206,4	1 085,2

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

En 2008, la plus forte progression des investissements publicitaires concerne les films d'animation sortis sur plus de 500 copies (+754,6 % par rapport à 1999), puis les films sortis entre 200 et 499 copies (+583,6 %). En revanche, les investissements publicitaires sur les films d'animation de moins de 50 copies baissent de 26,9 % entre 1999 et 2008.

Investissements publicitaires bruts tarifés selon le nombre de copies (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
moins de 50 copies	717	43	49	533	92	807	149	575	242	524
entre 50 et 99 copies	99	404	118	-	599	744	520	2 349	28	561
entre 100 et 199 copies	634	-	938	676	1 694	791	1 179	595	1 683	620
entre 200 et 499 copies	1 259	2 996	1 395	3 697	5 732	2 285	5 613	9 923	10 798	8 606
500 copies ou plus	2 857	5 293	9 263	11 593	5 701	17 236	18 986	29 561	25 853	24 415
total	5 566	8 736	11 763	16 499	13 818	21 863	26 447	43 003	38 604	34 726

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

4. La publicité selon la nationalité des films d'animation

A l'exception de deux films en 2000, la totalité des films d'animation français et américains sortis en salles depuis 1999 ont fait l'objet d'une exposition publicitaire sur au moins un média.

Les films d'animation selon la nationalité

	films français			films américains		
	ayant fait l'objet d'une publicité	sortis dans l'année	%	ayant fait l'objet d'une publicité	sortis dans l'année	%
1999	3	3	100,0	7	7	100,0
2000	3	4	75,0	8	9	88,9
2001	2	2	100,0	8	8	100,0
2002	3	3	100,0	12	12	100,0
2003	7	7	100,0	6	6	100,0
2004	4	4	100,0	8	8	100,0
2005	3	3	100,0	8	8	100,0
2006	7	7	100,0	15	15	100,0
2007	6	6	100,0	11	11	100,0
2008	5	5	100,0	6	6	100,0

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

En 2008, les films américains captent plus des trois quarts des investissements publicitaires bruts tarifés consacrés aux films d'animation (77,4 %). Leur poids dans l'ensemble du marché oscille légèrement d'une année sur l'autre, composant toujours plus de 60 % des investissements.

Le poids des films d'animation français dans l'ensemble des investissements publicitaires est faible. Depuis 2006, il dépasse les 10 % : 11,2 % en 2008, 10,7 % en 2007 et 28,0 % en 2006. Sur la période 1999-2008, les investissements publicitaires des films d'animation français ont été multipliés par 9,1.

Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité des films d'animation (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
films français	428	220	230	574	2 171	1 724	1 527	12 044	4 124	3 899
films américains	4 893	7 606	10 849	14 487	10 310	17 888	16 304	30 558	32 615	26 877
films européens	181	698	546	6	31	420	8 119	90	1 083	3 330
autres films	64	212	138	1 432	1 306	1 831	497	311	782	620
total	5 566	8 736	11 763	16 499	13 818	21 863	26 447	43 003	38 604	34 726

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

En moyenne, la publicité pour un film d'animation américain est valorisée à 2 239,8 K€ bruts en 2008. Les films d'animation américains disposent de budgets promotionnels quatre à cinq fois plus importants que les films français et européens. En 2008, la campagne publicitaire d'un film d'animation français est valorisée à 433,2 K€ en moyenne et celle d'un film d'animation européen à 475,7 K€.

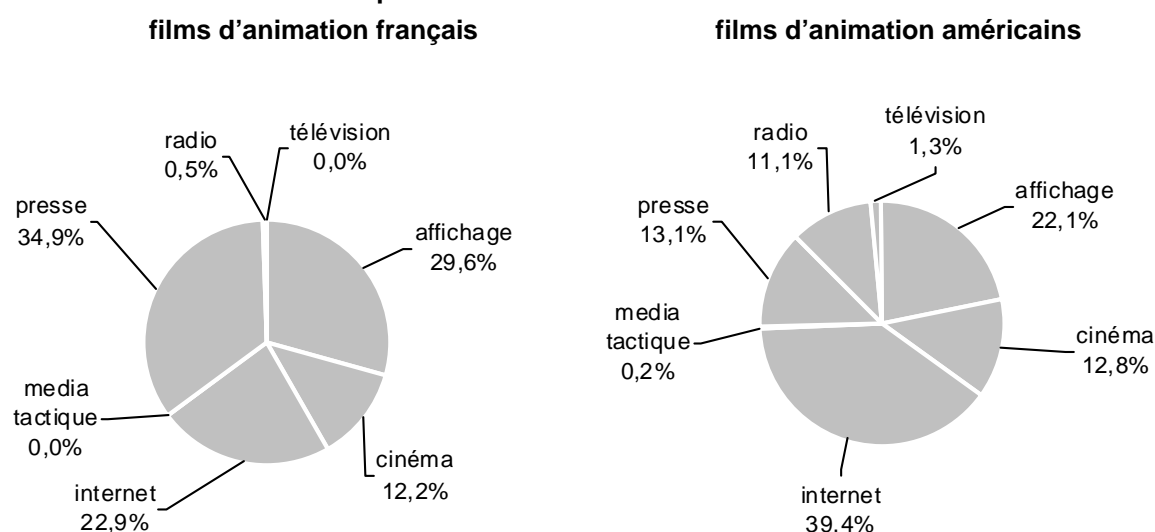
Investissements publicitaires moyens par film d'animation selon la nationalité (K€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
films français	71,3	73,3	115,0	191,3	310,1	246,3	305,4	1 505,5	343,7	433,2
films américains	543,7	760,6	834,5	965,8	1 145,6	1 490,7	1 254,2	1 797,5	2 508,8	2 239,8
films européens	181,0	232,7	182,0	6,0	10,3	105,0	1 014,9	30,0	361,0	475,7
autres films	21,3	106,0	34,5	358,0	217,7	228,9	124,3	62,2	195,5	155,0
total	292,9	485,3	534,7	717,3	552,7	705,3	881,6	1 303,1	1 206,4	1 085,2

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

La répartition des investissements sur les médias est contrastée selon la nationalité des films d'animation. Si internet est le média de prédilection pour la publicité des films américains depuis 2007 (39,4 % en 2008, contre 22,9 % pour les films français), les distributeurs de films français préfèrent la presse (34,9 % en 2008, contre 13,1 % pour les films américains). Internet est le troisième média (22,9 %) utilisé par les distributeurs de films français d'animation après la presse (34,9 %) et l'affichage (29,6 %). En 2008, pour les films d'animation américains, internet est le média où l'investissement moyen par film est le plus élevé (961,7 K€ en 2008). En revanche, pour les films français, la dépense moyenne brute par film à l'affichage dépasse celle de la presse. L'investissement publicitaire moyen par film français est de 384,3 K€ en 2008 pour l'affichage, contre 194,1 K€ pour la presse.

Répartition des investissements publicitaires bruts tarifés selon le média en 2008



IV. Le public des films d'animation en salles

Les films d'animation rencontrent un large public dans les salles de cinéma. L'analyse du public des films d'animation montre une réelle segmentation des films selon la nature de leur public.

Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une enquête sur le public du cinéma : Publixiné. Mise en œuvre par l'institut Harris Interactive, l'enquête est administrée par internet auprès de 800 à 1 000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Opérationnel depuis le début de l'année 2005, cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de la composition hebdomadaire de l'audience du cinéma en général et de celle du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède 50 copies).

Dans cette partie, les spectateurs assidus vont au moins une fois par semaine au cinéma, les spectateurs réguliers y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les occasionnels au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les habitués du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

A. Le public des films d'animation

Le public des films d'animation est composé presque à part égale d'enfants et d'adultes (plus de 33 % du public pour chaque groupe entre 2005 et 2008). En général, chaque enfant est accompagné d'un adulte pour une séance de cinéma et le plus souvent d'une femme. Ces dernières composent plus de 50 % du public des films d'animation.

En termes d'activité professionnelle, la population inactive demeure la plus largement représentée dans le public des films d'animation (plus de 60 %), en raison de la nature du public ciblé. D'autre part, à l'inverse de l'audience globale des films, la part des CSP+ est inférieure à celle des CSP- dans le public des films d'animation, à l'exception de celui des films de 2008.

En 2008, la part des spectateurs occasionnels dans le public des films d'animation est supérieure de 15 points à celle constatée en 2005. Ces derniers composent ainsi 43,6 % du public, contre 37,7 % en 2007, 39,7 % en 2006 et 28,6 % en 2005. Cette progression s'explique par la sortie en 2008 de films d'animation ayant attiré un large public d'occasionnels, à la différence des autres années. Ainsi, 5 films d'animation sur les 18 sortis en salles en 2008 comptent plus de 50 % d'occasionnels dans leur public, tels que *Madagascar 2 : la grande évasion* (59,2 % d'occasionnels) ou *les Chimpanzés de l'espace* (55,5 %). La part des assidus et des réguliers dans le public des films d'animation est en baisse entre 2005 et 2008 : respectivement -5,9 points et -9,8 points.

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 (%)

	2005	2006	2007	2008
sexe				
hommes	47,5	45,2	46,0	45,4
femmes	52,5	54,8	54,0	54,6
âge				
enfants (3-14 ans)	36,1	38,0	33,3	39,7
adolescents (11-19 ans)	13,2	19,8	21,7	13,8
jeunes (15-24 ans)	18,9	18,1	21,5	14,5
adultes (25-49 ans)	34,5	33,9	34,9	33,8
seniors (50 ans et plus)	10,4	9,9	10,3	12,0
profession				
CSP+	16,9	16,6	18,4	19,3
CSP-	22,4	20,5	21,4	17,3
inactifs	60,7	62,9	60,3	63,4
habitat				
Paris RP	27,5	23,6	22,9	24,1
province	72,5	76,4	77,1	75,9
habitudes de fréquentation cinéma				
assidus	20,1	14,7	12,9	14,2
réguliers	50,9	45,1	48,4	41,1
occasionnels	28,6	39,7	37,7	43,6
total	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
Source : Publixiné – Novatris.

1. Public des films d'animation selon la nationalité

Les films d'animation français sont particulièrement appréciés par les femmes. *Azur et Asmar* et *Kirikou et les bêtes sauvages* présentent un public féminin à plus de 56 %. Les moins de 25 ans sont particulièrement sur-représentés au sein du public des films d'animation français. Certains films d'animation français ont réussi à toucher très largement les moins de 25 ans : *Astérix et les Vikings* et *Arthur et les Minimoys* en sont les meilleurs exemples. Ils attirent près de 60 % de 3-25 ans.

La part du public occasionnel dans les films d'animation français (39,5 %) est plus élevée que celle des films d'autres nationalités. Néanmoins, ce sont les réguliers qui composent la plus grande partie du public des films français d'animation (44,3 %).

Le public des films d'animation américains est relativement jeune. Il est composé à 36,1 % de 3-14 ans et à 20,4 % de 15-24 ans. Les 3-14 ans représentent plus de 50 % du public de deux films d'animation américains : *les Chimpanzés de l'espace* (52,5 %) et *Bienvenue chez les Robinsons* (51,5 %). Les CSP+ (17,1 %) et les seniors (9,3 %) sont moins représentés dans le public du cinéma d'animation d'Outre-Atlantique.

Globalement, les films d'animation européens présentent la même structure de public que les films d'animation français et américains : un public féminin (51,6 %), jeune (36,0 % d'enfants et 17,4 % de jeunes) et provincial (75,5 %).

Les films d'animation d'autres nationalités comprennent dans cet échantillon des films japonais et un film israélien. Ils rassemblent un public plutôt masculin (53,9 %), d'adultes et de seniors (59,4 %). Contrairement aux films d'animation français, américains et européens, pour lesquels la structure du public est quasiment la même, le public des films d'autres nationalités compte la part d'inactifs la plus faible (49,4 %, contre 64,2 % pour les films français). Les habitués (assidus et réguliers) composent 80,7 % du public des films d'animation d'autres nationalités, contre 59,9 % pour les films français, 60,8 % pour les films américains et 65,1 % pour les films européens.

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 selon la nationalité (%)

	France	Etats-Unis	Europe	autres
sexe				
hommes	44,3	45,7	48,4	53,9
femmes	55,7	54,3	51,6	46,1
âge				
enfants (3-14 ans)	42,0	36,1	36,0	16,5
adolescents (11-19 ans)	16,6	19,1	12,7	19,1
jeunes (15-24 ans)	12,1	20,4	17,4	24,1
adultes (25-49 ans)	32,3	34,3	36,7	39,4
seniors (50 ans et plus)	13,7	9,3	9,8	20,0
profession				
CSP+	17,1	17,1	17,8	29,8
CSP-	18,7	21,1	20,9	20,8
inactifs	64,2	61,8	61,3	49,4
habitat				
Paris RP	24,2	23,8	24,5	34,4
province	75,8	76,2	75,5	65,6
habitudes de fréquentation cinéma				
assidus	15,6	14,0	20,1	25,2
réguliers	44,3	46,8	45,0	55,5
occasionnels	39,5	38,5	34,0	19,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
Source : Publixiné – Novatris.

2. Public des films d'animation Art et Essai

Le public des films d'animation recommandés Art et Essai présente des caractéristiques moins marquées que celles des autres films.

Les seniors (15,5 %), les CSP+ (23,2 %), les habitants de Paris et sa région (29,8 %) et les assidus (22,9 %) ne composent pas la majorité du public des films d'animation Art et Essai, mais ils en représentent une part plus importante que pour les films non recommandés. Cette composition du public des films d'animation Art et Essai se rapproche de la structure générale du public des films recommandés.

La part des assidus dans le public des films d'animation recommandés Art et Essai est plus importante (22,9 %) que pour les films non recommandés (13,4 %). Les assidus plébiscitent par exemple *le Château ambulante* de Hayao Miyazaki, *Persepolis* de Marjane Satrapi et Vincent Paronnaud ou *les Noces funèbres* de Tim Burton (près de 30 % du public).

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 selon la recommandation (%)

	films Art et Essai	autres films
sexe		
hommes	48,0	45,5
femmes	52,0	54,5
âge		
enfants (3-14 ans)	30,0	37,9
adolescents (11-19 ans)	14,5	19,0
jeunes (15-24 ans)	19,1	18,7
adultes (25-49 ans)	35,5	34,0
seniors (50 ans et plus)	15,5	9,3
profession		
CSP+	23,2	16,3
CSP-	19,6	20,8
inactifs	57,2	62,8
habitat		
Paris RP	29,8	23,0
province	70,2	77,0
habitudes de fréquentation cinéma		
assidus	22,9	13,4
réguliers	48,3	46,0
occasionnels	28,2	39,8
total	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
Source : Publixiné – Novatris.

3. Public des films d'animation selon le nombre de copies

La structure du public d'un film dépend de sa combinaison de sortie. Il en va de même pour les films d'animation.

Plus la combinaison de sortie d'un film d'animation est importante, plus son public se féminise. Les films d'animation sortis sur moins de 200 copies comptent une plus forte proportion d'hommes (51,5 % pour les films sortis à moins de 100 copies et 51,8 % pour ceux sortis entre 100 et 200 copies) que de femmes alors que ces dernières sont davantage représentées parmi les spectateurs des films à plus de 200 copies (respectivement 54,2 % et 54,7 %) que les hommes. Cette tendance est encore plus prononcée pour les dix films d'animation sortis sur plus de 800 copies entre 2005 et 2008 : 55,0 % de leurs spectateurs sont des femmes et 45,0 % sont des hommes. Ceci s'explique notamment par la présence de films d'animation davantage tournés vers le public jeune, pour lesquels les mineurs sont généralement accompagnés par une femme. Pour *Chicken Little*, par exemple, la part des femmes atteint 58,5 % et celle des enfants 47,0 %.

L'âge du public d'un film varie également selon le nombre de copies. Le public des films édités sur 100 à 200 copies intègre plus de seniors (24,0 %) que d'enfants (16,8 %), le rapport s'inversant pour les films à très large combinaison : 9,5 % de seniors et 37,4 % d'adolescents. Globalement, la proportion de moins de 20 ans dans le public d'un film augmente à mesure que la combinaison de sortie augmente. A l'inverse, la part des seniors, celle des CSP+ et celle des habitants de la région parisienne diminue.

Les habitudes de fréquentation du public diffèrent également selon les combinaisons de sortie : jusqu'à 200 copies, les assidus composent une part plus importante du public que les

occasionnels (30,4 % pour les films d'animation sortis sur moins de 100 copies et 27,7 % pour ceux sortis sur 100 à 200 copies). A partir de 200 copies, leur part décroît (moins de 20 %). Pour les spectateurs occasionnels, le constat est opposé : ils demeurent sous-représentés au sein du public des films dont le tirage est inférieur à 200 copies et figurent plus largement dans le public des films d'animation à large combinaison.

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 selon le nombre de copies (%)

	<100 copies	100-200 copies	200-500 copies	>500 copies
sexe				
hommes	51,5	51,8	45,8	45,3
femmes	48,5	48,2	54,2	54,7
âge				
enfants (3-14 ans)	23,9	16,8	38,7	37,4
adolescents (11-19 ans)	19,4	14,2	14,2	20,0
jeunes (15-24 ans)	25,9	20,3	15,7	19,6
adultes (25-49 ans)	36,6	38,9	35,4	33,4
seniors (50 ans et plus)	13,6	24,0	10,2	9,5
profession				
CSP+	23,2	30,7	16,9	16,8
CSP-	20,4	20,0	20,4	20,8
inactifs	56,4	49,3	62,8	62,5
habitat				
Paris RP	33,9	32,7	24,6	23,2
province	66,1	67,3	75,4	76,8
habitudes de fréquentation cinéma				
assidus	30,4	27,7	17,4	12,8
réguliers	46,2	52,3	48,3	45,3
occasionnels	23,3	19,7	33,5	41,2
total	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
Source : Publixiné – Novatris.

4. Public des films d'animation selon le nombre d'entrées

Comme pour l'ensemble des films, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film d'animation varient en fonction de sa performance d'entrées : plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante (29,3 % pour les films d'animation ayant réalisé moins de 100 000 entrées). A l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public (47,1 % pour les films à plus de quatre millions d'entrées). Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille. Certains films rencontrant un large succès public, tels que *Madagascar*, *les Simpson le film*, ou *Wall-E* (plus de 3 millions d'entrées chacun), attirent moins d'occasionnels que la moyenne des films, avec des pourcentages compris entre 27,0 % et 38,0 %. Le succès de ces films repose davantage sur un public de réguliers : 53,4 % pour *Madagascar*, 50,0 % pour *les Simpson le film* et 49,4 % pour *Wall-E*.

Parallèlement, les moins de 25 ans sont sur-représentés quelque soit le nombre d'entrées réalisées par les films d'animation. En revanche, à mesure que le nombre d'entrées progresse, la part des seniors se fait de plus en plus basse (12,8 % pour les films

d'animation ayant réalisé moins de 100 000 entrées, 9,8 % pour les films à plus de 4 millions d'entrées).

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 selon le nombre d'entrées (%)

	<100000	100000-500000	500000-1 million	1-2 millions	2-4 millions	>4 millions
sexe						
hommes	50,2	46,6	47,1	45,5	46,4	44,8
femmes	49,8	53,4	52,9	54,5	53,6	55,2
âge						
enfants (3-14 ans)	33,0	36,4	43,8	38,9	32,8	34,8
adolescents (11-19 ans)	13,8	15,1	13,2	15,4	21,8	22,9
jeunes (15-24 ans)	17,7	15,2	14,1	16,4	24,6	21,5
adultes (25-49 ans)	36,6	36,9	31,9	33,9	33,1	33,9
seniors (50 ans et plus)	12,8	11,4	10,1	10,9	9,5	9,8
profession						
CSP+	16,9	19,4	14,5	16,5	17,9	17,9
CSP-	22,5	19,9	18,5	20,4	21,5	21,2
inactifs	60,6	60,7	67,0	63,0	60,6	60,8
habitat						
Paris RP	33,9	24,7	24,4	25,8	23,5	21,9
province	66,1	75,3	75,6	74,2	76,5	78,1
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	29,3	18,6	17,2	17,2	13,1	9,9
réguliers	42,3	47,3	51,6	47,3	48,4	42,2
occasionnels	28,3	33,5	30,4	34,9	37,8	47,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
Source : Publixiné – Novatris.

5. Public des films d'animation selon le mode de production

Le public des films en animation traditionnelle comme celui des films produits en numérique est majoritairement composé de femmes (respectivement 53,0 % et 54,5 %). En revanche, les films employant d'autres techniques de production, tels que *Wallace et Gromit et le mystère du Lapin-Garou* ou *les Noces funèbres*, attirent davantage d'hommes (53,0 %).

La présence de *Persepolis* parmi les films produits en animation traditionnelle a pour conséquence que la part des seniors (15,4 %) est plus importante que pour les autres films d'animation. La part des enfants est légèrement plus élevée pour les films produits en numérique (38,2 %) que pour les films en animation traditionnelle (32,6 %). Le même constat peut être fait pour les jeunes. Des films produits en numérique, tels que *Azur et Asmar*, *les Chimpanzés de l'espace* ou *Bienvenue chez les Robinsons*, attirent plus de 50 % de 3-10 ans.

En termes d'habitudes de fréquentation, les films en animation numérique attirent moins d'assidus (13,6 %) que les films produits de façon traditionnelle (20,0 %). Les occasionnels sont fortement influencés par le mode de production des films d'animation. En effet, ils composent 29,5 % du public des films en animation traditionnelle, alors que pour les films produits en numérique, leur part atteint 39,9 %.

Public des films d'animation sortis entre 2005 et 2008 selon le mode de production (%)

	films en animation traditionnelle	films en animation numérique	autres techniques
sexe			
hommes	47,0	45,4	53,0
femmes	53,0	54,6	47,0
âge			
enfants (3-14 ans)	32,6	38,2	18,9
adolescents (11-19 ans)	14,2	19,1	17,6
jeunes (15-24 ans)	17,2	18,6	29,7
adultes (25-49 ans)	34,8	34,0	38,6
seniors (50 ans et plus)	15,4	9,2	12,8
profession			
CSP+	21,1	16,5	24,1
CSP-	20,1	20,5	24,2
inactifs	58,8	63,0	51,6
habitat			
Paris RP	27,7	23,3	27,7
province	72,3	76,7	72,3
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	20,0	13,6	26,0
réguliers	49,9	45,8	44,1
occasionnels	29,5	39,9	29,9
total	100,0	100,0	100,0

Base : films d'animation sortis en salles sur plus de 50 copies :
 19 films en 2005, 23 films en 2006, 19 films en 2007 et 18 films en 2008.
 Source : Publixiné – Novatris.

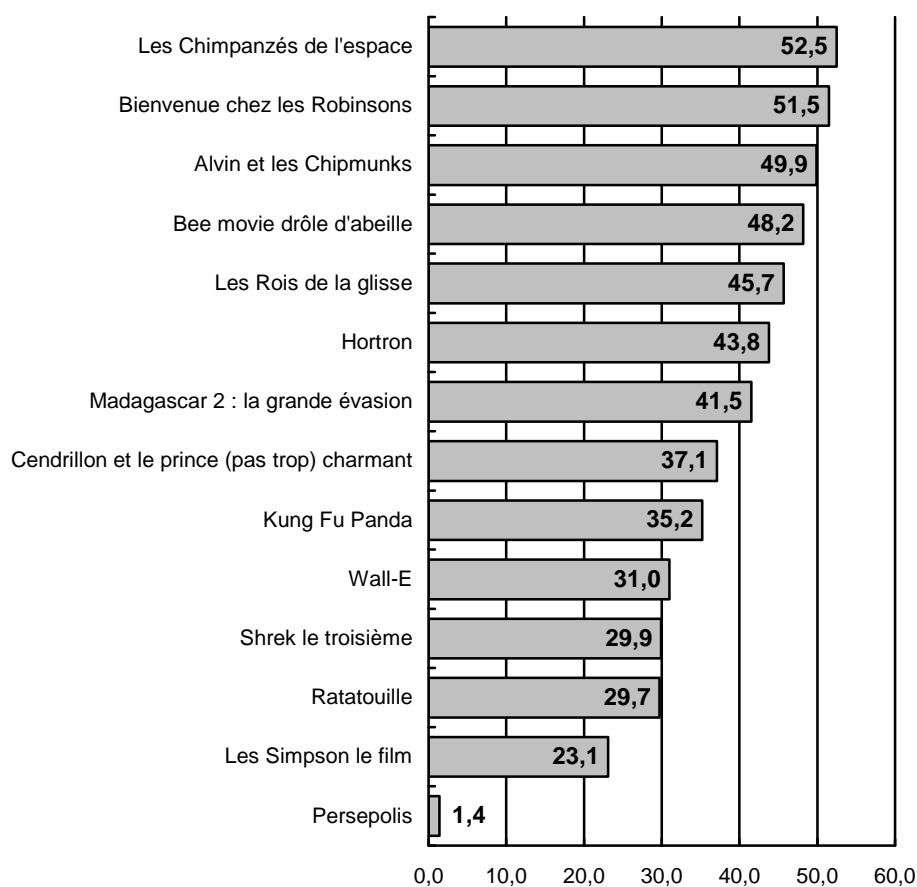
B. Le public des films selon les tranches d'âge

Les analyses qui suivent mettent en évidence les spécificités en termes d'âge du public de 14 films sortis en 2007 et 2008, pour lesquels le nombre d'interviews est suffisant pour une analyse individuelle (films sortis sur plus de 50 copies et pour lesquels plus de 200 interviews ont été réalisées auprès de spectateurs ayant vu le film).

1. Les 3-10 ans dans le public des films d'animation

C'est au sein du public de deux films d'animation américains que la part des 3-10 ans est la plus élevée : *Les Chimpanzés de l'espace* et *Bienvenue chez les Robinsons* (plus de 50 %). Pour 7 films étudiés, les 3-10 ans sont sur-représentés au sein du public comparativement à l'ensemble des 14 films d'animation étudiés. A l'inverse, pour 7 autres films, la part des 3-10 ans est plus faible que la moyenne. *Persepolis* de Marjane Satrapi et Vincent Paronnaud compte la part la plus faible de 3-10 ans au sein de son public (1,4 %).

