



# Le marché de l'animation

Juin 2006

Cette étude a été réalisée par :



Stéphane Le Bars

2 rue de la Roquette – 75011 Paris  
Tél. : 01.55.28.83.05  
Fax : 01.49.23.52.77  
[www.animation-france.fr](http://www.animation-france.fr)



Centre national de la cinématographie

Service des études, des statistiques et de la prospective  
Emmanuel Cocq, Benoît Danard, Sophie Jardillier,  
Caroline Jeanneau, Julie Lethiphu, Clément Malherbe  
12 rue de Lübeck 75784 Paris Cedex 16  
Tél : 01.44.34.38.26  
Fax : 01.44.34.34.55  
[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

# Sommaire

Objectifs.....	5
Synthèse.....	6
I. La production télévisuelle d'animation .....	9
A. Evolution du volume de production .....	9
B. Evolution du coût horaire des œuvres .....	10
C. Formats produits .....	10
D. Production d'initiative française et place des auteurs français .....	11
E. Evolution de la structure de financement des œuvres d'animation .....	13
F. Le poids de l'animation dans le COSIP .....	17
G. Les aides à la création .....	18
H. Le panorama des sociétés de production déléguées en télévision .....	22
II. La production française de long métrage d'animation .....	24
A. Le nombre de films produits.....	24
B. Films d'initiative française .....	24
C. Les devis des films d'animation .....	25
D. Les préachats de Canal+ .....	25
E. Les préachats de TPS Cinéma .....	26
F. Les préachats de Ciné Cinéma .....	27
G. Les investissements des diffuseurs hertziens en clair .....	27
H. Les interventions des SOFICA.....	28
I. Les films bénéficiaires de l'avance sur recettes.....	29
J. Crédit d'impôt .....	29
K. Panorama des sociétés de production de longs métrages d'animation .....	29
III. Impact des nouvelles mesures de soutien .....	30
A. Principaux aménagements techniques du COSIP .....	30
B. Premier bilan des aménagements du COSIP .....	33
C. Fonctionnement du crédit d'impôt cinéma et télévision .....	34
D. Premier bilan du crédit d'impôt cinéma et télévision.....	37
E. Impact social .....	38
IV. Evolution des investissements des diffuseurs dans la production d'animation TV.....	41
A. Investissements des diffuseurs hertziens français dans les œuvres d'animation .....	41
B. Investissements des chaînes thématiques dans les œuvres d'animation .....	49
V. L'impact du décret n°2001-609 sur la production française d'animation .....	53
A. Environnement réglementaire .....	53
B. Périmètre de l'analyse.....	54
C. Equilibre entre production indépendante et production dépendante .....	54
D. Variation de l'investissement selon la qualification de l'œuvre .....	55
E. Les conditions de la dépendance.....	56
F. Les relations avec les chaînes du câble et du satellite .....	56
VI. Une offre en croissance exponentielle .....	57
A. L'offre d'animation sur le marché télévisuel français .....	57
B. La part des œuvres françaises d'animation .....	59
VII. Consommation et audience .....	61
A. Durée d'écoute .....	61
B. Audience des chaînes hertziennes .....	62
C. Les thématiques, une âpre bataille pour contrôler l'audience enfant .....	65

VIII. Exportation de programmes d'animation français.....	77
A. Les flux internationaux de la production audiovisuelle française.....	77
B. Les résultats de l'animation française.....	77
C. Répartition géographique des préventes de la production française d'animation.....	78
D. Répartition géographique des ventes d'animation française.....	79
E. L'aide à la promotion et à la vente à l'étranger du CNC.....	80
F. L'aide à la diffusion télévisuelle de MEDIA.....	81
IX. L'animation dans les salles de cinéma.....	83
A. Les sorties de films d'animation.....	83
B. La nationalité des films d'animation.....	83
C. Les entrées réalisées par les films d'animation.....	84
D. Les entrées selon la nationalité des films.....	85
E. Les recettes des films d'animation.....	85
F. La recette des films d'animation selon la nationalité.....	86
G. Evolution de la recette moyenne par entrée.....	87
H. La recette moyenne par entrée selon la nationalité des films.....	87
I. Les films en 3D.....	88
J. Evolution des combinaisons de sorties.....	89
K. Evolution des copies selon la nationalité des films.....	90
L. Le cycle de vie des films d'animation.....	91
M. Le public des films d'animation.....	92
N. La publicité des films d'animation.....	104
X. Les films d'animation à la télévision.....	108
A. L'offre de films d'animation à la télévision.....	108
B. La diffusion des films d'animation selon la tranche horaire.....	109
C. La diffusion des films d'animation selon leur nationalité.....	110
D. Saisonnalité de la diffusion des films d'animation.....	111
E. La diffusion des films d'animation selon le rang de diffusion du film.....	112
XI. L'animation en vidéo.....	113
A. L'animation dans le chiffre d'affaires des éditeurs.....	113
B. Le marché de détail des films d'animation en vidéo.....	114
C. L'animation : de la salle à la vidéo.....	116

# Objectifs

Le Centre national de la cinématographie (CNC) et le Syndicat des producteurs de films d'animation (SPFA) se sont associés pour réaliser une étude sur le marché de l'animation en France. Cette étude dresse un état des lieux des différents marchés des œuvres d'animation, la salle de cinéma, la vidéo et la télévision. La place de l'animation sur ces marchés est, en effet, très hétérogène.

Cette étude analyse les dernières évolutions de la production d'œuvre d'animation pour la télévision et pour le cinéma. Elle évalue l'impact sur la localisation de la production d'œuvres d'animation et sur l'emploi des nouvelles mesures de soutien à la production mise en œuvre en 2004 et 2005. Elle examine le financement de la production d'œuvres d'animation d'expression originale française et plus particulièrement les investissements des chaînes de télévision dans ce genre de programmes.

Elle présente les évolutions de l'offre et de la consommation des œuvres d'animation sur l'ensemble des chaînes de télévision et dresse un premier bilan des dernières évolutions législatives et réglementaires relatives aux obligations des chaînes de télévision. En outre, sont analysées les performances à l'exportation des programmes d'animation.

Elle fournit une analyse détaillée des spécificités des longs métrages d'animation et de leurs performances dans les salles de cinéma. Elle est complétée par une présentation du public des films d'animation.

Enfin cette étude met en lumière le poids de l'animation sur le marché de la vidéo.

# Synthèse

L'objet de cette étude, réalisée conjointement par le Centre national de la cinématographie et le Syndicat des Producteurs de Films d'Animation, est de présenter les grands indicateurs du secteur de l'animation et leurs évolutions sur les dernières années.

Cette étude met en lumière le redémarrage d'une industrie fragilisée par une crise brutale et profonde entre 2001 et 2004. Elle révèle également le succès des politiques de relance mises en place pour favoriser la relocalisation de l'emploi sur le territoire français grâce aux aménagements techniques du Compte de soutien à l'automne 2004, au crédit d'impôt cinéma en 2004 et à son extension à l'audiovisuel en 2005.

## **Une forte relance du marché de l'emploi grâce aux mesures de relocalisation**

Entre 2004 et 2005, la masse salariale d'un panel de 29 sociétés représentatives de l'activité et de l'emploi du secteur, a augmenté de 44 %. Le nombre d'heures de travail progresse de 46 %. Pour les seuls intermittents, la hausse de ces deux indicateurs atteint 61 %.

Entre 2004 et 2005, neuf longs métrages d'animation (dont 5 au plafond) ont été éligibles au crédit d'impôt. Le coût fiscal est estimé à 6,5 M€ (échelonné sur plusieurs exercices fiscaux au regard de la durée des cycles de production des œuvres d'animation). Par ailleurs, 183 heures d'œuvres audiovisuelles d'animation ont bénéficié du crédit d'impôt soit 31 % de la production totale française. Le coût fiscal est estimé à 7,5 M€ (lui aussi échelonné sur plusieurs exercices fiscaux).

La sortie de crise en matière d'œuvres audiovisuelles d'animation s'opère avec une stabilisation du volume de production autour de 300 heures par an. Cette stabilisation du volume horaire, parallèlement à l'augmentation constatée de la masse salariale et du nombre d'heures travaillées, démontre une relocalisation en France très forte de l'activité, également favorisée par l'arrivée à maturité industrielle des nouveaux outils de production numérique.

## **Une production d'initiative française**

La production d'œuvres audiovisuelles d'animation a profondément changé de nature en quelques années. Marquée par la part importante des œuvres d'initiative étrangère à la fin des années quatre-vingt-dix, elle est aujourd'hui essentiellement devenue une production d'initiative française. En 2004-2005, les œuvres d'initiative française représentent 91 % du volume horaire aidé par le COSIP. Cette prédominance des œuvres d'initiative française permet aux auteurs français d'occuper une part très largement majoritaire dans la production française. En 2004-2005, plus de 90 % des séries aidées par le COSIP ont fait appel à un réalisateur français et près de 90 % du travail de développement littéraire et graphique de celles-ci a été assuré par des auteurs français. 73 % des scripts ont été écrits par des scénaristes français.

Entre 2000 et 2005, le coût horaire des œuvres a diminué de 12 %, toutefois cette baisse devrait se stabiliser avec la relance de la production depuis quelques mois.

## **Un renforcement de la position patrimoniale des producteurs français**

Le financement des œuvres est marqué par des évolutions majeures. Il traduit une amélioration de la position patrimoniale des producteurs français. Les financements issus de l'étranger ne représentent plus que 33 % des devis en 2005 contre 44 % en 2000. Les apports en coproduction étrangères baissent régulièrement depuis 2000 (-52 % en apport horaire) tandis que les apports en préventes progressent (+32 % en apport horaire). Ce phénomène traduit une amélioration des financements issus du marché français. Les investissements des diffuseurs français passent de 20 % à 26 % des budgets entre 2000 et 2005 avec un apport horaire en hausse de 14 %. Les montants accordés par le

COSIP passent de 13 % à 16 % des devis avec un apport horaire en hausse de 5 %. Les chiffres disponibles ne traduisent encore complètement l'impact positif des aménagements techniques opérés sur le COSIP en 2004 dans le financement des œuvres.

Les obligations de production imposées aux diffuseurs jouent un rôle essentiel dans la pérennité du secteur. TF1 doit consacrer 0,6 % de son chiffre d'affaires net de l'exercice précédent à des investissements dans la production d'œuvres audiovisuelles d'animation. Pour M6, cette obligation est fixée à 1 % avec un périmètre élargi aux œuvres cinématographiques d'animation. Par ailleurs, le SPFA et France Télévisions ont signé en avril 2005 un accord prévoyant un investissement dans les œuvres audiovisuelles et cinématographiques d'animation de 157,5 M€ pour la période 2005/2010. Le bilan du décret de juillet 2001 est positif pour le secteur de l'animation. En faisant une distinction plus nette entre la partie indépendante et dépendante des obligations de production des diffuseurs, elle a permis aux producteurs de valoriser nettement mieux les apports de ceux-ci sur les œuvres dites dépendantes tandis que les apports sur les œuvres indépendantes sont en légère augmentation.

Si les chaînes du câble et du satellite sont soumises à des obligations de production depuis 2004 et que le marché de la jeunesse est un des plus compétitifs du paysage audiovisuel de complément avec 18 chaînes, la production audiovisuelle d'animation reste malgré tout financé à hauteur de 85 % à 90 % par les chaînes hertziennes.

### **Un marché international qui reste la clé de voûte du secteur**

L'embellie actuelle est le fruit de la conjonction d'un meilleur financement national et du redémarrage du marché international après quatre années de crise (2001-2004). Si le marché français assure aujourd'hui une part plus importante de la couverture des devis des œuvres d'animation que par le passé (autour de 45 %), les producteurs français doivent encore trouver la moitié de leurs financements et leurs marges sur le marché international. Ils restent donc structurellement dépendants des évolutions conjoncturelles d'un marché international très concurrentiel.

Par ailleurs, si la diminution de la coproduction et la montée en puissance de la prévente permet de renforcer la position patrimoniale des producteurs, elle s'accompagne également d'une prise de risque accrue pour les producteurs français qui doivent porter une partie du financement de l'œuvre. Pour faciliter et accélérer la remontée des recettes internationales, la plupart des producteurs se sont d'ailleurs dotés d'une structure de distribution.

Selon les données publiées dans l'étude CNC/INA-TVFI, l'exportation des programmes d'animation (préventes et ventes) se montent annuellement à environ 60 M€. L'animation représente plus de la moitié des préventes de la production audiovisuelle française et un gros tiers de ses ventes à l'étranger. Son dynamisme sur les marchés internationaux demeure une de ses spécificités fortes.

### **Une présence massive de l'animation sur les chaînes diffusées en France**

Les œuvres télévisuelles d'animation sont très largement diffusées sur le territoire français. 94 000 heures d'animation sont diffusées sur les chaînes de télévision en France dont 25 000 heures d'œuvres d'expression originale française. Les chaînes thématiques jeunesse représentent 85 % de ce volume avec plus de 80 000 heures par an tandis que les chaînes hertziennes analogiques proposent près de 3 700 heures (+20 % par rapport à 2001 essentiellement sous l'impulsion de France 5). En raison de l'impact des chaînes américaines non conventionnées (26 % de l'offre d'animation des thématiques jeunesse), la part des œuvres françaises est estimée au global à 27 %. Sur les seules chaînes hertziennes en clair et les chaînes thématiques conventionnées, elle atteint 40 %.

### **Un marché du long métrage dynamique**

Le marché du long métrage d'animation est extrêmement dynamique, tant en France qu'à l'international. Le genre attire dans les salles un public de plus en plus diversifié avec le développement des comédies familiales en 3D. C'est un marché stratégique pour les majors américaines sur lequel les enjeux portent tout autant sur les budgets marketing que sur ceux de production proprement dits. En 2005, l'investissement publicitaire brut moyen pour un film d'animation est de 1,15 M€, soit plus de 2 fois plus que la moyenne de l'ensemble des films.

L'année 2004 a été celle de tous les records avec près de 25 millions d'entrées et 136 M€ de recettes pour les vingt films d'animation sortis. En 2005, les indicateurs sont en retrait avec 18 millions d'entrées et 98 M€ de recettes pour 20 films. Les évolutions du marché sont très dépendantes des résultats des films américains qui représentent en moyenne plus de 80 % des entrées et des recettes du genre. L'année en cours devrait être excellente et peut-être battre les records de 2004 avec notamment les sorties des films 3D de la Fox, de Pixar et de Dreamworks. La part de marché de l'animation dans les salles françaises est durablement installée au-dessus de 10 % : 12,7 % en 2004 et 10,3 % en 2005. Les résultats en vidéo démontrent également l'attractivité du genre auprès du public : 153 M€ de ventes au détail en 2005 (+3,9 %) et 15,3 % du marché du long métrage en vidéo (12,5 % l'année précédente).

### **De bons résultats pour les longs métrages d'animation français en 2005**

L'animation française en salles a enregistré sa meilleure performance historique en 2005 avec près de 2,7 millions d'entrées et 13,2 M€ de recettes pour 3 sorties. Sa part de marché dans les entrées réalisées par les films d'animation a atteint 15 %. Au fil des ans, la recette par entrée des films français se rapproche de celle des films américains, signe d'une meilleure attractivité et d'une meilleure exposition. A chaque fois que l'animation française s'est présentée dans les salles avec une offre diversifiée et de qualité, elle a rencontré le public et réussi à franchir 10 % de part de marché du film d'animation.

### **Le financement des longs métrages d'animation**

En 2005, 8 longs métrages d'animation ont été agréés par le CNC. C'est un record historique pour l'animation française. Une montée en puissance des devis s'opère. Sur les 12 films agréés en 2004 et 2005, 5 ont un devis supérieur à 7 M€ dont 2 au-dessus de 15 M€. Entre 2000 et 2005, France Télévisions a investi dans 16 des longs métrages d'animation agréés pour un total de 10,6 M€ avec une montée en puissance ces dernières années. Sur cette période, le groupe France Télévisions représente 73 % des investissements des chaînes hertziennes en clair. Les chaînes privées hertziennes commencent à s'intéresser au genre. TF1 est intervenue dans un long métrage en 2004 et M6 dans deux longs métrages en 2005. Canal+ est intervenue entre 2000 et 2005 dans 19 des 29 longs métrages d'animation agréés pour un investissement global de 18,7 M€. TPS constitue depuis peu une source alternative de financement pour le long métrage d'animation français. En 2005, TPS a investi dans quatre longs métrages pour un total de 4,2 M€. D'une manière générale, la couverture de devis est assurée à 83 % par des financements français et à 17 % par des financements étrangers.

La situation du long métrage français d'animation reste complexe compte tenu des besoins de financement. Elle s'inscrit dans un marché extrêmement porteur mais très concurrentiel. L'industrie française est parvenue à relever son premier défi, celui d'exister dans les salles avec une offre régulière de films. Pour continuer son développement, elle devra trouver les financements nécessaires.

# I. La production télévisuelle d'animation

## A. Evolution du volume de production

En 2005, le volume de production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française d'animation s'élève à 268 heures, en recul de 18,2 % par rapport à l'année précédente.

La moyenne mobile sur 5 ans s'établit à près de 280 heures. Le résultat de 2005 est ainsi très proche de cette moyenne mobile. Il convient donc de relativiser cette apparente contre-performance. Par ailleurs, en 2004, l'industrie française avait signé la seconde performance de son histoire (330 heures contre 375 heures en 1998).

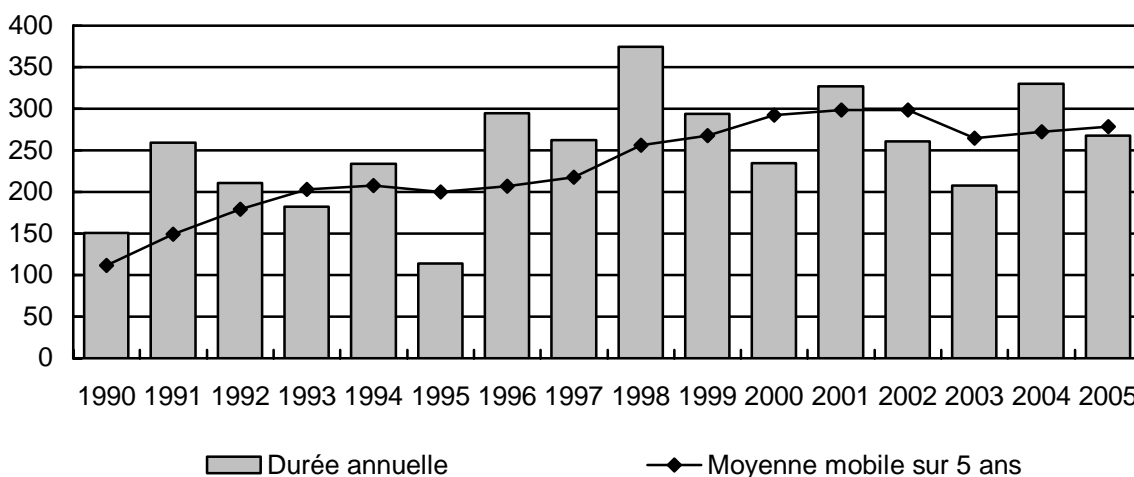
Cette moyenne mobile permet de mettre clairement en lumière les cycles de croissance et de crise de l'animation française au cours de la période récente :

- deux phases de forte croissance à la fin des années quatre-vingt et dans la seconde moitié des années quatre-vingt-dix ;
- deux crises au milieu des années quatre-vingt-dix et de 2001 à 2003.

Contrairement à la crise du milieu des années quatre-vingt-dix qui s'était soldée par une forte augmentation de la production, on assiste cette fois à une sortie de crise qui se caractérise par une stabilisation du volume de production autour de 280 heures par an.

Néanmoins, la France reste un des acteurs mondiaux les plus dynamiques en matière de production car la crise internationale a le plus souvent entraîné chez nos concurrents une baisse drastique du volume de production, parfois même la quasi-disparition de l'activité.

### Evolution du volume de production d'œuvres d'animation TV



Source : SPFA d'après données CNC

## B. Evolution du coût horaire des œuvres

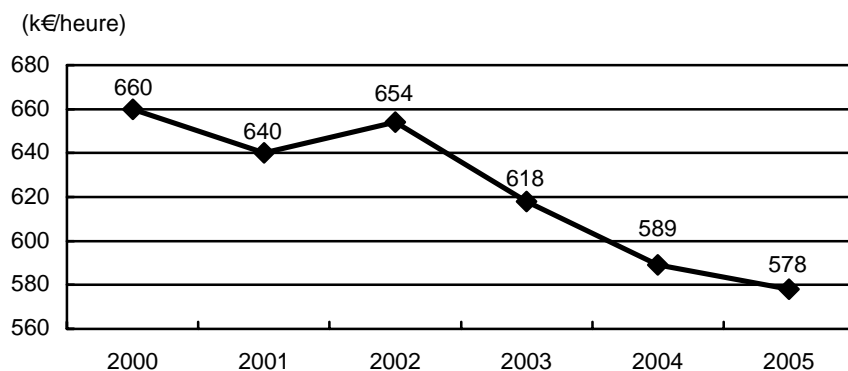
Le coût horaire des œuvres d'animation est passé de 660 K€/heure en 2000 à 577 K€/heure en 2005 soit une baisse de 12 % en six ans.

Cette baisse du coût horaire est une tendance lourde de l'industrie. Elle est le résultat de plusieurs facteurs :

- la diminution de la coproduction ;
- le développement de la production pour les préscolaires ;
- les gains de productivité réalisés par les outils numériques qui arrivent progressivement à un stade de maturité industrielle ;
- la baisse des coûts de la sous-traitance asiatique en raison d'une concurrence accrue entre studios et territoires ;
- des mouvements monétaires favorables.

Cette baisse devrait se stabiliser. Avec la relance de la production depuis quelques mois, des tensions sur le marché du travail apparaissent, conduisant à une inflation salariale sur un certain nombre de postes.

### Evolution du coût horaire des œuvres d'animation aidées par le COSIP



Source : CNC

## C. Formats produits

L'animation française produit essentiellement des séries, et plus particulièrement des séries d'épisodes de 13 ou 26 minutes destinées aux enfants de 6 à 10 ans.

Les séries lourdes de 13 ou 26 minutes représentent en moyenne plus de 80 % de la production française d'animation (83 % en 2004 pour 273 heures, 85 % en 2005 pour 227 heures).

La production de séries courtes (format de moins de 8 minutes) représente 14 % de la production française en volume en 2005, contre 16 % en 2004. Sur ce segment, France 5 est particulièrement actif avec ses séries pour les pré-scolaires (*Grabouillon*, *SamSam*, *Kiri le Clown*, *Didou* en 2005). Les formats courts permettent également aux chaînes thématiques de développer une production exclusive (*Friday Wear* pour Filles TV, *Parker et Badger* pour CanalJ, *Ozie Boo* pour Disney Channel).

En 2005, les « spéciaux », unitaires de 26 minutes, représentent 1 % du volume de la production française. Toutefois, le nombre de spéciaux augmente (6 œuvres en 2004, 9 œuvres en 2005 dont 4 spéciaux de *Drôles de petites bêtes* d'Ellipsanime). Deux sociétés produisent régulièrement ce type de formats : Les Films de l'Arlequin et La Fabrique.

## Répartition du volume de production d'animation aidée par le COSIP en 2005

	Nb dossiers	Durée (h)	Part (%)
Unitaires < 26 minutes	5	1	0,3
Spéciaux de 26 minutes*	6	4	1,4
Séries courtes	14	37	13,7
Séries à épisodes de 13 ou 26 minutes	26	227	84,6
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>268</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC

\*Le dossier *Drôles de petites bêtes* d'Ellipsanime comprend 4 spéciaux

## D. Production d'initiative française et place des auteurs français

### a. Productions d'initiative française et productions d'initiative étrangère

La production française d'animation est aujourd'hui très majoritairement d'initiative française. C'est un des résultats les plus marquants de l'évolution de ces dernières années.

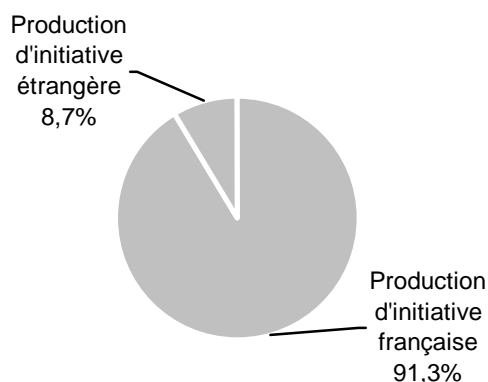
A la fin des années quatre-vingt-dix, la production d'initiative étrangère représentait entre 30 % et 40 % du total de la production française. Cette part s'est effondrée au cours des dernières années. En 2004, seulement 3 projets d'initiative étrangère étaient dénombrés pour 17 heures, soit 5 % du total, et en 2005, 4 pour un total de 35 heures, soit 13 % du total.

### Production d'initiative étrangère

		Projets initiative étrangère	Part dans la production soutenue (%)
2004	Nombre d'œuvres	3	5
	Durée (h)	17	5
2005	Nombre d'œuvres	4	8
	Durée (h)	35	13

Source : SPFA d'après données CNC

## Répartition du volume horaire de la production aidée en 2004 et 2005



Source : SPFA

Une production est dite d'initiative française quand le producteur français a le contrôle artistique de l'œuvre (par le biais d'une création originale ou en achetant les droits d'adaptation d'une propriété existante) et qu'il est en charge du montage financier de l'œuvre. Au regard de la part des financements étrangers dans l'animation, il peut apporter moins de 50 % du financement total tout en gardant ce leadership.

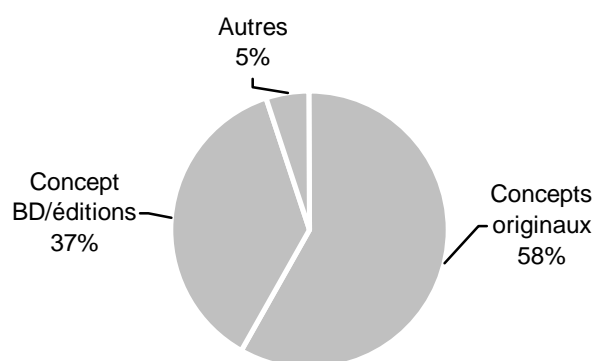
## b. La place des auteurs français

L'analyse de la place des auteurs français porte sur la production aidée par le COSIP en 2004 et 2005. Les spéciaux et les séries de moins de 60 minutes ont été exclues. Au total, la place des auteurs français a été examinée sur 74 œuvres correspondant à 581 heures parmi les 598 heures aidées par le COSIP en 2004 et 2005.

Conséquence de la réduction de la part des œuvres d'initiative étrangère dans la production française, il n'existe plus que quelques rares cas où le contrôle créatif échappe aux producteurs français. La part des auteurs français aux différents stades de la création est donc très largement majoritaire.

Sur les 74 programmes examinés, 43 d'entre eux, soit 58 % sont des créations originales. 39 sont des créations originales françaises, 3 sont européennes et 1 est extra-européenne. Pour 27 œuvres (37 %), les concepts sont adaptés d'œuvres de bandes dessinées ou d'édition jeunesse. La plupart des auteurs de ces bandes dessinées ou livres jeunesse sont européens (dans 25 cas sur 27). Seules deux adaptations d'auteurs de bandes dessinées ou d'édition jeunesse extra-européens sont dénombrés en deux ans : *Franklin 6* en 2004 et *Les Quatre Fantastiques* en 2005.

### Répartition des programmes français d'animation selon le concept en 2004 et 2005



Source : SPFA

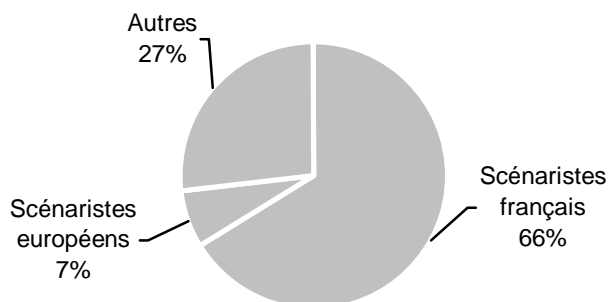
Dans 66 cas sur 74 (89 %), les bibles littéraires et les bibles graphiques ont été réalisées par des auteurs français. Six autres ont été réalisées en Europe (*Le Vilain Petit Canard et moi*, *Monster Allergy*, *Milo2*, *l'Homme invisible*, *Kid Clones 2* et *la Famille Trompette*) et 2 au Canada (*Franklin 6* et *Atomic Betty*).

Les réalisateurs français assurent la réalisation de ces œuvres dans 93 % des cas. Trois réalisations seulement ont été confiées à des européens (*L'Homme invisible*, *Monster Allergy*, *le Vilain Petit Canard et moi*) et deux ont été assurées par des réalisateurs extra-européens (*Robot Boy* et *Franklin 6*). A noter la co-réalisation franco-canadienne sur *Atomic Betty*.

La direction d'écriture est contrôlée dans 74 % des cas par les sociétés françaises et dans 21 % des cas par des sociétés extra-européennes (Etats-Unis et Canada). Elle peut parfois être partagée entre deux territoires.