Part des 3-10 ans dans le public des films d'animation (%)

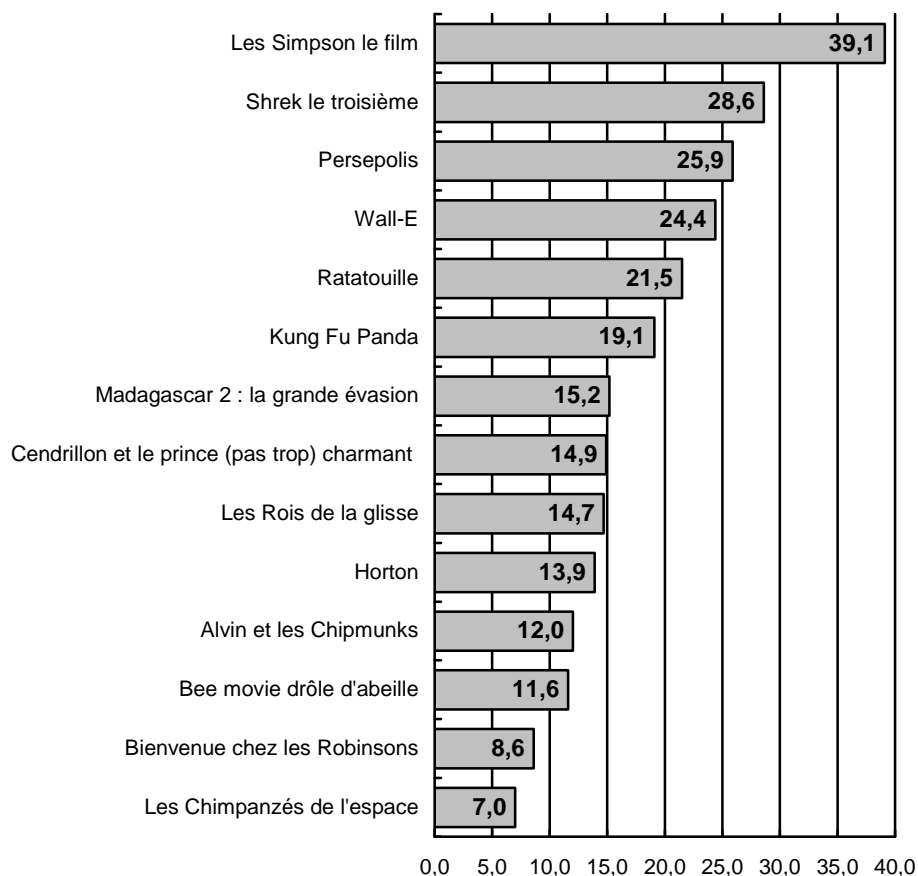


Base : 14 films d'animation sortis en salles en 2007 et 2008 et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : Publixiné – Novatris.

2. Les 15-24 ans dans le public des films d'animation

Parmi les 14 films d'animation de l'échantillon, un seul film présente un public majoritairement composé de 15-24 ans : *les Simpson le film* de David Silverman (39,1 %, contre 31,0 % d'adultes, 23,1 % d'enfants et 6,7 % de seniors). A l'inverse, *les Chimpanzés de l'espace* et *Bienvenue chez les Robinsons* comptent moins de 10 % de 15-24 ans.

Part des 15-24 ans dans le public des films d'animation (%)

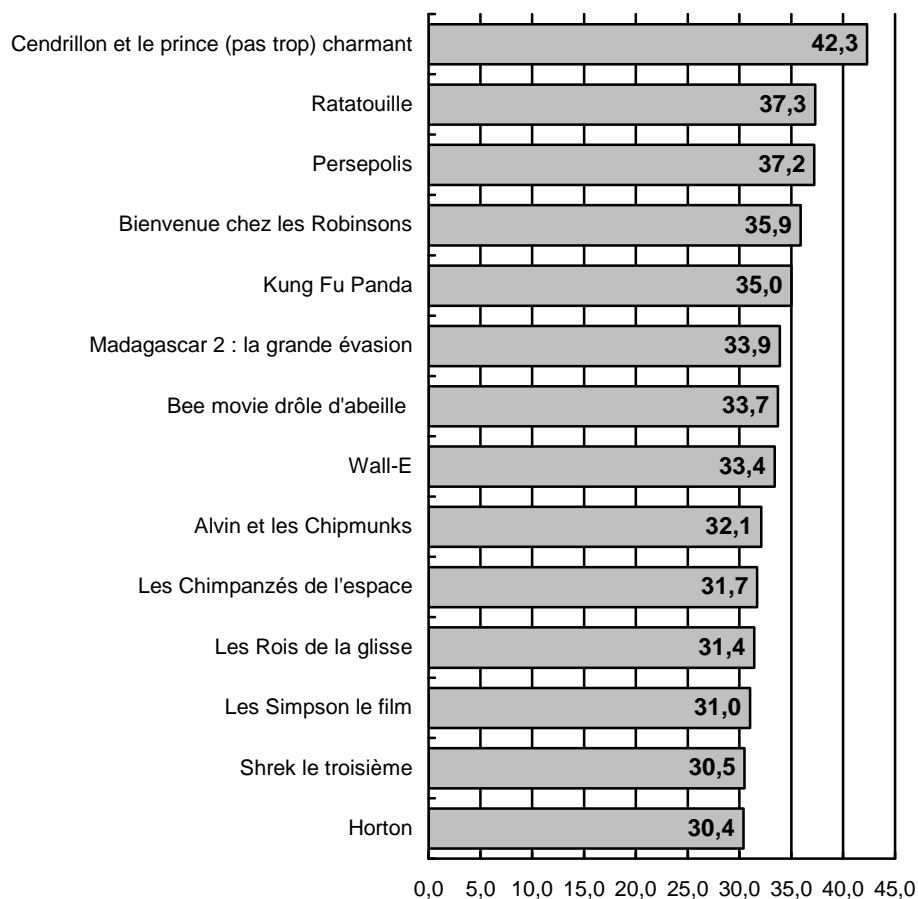


Base : 14 films d'animation sortis en salles en 2007 et 2008 et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : Publixiné – Novatris.

3. Les 25-49 ans dans le public des films d'animation

La part des 25-49 ans apparaît relativement homogène dans le public des 14 films d'animation étudiés : elle est comprise entre 30 % et 43 % selon les films. Cinq films affichent une part de 25-49 ans supérieure à celle des autres tranches d'âge : *Cendrillon et le prince (pas trop) charmant*, *Ratatouille*, *Persepolis*, *Wall-E* et *Shrek le troisième*.

Part des 25-49 ans dans le public des films d'animation (%)

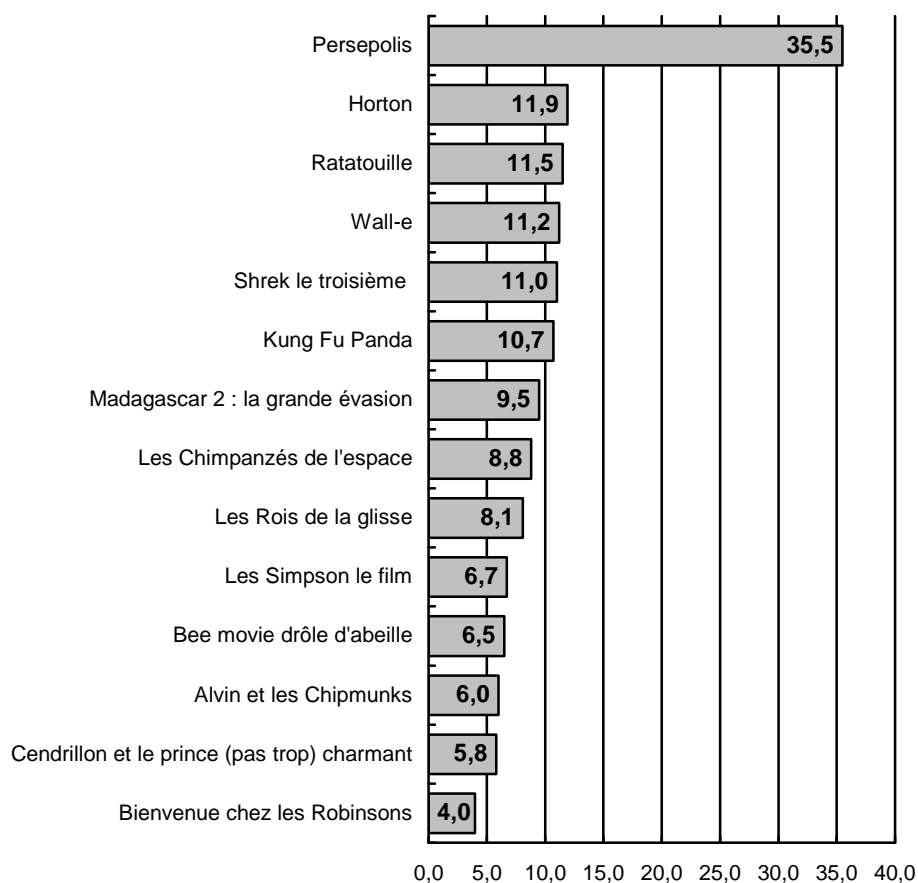


Base : 14 films d'animation sortis en salles en 2007 et 2008 et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : Publixiné – Novatris.

4. Les plus de 50 ans dans le public des films d'animation

Les seniors sont toujours sous-représentés dans le public des films d'animation. 8 films sur les 14 films de l'échantillon comptent moins de 10 % de plus de 50 ans dans leur public et 5 autres films moins de 12 %. Seul *Persepolis* de Marjane Satrapi et Vincent Paronnaud présente un public important de seniors (35,5 %).

Part des plus de 50 ans dans le public des films d'animation (%)



Base : 14 films d'animation sortis en salles en 2007 et 2008 et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : Publixiné – Novatris.

V. L'animation à la télévision

La diffusion de l'animation à la télévision répond à une logique particulière, compte tenu des habitudes du public auquel elle est destinée. L'offre est composée de programmes audiovisuels et de films cinématographiques.

A. L'offre d'animation

Le volume d'animation diffusé à la télévision s'établit en 2008 à plus de 3 900 heures sur les chaînes historiques, à plus de 6 700 heures sur les chaînes gratuites de la TNT et à plus de 80 000 heures sur les chaînes jeunesse du câble, du satellite et de l'ADSL.

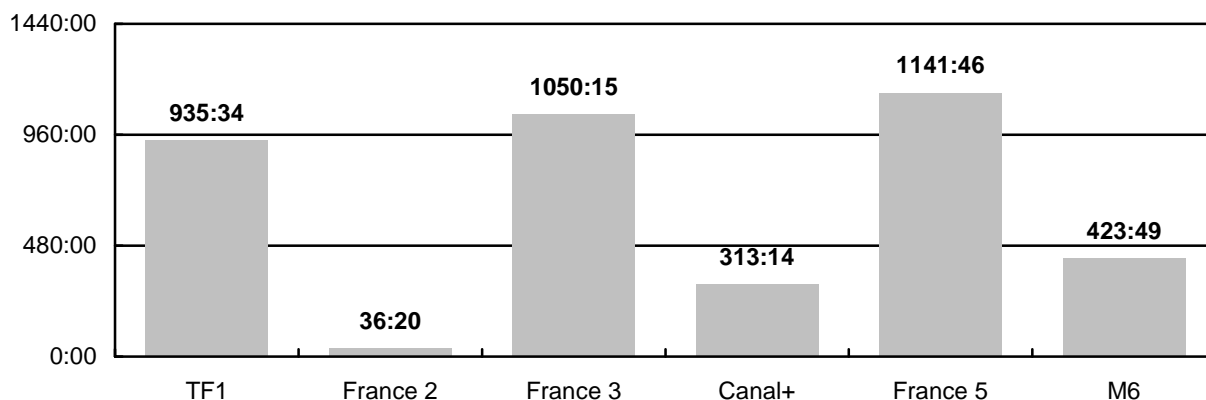
1. L'offre d'animation des chaînes historiques

L'offre de programmes d'animation à la télévision répond aux habitudes de consommation particulières du public auquel elle est destinée. Ainsi, chaque chaîne adopte une stratégie de programmation particulière afin de répondre le mieux possible aux attentes des jeunes enfants.

a. L'offre d'animation sur l'ensemble de la journée

En 2008, les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 et M6) diffusent 3 901 heures de programmes d'animation (films d'animation inclus, soit 162 heures). Ce volume représente 7,8 % de leur offre totale de programmes. France 5 (1 142 heures), France 3 (1 050 heures) et TF1 (936 heures) sont les principaux diffuseurs d'animation. L'offre de dessins animés est beaucoup plus réduite sur M6 (424 heures), Canal+ (313 heures dont 93 heures en clair) et France 2 (36 heures). Sur France 2, l'offre de programmes jeunesse, qui s'adresse aux adolescents, s'appuie davantage sur la fiction. Arte ne diffuse pas de programmes d'animation en 2008.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques en 2008 (h:mn)¹



¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques en 2008¹

	volume horaire	dont films
TF1	935 h 34	7 h 46
France 2	36 h 20	1 h 06
France 3	1050 h 15	7 h 36
Canal+	313 h 14	128 h 23
France 5	1141 h 46	1 h 18
M6	423 h 49	15 h 58
total	3900 h 59	162 h 09

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

b. La programmation de l'animation

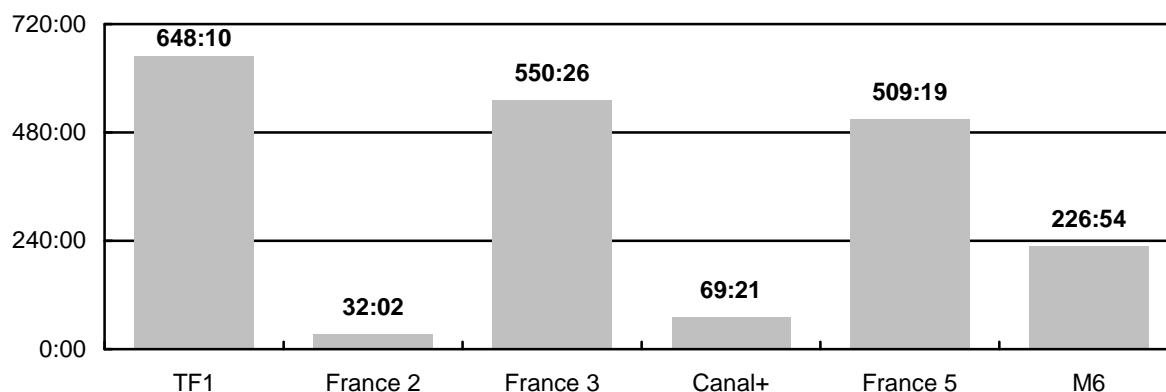
L'offre d'animation à la télévision étant largement destinée aux enfants, la programmation est adaptée aux disponibilités de cette cible. Elle est essentiellement programmée au sein des cases jeunesse de chacune des chaînes (les horaires des émissions s'entendent hors vacances scolaires) :

- *TFou* sur TF1 (6h50-8h30 du lundi au vendredi, jusqu'à 11h00 le mercredi, 8h55-11h00 le samedi, 6h55-10h le dimanche),
- *KD2A* sur France 2 (9h40-10h30 le mercredi, 6h10-7h00 et 7h50-11h50 le samedi, réduite de 9h35 à 11h50 à partir de la rentrée de septembre 2008, 6h10-7h00 le dimanche),
- *Toowam* (6h55-8h35 du lundi au vendredi, jusqu'à 11h00 le mercredi, 6h35-8h45 le samedi, réduite de 6h35 à 8h20 à partir de la rentrée de septembre 2008, 6h35-9h30 le dimanche), *Scooby gang* (8h50-10h45 le samedi) et *F3X, le choc des héros* (9h40-10h50 le dimanche) sur France 3, ces deux dernières cases étant remplacées, à partir du mois d'avril 2008, par *Chouette Toowam* (8h50-11h00 le samedi) et *Bunny tonic* (9h15-10h45 le dimanche),
- *Ça cartoon* sur Canal+ (d'une durée de 45 minutes, l'horaire de début de la case du dimanche matin en clair varie entre 6h30 et 8h00, 19h30-20h20 le dimanche en clair, 10h10-10h15 le mercredi en crypté) ; l'émission est diffusée jusqu'en septembre 2008, puis transférée sur Canal+ family après cette date, et remplacée par *Cartoon+* depuis fin mars 2009, cette dernière étant rediffusée le dimanche à 7h15 en crypté sur Canal+,
- *Debout les zouzous* (6h50-8h50 du lundi au vendredi, sauf le mercredi jusqu'à 8h35, 7h15-9h55 le samedi, 7h15-8h45 le dimanche jusqu'en juin ; à partir de la rentrée de septembre 2008, la case du mercredi est prolongée jusqu'à 11h00, la case du samedi débute à 6h50 et la case du dimanche est supprimée) et *Midi les zouzous* (11h55-13h30 du lundi au vendredi) sur France 5 (pour sa seule diffusion analogique),
- *M6 Kid* sur M6 (6h30-9h00 le mercredi, 6h30-8h40 le samedi, 9h30-11h30 le dimanche, nouvelle case en semaine de 7h00 à 7h45 à partir de septembre 2008).

La tranche matinale est la principale tranche de diffusion de l'animation à la télévision. 52,2 % de l'offre totale d'animation diffusée sur les chaînes historiques est proposée entre 5h00 et 8h30 en 2008. Cette proportion s'élève à 88,1 % sur France 2, 69,3 % sur TF1,

53,5 % sur M6, 52,4 % sur France 3. Elle est de 44,6 % sur France 5 et de 22,1 % sur Canal+. Sur France 5, une case quotidienne est dédiée à l'animation entre 12h00 et 13h30. Sur Canal+, les films d'animation sont diffusés à des horaires très variés. La chaîne diffuse, en outre, en début de soirée, sur une partie de l'année, deux séries d'animation destinées aux jeunes adultes.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques avant 8h30 en 2008 (h:mn)¹



¹ Programmes d'animation ayant débuté avant 8h30, films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques avant 8h30 en 2008¹

	volume horaire	% de l'offre d'animation de la chaîne
TF1	648 h 10	69,3
France 2	32 h 02	88,1
France 3	550 h 26	52,4
Canal+	69 h 21	22,1
France 5	509 h 19	44,6
M6	226 h 54	53,5
total	2036 h 10	52,2

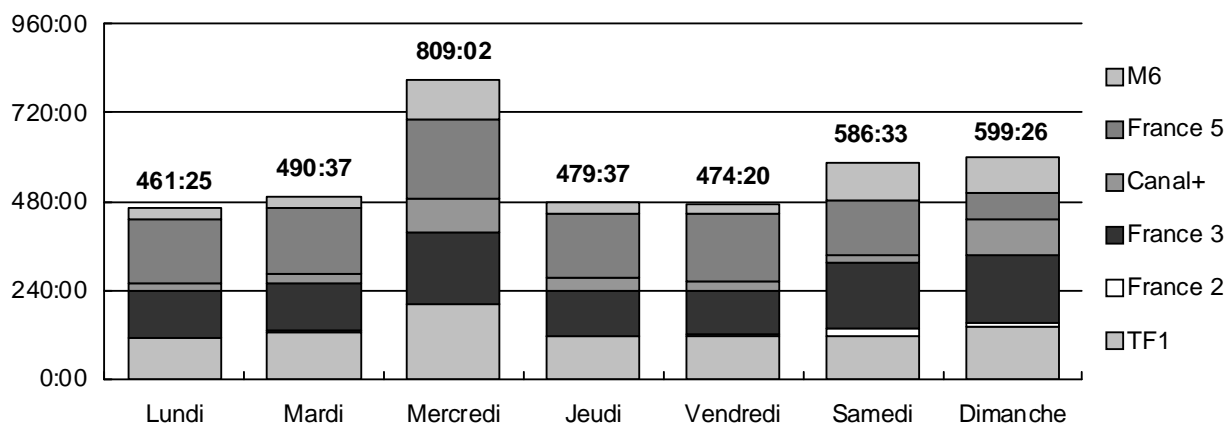
¹ Programmes d'animation ayant débuté avant 8h30, films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Les jours de repos scolaires constituent les principaux jours de diffusion de l'animation à la télévision. Le mercredi est le principal jour de diffusion de ce genre de programmes. Avec plus de 800 heures comptabilisées, il représente 20,7 % du volume horaire total d'animation diffusée sur les chaînes hertziennes historiques en 2008. Le dimanche et le samedi apparaissent en deuxième et troisième position, avec près de 600 heures chacun. Le volume d'animation est inférieur d'environ 100 heures les jours d'école. Il se situe entre 460 heures et 490 heures le lundi, le mardi, le jeudi et le vendredi.

Quelques particularités apparaissent selon les chaînes. France 2 diffuse peu d'animation en semaine, y compris le mercredi. Près de 90 % de son offre est proposée le week-end (88,6 %). Le dimanche est le premier jour de diffusion des programmes d'animation sur Canal+ (30,9 % du volume total), devant le mercredi (28,1 %). France 5 est la chaîne dont la proportion d'animation diffusée le dimanche est la plus faible. Avec 6,4 % du volume horaire total d'animation proposée par France 5, le dimanche représente aussi le jour au cours duquel la diffusion de l'animation est la moins élevée sur la chaîne.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon le jour en 2008 (h:mn)¹



¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon le jour en 2008¹

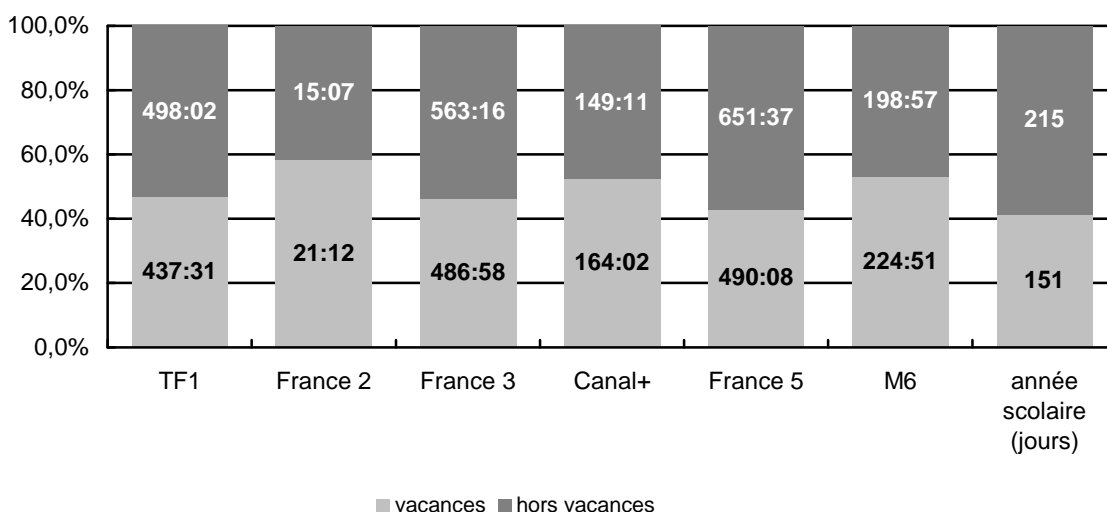
	TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6	total
lundi	110 h 56	0 h 36	126 h 15	22 h 13	172 h 14	29 h 10	461 h 25
mardi	128 h 26	1 h 42	126 h 29	26 h 46	178 h 04	29 h 10	490 h 37
mercredi	204 h 49	0 h 36	193 h 18	87 h 53	215 h 18	107 h 07	809 h 02
jeudi	115 h 39	0 h 36	123 h 19	31 h 45	177 h 20	30 h 58	479 h 37
vendredi	118 h 26	0 h 37	119 h 34	26 h 05	180 h 39	28 h 59	474 h 20
samedi	117 h 28	17 h 43	180 h 48	21 h 39	145 h 06	103 h 50	586 h 33
dimanche	139 h 50	14 h 29	180 h 32	96 h 54	73 h 06	94 h 36	599 h 26
total	935 h 34	36 h 20	1 050 h 15	313 h 14	1 141 h 46	423 h 49	3 900 h 59

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

La programmation des chaînes est également adaptée aux vacances scolaires. L'offre d'animation est proportionnellement plus élevée en période de congés scolaires. 46,8 % des programmes d'animation sont diffusés pendant les vacances scolaires alors que ces dernières ne représentent que 41,3 % des jours de l'année. La programmation d'animation est particulièrement plus abondante pendant les vacances sur France 2, M6 et Canal+. L'écart par rapport à la proportion annuelle de jours de vacances atteint respectivement 17,1 points, 11,8 points et 11,1 points. Elle est la moins différenciée sur France 5, dont l'offre est la plus riche sur l'ensemble de l'année. Avec 490 heures proposées en 2008, France 5 demeure néanmoins la chaîne qui diffuse le plus d'animation pendant les congés scolaires.

L'offre d'animation pendant les vacances scolaires en 2008 (h:mn)¹



¹ Les vacances scolaires couvrent l'ensemble des zones, soit du 1^{er} au 6 janvier 2008, du 9 février au 9 mars 2008, du 5 avril au 4 mai 2008, du 3 juillet au 1^{er} septembre 2008, du 25 octobre au 5 novembre 2008 et du 20 au 31 décembre 2008.
Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

c. L'offre d'animation par format

Deux catégories de format se situent au-delà de 1 000 heures de diffusion : les 23-26 minutes et les 11-13 minutes. Les dessins animés de 23 à 26 minutes sont majoritaires dans l'offre d'animation des chaînes historiques. Ils représentent plus de 1 700 heures en 2008, soit 43,7 % du volume horaire total d'animation diffusée. Les 11-13 minutes composent 28,8 % de l'offre, soit 1 125 heures. Avec 854 heures, les dessins animés de moins de 8 minutes sont les moins représentés dans l'offre d'animation, hors formats longs. Les formats longs constituent 5,6 % de l'offre d'animation à la télévision. Ce sont, pour les trois quarts, des films d'animation cinématographiques. Les 25 % restants sont des unitaires qui ne sont pas sortis en salles de cinéma. Ils sont issus, pour un tiers d'entre eux, des studios Disney, et ont généralement été directement édités en vidéo en France.

Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon le format en 2008¹

	TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6	total	%
moins de 8 minutes	38 h 02	3 h 29	443 h 10	72 h 47	254 h 40	42 h 18	854 h 26	21,9
11 - 13 minutes	218 h 48	11 h 24	171 h 23	15 h 15	537 h 24	170 h 59	1 125 h 13	28,8
23 - 26 minutes	669 h 58	20 h 22	428 h 06	54 h 47	346 h 01	185 h 35	1 704 h 48	43,7
longs formats	8 h 46	1 h 06	7 h 36	170 h 25	3 h 41	24 h 57	216 h 31	5,6
<i>dont films</i>	7 h 46	1 h 06	7 h 36	128 h 23	1 h 18	15 h 58	162 h 09	4,2
total	935 h 34	36 h 20	1050 h 15	313 h 14	1141 h 46	423 h 49	3 900 h 59	100,0

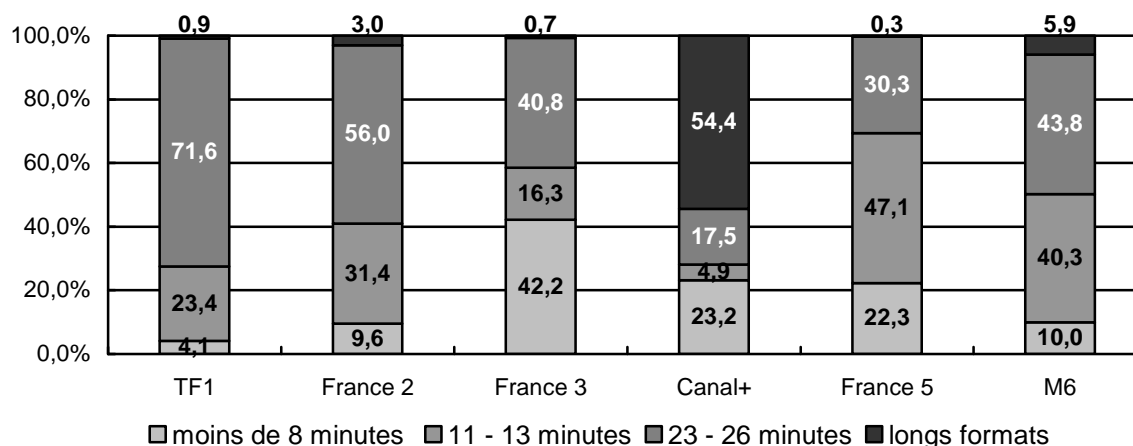
¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

L'offre de 23-26 minutes est très majoritaire sur TF1. 71,6 % du volume horaire total d'animation diffusée sur la chaîne est déclinée dans ce format. Ce format prédomine également sur France 2 et M6, mais avec des proportions moins élevées (respectivement 56,0 % et 43,8 %). Le format 11-13 minutes est le plus présent sur France 5 (47,1 % du volume horaire total). France 3 se distingue par une forte proportion d'animation de format

court (moins de 8 minutes). Cette catégorie représente 42,2 % de l'offre d'animation sur la chaîne. L'offre de formats longs (y compris animation cinéma) est marginale sur l'ensemble des chaînes, sauf sur Canal+ (54,4 % du total).

Structure de l'offre d'animation sur les chaînes historiques selon le format en 2008 (%)¹



¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : CNC, Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

d. L'offre d'animation par nationalité

L'offre d'animation française est majoritaire. Elle représente 40,4 % du volume horaire total d'animation diffusée sur l'ensemble des chaînes hertziennes historiques en 2008. L'animation américaine constitue près d'un tiers de l'offre (31,9 %). Elle devance l'offre d'origine européenne non française (14,8 %) et les dessins animés d'autres nationalités – principalement australiens, canadiens et japonais (12,9 %).

TF1 apparaît comme le premier diffuseur d'animation française, devant France 3. France 3 est la chaîne qui diffuse le plus d'animation américaine, devant TF1. France 5 est le principal diffuseur d'animation européenne non française et d'autres nationalités, devant M6. La programmation d'animation est presque exclusivement française sur France 2 (97,0 %). La part des œuvres françaises est également majoritaire sur TF1 (56,6 %). L'offre est partagée entre animation française (45,9 %) et américaine (48,2 %) sur France 3. Elle est aux deux tiers américaine sur Canal+ (75,5 %). Elle est majoritairement française et européenne sur M6 (66,4 %). Enfin, France 5 présente une offre relativement équilibrée entre animation française (26,3 %), européenne (30,1 %) et d'autres nationalités (28,2 %), l'offre américaine étant minoritaire (15,5 %).

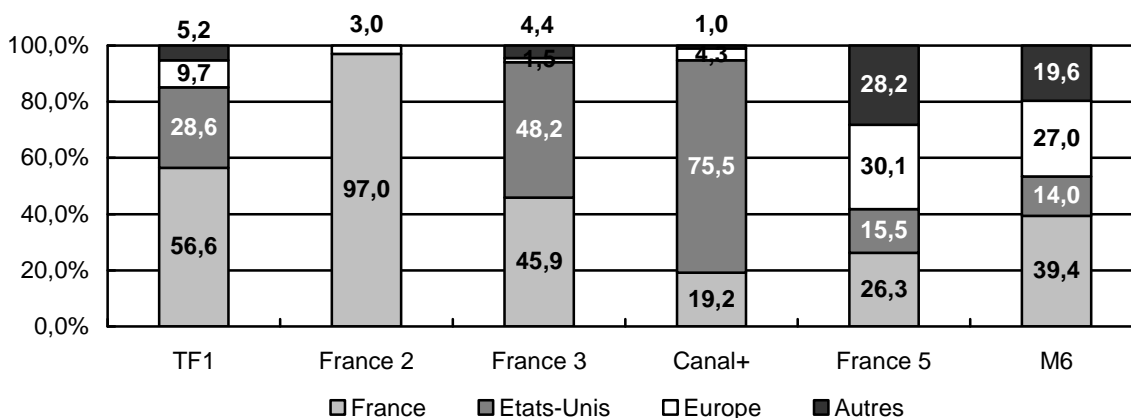
Volume d'animation diffusée sur les chaînes historiques selon la nationalité en 2008¹

	TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6	total	%
France	529 h 16	35 h 14	482 h 08	60 h 15	300 h 30	166 h 59	1574 h 22	40,4
Etats-Unis	267 h 32	-	506 h 04	236 h 33	176 h 31	59 h 22	1246 h 01	31,9
Europe	90 h 21	1 h 06	16 h 10	13 h 20	343 h 13	114 h 28	578 h 38	14,8
Autres nationalités	48 h 25	-	45 h 54	3 h 07	321 h 33	83 h 00	501 h 59	12,9
total	935 h 34	36 h 20	1050 h 15	313 h 14	1141 h 46	423 h 49	3900 h 59	100,0

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

Source : CNC, Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Structure de l'offre d'animation sur les chaînes historiques selon la nationalité en 2008 (%)¹



¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h-19h) ; films inclus.

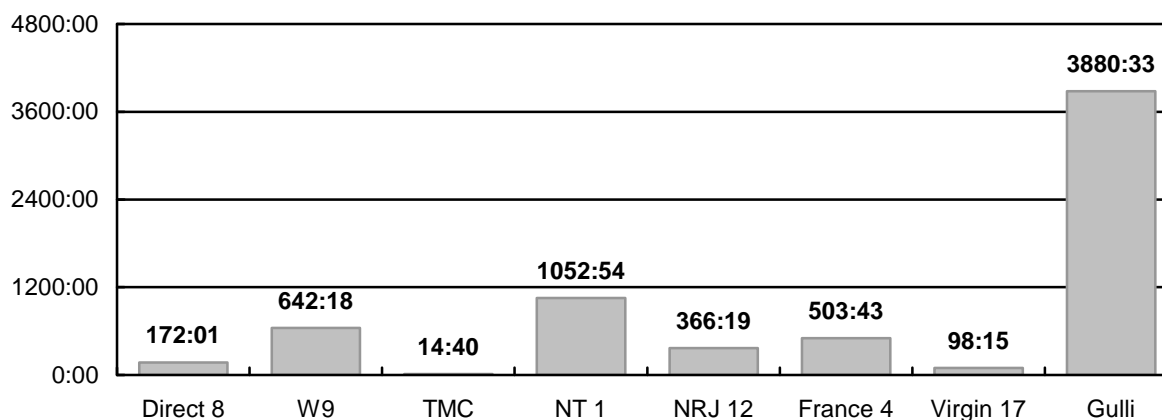
Source : CNC, Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

2. L'offre d'animation des chaînes de la TNT

La naissance de la TNT en 2005 a fortement enrichi l'offre gratuite de programmes d'animation à la télévision. En 2007, les chaînes gratuites de la TNT diffusent plus de 6 700 heures d'animation, soit plus de 60 % de l'offre d'animation de l'ensemble des chaînes hertziennes gratuites (hors Canal+ et Arte).

Avec 3 881 heures en 2007, la chaîne jeunesse Gulli diffuse, à elle seule, plus de la moitié des programmes d'animation diffusés sur les chaînes gratuites de la TNT (57,5 %). Gulli s'impose aussi comme la première offre d'animation gratuite à la télévision, devant France 5 et France 3. NT 1 est le deuxième diffuseur d'animation parmi les chaînes TNT et le quatrième en prenant en considération l'ensemble des chaînes hertziennes gratuites. Elle propose plus de 1 000 heures d'animation en 2007. Trois chaînes diffusent entre 350 heures et 650 heures. Il s'agit, par ordre décroissant, de W9, France 4 et NRJ 12. Direct 8, Virgin 17 et TMC diffusent moins de 200 heures de dessins animés chacune.

Volumes d'animation diffusée sur les chaînes gratuites de la TNT en 2007 (h :mn)



Source : Bilans du CSA.

Volumes d'animation diffusée sur les chaînes gratuites de la TNT depuis leur lancement

	2005 ¹	2006	2007
Direct 8	nd	nd	172 h 01
W9	48 h 51	404 h 00	642 h 18
TMC ²	nd	12 h 37	14 h 40
NT 1 ²	928 h 00	1107 h 14	1052 h 54
NRJ 12	17 h 00	186 h 42	366 h 19
France 4	430 h 00	221 h 43	503 h 43
Virgin 17	nd	209 h 50	98 h 15
Gulli	473 h 16	3919 h 44	3880 h 33

¹ Exercice incomplet en 2005. Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ 12 et France 4 ont été lancées le 31 mars 2005. Virgin 17 a débuté sa diffusion en octobre 2005, Gulli en novembre 2005.

² Estimation pour 2007, y compris animation cinématographique.

Source : Bilans du CSA.

a. La programmation de l'animation

En dehors de Gulli, l'offre d'animation sur les nouvelles chaînes de la TNT peut être considérée comme complémentaire de celle des chaînes hertziennes historiques. Les dessins animés des nouvelles chaînes s'adressent davantage à un public adolescent et de jeunes adultes. La programmation de ces chaînes est adaptée, en conséquence, aux disponibilités de ces cibles spécifiques.

LGK est la case jeunesse de NT 1. L'essentiel des programmes d'animation sont diffusés, en 2007, du lundi au vendredi en fin d'après-midi, le samedi matin et le dimanche matin. Les mangas japonais représentent les deux tiers de l'offre d'animation de la chaîne, ciblant principalement les préadolescents et les adolescents.

Sur W9, la programmation de dessins animés correspond, en 2007, à la diffusion de la série *les Simpson*. Elle fait partie des piliers de la programmation de la chaîne. Elle est proposée à des horaires stratégiques : à la mi-journée, en avant-soirée et, tous les samedis, en première partie de soirée.

Malgré une offre relativement étoffée, France 4 ne propose pas de case dédiée à la jeunesse et à l'animation. Plus de la moitié du volume horaire d'animation proposée par la chaîne en 2007 est diffusée entre 12 heures et 20 heures.

L'offre d'animation sur NRJ 12 s'adresse aussi essentiellement aux adolescents. Les dessins animés sont notamment diffusés en avant-soirée et après minuit en 2007.

Virgin 17 propose une offre axée autour des mangas, notamment programmée en fin d'après-midi et en deuxième partie de soirée.

Sur TMC, la programmation d'animation est concentrée pendant les vacances scolaires.

En diffusion numérique, la programmation d'animation est complétée, sur France 5, par la case *Bonsoir les zouzous*, diffusée de 20h00 à 20h40 du lundi au samedi jusqu'en septembre 2008, puis, par la suite, de 19h00 à 20h40 le dimanche.

b. Le cas particulier de Gulli

Gulli étant une chaîne dédiée à la jeunesse, l'essentiel de sa grille est composée de programmes d'animation. Ce genre représente 64,1 % de sa programmation en 2007 et 43,1 % du volume horaire total de diffusion entre 18 heures et 23 heures. Les dessins

animés diffusés sur Gulli sont, aux trois quarts, d'expression originale française. Leur programmation est aménagée pour répondre aux disponibilités des cibles visées. La chaîne propose également une case hebdomadaire de première partie de soirée aux classiques de l'animation jeunesse intitulée *Télé Grenadine* (le mardi en 2007, le jeudi en 2009).

Volume d'animation diffusée sur Gulli selon la nationalité en 2007

	volume	%
expression originale française (EOF)	2950 h 25	76,0
européenne non EOF	236 h 44	6,1
autre	693 h 24	17,9
total	3880 h 33	100,0

Source : Bilan du CSA.

3. L'offre d'animation des chaînes thématiques

A l'offre gratuite des chaînes historiques et de la TNT, s'ajoute l'offre d'animation des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL. Seize chaînes jeunesse sont disponibles (hors canaux de diffusion décalée). Dernière-née des chaînes jeunesse, Disney XD a remplacé Jetix à partir du 1^{er} avril 2009.

Les chaînes jeunesse diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL

Baby First	Filles TV
Baby TV	Game One
Boomerang	Mangas
Canal J	Nickelodeon
Cartoon Network	Piwi
Disney Channel (et Disney Channel +1)	Playhouse Disney
Disney Cinemagic (et Disney Cinemagic +1, Disney Cinemagic HD)	Télétoon (et Télétoon +1)
Disney XD (ex-Jetix)	Tiji

Source : Distributeurs ; Guide des chaînes numériques – mars 2009.

Les chaînes jeunesse s'adressent à des publics différents. Quatre catégories de chaînes peuvent être distinguées :

- Les chaînes pour les enfants de moins de 3 ans : Baby First et Baby TV ;
- Les chaînes pour les 3-6 ans : Boomerang, Piwi, Playhouse Disney, et Tiji ;
- Les chaînes pour les 7-14 ans, les plus nombreuses : Canal J, Cartoon Network, Disney Channel, Disney Cinémagic, Disney XD, Nickelodeon et Télétoon ;
- Les chaînes pour les adolescents et les jeunes adultes (15-24 ans) : Filles TV, Game One et Mangas.

Les chaînes thématiques jeunesse diffusent des proportions très variables d'animation. D'après l'édition 2009 du *Guide des chaînes numériques*, Game One, Disney Cinémagic et Disney Channel proposent entre 40 % et 50 % d'animation dans leurs grilles. Les dessins animés représentent 80 % du temps d'antenne de Cartoon Network et entre 90 % et 95 % du volume horaire total de diffusion de Télétoon, Playhouse Disney et Boomerang.

En observant les grilles de programmes des autres chaînes, il apparaît que la quasi-totalité de la diffusion de Mangas, de Piwi et de Tiji est dédiée à l'animation. Canal J et Disney XD consacrent également une forte proportion de leur grille à l'animation. Celle-ci est, en

revanche, relativement moins présente sur Nickelodeon. La proportion d'animation serait encore moins élevée sur Baby First et Baby TV. Enfin, Filles TV ne diffuse quasiment pas de dessins animés.

Sans être qualifiées de chaînes jeunesse, d'autres chaînes thématiques diffusent de l'animation, dont AB 1 (mangas, 15-34 ans), Canal+ Family (animation audiovisuelle et cinématographique, chaîne pour toute la famille) et MCM (mangas, 15-24 ans).

En 2006, le Syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA) estimait le volume annuel de diffusion d'animation à plus de 80 000 heures sur les chaînes numériques jeunesse.

B. Les films d'animation à la télévision

Cette partie analyse exclusivement les longs métrages d'animation ayant préalablement fait l'objet d'une sortie commerciale en salles de cinéma.

1. L'offre de films d'animation des chaînes historiques

Les chaînes nationales hertziennes analogiques (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte et Canal+) diffusent 50 œuvres cinématographiques d'animation en 2008, soit le plus haut niveau depuis dix ans. 56,0 % de ces films d'animation sont programmés par les seules chaînes en clair.

Le nombre de films d'animation diffusés à la télévision a été multiplié par 3,1 en dix ans. Cette augmentation est principalement le fait de Canal+, qui a également multiplié sa programmation par 3 entre 1999 et 2008 (7 films en 1999, 22 en 2008). TF1, qui ne diffusait pas de films d'animation, commence à le faire à partir de 2004. En 2008, elle en diffuse cinq. France 2 est la chaîne qui programme le moins de films d'animation sur ces dix dernières années. A l'inverse, M6 est la chaîne en clair qui en diffuse le plus, avec 13 films d'animation en 2008. Arte, pour la première fois en 2008, ne diffuse aucun film d'animation, alors que les années précédentes, elle programmait entre un et quatre films.

Diffusion des films d'animation sur les chaînes historiques

	TF1	France 2	France 3	France 5	M6	Arte	Canal+	total
1999	0	1	0	0	6	2	7	16
2000	0	0	3	0	7	3	1	14
2001	0	0	4	4	7	1	1	17
2002	0	1	7	3	3	1	12	27
2003	0	1	3	2	8	1	13	28
2004	2	2	2	8	11	2	16	43
2005 ¹	1	0	8	0	11	4	17	41
2006	0	2	2	3	9	1	14	31
2007	3	2	4	0	8	1	15	33
2008	5	1	6	3	13	0	22	50

¹ A partir de 2005, les films diffusés sur France 5 et Arte sont comptabilisés sur l'ensemble de la journée.
Source : CNC-CSA.

2. Saisonnalité de la diffusion des films d'animation

La diffusion des films d'animation sur les chaînes en clair est intensive pendant la période des fêtes de fin d'année : les mois de décembre et janvier concentrent 75,5 % des diffusions. Sur Canal+, ils concentrent 30,4 % des diffusions des films d'animation. Néanmoins, la chaîne programme également plus de 10 % de ses films d'animation en avril et en juillet, pendant des vacances scolaires. Le Festival d'animation d'Annecy, qui a lieu début juin, est également l'occasion pour Canal+ de diffuser une part de films d'animation non négligeable : 9,4 %, contre 5,7 % pour les chaînes en clair.

Diffusions mensuelles de films d'animation sur la période 1999-2008

	chaînes en clair ¹	%	Canal+	%
janvier	13	8,2	12	8,7
février	3	1,9	9	6,5
mars	3	1,9	7	5,1
avril	2	1,3	14	10,1
mai	8	5,0	8	5,8
juin	9	5,7	13	9,4
juillet	1	0,6	14	10,1
août	4	2,5	9	6,5
septembre	1	0,6	5	3,6
octobre	5	3,1	7	5,1
novembre	3	1,9	10	7,2
décembre	107	67,3	30	21,7
total	159	100,0	138	100,0

¹ TF1, France 2, France 3, M6 et Arte.

Source : CNC - CSA

3. Diffusion des films d'animation selon leur nationalité

En 2008, 53,6 % des films d'animation diffusés par les chaînes en clair sont inédits (38,9 % en 2007 et 17,6 % en 2006), c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair. Cette part atteint 72,7 % sur Canal+ en 2008 (66,7 % en 2007 et 78,6 % en 2006).

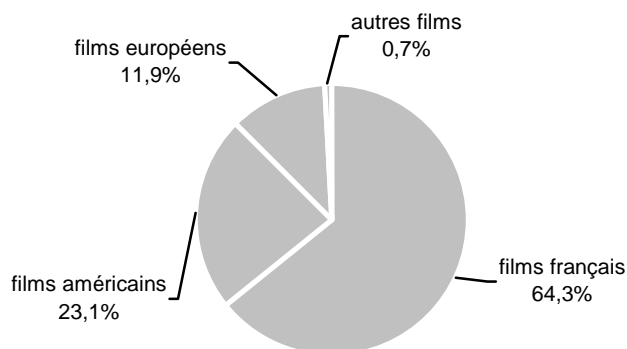
Sur les quatre principales chaînes (TF1, France 2, France 3 et M6), sont diffusés en 2008 13 films d'animation français, 7 films américains et 5 films européens. Sur la période 1999-2008, 64,3 % de la programmation de films d'animation est française. Les films d'animation américains représentent 23,1 % des diffusions et les films européens 11,9 %. Les films d'autres nationalités sont très peu représentés (0,7 %). Seul un film japonais a été diffusé depuis dix ans : *Ghost in the Shell* en 2001 sur M6.

Diffusion des films d'animation selon leur nationalité sur TF1, France 2, France 3 et M6

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
1999	5	71,4	1	14,3	1	14,3	0	0,0	7
2000	6	60,0	3	30,0	1	10,0	0	0,0	10
2001	6	54,5	4	36,4	0	0,0	1	9,1	11
2002	8	72,7	3	27,3	0	0,0	0	0,0	11
2003	7	58,3	3	25,0	2	16,7	0	0,0	12
2004	10	58,8	6	35,3	1	5,9	0	0,0	17
2005	16	80,0	1	5,0	3	15,0	0	0,0	20
2006	11	84,6	0	0,0	2	15,4	0	0,0	13
2007	10	58,8	5	29,4	2	11,8	0	0,0	17
2008	13	52,0	7	28,0	5	20,0	0	0,0	25

Source : CNC-CSA.

Répartition des diffusions selon la nationalité des films d'animation sur TF1, France 2, France 3 et M6 (1999-2008)



Source : CNC-CSA.

4. Diffusion des films d'animation selon l'horaire

En 2008, TF1, France 2, France 3 et M6 diffusent 9 films d'animation en première partie de soirée, soit 3 films de plus qu'en 2007. La diffusion des films d'animation en première partie de soirée débute à partir de 2000. Auparavant, tous les films d'animation étaient diffusés en journée. La programmation en deuxième partie de soirée et la nuit reste marginale sur la période : respectivement 3,5 % et 2,8 % de l'ensemble des diffusions entre 1999 et 2008. Les films d'animation en première partie de soirée composent 32,6 % de l'offre de ces dix dernières années. Ceci est le fait de M6, qui programme près de la moitié de ses films d'animation sur cette tranche horaire. Depuis 2007, TF1 commence à diffuser des films d'animation également en soirée.

Les films d'animation étant destinés à un public jeune, la majorité de leur programmation a lieu en journée. Ainsi, 60,8 % des films d'animation diffusés entre 1999 et 2008 sur TF1, France 2, France 3 et M6 sont-ils programmés entre 7h00 et 20h30.

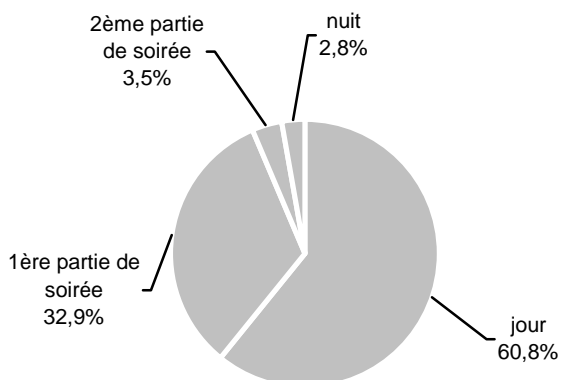
Diffusion des films d'animation selon l'horaire¹ sur TF1, France 2, France 3 et M6

	jour		1 ^{ère} partie de soirée		2 ^{ème} partie de soirée		nuit		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
1999	7	100,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7
2000	5	50,0	4	40,0	1	10,0	0	0,0	10
2001	7	63,6	2	18,2	2	18,2	0	0,0	11
2002	8	72,7	3	27,3	0	0,0	0	0,0	11
2003	6	50,0	5	41,7	1	8,3	0	0,0	12
2004	10	58,8	7	41,2	0	0,0	0	0,0	17
2005	13	65,0	7	35,0	0	0,0	0	0,0	20
2006	7	53,8	4	30,8	0	0,0	2	15,4	13
2007	9	52,9	6	35,3	1	5,9	1	5,9	17
2008	15	60,0	9	36,0	0	0,0	1	4,0	25

¹ Jour : de 07h00 à 20h29 ; 1^{ère} partie de soirée : de 20h30 à 22h20 ; 2^{ème} partie de soirée : de 22h21 à 23h59 ; nuit : de 00h00 à 06h59.

Source : CNC-CSA.

Répartition des diffusions selon l'horaire¹ sur TF1, France 2, France 3 et M6 (1999-2008)



¹ Jour : de 07h00 à 20h29 ; 1^{ère} partie de soirée : de 20h30 à 22h20 ; 2^{ème} partie de soirée : de 22h21 à 23h59 ; nuit : de 00h00 à 06h59.

Source : CNC-CSA.

5. L'offre cinématographique des chaînes de la TNT gratuite

En 2008, quatre chaînes de la télévision numérique terrestre gratuite sur neuf proposent des films d'animation. Au total, elles programment 16 films qui donnent lieu à 29 diffusions. Par rapport à 2007, l'offre a été multipliée par 2,3 (+128,6 %). Depuis 2005, date du lancement de la TNT, l'offre a été multipliée par 8.

Sur ces quatre dernières années, toutes les chaînes de la TNT ont programmé au moins une fois un film d'animation, à l'exception de LCP et de NRJ 12. En 2008, seules Gulli (7 films, 9 diffusions), TMC (3 films, 5 diffusions), Virgin 17 (5 films, 14 diffusions) et W9 (1 film) diffusent des films d'animation.

La majorité des films d'animation diffusés sur les chaînes gratuits de la TNT en 2008 sont des films américains (56,3 %). Il convient de signaler que les cinq films d'animation diffusés sur Virgin 17 sont de nationalité japonaise.

Nombre de films d'animation diffusés sur les chaînes gratuites de la TNT

	2005	2006	2007	2008
Direct 8	0	1	0	0
France 4	0	0	1	0
Gulli	0	0	3	7
LCP	0	0	0	0
NRJ 12	0	0	0	0
NT1	1	7	1	0
TMC	0	0	0	3
Virgin 17 ¹	0	0	0	5
W9	1	0	2	1
total	2	8	7	16

¹ Au 1^{er} janvier 2008, Europe 2 TV est devenue Virgin 17.
Source : CNC-CSA.

Nombre de films d'animation diffusés sur les chaînes gratuites de la TNT en 2008 selon la nationalité

	films français	films américains	films européens	autres films	total
Gulli	2	5			7
TMC		3			3
Virgin 17 ¹				5	5
W9		1			1
total	2	9	0	5	16

¹ Au 1^{er} janvier 2008, Europe 2 TV est devenue Virgin 17.
Source : CNC-CSA.