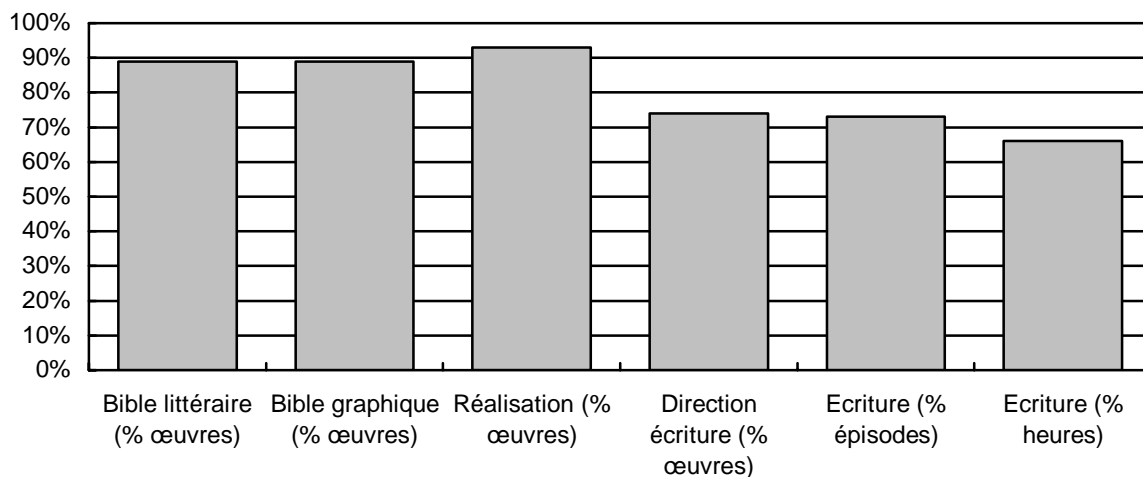
Les scénaristes français ont écrit 73 % des scénarii produits en 2004 et 2005. La part des scénaristes américains et canadiens est de 21 %. Sur la période 2004/2005, les scénaristes français sont à l'origine de 66 % du volume horaire d'animation produit, les scénaristes européens de 7 % et les scénaristes américains et canadiens de 27 %.

## Répartition des minutes d'animation produites selon l'origine des scénaristes en 2004 et 2005



Source : SPFA

## Participation des auteurs français dans la production en 2004 et 2005 (%)



Source : SPFA

## E. Evolution de la structure de financement des œuvres d'animation

La structure de financement des œuvres d'animation connaît des évolutions majeures au cours de ces dernières années. Elle est marquée par une baisse importante des financements issus de l'étranger qui ne représentent plus que 33 % des devis en 2005, contre 44 % en 2000, compensée par un renforcement des financements hexagonaux. La production française se rapproche progressivement d'une couverture de 50 % du coût des œuvres par les diffuseurs français et le COSIP.

### Structure de financement des œuvres d'animation (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Producteurs français	33,7	29,4	27,5	17,5	35,9	25,6
Diffuseurs	36,6	41,2	30,9	27,6	47,7	39,7
COSIP	24,6	27,6	20,1	18,2	28,7	24,7
Préventes en France	2,5	6,6	9,5	3,0	6,8	8,4
Autres	6,2	9,0	5,1	6,8	8,0	4,8
Total financements français	<b>103,6</b>	<b>113,8</b>	<b>93,1</b>	<b>73,0</b>	<b>132,0</b>	<b>103,2</b>
Coproductions étrangères	64,3	53,1	54,2	36,7	40,9	29,8
Préventes étrangères	17,5	42,2	24,3	18,9	21,5	21,9
Total financements étrangers	<b>81,8</b>	<b>95,4</b>	<b>78,5</b>	<b>55,6</b>	<b>62,4</b>	<b>51,7</b>
Total des financements	<b>185,4</b>	<b>209,2</b>	<b>171,6</b>	<b>128,6</b>	<b>194,4</b>	<b>154,9</b>

Source : CNC

### Evolution des apports horaires (K€/heure)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Producteurs	120	90	105	84	109	96
Diffuseurs	130	126	118	133	145	148
COSIP	88	84	77	88	87	92
Préventes en France	9	20	36	14	21	31
Autres	22	28	20	33	24	18
Coproductions étrangères	229	162	208	176	124	111
Préventes étrangères	62	129	93	91	65	82

Source : CNC

### Part des différentes sources de financement (%)

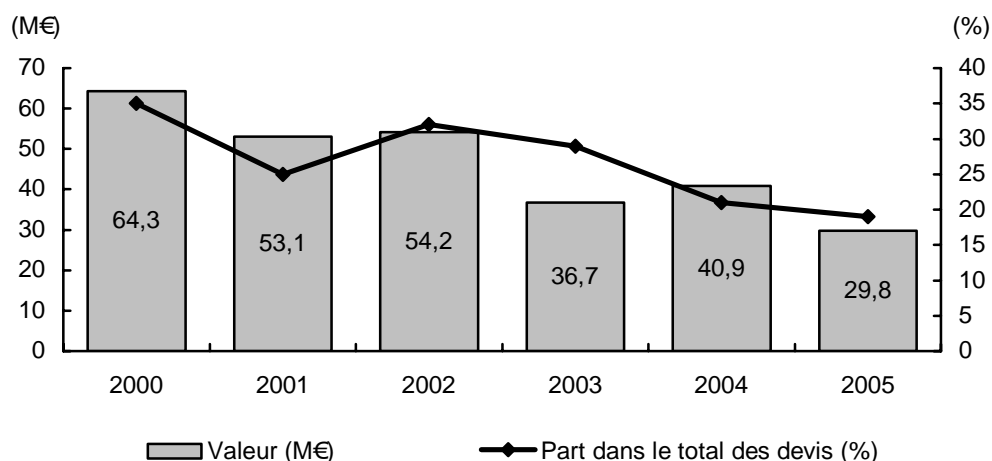
	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Producteurs français	18	14	16	14	18	17
Diffuseurs	20	20	18	21	25	26
COSIP	13	13	12	14	15	16
Préventes en France	1	3	6	2	3	5
Autres	3	4	3	5	4	3
Coproductions étrangères	35	25	32	29	21	19
Préventes étrangères	9	20	14	15	11	14
Total	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Source : CNC

Depuis 2000, les apports en coproduction diminuent. Il s'agit d'une tendance lourde de la production française d'animation. Elle résulte à la fois des évolutions du marché international, de la crise traversée par le secteur au niveau mondial qui a raréfié le nombre d'acteurs potentiels sur le marché et d'un renforcement des dispositifs de soutien hexagonaux.

Les investissements étrangers en coproduction sont passés de près de 65 M€ en 2000 (35 % des devis) à 30 M€ en 2005 (19 % des devis). Entre 2000 et 2005, l'apport horaire lié à la coproduction étrangère baisse de plus de 50 %.

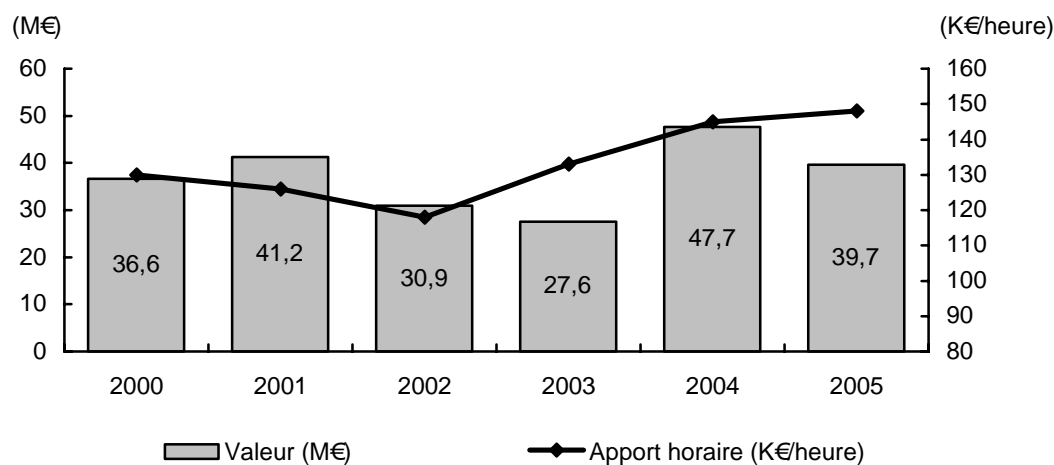
## Evolution du poids des coproductions étrangères dans la production française d'animation



Source : CNC

Les préventes étrangères ne prennent que partiellement le relais de la coproduction. Toutefois, elles passent de 9 % des devis en 2000 (17,5 M€) à 14 % des devis en 2005 (21,9 M€). Par rapport à 2004, le montant des préventes progresse de 25,1 %. Par ailleurs, il convient de signaler que le plus souvent, la part portée par le producteur étranger couvre une partie de préventes qui se concrétisent au cours de la fabrication de l'œuvre.

## Evolution de l'apport des diffuseurs français



Source : CNC

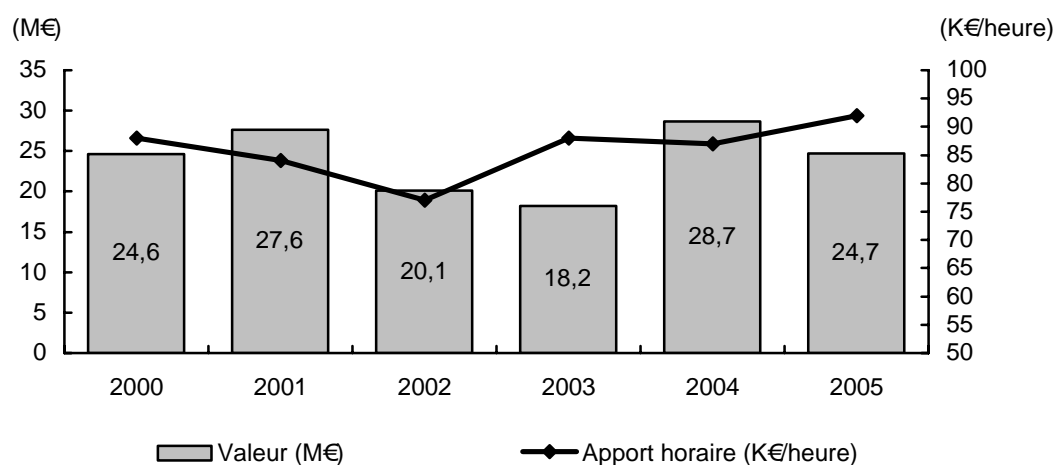
La part des diffuseurs français enregistre une forte progression. Elle passe ainsi de 20 % des devis en 2000 (36,6 M€) à 26 % des devis en 2005 (39,7 M€). Tirant les conséquences de la raréfaction des financements internationaux et contraints par leurs obligations de production, les diffuseurs français ont progressivement augmenté leurs apports dans les œuvres d'animation. Leur apport horaire est ainsi passé de 130 K€/heure en 2000 à 148 K€/heure en 2005, soit une hausse de 14 %. Ce mouvement devrait se poursuivre dans les années à venir. Les investissements des diffuseurs hertziens et des chaînes du câble et du satellite sont étudiés plus précisément dans la partie IV.

Les aides du COSIP connaissent également une évolution positive qui peut se mesurer à deux niveaux :

- en amont, sur la base des aides à la production accordées initialement par le CNC ;
- en aval, avec la réaffectation des compléments de subvention qui peuvent être conséquents en animation, surtout depuis les aménagements du compte de soutien opérés courant 2004.

Avant complément de subventions, l'apport du COSIP était de 24,6 M€ en 2000, soit 13 % des devis. En 2005, l'apport du COSIP est quasiment équivalent en valeur mais représente 16 % des devis. L'apport horaire passe de 88 K€/heure en 2000 à 92 K€/heure en 2005, soit une hausse de 5,3 %.

### Evolution des apports du COSIP (avant compléments de subventions)



Source : CNC

En animation, les montants de compléments de subventions peuvent être relativement importants. Ainsi, pour les œuvres ayant obtenu leur autorisation préalable au titre de l'exercice 2004, le COSIP a apporté 5 M€ supplémentaires courant 2005.

### Apports du COSIP avec compléments de subvention (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
aides à la production	24,6	27,6	20,1	18,2	28,7	24,7
compléments ventilés	2,8	5,4	10,4	2,2	5,0	0,0
<b>Total</b>	<b>27,4</b>	<b>33,0</b>	<b>30,5</b>	<b>20,4</b>	<b>33,7</b>	<b>24,7</b>

Source : CNC

Sur la base des devis initiaux, l'apport horaire du COSIP atteint 102 K€ en 2004, contre 87 K€ hors compléments. Le COSIP représente alors 17 % des devis, contre 16 % avant réaffectation des compléments de subventions.

Les 24,7 M€ apportés par le COSIP en 2005 dans les œuvres d'animation se répartissent pour 6 M€ au titre des aides sélectives (24 % du total), 12,1 M€ pour les aides automatiques (49 %) et 6,6 M€ pour les avances (27 %). Dans un contexte de baisse de près de 20 % du volume horaire aidé par rapport à l'année précédente, la consommation du soutien automatique par les producteurs baisse de 34 % tandis que les aides sélectives progressent de 46 %. Les avances sont stables.

La progression significative des aides sélectives fait suite aux aménagements opérés sur le COSIP en 2004. Les nouveaux producteurs sont désormais tous orientés vers ce guichet alors qu'une partie d'entre eux se présentaient auparavant pour des demandes d'avances.

La part importante des avances est le résultat de la croissance de l'activité de certaines sociétés et de l'épuisement plus rapide des comptes automatiques des producteurs qui recentrent leur fabrication sur le marché français et utilisent les différentes bonifications mises en place.

## F. Le poids de l'animation dans le COSIP

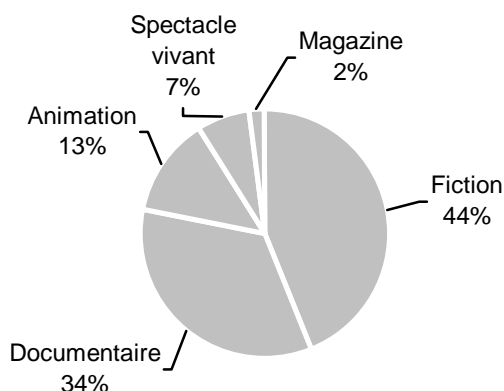
En 2005, le montant total des aides accordées par le COSIP s'élève à 191,8 M€ (-3 % par rapport à 2004) dont 187,1 M€ au titre de l'aide à la production (97,5 % du total) et 4,7 M€ au titre de l'aide à la préparation et au développement (2,5 %).

### Répartition du COSIP\* par genre (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Fiction	81,6	86,8	99,8	73,2	77,3	84,2
Documentaire	67,1	74,7	90,3	67,0	68,4	64,5
Animation	28,0	33,7	31,0	21,3	34,0	25,0
Spectacle vivant	8,4	12,3	21,5	15,2	16,1	14,3
Magazine	2,0	2,1	3,1	2,2	2,2	3,8
<b>Total</b>	<b>187,1</b>	<b>209,6</b>	<b>245,7</b>	<b>178,9</b>	<b>198,0</b>	<b>191,8</b>

\*aides à la production et à la préparation + compléments de subvention ventilés sur les exercices précédents  
Source : CNC

### Répartition du COSIP par genre en 2005

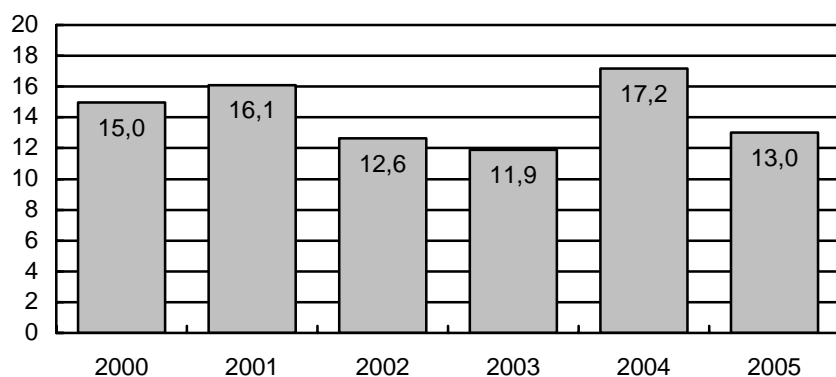


Source : CNC

En 2005, la fiction bénéficie de la part la plus importante du COSIP (44 % avec 84,2 M€) devant le documentaire (34 % avec 64,5 M€) et l'animation (13 % avec 25 M€). Sous l'effet de la hausse du volume de production de fiction et de la baisse de ceux du documentaire et de l'animation, l'équilibre entre les genres s'est modifié au profit de la fiction. La part de l'animation dans le COSIP passe ainsi de 17,2 % en 2004 à 13,0 % en 2005.

Toutefois, il convient de rappeler que les chiffres 2005 n'incluent pas encore les compléments de subventions attribués par le CNC au vu des dépenses définitives, et notamment pour l'animation, les bonus à 70 % et 80 % liées aux dépenses en France.

## Part de l'animation dans le COSIP\* (%)



Source : CNC

\*aides à la production et à la préparation + compléments de subvention ventilés sur les exercices précédents

## Répartition des aides à la production du COSIP par genre en 2005 (M€)

	Sélectif	Automatique	Avances	Total
Fiction	13,8	57,2	10,9	<b>81,9</b>
Documentaire	7,4	48,0	7,0	<b>62,4</b>
Animation	6,0	12,1	6,6	<b>24,7</b>
Spectacle vivant	1,2	11,4	1,7	<b>14,3</b>
Magazine	3,7	0,0	0,0	<b>3,7</b>
Total	<b>32,1</b>	<b>128,8</b>	<b>26,2</b>	<b>187,1</b>

Source : CNC

Les 187,1 M€ d'aides à la production versés en 2005 se répartissent entre les aides automatiques (68,8 %), les aides sélectives (17,2 %) et les avances (14,0 %). Les aides automatiques progressent de 6,2 % à 128,8 M€. Les aides sélectives enregistrent également une progression de 2 % (32,1 M€) tandis que les avances diminuent de 20,1 % à 26,2 M€.

En 2005, l'animation représente 19 % des aides sélectives à la production accordées par le COSIP, 9 % des aides automatiques et 25 % des avances.

## G. Les aides à la création

### a. Les aides à la préparation et au développement du CNC

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

En 2005, le CNC a apporté 315 K€ au développement de projets d'animation contre 253 K€ l'année précédente. Au total, entre 2000 et 2005, l'animation française a bénéficié de 3,37 M€ par le biais de ce dispositif contre 11,65 M€ pour la fiction et 10,48 M€ pour le documentaire.

Les aides à la préparation et au développement sont constituées très majoritairement par la mobilisation des comptes automatiques des producteurs. En 2005, elle représente tous genres confondus 3,9 M€ soit 83% de l'ensemble des aides à la préparation, contre 0,8 M€ pour le sélectif.

## Aide à la préparation et au développement du CNC (K€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
Fiction	1 478,8	1 488,3	2 191,1	2 447,8	1 789,1	2 259,7	11 654,8
Documentaire	869,0	1 283,5	1 785,2	2 169,5	2 296,6	2 080,3	10 484,1
Animation	640,3	737,8	492,9	927,7	252,9	315,0	3 366,6
Spectacle vivant	0,0	5,9	37,7	6,0	0,0	44,0	93,6
Total	2 988,0	3 515,5	4 507,0	5 551,0	4 338,6	4 699,0	25 599,1

Source : CNC

### b. Les aides aux pilotes du CNC

Les aides aux pilotes sont des aides spécifiques à l'animation qui sont destinées à des producteurs qui développent des projets difficiles pour lesquels la fabrication d'un pilote est indispensable en vue de démarcher des partenaires, notamment étrangers. De 1997 à 2005, le CNC a apporté son soutien à la réalisation de 158 pilotes pour un montant total de 2,48 M€. En 2005, seuls 12 pilotes ont été soutenus par le CNC pour un montant de 201 K€ soit 16 750 € par pilote.

Dans le cadre de la réflexion menée fin 2004 sur le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle, le CNC a décidé d'ouvrir le dispositif de l'aide aux pilotes aux producteurs disposant d'un compte automatique, et de porter les sommes disponibles à 400 000 € par an à compter de 2005.

### Aides aux pilotes accordées par le CNC

	Nb pilotes	Aides CNC (€)
1997	15	228 000
1998	15	244 000
1999	16	259 000
2000	22	381 000
2001	16	274 000
2002	22	332 244
2003	19	248 000
2004	21	316 000
2005	12	201 000
Total	158	2 483 244

Source : CNC

### c. Le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle

Le décret n°2005-1396 du 10 novembre 2005 et son arrêté d'application mettent en place, dans le cadre du COSIP, le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle afin de favoriser la création d'œuvres audiovisuelles à caractère innovant dans les secteurs de la fiction, de l'animation et du documentaire de création. Ce Fonds est doté de 4 M€ dont 0,5 M€ pour l'animation (3 M€ pour la fiction et 0,5 M€ pour le documentaire de création).

Ce Fonds propose deux aides distinctes avec des conditions d'attribution différentes :

- une aide à l'écriture qui s'adresse exclusivement aux auteurs ;
- une aide au développement qui nécessite l'implication d'une entreprise de production.

Début juin 2005, le CNC a lancé un premier appel à projets pour la phase d'aide à l'écriture destinée aux auteurs. Ceux-ci ont déposé 36 projets d'animation dont 30 ont été déclarés éligibles. Neuf avaient été présélectionnés et, finalement, quatre ont été retenus par un comité d'experts. Un deuxième appel pour cette première phase a été ouvert jusqu'au 14 novembre 2005.

Pour l'année 2006, le CNC a prévu deux sessions pour l'aide à l'écriture et deux pour l'aide au développement. A l'heure actuelle, il est encore trop tôt pour tirer un premier bilan de ce dispositif.

#### d. Les aides à la création télévision de la PROCIREP

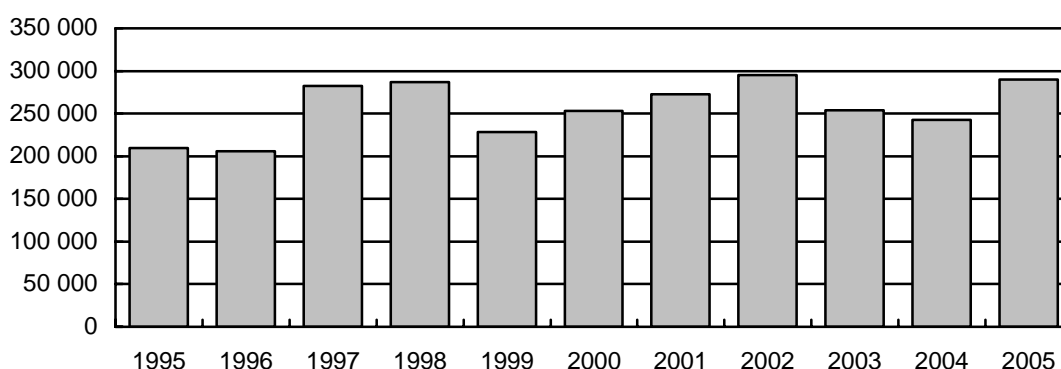
La PROCIREP, société civile des Producteurs de Cinéma et Télévision, a en charge la défense et la représentation des producteurs français dans le domaine des droits d'auteurs et des droits voisins. Les dispositions législatives sur la rémunération pour copie privée alimentée par une redevance sur les supports analogiques (cassettes vidéo vierges) et, depuis 2000, numériques (DVD enregistrable, CDR, etc.) visent à indemniser auteurs, artistes-interprètes et producteurs, en compensation des torts financiers engendrés par le copiage par le public des œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Dans ce cadre juridique, la Procirep a en charge la gestion de la part revenant aux producteurs.

75 % de ces sommes sont réparties entre les titulaires de droits sur les œuvres de nationalité européenne, qui sont diffusées sur les chaînes nationales françaises. 25 % sont affectées par une Commission Cinéma et une Commission Télévision à des actions d'Aide à la Création dans le domaine de la production, qui ont pour objet de soutenir les efforts déployés par les producteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles prenant des risques financiers et artistiques pour mettre en œuvre des programmes de qualité.

De 1995 à 2005, l'animation française a perçu 2,82 M€ au titre de l'aide à la création télévision de la PROCIREP, soit 7,6 % des subventions attribuées aux différents genres. L'aide moyenne accordée est de près de 8 500 € par projet.

Entre 2000 et 2005, 71 producteurs différents ont été aidés par la commission d'aide à la création télévision de la PROCIREP. Les dix premiers captent 40,5 % des fonds distribués. Avec près de 122 000 €, Les Films de l'Arlequin (7,6 % des fonds distribués) devance Futurikon (4,9 %) et Alphanim (4,6 %).

#### Financements accordés aux projets d'animation dans le cadre de l'aide à la création télévision de la PROCIREP (€)



Source : SPFA d'après données PROCIREP

#### Les 10 premiers producteurs d'animation à la Commission création TV de la Procirep (2000/2005)

1	Les Films de l'Arlequin	121 931 €	7,6%
2	Futurikon	78 686 €	4,9%
3	Alphanim	74 098 €	4,6%
4	La Fabrique	70 000 €	4,4%
5	Storimages	62 294 €	3,9%
6	Marlou Films Production	52 671 €	3,3%
7	Les Armateurs	52 196 €	3,2%
8	Folimage Valence Production	50 196 €	3,1%
9	Saban International Paris / SIP Animation	47 818 €	3,0%
10	La Parisienne d'Animation	41 000 €	2,6%
	Autres	956 559 €	59,5%
	Total	1 607 449 €	100,0%

Source : SPFA d'après données PROCIREP

### e. L'aide au développement de MEDIA PLUS

Ce soutien est destiné aux sociétés de production indépendantes européennes et concerne les projets cinématographiques ou télévisuels, unitaires ou séries, de fiction (de durée supérieur à 50 minutes), de documentaire (de durée supérieure à 25 minutes), d'animation (de durée supérieure à 24 minutes ou 13 minutes pour les « Nouveaux Talents ») ainsi que les concepts d'œuvres multimédias. Il intervient au cours des différentes étapes du développement d'un projet.

Le mécanisme se décline en trois types de soutien :

- « Nouveaux Talents » permet à une société de production de poursuivre le développement d'un projet, initié dans le cadre d'une formation longue durée soutenue par MEDIA depuis 2003. Le soutien varie de 10 000 € à 50 000 € (jusqu'à 80 000 € pour un long métrage d'animation) selon la catégorie du projet ;

- « Projets Isolés » s'adresse aux sociétés existant depuis au moins un an et ayant déjà produit et diffusé hors de leur pays d'origine une œuvre de même catégorie que celle pour laquelle elle sollicite une aide. Le soutien varie de 10 000 € à 50 000 € (jusqu'à 80 000 € pour un long métrage d'animation).

- « Slate Funding » ou « catalogue de projets » s'adresse aux sociétés existant depuis au moins trois ans, ayant déjà produit et diffusé hors de leur pays d'origine au moins une œuvre de même catégorie que celle pour laquelle elle réclame un soutien et présentant un plan de développement sur trois ans. Pour le slate funding 1, le soutien varie de 60 000 € à 90 000 € pour 3 à 6 projets développés. Pour le slate funding 2, le soutien varie de 100 000 € à 150 000 € pour 3 à 10 projets développés.

La particularité du dispositif réside dans le fait que les contributions MEDIA doivent être réinvesties dans le développement de nouveaux projets si le projet soutenu entre en production. En cas de non réinvestissement, elles doivent être remboursées à la Commission. Si le projet n'aboutit pas mais que les obligations contractuelles ont été respectées, aucun remboursement n'est exigé.

#### Aides du programme média aux sociétés françaises

	2001	2002	2003	2004	2005
Aides accordées aux sociétés françaises d'animation (€)	660 000	425 000	485 000	130 000	745 000
Aides accordées aux sociétés françaises (€)	3 990 000	3 445 000	2 390 000	2 240 000	4 400 000
Part des aides accordées aux sociétés françaises d'animation sur le total des aides accordées aux sociétés françaises (%)	17	12	20	6	17
Aides accordées aux sociétés européennes (€)	12 255 000	14 075 000	15 000 000	18 765 000	16 825 000
Part des aides accordées aux sociétés françaises d'animation sur le total des aides accordées aux sociétés européennes (%)	5	3	3	1	4

Source : Media Desk France

De 2001 à 2005, les sociétés françaises d'animation ont obtenu 2,445 M€, ce qui représente selon les années de 15 % à 20 % des aides accordées à l'ensemble des entreprises de production françaises. L'année 2005 est une année record avec 745 000 € accordés à neuf sociétés françaises d'animation. Cinq d'entre elles ont été aidées au travers du Slate Funding et quatre au titre des projets isolés. En revanche, l'année 2004 s'était soldée sur un résultat décevant avec 130 000 € accordés aux sociétés françaises d'animation.

## H. Le panorama des sociétés de production déléguées en télévision

### a. Recensement

Une centaine de sociétés sont recensées sur la période 2000 à 2005 en tant que producteur délégué d'une œuvre audiovisuelle d'animation ayant reçu une aide à la production du COSIP. Entre trente et quarante sociétés différentes sont soutenues chaque année au titre des aides à la production : 35 en 2000, 36 en 2001, 34 en 2002, 40 en 2003, 37 en 2004 et 31 en 2005.

De 2000 à 2005, seuls quatre producteurs (soit 5 % de la population recensée) ont produit au moins une œuvre chaque année : Alphanim, Moonscoop SAS, Ellipsanime et Millimages. Les 15 premiers producteurs sur la période 2000 à 2005 totalisent 69 % du volume produit. La concentration est donc relativement forte.

L'introduction dans le secteur reste difficile, même si de nouveaux acteurs y font régulièrement leur entrée (Euro Visual, Spirit Productions, Planet Nemo Animation, Cyber Group Europe en 2004/2005 ou encore Samka Productions, TeamTo, Label-Anim et GO-N Productions en 2005/2006).