C. L'audience des programmes d'animation à la télévision

En 2008, l'animation représente 2,5 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus sur les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte). Les enfants surconsomment les programmes d'animation diffusés à la télévision. En effet, la part de la consommation de télévision sur les chaînes historiques captée par l'animation s'élève à 9,2 % pour les enfants âgés de 11 à 14 ans et à 17,4 % pour les 4-10 ans, alors que l'offre de programmes d'animation (films inclus) représente 7,4 % de l'offre globale des chaînes historiques.

1. L'audience de l'animation sur les chaînes historiques

Sur chaque chaîne en 2008, la part d'audience moyenne de l'animation sur l'ensemble de la journée pour les individus âgés de 4 ans et plus est inférieure à celle constatée tous programmes confondus. Les programmes d'animation sont essentiellement destinés aux 4-14 ans. Sur ces tranches d'âges (4-10 ans et 11-14 ans), l'audience de l'animation est nettement plus élevée que tous programmes confondus sur la plupart des chaînes.

Sur les 4-10 ans, TF1 réalise la meilleure performance d'audience de l'animation de l'ensemble des chaînes hertziennes historiques. Sa part d'audience de l'animation sur les 4-10 ans s'établit à 25,2 % sur l'ensemble de la journée et à 29,7 % pour sa programmation matinale. Elle devance l'offre de France 3 (respectivement 23,5 % et 21,5 %) et celle de France 5 (15,3 % et 10,8 %). En l'absence de concurrence des chaînes historiques sur ce

genre de programmes à la mi-journée, France 5 réalise une part d'audience supérieure à cet horaire.

France 3 est leader sur les 11-14 ans. La part d'audience de son offre d'animation s'élève à 26,4 % sur l'ensemble de la journée et à 33,8 % avant 8h30. Sur cette cible, France 3 se positionne ainsi devant TF1 (20,9 %) et M6 (12,1 %) sur l'ensemble de la journée et devant TF1 (18,6 %) et France 2 (8,9 %) pour l'offre d'animation diffusée avant 8h30.

Tous horaires confondus, TF1, Canal+ et France 5 enregistrent de meilleures performances sur les 4-10 ans que sur les 11-14 ans. France 2, France 3 et M6 sont, au contraire plus performante sur les 11-14 ans. Cette répartition est la même pour la seule offre diffusée avant 8h30, sauf pour M6, davantage performante sur les 4-10 ans à cet horaire. L'offre de Canal+ en clair enregistre, logiquement, une part d'audience supérieure à celle de son offre cryptée (5,5 % sur les 4-10 ans et 4,9 % sur les 11-14 ans).

Parts d'audience moyennes de l'animation en 2008¹ (%)

	ensemble des diffusions			diffusions avant 8h30		
	4 ans et plus	4-10 ans	11-14 ans	4 ans et plus	4-10 ans	11-14 ans
TF1	14,1	25,2	20,9	11,8	29,7	18,6
France 2	10,0	4,3	8,6	9,5	4,8	8,9
France 3	12,6	23,5	26,4	10,5	21,5	33,8
Canal+	1,9	3,6	3,4	2,3	3,0	2,5
France 5	4,1	15,3	6,3	4,2	10,8	3,2
M6	7,0	10,4	12,1	4,6	8,7	6,8

¹ France 5 : diffusion analogique 3h00-19h00 ; films inclus.

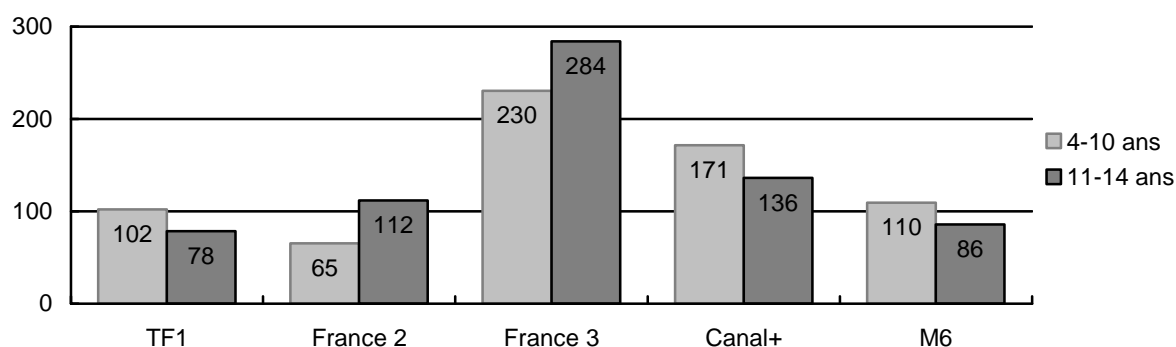
Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Au regard de la part d'audience moyenne de chaque chaîne, l'animation apparaît moins porteuse pour TF1, France 2 et M6 que pour France 3, Canal+ et France 5.

Sur son public cible, l'animation apporte une faible plus-value, voire une moins-value d'audience à TF1, France 2 et M6. En 2008, sur les 4-10 ans, la part d'audience de l'animation est supérieure de 2 % à la moyenne tous genres de programmes confondus de TF1. Elle est supérieure de 10 % sur M6 et inférieure de 35 % sur France 2. Sur les 11-14 ans, la part d'audience de l'animation est inférieure de 22 % à la moyenne de TF1, inférieure de 14 % à la moyenne de M6 et supérieure de 12 % à la moyenne de France 2.

Les programmes d'animation génèrent d'importantes plus-values d'audience par rapport aux standards de France 3, Canal+ et France 5. La part d'audience moyenne de l'animation sur France 5 s'établit à 15,3 % sur les 4-10 ans et à 6,3 % sur les 11-14 ans en 2008, alors que la part d'audience moyenne de la chaîne sur l'ensemble du public est de 5,5 % sur sa tranche horaire de diffusion analogique. Le rapport entre la part d'audience de l'animation et la part d'audience moyenne annuelle est de 2,3 sur les 4-10 ans et de 2,8 sur les 11-14 ans sur France 3. Il est de 1,4 sur les 4-10 ans et de 1,7 sur les 11-14 ans sur Canal+.

Parts d'audience de l'animation en 2008 (en indices)¹



¹ Ensemble de la journée ; films inclus.

Méthodologie : sur une même cible, part d'audience de l'animation / part d'audience moyenne de la chaîne x 100

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

La part d'audience de l'animation apparaît significativement plus élevée pendant les vacances scolaires que sur l'ensemble de l'année sur les 4 ans et plus pour l'ensemble des chaînes (+4 % à +14 %) à l'exception de France 3 (+1,6 %), sur les 4-10 ans pour Canal+ et M6 (+6 % et +14 %), sur les 11-14 ans pour TF1 et M6 (+9 % et +19 %). Elle est en retrait pour TF1 et France 2 sur les 4-10 ans et pour France 3, Canal+ et France 5 sur les 11-14 ans. Il convient de rappeler que TF1, France 3 et France 5 sont les chaînes dont l'offre est la moins différenciée pendant les vacances scolaires. Elles font face à une concurrence accrue des autres chaînes sur ces périodes, en particulier de la part de M6.

Parts d'audience moyenne de l'animation pendant les vacances scolaires en 2008¹ (%)

	4 ans et plus	4-10 ans	11-14 ans
TF1	14,9	23,6	22,7
France 2	10,4	4,2	8,7
France 3	12,8	23,7	25,1
Canal+	2,1	3,8	3,2
France 5	4,6	15,4	5,7
M6	8,0	11,9	14,4

¹ Les vacances scolaires couvrent l'ensemble des zones, soit du 1^{er} au 6 janvier 2008, du 9 février au 9 mars 2008, du 5 avril au 4 mai 2008, du 3 juillet au 1^{er} septembre 2008, du 25 octobre au 5 novembre 2008 et du 20 au 31 décembre 2008.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

En 2008, les programmes d'animation les plus porteurs sur les chaînes prises dans leur ensemble paraissent être les 23-26 minutes. Les formats longs d'animation, en particulier les films, génèrent également d'importantes plus-values sur TF1 et M6. La part d'audience moyenne des films d'animation s'établit à près de 60 % sur les 4-10 ans et les 11-14 ans sur TF1 et entre 20 % et 21 % sur M6.

Sur TF1, les meilleures performances de l'animation sont réalisées par les formats longs sur les trois cibles (4 ans et plus, 4-10 ans et 11-14 ans) puis par les dessins animés de moins de 8 minutes sur les 4-10 ans et les 11-14 ans et les dessins animés de 23-26 minutes sur les 4 ans et plus.

Sur France 2, ce sont les dessins animés de 23-26 minutes qui réalisent les meilleures performances d'audience sur les 4-10 ans et les 11-14 ans et les moins de 8 minutes sur les 4 ans et plus.

Sur France 3, les programmes de 23-26 minutes affichent les meilleures performances de l'animation sur les 4 ans et plus et les 4-10 ans. Les 11-14 ans privilégient les moins de 8 minutes et les 11-13 minutes.

Sur Canal+, les dessins animés de moins de 8 minutes enregistrent les meilleures performances d'audience devant les 23-26 minutes sur les trois cibles étudiées. Les films apparaissent plus en retrait, dans la mesure où ils sont diffusés en crypté.

Sur France 5, l'animation au format de 23-26 minutes apparaît en tête des performances sur les 4-10 ans et les 11-14 ans. Sur les 4 ans et plus, les moins de 8 minutes et les 11-13 minutes sont les mieux placés.

Enfin, sur M6, après les formats longs, les 23-26 minutes enregistrent les meilleures parts d'audience sur les 4 ans et plus et les 11-14 ans. Sur les 4-10 ans, les 11-13 minutes précèdent les 23-26 minutes.

Parts d'audience moyenne de l'animation selon le format en 2008¹ (%)

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
moins de 8 minutes	4 ans et plus	12,0	13,8	13,0	2,9	4,7	3,4
	4-10 ans	25,8	3,6	23,0	6,9	13,6	7,0
	11-14 ans	21,9	8,7	28,2	5,5	4,4	4,9
11 - 13 minutes	4 ans et plus	12,3	9,9	9,4	1,7	4,6	6,0
	4-10 ans	21,5	3,6	20,8	2,7	13,0	9,6
	11-14 ans	18,1	4,0	28,0	3,0	4,9	9,9
23 - 26 minutes	4 ans et plus	13,6	9,5	13,2	1,8	3,6	6,9
	4-10 ans	25,6	4,9	24,8	2,9	19,2	9,1
	11-14 ans	19,8	9,6	24,3	3,5	8,7	12,9
longs formats	4 ans et plus	29,9	4,2	8,1	1,6	2,8	11,6
	4-10 ans	57,4	0,0	14,3	2,8	8,6	21,5
	11-14 ans	55,7	0,1	11,1	2,7	3,0	19,2

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h00-19h00) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

Parts d'audience moyenne des films d'animation en 2008¹ (%)

	4 ans et plus	4-10 ans	11-14 ans
TF1	30,3	59,7	57,9
France 2	4,2	0,0	0,1
France 3	8,1	14,3	11,1
Canal+	1,7	2,9	2,8
France 5	3,2	8,8	4,2
M6	11,7	21,0	19,7

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h00-19h00).

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

En 2008, TF1 et France 3 se partagent les meilleures audiences de l'animation, selon les nationalités et les cibles (4 ans et plus, 4-10 ans, 11-14 ans).

Sur les 4 ans et plus, les programmes américains réalisent les meilleures performances de l'offre d'animation sur trois des cinq chaînes qui diffusent des programmes de cette

nationalité : TF1 (15,4 %), Canal+ (2,1 %) et M6 (7,7 %). Les programmes européens non français atteignent les meilleurs scores de l'animation sur France 3 (14,6 %) et France 5 (4,7 %).

Sur les 4-10 ans, l'offre américaine domine les audiences sur quatre des cinq chaînes : TF1 (27,2 %), Canal+ (4,0 %), France 5 (17,7 %) et M6 (12,1 %). Sur France 3, l'animation européenne non française est la plus performante (27,4 %).

Enfin, sur les 11-14 ans, l'animation américaine est leader sur Canal+ (3,7 %), France 5 (8,0 %) et M6 (14,6 %). Sur TF1, les programmes européens non français affichent la meilleure part d'audience moyenne (23,2 %). L'animation française est en tête sur France 3 (28,6 %).

Sur France 2, dont l'offre est quasi exclusivement française, les programmes de cette nationalité se placent en première position sur les trois cibles étudiées.

Parts d'audience moyenne de l'animation selon la nationalité en 2008¹ (%)

		TF1	France 2	France 3	Canal+	France 5	M6
France	4 ans et plus	13,5	10,4	12,3	1,3	4,3	7,3
	4-10 ans	23,8	4,4	22,7	2,1	14,4	10,0
	11-14 ans	21,8	8,8	28,6	2,4	5,5	12,5
Europe (hors France)	4 ans et plus	12,2	4,2	14,6	0,8	4,7	7,2
	4-10 ans	23,2	0,0	27,4	1,6	12,3	11,3
	11-14 ans	23,2	0,1	25,2	1,1	3,9	11,5
Etats-Unis	4 ans et plus	15,4	-	13,2	2,1	3,9	7,7
	4-10 ans	27,2	-	24,4	4,0	17,7	12,1
	11-14 ans	19,5	-	25,4	3,7	8,0	14,6
autres nationalités	4 ans et plus	11,9	-	8,0	0,7	3,8	3,7
	4-10 ans	26,2	-	14,4	0,4	17,4	6,4
	11-14 ans	23,0	-	15,7	0,3	7,9	7,5

¹ Ensemble de la journée, sauf pour France 5 (diffusion analogique 3h00-19h00) ; films inclus.

Source : Médiamétrie TV Performances - Médiamat - copyright Médiamétrie - tous droits réservés.

2. L'audience de l'animation sur les chaînes gratuites de la TNT

Peu d'informations sont disponibles concernant les audiences. Toutefois, en 2008, trois chaînes inscrivent des programmes d'animation parmi leurs meilleures audiences annuelles. Sur son créneau de diffusion exclusivement numérique, France 5 réalise sa deuxième meilleure audience lors de la diffusion, le 23 décembre, du film d'animation *Lucky Luke : Daisy Town* (0,7 million de téléspectateurs). Un épisode de la série d'animation américaine *les Simpson* enregistre la troisième plus forte audience de la chaîne (1,0 million de téléspectateurs). Enfin, sur Gulli, un épisode du dessin animé *Woody Woodpecker* a rassemblé le plus grand nombre de téléspectateurs parmi tous les programmes d'animation diffusés sur la chaîne. Il s'agit de la troisième meilleure audience de Gulli en 2008.

Sur W9, sur les cinq premiers mois de l'année 2009, *les Simpson* a atteint sa meilleure audience le 17 mars, en réunissant près de 1,2 million de téléspectateurs. La série se classe régulièrement à la première place des audiences hebdomadaires de la chaîne.

Par ailleurs, d'après des informations parues dans la presse, le film d'animation *Dinosaure* a réuni plus de 0,8 million de téléspectateurs le 4 novembre 2008 en première partie de soirée

sur TMC, la série d'animation *Star Wars : The Clone Wars* a rassemblé entre 0,7 et 0,8 million de téléspectateurs le 23 décembre 2008 sur W9 et près de 0,8 million de personnes ont regardé l'épisode de *Shuriken School* diffusé le 23 février 2009 à 18h20 sur Gulli (meilleure audience de journée sur la chaîne au mois de février 2009).

3. L'audience des chaînes thématiques jeunesse

D'après les derniers résultats d'audience des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL, Canal J est la première chaîne jeunesse sur le critère de la couverture hebdomadaire. Elle rassemble 4,3 millions de téléspectateurs en moyenne par semaine entre septembre 2008 et février 2009. Disney Channel est deuxième, avec 3,3 millions de téléspectateurs hebdomadaires, devant Télétoon (3,3 millions) et Tiji (3,1 millions). En termes de part de marché, trois chaînes arrivent à égalité, avec 0,7 % de part d'audience sur les 4 ans et plus : Canal J, Disney Channel et Jetix. Sur la cible des enfants de 4 à 10 ans, Jetix se place, avant son changement de nom, en première position.

L'audience des chaînes thématiques jeunesse (septembre 2008 – février 2009)

	téléspectateurs hebdomadaires (millions)	Part d'audience (%)
Boomerang	1,995	0,3
Canal J	4,333	0,7
Cartoon Network	2,326	0,2
Disney Channel	3,262	0,7
Disney Channel +1	1,720	0,1
Disney Cinemagic	2,255	0,2
Disney Cinemagic +1	1,929	0,1
Filles TV	1,948	0,1
Game One	2,070	0,3
Jetix	2,826	0,7
Mangas	1,501	0,1
Nickelodeon	1,706	0,1
Piwi	2,671	0,3
Playhouse Disney	2,834	0,5
Télétoon	3,256	0,4
Télétoon +1	2,336	0,1
Tiji	3,084	0,6

Source : Médiamétrie – MédiaCabSat – Ensemble de la journée, 4 ans et plus.

VI. L'exportation des programmes audiovisuels d'animation

Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelon national par le CNC et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'édition 2008 de *L'exportation des programmes audiovisuels en 2007*, publiée par le CNC en collaboration avec TV France International. Les données relatives aux ventes de programmes audiovisuels pour l'année 2008 ne sont pas encore disponibles au moment de la publication de cette étude.

Avec un total de 118,8 M€ en 2007 (+3,3 % par rapport à 2006), les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger réalisent la troisième performance la plus élevée de la décennie après celles des années 2001 et 2000 (respectivement 126,7 M€ et 129,3 M€). Cette évolution confirme le dynamisme du secteur audiovisuel français à l'international. En 2008, les préventes sont orientées à la hausse (+16,9 %), grâce à une progression des préventes sur la fiction. Il convient de souligner le recul des coproductions (-14,5 % par rapport à 2007), à l'exception de celles sur le documentaire.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ³	2008	évol. 08/07
ventes ¹	129,3	126,7	106,1	104,3	108,2	112,5	115,0	118,8	ND	
préventes ²	48,4	68,0	48,6	32,3	38,6	38,1	42,0	34,5	40,4	+16,9%
total ventes et préventes	177,7	194,7	154,7	136,6	146,8	150,6	157,0	152,6	ND	
coproductions ²	122,1	117,3	103,6	111,5	86,5	67,7	61,3	62,8	53,7	-14,5%

¹ Y compris ventes à TV5 et CFI.

² A partir de 2003, les préventes et les coproductions intègrent le spectacle vivant.

³ Données mises à jour en 2008.

ND : les données sur les ventes en 2008 seront disponibles à partir de septembre 2009.

Source : CNC-TV France International

A. Les performances de l'animation française à l'international

Historiquement, l'animation demeure le genre audiovisuel le plus ouvert à l'international. En 2007, elle concentre plus du tiers des ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger, alors que le volume horaire de production française d'animation représente moins de 10 % de l'ensemble des heures produites dans l'hexagone.

Après une année 2006 en demi-teinte, les ventes internationales de programmes français d'animation sont légèrement orientées à la baisse en 2007 (-2,0 % à 41,7 M€). Cette évolution accompagne la diminution des heures produites au niveau national (-20,7 % à 314 heures en 2007).

Les exportations de programmes français d'animation (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 ²	2008	évol. 08/07
ventes ¹	44,8	56,4	45,0	38,2	39,5	45,3	42,6	41,7	ND	
préventes	17,5	42,2	24,3	18,9	21,5	21,9	24,0	18,4	17,2	-6,5%
total ventes et préventes	62,3	98,6	69,3	57,1	61,0	67,2	66,6	60,1	ND	
coproductions	64,3	53,1	54,2	36,7	40,9	29,8	32,7	34,9	25,7	-26,3%

¹ Y compris ventes à TV5 et CFI.

² Données mises à jour en 2008.

ND : les données sur les ventes en 2008 seront disponibles à partir de septembre 2009.

Source : CNC-TV France International

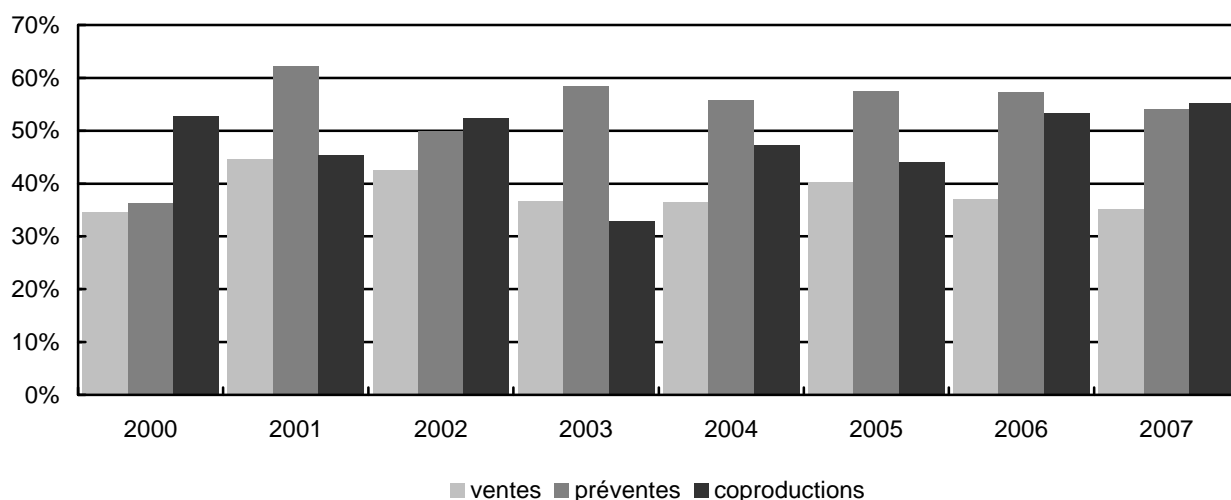
En 2008, les financements étrangers alloués à la production de programmes français d'animation diminuent de 19,4 % à 42,9 M€. Cette évolution s'explique en grande partie par la diminution des apports en coproduction (-26,3 %). Les préventes à l'étranger reculent moins fortement (-6,5 %). Les apports étrangers demeurent toutefois la première source de financement du genre (28,3 % du total, contre 30,3 % en 2007). En moyenne, ils couvrent 36,6 % des devis entre 2000 et 2008. Au total, 173 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger en 2008 (coproduction et prévente), soit 66,9 % du volume total produit. L'année précédente, 77,8 % du volume d'animation mis en production avaient bénéficié d'un financement étranger (244 heures).

Sauf exceptions pour les séries longues de type 26x26', les apports en coproduction sur les œuvres d'animation se font aujourd'hui très majoritairement sur des œuvres d'initiative française, ce qui permet généralement aux producteurs de conserver une part plus importante des droits des œuvres et davantage de territoires de ventes. Ainsi, en 2008, 108 heures de coproductions majoritairement françaises ont été initiées avec un apport étranger total de 14,1 M€ dont 6,9 M€ d'apports en coproduction et 7,2 M€ de préventes. Parallèlement, 65 heures de coproductions minoritairement françaises ont été produites, financées par un apport étranger total de 28,8 M€ dont 18,8 M€ d'apports en coproduction et 10,0 M€ de préventes.

Entre 2000 et 2007, l'évolution des flux internationaux de la production d'animation a accompagnée celle de la production audiovisuelle globale. Sur ces huit années, les ventes et préventes de programmes d'animation sont restées stables (-0,5 % en moyenne par an), tandis que les ventes et préventes de programmes tous genres confondus diminuaient de 1,9 % par an en moyenne. Parallèlement, les apports en coproduction sur les œuvres d'animation ont reculé en moyenne de 7,3 % par an entre 2000 et 2007 (contre -7,8 % par an en moyenne tous genres confondus).

La part de l'animation dans le total des ventes passe de 37,0 % en 2006 à 35,1 % en 2007, soit un niveau proche de celui atteint depuis le début de la décennie (38,4 % en moyenne entre 2000 et 2007). Les préventes d'animation représentent 54,1 % de l'ensemble des préventes de programmes audiovisuels en 2007. En 2000, cette part atteignait 36,2 %. Il convient de souligner que l'animation capte à elle seule 55,2 % des apports en coproduction versés à la production audiovisuelle française en 2007.

Evolution du poids de l'animation dans l'exportation de la production audiovisuelle française



Source : CNC.

B. La géographie des coproductions de la production française d'animation

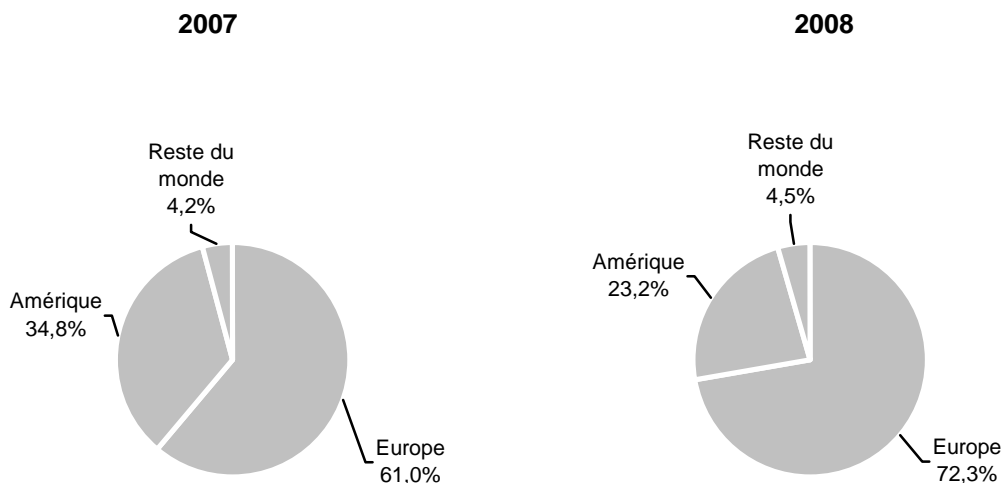
Traditionnellement, l'Europe de l'Ouest et l'Amérique du Nord constituent les principaux partenaires des producteurs français dans le financement des programmes français d'animation.

En 2008, L'Europe investit 12,4 M€ dans les œuvres françaises d'animation, soit 72,3 % des préventes totales du genre (61,0 % en 2007). La Grande-Bretagne devient le premier partenaire étranger des producteurs français d'animation, avec 9,2 M€ de préachats investis en 2008 (1,0 M€ en 2007). L'appétence des britanniques pour les œuvres françaises d'animation se manifeste également par une forte progression des apports en coproduction, passés de 1,0 M€ en 2007 à 9,5 M€ en 2008. L'Allemagne, auparavant partenaire majeur des producteurs hexagonaux (6,7 M€ d'apports en 2007) est absent en 2008. L'Italie enregistre quant à elle une importante diminution de ses préventes, passées de 3,6 M€ en 2007 à 1,9 M€ en 2008. En revanche, les apports en coproduction versés par les partenaires transalpins connaissent une progression de 10,5 % à hauteur de 4,8 M€.

En 2008, la zone nord-américaine est à l'initiative de 23,2 % des préachats de programmes d'animation (34,8 % en 2007). En raison de l'existence d'accords de coproduction et de l'attractivité de son système de soutien, le Canada demeure un partenaire historique de la France dans le financement de programmes d'animation. En 2008, le montant des préventes dans ce territoire recule de 35,1 % à 3,7 M€, tandis que les apports en coproduction progressent de 31,4 % à 6,5 M€. Pour la deuxième année consécutive, les Etats-Unis diminuent leur participation, désormais réduite à une portion marginale (0,3 M€ en 2008, contre 2,9 M€ en 2007).

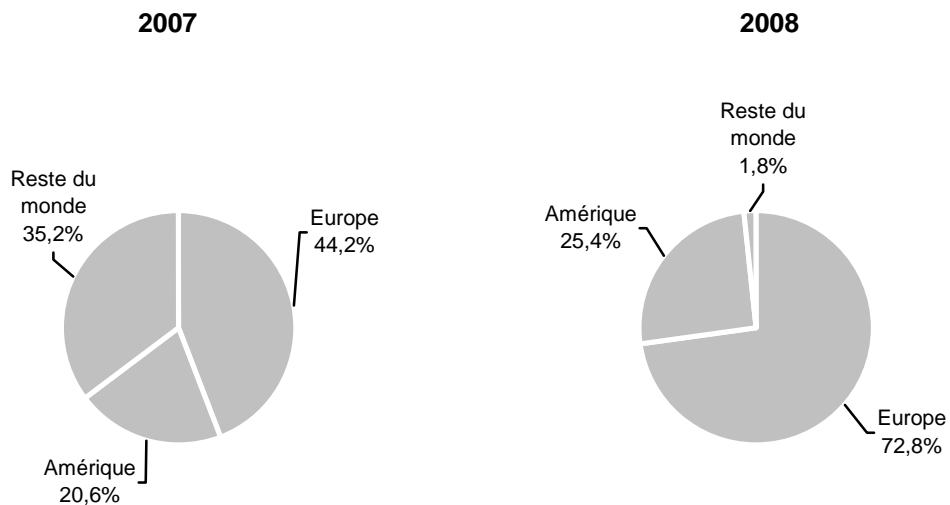
Enfin, au sortir d'une année faste, la zone asiatique enregistre un important recul de ses apports en coproduction, qui passent de 12,3 M€ en 2007 à 0,5 M€ en 2008.

Répartition des préventes étrangères de programmes d'animation français par zone géographique



Source : CNC.

Répartition des apports étrangers en coproduction sur les programmes d'animation français par zone géographique



Source : CNC.

C. La géographie des ventes d'animation française

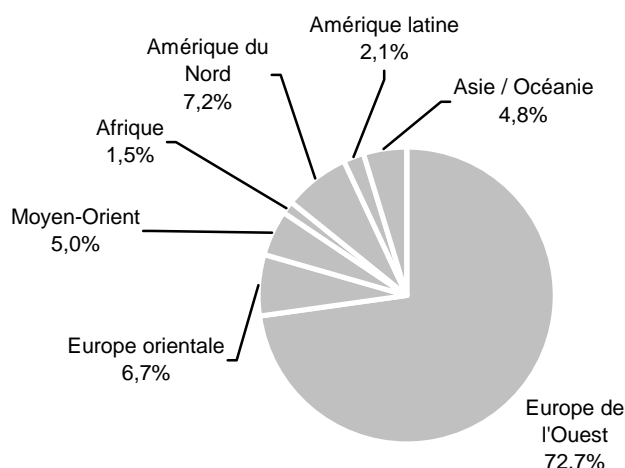
Avec 72,7 % des ventes totales en 2007 (+12,1 points par rapport à 2006), l'Europe de l'Ouest renforce sa position de principale zone d'accueil des programmes français d'animation. Cette évolution s'explique en grande partie par le retour à une situation plus concurrentielle sur le marché germanophone, partagé entre Nickelodeon, KIKI et Super RTL. L'Italie reste un partenaire de confiance pour les exportateurs français d'animation. Les

ventes sont principalement réalisées avec les groupes Rai et Mediaset. A l'inverse, le marché reste complexe en Espagne, du fait de la diminution des budgets d'acquisition de programmes étrangers qu'a connue le secteur audiovisuel public en 2007. En plus de quelques contrats conclus avec des distributeurs spécialisés en vidéo, des ventes sont réalisées auprès du réseau de chaînes autonomiques Forta. En raison de la domination exercée par les majors américaines sur la cible des préscolaires, le marché anglophone est toujours aussi difficile d'accès. Le succès croissant rencontré par les séries de fiction jeunesse au Royaume-Uni pourrait toutefois inciter les producteurs français à développer davantage ce format.

La situation est autrement plus difficile outre-Atlantique, avec une part de marché en recul de 9,2 points à 7,2 % en 2007. Cette diminution s'explique par un rétrécissement du marché américain consécutif aux réorientations stratégiques opérées par Cartoon Network et Disney Channel, qui se sont soldées par une réduction des achats de séries françaises et une contraction des prix. La zone Asie / Océanie n'échappe pas à cette tendance défavorable et voit sa part de marché divisée par deux à 4,8 % en 2007. Quelques ventes sont effectuées auprès de distributeurs en Corée du Sud et auprès des plus petits pays de la zone, mais sur des droits très courts et pour de faibles montants. En 2007, l'Europe centrale et orientale absorbe 6,7 % des ventes totales de programmes français d'animation (5,8 % en 2006). Il s'agit d'un marché émergent, notamment sur le segment de la vidéo. Amorcée en 2006, la percée des programmes français au Moyen-Orient se poursuit en 2007, avec une part de marché en progression de 2,2 points à 5,0 %.

Du point de vue de l'offre elle-même, il convient de signaler une appétence des gros territoires pour la comédie d'animation, sur la cible des 6-10 ans. Les distributeurs privilégient dans leur ensemble la production de séries longues et tendent à échelonner leurs lancements dans le temps.

Répartition des ventes de programmes français d'animation par zone géographique en 2007



Source : CNC.

D. La concentration du secteur de l'exportation d'animation française

En 2007, la concentration du secteur de l'exportation de programmes audiovisuels d'animation s'atténue. En effet, le poids de l'activité des dix premières sociétés se réduit sensiblement au sein du total (-14,5 points), de même que celui des cinq premières sociétés (-11,3 points). Si l'exportation des œuvres d'animation tend à se répartir plus harmonieusement entre les sociétés, le niveau de concentration demeure toutefois élevé, reflétant la complexité d'ensemble (financière, technique et temporelle) du processus de production.

Concentration du marché d'exportation des programmes français d'animation

	2003	2004	2005	2006	2007
chiffre d'affaires des 5 premières entreprises (M€)	21,3	22,0	22,2	26,2	20,9
part du chiffre d'affaires total (%)	55,8	55,7	49,0	61,5	50,2
chiffre d'affaires des 10 premières entreprises (M€)	28,1	30,0	30,4	37,0	30,2
part du chiffre d'affaires total (%)	73,6	75,9	67,1	86,9	72,4
chiffre d'affaires de l'ensemble des entreprises (M€)	38,2	39,5	45,3	42,6	41,7
part du chiffre d'affaires total (%)	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC-TV France International

VII. L'animation en vidéo

Les longs métrages d'animation, aussi bien que les œuvres d'animation télévisuelles, représentent un segment important du marché de la vidéo.

A. Le marché de détail

Les dépenses des ménages en vidéo sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires et les grandes surfaces spécialisées, de la vente par correspondance et des ventes sur internet. Ces chiffres n'incluent ni les ventes en kiosques ni dans les stations services. Ils excluent également le segment de la location.

A chaque support (DVD, Blu-Ray, VHS) sont associés un genre (film ou hors film, fiction, animation, documentaire, humour,...) et une nationalité. Ce rapprochement est effectué à partir des données du CNC. Sont considérées comme « films » toutes les œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma préalable à l'exploitation sur le marché de la vidéo. Les nationalités et les genres retenus pour les œuvres cinématographiques sont ceux enregistrés par le CNC. A partir de 2007, le segment de la VHS est exclu du périmètre d'analyse et le marché des ventes sur internet est distingué de l'ensemble des « autres points de vente ».

1. Les films d'animation en vidéo

En 2008, les longs métrages d'animation réalisent 15,0 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo, contre 13,8 % en 2007. Les recettes associées au genre sont en progression de 7,1 % à 117,2 M€. *Ratatouille*, *les Simpson – le film* et *les 101 Dalmatiens*, respectivement deuxième, cinquième et quatorzième au classement des ventes en 2008, contribuent largement au niveau atteint par l'animation cinématographique en vidéo. Dans un contexte de baisse générale, le genre se maintient à un niveau relativement élevé par rapport aux années précédentes et participe à la relative stabilité du chiffre d'affaires global du secteur par rapport à 2007.

Sur les cinq dernières années, seule 2005 enregistre un part de marché en valeur supérieure à celle de 2008. C'est également en 2005 que l'animation cinématographique réalise sa plus belle performance avec 154,4 M€ de chiffre d'affaires. Toutefois, il convient de signaler que cette année correspond à la sortie en vidéo de plusieurs films à succès : *Shrek 2* (premier du classement 2005), *les Indestructibles* (quatrième) ou encore *Gang de requins* (dixième).

En 2008, plus de 7 millions de vidéogrammes de films d'animation sont vendus au grand public, soit 12,2 % du volume total. Les volumes d'animation augmentent ainsi de 1,3 % par rapport à 2007 mais diminuent de 7,2 % par rapport à 2004 (-1,8 % en moyenne par an). Ce recul est toutefois moins prononcé que celui de l'ensemble du marché dont le volume des ventes baisse de 9,8 % entre 2008 et 2004, soit -2,6 % par an en moyenne.

Résultats des films en vidéo selon le genre¹

	volume (millions)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
fiction	57 460	54 123	51 766	50 988	51 341	1 027,4	824,5	736,1	676,5	654,0
animation	7 731	8 175	7 329	7 083	7 176	147,4	154,4	125,3	109,4	117,2
documentaire	237	1 176	523	360	477	4,9	24,4	9,0	5,3	8,0
total	65 429	63 474	59 619	58 432	58 994	1 179,6	1 003,2	870,4	791,2	779,2
parts de marché (%)										
fiction	87,8	85,3	86,8	87,3	87,0	87,1	82,2	84,6	85,5	83,9
animation	11,8	12,9	12,3	12,1	12,2	12,5	15,4	14,4	13,8	15,0
documentaire	0,4	1,9	0,9	0,6	0,8	0,4	2,4	1,0	0,7	1,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.

Source : CNC – GfK.

En 2008, 97,6 % des films d'animation achetés en vidéo le sont sur DVD (-2,0 points). Bien que le DVD domine totalement le marché, les supports haute définition (HD), commercialisés seulement depuis 2006, assurent déjà 2,4 % des ventes en volume. Les ventes de vidéogrammes HD sont ainsi multipliées par 5,5 par rapport à 2007, à 171 000 unités.

La part de marché du DVD s'effrite plus rapidement en valeur qu'en volume. En effet, le support capte 96,2 % du chiffre d'affaires total en 2008, contre 99,3 % en 2007 (-2,9 points). Ce phénomène s'explique notamment par le fait que le prix moyen d'un vidéogramme HD (25,78 €) est très nettement supérieur à celui d'un DVD (16,10 €) en 2008.

Résultats des films d'animation en vidéo selon le support¹

	volume (milliers)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
DVD	6 463	7 722	7 255	7 052	7 005	125,94	147,85	124,80	108,61	112,76
HD				31	171				0,81	4,42
VHS	1 269	453	74			21,42	6,51	0,52		
total	7 731	8 175	7 329	7 083	7 176	147,35	154,35	125,32	109,42	117,18
parts de marché (%)										
DVD	83,6	94,5	99,0	99,6	97,6	85,5	95,8	99,6	99,3	96,2
HD	0,0	0,0	0,0	0,4	2,4	0,0	0,0	0,0	0,7	3,8
VHS	16,4	5,5	1,0	0,0	0,0	14,5	4,2	0,4	0,0	0,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.

Source : CNC – GfK.

Le marché des films d'animation en vidéo est dominé par les œuvres américaines. Ces dernières représentent 85,7 % des ventes en volume et 87,7 % du chiffre d'affaires, contre respectivement 7,8 % et 6,4 % pour les œuvres françaises.

Depuis 2006, l'animation française est en baisse constante, tant en volume qu'en valeur. Toutefois, si le nombre de vidéogrammes vendus reste à un niveau relativement élevé en 2007 et 2008, le chiffre d'affaires retombe aux niveaux constatés en 2004 et 2005. Il convient néanmoins de signaler que 2006 est une année atypique pour l'animation française car elle correspond à la sortie en vidéo de *Kirikou et les bêtes sauvages*, qui avait connu un large succès (25^e au classement des ventes de 2006).

Au global, l'ensemble du segment des longs métrages d'animation en vidéo affiche une diminution du chiffre d'affaires de 20,5 % entre 2004 et 2008, soit -5,6 % en moyenne par an. La plus forte baisse est supportée par les films américains : -21,7 %, contre -19,9 % pour les films non américains et non européens, -12,0 % pour les films européens et -3,0 % pour les films français.

En revanche la baisse est plus limitée en volume. Ainsi, le volume des ventes de films d'animation diminue-il de 7,2 % sur les cinq dernières années (-1,8 % par an en moyenne). Le moindre recul du volume des ventes est notamment dû à la très nette progression enregistrée par les films français (+45,4 %) et par les films européens (+15,2 %). A l'inverse, le volume des films d'animation d'Outre-Atlantique baisse de 10,3 % par rapport à 2004 et celui des films non américains et non européens de 18,3 %.

Résultats des films d'animation en vidéo selon la nationalité¹

	volume (milliers)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
films français	383	442	677	611	557	7,69	7,25	12,29	10,08	7,46
films américains	6 861	6 741	5 536	5 758	6 152	131,32	128,54	93,94	88,70	102,78
films européens	206	404	613	310	237	3,17	7,38	10,15	3,65	2,79
autres films	282	588	502	404	230	5,18	11,19	8,94	6,98	4,15
total	7 731	8 175	7 329	7 083	7 176	147,35	154,35	125,32	109,42	117,18
parts de marché (%)										
films français	5,0	5,4	9,2	8,6	7,8	5,2	4,7	9,8	9,2	6,4
films américains	88,7	82,5	75,5	81,3	85,7	89,1	83,3	75,0	81,1	87,7
films européens	2,7	4,9	8,4	4,4	3,3	2,1	4,8	8,1	3,3	2,4
autres films	3,6	7,2	6,9	5,7	3,2	3,5	7,2	7,1	6,4	3,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.

Source : CNC – GfK.

Les films d'animation sont surreprésentés dans le chiffre d'affaires des hypermarchés et supermarchés : ils concentrent 18,5 % des recettes des films en vidéo en 2008, contre 12,1 % dans les grandes surfaces spécialisées et 10,9 % des ventes de vidéo physique par internet. L'achat d'œuvres cinématographiques d'animation dans les grandes surfaces alimentaires est en général spontané et répond souvent à une demande des enfants présents lors de l'achat.

Le poids des films d'animation est ainsi plus fort dans le chiffre d'affaires vidéo des grandes surfaces alimentaires que dans celui des autres circuits de distribution. Toutefois, il se situe au-delà de 10 % dans tous les circuits.

Résultats des films d'animation selon le genre et le circuit de distribution (%)¹

	volume					chiffre d'affaires				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
GSA²										
fiction	84,9	82,0	84,1	83,9	82,6	84,6	78,5	82,1	83,2	80,8
animation	14,8	16,5	15,2	15,7	16,7	15,1	19,4	17,1	16,4	18,5
documentaire	0,3	1,6	0,7	0,5	0,6	0,3	2,1	0,8	0,4	0,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
GSS²										
fiction	91,3	88,7	89,0	88,5	88,1	90,5	86,3	87,2	88,2	86,6
animation	8,3	9,2	9,9	10,6	10,7	8,9	10,9	11,5	10,9	12,1
documentaire	0,5	2,1	1,1	1,0	1,2	0,6	2,8	1,3	0,9	1,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
internet										
fiction	-	-	-	88,9	89,9	-	-	-	86,6	87,9
animation	-	-	-	10,2	9,1	-	-	-	12,4	10,9
documentaire	-	-	-	0,9	1,1	-	-	-	1,0	1,2
total	-	-	-	100,0	100,0	-	-	-	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées dans la catégorie "autres points de ventes".

² GSA : grandes surfaces alimentaires ; GSS : grandes surfaces spécialisées.

Source : CNC – GfK.

En 2008, les grandes surfaces alimentaires captent 50,7 % du volume et 56,0 % du chiffre d'affaires vidéo total réalisés par les films d'animation. Même si elles captent toujours plus de la moitié du secteur, les grandes surfaces alimentaires affichent une part de marché en recul au profit des grandes surfaces spécialisées. En effet, ces dernières assurent 30,6 % des ventes de films d'animation en volume et 34,3 % en valeur en 2008, contre respectivement 20,4 % et 21,1 % en 2004. Toutefois, ce phénomène est également constaté tous genres de films confondus.

8,8 % des vidéogrammes de films d'animation vendus et 6,4 % du chiffre d'affaires réalisé par ces films sont assurés par les ventes sur internet en 2008.

Poids des ventes selon le circuit de distribution (%)¹

	volume					chiffre d'affaires				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
GSA²										
animation	58,6	62,4	58,4	50,9	50,7	60,3	64,3	59,0	57,4	56,0
total	46,8	48,8	47,2	39,5	36,8	49,9	51,0	49,6	48,3	45,5
GSS²										
animation	20,4	24,6	29,3	27,9	30,6	21,1	25,2	30,2	31,8	34,3
total	29,2	34,5	36,3	32,1	34,8	29,5	35,7	37,7	40,5	42,7
internet										
animation	-	-	-	10,9	8,8	-	-	-	7,5	6,4
total	-	-	-	12,9	11,9	-	-	-	8,4	8,7

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées dans la catégorie "autres points de ventes".

² GSA : grandes surfaces alimentaires ; GSS : grandes surfaces spécialisées.

Source : CNC – GfK.

2. Les programmes audiovisuels pour enfants en vidéo

En 2008, le segment des programmes de fiction et d'animation à destination des enfants devient le deuxième du hors film avec 17,4 % des ventes en valeur (16,4 % en 2007). Il affiche toutefois une baisse de chiffre d'affaires de 9,0 % par rapport à 2007.

Sur les cinq dernières années, le chiffre d'affaires dégagé par les ventes de programmes audiovisuels pour enfants recule de 29,6 %, soit une diminution de 8,4 % par an en moyenne. A l'inverse, le segment enregistre la deuxième plus forte progression en volume sur la période, derrière la fiction, à +50,3 % (+10,7 % en moyenne par an).

Chiffre d'affaires du hors film en vidéo selon le genre¹

	volume (millions)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
musique	7,03	7,59	7,54	6,81	5,17	131,19	138,44	130,75	109,71	73,85
humour	8,03	6,98	7,53	5,94	4,81	125,27	114,28	109,35	83,17	72,21
fiction	15,62	24,09	34,49	37,73	38,82	195,78	247,25	317,44	314,38	283,08
enfants	6,87	11,51	11,26	10,98	10,32	140,59	139,03	124,46	108,74	98,92
documentaire	2,44	2,21	3,37	3,18	2,93	41,91	33,72	42,96	36,28	30,47
autres	3,41	0,87	0,90	0,86	0,93	15,78	12,90	13,43	10,92	11,27
total	43,40	53,25	65,10	65,49	62,98	650,52	685,63	738,39	663,20	569,80
parts de marché (%)										
musique	16,2	14,3	11,6	10,4	8,2	20,2	20,2	17,7	16,5	13,0
humour	18,5	13,1	11,6	9,1	7,6	19,3	16,7	14,8	12,5	12,7
fiction	36,0	45,2	53,0	57,6	61,6	30,1	36,1	43,0	47,4	49,7
enfants	15,8	21,6	17,3	16,8	16,4	21,6	20,3	16,9	16,4	17,4
documentaire	5,6	4,1	5,2	4,9	4,7	6,4	4,9	5,8	5,5	5,3
autres	7,9	1,6	1,4	1,3	1,5	2,4	1,9	1,8	1,6	2,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.
Source : CNC – GfK.

La quasi-totalité des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo est éditée sur DVD. Il capte 99,9 % des ventes en volume et 99,6 % du chiffre d'affaires. Les supports HD sont moins répandus sur le segment du hors film que sur celui du film.

Résultats des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo selon le support¹

	volume (milliers)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
DVD	5 764	10 864	11 138	10 974	10 307	113,82	132,69	123,75	108,64	98,55
HD				3	15				0,09	0,38
VHS	1 102	646	117			26,77	6,34	0,71		
total	6 866	11 511	11 255	10 977	10 322	140,59	139,03	124,46	108,74	98,92
parts de marché (%)										
DVD	83,9	94,4	99,0	100,0	99,9	81,0	95,4	99,4	99,9	99,6
HD	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,4
VHS	16,1	5,6	1,0	0,0	0,0	19,0	4,6	0,6	0,0	0,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.
Source : CNC – GfK.

Les titres de programmes pour enfants les plus performants sont américains et se composent notamment des prolongements, uniquement sortis en vidéo, d'œuvres cinématographiques ayant rencontré un très grand succès en salles (*la Fée Clochette*, *le Secret de la petite sirène* en 2008).

La part de marché des programmes français recule légèrement dans l'animation et la fiction jeunesse (18,3 % en 2008, contre 20,7 % en 2007). Le chiffre d'affaires des programmes français sur ce segment diminue de 19,4 % entre 2007 et 2008. Toutefois, les ventes de programmes français pour enfants sont hausses significatives par rapport à 2004, tant en volume (+68,5 %) qu'en valeur (+41,7 %). Dans ce contexte, le segment gagne également des parts de marché, captant 18,3 % du chiffre d'affaires en 2008 (9,1 % en 2004) et 21,3 % des ventes de vidéogrammes (12,6 % en 2004).

Résultats des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo selon la nationalité¹

	volume (milliers)					chiffre d'affaires (M€)				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
programmes français	1 304	2 117	2 028	2 565	2 197	12,81	23,60	20,92	22,52	18,15
autres programmes	9 030	9 393	9 228	8 412	8 126	127,78	115,43	103,54	86,21	80,78
total	10 333	11 511	11 255	10 977	10 322	140,59	139,03	124,46	108,74	98,92
parts de marché (%)	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
programmes français	12,6	18,4	18,0	23,4	21,3	9,1	17,0	16,8	20,7	18,3
autres programmes	87,4	81,6	82,0	76,6	78,7	90,9	83,0	83,2	79,3	81,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus.
Source : CNC – GfK.

Sur le segment du hors film, les œuvres pour enfants captent 21,2 % du chiffre d'affaires vidéo des hypermarchés et supermarchés en 2008, contre 14,6 % de celui des grandes surfaces spécialisées et 14,2 % de celui des ventes de vidéo physique par internet.

Résultats des programmes audiovisuels pour enfants selon le genre et le support (%)¹

GSA ²	volume					chiffre d'affaires				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
musique	13,0	14,1	12,2	11,6	9,1	16,6	18,9	17,8	16,7	12,4
humour	21,0	17,4	14,8	11,6	10,0	25,3	22,6	19,3	16,1	16,3
fiction	39,2	35,0	45,9	51,9	56,0	22,2	27,5	37,4	43,4	46,1
enfants	18,6	29,6	21,1	19,5	20,3	30,0	27,1	20,0	19,4	21,2
documentaire	3,7	2,9	4,9	4,3	3,5	4,3	2,7	4,3	3,5	2,8
autres	4,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,6	1,2	1,2	1,0	1,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

GSS ²	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
musique	22,0	16,3	12,9	11,8	9,7	25,6	23,0	19,5	18,6	15,1
humour	18,1	11,8	10,9	9,2	8,1	15,6	13,8	12,8	11,5	12,2
fiction	31,0	49,8	54,6	58,0	60,8	33,8	39,6	44,1	47,0	48,3
enfants	11,7	15,2	14,0	13,5	13,6	13,6	14,8	14,1	13,5	14,6
documentaire	8,0	5,3	6,0	6,0	6,0	8,6	6,8	7,5	7,4	7,4
autres	9,3	1,6	1,5	1,5	1,8	2,8	2,0	2,1	2,0	2,4
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

internet	2007	2008	2007	2008
musique	9,9	9,1	10,2	8,5
humour	4,6	4,9	4,2	4,4
fiction	58,2	57,9	63,5	64,6
enfants	19,7	19,8	14,7	14,2
documentaire	5,6	5,9	5,5	6,3
autres	2,0	2,4	1,8	2,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées dans la catégorie "autres points de ventes".

² GSA : grandes surfaces alimentaires ; GSS : grandes surfaces spécialisées.

Source : CNC – GfK.

En 2008, les grandes surfaces alimentaires assurent 48,0 % du chiffre d'affaires réalisé sur les ventes vidéo de programmes jeunesse, contre 37,7 % pour les grandes surfaces spécialisées et 10,8 % pour internet. Sur les cinq dernières années, le poids des grandes surfaces alimentaires tend à se réduire au profit des grandes surfaces spécialisées.

Les grandes surfaces alimentaires sont surreprésentées dans le chiffre d'affaires des fictions et animations jeunesse : elles en captent 48,0 %, contre 39,3 % en moyenne pour l'ensemble du segment hors film.