### b. Les principaux producteurs

Sur la période 2000 à 2005, le classement des producteurs est dominé par Alphanim avec plus de 150 heures produites, soit 9 % du volume total. Le trio de tête est complété par Millimages (108 heures produites et 7 % de part de marché) et Ellipsanime (104 heures produites et 6 % du volume global). Les œuvres sont comptabilisées l'année de l'obtention de l'autorisation préalable délivrée par le CNC.

Le premier producteur, Alphanim, produit l'équivalent de plus de deux séries lourdes par an sur la période 2000 à 2005. Seuls les dix premiers produisent l'équivalent de plus d'une série lourde par an sur la période.

#### Classement des 15 premiers producteurs sur la période 2000-2005

	heures	part de marché (%)
Alphanim	151	9
Millimages	108	7
Ellipsanime	104	6
Marathon Médias	99	6
SIP Animation	97	6
Futurikon	93	6
Moonscoop SAS	82	5
Dargaud Marina	73	4
Xilam Animation	71	4
Télé Images Kids	57	3
Dupuis Audiovisuel	45	3
France Animation	44	3
AB Production	38	2
Sparklin	34	2
Method Films	32	2

Source : SPFA d'après données CNC

### Classement des 15 premiers producteurs sur la période 2004-2005

	heures	part de marché (%)
Alphanim	59	11
Marathon Médias	49	9
Futurikon	42	8
Télé Images Kids	32	6
Method Films	32	6
Moonscoop SAS	31	6
SIP Animation	31	6
Ellipsanime	23	4
Les Cartooneurs associés	21	4
Millimages	21	4
Xilam Animation	21	4
Les Films de la Perrine	17	3
Storimages	15	3
France Animation	12	2
Dupuis Audiovisuel	11	2

Source : SPFA d'après données CNC

Les deux dernières années (2004 et 2005) sont révélatrices de la dynamique actuelle de chaque producteur sur le marché en volume de production. Alphanim reste un solide leader devant Marathon Médias en forte croissance. Futurikon, Télé Images Kids et Method Films dépassent également sur les deux dernières années leur part de marché moyenne sur 2000-2005. Par ailleurs, il convient de signaler la disparition dans le classement de Dargaud-Marina, de AB Productions et Sparkling, remplacés par Les Cartooneurs Associés, Les Films de la Perrine et Storimages.

#### c. La concentration du secteur

Le secteur a connu plusieurs importantes opérations de restructuration ces dernières années : les rachats de Storimages, Ellipsanime et Dupuis Audiovisuel par le groupe Média Participations, le rachat de France Animation par Antéfilms Production pour former Moonscoop et, dernièrement, la naissance de Finhera qui regroupe notamment Marathon Medias et Télé Images Kids.

Entre 2000 et 2005, le groupe Média Participations représente ainsi, avec ses quatre structures de production (les trois pré citées et Dargaud Marina), 16 % de la production française. Marathon Médias et Télé Images Kids arrivent juste derrière avec 10 % de la production française. Moonscoop SAS totalise avec France Animation 8 % de la production française. Les positions de Carrere Group sont beaucoup plus marginales avec une part de marché de 3 %.

Au total, ces quatre groupes totalisent 37 % du volume de la production française d'animation sur la période 2000-2005.

#### Groupes et principaux producteurs sur la période 2000-2005

	heures	part de marché (%)
Media Participations	255	16
Marathon Médias / Télé Images Kids	156	10
Alphanim	151	9
Moonscoop SAS / France Animation	127	8
Millimages	108	7
SIP Animation	97	6
Futurikon	93	6
Xilam Animation	71	4
Carrère Group	56	3
AB Productions	38	2
Sparkling	34	2
Method Films	32	2
Les Cartooneurs associés	32	2
Les Films de la Perrine	32	2
PMMP	30	2

Source : SPFA d'après données CNC

## II. La production française de long métrage d'animation

### A. Le nombre de films produits

8 longs métrages d'animation ont obtenu l'agrément au cours de l'année 2005. Le long métrage français d'animation enregistre un record historique de production, dépassant le résultat de l'année 2000 (6 films agréés). Le nombre de films d'animation agréés double par rapport aux quatre années précédentes. Entre 2000 et 2005, 29 films ont été agréés au total.

Pour mémoire, seuls 6 longs métrages d'animation avaient été agréés dans la seconde moitié des années 90 dont quatre pour la seule année 1999 suite au succès de *Kirikou et la Sorcière*.

La production française de long métrage étant elle-même très dynamique (record en 2005 avec un total de 240 films agréés soit +18 % par rapport à 2004), la part des longs métrages d'animation dans le total de la production cinématographique française varie entre 1,5 % et 3,5 % au fil des années.

#### Evolution du nombre de longs métrages d'animation agréés

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nb films animation agréés	6	4	3	4	4	8
Total films agréés	171	204	200	212	203	240
Part des films d'animation (%)	3,5	2,0	1,5	1,9	2,0	3,3

Source : CNC

### B. Films d'initiative française

La production française de longs métrages d'animation est essentiellement une production d'initiative française. Les films d'initiative française représentent 79 % des films agréés entre 2000 et 2005. Le nombre de longs métrages d'initiative étrangère était supérieur à celui d'initiative française seulement en 2002. Au cours des trois dernières années, un seul film d'initiative étrangère a été agréé (*Le vilain petit Canard et moi*).

#### Films d'initiative française et films d'initiative étrangère

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films initiative française	4	3	1	4	4	7
Films initiative étrangère	2	1	2	0	0	1
Total	6	4	3	4	4	8

Source : SPFA d'après données CNC

Les films d'initiative française sont des films produits et financés intégralement ou majoritairement par des partenaires français, pour lesquels le producteur français exerce le contrôle artistique du film. Si l'un de ces paramètres n'est pas réuni, le film est considéré comme un film d'initiative étrangère.

## C. Les devis des films d'animation

Le total des devis des longs métrages d'animation agréés entre 2000 et 2005 s'élève à 250,6 M€. Le devis moyen (total des devis / nombre de films) s'établit à 8,64 M€. Le niveau du devis moyen est fortement impacté par *Arthur et les minimoys* et son budget de 65 M€. Le devis médian (montant pour lequel 50 % des films ont un devis supérieur et 50 % des films ont un devis inférieur) s'établit à 5,35 M€.

Sur la période étudiée, 3 films ont un devis supérieur à 15 M€ (*Arthur et les minimoys*, *Astérix et les vikings* et *Pollux et le manège enchanté*), 1 film a un devis compris entre 10 M€ et 15 M€ (*Renaissance*) et 4 films (*Azur et Asmar*, *Mia et le Migou*, *Piccolo et Saxo* et *Pinocchio*) se trouvent dans la zone intermédiaire de 7 M€ à 10 M€. 21 des 29 films ont un budget inférieur à 7 M€.

Toutefois, les deux dernières années tendent à démontrer une certaine montée en puissance des devis des longs métrages d'animation. Sur les 8 films à plus de 7 M€ agréés entre 2000 et 2005, 5 ont été agréés en 2004 et 2005.

### Films selon la tranche de devis

	2000/2005	2004/2005
plus de 15 M€	3	2
de 10 à 15 M€	1	1
de 7 à 10 M€	4	2
de 5 à 7 M€	11	5
moins de 5 M€	10	2
Total	29	12

Source : SPFA d'après données CNC

La couverture des devis est assurée à 83 % par des financements français et à 17 % par des financements étrangers, principalement sous forme de coproductions ou de préventes. La part des financements étrangers est beaucoup plus faible que celle qui peut être constater dans la production audiovisuelle.

Il convient de noter que 4 des 29 films étudiés n'ont fait l'objet d'aucun investissement de Canal+, des chaînes cinéma ou hertziennes en clair. Ce sont des films aux budgets inférieurs à 5 M€ produits dans des conditions difficiles. Trois d'entre eux ont enregistré en salles des résultats très limités.

## D. Les préachats de Canal+

Par le passé la chaîne cryptée a joué un rôle prépondérant dans le processus de relance du long métrage d'animation français opéré à partir de la fin des années quatre-vingt-dix. Entre 2000 et 2005, Canal+ est intervenue dans 19 des 29 longs métrages d'animation agréés. La part des films d'animation agréés ayant bénéficié d'un investissement de la chaîne cryptée était de 100 % en 2001 et 2002. Canal+ est intervenue dans 75 % des films d'animation agréés en 2004 et 50 % en 2005.

### Intervention de Canal+ dans les longs métrages d'animation

	2000	2001*	2002	2003	2004	2005
Films d'animation avec intervention de Canal+	4	4	3	1	3	4
Part sur total films animation agréés	67%	100%	100%	25%	75%	50%
Montant apporté (K€)	3 201	3 887	2 515	1 220	5 226	2 640

\*une part de l'investissement a été effectuée sous forme de coproduction

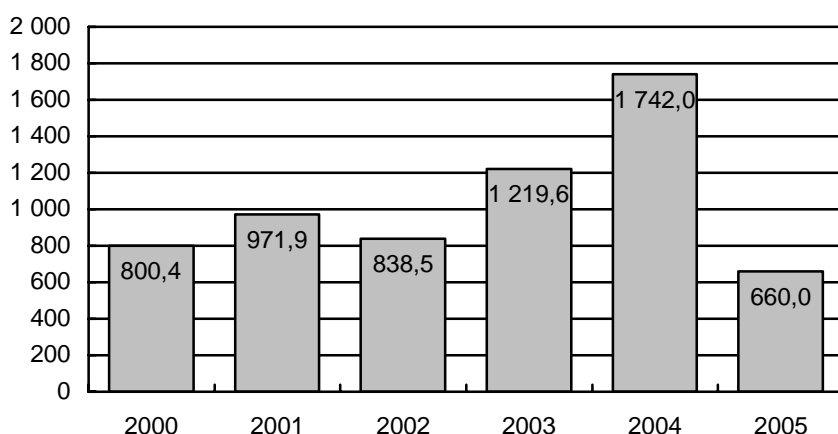
Source : CNC

Au total, Canal+ a investi 18,7 M€ entre 2000 et 2005 dans les longs métrages d'animation dont 5,23 M€ en 2004 et 2,64 M€ en 2005. Le total est fortement impacté par l'investissement réalisé en 2004 dans *Arthur et les minimoys* d'EuropaCorp.

L'animation représente légèrement plus de 2 % du total des investissements de la chaîne cryptée dans la production cinématographique française en 2005 (126,04 M€ dans 120 films).

L'apport moyen de Canal+ en préachat sur un long métrage d'animation est nettement inférieur à son apport moyen sur l'ensemble des films d'initiative française. En 2005, il est respectivement de 0,66 M€ (1,22 M€ en 2003 et 1,74 M€ en 2004) contre 1,09 M€. Il convient de signaler que souvent les chaînes hertziennes en clair ajustent le montant de leurs investissements par film en fonction des apports des chaînes à péage « premium ».

### Evolution de l'apport moyen de Canal+ en préachat dans les longs métrages d'animation (K€)



Source : CNC

### E. Les préachats de TPS Cinéma

L'engagement de TPS Cinéma dans le long métrage d'animation est récent et d'ampleur significative même s'il faut relativiser les chiffres 2005 en raison de l'importance de l'investissement réalisé dans *Astérix et les Vikings* produit par M6 Studio, filiale de l'un des actionnaires du bouquet. En 2005, TPS Cinéma a investi au total 4,215 M€ dans quatre longs métrages d'animation, soit la moitié des films agréés. Les premières données relatives à l'année 2006 tendent à démontrer que cet engagement a vocation à se poursuivre avec un investissement important dans *Tous à l'ouest !* produit par Xilam Animation.

#### Intervention de TPS Cinéma dans les longs métrages d'animation

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films d'animation avec préachat de TPS	0	0	0	0	0	4
Part sur total films animation agréés (%)	0	0	0	0	0	50
Montant apporté (K€)	0	0	0	0	0	4 215

Source : CNC

## F. Les préachats de Ciné Cinéma

En 2005, Ciné Cinéma a investi dans deux longs métrages d'animation pour un total de 0,16 M€ soit un investissement moyen de 80 000 €. Ce sont ses deux premières interventions dans le financement de longs métrages d'animation.

En 2005, Ciné Cinéma a investi 11,9 M€ dans la production cinématographique française de 67 films. Cet investissement a augmenté de 328 % entre 2002 et 2005. Les acquisitions de films d'initiative française s'échelonnent de 45 000 € à 500 000 €. En 2005, son investissement dans l'animation représente 1,3 % du total tous films.

### Intervention de Ciné Cinéma dans les longs métrages d'animation

	2002	2003	2004	2005
Films d'animation avec intervention de Ciné Cinéma	0	0	0	2
Montants investis (K€)	0	0	0	160

Source : CNC

## G. Les investissements des diffuseurs hertziens en clair

Entre 2000 et 2005, 19 des 29 films d'animation agréés ont bénéficié d'un investissement d'une chaîne hertzienne. Le groupe France Télévisions est particulièrement dynamique dans ce domaine avec une participation financière à 16 de ces films (8 pour France 2 et 8 pour France 3). La production du groupe France Télévisions monte en puissance depuis 2004 pour s'établir en moyenne autour de 4 films par an.

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

### Films d'animation bénéficiant d'un investissement d'une chaîne hertzienne en clair

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
TF1	0	0	0	0	1	0	1
M6	0	0	0	0	0	2	2
France 2	2	1	1	2	1	1	8
France 3	1	1	0	0	2	4	8

Source : CNC

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

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
TF1	0	0	0	0	2 000	0	2 000
M6	0	0	0	0	0	1 875	1 875
France 2	1 600	534	457	1 526	1 000	460	5 578
France 3	534	381	0	0	1 060	3 000	4 975

Source : CNC

Entre 2000 et 2005, les chaînes hertziennes en clair ont investi 14,43 M€ sous forme de préachats ou d'apports en coproduction. Inférieur à 2 M€ par an entre 2000 et 2003, leur investissement enregistre une accélération brutale ces deux dernières années avec les apports effectués dans *Arthur et les minimoyes* et *Astérix et les Vikings*. Entre 2004 et 2005, l'investissement des chaînes hertziennes progresse de 31 %.

Entre 2000 et 2005, France Télévisions apporte 73 % de ce total dont 39 % pour France 2 et 34 % pour France 3. TF1 et M6 financent respectivement 14 % et 13 % du total.

## Bilan 2005

	TF1	M6	France 2	France 3	Total
Films	0	2	1	4	7
Préachats (K€)	0	1 875	230	1 500	3 605
Apports en coproduction (K€)	0	0	230	1 500	1 730
Total (K€)	0	1 875	460	3 000	5 335
Moyenne par film (K€)	0	938	460	750	762

Source : CNC

## Bilan 2004

	TF1	M6	France 2	France 3	Total
Films	1	0	1	2	4
Préachats (K€)	2 000	0	610	530	3 140
Apports en coproduction (K€)	0	0	390	530	920
Total (K€)	2 000	0	1 000	1 060	4 060
Moyenne par film (K€)	2 000	0	1 000	530	1 015

Source : CNC

En 2005, les investissements des chaînes en clair sont constitués à hauteur de 68 % par des préachats de droits de diffusion (77 % en 2004). Cette part est égale à la moyenne constatée sur l'ensemble de la production de films.

Les investissements moyens par film de France 2 et France 3 varient beaucoup d'une année sur l'autre en fonction des films concernés. Ainsi, l'investissement moyen s'élève à 530 K€ en 2004 et à 750 K€ en 2005 pour France 3. En règle générale, l'investissement de France 3 se partage entre 50 % sous forme de préachats et 50 % sous forme d'apports en coproduction.

## H. Les interventions des SOFICA

De 2000 à 2005, les SOFICA sont intervenues dans le financement de 9 longs métrages d'animation pour un montant total de 5,2 M€. En 2005, les SOFICA ont semblé s'intéresser un peu plus au secteur du long métrage d'animation que par le passé avec des interventions dans 4 films sur 8 agréés pour un montant total de 2,12 M€.

En 2005, l'investissement moyen atteint près de 530 K€, soit 6,3 % du devis des films. L'investissement moyen est donc supérieur à celui constaté sur l'ensemble tous films (410 K€). Mais, la part des SOFICA dans le budget total d'un film d'animation est équivalente à celle constatée sur l'ensemble tous films (6,7 %).

En 2005, les quatre films ont bénéficié de l'intervention conjointe de plusieurs SOFICA : deux pour trois d'entre eux et même trois pour un film (*Persépolis*). Deux des films (*Azur et Asmar* et *Persépolis*) sur lesquels les SOFICA sont intervenues ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation.

### Intervention des SOFICA dans les longs métrages d'animation

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films d'animation avec SOFICA	2	1	0	1	1	4
Part sur total films animation agréés (%)	33	25	0	25	25	50
Montant apporté (K€)	945	671	0	1 000	500	2 117

Source : CNC

En 2005, quatre SOFICA sont intervenues dans le financement des longs métrages d'animation. Soficinéma finance 53 % des apports des SOFICA avec 1,117 M€ devant Cofimages (26 % avec 0,55 M€).

## Les SOFICA actives en 2005 (K€)

Soficinéma	1 117
Cofimages	550
Cofinova	250
Europacorp	200
Total	2 117

Source : CNC

## I. Les films bénéficiaires de l'avance sur recettes

De 2000 à 2005, dix longs métrages d'animation ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation pour un montant total de près de 4,55 M€. Ces trois dernières années, entre un et deux tiers des films d'animation agréés annuellement bénéficient de l'avance sur recettes. Ce taux est exceptionnellement élevé par rapport à la moyenne constatée sur l'ensemble de la production cinématographique en raison du nombre limité de films d'animation agréés.

Le montant moyen d'avance sur recettes accordé pour un long métrage d'animation est de 455 K€. Le montant des avances varie entre 259 K€ et un maximum à ce jour de 525 K€ pour *Mia et le Migou* produit par Folimage. En 2005, l'avance moyenne tous films confondus s'élève à près de 344 K€. L'avance moyenne consentie aux films d'animation est donc plus importante que celle accordée aux autres longs métrages. Toutefois, l'avance couvre en moyenne 12 % des devis des films sur lesquelles elle intervient. Elle reste généralement inférieure au seuil des 10 % du devis pour les films d'animation.

### Bilan des longs métrages d'animation à l'avance sur recettes

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films animation avec avance avant réalisation	2	1	0	2	2	3
Part sur total films animation agréés (%)	33	25	0	50	50	38
Montant accordé (K€)	854	488	0	830	1 000	1 375

Source : CNC

## J. Crédit d'impôt

Le bilan du crédit d'impôt cinématographique pour les longs métrages d'animation agréés depuis 2004 est dressé dans la partie III.

## K. Panorama des sociétés de production de longs métrages d'animation

34 longs métrages d'animation ont été agréés sur la période 1994/2005. Quinze sociétés n'ont produit qu'un seul film. Le tissu des producteurs de longs métrages d'animation est donc encore en pleine construction. Une seule société émerge véritablement à ce jour. Il s'agit de la société de Didier Brunner, Les Armateurs qui a produit au total 7 films sur la période étudiée avec plusieurs succès à son actif (*Kirikou et la sorcière*, *Princes et Princesses*, *Les Triplettes de Belleville*, *Kirikou et les bêtes sauvages*). Elle représente à elle seule 20 % des films agréés.

Quelques sociétés comptent plus d'un film à leur actif. C'est le cas par exemple d'Ellipsanime (3), ou de Folimage (2) et de Belokan Productions (2).

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 et les minimoyes*) ou encore M6 Studio (*Astérix et les Vikings*). Les films sur lesquels interviennent ces producteurs comptent parmi les plus gros budgets.

### III. Impact des nouvelles mesures de soutien

Les deux dernières années ont été marquées par des mesures importantes visant à favoriser une localisation accrue des dépenses de production des œuvres cinématographiques et audiovisuelles sur le territoire français : aménagements techniques du COSIP à l'automne 2004 ; crédit d'impôt pour les œuvres cinématographiques à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2004 ; extension du crédit d'impôt aux œuvres audiovisuelles à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005.

Les premières données disponibles montrent que ces outils ont un impact significatif sur l'emploi dans le secteur de l'animation.

#### A. Principaux aménagements techniques du COSIP

Une société de production déléguée, qui assure la responsabilité de la production et de la réalisation d'une œuvre audiovisuelle d'animation, peut bénéficier d'une aide du COSIP. Cette société doit être établie en France et ne pas être contrôlée, au sens de l'article L.233-3 du code de commerce, par des capitaux extra-européens. Son président, directeur ou gérant ainsi que la majorité des administrateurs doivent être de nationalité française, ou ressortissants d'un Etat européen, ou titulaires d'une carte de résident en France.

L'œuvre doit être réalisée essentiellement avec le concours d'auteurs et de techniciens français, ou ressortissants de pays européens, et d'industries techniques établies dans ces mêmes pays. L'éligibilité au COSIP pour les œuvres audiovisuelles d'animation est fixée à 14 points sur 21 répartis comme suit :

Conception ou auteur(s)	1
Scénario	2
Création du dessin des personnages	2
Composition musicale	1
Réalisation	2
Scénarimage	2
Décoration	1
Exécution des décors	1
Mise en place de l'animation	2
50% des dépenses des salaires des animateurs	2
50% des dépenses des salaires des traceurs-gouacheurs	2
Banc-titre	1
Post-production	2
Total	21

Les pays européens comprennent les Etats membres de l'Union européenne, les Etats parties à la convention sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe, les Etats tiers européens avec lesquels l'Union européenne a conclu des accords ayant trait au secteur audiovisuel.

L'œuvre doit être financée par une participation française au moins égale à 30 % de son coût définitif et faire l'objet, à raison de 24 % au moins de ce coût, de dépenses de production effectuées en France (50 % lorsque la participation française au financement est supérieure à 80 %). L'ensemble des aides accordées par le COSIP ne peut pas excéder 40 % du coût définitif de l'œuvre (ou de la part française en cas de coproduction internationale). Le montant total des aides accordées par l'Etat, par l'un de ses établissements ou par les collectivités locales, ne peut pas dépasser 50 % du coût définitif de l'œuvre (ou de la part française en cas de coproduction internationale).

L'œuvre doit obligatoirement faire l'objet de l'apport d'un diffuseur français assujéti à la taxe alimentant le COSIP. Pour l'aide automatique du COSIP, l'apport du diffuseur est au minimum de 25 % de la part française du financement et composé d'une part de numéraire supérieure à 6 000 € par heure.

L'aide du COSIP se décline selon trois mécanismes :

- l'aide sélective ;
- l'aide automatique ;
- les avances.

#### a. L'aide sélective

L'aide sélective est destinée aux nouvelles sociétés n'ayant pas de compte automatique et qui ne sont pas contrôlées à plus de 40 % par une autre société de production ayant elle-même un compte automatique. Les projets sont examinés une fois par mois par une commission composée de professionnels qui se fonde à la fois sur des critères artistiques et économiques. Il n'y a pas d'enveloppe par genre.

Ces dernières années, le tissu des producteurs français d'animation a été relativement stable, avec un taux de renouvellement limité. Depuis 18 mois, de nouvelles sociétés de production déléguée arrivent sur le marché et sollicitent des aides sélectives. En 2005, sur les 24,7 M€ apportés par le COSIP, 6 M€ (soit 24 %) l'ont été au titre des aides sélectives.

#### b. L'aide automatique

Le compte automatique d'une société de production est constitué par les sommes générées par la première diffusion d'une œuvre sur une chaîne française. Le compte du producteur est crédité au début de l'année suivante. Il dispose d'un délai maximal de deux ans suivant l'année de notification pour réinvestir dans la production d'autres œuvres audiovisuelles éligibles.

La formule de calcul du soutien généré pour une œuvre est la suivante :

Soutien Généré (en année n) = durée diffusée (année n-1) x coefficient pondérateur x valeur du point (la durée est exprimée en minutes diffusées / la valeur du point est égal à 556,439 €)

Le coefficient pondérateur varie en fonction des dépenses horaires françaises :

Dépenses horaires françaises (DHF)	Coefficient
Supérieures ou égales à 244 000 €	3
Inférieures à 244 000 € et supérieures ou égales à 122 000 €	de 0,7 à 3
Inférieures à 122 000 €	ne génère pas

Entre 0,7 et 3, le calcul du coefficient pondérateur s'effectue selon la formule suivante :

$$\text{Coefficient} = 0,7 + \frac{((\text{DHF} - 122\,000) * (3 - 0,7))}{(244\,000 - 122\,000)}$$

Dans le périmètre des dépenses horaires françaises, peuvent être comptabilisées :

- les rémunérations et charges sociales des auteurs, artistes-interprètes et techniciens qui sont soit de nationalité française, soit ressortissants d'un Etat membre de l'Union européenne, d'un Etat partie à la convention européenne sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe ou avec lequel l'Union européenne a conclu des accords ayant trait au secteur audiovisuel, et pour lesquels les cotisations sociales sont acquittées auprès des organismes régis par le code de la sécurité sociale.
- les dépenses liées à des prestations effectuées par des prestataires spécialisés dans les travaux de préparation et de fabrication de l'animation, établis en France et qui y effectuent personnellement et intégralement ces prestations ;
- les dépenses techniques et autres dépenses non forfaitaires directement liées au tournage et à la post-production, effectuées en France ;
- les dépenses liées à l'acquisition de droits artistiques et effectuées en France.

L'un des aménagements opérés à l'automne 2004 dans le COSIP pour l'animation est la mise en place d'un coefficient maximal à 3 contre 2,5 auparavant avec une dépense horaire française portée à 244 000 € contre près de 214 000 € auparavant.

L'autre aménagement majeur est la création d'un bonus de 20 % du soutien généré pour des œuvres dont le montant des dépenses effectuées en France est supérieur ou égal à 70 % du coût total de

l'œuvre et pour lesquelles un nombre minimum de 17 points sur 21 est obtenu dans le cadre du barème ci-dessous :

	<b>2D</b>	<b>3D</b>
Bible littéraire (achats de droits / création)	2	2
Bible graphique (perso & décors principaux / NB & couleurs)	2	2
Réalisateur	2	2
Scénaristes	2	2
Compositeur musical	1	1
Story-board	2	2
Feuille d'exposition	1	
Lay-out posing et décors	1	
Exécution des décors	1	
Modélisation des décors		1
Modélisation des personnages (set-up, skinning)		2
Animation	2	2
Colorisation / rendu & éclairage	1	2
Compositing	2	1
Post-production image	1	1
Post-production son	1	1
<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>21</b>

Un point supplémentaire est accordé pour les œuvres dont la totalité des scénarii est écrite et enregistrée en version originale en langue française.

Ce bonus peut être complété par un autre bonus de 25 %, pré-existant et valable pour tous les genres, lorsque le montant des dépenses effectuées en France est supérieur ou égal à 80 % des dépenses artistiques et des dépenses de fabrication.

Ces différents aménagements permettent aux producteurs faisant le choix d'une localisation accrue sur le territoire français de compter sur un soutien plus substantiel du COSIP. Dans l'ancien système, le montant maximal de COSIP obtenu avec le coefficient maximal de 2,5 sans bonus était d'un peu plus de 868 K€ pour un 26 x 24 minutes. Avec le bonus à 80 % de dépenses en France, un producteur pouvait espérer un soutien maximal du COSIP de l'ordre de 1 085 K€ pour un 26 x 24 minutes. L'apport maximal du COSIP peut désormais atteindre en fonction de différentes variantes entre un peu plus de 1 040 K€ et un peu plus de 1 560 K€, toujours sur la base d'un 26 x 24 minutes.

(€)	<b>Nouveau système</b>	<b>Ancien système</b>
Montant COSIP avec coefficient maximal sans bonus	1 041 654	868 045
Montant COSIP avec coefficient maximal et bonus à 70 %	1 249 985	-
Montant COSIP avec coefficient maximal et bonus à 80 %	1 301 857	1 084 881
Montant maximal de COSIP avec coefficient maximal et bonus à 70 % et 80 %	1 562 228	-

Sur la base d'une valeur minute du point = 556,349 € et de 26 x 24 minutes pour une série lourde

### **c. Les avances**

Les producteurs qui ont épuisé leur compte automatique ont la possibilité de demander une avance. Elle peut être accordée par le CNC après examen notamment de la situation financière de l'entreprise et en tenant compte de la manière dont celle-ci a géré son compte automatique.

Le montant de l'avance est plafonné par an et par producteur :

- à 1 525 000 € pour les sociétés par lesquelles le CNC a notifié moins de 1 525 000 € de soutien automatique au début de l'année en cours ;
- au montant du soutien automatique notifié en début d'année pour une société à laquelle le CNC a notifié entre 1 525 000 € et 3 810 000 € de soutien automatique en début d'année ;
- à 3 810 000 € pour une société à laquelle le CNC a notifié plus de 3 810 000 € de soutien automatique en début d'année.

Les avances sont remboursables par compensation à hauteur de 50 %, sur le compte automatique notifié la ou les années suivantes.

Avec la relance de la production à compter de mi-2004 et le mouvement de relocalisation entraînant des consommations de COSIP plus importantes que par le passé, nombre de producteurs d'animation se trouvent aujourd'hui au guichet des avances. Ainsi, en 2005, sur les 24,7 M€ apportés par le COSIP, 6,6 M€ le sont au titre des avances. Et l'animation représente 27 % du montant total des avances distribuées.

## B. Premier bilan des aménagements du COSIP

Il est possible de tirer un premier bilan provisoire de l'utilisation de ces nouvelles possibilités offertes aux producteurs par le COSIP, tout en sachant qu'un certain nombre de dossiers nécessitent une validation au vu des dépenses définitives. Un peu plus du tiers de la production française a accès au deux bonus du COSIP. Cette proportion est en progression en 2005 par rapport à 2004.