Poids des ventes selon le circuit de distribution (%)¹

	volume					chiffre d'affaires				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
GSA²										
enfants	55,3	58,5	53,8	49,5	47,7	57,2	56,5	51,9	50,5	48,0
total	46,9	42,8	44,1	42,4	38,6	41,2	42,2	43,7	42,8	39,3
GSS²										
enfants	23,6	27,9	31,8	31,4	32,7	23,8	31,8	35,8	35,9	37,7
total	31,9	39,6	39,3	39,0	39,4	37,9	43,7	42,9	43,4	44,7
internet										
enfants	-	-	-	6,9	7,6	-	-	-	9,7	10,8
total	-	-	-	5,9	6,3	-	-	-	10,8	13,3

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition (HD) sont inclus. Par ailleurs, à partir de 2007, les ventes par internet sont distinguées dans la catégorie "autres points de ventes".

² GSA : grandes surfaces alimentaires ; GSS : grandes surfaces spécialisées. Source : CNC – GfK.

B. De la salle à la vidéo

Pour effectuer ces analyses un échantillon de films a été défini. Il est constitué des films sortis en salles entre 1998 et 2007 et édités en vidéo sur la même période. L'échantillon compte ainsi 5 293 films dont 4 655 fictions, 436 documentaires et 202 films d'animation.

Au total, 3 819 œuvres sont sorties en vidéo au 31 décembre 2007, soit 72,2 % de l'ensemble des films sortis en salles. La proportion de films d'animation sortis en vidéo est toutefois plus élevée. En effet, 87,6 % des œuvres d'animation sorties en salles entre 1998 et 2007 sont disponibles en vidéo à fin 2007, contre 73,7 % des fictions et 48,2 % des documentaires.

Sur la période 1998-2007, les films d'animation représentent 3,8 % des films sortis en salles et 4,6 % des sorties vidéo. Les deux marchés sont largement dominés par la fiction (89,9 % des films en vidéo, contre 87,9 % des films en salles).

Films sortis en salles selon le genre

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
films sortis en salles											
animation	6	18	18	16	21	22	23	23	30	25	202
documentaire	25	22	26	35	35	42	75	57	52	67	436
fiction	424	494	488	453	429	445	461	473	507	481	4655
total	455	534	532	504	485	509	559	553	589	573	5 293
films édités en vidéo											
animation	6	15	17	16	21	21	22	22	27	10	177
documentaire	12	14	14	17	15	22	53	30	23	10	210
fiction	308	376	374	364	334	369	369	387	408	143	3432
total	326	405	405	397	370	412	444	439	458	163	3 819
films non édités en vidéo											
animation		3	1			1	1	1	3	15	25
documentaire	13	8	12	18	20	20	22	27	29	57	226
fiction	116	118	114	89	95	76	92	86	99	338	1223
total	129	129	127	107	115	97	115	114	131	410	1 474

Source : CNC.

Parmi les 202 films d'animation sortis en salles entre 1998 et 2007, 90 sont américains (44,6 % du total), 41 sont non européens et non américains (20,3 %), 40 sont français (19,8 %) et 31 sont européens (15,3 %). Parmi ces films, 177 sont disponibles en vidéo dont 46,3 % de films américains, 21,5 % de films français, 18,1 % de films non européens et non américains et 14,1 % de films européens. Les œuvres nationales sont ainsi mieux représentées sur le marché de la vidéo que sur celui de la salle.

En moyenne, 95,0 % des films français sortis en salles sur la période 1998-2007 sont édités en vidéo au 31 décembre 2007, contre 91,1 % des films américains, 80,6 % des films européens et 78,0 % des films non européens et non américains. En excluant l'année 2007, la totalité des films d'animation français sortis en salles sont disponibles sur le marché de la vidéo. Les films d'Outre Atlantique présentent des résultats similaires, à l'exclusion de 2006 où 93,3 % des films sortis en salles sont édités en vidéo au 31 décembre 2007.

Films d'animation sortis en salles selon la nationalité

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
films sortis en salles											
films français	1	3	4	2	3	7	4	3	7	6	40
films américains	5	7	9	8	12	6	8	9	15	11	90
films européens		4	2	4	1	3	4	7	4	2	31
autres films		4	3	2	5	6	7	4	4	6	41
total	6	18	18	16	21	22	23	23	30	25	202
films édités en vidéo											
films français	1	3	4	2	3	7	4	3	7	4	38
films américains	5	7	9	8	12	6	8	9	14	4	82
films européens		2	2	4	1	2	3	7	3	1	25
autres films		3	2	2	5	6	7	3	3	1	32
total	6	15	17	16	21	21	22	22	27	10	177
films non édités en vidéo											
films français										2	2
films américains									1	7	8
films européens		2				1	1		1	1	6
autres films		1	1					1	1	5	9
total	0	3	1	0	0	1	1	1	3	15	25

Source : CNC.

Les résultats présentés ci-après concernent les films de l'échantillon dont les éditeurs vidéo ont fourni les documents justificatifs au CNC (déclaration, pour chaque œuvre éditée, du nombre de copies vendues et du chiffre d'affaires net facturé). 3 540 films sont dans ce cas, soit 92,7 % des films sortis en salles et édités en vidéo entre 1998 et 2007. Les tableaux ci-après sont présentés selon l'année de sortie du film en salles.

Parmi les 3 540 films examinés, 161 sont des films d'animation, soit 4,5 % du total. Bien que peu nombreux, les films d'animation enregistrent des résultats particulièrement performants en termes de copies éditées et de chiffre d'affaires éditeurs dégagé : respectivement 14,4 % et 15,0 % des totaux tous genres confondus.

En moyenne, un film d'animation est édité en vidéo sur 369 000 copies et génère 4,32 M€ de chiffre d'affaires, contre 109 000 copies et 1,22 M€ pour une fiction et 117 000 copies et 1,31 M€ par film tous genres confondus.

Résultats des films édités en vidéo selon le genre

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
titres											
animation	6	14	16	15	20	20	21	20	23	6	161
documentaire	11	14	13	14	14	19	46	28	18	8	185
fiction	294	358	370	352	313	347	330	355	350	125	3 194
total	311	386	399	381	347	386	397	403	391	139	3 540
copies vidéo (milliers)											
animation	6 501	4 715	6 533	5 594	9 949	5 846	7 489	4 701	6 573	1 446	59 347
documentaire	163	643	33	496	434	195	1 352	1 076	303	38	4 733
fiction	39 216	31 470	38 118	46 010	43 136	40 101	43 380	32 303	24 513	10 155	348 402
total	45 880	36 828	44 685	52 101	53 519	46 141	52 221	38 080	31 389	11 639	412 482
chiffre d'affaires éditeurs (M€)											
animation	80,09	63,38	68,92	65,31	104,77	66,74	100,17	53,05	71,58	21,42	695,44
documentaire	0,73	2,88	0,45	5,44	4,30	1,99	16,14	12,90	2,78	0,44	48,05
fiction	430,20	320,50	357,46	541,78	507,27	478,53	489,03	365,50	289,70	127,41	3 907,38
total	511,02	386,76	426,83	612,52	616,33	547,27	605,34	431,46	364,07	149,27	4 650,87

Source : CNC.

98,8 % des films d'animation de l'échantillon sont édités sur DVD. Seuls deux films sortis en 1999 n'ont pas été édités sur DVD à fin 2007. 67,8 % des copies vidéo et 67,1 % du chiffre d'affaires éditeurs des films d'animation concerne le support DVD. Depuis 2003, le DVD assure plus de 90 % des ventes en volume et en valeur de l'animation.

Résultats des films d'animation édités en vidéo selon le support

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
titres											
vidéocassettes	5	14	15	14	16	16	12	5			97
laser	2	1									3
DVD	6	12	16	15	20	20	21	20	23	6	159
UMD	1		1	1	3	2	1	3	3		15
HD						1		1	3		5
total	6	14	16	15	20	20	21	20	23	6	161
copies vidéo (milliers)											
vidéocassettes	4 889	3 222	3 439	2 434	3 189	1 260	579	45			19 057
laser	20	7									26
DVD	1 592	1 486	3 086	3 160	6 754	4 584	6 908	4 644	6 550	1 446	40 210
UMD	1		8	1	6	0	1	12	3		31
HD						1		0	19		20
total	6 501	4 715	6 533	5 594	9 949	5 846	7 489	4 701	6 572	1 446	59 345
chiffre d'affaires éditeurs (M€)											
vidéocassettes	66,92	44,59	40,41	26,44	31,46	11,81	6,11	0,21			227,95
laser	0,30	0,09									0,39
DVD	12,87	18,70	28,50	38,87	73,28	54,92	94,07	52,79	71,31	21,42	466,73
UMD	0,00		0,01	-0,01	0,02	0,00	0,00	0,05	0,02		0,10
HD						0,01		0,00	0,25		0,26
total	80,09	63,38	68,92	65,31	104,77	66,74	100,17	53,05	71,58	21,42	695,44

Source : CNC.

78 films d'animation américains sortis en salles entre 1998 et 2007 sont disponibles en vidéo (48,4 % du total), représentant 47,3 millions des copies éditées (79,8 %) et 578,61 M€ de chiffre d'affaires éditeurs (83,2 %). En moyenne, un film d'animation américain est édité sur 607 000 copies et génère 7,42 M€ de chiffre d'affaires éditeurs.

Les films français, malgré leur nombre relativement important (35 films, soit 21,7 % de l'échantillon) enregistrent des résultats plutôt faibles : 5,7 millions de copies (9,5 %) et 56,72 M€ de chiffre d'affaires éditeurs (8,2 %). Un film d'animation national dégage 1,62 M€ de recettes éditeurs en moyenne entre 1998 et 2007, pour 162 000 copies.

En moyenne, un film d'animation américain est édité sur 3,7 fois plus de copies qu'un film d'animation français (1,6 fois plus qu'un film d'animation toutes nationalités confondues) et ses ventes rapportent 4,6 fois plus à son éditeur que celles d'un film français (1,7 fois plus qu'un film d'animation toutes nationalités confondues).

Les films européens totalisent 11,2 % des titres d'animation disponibles, 6,1 % des copies éditées et 3,7 % du chiffre d'affaires sur la période 1998-2007. Un film européen compte, en moyenne, 202 000 copies et totalise 1,42 M€ de chiffre d'affaires éditeurs.

Parmi les 161 films d'animation considérés, 30 sont non européens et non américains (18,6 % des titres). Ils assurent 4,6 % des copies vendues et 5,0 % du chiffre d'affaires. Les films non européens et non américains enregistrent des moyennes par titre particulièrement faible : 90 000 copies et 1,15 M€ par film.

Résultats des films d'animation édités en vidéo selon la nationalité

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
titres											
films français	1	2	3	2	3	7	4	3	6	4	35
films américains	5	7	9	8	12	6	8	8	14	1	78
films européens		2	2	3		2	2	6	1		18
autres films		3	2	2	5	5	7	3	2	1	30
total	6	14	16	15	20	20	21	20	23	6	161
copies vidéo (milliers)											
films français	1 068	311	229	195	189	533	128	940	1 922	153	5 667
films américains	5 434	4 120	4 206	4 798	9 101	4 531	6 912	2 478	4 517	1 249	47 345
films européens		77	1 621	549		172	4	1 208	2		3 632
autres films		208	477	53	659	610	445	75	132	43	2 703
total	6 501	4 715	6 533	5 594	9 949	5 846	7 489	4 701	6 573	1 446	59 347
chiffre d'affaires éditeurs (M€)											
films français	9,20	2,34	1,87	1,64	1,33	5,63	1,53	7,28	24,64	1,27	56,72
films américains	70,89	57,63	54,48	61,32	94,16	53,15	93,01	29,00	45,42	19,54	578,61
films européens		0,76	6,46	1,61		0,48	0,06	16,27	0,02		25,65
autres films		2,65	6,11	0,74	9,28	7,49	5,58	0,50	1,50	0,60	34,46
total	80,09	63,38	68,92	65,31	104,77	66,74	100,17	53,05	71,58	21,42	695,44

Source : CNC.

Parmi les 161 films d'animation édités en vidéo entre 1998 et 2007, 22 le sont sur plus d'un million de copies (13,7 % de l'offre) et 108 sur plus de 50 000 copies (67,1 %). Deux tiers des films (plus de 50 000 copies) captent ainsi 98,7 % des copies éditées et 98,8 % du chiffre d'affaires. Moins de 14 % des titres (plus d'un million de copies) totalisent 59,6 % des volumes et 61,0 % des recettes éditeurs.

Résultats des films d'animation édités en vidéo selon le nombre de copies

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	total
titres											
plus d'un million	4	2	3	3	3	1	3		2	1	22
plus de 500 000	4	2	3	4	8	2	6	4	3	1	37
plus de 200 000	5	3	8	5	8	6	7	10	9	1	62
plus de 100 000	5	8	10	8	10	9	7	10	14	1	82
plus de 50 000	5	10	11	12	13	14	10	12	18	3	108
total	6	14	16	15	20	20	21	20	23	6	161
copies vidéo (milliers)											
plus d'un million	6 040	3 494	4 193	4 062	6 108	2 922	4 727		2 561	1 249	35 356
plus de 500 000	6 040	3 494	4 193	4 599	9 432	3 818	6 844	2 521	3 489	1 249	45 679
plus de 200 000	6 500	3 779	6 044	4 977	9 432	4 981	7 054	4 429	5 319	1 249	53 765
plus de 100 000	6 500	4 469	6 347	5 299	9 677	5 399	7 054	4 429	6 172	1 249	56 594
plus de 50 000	6 500	4 643	6 424	5 582	9 878	5 752	7 295	4 587	6 497	1 392	58 549
total	6 501	4 715	6 533	5 594	9 949	5 846	7 489	4 701	6 573	1 446	59 347
chiffre d'affaires éditeurs (M€)											
plus d'un million	76,94	49,69	41,73	51,73	59,84	33,15	63,03		28,26	19,54	423,90
plus de 500 000	76,94	49,69	41,73	53,24	100,56	45,33	92,23	30,60	39,71	19,54	549,58
plus de 200 000	80,07	54,25	64,62	58,50	100,56	59,27	94,85	50,85	58,99	19,54	641,51
plus de 100 000	80,07	61,08	67,42	62,11	102,98	62,84	94,85	50,85	67,48	19,54	669,23
plus de 50 000	80,07	62,60	67,92	65,20	104,14	65,93	97,72	51,92	70,88	20,66	687,06
total	80,09	63,38	68,92	65,31	104,77	66,74	100,17	53,05	71,58	21,42	695,44

Source : CNC.

C. Concentration du marché de l'animation en vidéo

Au total, 113 éditeurs sont actifs sur le marché des œuvres cinématographiques sortis en vidéo entre 1997 et 2008 dont 30 éditeurs sur le segment des films d'animation.

Le marché de l'animation est relativement moins concentré que l'édition de films en vidéo tous genres confondus. En moyenne, 10 % des éditeurs réalisent plus de 88 % du chiffre d'affaires tous genres confondus. Sur le segment de l'animation, les 10 % d'éditeurs les plus actifs génèrent 74,8 % du chiffre d'affaire total du genre. 89,3 % des recettes éditeurs sur l'animation sont captés par les 20 % de sociétés les plus actives (98,2 % tous genres confondus) et 95,8 % par les 30 % de sociétés les plus actives (99,7 % tous genres confondus).

Concentration des éditeurs en fonction du chiffre d'affaires réalisé sur les films (%)¹

	animation	tous genres
10 % des éditeurs	74,8	88,4
20 % des éditeurs	89,3	98,2
30 % des éditeurs	95,8	99,7

¹ Films sortis en salles entre 1998 et 2007 et sortis en vidéo avant le 31/12/2007.
Source : CNC.

Sur la période 1998-2007, les 10 premiers éditeurs de films d'animation totalisent 96,9 % du chiffre d'affaires.

Buena Vista Home Video capte à lui seul plus de 50 % des recettes éditeurs avec 36 films d'animation sortis en salles et en vidéo entre 1998 et 2007 dont six films figurent parmi les 10 plus performants de la période : *le Monde de Nemo* (premier), *Tarzan* (deuxième), *Monstres & Cie* (cinquième), *Mulan* (septième), *Frère des ours* (neuvième) et *Dinosaure* (dixième).

Avec 14,8 % de part de marché, Universal Pictures Vidéo est deuxième au classement des éditeurs de films d'animation. La société commercialise notamment *Shrek* (sixième) et *Shrek 2* (troisième).

Classement des éditeurs de films d'animation selon le chiffre d'affaires¹

éditeur	%
Buena Vista Home Video	50,7
Universal Pictures Video	14,8
Twentieth Century Fox Home	9,4
Paramount Home Entertainment (France) Sas	7,6
Warner Bros France	4,0
Sony Pictures Home Entertainment	2,8
France Télévision Distribution	2,5
EuropaCorp	2,4
Pathé Vidéo	1,6
M6	1,1

¹ Films sortis en salles entre 1998 et 2007 et sortis en vidéo avant le 31/12/2007.
Source : CNC.

10 % des films d'animation captent 51,2 % des recettes des éditeurs vidéo sur le genre entre 1998 et 2007. Tous genres confondus, les 10 % de films les plus performants génèrent

67,8 % du chiffre d'affaires des éditeurs. En ce qui concerne les films, le segment de l'animation est ainsi nettement moins concentré que le marché dans son ensemble.

Concentration des films selon le chiffre d'affaires des éditeurs vidéo¹

	animation	tous genres
10 % des films	51,2	67,8
20 % des films	75,9	84,1
30 % des films	87,0	91,8

¹ Films sortis en salles entre 1998 et 2007 et sortis en vidéo avant le 31/12/2007.
Source : CNC.

Sur la période 1998-2007, *le Monde de Nemo* se place en tête du classement des films avec 4,8 % de part de marché devant *Tarzan* (4,5 %) et *Shrek 2* (3,8 %).

Classement des films d'animation selon le chiffre d'affaires des éditeurs vidéo¹

	titre	éditeur	sortie vidéo	%
1	Le Monde de Némó	Buena Vista Home Video	2004	4,8
2	Tarzan	Buena Vista Home Video	2000	4,5
3	Shrek 2	Universal Pictures Video / Paramount Home Entertainment	2005	3,8
4	Anastasia	Twentieth Century Fox Home	1998	3,6
5	Monstres & Cie	Buena Vista Home Video	2002	3,6
6	Shrek	Universal Pictures Video / Paramount Home Entertainment	2002	3,5
7	Mulan	Buena Vista Home Video	1999	3,5
8	L'Age de glace	Twentieth Century Fox Home	2003	3,0
9	Frère des ours	Buena Vista Home Video	2004	2,9
10	Dinosaure	Buena Vista Home Video	2001	2,9

¹ Films sortis en salles entre 1998 et 2007 et sortis en vidéo avant le 31/12/2007.
Source : CNC.

VIII. L'animation en Vidéo à la Demande

Depuis 2005, le CNC recense l'offre de vidéo à la demande (VàD). Depuis janvier 2008, huit plates-formes sont analysées sur un rythme mensuel : CanalPlay, TF1 Vision, Virgin Mega, France Télévisions, Arte VOD, Club Internet et Univers Ciné.

A chaque œuvre sont associés un genre (film ou hors film, fiction, animation ou documentaire) et une nationalité. Ce rapprochement est effectué à partir des données du CNC. Sont considérées comme « films » toutes les œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation en salles préalable à l'exploitation sur le marché de la VàD. Les nationalités et les genres retenus pour les œuvres cinématographiques sont ceux enregistrés par le CNC.

A chaque film cinématographique est également associée la notion d'œuvre de nouveauté inférieure à 12 mois (dont la sortie en salles est inférieure à 12 mois), d'œuvre de nouveauté supérieure à 12 mois (dont la sortie en salles est supérieure à 12 mois et inférieure à 36 mois) et d'œuvre de catalogue (dont la sortie en salles est supérieure à 36 mois). Cette notion est par conséquent évolutive dans le temps puisqu'elle est le résultat de la soustraction suivante : dernier jour du mois de présence sur une plate-forme de VàD – date de sortie en salles.

A. Les films d'animation en vidéo à la demande

De plus en plus de plates-formes proposent des films d'animation cinématographiques en VàD : CanalPlay, Carrefour, Cinézime, ClicMovies, Dissidenz, Editions Montparnasse, Europa Film Treasures, Filmo TV, Fnac, France Télévisions, Glowria, Iminéo, MK2 VOD, Orange, TF1 Vision, UniversCiné, Vidéo@Volonté, Virgin Mega.

En 2008, 4 230 films cinématographiques sont disponibles sur les huit plates-formes analysées. L'animation représente 2,9 % de cette offre, soit 119 films.

Toutefois, l'offre évolue considérablement au cours des 12 mois de l'année. En effet, 3 960 films sont disponibles en décembre 2008, contre 2 842 films en janvier 2008. L'offre progresse ainsi de 39,3 % sur la période, soit 3,1 % de films en plus par mois en moyenne. En ce qui concerne l'animation, la hausse est plus soutenue puisque le nombre de films croît de 44,3 % entre janvier et décembre (+3,4 % en moyenne par mois). Mis à part en juin et en novembre, qui enregistrent une légère baisse de l'offre de films d'animation, tous les mois présentent un nombre de films en augmentation par rapport au mois précédent.

Sur l'année, l'animation représente entre 2,5 % (janvier) et 2,9 % (juillet, août et septembre) de l'offre globale de films en VàD et compte entre 70 films (janvier) et 101 films (octobre et décembre) disponibles par mois.

90,8 % des films d'animation disponibles en VàD en 2008 le sont en location, contre 20,2 % en téléchargement définitif. Toutefois, le poids des films disponibles en location est en retrait au cours de l'année 2008, passant de 90,0 % en janvier à 75,2 % en décembre. A l'inverse, celui des films en téléchargement définitif augmente : 15,7 % en janvier, contre 23,8 % en décembre.

La part des films d'animation dans l'offre locative est égale à celle de l'ensemble des films en 2008 (2,8 %) alors que celle dans l'offre en téléchargement définitif est supérieure (3,1 %).

Offre mensuelle de films en vidéo à la demande selon le genre en 2008

	fiction	animation	documentaire	total
janvier	2 727	70	45	2 842
février	2 774	82	46	2 902
mars	2 854	85	46	2 985
avril	2 969	85	48	3 102
mai	3 103	92	53	3 248
juin	3 055	86	54	3 195
juillet	3 145	94	55	3 294
août	3 196	96	62	3 354
septembre	3 290	100	59	3 449
octobre	3 483	101	65	3 649
novembre	3 619	97	77	3 793
décembre	3 778	101	81	3 960
année	4 028	119	83	4 230

Source : CNC.

Près de la moitié des films d'animation (49,6 %) proposés en VàD en 2008 sont américains, contre 25,2 % de films français, 10,1 % de films européens et 15,1 % de films non américains et non européens.

Parmi les 119 films d'animation disponibles en VàD en 2008, 42,9 % sont recommandés Art et Essai. Décembre est le mois où l'offre de films d'animation Art et Essai est la plus élevée, tant en nombre (47 films) qu'en poids (46,5 %).

Sur les 12 mois, l'offre d'œuvres recommandées progresse plus vite que celle des œuvres non recommandées : respectivement +56,7 % et +35,0 % entre janvier et décembre 2008.

En 2008, 52,1 % des films d'animation proposés sur les huit plates-formes analysées ont réalisé moins de 500 000 entrées en salles. Toutefois, 21,8 % d'entre eux ont rassemblé plus de 2 millions d'entrées.

Sur l'année, l'augmentation du nombre de films d'animation (+44,3 % entre janvier et décembre) est surtout le fait des films du « milieu » (ayant réalisé entre 200 000 et un million d'entrées) dont l'offre progresse de +60,0 % sur la période.

L'offre de films en VàD, notamment de films d'animation, est largement dominée par les œuvres de catalogue. Le nombre de films d'animation de moins de 12 mois recule d'un tiers entre janvier et décembre 2008, quand celui des films de catalogue augmente de 47,8 % et celui des films dont la sortie en salles est comprise entre 12 et 36 mois progresse de 61,1 % (+44,3 % en moyenne tous films d'animation confondus).

Le nombre de films d'animation français nouveaux (date de sortie en salles inférieure à 36 mois) augmente de 116,7 % sur la période janvier/décembre 2008, contre 9,1 % pour les films américains et 37,5 % en moyenne tous nouveaux films d'animation confondus.

Sur le segment de la nouveauté, 69,7 % des films d'animation disponibles en VàD ont réalisé moins de 500 000 entrées en salles et seulement 3,0 % plus de 2 millions.

Offre mensuelle de films d'animation en vidéo à la demande selon leurs caractéristiques en 2008

	janvier	février	mars	avril	mai	juin	juillet	août	septembre	octobre	novembre	décembre	année
total	70	82	85	85	92	86	94	96	100	101	97	101	119
nationalité													
films français	16	21	21	21	22	21	21	22	27	28	29	30	30
films américains	33	39	42	42	44	42	49	50	47	49	43	44	59
films européens	9	10	10	10	10	9	10	11	11	9	11	11	12
autres films	12	12	12	12	16	14	14	13	15	15	14	16	18
recommandation													
films Art et Essai	30	35	34	36	39	38	37	40	44	45	43	47	51
films non recommandés	40	47	51	49	53	48	57	56	56	56	54	54	68
entrées en salles													
moins de 200 000	28	29	29	30	32	32	33	32	33	33	34	37	38
de 200 à 500 000	13	15	16	15	18	16	17	18	19	20	20	21	24
de 500 000 à 1 million	5	6	6	6	7	6	6	8	9	10	10	10	12
de 1 à 2 millions	12	16	15	16	15	12	12	13	17	17	17	17	19
plus de 2 millions	12	16	19	18	20	20	26	25	22	21	16	16	26
ancienneté													
nouveauté<12mois	6	4	4	4	6	6	6	6	7	5	5	4	
nouveauté>12mois	18	21	22	21	24	23	25	24	24	27	26	29	
catalogue	46	57	59	60	62	57	63	66	69	69	66	68	

Source : CNC.

En 2008, 34,5 % des films d'animation disponibles en VàD sont proposés sur une seule et unique plate-forme, 28,6 % sur deux plates-formes et 37,0 % sur au moins trois plates-formes.

Toutefois, les offres mensuelles font apparaître des résultats très contrastés. En effet, l'offre exclusive sur une plate-forme concerne entre 46,5 % (en juin) et 56,4 % (en décembre) des films d'animation selon les mois. Ce phénomène illustre les comportements du marché qui accorde parfois l'exclusivité d'une œuvre à une plate-forme mais sur une très courte durée.