21 dossiers de l'année 2004 ont accès au bonus à 70 % de dépenses en France pour un total de 104 heures, soit 32 % du volume de production. En 2005, 20 dossiers pour un total de 99 heures, soit 37 % du volume de production, ont accès au bonus. Le bonus à 80 % a été obtenu par 21 dossiers en 2004, pour un total de 97 heures, soit 29 % du total du volume horaire de la production française. En 2005, 19 dossiers pour 97 heures, soit 36 % du volume de production, ont accès au bonus.

Certaines productions ont accès au bonus à 80 % mais pas à celui à 70 % faute d'un nombre de points suffisants dans les grilles complémentaires. 3 dossiers en 2004 et 2 en 2005 sont dans ce cas. Par ailleurs, l'ensemble des productions ayant accès à l'un des bonus au moins ne sont pas forcément au coefficient maximal.

### Projets ayant bénéficié d'un bonus en 2004

	Spéciaux 26 mn		Séries courtes		Séries lourdes		Total	
	Heures	Part	Heures	Part	Heures	Part	Heures	Part
Bonus 70%	0,4	33%	22	42%	82	29%	104	32%
Bonus 80%	0,4	33%	21	41%	75	27%	97	29%

Source : SPFA

### Projets ayant bénéficié d'un bonus en 2005

	Spéciaux 26 mn		Séries courtes		Séries lourdes		Total	
	Heures	Part	Heures	Part	Heures	Part	Heures	Part
Bonus 70%	3,0	79%	29	91%	66	29%	99	37%
Bonus 80%	3,0	79%	26	81%	67	30%	97	36%

Source : SPFA

Ces mécanismes concernent plus particulièrement les séries courtes et spéciaux. En 2005, 91 % du volume horaire des séries courtes ont accès aux bonus à 70 % de dépenses en France et 81 % à celui à 80 % de dépenses en France. Les ratios sur la série lourde sont stables à un peu moins d'un tiers des volumes produits.

En 2005, sur les 22 dossiers concernés par l'un des deux bonus au moins se composent de :

- 3 projets en animation traditionnelle ;
- 2 avec un mélange 2D/3D ;
- 1 en volume ;
- 7 en 2D numérique ;
- 9 en 3D.

Comme anticipé, ces mécanismes paraissent particulièrement adaptés pour les séries faisant appel à des outils numériques 2D ou 3D.

Une seule œuvre d'initiative étrangère, écrite à plus de 50 % par des scénaristes étrangers, a bénéficié du bonus additionnel du COSIP à 70 % de dépenses en France. Il s'agit d'une œuvre tout

en 3D massivement localisée sur le territoire français. Aucune œuvre d'initiative française ayant fait appel à plus de 50 % à des scénaristes étrangers n'a eu accès aux bonus additionnels du COSIP.

### C. Fonctionnement du crédit d'impôt cinéma et télévision

Le crédit d'impôt pour les œuvres cinématographiques a été mis en place par la loi de Finances 2004 pour une entrée en vigueur au 1<sup>er</sup> janvier 2004. Son extension aux œuvres audiovisuelles a été actée par la loi de Finances rectificative 2004 avec une entrée en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2005.

Les mécanismes du crédit d'impôt des œuvres cinématographiques et audiovisuelles ont été modifiés par la loi de Finances rectificative 2005 pour permettre la validation du système de soutien français par la Commission européenne intervenue en mars 2006.

Pendant deux à trois ans, les deux systèmes vont coexister. Pour les dépôts de demande d'agrément provisoire intervenus jusqu'au 31/12/2005, les règles du crédit d'impôt version n°1 sont applicables et ce, jusque la fin de la production de l'œuvre. Pour les dossiers de demande d'agrément provisoire déposés à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2006, les règles du crédit d'impôt version n°2 sont applicables.

Le crédit d'impôt s'adresse aux sociétés de production délégués qui prennent l'initiative et la responsabilité financière, artistique et technique de l'œuvre. Il peut y avoir deux producteurs délégués bénéficiaires du crédit d'impôt, au prorata des dépenses engagées par chacun d'eux et dans la limite du plafond fixé pour l'œuvre.

Les œuvres audiovisuelles d'animation doivent avoir une durée minimale de 24 minutes et un coût de production supérieur ou égal à 3 000 € par minute.

Dans la première version du crédit d'impôt, les œuvres doivent être réalisées principalement avec le concours de techniciens collaborateurs de création autres que le réalisateur, de collaborateurs chargés de la préparation et de la fabrication de l'animation qui sont soit de nationalité française, soit ressortissants d'un Etat membre de l'Union européenne, d'un Etat partie à la convention européenne sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe ou avec lequel l'Union européenne a conclu des accords ayant trait au secteur audiovisuel, et pour lesquels les cotisations sociales sont acquittées auprès des organismes régis par le code de la sécurité sociale. Elle doivent également être réalisées avec le concours de prestataires et industries techniques établies en France.

Les œuvres doivent donc obtenir un minimum de points pour être éligibles au crédit d'impôt audiovisuel et cinématographique.

**Pour les œuvres audiovisuelles d'animation, la grille est la suivante :**

	<b>2D</b>	<b>3D</b>
Dessinateurs des personnages principaux et secondaires	2	2
Story-board	2	2
Feuille d'exposition	1	0
Mise en place de l'animation	1	0
Exécution des décors	1	0
Modélisation des décors		1
Modélisation des personnages		2
Animation	2	2
Traçage-gouachage / rendu et éclairage	1	2
Assemblage numérique	2	1
Post-production image	1	1
Post-production son	1	1
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>14</b>
<b>Obligation</b>	<b>9 points sur 14</b>	

**Pour les œuvres cinématographiques, la grille est la suivante :**

	<b>2D</b>	<b>3D</b>
1 <sup>er</sup> assistant réalisateur	2	2
Directeur de production	3	3
Scénarimage	6	6
Développement des personnages / modélisation des personnages	6	8
Décors référence / modélisation des décors	6	8
Feuille d'exposition	1	0
Mise en place des décors	2	0
Mise en place de l'animation / Mise en place des scènes	3	3
Animation	10	12
dont animation-clés	8	
dont intervalles et lissage	2	
Exécution des décors	4	0
Traçage-gouachage / rendu et éclairage	4	7
Assemblage numérique et effets spéciaux	7	5
Montage image	2	2
Laboratoire	3	3
Enregistrement des voix	2	2
Bruitage et création sonore	1	1
Mixage	2	2
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>64</b>
<b>Obligation</b>	<b>40 points sur 64</b>	

Dans la seconde version du crédit d'impôt des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, la dimension culturelle du dispositif est plus marquée. Les œuvres doivent :

- être réalisées intégralement ou principalement en langue française ;
- bénéficier du soutien financier du CNC ;
- être réalisées principalement sur le territoire français ;
- contribuer au développement de la création française ou européenne et à sa diversité ;
- être agréées après sélection par un comité d'experts.

L'article 6 du décret n°2006-325 du 20 mars 2006 relatif aux conditions d'éligibilité pour le crédit d'impôt audiovisuel et cinématographique version n°2, renvoie à un barème de points instauré en application du IV de l'article 10 du décret n°99-130 du 24 février 1999. Il s'agit en fait du barème de points de l'agrément des œuvres cinématographiques défini par l'arrêté du 22 mars 1999. Cet arrêté prévoit à l'article 10 un barème spécifique pour les œuvres d'animation, revu et corrigé par un arrêté du 29 septembre 2004. Il s'articule comme suit :

	<b>2D</b>	<b>3D</b>
Entreprises de production déléguée	<b>10</b>	<b>10</b>
<b>Auteurs</b>	<b>26</b>	<b>26</b>
Réalisateur	8	8
Auteurs littéraires, adaptateurs, dialoguistes	8	8
Auteurs graphiques	6	6
Compositeur	4	4
<b>Techniciens collaborateurs de création</b>	<b>5</b>	<b>5</b>
1 <sup>er</sup> assistant réalisateur	2	2
Directeur de production	3	3
<b>Pré-production</b>	<b>19</b>	<b>22</b>
Scénarimage	6	6
Développement des personnages / modélisation des personnages	6	8
Décors référence / modélisation des décors	6	8
Feuille d'exposition	1	0
<b>Fabrication</b>	<b>30</b>	<b>27</b>
Mise en place des décors	2	0
Mise en place de l'animation / Mise en place des scènes	3	3
Animation	10	
dont animation-clés	dont 8	12
dont intervalles et lissage	dont 2	
Exécution des décors	4	0
Traçage-gouachage / rendu et éclairage	4	7
Assemblage numérique et effets spéciaux	7	5
<b>Post-production</b>	<b>10</b>	<b>10</b>
Montage image	2	2
Laboratoire	3	3
Enregistrement des voix	2	2
Bruitage et création sonore	1	1
Mixage	2	2
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

L'article 6 du décret n°2006-325 du 20 mars 2006 stipule que, pour être considérées comme réalisées principalement sur le territoire français, les œuvres cinématographiques ou audiovisuelles doivent obtenir au moins la majorité des points, hors ceux affectés à la langue, sur le barème précité.

Dans la première version du crédit d'impôt, l'assiette des dépenses éligibles comprend :

- les salaires et charges sociales des techniciens (à l'exception du réalisateur) qui sont soit de nationalité française, soit ressortissants d'un Etat membre de l'Union européenne, d'un Etat partie à la convention européenne sur la télévision transfrontière du Conseil de l'Europe ou avec lequel l'Union européenne a conclu des accords ayant trait au secteur audiovisuel, et pour lesquels les cotisations sociales sont acquittées auprès des organismes régis par le code de la sécurité sociale ;
- les dépenses liées à des prestations effectuées par des prestataires spécialisés dans les travaux de préparation et de fabrication de l'animation, établis en France et qui y effectuent personnellement et intégralement ces prestations ;
- les dépenses techniques et autres dépenses non forfaitaires directement liées au tournage et à la post-production, effectuées en France.

A ces dépenses, on ajoute dans la seconde version du crédit d'impôt :

- rémunérations et charges sociales des auteurs et artistes-interprètes ;
- salaires et charges sociales du réalisateur en tant que technicien ;
- dépenses liées à l'acquisition de droits artistiques et effectuées en France.

Le taux de couverture est fixé à 20 % des dépenses avec un plafond de :

- 1 200 € par minute pour les œuvres audiovisuelles d'animation ;
- 0,75 M€ en 2004 et 1 M€ à compter de 2005 pour un long métrage d'animation.

L'assiette des dépenses éligibles est plafonnée à 80 % du budget de l'œuvre et à 80 % de la part gérée par le producteur français en cas de coproduction internationale.

Les dépenses sont comptabilisées dans le nouveau dispositif à compter du dépôt de la demande d'agrément provisoire par le producteur auprès du CNC.

Le crédit d'impôt est calculé à la fin de chaque exercice fiscal et doit faire l'objet d'une déclaration sur un formulaire spécial (2069-CI-2-SD pour les œuvres cinématographiques d'animation et 2079-AV-2-SD pour les œuvres audiovisuelles d'animation) auprès du comptable chargé du recouvrement de l'impôt sur les sociétés avec le relevé de solde d'impôt sur les sociétés.

La déduction des subventions non remboursables de l'assiette des dépenses éligibles à proportion du ratio des dépenses éligibles sur le budget de production a un impact relativement important pour les œuvres audiovisuelles d'animation. Ainsi, le taux de couverture réel des dépenses éligibles est de l'ordre de 15 % à 16 % pour les œuvres audiovisuelles d'animation. L'impact est beaucoup moins marqué pour les œuvres cinématographiques.

## D. Premier bilan du crédit d'impôt cinéma et télévision

Les quatre longs métrages d'animation agréés en 2004 ont été éligibles au crédit d'impôt pour un montant total estimé de 2,5 M€ qui s'échelonne sur au moins deux exercices fiscaux en raison de la durée de production de ces films. Avec un plafond fixé à 0,75 M€, trois sur les quatre atteindront le plafond.

En 2005, sur les huit longs métrages d'animation agréés, cinq ont été éligibles au crédit d'impôt, soit 63 %, pour un montant total estimé de 4 M€ échelonné lui aussi sur plusieurs exercices. Avec un plafond fixé désormais à 1 M€, deux sur les cinq atteindront ce plafond. Par ailleurs, on peut estimer que deux autres longs métrages ont bénéficié de la remontée du plafond pour couvrir une part complémentaire de leurs dépenses.

### Crédit d'impôt des longs métrages d'animation

	2004	2005
Nombre de films d'animation agréés	4	8
Nombre de films d'animation éligibles au crédit d'impôt	4	5
Part	100%	63%
Montant total estimé de crédit d'impôt *	2,5 M€	4 M€
Nombre de films au plafond **	3	2

Source : SPFA

\* ce montant est échelonné sur plusieurs exercices fiscaux au regard de la durée des productions d'animation

\*\* plafond à 0,75 M€ en 2004 et 1 M€ en 2005

L'entrée en vigueur du crédit d'impôt télévision date du 1<sup>er</sup> janvier 2005. Un certain nombre d'œuvres ayant obtenu leur autorisation de production en 2004 mais dont le tournage a débuté après le 1<sup>er</sup> janvier 2005 ont pu en bénéficier. Huit œuvres, pour un volume horaire total de 73 heures, ont été éligibles (soit 22 % du volume de la production française) pour un montant total estimé de crédit d'impôt de 3 M€. Ces 8 œuvres se composent d'une série courte et de sept séries lourdes. Six d'entre elles sont des séries d'animation traditionnelle et deux sont en 3D. Six œuvres ont eu accès à l'un au moins des deux bonus du COSIP.

En 2005, dix-huit œuvres ont été éligibles, pour un total de 110 heures, soit 41 % de la production française d'animation, pour un montant total estimé de crédit d'impôt de l'ordre de 4,5 M€. Sont dénombrées sept séries en animation traditionnelle, sept en 3D, trois en 2D numérique et une avec un mélange 2D/3D. Quatorze œuvres ont eu accès à l'un au moins des deux bonus du COSIP.

### Crédit d'impôt des œuvres audiovisuelles d'animation

	2004 *	2005
Nombre d'œuvres	8	18
Volume horaire	73	110
Part dans le volume total produit	22 %	41 %
Montant total estimé de crédit d'impôt **	3 M€	4,5 M€

Source : SPFA

\* Ces œuvres ont obtenu leur autorisation de production en 2004 mais le début du tournage est intervenu après le 01/01/2005

\*\* ce montant est échelonné sur plusieurs exercices fiscaux au regard de la durée des productions d'animation

Contrairement aux bonus du COSIP qui concernent surtout les séries courtes réalisées avec des outils numériques, le crédit d'impôt est également accessible aux séries d'animation traditionnelle et permet de rapatrier en France des tâches auparavant délocalisées par le biais de coproductions avec des pays tiers fondées essentiellement sur l'attractivité de leurs mécanismes fiscaux.

Les mécanismes du crédit d'impôt opèrent un véritable effet de levier sur la localisation du travail sur le territoire français. Les premiers indicateurs sociaux disponibles le démontrent amplement.

## E. Impact social

Afin d'appréhender l'impact social des différentes mesures visant à la relocalisation mises en place fin 2004 début 2005, le SPFA a mené une étude auprès de 29 sociétés de production et studios de fabrication. Parmi ceux-ci, figure notamment :

- quatorze des quinze premiers producteurs recensés au COSIP pour 2004/2005 ;
- dix studios de fabrication.

Les informations recueillies auprès des différentes sociétés portent pour les années 2004 et 2005 sur les masses salariales et le nombre d'heures travaillées avec une ventilation par catégories :

- permanents cadres ;
- permanents non cadres ;
- intermittents cadres ;
- intermittents non cadres ;
- artistes intermittents.

Ces informations sont recoupées par les données issues d'AUDIENS, le groupe de protection sociale de l'audiovisuel, de la communication, de la presse et du spectacle qui gère notamment la retraite complémentaire des salariés du secteur de la production de films d'animation.

Les données d'AUDIENS portent sur les cotisations de retraite complémentaire des différentes catégories de personnels mentionnées ci-dessus :

- régime Arrco pour les non cadres permanents et intermittents (sur les tranches 1 et 2 du salaire brut) et pour les cadres (uniquement tranche 1 du salaire brut) ;
- régime Agirc pour les cadres permanents et intermittents (sur les tranches 2 et 3 du salaire brut).

Le périmètre étudié par AUDIENS compte 62 sociétés de production et studios de fabrication cotisantes. Il est donc plus large que le premier périmètre et compte des sociétés dont l'activité est moins dynamique. AUDIENS n'est en mesure de fournir pour l'année 2005 que les données relatives aux cotisations perçues et pas les masses salariales et le nombre d'heures travaillées, les déclarations nécessaires n'étant disponibles que depuis la mi-avril 2006.

Les deux séries de données montrent une augmentation très forte entre 2004 et 2005 de la masse salariale, des heures travaillées et des cotisations versées à AUDIENS.

La masse salariale des entreprises les plus représentatives du secteur en terme de volume de production et de fabrication est passée de près de 30 M€ en 2004 à 43,17 M€ en 2005, soit une

augmentation de 44 %. Le nombre d'heures de travail est passé de 1,535 million à un peu plus de 2,235 millions, soit une augmentation de 46 %.

Très logiquement, la reprise profite avant tout aux salariés intermittents. Entre 2004 et 2005, la masse salariale des permanents (cadres et non cadres) passe de 11,65 M€ à 18,34 M€ (+17 %). Celle des intermittents passe de 13,65 M€ à 29,53 M€ (+61 %). Le nombre d'heures de travail des intermittents passe d'un peu plus de 1 million d'heures en 2004 à 1,63 million d'heures en 2005 (+61 %). Le nombre d'heures de travail des permanents augmente de 16 %.

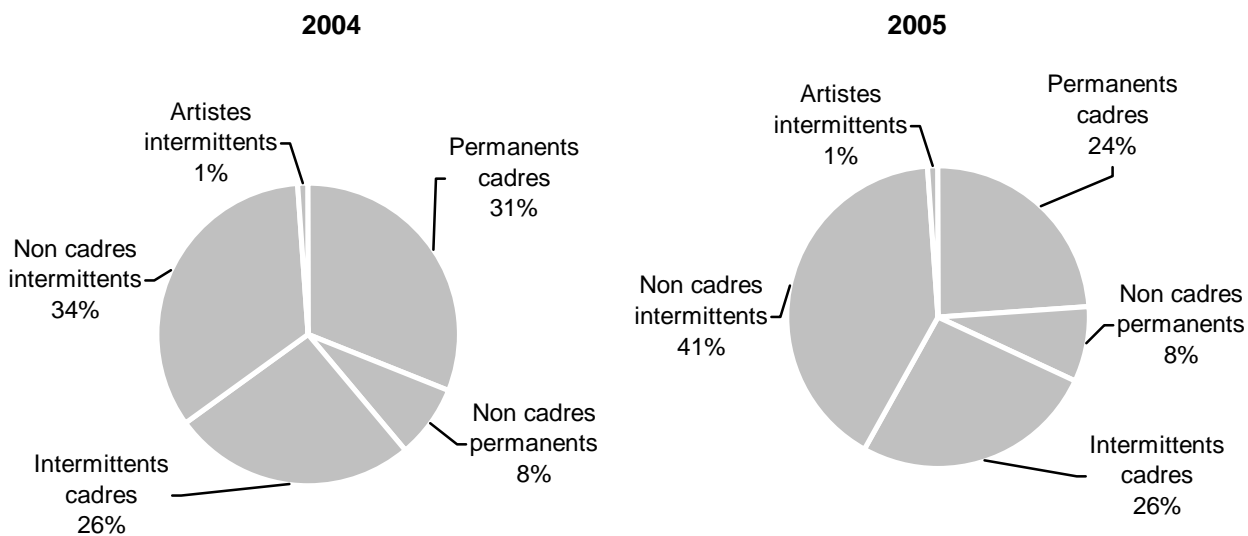
### Evolution de la masse salariale et du nombre d'heures travaillées

	2004		2005	
	Masse salariale (€)	Heures travaillées	Masse salariale (€)	Heures travaillées
Permanents cadres	9 255 539	316 364	10 383 969	356 270
Non cadres permanents	2 396 816	205 764	3 261 810	248 887
<b>Sous-total permanents</b>	<b>11 652 355</b>	<b>522 128</b>	<b>13 645 779</b>	<b>605 156</b>
Intermittents cadres	7 676 649	344 230	11 316 714	494 444
Non cadres intermittents	10 424 585	658 504	17 688 629	1 107 798
Artistes intermittents	239 640	10 073	522 148	28 161
<b>Sous-total intermittents</b>	<b>18 340 874</b>	<b>1 012 807</b>	<b>29 527 491</b>	<b>1 630 403</b>
<b>Total</b>	<b>29 993 229</b>	<b>1 534 936</b>	<b>43 173 270</b>	<b>2 235 559</b>

Source : SPFA / Périmètre : 29 sociétés de production et studios de fabrication

En 2004, les salariés intermittents représentaient 61 % de la masse salariale distribuée par les entreprises questionnées. En 2005, leur part passe à 68 %.

### Répartition de la masse salariale



Source : SPFA

Le montant des cotisations versées par le panel d'entreprises étudié par AUDIENS au titre du régime Arcco (retraite complémentaire de tous les salariés mais avec des plafonds et des taux différents selon les catégories) passe de 2,23 M€ en 2004 à 3,18 M€ en 2005 soit une augmentation de 38 %. Pour les seuls intermittents, cette hausse atteint 44 %. Les hausse des cotisations Agirc versées pour les seuls cadres mais sur les tranches 2 et 3 du salaire brut est de 19 % et de 26 % pour les cadres intermittents.

### Evolution des cotisations Arrco et Agirc auprès d'AUDIENS (K€)

	2004		2005	
	Arrco	Agirc	Arrco	Agirc
Permanents cadres	412	929	500	1 065
Non cadres permanents	215		276	
<b>Total permanents</b>	<b>627</b>	<b>929</b>	<b>776</b>	<b>1 065</b>
Intermittents cadres	528	729	738	915
Non cadres intermittents	1 095		1 607	
Artistes intermittents	49		59	
<b>Total intermittents</b>	<b>1 672</b>	<b>729</b>	<b>2 404</b>	<b>915</b>
<b>Total cotisations</b>	<b>2 299</b>	<b>1 658</b>	<b>3 180</b>	<b>1 980</b>

Source : AUDIENS

## IV. Evolution des investissements des diffuseurs dans la production d'animation TV

### A. Investissements des diffuseurs hertziens français dans les œuvres d'animation

#### a. Investissements dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF et européennes

Entre 2000 et 2004, les chaînes hertziennes françaises ont investi 177,43 M€ dans les œuvres d'animation EOF et européennes au titre de leurs obligations de production audiovisuelle. En 2004, leur investissement s'élève à 37,44 M€, en hausse de 16 % par rapport à 2000 mais en recul de 3 % par rapport à l'année précédente.

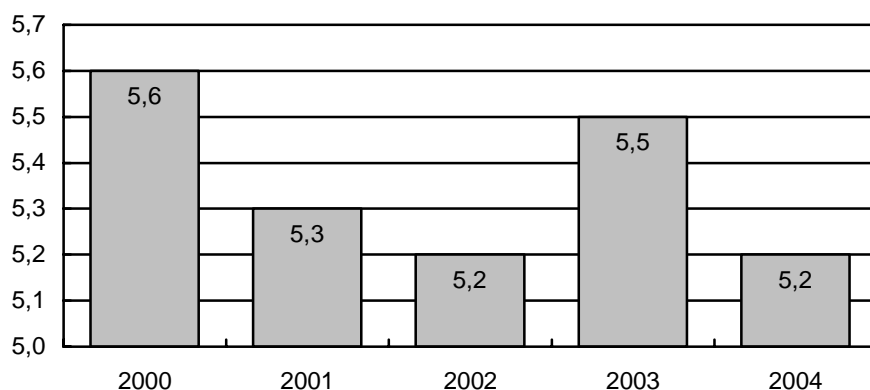
#### Investissements des chaînes hertziennes françaises dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF et européennes de 2000 à 2004 (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	Total
France 2	2,76	2,59	3,38	2,42	4,47	15,61
France 3	13,81	15,23	14,84	14,81	15,03	73,72
France 5	1,01	1,00	1,72	2,78	3,85	10,36
TF1	8,07	9,23	9,43	10,16	9,60	46,49
M6	4,74	5,28	4,89	5,17	3,82	23,90
Canal+	1,88	0,79	0,68	3,33	0,67	7,35
<b>Total</b>	<b>32,27</b>	<b>34,12</b>	<b>34,93</b>	<b>38,67</b>	<b>37,44</b>	<b>177,43</b>

Source : CSA

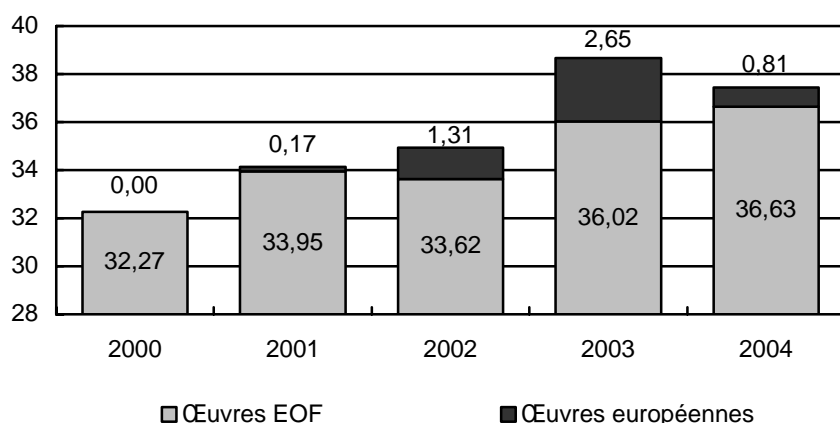
En 2004, l'animation a représenté 5,2 % des investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelles EOF et européennes au titre de leurs obligations de production, contre 5,5 % l'année précédente.

#### Part de l'animation dans les investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelles EOF et européennes (%)



Source : CSA

## Investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelles d'animation (M€)



Source : CSA

### b. Investissements dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF

A l'exception de 2003 et d'un fort investissement de Canal+ pour des achats de droits européens afin de couvrir les besoins liés à l'ouverture d'une case quotidienne, les investissements des diffuseurs français en animation se concentrent quasi-exclusivement sur des œuvres EOF. Les chaînes hertziennes ont ainsi consacré 97 % des 177,43 M€ investis dans l'animation entre 2000 et 2004 à des engagements sur des œuvres EOF.

En 2004, l'investissement des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelle d'animation EOF s'élève à 36,63 M€, en hausse de 14 % par rapport à 2000 et de 2 % par rapport à l'année précédente.

### Investissements des chaînes hertziennes françaises dans les œuvres audiovisuelles EOF d'animation (M€)

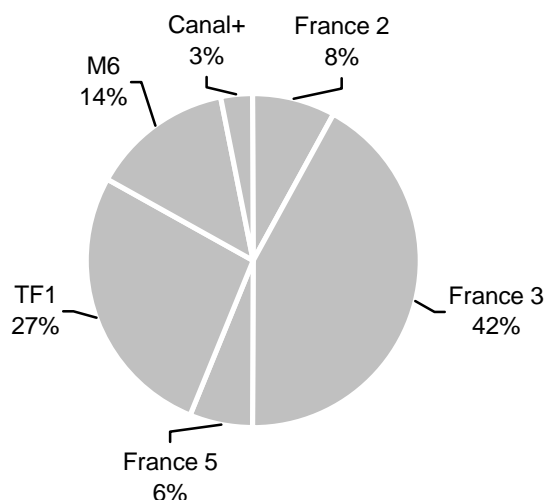
	2000	2001	2002	2003	2004	Total
France 2	2,76	2,59	3,14	1,88	4,19	14,56
France 3	13,81	15,08	13,77	14,3	14,75	71,71
France 5	1,01	1,00	1,72	2,78	3,85	10,36
TF1	8,07	9,23	9,43	10,16	9,60	46,49
M6	4,74	5,28	4,89	5,17	3,82	23,90
Canal+	1,88	0,77	0,67	1,73	0,42	5,47
<b>Total</b>	<b>32,27</b>	<b>33,95</b>	<b>33,62</b>	<b>36,02</b>	<b>36,63</b>	<b>172,49</b>

Source : CSA

Sur la période 2000/2004, France 3 est le 1<sup>er</sup> investisseur avec 42 % du total investi par les chaînes hertziennes (71 M€), devant TF1 (27 % du total et 46,5 M€) et M6 (14 % et 23,9 M€).

Le groupe France Télévisions totalise 56 % des investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres d'animation françaises, contre 44 % pour les trois chaînes privées.

### Investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF sur la période 2000-2004



Source : CSA

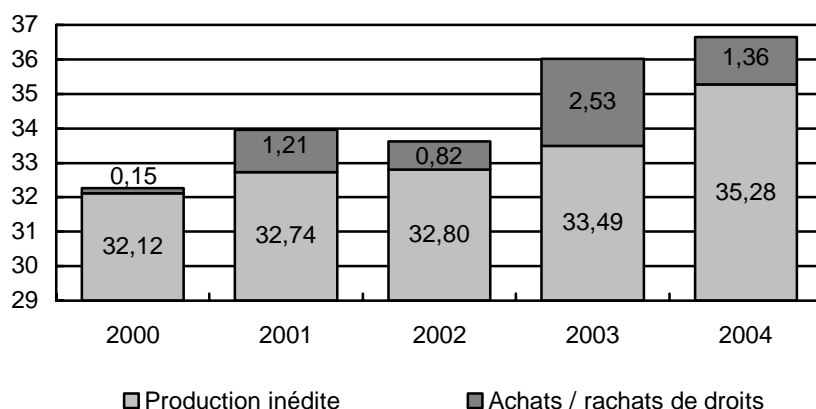
#### c. Répartition entre production inédite et achats/rachats de droits

Avec l'entrée en vigueur du décret n°2001-609, les diffuseurs ont désormais la possibilité de comptabiliser dans leurs investissements de production, les achats et rachats de droits en complément des engagements dans la production inédite.

En 2004, les investissements des chaînes dans les œuvres françaises d'animation se sont répartis entre 35,28 M€ dans la production inédite et 1,36 M€ dans les achats/rachats de droits. L'année précédente, cette répartition était respectivement de 33,49 M€ et 2,53 M€. Sans surprise, les investissements inédits représentent la majeure partie de leurs investissements (93 % en 2003 et 96 % en 2004).

Entre 2000 et 2004, les investissements dans la production française d'animation inédite ont progressé de 10 %.

#### Investissements des chaînes hertziennes dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



Source : CSA

#### d. Investissements de France 3 dans la production française d'animation

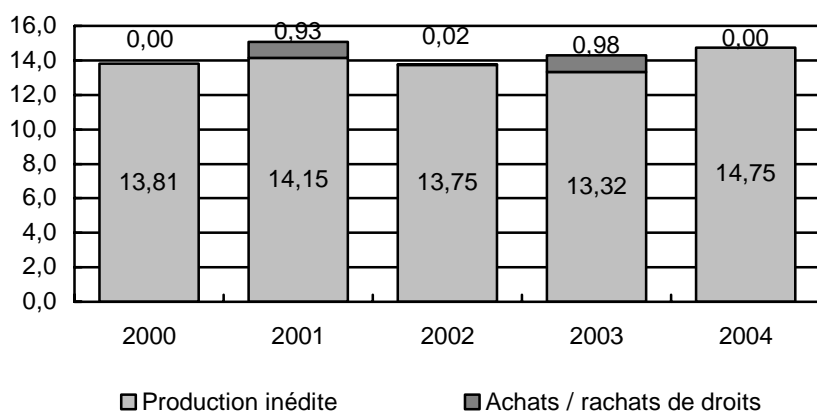
Selon l'objectif 1.7. du Contrat d'objectifs et de moyens 2001/2005 du groupe France Télévisions et l'article 23 III de son cahier des missions et des charges, France 3 doit cofinancer des œuvres d'animation à hauteur de 13,8 M€ par an. Cet objectif a été conçu comme une clause de non recul par rapport à la situation de l'année 2000. Peuvent être comptabilisés dans le périmètre de cette obligation, les investissements dans la production inédite et les achats/rachats de droits pour des œuvres d'animation d'expression originale française et européennes.

Cette obligation a été respectée par France 3 pour les années 2001 à 2004. Au titre de l'exercice 2004, France 3 a investi 15,03 M€ dans les œuvres d'expression originale française et européennes d'animation dont 14,75 M€ pour les œuvres inédites. Entre 2000 et 2004, l'investissement de France 3 dans les œuvres d'animation d'expression originale française a augmenté de 7 %.

Après avoir progressé à 14,15 M€ en 2001, l'investissement dans les œuvres françaises d'animation inédites a reculé à 13,75 M€ en 2002 et 13,32 M€ en 2003 alors que le groupe France Télévisions accroissait parallèlement très sensiblement les moyens financiers consacrés aux œuvres audiovisuelles. L'année 2004 marque un retournement avec un investissement de 14,75 M€. Les données de l'année 2005, dévoilées mi-2006 par le CSA, devraient confirmer le retournement constaté en 2004.

Dans le cadre de l'accord pluriannuel relatif à la diffusion et au financement des œuvres d'animation, conclu en avril 2005 par le SPFA avec le groupe France Télévisions pour les années 2006/2010, les parties ont convenu de raisonner uniquement sur les investissements dans les œuvres françaises inédites.

#### Investissements de France 3 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



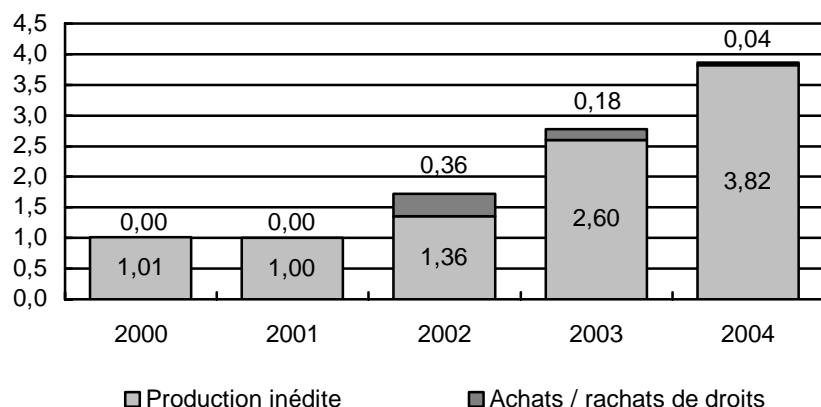
Source : CSA

#### e. Investissements de France 5 dans la production française d'animation

Selon l'objectif 1.7. du Contrat d'objectifs et de moyens 2001/2005 du groupe France Télévisions et l'article 18 de son cahier des missions et des charges, France 5 doit cofinancer des œuvres d'animation à hauteur de 2,4 M€ par an. Cet objectif a été conçu comme une clause de non recul par rapport à la situation de l'année 2000. France 5 ne comptabilise dans le périmètre de cette obligation que les investissements dans la production inédite d'œuvres d'animation d'expression originale française.

L'engagement de France 5 dans la production française d'animation est passé de 1 M€ en 2000 et 2001 à 3,85 M€ en 2004 (+281 %). Toutefois, cette progression doit être mise en parallèle avec l'augmentation très importante du volume de diffusion d'œuvres d'animation sur la chaîne (voir partie VI). L'animation représente 10 % des investissements de France 5 dans les œuvres audiovisuelles et près de 25 % de la grille.

### Investissements de France 5 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



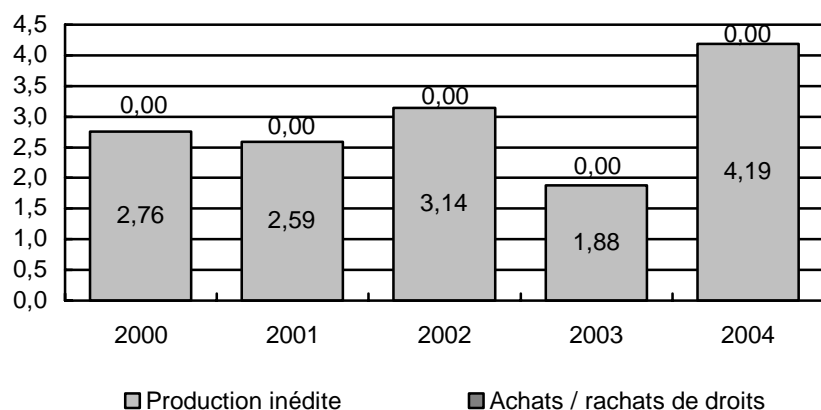
Source : CSA

### f. Investissements de France 2 dans la production française d'animation

Le Contrat d'objectifs et de moyens du groupe France Télévisions ne prévoit aucune obligation particulière pour France 2 en matière d'investissement dans les œuvres audiovisuelles d'animation.

L'investissement de France 2 est donc soumis à une variation très forte d'une année à l'autre. Après être tombé à moins de 2 M€ en 2003, l'investissement de France 2 dans les œuvres d'animation d'expression originale française est remonté à 4,19 M€ en 2004. Il devrait encore être conséquent en 2005 avant de chuter lourdement en 2006.

### Investissements de France 2 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



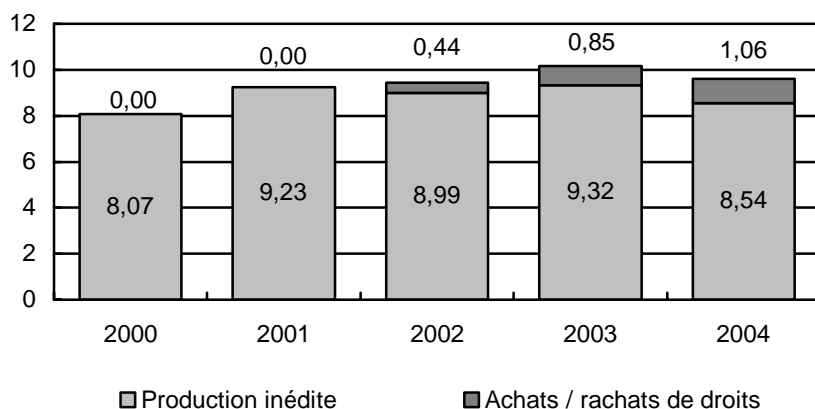
Source : CSA

### g. Investissements de TF1 dans la production française d'animation

L'article 36 de la convention de TF1 prévoit que la chaîne consacre annuellement au moins 0,6 % de son chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres audiovisuelles d'animation européennes ou d'expression originale française inédites. Ce volume de dépenses est inclus dans la contribution globale de la société à l'industrie des programmes (16 %).

Cet engagement est assorti de la nécessité qu'au moins deux tiers de ces dépenses respectent les critères d'indépendance énoncés au I de l'article 11 du décret n°2001-609 modifié.

## Investissements de TF1 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



Source : CSA

En 2004, TF1 a investi 9,6 M€ dans les œuvres françaises d'animation dont 8,54 M€ au titre de la production inédite et 1,06 M€ pour les achats/rachats de droits de diffusion. Cet investissement représente 0,61 % du chiffre d'affaires de TF1 de l'exercice précédent soumis à obligation.

Depuis 2002, le volume d'achats et rachats de droits de diffusion d'œuvres françaises d'animation valorisé par TF1 au titre de ses obligations de production croît régulièrement : 0,44 M€ en 2002, 0,85 M€ en 2003 et 1,06 M€ en 2004.

### Part des investissements de TF1 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF sur le chiffre d'affaires soumis à obligation

Année	%
2000	0,66
2001	0,65
2002	0,66
2003	0,69
2004	0,61

Source : CSA

### h. Investissements de M6 dans la production française d'animation

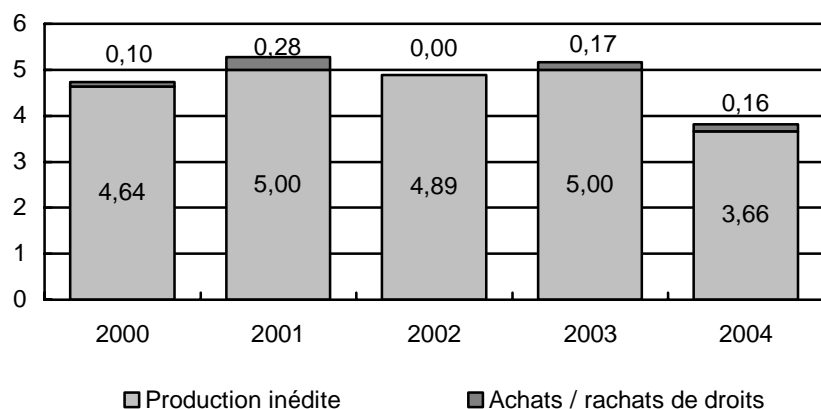
L'article 39 de la convention de M6 prévoit que la chaîne consacre annuellement au moins 1 % de son chiffre d'affaires annuel net de l'exercice précédent à des dépenses contribuant au développement de la production d'œuvres d'animation européennes ou d'expression originale française inédites. A l'occasion du renouvellement de la convention de M6 en 2001, le CSA a accepté un élargissement du périmètre de l'obligation aux investissements dans les œuvres cinématographiques avec un taux de contribution inchangé. Ce volume de dépenses est inclus dans la contribution globale de la société à l'industrie des programmes (18 %).

Cet engagement est assorti de la nécessité qu'au moins deux tiers de ces dépenses respectent les critères d'indépendance énoncés au paragraphe I de l'article 11 du décret n°2001-609 modifié.

En 2004, M6 a investi 3,82 M€ dans les œuvres audiovisuelles françaises d'animation dont 3,66 M€ au titre de la production inédite et 0,16 M€ pour les achats/rachats de droits de diffusion. Il convient d'ajouter à ce volume l'investissement de M6 dans le long métrage *Astérix et les vikings* produit par M6 Studio pour obtenir l'obligation minimale d'investissement de 1%.

M6 a ajusté son investissement dans l'animation inédite au plus près de son obligation, avec une contribution de 1,01 % de son chiffre d'affaires soumis à obligation en 2002 et 2003.

## Investissements de M6 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



Source : CSA

## Part des investissements de M6 dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF sur le chiffre d'affaires soumis à obligation

Année	%
2000	1,21
2001	1,06
2002	1,01
2003	1,01
2004	0,73

Source : CSA

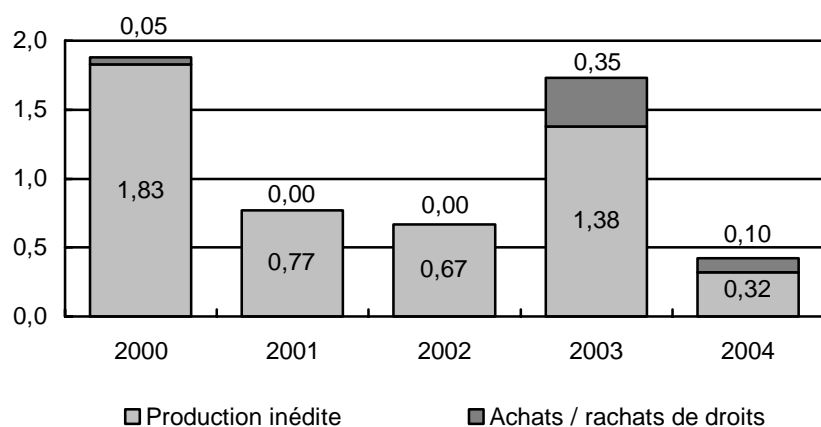
### i. Investissements de Canal+ dans la production française d'animation

La convention de Canal+ ne prévoit aucune obligation particulière en matière d'investissement dans les œuvres audiovisuelles d'animation.

Canal+ est devenue au fil des ans un partenaire marginal pour la production française d'animation. En 2004, l'investissement de la chaîne dans les œuvres d'expression originale française est tombé à 0,42 M€, en recul de 78 % par rapport à 2000.

En 2003, l'investissement de Canal+ avait connu un rebond (3,33 M€ dans les œuvres européennes dont 1,73 M€ dans les œuvres d'expression originale française) avec l'ouverture d'une case quotidienne le matin en semaine alimentée essentiellement par des achats.

## Investissements de Canal+ dans les œuvres audiovisuelles d'animation EOF (M€)



Source : CSA

**Investissements des diffuseurs français dans la production française d'animation inédite, en achat et rachat de droits (M€)**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
France 2	2,76	2,59	3,14	1,88	4,19
France 3	13,81	15,08	13,77	14,30	14,75
France 5	1,01	1,00	1,72	2,78	3,85
TF1	8,07	9,23	9,43	10,16	9,60
M6	4,74	5,28	4,89	5,17	3,82
Canal+	1,88	0,77	0,67	1,73	0,42
<b>Total</b>	<b>32,27</b>	<b>33,95</b>	<b>33,62</b>	<b>36,02</b>	<b>36,63</b>

Source : CSA

**Investissements des diffuseurs français dans la production française d'animation inédite (M€)**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
France 2	2,76	2,59	3,14	1,88	4,19
France 3	13,81	14,15	13,75	13,32	14,75
France 5	1,01	1,00	1,36	2,60	3,82
TF1	8,07	9,23	8,99	9,32	8,54
M6	4,64	5,00	4,89	5,00	3,66
Canal+	1,83	0,77	0,67	1,38	0,32
<b>Total</b>	<b>32,12</b>	<b>32,74</b>	<b>32,80</b>	<b>33,49</b>	<b>35,28</b>

Source : CSA

**Investissements des diffuseurs français dans la production française d'animation en achat et rachat de droits (M€)**

	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>
France 2	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
France 3	0,00	0,93	0,02	0,98	0,00
France 5	0,00	0,00	0,36	0,18	0,04
TF1	0,00	0,00	0,44	0,85	1,06
M6	0,10	0,28	0,00	0,17	0,16
Canal+	0,05	0,00	0,00	0,35	0,10
<b>Total</b>	<b>0,15</b>	<b>1,21</b>	<b>0,82</b>	<b>2,53</b>	<b>1,36</b>

Source : CSA

## B. Investissements des chaînes thématiques dans les œuvres d'animation

### a. Les premières données disponibles au CSA

Les chaînes thématiques sont désormais assujetties à des obligations d'investissements dans les œuvres cinématographiques et audiovisuelles en vertu du décret n°2002-140 du 4 février 2002 fixant le régime applicable aux différentes catégories de services de radiodiffusion sonore et de télévision distribuées par câble ou diffusées par satellite, et modifié par le décret n°2003-764 du 1<sup>er</sup> août 2003. Le Conseil supérieur de l'audiovisuel a mené avec les différents éditeurs une renégociation des conventions afin d'intégrer des évolutions dans les obligations d'investissements à mesure de la montée en puissance des chaînes.

#### Obligation globale d'investissement des chaînes jeunesse (en % du CA de l'année précédente)

	2004	2005	2006	2007	2008
Disney Channel	8	10	12	14	16
Jetix	12	14	15	16	16
Playhouse Disney	8	10	12	14	16
Toon Disney	8	10	12	14	16
Canal J	13+3	13+3	13+3	13+3	13+3
Tiji	9	10	11	12	13+3
Tfou	12	13	14	15	16
Eurêka	8	10	12	14	16
Télétoon	16	16	16	16	16

Source : CSA

Dès 2004, Canal J et Télétoon sont soumises au taux normal d'investissement dans les œuvres. Canal J a choisi de consacrer 13 % de son obligation à des œuvres et 3 % à des non-œuvres. Ce sera le cas également de Tiji à la fin de sa montée en charge.

Jetix atteindra le seuil des 16 % en 2007. La montée en puissance des autres chaînes s'étalera jusqu'en 2008.

Les premières données statistiques disponibles sur ce dispositif réglementaire portent sur l'année 2004. Neuf chaînes jeunesse ont envoyé leur déclaration au CSA.

#### Respect des obligations de production des chaînes jeunesse en 2004 (% du CA 2003)

##### Investissement global

	Obligation	Réalisé
Disney Channel	8%	6,4%
Jetix	12%	15,6%
Playhouse Disney	8%	9,7%
Toon Disney	8%	6,0%
Canal J	13+3%	15,8+8,4%
Tiji	9%	12,1%
Tfou	12%	12,4%
Eurêka	8%	61,0%
Télétoon	16%	21,4%

Source : CSA

Deux chaînes (Disney Channel et Toon Disney) n'ont pas rempli leur obligation d'investissement global en 2004. Disney Channel a investi dans les œuvres 6,4 % de son chiffre d'affaires de l'année précédente alors que l'obligation était fixée à 8 %. De son côté, Toon Disney a investi 6 % de son chiffre d'affaires pour une obligation fixée à 8 %. Toutes les autres chaînes répondent à leurs obligations, certaines même très largement.

### Œuvres d'expression originale française

	Obligation	Réalisé
Disney Channel	6%	5,8%
Jetix	9%	15,6%
Playhouse Disney	6%	6,9%
Toon Disney	6%	6,0%
Canal J	9,75%	15,8%
Tiji	6,75%	7,9%
Tfou	9%	12,4%
Eurêka	6%	53,0%
Télétoon	12%	21,1%

Source : CSA

S'agissant de l'obligation de production d'œuvres audiovisuelles d'expression originale française, qui doit représenter  $\frac{3}{4}$  de l'obligation générale, seule Disney Channel n'atteint pas le niveau de ses obligations en 2004 (5,8 %, contre 6 %).

### Œuvres indépendantes

	Obligation	Réalisé
Disney Channel	5,33%	1,2%
Jetix	8%	8,2%
Playhouse Disney	5,33%	2,5%
Toon Disney	5,33%	1,9%
Canal J	8,66%	0,2%
Tiji	6%	0,0%
Tfou	8%	11,3%
Eurêka	5,33%	0,0%
Télétoon	10,66%	1,6%

Source : CSA

Les obligations relatives à la production indépendante sont les plus difficilement respectées par les chaînes thématiques. Elles doivent représenter les  $\frac{2}{3}$  de l'obligation globale d'investissement. A l'exception de Jetix et Tfou, les chaînes jeunesse n'atteignent pas le niveau d'obligation requis, et de très loin, que ce soit en raison de durées contractuelles supérieures à 42 mois, de nombre de diffusions supérieures à 12 ou de la prise de parts de coproduction.

### Œuvres inédites

	Obligation	Réalisé
Disney Channel	1,2%	5,2%
Jetix	2,4%	13,5%
Playhouse Disney	1,2%	2,3%
Toon Disney	1,2%	2,0%
Canal J	1,95%	15,8%
Tiji	0,9%	4,3%
Tfou	1,2%	8,8%
Eurêka	1,2%	43,0%
Télétoon	2,4%	15,4%

Source : CSA

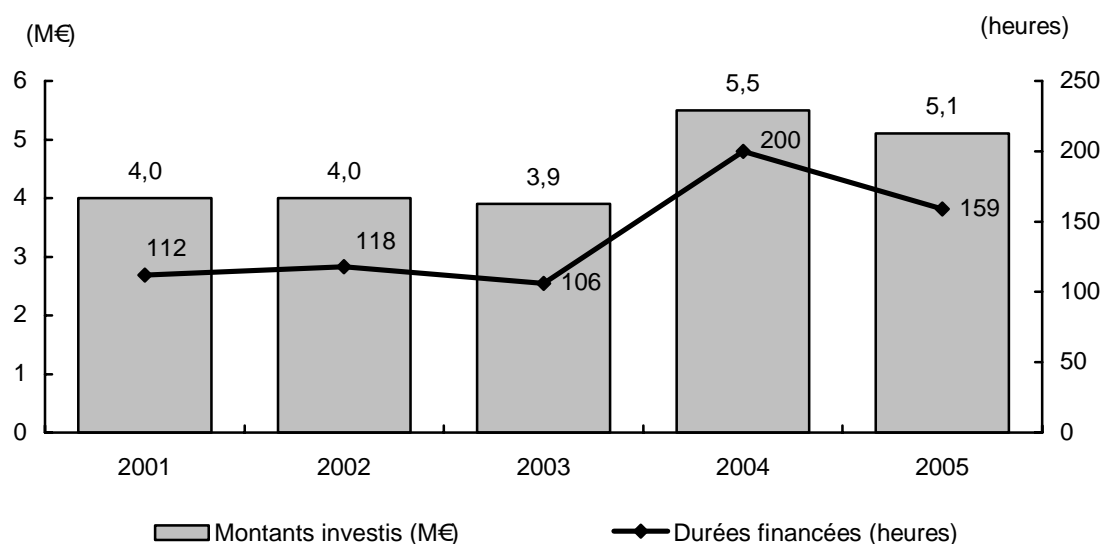
A ce stade et pour la première année de contrôle, le CSA n'a infligé aucune sanction aux chaînes pour le non-respect de leurs obligations de production.

Il convient cependant de garder en mémoire, dans l'analyse de ces chiffres, que certains services ne déclarent leurs investissements qu'à hauteur de leur obligation.

## b. Les données du CNC

Afin de mesurer l'apport des chaînes thématiques dans la production française d'animation et son évolution au cours des dernières années, il est nécessaire d'avoir recours aux données du COSIP gérées par le CNC.

### Investissements des chaînes thématiques dans la production française d'animation



Source : CNC

Entre 2000 et 2005, les chaînes thématiques ont investi 206,6 M€ dans la production audiovisuelle française, dont 25,3 M€ dans les œuvres d'animation, soit 15 % du total de leurs investissements.

### Investissements des chaînes thématiques dans la production (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
Fiction	2,5	0,9	1,4	4,1	1,2	4,7	14,8
Documentaire	15,3	22,2	23,5	21,3	19,0	15,9	117,2
Animation	2,8	4,0	4,0	3,9	5,5	5,1	25,3
Magazine	6,2	3,7	6,7	4,4	1,6	5,4	28,0
Spectacle vivant	1,9	3,0	3,9	5,4	4,8	2,2	21,2
<b>Total</b>	<b>28,6</b>	<b>33,8</b>	<b>39,6</b>	<b>39,1</b>	<b>32,2</b>	<b>33,3</b>	<b>206,6</b>

Source : CNC

En 2005, les chaînes thématiques ont investi 5,1 M€ dans 159 heures de programmes d'animation, contre 5,5 M€ dans 200 heures de programmes l'année précédente.

### Investissements des chaînes thématiques dans la production française d'animation\*

	2001	2002	2003	2004	2005
Durées financées (heures)	112	118	106	200	159
dont en tant que 1 <sup>er</sup> diffuseur	85	45	38	20	36
Part en tant que 1 <sup>er</sup> diffuseur sur total	76%	38%	36%	10%	23%
Montants investis (M€)	4,0	4,0	3,9	5,5	5,1
Apport horaire (K€)	36	34	37	28	32
Apports tous diffuseurs français (M€)	41,2	30,4	27,6	47,7	39,7
Part des chaînes thématiques	9,7%	13,2%	14,1%	11,5%	12,8%

\*tous rangs de diffusion confondus

Source : CNC

La part des chaînes thématiques dans le financement de la production française d'animation reste stable autour de 10 % à 15 % des apports totaux toutes chaînes confondues. En dépit de la

multiplication du nombre de chaînes jeunesse et de la progression de leur part de marché sur les cibles enfants, elles ne sont pas en mesure, pour l'heure, d'assurer une substitution efficace aux chaînes hertziennes et d'assurer la pérennité de la production française d'animation à elles seules.

En 2005, l'apport horaire des chaînes jeunesse dans l'animation atteint 32 K€, contre 28 K€ l'année précédente, mais demeure en dessous des niveaux de financements horaires observés en 2001 et 2003 relatifs à l'impact du décret de juillet 2001 (voir partie V). Il convient de rappeler la difficulté réelle des chaînes thématiques à accéder à une 1<sup>ère</sup> fenêtre de diffusion, particulièrement depuis la mise en œuvre des décrets de juillet 2001. Pour elles, l'alternative réside dans la production dédiée de séries courtes.

Le nombre de chaînes thématiques investissant dans la production française d'animation a fortement progressé en 2004 et 2005 par rapport aux années précédentes. En 2003, seules 5 chaînes thématiques avaient investi dans le secteur, contre 9 les deux années suivantes. Aux côtés des chaînes historiques, un certain nombre de chaînes jeunesse de la deuxième génération apparaissent comme Tiji, Eurêka ou encore la toute dernière arrivée, Gulli. Ce mouvement résulte de la mise en place d'obligations de production pour toutes les chaînes conventionnées par le CSA mais aussi, et peut-être avant tout, de la terrible concurrence régnant sur le marché de la diffusion de programmes jeunesse.

Chaîne historique et leader de l'audience des chaînes de complément sur la cible enfant, Canal J reste année après année le premier investisseur de l'animation avec 59 heures financées en 2005 pour 1,75 M€, soit 34 % du total investi par les chaînes thématiques dans le genre. L'apport horaire est stable autour de 30 k€ à 32 K€. Canal J a développé depuis quelques années une politique d'investissement volontariste sur des séries aux formats courts où elle est le seul diffuseur français (*Parker et Badger* en 2005).

Tout comme en 2003 et 2004, Jetix arrive en seconde position derrière Canal J en 2005 avec un investissement de 1,17 M€ pour 20 heures de programmes, soit un apport horaire de 59 K€. Jetix affiche un apport horaire près de deux fois supérieure à celui de Canal J. La politique d'investissement de Télétoon est d'une très grande stabilité avec près de 1 M€ investi annuellement dans la production française : 0,99 M€ pour 37 heures, soit un apport horaire de 27 K€ en 2005.

En 2005, le groupe Disney a investi 0,6 M€ dans la production française d'animation par le biais de Disney Channel, contre 0,82 M€ l'année précédente par Disney Channel et Toon Disney. L'apport horaire est de 23 K€ en 2005. C'est le plus faible des chaînes jeunesse historiques.

Gulli, la chaîne jeunesse du numérique hertzien, a réalisé dès 2005 ses premiers investissements dans l'animation avec 0,2 M€ pour 6 heures de programme, soit un apport horaire de 33 K€.

#### Répartition des investissements des chaînes thématiques dans la production française d'animation par diffuseur\*

	Apport des chaînes (K€)		Heures totales		Apport horaire (K€)	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Canal J	2 445,2	1 747,5	77	59	32	30
Jetix	1 040,0	1 170,0	21	20	50	59
Télétoon	943,3	990,8	33	37	29	27
Disney Channel	719,0	605,0	44	26	16	23
Eurêka	100,0	0,0	1	0	100	0
Toon Disney	104,0	0,0	11	0	9	0
TiJi	80,0	308,0	11	8	7	39
MCM	61,0	0,0	1	0	61	0
Canal Jimmy	15,1	12,0	1	1	15	12
Filles TV	0,0	100,0	0	2	0	50
Gulli	0,0	200,0	0	6	0	33
TPS Cinéma	0,0	1,5	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>5 507,6</b>	<b>5 134,8</b>	<b>200</b>	<b>159</b>	<b>28</b>	<b>32</b>

\*tous rangs de diffusion confondus  
Source : CNC

# V. L'impact du décret n°2001-609 sur la production française d'animation

## A. Environnement réglementaire

Le décret n°2001-609 du 9 juillet 2001 (modifié par le décret n°2001-1329 du 29 décembre 2001) pris pour l'application du paragraphe 3 de l'article 27 et de l'article 71 de la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés en clair par voie hertzienne terrestre en mode analogique au développement de la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles, est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2002. Il figure en annexe de cette étude.