Offre mensuelle de films d'animation en vidéo à la demande selon le nombre de plates-formes en 2008

	une	deux	trois	quatre	cinq	total
janvier	35	19	6	9	1	70
février	40	22	9	9	2	82
mars	41	19	11	11	3	85
avril	45	20	8	11	1	85
mai	47	23	11	9	2	92
juin	40	21	11	12	2	86
juillet	45	26	12	9	2	94
août	45	27	9	12	3	96
septembre	52	23	12	10	3	100
octobre	54	22	11	11	3	101
novembre	53	21	10	10	3	97
décembre	57	24	9	10	1	101
année	41	34	17	21	6	119

Source : CNC.

B. Les programmes audiovisuels d'animation en vidéo à la demande

De nombreuses plates-formes proposent des programmes audiovisuels d'animation en VàD : 6nema.com, 7 Highlight Street, AB Groupe, Arte VoD, CanalPlay, Carrefour, ClicMovies, Editions Montparnasse, Fnac, France Télévisions, Glowria, Gong, Harmattan, Iminéo, iTunes Video Store, M6 Vidéo, MK2 VOD, Orange, Rue du Commerce, TF1 Vision, Toondra, Vidéo@Volonté, Virgin Mega, Vodéo, VoDMania.

Certaines chaînes de télévision qui proposent des programmes d'animation les rendent disponibles en *Catch up TV* sur leur site. Ainsi, il est possible de revoir certaines émissions jeunesse sur le site de Canal J, TiJi, M6, Toowam (programme diffusé sur France 3) et les zouzous (programme diffusé sur France 5). A l'inverse, France 2, TF1 ainsi que les chaînes du groupe AB donnent accès à leurs contenus uniquement en VàD.

Canal+, via son site de téléchargement CanalPlay, propose un grand nombre de séries diffusées notamment sur les chaînes jeunesse du câble et du satellite (Nickelodeon, Jetix, TiJi, Canal J et Cartoon Network) ainsi que le catalogue Zooloo Kids. Zooloo Kids est une structure regroupant les principaux producteurs français de dessins animés permettant la création d'un catalogue commun.

L'offre VàD de Virgin Mega compte également des séries issues de la programmation de Canal J, Boomerang TV et Cartoon Network ainsi que des œuvres du catalogue Zooloo Kids. L'opérateur complète son offre par d'autres séries en tout genre et des mangas japonais.

Le site de Carrefour dédié à la vidéo à la demande rend accessible une partie des programmes jeunesse de Jétix. Toutefois, le site propose davantage de courts métrages et d'œuvres éditées par Zylo. Zylo est une société audiovisuelle présente dans les domaines de la vidéo et de la télévision détenant un catalogue de séries télévisées et de programmes d'animation directement édités en vidéo, destiné notamment aux chaînes de télévision.

Six plates-formes mettent à disposition des internautes une offre d'œuvres d'animation particulière. 6nema.com, Arte VOD, VODMania, Toondra et l'harmattan disposent de catalogues de courts métrages d'animation relativement diversifiés et surtout exclusifs. Toutefois, ces catalogues s'adressent à des amateurs du genre et notamment pas aux enfants, en général public cible de l'animation. Dans un schéma similaire, Gong propose uniquement des œuvres d'animation japonaise, plus communément appelées mangas.

Les autres plates-formes mettent à disposition des séries d'animation et des courts-métrages. Leur offre sont souvent téléchargeable depuis plusieurs plates-formes. Quelques unes proposent également des mangas japonais.

IX. Les interventions du CNC dans l'animation

Les interventions du CNC dans l'animation se composent principalement d'aides à la production d'œuvres audiovisuelles destinées à une diffusion télévisuelle et d'aides à la production de longs métrages d'animation. Les entreprises qui produisent ou exploitent des œuvres d'animation peuvent également bénéficier d'aides aux nouvelles technologies, à l'édition vidéo, au jeu vidéo, aux nouveaux médias et à la vidéo à la demande.

A. Les aides aux programmes audiovisuels

Les actions du CNC en faveur des programmes audiovisuels d'animation s'organisent autour de trois axes principaux : les aides à la création, les aides à la production et les aides favorisant la diffusion des programmes audiovisuels français. En 2008, les aides aux programmes audiovisuels d'animation progressent de 9,9 % à 29,6 M€.

Les aides à la production de programmes audiovisuels d'animation représentent 14,2 % au total des aides à la production distribués du COSIP.

En 2008, les aides à la production de programmes audiovisuels d'animation se répartissent entre 4,8 M€ d'aides sélectives, 18,3 M€ d'aides automatiques et 4,8 M€ d'avances sur droits. En moyenne en 2008, les aides à la production d'animation couvrent 18,4 % du devis des œuvres.

Aides aux programmes audiovisuels d'animation (M€)

	2004	2005	2006	2007	2008	évol. 08/07
aides totales du COSIP	29,0	25,0	38,8	26,9	29,6	+9,9%
aides à la production ¹	28,7	24,7	38,2	25,6	27,9	

¹ Hors compléments de subventions.

Source : CNC.

Les aides aux programmes audiovisuels destinées à favoriser le développement de nouveaux projets en animation peuvent être attribuées à des auteurs via le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, ou à des producteurs grâce aux aides à la préparation, au fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle en développement, ou aux aides au pilote.

1. Le fonds de soutien à la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant

Le fonds de soutien à la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant a été mis en place en novembre 2005. Ce fonds s'articule en deux aides distinctes : une aide à l'écriture, à destination des auteurs littéraires et graphiques, et une aide au développement à destination des entreprises de production pour le financement du développement du projet.

Les aides à l'écriture

En 2008, sur les 28 projets déposés, 8 ont été aidés pour un montant total de 95 000 € (9 projets aidés pour 78 000 € en 2007).

Les aides à l'écriture en 2008

	projets aidés	aides accordées (€)
première session	4	50 000
deuxième session	4	45 000
total	8	95 000

Source : CNC.

Aides à l'écriture accordées en 2008

Sexpériences 26x5'

Auteurs : Sandra Schultze, Alexandra Petracchi

Echos D'Echo 40x3'

Auteurs : Franck Tetard, Mariana Bouhsira, Mathilde Demy, Frédéric Lernoud, Arnaud Lamborion

Clé à molettes et Jo 26x13'

Auteurs : Stéphane Piera, Jérémy Clapin

Y a pas de pépin 52x7'

Auteurs : Franck Ekinci, Stéphanie Lansaque, François Leroy

Moutcho et Pitrouille 52x3'

Auteurs : Sydelia Guirao, Cédric Babouche

Journal d'un animal 14x3'30''

Auteurs : Khai Dong Luong, Bruno Bonhoure

Cave Canem 104x3'30''

Auteurs : Yvan Ngnodjom, Anaël Verdier, Rémi Salmon

Yoyot 52x13'

Auteurs : Nicolas Doray, Rémi Verriere, Mathieu Gabella, Ivan Gomez Montero

Les aides au développement

En 2008, sur les 14 projets déposés, 9 ont été aidés pour un montant total de 198 000 € (4 projets aidés pour 65 000 € en 2007).

Les aides au développement en 2008

	projets aidés	aides accordées (€)
première session	5	118 000
deuxième session	4	80 000
total	9	198 000

Source : CNC.

Aides au développement accordées en 2008

Pok Mok 78x7'

Producteur : Les Productions Vivement Lundi !

Tuktulik et les caribous volants 26x6'30''

Producteur : Vie des hauts Productions

Ninon Miss questions 56x6'

Producteur : Ciel de Paris Production

Recto Verso 52x2'

Producteur : Les Films du Nord

Hailleurs 52x7'

Producteur : Haidouk! Films

Garage club 26x7'

Producteur : Pinka

Leviathan 75 1x90'

Producteur : Les Poissons Volants

Palmento 1x90'

Producteur : Alphanim

Klaude 26x11'

Producteur : Folimage

2. Les aides à la préparation

Les aides à la préparation sont destinées aux producteurs qui développent des projets en vue de la préparation de la production d'une série.

En 2008, 33 projets ont bénéficié de l'aide à la préparation pour un montant total de 1 651 978 € dont 147 000 € au titre du soutien sélectif, 1 104 978 € au titre du soutien automatique et 400 000 € d'aide « passerelle cinéma » (aide attribuée par le COSIP aux longs métrages d'animation), délivrée pour la préparation d'un long métrage. En 2007, les 28 projets aidés à hauteur de 1 264 924 € l'ont été pour 159 000 € au titre du sélectif et pour 1 105 924 € au titre de l'automatique.

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	évol. 08/07
nombre de projets	24	11	13	16	28	33	+17,9%
montant attribué (K€)	927,6	252,9	315,0	618,8	1 264,	1 652	+30,6%

Source : CNC.

Aides à la préparation accordées en 2008

Lulu Vroumette

Réalisateur : Allix Claude
Auteur : Cuenca Catherine
Producteur : Mondo TV France

Léon, terreur de la savane

Réalisateur : So Alexandre
Auteur : So Alexandre
Producteur : Studio Hari

Les Houpizis

Réalisateur : Follain Alexandre
Auteur : Follain Alexandre
Producteur : Pictor Media Animation

Georges et moi

Réalisateur : Giacometti Xavier
Auteur : Giacometti Xavier
Producteur : SIP Animation

Little iceberg

Réalisateur : Beau Fabrice
Auteur : Beau Fabrice
Producteur : Philippe Mounier Marketing Production

Les Koosticks et les Zipzincs en folie

Réalisateur : Simon Gabriel
Auteur : Simon Gabriel
Producteur : Grenade Productions Multimédia

Les Ptites Poules

Réalisateur : François Jean-Luc
Auteur : Regnard Patrick
Producteur : Telfrance, Blue Spirit Animation

Marie Frisson

Réalisateur : Bodiansky Dimitri
Auteur : Maunier Thierry
Producteur : KBP, Douze et Treize

Aimons notre planète

Réalisateur : Clemencon Frédéric
Auteur : Clemencon Frédéric
Producteur : Marlou Films Productions

Sherlock Yack Zoo détective

Auteur : Melchior Durand Stéphane
Producteur : Mondo TV France

M3V

Réalisateur : Trouillot Virgile
Auteur : Morel Diane
Producteur : Planète Nemo Animation

Pancha et Yoyo

Réalisateur : Sever Ion
Auteur : Poujol Christophe
Producteur : Jufox

Grenadine et Mentalo

Réalisateur : Berthier Eric
Auteur : Jung Christophe
Producteur : Patoon Animation

Arty

Réalisateur : Carval Olivier
Auteur : Edwards Dave
Producteur : Telfrance, Blue Spirit Animation

Les Devinettes de reinette Saison 3

Réalisateur : Duval Isabelle
Auteur : Guillemois Alban
Producteur : Double Mètre Animation

Bambala Ye

Réalisateur : Lelardoux Olivier
Auteur : Ziolkowski Fabrice
Producteur : Cyber Groupe Studios

Monum'hantes

Réalisateur : Paviot Sophie
 Auteur : Le Couedic Florence
 Producteur : Les Films de la Perrine

Brice de Nice

Auteur : Dolivet Alexis
 Producteur : Mandarin Cinéma

Banja n°2

Réalisateur : Berthier Eric
 Auteur : Berthier Eric
 Producteur : Maybe Movies, 2 Minutes

Zoomies

Auteur : Van Liemt Romain
 Producteur : G3 Productions, Seahorse Anim

Petit Sapiens

Auteur : Sabrou Frédéric
 Producteur : Cross River Productions

Minuscule

Producteur : Futurikon

Les Cobayes de l'espace

Réalisateur : Szabo Thomas
 Auteur : Szabo Thomas
 Producteur : Futurikon

Thorgal

Réalisateur : Finck Jean-Charles
 Auteur : Van Hamme Jean
 Producteur : Futurikon

Baby Star

Auteur : Desrosiers Jean-Marc
 Producteur : Cross River Productions

Dreamcatcher

Réalisateur : Gallet Nicolas
 Auteur : Mit Stéphane
 Producteur : Futurikon

Ninja Girls

Auteur : Duchene Philippe
 Producteur : Label - Anim

Roger, le moins que terrien

Réalisateur : Martin Renaud
 Auteur : Ekinci Franck
 Producteur : Je suis bien content

Tibitin et ses copains Zanimos

Réalisateur : Renault Jean-Michel
 Auteur : Renault Jean-Michel
 Producteur : C'est à voir

Yuki

Réalisateur : Topsy Prakash
 Auteur : Serluppus Alain
 Producteur : Futurikon

L'Alchimiste

Producteur : Futurikon

Art Investigation

Réalisateur : Lavillat Alexis
 Auteur : Lavillat Alexis
 Producteur : Normaal

Roz Mary Zapata & Pipitcha

Auteur : Boutet Emmanuelle
 Producteur : Cyber Groupe Studios

3. Les aides aux pilotes

Elles sont destinées à des producteurs qui développent des projets difficiles pour lesquels la fabrication d'un pilote est indispensable pour démarcher d'autres partenaires. 12 projets ont été aidés en 2008 pour un montant total de 178 400 €

Les aides aux pilotes d'animation

	pilotes aidés	aides accordées (€)
2001	16	274 000
2002	22	332 244
2003	19	248 000
2004	21	316 000
2005	12	201 000
2006	18	248 000
2007	12	153 411
2008	12	178 400

Source : CNC.

Aides aux pilotes accordées en 2008

Les Aventures de Robin la noisette

Réalisateurs : Christian Masson
Auteurs : Wilfrid Lupano, Stéphanne Loncan
Producteur : Tribal Touch

Alien Mafia

Réalisateurs : Boris Dolivet dit Eldiablo
Auteur : Boris Dolivet dit Eldiablo
Producteur : Anna Lena

Les Cancres

Réalisateurs : Marc Druez
Auteurs : Marc Druez, Philippe Touzery, Olivier Greusard
Producteur : So What No

La Boîte à bêtes

Réalisateurs : Bérangère Lallemand
Auteurs : Bérangère Lallemand, Catherine Romat, Jean-Philippe Peyrault
Producteur : Image-In

365

Réalisateurs : Stéphane Lezoray
Auteurs : Zeina Abirached, Samuel Thiebaut
Producteur : Oleo Films

Rikikimusemuse

Réalisateurs : Yoshichimi Tamura
Auteurs : Sacha Abreu, Benjamin Abreu, Maxime Abreu, Annabelle Perichon, Olivier Besson
Producteur : Ouido ! Entertainment

Garage Club

Réalisateurs : Pascal Stervinou
Auteurs : Pascal Stervinou, Pascal Valdes
Producteur : Pinka

Pok et Mok

Réalisateurs : Isabelle Lenoble
Auteurs : Isabelle Lenoble, Erik Zilliok
Producteur : Vivement Lundi

Gaston

Réalisateurs : Alexis Lavillat
Auteurs : André Franquin, Alexis Lavillat
Producteur : Normaal

De l'rr

Réalisateurs : Juliette Marchand
Auteurs : Patricia Desmortiers, David Azencot, Frédéric Boucaumont
Producteur : Bi Editeur et Producteur

Les Intermèdes de Madame Mo

Réalisateurs : Pascal Moteki
Auteur : Pascal Moteki
Producteur : Madame Mo

Recto Verso

Réalisateurs : Gabriel Jacquel
Auteurs : Gabriel Jacquel, Gilles Cuvelier
Producteur : Les Films du Nord

B. Les aides au cinéma

Les aides à la production cinématographique de long métrage (aide au développement – avance sur recettes – soutien automatique) ainsi que les aides à la distribution (soutien automatique et aide sélective) sont susceptibles d'être accordées pour les longs métrages d'animation, dans les mêmes conditions que pour les films en prises de vue réelles.

Des professionnels de l'animation sont consultés en qualité d'experts pour prendre en compte les particularités de production propres aux films d'animation.

1. Le long métrage d'animation

a. Aide au développement

Cette aide est destinée à soutenir les producteurs dans cette phase d'investissement à risque que constitue le travail d'écriture sous ses différents aspects : option ou achat de droits d'adaptation cinématographique, écriture, bible graphique.

En 2008, sept projets de long métrage d'animation ont été soutenus dans le cadre de l'aide au développement pour un montant total de 306 000 €, contre 10 projets en 2007 pour 463 200 €.

Projets d'animation aidés à l'aide au développement de long métrage en 2008

Ernest et Célestine

Auteur : Daniel Pennac
Producteur : Les Armateurs

Le Maharal de Prague

Auteur : Eliette Abecassis
Producteur : Prima Linéa productions

Aïda

Auteurs : Guillaume Hecht et Hisham Abdel Khalek
Producteur : Alpha films production

Sea Rex

Auteur : Pascal Vuong
Producteur : N3D Land productions

Miniscule

Auteurs : Thomas Szabo et Hélène Giraud
Producteur : Futurikon

Kitsune

Auteurs : Christophe Ferreira et Stéphane Kazandjian
Producteur : Pumpkin 3D Studio

11

Auteur : Eric Wantiez
Producteur : Gazato films

b. Aides à la production

Soutien sélectif (avance sur recettes)

Un projet d'animation a obtenu l'avance sur recettes en 2008 :

Le Jour des corneilles

Réalisateur : Serge Ellisalde et Jean-Luc Fromental
Producteur : Finalement

Soutien automatique

Le soutien automatique à la production cinématographique est calculé au prorata du nombre d'entrées du film en salles de cinéma, du montant des ventes de droits de diffusion sur les chaînes de télévision et du chiffre d'affaires généré par son édition vidéo.

Le montant calculé sur les résultats de ces différents modes d'exploitation est pondéré par un coefficient fixé en fonction des dépenses en France, appréciées par l'application d'un barème de 100 points. Ce barème est adapté aux films réalisés en animation 2D ou en animation en images de synthèse.

Le montant du soutien ainsi généré est destiné à être réinvesti dans la production d'autres films de long métrage de cinéma.

Le calcul de ce soutien est déclenché par l'agrément, dont les conditions d'octroi (qualification européenne et barème de calcul du soutien financier) ont été adaptées aux conditions de fabrication des films d'animation.

9 films d'animation de long métrage ont été agréés en 2008 (5 films en 2007).

- 8 films d'initiative française (1 film en 2007) :

Yona Yona Penguin

Réalisateur : Rintaro
Producteur : Denis Friedman Productions

Arthur et la vengeance de Maltazard

Réalisateur : Luc Besson
Producteur : EuropaCorp Films

Arthur et la guerre des deux mondes

Réalisateur : Luc Besson
Producteur : EuropaCorp Films

Papa raconte

Réalisateur : Jean-Christophe Roger
Producteur : Les Armateurs

Une vie de chat

Réalisateurs : Jean-Loup Felicioli et Alain Gagnol
Producteur : Folimage

Le Secret d'Eléonore

Réalisateurs : Henri Heidsieck et Dominique Monféry
Producteur : Alphanim / La Fabrique

La Nuit des enfants rois
Réalisateur : Antoine Charreyron
Producteur : Onyx Films / Fidélité Films

Les Lascars
Réalisateurs : Albert Pereira Lazaro et Emmanuel Klotz
Producteur : Millimage

Igor
Réalisateur : Tony Leondis
Producteur : Exodus Productions

- 1 film minoritaire français (4 films en 2007) :

Jasper, voyage à l'autre bout de la terre
Réalisateur : Eckart Fingberg
Producteur : Amuse Films

2. Le court métrage d'animation

Le CNC attribue, de manière sélective via des commissions spécialisées, des aides financières à la production de films de court métrage (films d'une durée inférieure à une heure destinés à une diffusion en salle), soit à l'état de projets (contributions financières), soit après leur réalisation (prix de qualité).

3. Les aides avant réalisation

a. Les contributions financières

Les contributions financières sont attribuées avant réalisation, en jugeant de la qualité artistique du projet. Sept aides avant réalisation ont été accordées à des courts métrages d'animation en 2008. Quatre d'entre elles ont été chiffrées pour un total de 235 000 €, soit une aide moyenne de 58 750 €. 565 000 € avaient été accordés à 12 projets en 2007 (47 083 € en moyenne par projet).

Contributions financières accordées à des courts-métrages d'animation en 2008

Le Bucheron des mots
Réalisateur : Izù Troin
Producteur : Folimage

La Femme à cordes
Réalisateur : Vladimir Mavounia-Kouka
Producteur : Caïmans Productions

L'Homme qui dort
Réalisatrice : Inès Sedan
Producteur : Sacrebleu Productions

Bisclavret
Réalisatrice : Emilie Mercier
Producteur : Folimage

Tempête dans une chambre à coucher
Réalisatrices : Laurence Arcadias / Juliette Marchand
Producteur : Amorce Films

En chemin
Réalisatrice : Frédérique Ortega
Producteur : Les Trois Ours

La Vénus de rabo
Réalisateur : François Bertin
Producteur : Les Trois Ours

b. Les aides au programme d'entreprise

Les aides au programme d'entreprise ont pour objectif de favoriser le développement d'entreprises qui produisent régulièrement, assurent la meilleure diffusion possible des films de court-métrage et prennent les risques inhérents à l'activité de découverte et d'accompagnement de nouveaux talents.

Neuf aides concernent des courts-métrages d'animation en 2008. Huit d'entre elles ont été chiffrées pour un montant total de 490 000 €, soit une moyenne de 61 250 € par projet. En 2007, 9 films ont reçu une aide de 447 000 € au total (49 666 € en moyenne par projet).

Les aides au programme concernant des courts-métrage d'animation accordées en 2008

Le Feu sacré

Réalisateur : Zoltan Horvath
Producteur : Vivement Lundi !

Les Huiles Meroles

Réalisateurs : Vincent Paronnaud / Lyonnel Mathieu
/ Stéphane Roche
Producteur : Je Suis Bien Content

Madagascar, carnet de voyage

Réalisateur : Bastien Dubois
Producteur : Sacrebleu Productions

Maria Magenta

Réalisatrice : Orlanda Laforêt
Producteur : Bianca Films

Paix sur la terre

Réalisateur : Christophe Gérard
Producteur : Les Films du Nord

Regarder Oana

Réalisateur : Sébastien Laudenbach
Producteur : Les Films du Nord

Le Concile lunatique

Réalisateurs : Arnaud Demuynck / Christophe Gautry
Producteur : Les Films du Nord

Cul de bouteille

Réalisateur : Jean-Claude Rozec
Producteur : Vivement Lundi !

Chase

Réalisateur : Adriaan Lokman
Producteur : Autour de Minuit

C. Les aides aux industries techniques, au multimédia et à la vidéo

Le CNC soutient la recherche et l'innovation dans le cinéma, l'audiovisuel et le multimédia. Il accompagne les mutations du secteur des industries techniques liées au déploiement des technologies numériques en soutenant l'équipement, l'innovation et les travaux de R&D de ces entreprises. Il favorise également la prise de risque des producteurs recourant, dans le cadre de la production d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle, aux nouvelles technologies de l'image et du son.

Dans le secteur des nouveaux médias, le CNC soutient la création et la production de contenus pour internet et les écrans mobiles. Il contribue au développement de projets destinés à plusieurs supports de diffusion. Dans le domaine du jeu vidéo, il accompagne les créateurs dans leurs démarches d'innovation, en partenariat avec le ministère en charge de l'industrie et gère le crédit d'impôt pour les dépenses de création.

Il soutient l'utilisation des nouvelles technologies dans la création artistique contemporaine, en partenariat avec les directions concernées du ministère de la Culture et de la Communication.

Le CNC aide l'édition de vidéogrammes d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles à caractère culturel et soutient la numérisation, la mise en ligne et l'éditorialisation de

catalogues d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises et européennes sur les services de vidéo à la demande.

1. Le soutien financier aux industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel

Les aides en faveur des industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel, qui, par les équipements et prestations techniques qu'elles fournissent, participent au développement de la création, ont pour objet d'accompagner les mutations de l'ensemble du secteur liées à la généralisation de l'utilisation des technologies numériques.

En 2008, 88 projets ont bénéficié d'une aide globale de 5 M€ (3,9 M€ pour 84 projets en 2007). Parmi ceux-ci, 9 projets (5 en 2007) concernaient des développements ou des équipements directement utilisables pour la création d'œuvres d'animation ; ils ont été aidés pour un montant global de 0,55 M€ (0,16 M€ en 2007).

Aides aux industries techniques liées à la création d'œuvres d'animation accordées en 2008

3DCLIC

Projet GTOON

La Maison

Projet Furtools, outil de gestion de fourrures animales

La Maison

Projet Renderwoman

Normaal

Déploiement des activités de 2D numérique

L'EST

Projet "La doublure numérique"

3DCLIC

Projet SPI Design pour la gestion de production d'animation

La Maison

Projet Houdini 2

Antefilms studios

Modernisation d'équipement

Attitude Studio

Installation d'une infrastructure de rendu et compositing nouvelle génération

2. Les aides aux nouvelles technologies en production

Les aides aux nouvelles technologies en production accompagnent la prise de risque du producteur qui fait appel à des techniques innovantes (effets spéciaux numériques, images de synthèse, mise au point de procédés spécifiques, relief). Elle est attribuée sous forme d'une subvention sélective et ne prend en compte que les dépenses afférentes à l'utilisation ou au développement de ces nouvelles techniques de production.

Cette aide s'adresse aux producteurs d'œuvres audiovisuelles ou cinématographiques de court ou de long métrage. Dans certains cas, les œuvres doivent, pour être éligibles, avoir reçu une première aide du CNC. Depuis 2008, l'aide aux nouvelles technologies en production soutient également les œuvres en relief.

En 2008, 33 projets ont été soutenus (28 dans le domaine du cinéma et 5 dans le secteur audiovisuel) pour un montant global de 1,24 M€. Parmi ceux-ci, 19 projets concernaient des œuvres d'animation ou comportaient des séquences en animation (sept courts-métrages, deux longs métrages et dix pilotes de longs métrages). Ils ont été aidés pour un montant global de 0,92 M€. En 2007, 0,47 M€ ont permis de soutenir 22 projets (18 dans le domaine du cinéma et 4 dans le secteur de l'audiovisuel). 0,16 M€ ont aidé 10 projets d'œuvres d'animation (9 courts-métrages et un long métrage).

3. Les aides à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)

Le réseau RIAM, lancé en février 2001, a été créé par le ministère de la Recherche, le ministère délégué à l'Industrie et le ministère de la Culture et de la Communication (via le CNC). Il a pour objectif d'animer la communauté hétérogène des acteurs privés et publics concernés par la recherche et le développement en audiovisuel et multimédia et de soutenir financièrement les projets déposés par ces acteurs. Il favorise l'activité de recherche et de développement au sein des entreprises et cherche à encourager les partenariats avec les laboratoires de recherche publique.