L'article 11 du décret n°2001-609 précise que les diffuseurs doivent consacrer les deux tiers de l'obligation d'investissement au développement de la production indépendante, selon des critères liés à l'œuvre elle-même et à l'entreprise qui la produit.

Les critères liés à l'œuvre sont visés par le paragraphe I de l'article 11 qui prévoit notamment :

- que les droits de diffusion n'ont pas été acquis pour plus d'une diffusion et 18 mois avec la possibilité d'un droit d'option de 24 mois supplémentaires et 3 diffusions complémentaires en animation ;
- que l'éditeur de services ne détient pas de parts de producteur ;
- que chaque mandat de commercialisation fait l'objet d'un contrat distinct et doit avoir été négocié dans des conditions équitables.

Les critères liés à l'entreprise qui produit l'œuvre sont visés par le paragraphe II de l'article 11 qui prévoit notamment que l'éditeur de services de télévision ne détient pas, directement ou indirectement, plus de 15 % de son capital social ou de ses droits de vote. Aujourd'hui, les diffuseurs hertziens analogiques ne détiennent plus de participation dans des sociétés de production d'animation.

Par ailleurs, l'article 12 du décret n°2001-609 du 9 juillet 2001 prévoit que les conventions et les cahiers des charges peuvent préciser, pour un ou plusieurs genres d'œuvres audiovisuelles, la proportion minimale des dépenses qu'un éditeur de services de télévision doit, compte tenu de la nature de sa programmation, consacrer au développement de la production indépendante.

Les conventions de TF1 et M6 prévoient, respectivement aux articles 36 et 39, une obligation minimale d'investissement dans la production d'œuvres d'animation EOF ou européennes inédites. Les deux tiers de ces dépenses doivent respecter les critères d'indépendance énoncés au paragraphe I de l'article 11 du décret n°2001-609 modifié (et au paragraphe I de l'article 6 pour M6 puisque le champ de l'obligation inclut les investissements dans les œuvres cinématographiques).

Pour le groupe France Télévisions, les cahiers des charges des chaînes ne prévoient pas de disposition particulière. L'accord conclu entre le SPFA et France Télévisions en avril 2005 prévoit que les investissements réalisés dans l'animation par le groupe doivent respecter les critères d'indépendance énoncés à l'article 11 du décret n°2001-609.

Pour le secteur de l'animation, l'entrée en vigueur du décret n°2001-609 marque une rupture importante. Sous le décret précédent, l'éditeur de services de télévision pouvait prendre, pour une œuvre indépendante, jusqu'à 60 mois en multidiffusion avec des parts de producteur. La seule variable entre une œuvre indépendante et une autre dépendante était donc la durée des droits consentie à l'éditeur de services.

L'objet de cette partie est donc d'effectuer un bilan des modalités d'intervention financière des diffuseurs hertziens sous l'emprise du décret n°2001-609 dans la production d'œuvres audiovisuelles EOF d'animation selon la qualification de l'œuvre. Elle permettra également d'apporter quelques précisions sur les relations entre diffuseurs hertziens et diffuseurs thématiques.

## B. Périmètre de l'analyse

L'étude porte sur les diffuseurs ayant un volume régulier de commande : TF1, M6, France 2, France 3 et France 5. Canal+ et Arte, dont l'activité est marginale dans le secteur, ont été exclues du périmètre.

Les séries d'animation étudiées sont celles déclarées depuis 2002 par les diffuseurs mentionnés ci-dessus auprès du Conseil supérieur de l'audiovisuel dans le cadre de leurs obligations de production.

Le recensement effectué porte sur 38 sociétés de production déléguée pour un total de 737 heures de séries TV d'animation, soit l'équivalent de 71 séries de 26 x 24 minutes. Les spéciaux TV de 26 minutes ont été écartés du périmètre de l'étude car ils répondent à des conditions d'investissement particulières des diffuseurs.

L'échantillon est représentatif des équilibres de la production française d'animation (voir partie IV). France 3 représente 37 % de l'échantillon retenu en volume avec un total de 271 heures devant TF1 avec 220 heures (30 %), M6 (124 heures), France 5 (75 heures) et France 2 (47 heures).

### Echantillon des programmes étudiés par diffuseur

	heures	%	nombre d'œuvres	nombre de producteurs
TF1	220	30	31	17
M6	124	17	13	7
France 3	271	37	30	17
France 2	47	6	5	4
France 5	75	10	16	11
Total	<b>737</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>33</b>

Source : SPFA

## C. Equilibre entre production indépendante et production dépendante

64 % des 737 heures étudiées (474 heures) respectent les différents critères définissant une œuvre indépendante. A contrario, 36 % des heures étudiées (263 heures) sont dites dépendantes.

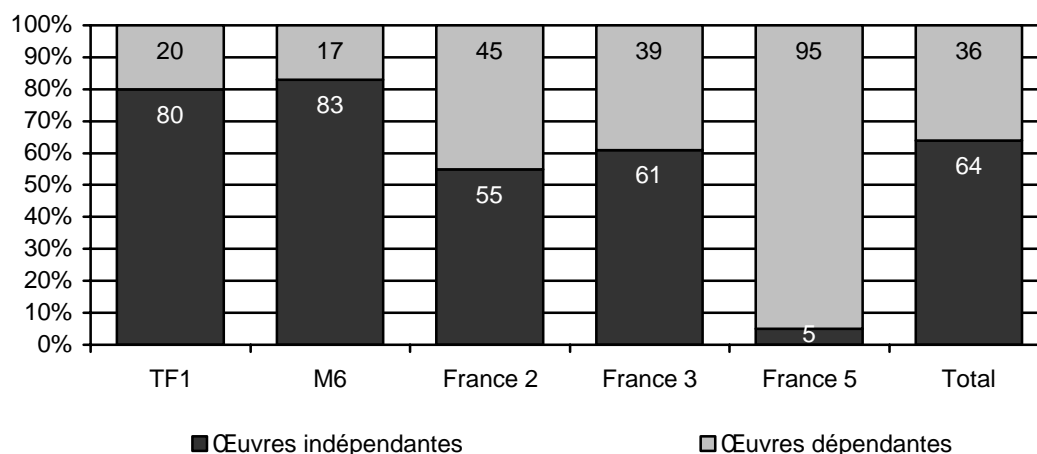
### Œuvres indépendantes et œuvres dépendantes (heures)

	TF1	M6	France 2	France 3	France 5	Total
Œuvres indépendantes	175	103	26	166	4	474
Œuvres dépendantes	44	21	21	106	71	263
Total	<b>219</b>	<b>124</b>	<b>47</b>	<b>272</b>	<b>75</b>	<b>737</b>

Source : SPFA

Si cette répartition globale reflète un respect de l'obligation 2/3, 1/3 au profit de la production indépendante dans l'animation, il convient de souligner des différences importantes d'une chaîne à l'autre. En effet, à ce jour, seules TF1 et M6 sont obligées, par leurs conventions passées avec le CSA, de respecter l'équilibre général du décret dans le cadre de leurs investissements dans l'animation.

## Répartition entre œuvres indépendantes et œuvres dépendantes (% du volume horaire commandé)



Source : SPFA

Si l'obligation minimale des deux tiers s'apprécie par rapport aux investissements financiers des chaînes, le raisonnement est ici tenu en volume horaire.

Plus de 80 % du volume horaire commandé par TF1 et M6 sont effectués dans de la production dite indépendante.

La situation est beaucoup plus contrastée pour France Télévisions. Pour France 3 et France 2 plus de 50 % du volume horaire est commandé dans des œuvres dites indépendantes. En revanche, 95 % du volume de France 5 relève de la production dépendante.

## D. Variation de l'investissement selon la qualification de l'œuvre

Le décret du 9 septembre 2001 est entré en vigueur le 1<sup>er</sup> janvier 2002, en pleine crise du marché international de l'animation. Les producteurs devaient faire face à une raréfaction de la ressource financière sur le marché international, rendant impossible une baisse des apports des diffuseurs français qui ne couvraient déjà que 20 % des coûts des œuvres. Globalement, les diffuseurs se sont « calés », pour la partie indépendante, sur leur apport moyen antérieur, en revalorisant très nettement les œuvres dites dépendantes.

### Apport moyen par minute des diffuseurs selon la qualification de l'œuvre (€/minute)

	TF1	M6	France 2	France 3	France 5
Œuvres indépendantes	2 335	1 637	2 139	2 173	1 308
Œuvres dépendantes	3 428	2 039	2 669	2 652	1 638

Source : SPFA

Le différentiel d'apport par minute des diffuseurs entre œuvres indépendantes et œuvres dépendantes est supérieur à 20 % pour toutes les chaînes. Il culmine à 47 % pour TF1. Il s'établit à 22 % pour France 3 et à 25 % pour M6.

TF1 est le financeur le plus important du marché, tant en ce qui concerne les œuvres indépendantes (1,46 M€ en moyenne pour un 26 x 24 minutes) que les œuvres dépendantes (2,14 M€ en moyenne pour un 26 x 24 minutes). C'est également la chaîne qui présente les marges de négociation les plus larges. Si le plancher des investissements de TF1 et de France 3 en production indépendante est situé au même niveau (1,22 M€ pour un 26 x 24 minutes), le plafond de TF1 atteint jusqu'à 2,15 M€ quand celui de France 3 s'établit à 1,6 M€. Par ailleurs, TF1 investit entre 2 M€ et 2,4 M€ pour une série de 26 x 24 minutes en production dépendante quand France 3 échelonne ses investissements entre 1,4 M€ et un peu plus de 2 M€, avec une moyenne à 1,66 M€.

M6 reste en retrait avec un apport moyen de l'ordre de 1 M€ sur un 26 x 24 minutes indépendant et de 1,27 M€ pour une œuvre dépendante, avec des plages de négociation très étroites (de 1 M€ à 1,2 M€ en production indépendante et de 1,22 M€ à 1,325 M€ en production dépendante).

France 5 n'investit quasiment que sous forme dépendante dans des séries pour les préscolaires (une seule œuvre indépendante dans le périmètre étudié). Ses investissements en production dépendante varient de 0,875 M€ à 1,325 M€ pour l'équivalent d'un 26 x 24 minutes, avec une moyenne à 1,020 M€. Même si ses investissements unitaires ont tendance à progresser sensiblement sur les deux dernières années, le retard par rapport à ses concurrentes reste important.

### Bornes de négociation sur la base d'une série 26 x 24 minutes (M€)

	Œuvres indépendantes		Œuvres dépendantes	
	Mini	Maxi	Mini	Maxi
France 2	1,100	1,400	1,630	1,700
France 3	1,220	1,600	1,400	2,060
France 5	0,815	0,815	0,875	1,300
TF1	1,220	2,150	2,000	2,400
M6	1,000	1,200	1,220	1,325

Source : SPFA

## E. Les conditions de la dépendance

Les diffuseurs définissent de façon très homogène les conditions de la dépendance. Ils raisonnent systématiquement en acquisition de diffusions illimitées. La durée des droits passe à 60 mois en moyenne mais avec des maxima à 72 mois pour France 3, 84 mois pour TF1 et France 5, voire 120 mois pour M6.

A l'exception de France 5, les chaînes prennent systématiquement des parts de producteur. Dans le cadre des relations bilatérales entre le SPFA et France 5, les dirigeants de la chaîne publique avaient accepté de ne plus prendre de parts de producteur pour des œuvres dites dépendantes afin de compenser la faiblesse de leur investissement unitaire.

### Les conditions de la dépendance

	Durée des droits (mois)		Diffusion	Parts coproduction (%)
	Minimum	Maximum		
France 2	60	60	illimitée	100
France 3	60	72	illimitée	100
France 5	48	84	illimitée	60
TF1	72	84	illimitée	100
M6	84	120	illimitée	100

Source : SPFA

## F. Les relations avec les chaînes du câble et du satellite

Il convient de signaler la présence d'une chaîne thématique dans le montage financier initial de 62 des 95 œuvres étudiées (65 %). Les chaînes thématiques n'acquièrent la 1<sup>ère</sup> fenêtre de diffusion que dans 7 cas sur 62 (11 %). L'examen des contrats permet de constater que la durée de la 1<sup>ère</sup> fenêtre d'exclusivité de la chaîne hertzienne varie de 6 mois à 18 mois avec une stabilisation autour de 12 mois.

### Premières fenêtres d'exclusivité des chaînes hertziennes

	Durée des droits (mois)	
	Minimum	Maximum
France 2	9	12
France 3	6	12
France 5	9	12
TF1	12	18
M6	6	12

Source : SPFA

## VI. Une offre en croissance exponentielle

### A. L'offre d'animation sur le marché télévisuel français

#### a. Données globales

94 000 heures d'animation sont diffusées chaque année sur les différentes chaînes émettant sur le territoire français.

Les chaînes thématiques jeunesse représentent 85 % de ce volume de diffusion avec plus de 80 000 heures par an. Les chaînes hertziennes analogiques n'en représentent que 4 % avec près de 3 700 heures par an. Les autres chaînes, diffusées sur la TNT, le câble et le satellite proposent autour de 10 000 heures d'animation par an. Les deux tiers de ce volume complémentaire sont diffusés par les chaînes d'AB Groupe (Mangas, AB1 et NT1). L'animation est également présente sur des chaînes musicales (MTV et MCM) ou les nouvelles venues de la TNT (Europe 2 TV, NRJ 12).

#### b. L'offre des chaînes hertziennes analogiques

En 2005, les chaînes hertziennes analogiques ont diffusé 3 674 heures d'œuvres d'animation sur leurs antennes. Par rapport à 2001, l'offre progresse de 20 %.

#### Volume de diffusion d'œuvres d'animation sur les chaînes hertziennes entre 06h00 et 20h00 (heures)

	2001	2002	2003	2004	2005	Ev 05/01
TF1	870	742	811	764	825	-5%
France 2	138	117	96	85	48	-65%
France 3	997	931	937	933	933	-6%
France 5	413	537	940	1 126	1 187	+187%
M6	398	385	338	325	312	-22%
Canal+	257	319	522	632	369	+44%
Total	<b>3 073</b>	<b>3 031</b>	<b>3 644</b>	<b>3 865</b>	<b>3 674</b>	<b>+20%</b>

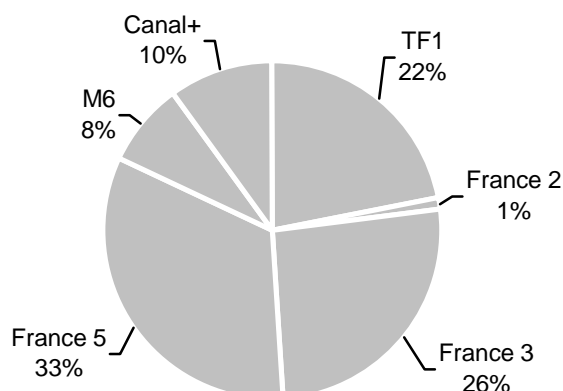
Source : PROCIREP

France 5 est le moteur de cette progression. Son offre d'animation est passée de 413 heures en 2001 à 1 187 heures en 2005, soit une hausse de 187 %. Canal+ joue également un rôle important avec une progression de 44 % de son offre (257 heures en 2001, 369 heures en 2005) même si l'évolution est moins régulière : l'offre a fortement reculé en 2005 par rapport à 2004 (632 heures).

TF1 et France 3 présentent une légère régression de leur offre d'animation tandis que celle de France 2 chute de 65 % sur la période étudiée. L'animation est devenue marginale sur l'antenne de France 2 (48 heures en 2005). L'offre de M6 enregistre également une diminution importante (-22 %), passant de près de 400 heures en 2001 à 312 heures en 2005.

Compte tenu de ces différentes évolutions, France 5 est devenu le 1<sup>er</sup> diffuseur d'œuvres d'animation parmi les chaînes hertziennes analogiques. La chaîne assure 33 % de l'offre devant France 3 (26 %) et TF1 (22 %). Canal+ devance M6 avec respectivement 10 % et 8 % de l'offre. France 2 ne représente plus que 1 % de l'offre d'animation des chaînes hertziennes analogiques.

## Répartition du volume d'œuvres d'animation diffusées sur les chaînes hertziennes en 2005 entre 06h00 et 22h00



Source : PROCIREP

L'accord signé par le SPFA et France Télévisions en avril 2005 prévoit que le groupe doit diffuser un volume annuel minimal de 2 100 heures d'œuvres d'animation dont 900 heures sur France 3 et 900 heures sur France 5. En 2005, les conditions de cet accord ont été respectées puisque le groupe France Télévisions a diffusé un total de 2 168 heures d'œuvres d'animation dont 933 heures France 3 et 1 187 heures pour France 5.

### c. L'offre des chaînes thématiques jeunesse

Contrairement aux chaînes hertziennes analogiques, il n'existe pas de séries statistiques précises et fiables sur la diffusion d'œuvres d'animation sur les chaînes thématiques jeunesse.

D'après les estimations du SPFA, les chaînes thématiques jeunesse diffusent plus de 80 000 heures d'animation par an. Ce volume a fortement augmenté ces dernières années avec la multiplication des chaînes jeunesse.

L'animation constitue le genre majeur de la programmation des chaînes thématiques jeunesse. Pour treize des seize chaînes étudiées dans le panel, l'animation compose au moins 50 % de leur grille. Seules trois chaînes jeunesse comptent une part minoritaire de programmes d'animation dans leurs grilles : Ma Planète, Filles TV et Eurêka !. A l'inverse, certaines chaînes ne proposent que de l'animation : Boomerang, Cartoon Network, Toon Disney.

## Volume annuel de diffusion sur les différentes chaînes jeunesse (heures)

Chaîne	Heures diffusées	Part animation (%)	Volume annuel d'animation (heures)
Boomerang	8 760	100	8 760
Cartoon Network	8 760	100	8 760
Toon Disney	8 760	100	8 760
Télétoon	8 760	90	7 884
Tfou	5 100	90	4 590
Jetix	7 455	85	6 337
TiJi	6 900	85	5 865
Piwi	5 650	80	4 520
Playhouse Disney	8 760	75	6 570
Canal J	6 900	70	4 830
Gulli	6 000	65	3 900
Nickelodeon	5 800	65	3 770
Disney Channel	8 760	50	4 380
Ma Planète	5 900	10	590
Eurêka !	6 400	5	320
Filles TV	6 900	5	345

Source : SPFA d'après Guide des chaînes thématiques de l'ACCeS – Janvier 2006

Notes : sans Baby TV, Adibou TV

## B. La part des œuvres françaises d'animation

### a. Données globales

Sur les 94 000 heures d'animation diffusées par an, les œuvres françaises représentent environ 25 000 heures, dont près de 1 400 heures diffusées sur les chaînes hertziennes analogiques (soit 6 % du total). Le solde est essentiellement offert par les chaînes thématiques jeunesse. Trois d'entre elles ne sont pas conventionnées par le CSA (Boomerang, Cartoon Network et Nickelodeon). Elles sont soumises uniquement à la directive Télévision Sans Frontières (TSF) et non à législation française. Elles totalisent à elles trois 26 % de l'offre d'animation des chaînes thématiques jeunesse émettant en France. La présence d'œuvres françaises y est marginale.

Il est intéressant de comparer ces 25 000 heures d'animation française diffusées chaque année aux quelques 280 heures produites en moyenne au cours des 5 dernières années et aux quelques 4 400 heures produites depuis 1986.

### b. L'offre des chaînes hertziennes analogiques

Sur les 3 674 heures d'animation diffusées par les chaînes hertziennes en 2005, la part des œuvres françaises est de 38 % (soit 1 395 heures). Le volume en valeur absolue est resté relativement stable (-1 %) mais sa part relative diminue (46 % en 2001). Néanmoins, les producteurs français restent les premiers fournisseurs de chaînes.

### Origine géographique du volume de diffusion d'œuvres d'animation des chaînes hertziennes analogiques entre 06h00 et 22h00 (heures)

	2001	2002	2003	2004	2005	Ev 05/01
France	1 413	1 351	1 520	1 443	1 395	-1%
Europe hors France	350	248	614	764	715	+104%
Reste du Monde	1 310	1 432	1 510	1 658	1 564	+19%
Total	3 073	3 031	3 644	3 865	3 674	+20%

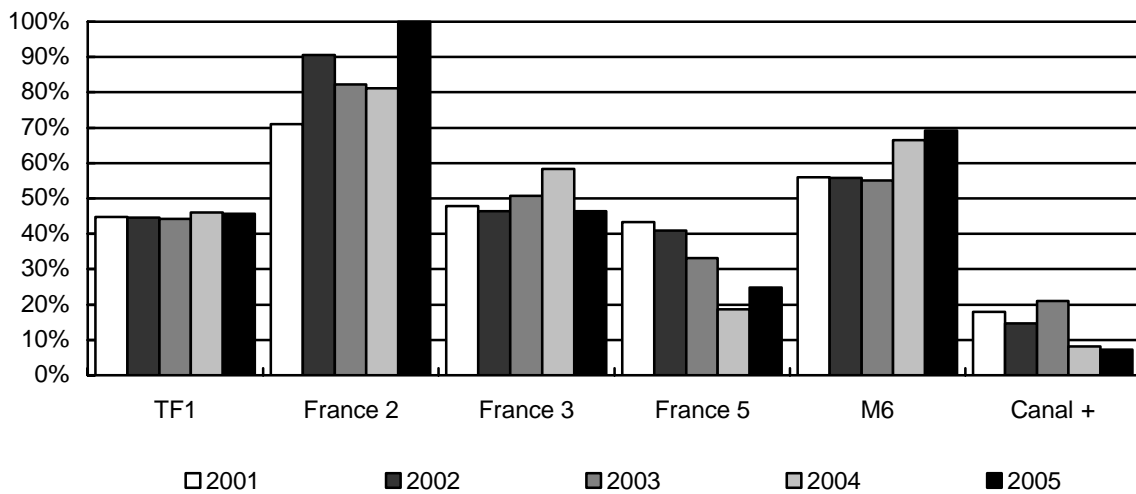
Source : PROCIREP

La progression de l'offre a essentiellement bénéficié aux œuvres européennes hors France (+104 % en volume entre 2001 et 2005) et aux œuvres originaires du Reste du Monde (+19 %). La part des

œuvres européennes hors France passe de 11 % en 2001 à 19 % en 2005 et celle des œuvres du Reste du Monde (essentiellement Etats-Unis et Japon) est stable à 43 %.

La part des œuvres françaises est stable dans l'offre de TF1 et France 3. Elle progresse sur M6 (près de 70 % en 2005). La part des œuvres françaises est de 100 % sur France 2, mais le volume horaire proposé est très faible. La part des œuvres françaises recule fortement sur France 5 et Canal+, les deux chaînes ayant augmenté leur offre d'animation sur la période récente. Pour France 5, la part des œuvres françaises passe de 43 % à 25 %. Sur Canal+, elle est inférieure à 10 %. Toutefois, comme il apparaît dans la partie consacrée aux investissements des chaînes françaises dans la production, France 5 est un partenaire régulier de la production française. La part des œuvres françaises dans son offre devrait mécaniquement remonter à terme.

### Part des œuvres françaises dans l'offre d'animation des chaînes hertziennes (%)



Source : PROCIREP

## VII. Consommation et audience

### A. Durée d'écoute

En 2005, la durée moyenne d'écoute de la télévision par individu âgé de 4 ans et plus a enregistré un nouveau record à 3h26 par jour. Elle progresse de deux minutes par rapport à l'année précédente. Depuis le milieu des années 90, elle est en progression régulière (+16 %).

En revanche, la durée d'écoute de la télévision par les enfants de 4 à 14 ans enregistre une évolution beaucoup moins linéaire. Si elle progresse de 11 % de 1994 à 2005, elle enregistre depuis le pic à 2h19 en 2002 une érosion lente mais régulière. Cette désaffection pour la télévision est surtout le fait des 11-14 ans. La consommation des 4-10 ans reste stable à 2h10 en 2004 et 2005.

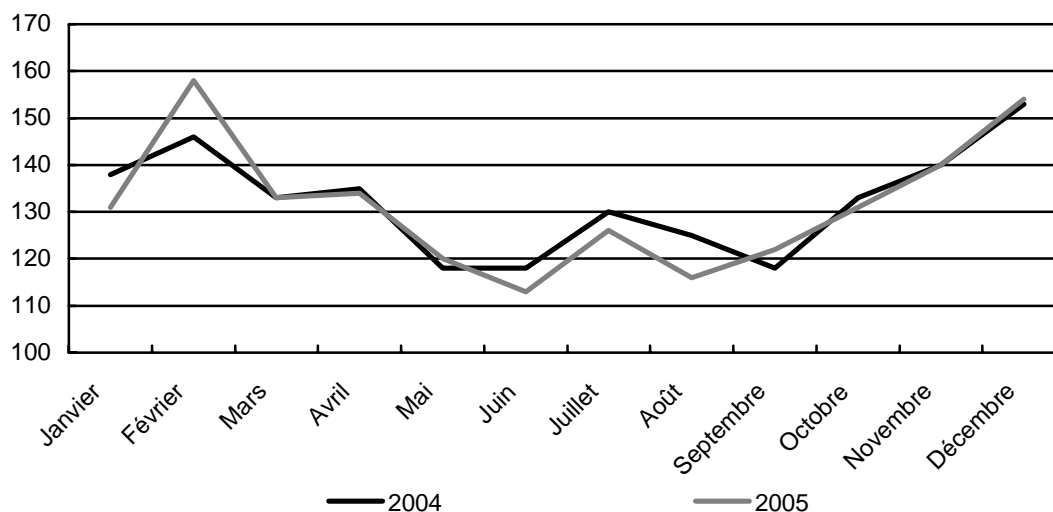
C'est un des paradoxes du marché des programmes jeunesse. Une offre pléthorique, en croissance rapide avec les chaînes thématiques, pour une cible qu'il devient de plus en plus difficile de retenir devant les écrans de télévisions et qui connaît une diversification de ses centres d'intérêts.

#### Evolution de la durée d'écoute quotidienne de télévision

	Individus 4 ans et +	Enfants de 4 à 14 ans
1994	2h58	1h58
1995	3h01	1h55
1996	2h59	1h49
1997	3h00	1h57
1998	3h06	2h04
1999	3h09	2h10
2000	3h14	2h11
2001	3h18	2h15
2002	3h21	2h19
2003	3h22	2h16
2004	3h24	2h13
2005	3h26	2h11

Source : Médiamat - Médiamétrie

#### Evolution mensuelle de la durée d'écoute des 4-14 ans (minutes)



Source : Médiamat - Médiamétrie

La télévision reste un média incontournable pour les enfants. Selon les données du Consojunior de 2004 réalisé par TNS, 87 % des 2-10 ans regardent la télévision tous les jours ou presque. Ils plébiscitent les dessins animés qui arrivent en tête du top 15 des émissions de télévision préférées des 8-10 ans avec 98 % de satisfaction devant les jeux (90 %), le cinéma (88 %) et les émissions de télé-réalité (76 %).

## B. Audience des chaînes hertziennes

### a. Sur l'ensemble de la population

TF1 demeure le leader incontesté du paysage audiovisuel avec une part d'audience auprès des 4 ans et plus sur l'ensemble journée de 32,4 % en 2005. M6 affiche une stabilité avec une part d'audience de 12,6 %.

France 5 continue de progresser (3,1 % de part d'audience en 2005). La part d'audience de France 3 passe de 15,3 % en 2004 à 14,8 % en 2005. Celle de France 2 atteint 19,9 % en 2005 contre 20,3 % en 2004.

Avec le renforcement de l'offre complémentaire via le numérique terrestre, les autres TV montent en puissance. Elles gagnent près d'un point d'audience en 2005 par rapport à l'année précédente à 11,8 %.

#### Parts d'audience des chaînes auprès des individus de 4 ans et plus sur l'ensemble de la journée (%)

	2001	2002	2003	2004	2005
France 2	21,3	20,9	20,7	20,7	19,9
France 3	17,1	16,5	16,2	15,3	14,8
France 5	1,9	2,3	2,9	3,0	3,1
TF1	32,6	32,6	31,5	31,8	32,4
M6	13,4	13,2	12,5	12,4	12,6
Canal+	3,6	3,5	3,7	3,8	3,6
Arte	1,6	1,6	1,8	1,9	1,8
Autres TV	8,5	9,4	10,7	10,9	11,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Médiamat - Médiamétrie

### b. Auprès des enfants

Depuis 2004, les autres TV ont franchi la barre des 20 % de parts d'audience sur les 4-10 ans. Elles enregistrent une forte progression (de 13,9 % en 2001 à 20,8 % en 2005) grâce au développement de la pénétration du câble et du satellite (chaînes thématiques, chaînes locales, TNT) et de l'offre de programmes.

L'autre phénomène majeur de la période 2001/2005 est la forte progression des résultats de France 5 auprès de cette cible, portée par une offre jeunesse importante et attractive. Sa part d'audience moyenne sur l'ensemble journée atteint 7 % en 2005, contre 1,3 % en 2001. Elle enregistre auprès de cette cible des résultats très supérieurs à sa part de marché moyenne sur l'ensemble des 4 ans et plus.

Toutes les chaînes souffrent de la montée en puissance des chaînes jeunesse du câble et du satellite et de France 5.

TF1 reste un solide leader sur les enfants de 4-10 ans avec une part d'audience moyenne sur l'ensemble journée de 32,7 % en 2005. Toutefois, sa part de marché auprès des 4-10 ans tend à se rapprocher de celle enregistrée sur l'ensemble des 4 ans et plus.

M6 recule avec une part d'audience auprès des 4-10 ans qui passe de 18,5 % en 2001 à 15,5 % en 2005. Toutefois, elle démontre l'attractivité globale de sa grille auprès de cette cible en dépit d'une offre spécifiquement jeunesse limitée.

France 3 se place en 3<sup>ème</sup> position auprès des 4-10 ans avec une part d'audience de 12,7 %, contre 15,2 % en 2001, tandis que France 2 confirme sa capacité d'attractivité limitée auprès de cette cible (7,6 % en 2005).

#### Parts d'audience des chaînes auprès des 4-10 ans sur l'ensemble de la journée (%)

	2001	2002	2003	2004	2005
France 2	9,6	8,4	8,2	8,5	7,6
France 3	15,2	15,3	13,8	12,7	12,7
France 5	1,3	3,0	5,4	6,6	7,0
TF1	38,0	37,2	35,6	33,3	32,7
M6	18,5	17,4	15,3	14,9	15,5
Canal+	3,0	3,0	3,7	3,0	2,9
Arte	0,4	0,3	0,3	0,6	0,7
Autres TV	13,9	15,2	17,7	20,3	20,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Médiamat - Médiamétrie

Sur les 11-14 ans, les chaînes du câble et du satellite enregistrent également une forte progression (16,8 % de part d'audience en 2005 contre 10,1 % en 2001) mais elle reste moins spectaculaire que sur les 4-10 ans.

M6 réalise une très bonne performance sur les 11-14 ans avec 24,2 % de part d'audience en 2005. En dépit d'une concurrence renforcée, la chaîne affiche une stabilité sur la période et se rapproche de TF1 dont les positions auprès de cette cible s'érodent progressivement (31,1 % en 2005 contre 35 % en 2001).

France 2 perd du terrain (10 % en 2005 contre 13,8 % en 2001). Elle est désormais devancée par France 3 qui limite son recul (11,1 % en 2005 contre 12,7 % en 2001). France 5 progresse (2% en 2005) mais son poids sur les 11-14 ans reste marginal.

#### Part d'audience des chaînes auprès des 11-14 ans sur l'ensemble journée (%)

	2001	2002	2003	2004	2005
France 2	13,8	12,0	10,6	10,9	10,0
France 3	12,7	13,2	12,1	10,9	11,1
France 5	0,8	1,6	2,6	2,4	2,0
TF1	35,0	34,3	33,0	31,1	31,1
M6	24,2	23,3	21,0	24,4	24,2
Canal+	2,9	3,2	3,6	3,1	4,3
Arte	0,5	0,6	1,0	1,0	0,5
Autres TV	10,1	11,8	16,0	16,2	16,8
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : Médiamat - Médiamétrie

#### c. Les résultats des cases jeunesse des chaînes hertziennes

Les résultats ci-après ne permettent pas de comparer les résultats des cases jeunesse d'une chaîne par rapport à une autre. Il faudrait une analyse beaucoup plus fine case par case en tenant compte de l'environnement concurrentiel. Seuls seront présentés ici les résultats chaîne par chaîne des principales cibles (4 ans et plus, 4-10 ans et 11-14 ans) sur les deux dernières années.

La part d'audience des cases jeunesse de France 3 sur les 4 ans et plus s'établit à 14,1 % en 2005 contre 14,8 % sur l'ensemble de la journée. Sur les 4-10 ans, ses cases jeunesse gagnent 0,6 point à 29,6 % de part d'audience tandis qu'elles enregistrent un très léger recul sur les 11-14 ans (29,5 % de part d'audience en 2005 contre 29,7 % en 2004).

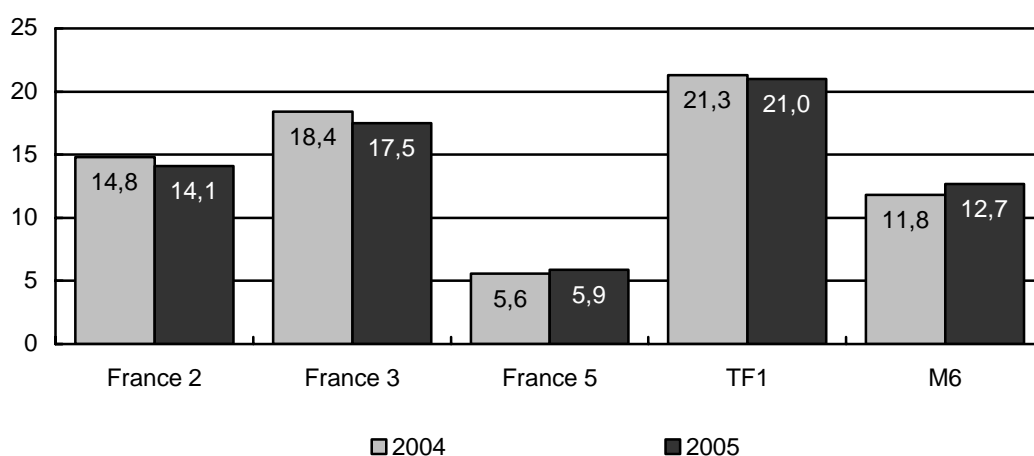
Les cases jeunesse de France 2 sont en recul sur les trois indicateurs. Elles perdent 0,9 point sur les 4 ans et plus à 17,5 % de part d'audience, 0,7 point sur les 4-10 ans (6,3 % en 2005) et 3,4 points sur les 11-14 ans qu'elle vise plus spécifiquement (21,3 % de part d'audience en 2005 contre 24,7 % en 2004).

Les cases jeunesse de France 5 progressent sur les 4 ans et plus et les 4-10 ans, son cœur de cible. La part d'audience de ses cases jeunesse sur les 4-10 ans atteint 24,1 % en 2005 contre 23,7 % en 2004. Elles enregistrent un recul sur les 11-14 ans.

Les résultats de TF1 sont stables d'une année à l'autre. La part d'audience des cases jeunesse auprès des 4 ans et plus est de 21 % en 2005 (en recul de 0,3 point par rapport à 2004). Sur les 4-10 ans, les cases jeunesse réalisent 39,7 % de part d'audience en 2005 contre 40,7 % en 2004. Sur les 11-14 ans, elles sont stables à 32,2 % en 2005.

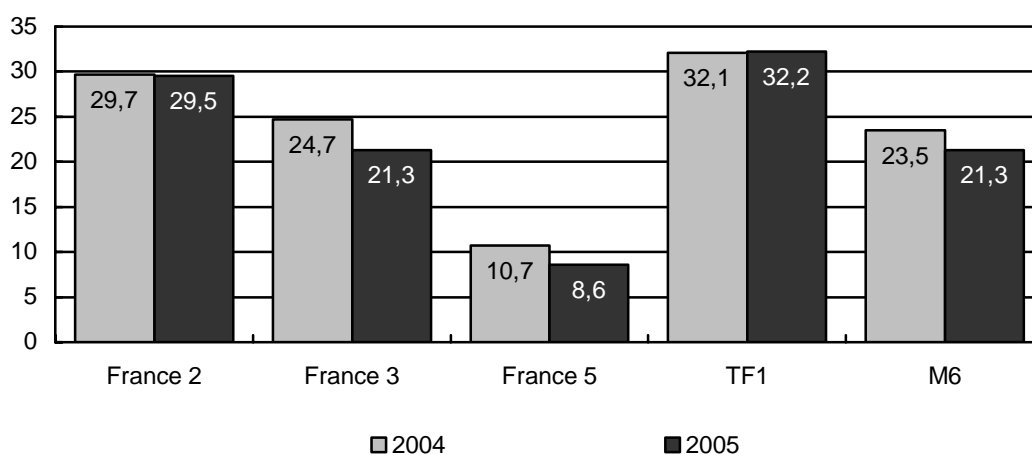
M6 parvient à réaliser sur ses cases jeunesse une part d'audience sur les 4 ans et plus équivalente à sa part d'audience moyenne sur l'ensemble journée (12,7 % en 2005 contre 11,8 % en 2004). Les cases jeunesse de M6 progressent fortement sur les 4-10 ans avec une part d'audience qui atteint 20 % en 2005 contre 16,3 en 2004. Par contre, elles sont en recul de 2,2 points sur les 11-14 ans (21,3 % en 2005 contre 23,5 % en 2004).

### Part d'audience des programmes jeunesse des chaînes hertziennes sur les 4 ans et plus (%)



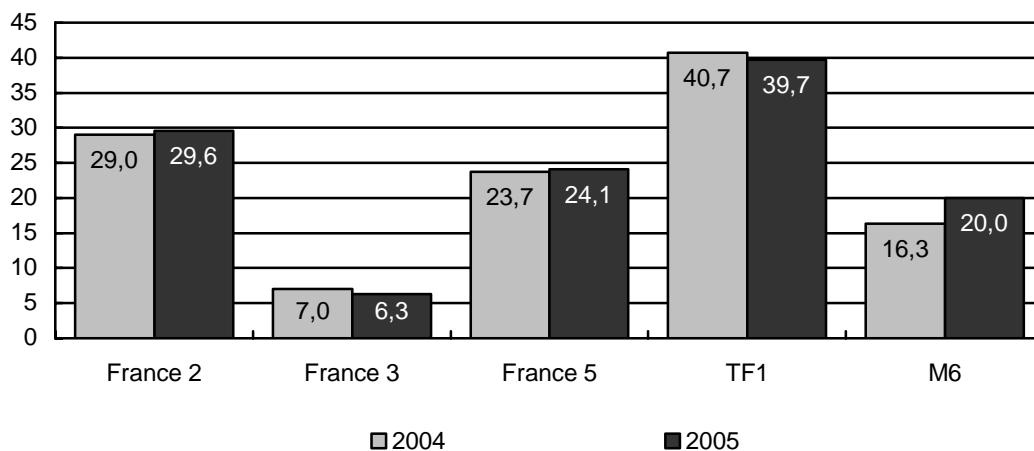
Source : Médiamat - Médiamétrie

### Part d'audience des programmes jeunesse des chaînes hertziennes sur les 11-14 ans (%)



Source : Médiamat - Médiamétrie

## Part d'audience des programmes jeunesse des chaînes hertziennes sur les 4-10 ans (%)



Source : Médiamat - Médiamétrie

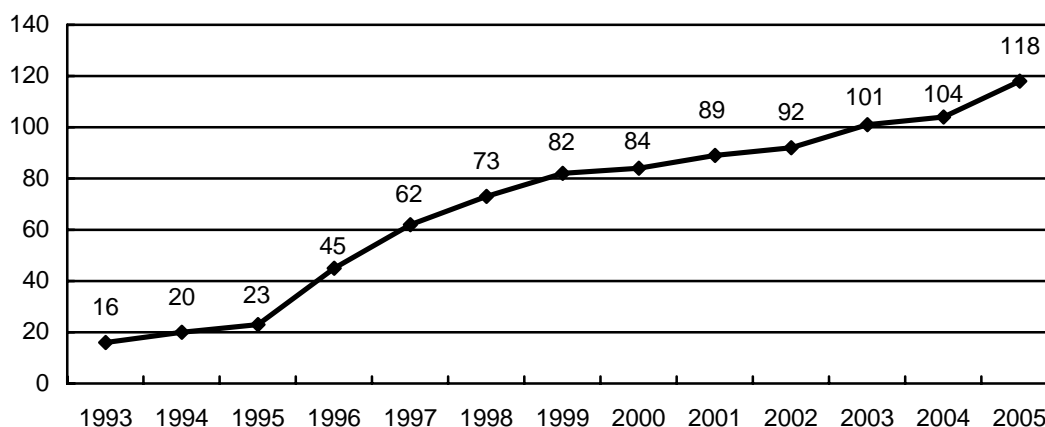
## C. Les thématiques, une âpre bataille pour contrôler l'audience enfant

### a. Une multiplication très rapide de l'offre de chaînes jeunesse

A fin 2005, 118 chaînes thématiques sont conventionnées et diffusées en France contre seulement 16 en 1993. L'année 2005 est marquée par une progression très importante du nombre de chaînes, notamment avec le démarrage de la TNT. La période 1996/1997 reste celle de l'émergence du plus grand nombre de chaînes avec l'apparition des bouquets satellites numériques et la bipolarisation du marché entre deux opérateurs (CanalSatellite et TPS).

A ces chaînes conventionnées, il faut ajouter les chaînes déclarées qui émettent depuis un pays européen autre que la France (Grande-Bretagne, Italie, etc.). Le régime déclaratif n'implique pas d'engagements hormis le respect de la réglementation du pays d'origine, lui-même soumis au cadre de la directive TSF.

### Evolution du nombre de chaînes thématiques conventionnées et diffusées en France



Source : Guide des chaînes thématiques 2006, ACCeS - CNC - CSA - DDM - SNPTV

En 1993, il n'existait qu'une seule chaîne jeunesse, Canal J. A la fin 2005, 18 chaînes évoluaient sur le marché français, dont 13 conventionnées par le CSA et 5 sous le régime déclaratif (Cartoon Network, Boomerang, Nickelodeon, Baby TV, Adibou TV). Manga et Game One sont considérées

comme des chaînes pour adolescents et/ou jeunes adultes et donc exclues du périmètre. La jeunesse est la seconde thématique parmi l'offre de complément, derrière le cinéma (21 chaînes).

L'offre de chaînes thématiques connaît une brutale accélération entre 2003 et 2005 qui s'accompagne d'une segmentation croissante. Aux côtés des chaînes généralistes jeunesse comme Canal J et Disney Channel, apparaissent des chaînes pour les plus petits (TiJi, Piwi, Playhouse Disney), pour les filles (Filles TV) ou pour les garçons (avec le repositionnement de Jetix sur l'action-aventure) ou encore des chaînes positionnées sur le documentaire et la découverte (Ma Planète, Eurêka).

La jeunesse est le théâtre d'un affrontement sans merci entre les réseaux américains et les offres françaises organisées autour du groupe Lagardère et de TPS Jeunesse. Avec l'arrivée de Nickelodeon en novembre 2005, tous les grands réseaux américains pour enfants sont désormais présents sur le marché français.

Selon certains observateurs, la fusion des bouquets TPS et CanalSatellite annoncée pour le second semestre 2006 pourrait entraîner la disparition de certaines chaînes jeunesse. Cette prédiction reste à vérifier. Le marché britannique compte ainsi une vingtaine de chaîne jeunesse avec un seul opérateur satellite.

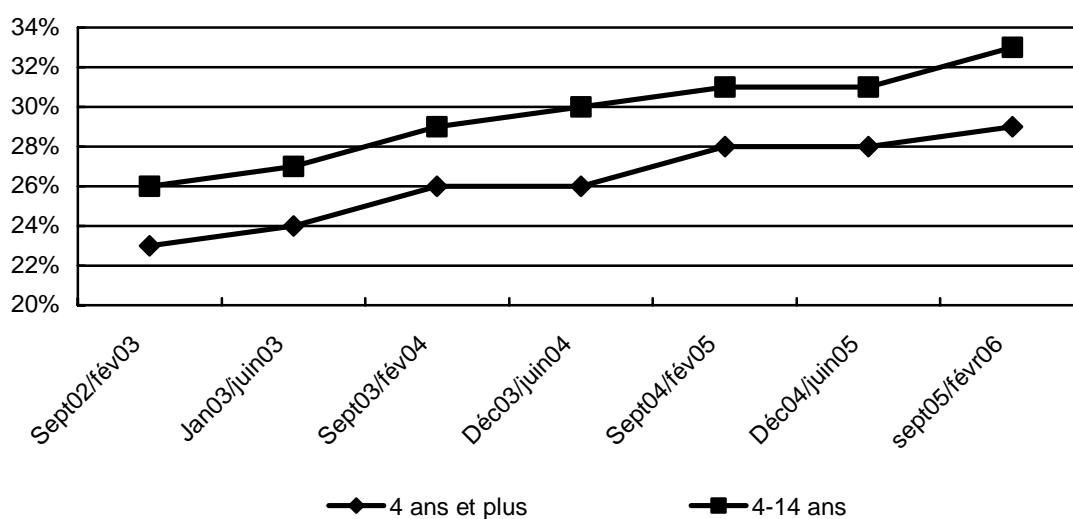
### b. L'initialisation de la cible enfant

Selon la 10<sup>ème</sup> vague du MédiaCabSat, 15,75 millions d'individus de 4 ans et plus sont abonnés au premier semestre 2005 à une offre élargie, dont 2,6 millions de 4-14 ans. 33 % des 4-14 ans équipés d'une télévision ont donc accès en France à une offre élargie, contre 29 % de l'ensemble des 4 ans et plus.

Avec moins d'un tiers des foyers équipés TV abonnés à une offre élargie de télévision, la France compte parmi les pays d'Europe les moins avancés en matière d'accès à la télévision multichaînes. Le développement de la télévision par ADSL et le lancement de la TNT en mars 2005 devrait corriger à terme cette particularité du paysage audiovisuel français.

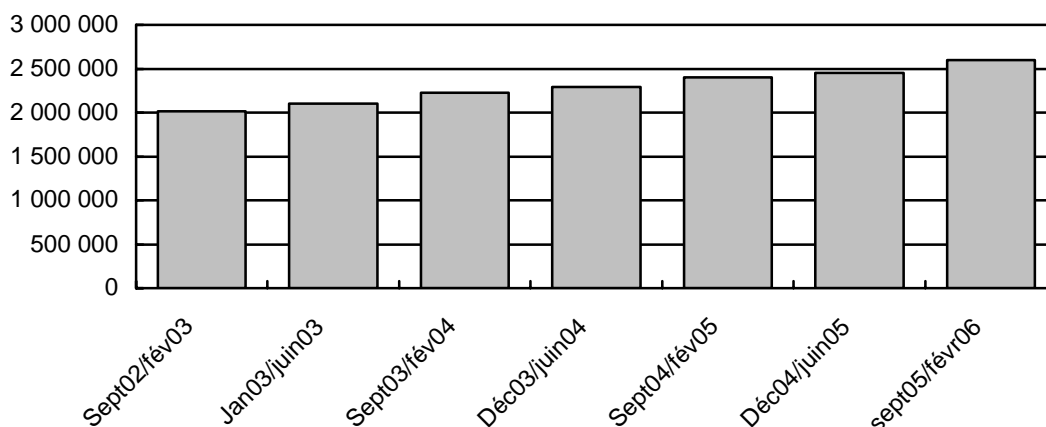
Sur la cible enfant, cette lente montée en puissance de l'initialisation des chaînes thématiques a permis jusqu'ici d'éviter une mise en cause très brutale de la position des chaînes hertziennes et donc de protéger le développement de l'industrie française d'animation.

#### Evolution de l'initialisation au câble et au satellite (%)



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

## Evolution du nombre de 4-14 ans recevant une offre élargie (individus)



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

### c. Les chaînes du câble et du satellite, un franc succès auprès des enfants

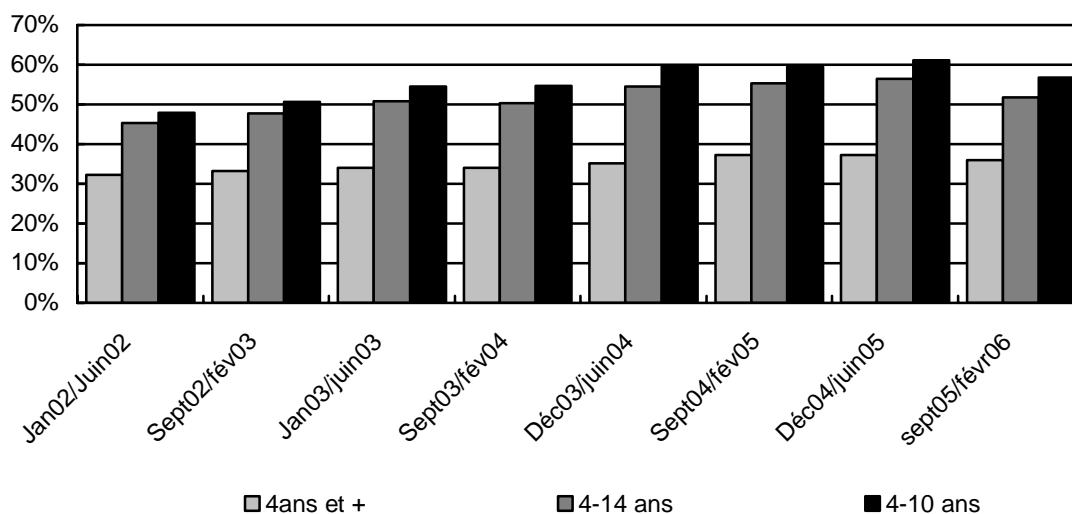
Au second semestre 2005, les chaînes thématiques captent 36 % de part d'audience sur les 4 ans et plus recevant une offre élargie (10<sup>ème</sup> vague MédiaCabSat de septembre 2005 à février 2006). Pour les 4-14 ans, la part d'audience des chaînes thématiques s'élève à 51,8 %. Elle atteint même 56,7 % sur les 4-10 ans.

En croissance régulière jusqu'à présent, les performances d'audience des chaînes du câble et du satellite ont néanmoins enregistré un recul marqué sur la dernière vague du MédiaCabSat (septembre 2005 – février 2006). Par rapport au premier semestre 2005, elles perdent 4,7 points sur les 4-14 ans et 4,5 points sur les 4-10 ans.

La part d'audience des chaînes thématiques jeunesse atteint 31,4 % sur les 4-14 ans abonnés et 39 % auprès des 4-10 ans selon la dernière vague du MédiaCabSat (septembre 2005 – février 2006). Par rapport au premier semestre 2005, elles perdent 4,5 points sur les 4-14 ans et 5,1 points sur les 4-10 ans.

En dépit de ce recul, ces résultats confirment l'appétit des enfants pour des chaînes dédiées. Il ne fait donc aucun doute que Gulli, chaîne jeunesse numérique gratuite des groupes Lagardère et France Télévisions, devrait rencontrer très rapidement un vif succès auprès des 67 % de 4-14 ans qui n'ont pas accès à une offre de complément. Les premières indications disponibles au printemps 2006 tendent à le confirmer. Ce succès annoncé va remettre brutalement en cause les positions des chaînes hertziennes mais aussi très certainement celles de certaines chaînes thématiques.

## Evolution de la part d'audience des chaînes thématiques auprès des enfants recevant une offre élargie (%)

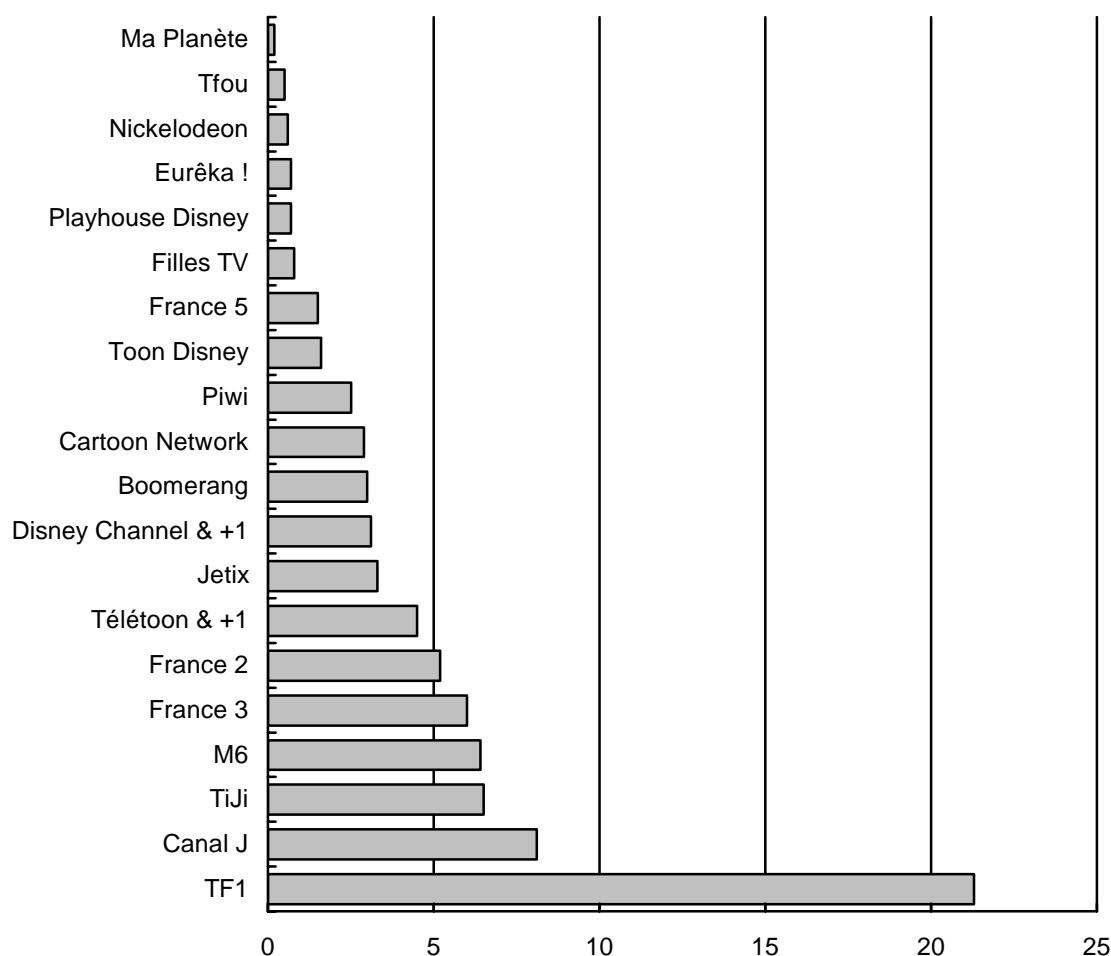


Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

### d. Les résultats des chaînes hertziennes sur les 4-10 ans recevant une offre élargie

Sur les 4-10 ans abonnés à une offre élargie, la dernière vague du MédiaCabSat (septembre 2005 - février 2006) place TF1 en tête avec 21,3 % de part d'audience devant les deux chaînes du groupe Lagardère (Canal J avec 8,1 % de part d'audience et TiJi avec 6,5 % de part d'audience). M6 se classe 4<sup>ème</sup> avec 6,4 % de part d'audience, devant France 3 (6 %) et France 2 (5,2 %). France 5 n'arrive qu'en 14<sup>ème</sup> position avec 1,5 % de part d'audience.

**Part d'audience des chaînes sur les 4-10 ans abonnés à une offre élargie sur la période septembre 2005-février 2006 (%)**



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

**e. L'initialisation des différentes chaînes jeunesse**

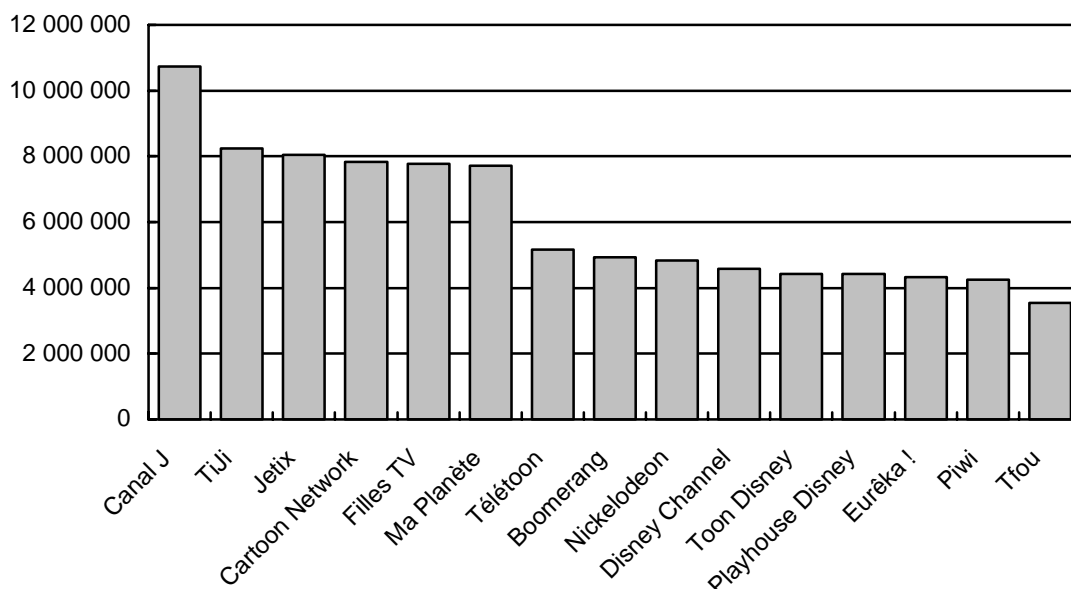
Avec un peu plus de 10,7 millions de 4 ans et plus initialisés, soit 68,2 % de la population abonnée à une offre élargie, Canal J est de très loin la chaîne jeunesse bénéficiant de la plus large exposition sur les bouquets satellite et réseaux câblés. Par ailleurs, Canal J a été sélectionnée par le CSA parmi les chaînes de la TNT payante. Derrière Canal J figurent cinq chaînes comptant 7,7 millions à 8,2 millions d'abonnés de 4 ans et plus : Tiji, Jetix, Cartoon Network, Filles TV, Ma Planète. Elles touchent environ 50 % de la population abonnée à une offre élargie.

Les autres chaînes comptent entre 4 millions et 5 millions d'abonnés de 4 ans et plus (soit environ 30 % de la population abonnée à une offre élargie). Dans ce groupe, figure notamment toutes les chaînes de TPS Jeunesse qui ne sont pas distribuées par CanalSat.