En juillet 2007, le CNC a lancé un nouveau dispositif, en collaboration avec OSEO Innovation, qui a pour particularité de ne soutenir que les projets de R&D portés par les PME du secteur, et notamment les projets mono-partenaires. Les projets peuvent être déposés à tout moment auprès du CNC et sont examinés tout au long de l'année.

En 2008, une aide mixte constituée de subvention et d'avance remboursable a été attribuée à 19 projets, dont deux concernaient l'animation.

4. Le fonds d'aide au jeu vidéo

Cofinancé par le ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi et le CNC, le fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV) a pour objectif de soutenir la recherche et le développement, l'innovation et la création dans le secteur du jeu vidéo, à travers trois dispositifs :

- une aide à la pré-production de jeux vidéo qui vise à lever les verrous technologiques nécessaires à la réalisation du prototype d'un jeu non commercialisable,
- une aide à la maquette pour des projets de jeux vidéo aux contenus éditoriaux innovants sur tous supports en ligne ou hors-ligne,
- une aide destinée aux opérations à caractère collectif qui relèvent de la promotion de l'ensemble de la profession, et notamment : colloques, journées d'études, journées professionnelles, festivals de portée nationale ou internationale.

En 2008, 30 projets ont été aidés pour un montant global de 2 704 500 €. L'un de ces projets est une déclinaison, sur support interactif, de séries ou de films d'animation et a été aidé pour un montant global de 200 000 €.

Aide se rapportant à l'animation accordée en 2008

Société	Projet
Ankama Play	Islands of Wakfu : MMORPG et jeu XBOX 360, le jeu apportera des informations complémentaires sur l'univers Wakfu et offrira des codes d'accès pour activer des contenus additionnels sur le MMORPG Wakfu.

Source : CNC.

5. Les aides aux projets pour les nouveaux médias, le cinéma et la télévision

En 2007, le CNC a lancé un appel à projets pour favoriser les passerelles et développer les synergies entre les nouveaux médias, le cinéma et la télévision, au bénéfice d'une création originale. Les projets doivent en effet être conçus dès l'amont pour au moins trois des supports de diffusion suivants : téléphonie mobile, internet, jeu vidéo, cinéma, télévision.

Ce dispositif est destiné d'une part à stimuler, en amont de la phase de production, l'innovation et la diversification des modes de création et d'autre part à enrichir et renouveler les contenus diffusés sur les nouveaux médias. Il est destiné aux auteurs ou aux entreprises de production.

En 2008, le CNC a souhaité renforcer son action en proposant deux nouveaux dispositifs de soutien, afin d'accompagner le développement et la production de contenus spécifiques pour internet et les écrans mobiles, qu'ils soient destinés à une diffusion linéaire ou non-linéaire.

38 % des projets multisupports retenus lors des deux sessions de sélection sont des projets d'animation (39 % en 2007). Parmi les projets spécifiquement destinés à internet et / ou aux écrans mobiles, l'animation représente 25 % des projets en développement et 7 % des projets en production.

Projets d'animation soutenus en 2008

Mouk

Production : Millimages
Auteurs : Marc Boutavant, Alexandre Révérend, François Narboux
Supports : Télévision, Internet, Jeu vidéo, Ecrans mobiles

Dc Show

Production : Ouat Entertainment
Auteurs : Florian Ferrier, Sébastien Doumic
Supports : Télévision, Internet, Ecrans mobiles

La Minute du buzz

Production : Xilam
Auteurs : Arthur De Pins, Françoise Felice
Supports : Télévision, Internet, Ecrans mobiles

Magna Veritas

Production : OD Medias
Auteurs : Jacopo Camigni, Marco Felicioni, Robert Lamoreaux
Supports : Télévision, Internet, Jeu vidéo

Kwk 360

Production : Ellipsanime Productions
Auteurs : Corinne Prose, Bérangère Pelluau, Olivier Leyronnas
Supports : Télévision, Internet, Ecrans mobiles, Jeu vidéo

Le Grand Cirque Croc

Production : Le Cavernamuth
Auteurs : Pierre-Henri Caquelin, Boris Guilloteau
Supports : Télévision, Internet, Ecrans mobiles

Kid Club MGF

Production : Timoon Animation, 3D2+
Auteurs : Aurélie Aime, Hervé Trouillet
Supports : Internet. Plateforme web 2.0 en 3D prolongeant l'univers de la série d'animation « Linus & Boom ».

6. Les aides à l'édition vidéo

Le soutien financier à l'édition de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public est accordé sous deux formes : automatique ou sélective. Le soutien automatique est destiné aux éditeurs vidéo commercialisant des films français agréés et sortis en salles depuis moins de cinq ans et des programmes de courts-métrages.

Le soutien sélectif encourage l'édition de projets à caractère culturel, après avis d'une commission. Le soutien sélectif comprend une aide sélective unitaire et une aide au programme éditorial. Pour cette dernière aide, le soutien attribué porte sur l'ensemble du programme présenté.

En 2008, 320 dossiers ont été aidés à l'aide sélective unitaire pour un montant total de 1,9 M€ (301 projets pour 2,13 M€ en 2007). Parmi ces projets, 13 concernaient l'édition d'œuvres d'animation (19 en 2007). Ils ont été soutenus pour un montant global de 67 100 € (106 000 € en 2007), ce qui représente un montant moyen par dossier de 5 161 € (5 579 € en moyenne en 2007).

Quelques titres d'animation ont également été aidés dans le cadre de l'aide sélective au programme éditorial : *les Aventures du prince Ahmed* (Diaphana) et *l'Île du petit dinosaure* (Paradis distribution).

Aides sélectives accordées à l'édition vidéo d'œuvres d'animation en 2008

société	titre du projet	aides (€)
France Télévision Distribution	La Reine Soleil	15 000
Millimages	Piccolo, Saxo et compagnie – Edition collector	10 000
CTV International	Jin-Roh	8 000
First International Production	Le Ruban de Moëbius	7 200
Arte France Développement	Monsieur et Monsieur	5 000
Chalet pointu	Animatic volume 5	5 000
Chalet pointu	Bric et Broc chez Folimage	3 500
Chalet pointu	Expérience(s) 4	3 000
Wild Side Vidéo	Max and Co	3 000
Premium films	Supinfocom, 20 ans déjà ! (coffret 2DVD)	2 400
Chalet pointu	Le film d'animation publicitaire en France	2 000
Mstream	5 contes pour enfants – Volume 2	2 000
Chalet pointu	Musique de chanvre	1 000

Source : CNC.

7. Les aides à la vidéo à la demande (VàD)

Le CNC a souhaité accompagner, à titre expérimental dans un premier temps, le développement du marché de la vidéo à la demande.

L'appel à projets lancé en avril 2008 vise à favoriser l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en VàD.

Toute entreprise détentrice d'un catalogue de tous types de droits VàD peut ainsi demander à bénéficier d'une aide à la numérisation et à l'enrichissement éditorial pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises ou européennes de ce catalogue.

Une entreprise qui est également responsable d'un service de VàD pourra solliciter un soutien pour la mise en ligne et l'éditorialisation d'un catalogue d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises ou européennes sur son service de VàD.

Par ailleurs, les éditeurs vidéo qui souhaitent développer une stratégie de diffusion complémentaire d'une œuvre en DVD et en VàD pourront solliciter une majoration de l'aide sélective à la vidéo obtenue pour cette même œuvre.

En 2008, 27 dossiers d'aide à la numérisation et à l'éditorialisation et 16 dossiers d'aide à la mise en ligne et à l'éditorialisation sur un service de VàD ont été soutenus pour un montant global de 972 150 €.

Parmi ces projets, 9 concernaient des catalogues d'œuvres d'animation. Ils ont été aidés pour un montant global de 138 400 €.

Aides accordées à la numérisation et à la mise en ligne de catalogues d'œuvres d'animation en 2008

société	volume du catalogue	type d'aide	(€)
CITEL	148 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	25 000
DARGAUD MEDIA	77 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	4 600
DUPUIS AUDIOVISUEL	93 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	4 600
ELLIPSANIME	112 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	4 600
MEDIATOON	83 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	4 600
FUTURIKON	119 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	40 000
MOONSCOOP DIGITAL MEDIA	150 heures	Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	20 000
		Aide à la numérisation et à l'éditorialisation	9 000
TOONDRA	100 courts métrages	Aide à la mise en ligne et à l'éditorialisation sur un service de VàD	26 000

Source : CNC.

Majoration VàD accordées à des œuvres d'animation dans le cadre de l'aide sélective à l'édition vidéo en 2008¹

société	titre du projet	aide sélective vidéo accordée (€)	majoration VàD accordée (€)
FIRST INTERNATIONAL PRODUCTION	Le Ruban de Moebius	7 200	1 000
WILD SIDE VIDEO	Max & Co	3 000	500

¹ Mise en place à partir de juillet 2008.

Source : CNC.

D. L'exportation, la promotion

En 1995, le CNC a mis en place une aide permettant aux producteurs et aux distributeurs d'utiliser des outils performants pour commercialiser leurs programmes à l'étranger. Cette aide est accordée à des œuvres audiovisuelles de fiction, d'animation, à des documentaires et à des enregistrements de spectacles éligibles au compte de soutien. Elle est destinée à financer en partie le doublage, le sous-titrage et éventuellement le reformatage des œuvres ainsi que la fabrication d'instruments de promotion (plaquettes, bandes de démonstration, etc.).

En 2008, les aides à la promotion et à la vente à l'étranger de programmes audiovisuels progressent de 51,1 % par rapport à l'année précédente. 1 261,7 K€ sont attribués à 375 œuvres (835,3 K€ pour 269 œuvres en 2007) au titre de l'aide à la promotion et à la vente à l'étranger, soit un montant moyen par programme de 3 365 € (3 105 € en 2007). L'animation concentre toujours plus de la moitié (50,3 %) de ces aides, avec 635,0 K€ versés en 2008 (+50,1 % par rapport à 2007).

1. Les aides à l'exportation de programmes audiovisuels

Ces aides sont attribuées de manière sélective après avis d'une commission de professionnels. Elles concourent notamment au financement des frais de doublage, de sous-titrage en version étrangère, de fabrication de bandes de démonstration et de supports promotionnels y compris sous forme électronique, d'achat d'espace publicitaire dans la presse professionnelle spécialisée ainsi qu'aux frais de reformatage et de transcodage des œuvres audiovisuelles.

En 2008, les projets d'animation, présentés par 16 sociétés de production ou de distribution ont bénéficié de ce mécanisme pour un montant total de 635 K€ (14 sociétés en 2007 pour 423,1 K€). L'animation représente 50,3 % du total des aides accordées au titre de l'exportation.

Programmes audiovisuels ayant bénéficié d'une aide à l'exportation en 2008

Alphanim

Galactik Football
Hairy Scary
L'apprenti du Père Noël
Woofi
Zap collègue

Carrere group Da

Quat'zieux
Les Jules

Double metre animation

Les Devinettes de reinette Saisons 1 et 2

Europe images international

Les Héros de la plage
Ma terre vue d'Alban

France Animation

Lamimila

Futurikon

Minuscule

Les cartonneurs associés

Martin matin 2
Shaolin Wuzang

Les films de l'arlequin

Histoires comme ça

Marathon International

Famous 5
Monster Buster Club
Suspectes
Team Galaxy
Totally Spies

Mediatoon

Kid Paddle 1 et 2
La Famille pirate
La Vraie Histoire de Pinocchio
Les Aventures de Spirou et Fantasio
Les Aventures de Tintin
Les Quatre Saisons des drôles de petites bêtes
Lucky Luke série 1
Parker et Badger
Spirou 1 et 2
Toonews
Valérien et Laureline
Yakari

Moonscoop

Code Lyoko
Cosmic Quantum Ray
Fantastic Four
Pet Alien
Quantum Ray
Samsam
Titeuf
Wheel Squad

Planète nemo animation

Bali
Mille et une histoires

Samka productions

Elliot kid

Télé image international

Foot de rue

Toon factory

Franky Snow

Xilam Animation

Rantanplan
Spécial Shuriken school

2. Les aides à l'exportation de films cinématographiques

Les aides sélectives à l'exportation de films cinématographiques s'articulent autour de quatre guichets : l'aide à la prospection à l'étranger, l'aide à la distribution, les aides au doublage et au sous-titrage et l'aide aux « overlays » (sous-titrage en espagnol).

L'aide à la prospection des marchés étrangers a pour objectif de soutenir la promotion à l'international des films français mise en place par les exportateurs. Le budget global des aides à la prospection est de 800 000 € en 2008.

L'aide à la distribution a pour vocation de contribuer au renforcement de la qualité des stratégies de distribution des films français à l'étranger. Selon le film distribué et le territoire concerné, l'aide a vocation à offrir un effet de levier commercial et financier à la présence des films français et à favoriser leur émergence. Le budget global de l'aide est de 1,4 M€ en 2008.

Les aides au doublage et au sous-titrage ont pour objet de soutenir la réalisation d'un sous-titrage ou d'un doublage en anglais afin de favoriser la prospection des marchés à l'étranger pour un film donné. La dotation pour cette aide est de 150 000 € par an.

Enfin, l'aide aux « overlays » consiste à prendre en charge, pour un film exporté en Amérique latine hispanophone, la fabrication de l'*overlay band* (bande grande longueur) en espagnol neutre. Cette aide est plafonnée à 10 000 € par *overlay*. La dotation annuelle est de 120 000 €.

Entre 2003 et 2007, 622 films cinématographiques ont bénéficié d'une ou plusieurs aides sélectives à l'exportation, pour un montant total de 12,70 M€, soit 20 423 € en moyenne par film.

Les aides à l'exportation de films cinématographiques

	2003	2004	2005	2006	2007	total ¹
nombre de films aidés	189	186	168	136	136	622
aides accordées (M€)	2,82	2,97	2,77	2,00	2,15	12,70
aide moyenne par film (€)	14 932	15 947	16 460	14 692	15 821	20 423

¹ Le nombre total de films est différent de la somme des nombres annuels car certains films sont soutenus au titre de plusieurs années.

Parmi les 622 films aidés à l'exportation entre 2003 et 2007, 15 sont des longs métrages d'animation, soit 2,4 % de l'ensemble. Les films d'animation reçoivent près de 480 000 €. Ils captent ainsi 3,8 % du total des aides distribuées sur la période.

En moyenne, les films d'animation sont soutenus à hauteur de 31 952 € par titre entre 2003 et 2007, soit près de 1,6 fois l'aide moyenne tous genres confondus.

En 2007, le poids de l'animation dans l'attribution des aides à l'exportation se renforce : le genre représente 5,1 % des titres aidés et capte 8,1 % des montants alloués.

Les aides à l'exportation de films cinématographiques d'animation

	2003	2004	2005	2006	2007	total ¹
nombre de films aidés	5	3	2	3	7	15
% du nombre tous genres confondus	2,6 %	1,6 %	1,2 %	2,2 %	5,1 %	2,4 %
aides accordées (K€)	96,1	25,3	98,8	85,0	174,1	479,3
% des aides tous genres confondus	3,4 %	0,9 %	3,6 %	4,3 %	8,1 %	3,8 %
aide moyenne par film (€)	19 211	8 437	49 424	28 333	24 867	31 952

¹ Le nombre total de films est différent de la somme des nombres annuels car certains films sont soutenus au titre de plusieurs années.

3. La promotion

Pour aider à faire connaître les œuvres françaises et soutenir la présence des producteurs français sur les marchés du film d'animation, le CNC participe à plusieurs manifestations. Il est l'un des principaux partenaires du Festival et du Marché international d'Annecy. Une aide est également apportée à TV France International et Unifrance Films pour faciliter la présence des producteurs et distributeurs français sur les marchés internationaux, ainsi que les contacts avec les diffuseurs étrangers.

Annexes

Annexes 1 – Productions 100 % françaises d'animation aidées par le COSIP en 2008

Points de vue 1x8'

Réalisateur : Friedman Yona
Auteur : Friedman Yona
Producteur : Première heure
Diffuseur : Arte

La Théorie du chat 1x8'

Réalisateur : Gobin Fred
Auteur : Gobin Fred
Producteur : XBO Films
Diffuseur : Arte

Aladdin 1x15'

Réalisateur : Slimane Soraya
Auteur : Slimane Soraya
Producteur : Arkepix Productions
Diffuseur : TF1

Elefteria 1x24'

Réalisateur : Vanz de Godoy Eric
Auteur : Vanz de Godoy Eric
Producteur : Pages et Images
Diffuseur : Canal Maritima

CO2 saison 3 35x2'

Réalisateur : Limousin Fabien
Auteur : Ekinci Franck
Producteur : Télé Images Kids
Diffuseur : MCM

Toto 40x40''

Réalisateur : Garcia David
Auteur : Stervinou Pascal
Producteur : Bayard Jeunesse Animation
Diffuseur : Canal J

Au pays du Père Noël 24x1'

Réalisateur : Alaux David
Auteur : Alaux David
Producteur : Tat Productions
Diffuseur : France 3

Kinoa 2 6x5'

Réalisateur : Martin Jean-Loup
Auteur : Martin Jean-Loup
Producteur : Cendrane Films
Diffuseur : Cap Canal

Kinoa 3 6x5'

Réalisateur : Martin Jean-Loup
Auteur : Martin Jean-Loup
Producteur : Cendrane Films
Diffuseur : Cap Canal

Une minute au musée série 3 40x1'

Réalisateur : Guillou Franck
Auteur : Elissalde Serge
Producteur : Les Films de l'Arlequin
Diffuseur : France 3

Poèmes du monde 14x4'

Réalisateur : Besse Cyril
Auteur : Besse Cyril
Producteur : C Productions Chromatiques
Diffuseur : Cap Canal

A table T'choupi ! 30x2'

Réalisateurs : Bordier Jean François
Auteur : Courtin Thierry
Producteur : Les Armateurs
Diffuseur : Tiji

Les Aventures culturelles de Monsieur Loutre 52x1'

Réalisateur : Lyazidi Ahmidou
Auteur : Core Pierre
Producteur : La Station Animation
Diffuseur : France 3

Méfais divers 90x1'

Réalisateur : Morat Jean-François
Auteur : Morat Jean-François
Producteur : TV4U
Diffuseur : 13ème Rue

Le Professeur Gamberge 50x2'

Réalisateur : Schalit Jean
Auteur : Schalit Jean
Producteur : Cuvier Productions
Diffuseur : France 3

Comme à la maison 52x3'

Réalisateur : Traversat Philippe
Auteur : Lavillat Alexis
Producteur : Normaal
Diffuseur : Canal +

Monsieur Bébé 50x4'

Réalisateur : Gittard Hugo
Auteur : Coulon Yves
Producteur : Xilam Animation
Diffuseur : France 3

Ovni 52x5'

Réalisateur : François Jean-Luc
Auteur : François Jean-Luc
Producteur : Blue Spirit Animation
Diffuseur : Canal +

Pat et Stan saison 4 39x7'

Réalisateur : Garcia David
Auteur : Pecheux Etienne
Producteur : Mac Guff Ligne
Diffuseur : TF1

Devine quoi ? 52x6'

Réalisateur : Lelardoux Olivier
Auteur : Scott Anthony
Producteur : Cyber Group Studios
Diffuseur : Canal J

Abidou, objectif terre 52x6'

Réalisateur : Cazes Eric

Auteur : Lejeune Didier

Producteur : Télé Images Kids, Télé Images Studio

Diffuseur : La cinquième – France 5

Captain Biceps 52x12'

Réalisateur : David Pascal

Auteur : Thebault dit Tebo Frédéric

Producteur : Futurikon

Diffuseur : France 3

Les Mistigris 52x13'

Réalisateur : Berthier Eric

Auteur : Lejeune Didier

Producteur : Patoon Animation

Diffuseur : TF1

La Fée coquille 78x7'

Réalisateur : Roger Jean-Christophe

Auteur : Reverend Alexandre

Producteur : Maybe Movies, Les Armateurs

Diffuseur : TF1

Titeuf 3 78x7'

Réalisateur :

Auteur : Reznikoff Nathalie

Producteur : Moonscoop, Moonscoop IP

Diffuseur : France 3

Atout 5 saison 2 40x11'

Réalisateur : Sion Alain

Auteur : Paoletti Claire

Producteur : Euro Visual

Diffuseur : La cinquième – France 5

Annexes 2 – Coproductions internationales d’animation majoritairement françaises aidées par le COSIP en 2008

Le Printemps de Melie 1x26’

Réalisateur : Granjon Pierre Luc
Auteur : Granjon Pierre Luc
Producteur : Folimage Valence Production
Diffuseur : France 3

Mouss & Boubidi 52x1’

Réalisateur : Martin Frédéric
Auteur : Martin Frédéric
Producteur : Alphanim
Diffuseur : France 3

Alien Zoo 52x2’

Réalisateur : Hitier Sabine
Auteur : Bouron Arnaud
Producteur : Pulsanim Interactive, 2 Minutes
Diffuseur : Canal +

Moko 52x4’

Réalisateur : Grandame Sonia
Auteur : Grandame Sonia
Producteur : Le Regard Sonore
Diffuseur : Canal +

Cajou 52x7’ et 26x1’30’’

Réalisateur : Lezoray Stéphane
Auteur : Guirao Sydéla
Producteur : Pipangai Production, Les Armateurs
Diffuseur : Disney Channel

Le Monde de Pahe 78x7’

Réalisateur : Leluc Paul
Auteur : Essono dit Pahe Patrick
Producteur : Galaxy 7, Blue Spirit Animation
Diffuseur : France 3

Samson et Neon 78x7’

Réalisateur : Magrangeas dit Raoul Eric
Auteur : Mazlounian Karine
Producteur : Toon Factory
Diffuseur : France 3

How to Drive Everybody Crazy / Angelo la débrouille 78x7’

Réalisateur : Miller chloé
Auteur : Costi Vincent
Producteur : Teamto
Diffuseur : France 3

La Famille trompette saison 2 26x11’

Réalisateur : Balmossiere Philippe
Auteur : Achery Muriel
Producteur : GO-N Productions
Diffuseur : TF1

64 rue du zoo n°3 26x11’

Réalisateur : Cayot Julien
Auteur : Vrombaut Anne
Producteur : Millimages
Diffuseur : La cinquième – France 5

International Hareport 26x12’

Réalisateur : Fouquet Fabrice
Auteur : Gallet Nicolas
Producteur : Teamto
Diffuseur : TF1

Le Manège enchanté saison 2 52x11’

Réalisateur : Ralph Graham
Auteur : Danot Martine
Producteur : Les Films Action, Ellipsanime Productions
Diffuseur : Disney Channel

Alfred le hérisson 52x12’

Réalisateur : Dybowski Frédéric
Auteur : Dybowski Frédéric
Producteur : Alphanim
Diffuseur : La cinquième – France 5

Garfield & Compagnie 52x12’

Réalisateur : Vidal Philippe
Auteur : Magnat Julien
Producteur : Dargaud Media
Diffuseur : France 3

Bunny Maloney 52x13’

Réalisateur : Stoll Stéphane
Auteur : Achery Muriel
Producteur : Moonscoop IP, Moonscoop
Diffuseur : France 2

Stellina 26x24’

Réalisateur : Kombo Sidney
Auteur : Boubliil Françoise
Producteur : Pictor Media Animation
Diffuseur : France 3

Annexes 3 – Coproductions internationales d’animation minoritaires françaises aidées par le COSIP en 2008

Paco Nouky et Lola 52x5’

Réalisateur : Craps Jean-Christophe
Auteur : Reverend Alexandre
Producteur : Les Armateurs
Diffuseur : La cinquième – France 5

My Life me 52x11’

Réalisateur : Pearson Little Jennifer Claire
Auteur : Filipenko Cindy
Producteur : OD Medias
Diffuseur : Canal J

The Pinky & Perry Show 52x12’

Réalisateur : Adam Cyril
Auteur : Adam Cyril
Producteur : Method Animations
Diffuseur : France 3

Le Monde sauvage de Willa 52x12’

Réalisateur : Hurst Gary
Auteur : Perrotta Anne-Marie
Producteur : Futurikon
Diffuseur : TF1

Geronimo Stilton 26x23’

Réalisateur : Vasilovich Guy
Auteur : Bonjour Vincent
Producteur : Moonscoop IP, Moonscoop
Diffuseur : M6

Freefonix 26x24’

Réalisateurs : France Jérôme
Auteur : Zielenkiewicz dit M.Z Richard
Producteur : Method Animations
Diffuseur : Canal J

Le Club des cinq 26x24’

Réalisateur : Sapyn Thiery
Auteur : Chalvon Demersay Vincent
Producteur : Marathon Media
Diffuseur : France 3

Annexes 4 – L’animation au CNC : Contacts

- **Direction de l’audiovisuel**

Directeur : Laurent CORMIER

Directeur adjoint : Ludovic BERTHELOT

Service du soutien à l’industrie des programmes / COSIP

Département Animation

Sophie CHEYNET

sophie.cheynet@cnc.fr

3 rue Boissière – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 34 20

Télécopie: 01 44 34 34 52

- **Direction du cinéma**

Directeur : Olivier WOTLING

Directrice adjointe : Valérie LEPINE-KARNIK

Service du soutien à la production et à la distribution

Chef de service : Jean-Luc DOUAT

Caroline COR

caroline.cor@cnc.fr

12 rue de Lübeck – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 39

Télécopie : 01 44 34 37 24

Service des aides sélectives à la production et à la distribution

Chef de service : Rafaële GARCIA

rafaele.garcia@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 38 05

Télécopie : 01 44 34 38 40

- **Direction du multimédia**

Directeur : Guillaume BLANCHOT

Directeur adjoint et chef du service des industries techniques et de l’innovation : Lionel BERTINET

lionel.bertinet@cnc.fr

Téléphone : 01 44 34 38 60

Service des contenus multimédias

Chef de service : Valérie BOURGOIN

valerie.bourgoin@cnc.fr

11 rue Galilée – 75116 Paris

Téléphone : 01 44 34 36 17

Téléphonie : 01 44 34 34 62

- **Direction de la création, des territoires et des publics**

Directrice : Anne COCHARD

Service de la création

Chef de service : Valentine ROULET

Département courts-métrages

Morad KERTOBI

morad.kertobi@cnc.fr

11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16

Téléphone : 01 44 34 34 30

Télécopie : 01 44 34 38 64