Les trois chaînes Disney, chaînes premium nécessitant un abonnement complémentaire, comptent 4,425 millions d'abonnés de 4 ans et plus. C'est une performance remarquable, soulignant la force de la marque Disney sur le marché français et auprès des parents.

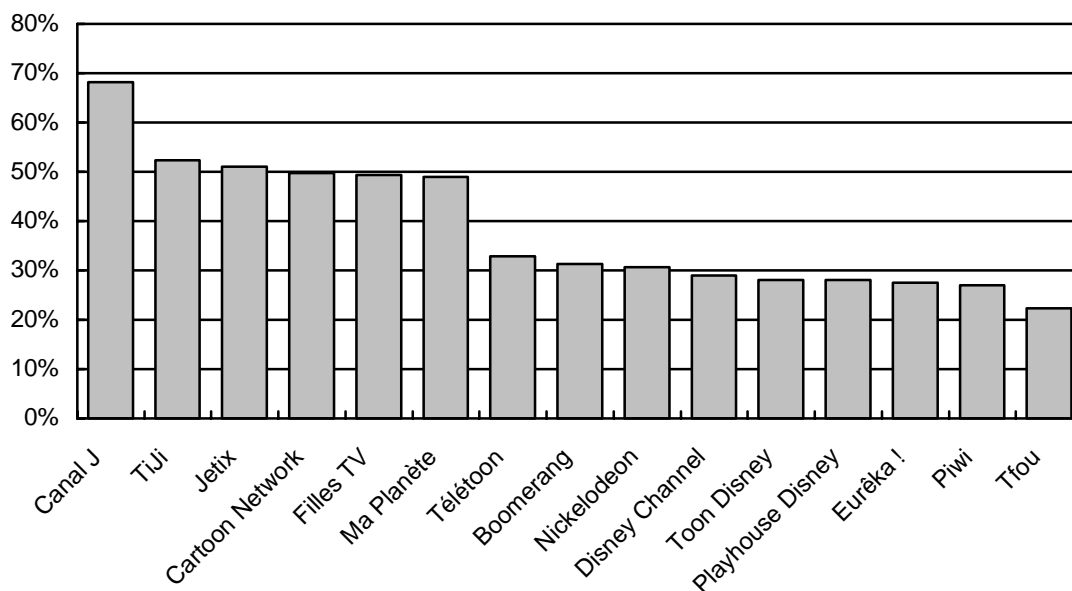
La fusion annoncée pour le second semestre 2006 entre TPS et CanalSat permettra d'augmenter les taux d'initialisation des chaînes jeunesse.

**Individus de 4 ans et plus recevant les chaînes jeunesse sur la période septembre 2005-février 2006 (millions)**



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

**Taux d'initialisation des différentes chaînes jeunesse sur les abonnés à une offre élargie sur la période septembre 2005-février 2006 (%)**



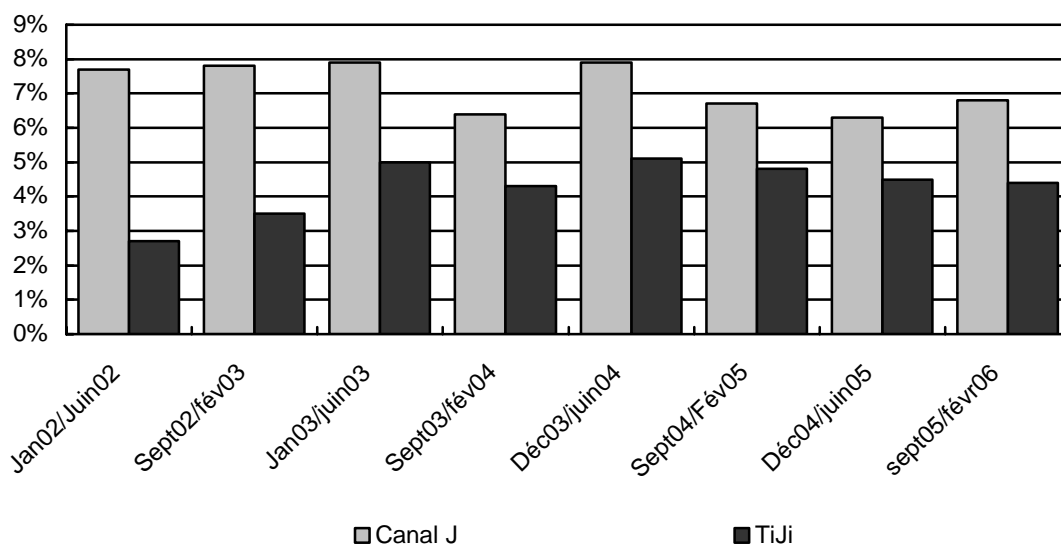
Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

#### f. L'évolution des rapports de force entre les différentes chaînes thématiques

Profitant de sa large exposition, Canal J reste un solide leader d'audience tant sur les 4-14 ans que sur les 4-10 ans. Dans un contexte de baisse généralisée d'audience des chaînes thématiques jeunesse sur la dernière vague du MédiaCabSat, elle a même réussi à renforcer ses positions. Avec 6,8 % de part d'audience sur les 4-14 ans et 8,1 % sur les 4-10 ans, elle gagne respectivement 0,5 et 0,4 point. Avec TiJi, elle a su organisée sa propre concurrence sur les plus jeunes. Les deux prochaines années sont capitales pour Canal J avec son introduction parmi les chaînes émises en numérique hertzien payant parallèlement à l'arrivée de la chaîne américaine Nickelodeon sur le câble et satellite et de celle de Gulli sur la télévision numérique terrestre gratuite.

TiJi, autre chaîne du groupe Lagardère, est un incontestable succès, démontrant la capacité du groupe à innover. Destinée aux plus jeunes avec une programmation essentiellement composée d'animation, TiJi est numéro deux du marché sur les 4-10 ans et sur les 4-14 ans. Avec Filles TV, le groupe Lagardère tente un autre pari, celui de séduire les adolescentes. Filles TV fait le lien entre les chaînes enfants et les chaînes musique du groupe.

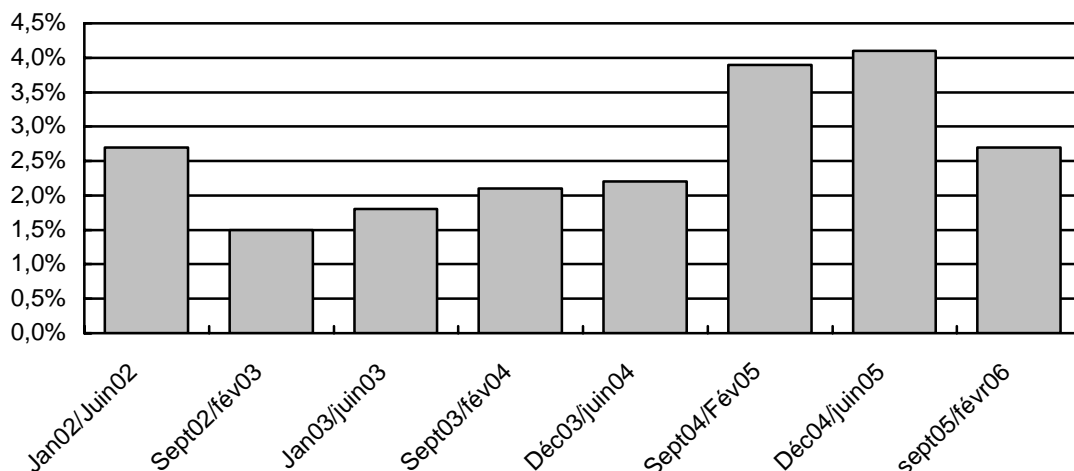
#### Evolution des parts d'audience de Canal J et TiJi sur les 4-10 ans



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

Suite au rachat de Fox Kids Europe par le groupe Disney, les chaînes Fox Kids ont été rebaptisées Jetix. Repositionnée sur l'action-aventure, visant plus spécifiquement les garçons, Jetix doit faire face à des retournements parfois brutaux de ses résultats d'audience. Ces derniers avaient chuté sur la période septembre 2002 / février 2003 avant de remonter ensuite progressivement. Selon la dernière vague du MédiaCabSat, son audience baisse de nouveau lourdement. Elle perd 1,4 point sur les 4-14 ans à 2,7 % de part d'audience et 2,1 points sur les 4-10 ans à 3,3 % de part d'audience. La chaîne est numéro 5 sur les 4-14 ans et 4<sup>ème</sup> sur les 4-10 ans.

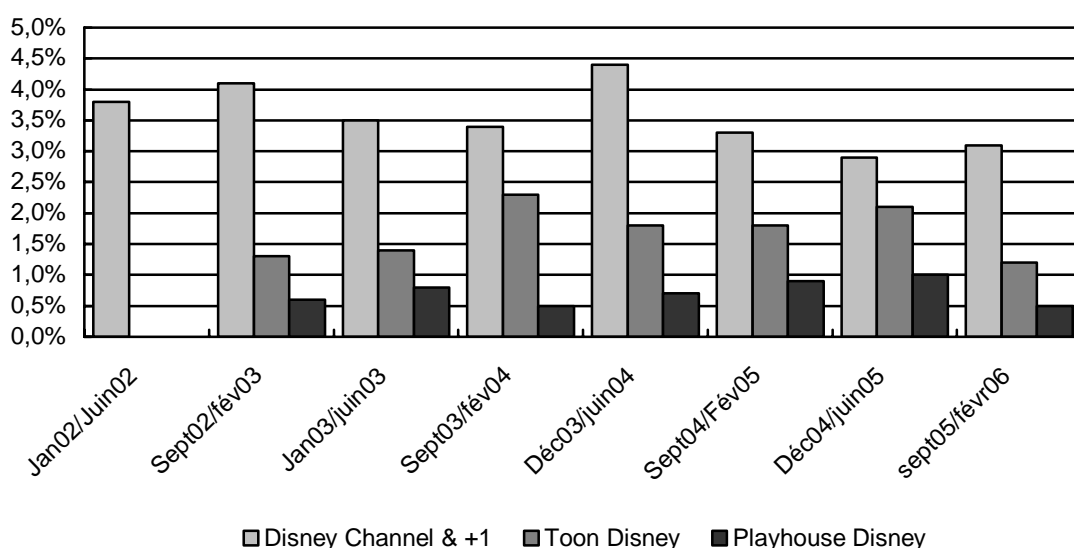
### Evolution des parts d'audience de Jetix sur les 4-10 ans



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

Disney Channel se veut une chaîne généraliste familiale tandis que Toon Disney et Playhouse Disney visent plus spécifiquement les enfants avec une programmation essentiellement composée d'animation. Avec son multiplexage (Disney Channel + 1), Disney Channel est numéro trois du marché sur les 4-14 ans mais seulement 5<sup>ème</sup> sur les 4-10 ans. Par rapport à leur base d'initialisation, les chaînes du groupe Disney réalisent des performances remarquables mais le renforcement de la concurrence se fait de plus en plus sentir sur les performances. Playhouse Disney enregistre ainsi un décrochage violent selon la dernière vague du MédiaCabSat à 0,9 % de part d'audience sur les 4-10 ans (-0,9 point) alors que la chaîne était en progression constante depuis septembre 2003.

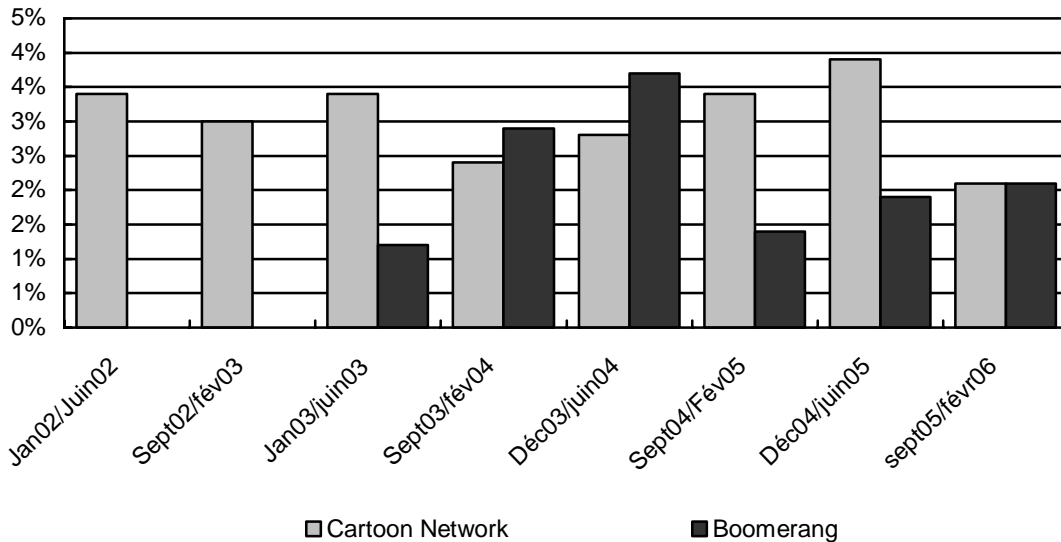
### Evolution des parts d'audience des chaînes Disney sur les 4-10 ans



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

Les chaînes du groupe Warner connaissent des évolutions d'audience très contrastées. Après un recul au cours de la saison 2003/2004, Cartoon Network avait redressé la barre avant de s'effondrer à nouveau à l'occasion de la dernière vague du MédiaCabSat (Septembre 2005 – Février 2006). Elle perd 1,8 point sur les 4-14 ans à 2,1 % de part d'audience et 2,8 points sur les 4-10 ans à 2,9 % de part d'audience. Elle est désormais rattrapée par Boomerang qui progresse de nouveau sur la dernière vague après une très mauvaise saison 2004/2005.

### Evolution des parts d'audience de Cartoon Network et Boomerang sur les 4-10 ans

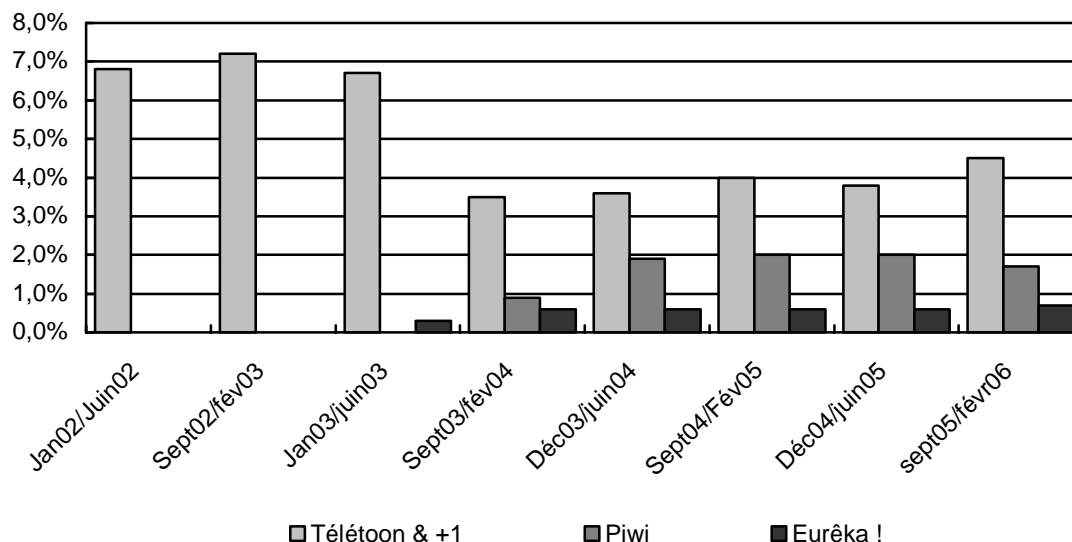


Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

Challenger de Canal J à son lancement, Télétoon a été fragilisée ces dernières années par la multiplication de la concurrence et notamment par l'arrivée de chaînes concurrentes sur TPS (Boomerang mais aussi Piwi et Eurêka). Les résultats de la dernière vague du MédiaCabSat confirment le redressement de Télétoon avec 3,5 % de part d'audience sur les 4-14 ans et 4,5 % sur les 4-10 ans (avec Télétoon +1). Dans un contexte de baisse généralisée, la chaîne et sa déclinaison gagnent 0,4 point sur les 4-14 ans et 0,7 point sur les 4-10 ans. Télétoon est numéro 3 du marché sur les 4-10 ans et numéro 4 sur les 4-14 ans avec une base d'initialisation deux fois plus réduite que ses concurrentes du groupe Lagardère. Avec Piwi, le groupe tient lui aussi un vrai succès sur les plus petits, même si la chaîne semble plafonner sur les deux dernières vagues du MédiaCabSat.

Lancée en novembre 2005, Nickelodeon a enregistré une part d'audience de 0,5 % sur les 4-14 ans et 0,6 % sur les 4-10 ans selon la dernière vague du MédiaCabSat. Elle devrait rapidement s'affirmer dans le paysage français de la diffusion jeunesse.

### Evolution des parts d'audience de Télétoon, Piwi et Eurêka sur les 4-10 ans



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

### g. Un match franco-américain

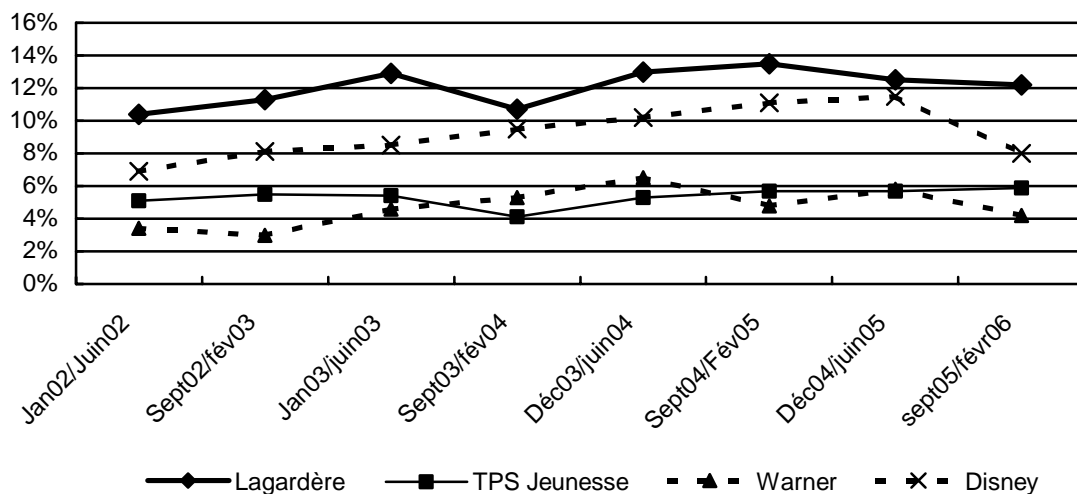
Les deux groupes français (Lagardère et TPS Jeunesse) sont confrontés à la concurrence de trois groupes américains (Disney, Warner et Viacom) qui ont développé depuis le milieu des années quatre-vingt-dix leurs chaînes enfants à l'échelle mondiale en s'appuyant sur des catalogues imposants aux marques reconnues. Néanmoins, les résultats de la dernière vague du MédiaCabSat (Septembre 2005 / Février 2006) font apparaître un recul très sensible des groupes américains.

Le groupe Lagardère en profite pour réaffirmer son leadership sur la cible enfant avec 12,2 % de part d'audience sur les 4-14 ans et 15,4 % sur les 4-10 ans, les hausses de Canal J et TiJi compensant le retrait de Filles TV.

Le groupe Disney, qui montait inexorablement en puissance d'une vague à l'autre, décroche brutalement. Il réalise 8 % de part d'audience sur les 4-14 ans (-3,5 points) et 8,7 % sur les 4-10 ans (-3,7 points).

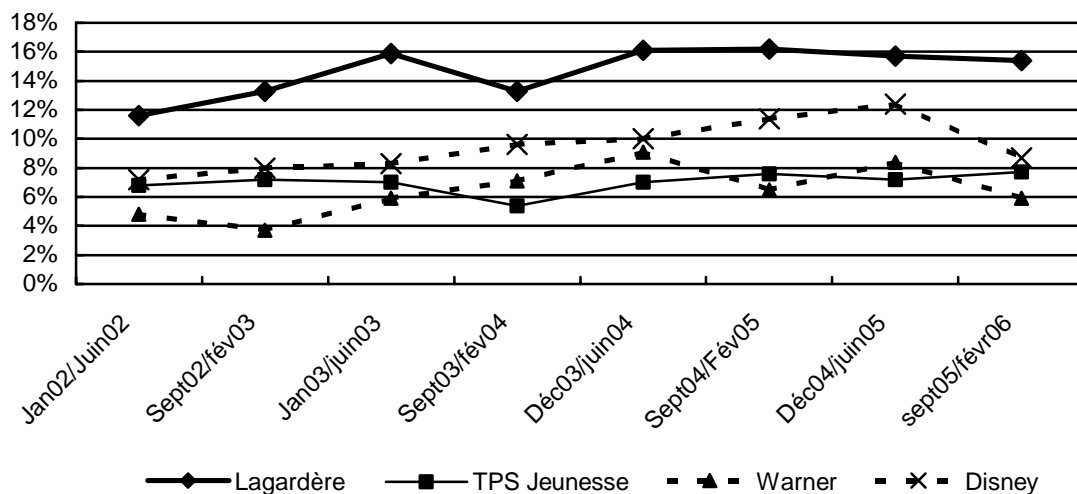
Warner est fortement pénalisé par le recul marqué de cartoon Network, tandis que Boomerang opère un timide redressement après une très mauvaise saison 2004/2005. Warner perd ainsi 1,6 point sur les 4-14 ans à 4,2 % de part d'audience et 2,5 points sur les 4-10 ans à 5,9 % de part d'audience.

### Evolution de la part d'audience sur les 4-14 ans des différents groupes (%)



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

### Evolution de la part d'audience sur les 4-10 ans des différents groupes (%)



Source : MédiaCabSat - Médiamétrie

TPS Jeunesse progresse de 0,2 point sur les 4-14 ans (5,9 % de part d'audience) et de 0,5 point sur les 4-10 ans (7,7 % de part d'audience), ce qui lui permet de devancer Warner et de se rapprocher de Disney.

#### h. Un nouveau venu : Gulli

Médiamétrie a rendu public les premiers résultats d'audience de la TNT gratuite pour le premier trimestre 2006. Ils permettent de vérifier l'excellent démarrage de Gulli, la chaîne jeunesse des groupes Lagardère et France Télévisions.

Les résultats portent sur les foyers équipés d'un adaptateur TNT, soit 3,3 millions de personnes âgés de 4 ans et plus et 1,5 millions de foyers (6,1 % des foyers français équipés d'une télévision). Ces chaînes peuvent également être reçues par le câble et le satellite. Leur audience via le câble et le satellite n'est pas prise en compte dans ces résultats.

De janvier à avril 2006, les individus vivant dans un foyer équipé d'un adaptateur TNT ont enregistré une consommation télévisuelle supérieure de 17 minutes à celles de la population française équipée d'une télévision (4h02 contre 3h45). La part d'audience des chaînes hertziennes analogiques est de 77 % auprès des individus équipés TNT, contre 87 % sur l'ensemble des équipés d'une télévision.

La part d'audience de Gulli est de 4,1 %. Elle se classe en deuxième position derrière TMC (4,3 %) et assez loin devant NT1 et W9 (3,1 % chacune). La chaîne jeunesse a obtenu sa meilleure part d'audience entre 10h00 et 11h00 avec 17 %.

Ce succès de Gulli est également celui de l'animation française puisque la chaîne doit, selon la Convention signée avec le CSA en juillet 2005, consacrer 42 % de son temps d'antenne à l'animation française.

#### **Audience des chaînes de la TNT sur les 4 ans et plus au 1<sup>er</sup> trimestre 2006**

	Part d'audience (%)	Meilleure part d'audience (%)	
BFM TV	0,5	9h00-10h00	1,7
Europe 2 TV	1,2	10h00-11h00	2,2
France 4	0,7	15h00-16h00 et 16h00-17h00	1,3
Gulli	4,1	10h00-11h00	17,0
i-Télé	0,5	9h00-10h00	4,9
NRJ 12	1,4	10h00-11h00	4,6
NT1	3,1	17h00-18h00	5,1
TMC	4,3	17h00-18h00	7,8
W9	3,1	18h00-19h00	5,0

Source : Médiamat - Médiamétrie

## VIII. Exportation de programmes d'animation français

### A. Les flux internationaux de la production audiovisuelle française

En 2004, la production audiovisuelle française a généré 244 M€ de flux internationaux, en recul de 0,7 % par rapport à l'année précédente. Si les investissements en coproduction reculent de 12,6 %, les préventes progressent de plus de 24,0 % à 41,1 M€ et les ventes de 3,7 % à 108,2 M€.

Les résultats enregistrés en préventes et ventes (+8,7 % par rapport à 2003) démontrent que le marché international retrouve peu à peu le chemin de la croissance après trois années de crise profonde, notamment dans le secteur de l'animation.

#### Evolution des flux internationaux de la production audiovisuelle française (M€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Ev 03/04
Ventes	114,0	129,3	126,7	106,1	104,3	108,2	+3,7%
Préventes	40,7	47,7	82,6	27,2	33,0	41,1	+24,5%
Total ventes + préventes	154,7	177,0	209,3	133,3	137,3	149,3	+8,7%
Coproductions	109,2	123,5	125,9	96,6	108,3	94,7	-12,6%
Total	263,9	300,5	335,2	229,9	245,6	244,0	-0,7%

Source : CNC / INA - TVFI

### B. Les résultats de l'animation française

L'animation reste le genre majeur des exportations audiovisuelles françaises alors qu'elle représente annuellement moins de 10 % du volume horaire d'œuvre audiovisuelles produites dans l'hexagone.

En 2004, les préventes progressent de près de 22 % à 22,8 M€ tandis que les ventes progressent de 3,4 % à 39,5 M€. Au total, l'animation française a généré en 2004 à l'exportation (préventes + ventes) 62,3 M€, soit le deuxième résultat de son histoire après 2001, qui reste à plus d'un titre une année exceptionnelle. Ce chiffre tend à démontrer que la crise traversée par le marché international de l'animation semble terminée.

#### Evolution des flux internationaux de la production française d'animation (M€)

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Ev 03/04
Ventes	32,5	44,8	56,4	45,0	38,2	39,5	+3,4%
Préventes	23,0	16,4	52,5	8,3	18,7	22,8	+21,9%
Coproductions	79,0	63,7	60,1	41,7	37,8	47,1	+24,6%
Total	134,5	124,9	169,0	95,0	94,7	109,4	+15,5%

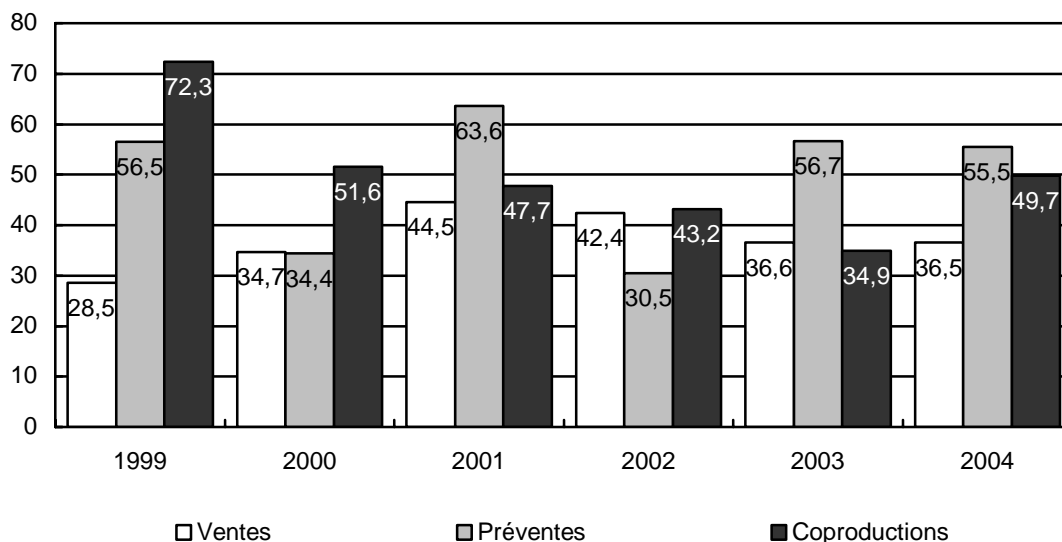
Source : CNC / INA - TVFI

Après plusieurs années de baisse continue, les apports en coproduction augmentent de 24,6 % à 47,1 M€. Cette remontée est certainement conjoncturelle. Les autres indicateurs tendent à démontrer que la baisse devrait se poursuivre. Par ailleurs, il convient de souligner que ces apports en coproduction se font désormais très majoritairement sur des œuvres d'initiative française, alors qu'à la fin de la décennie précédente, la production française était composée d'une part très importante de coproductions d'initiative étrangère. Cette évolution structurelle devrait à terme être positive pour les exportations puisque les producteurs conservent ainsi une part plus importante des droits de l'œuvre et davantage de territoires de ventes.

En 2004, l'animation a représenté 55 % des préventes et 37 % des ventes de la production audiovisuelle française. Cette part a culminé à 45 % en 2001 avant de diminuer progressivement,

notamment au profit du documentaire. Par contre, celle dans les préventes reste stable. A noter également que l'animation capte à elle seule 50 % des apports en coproduction.

### Evolution du poids de l'animation française dans les flux internationaux de la production française (%)



Source : CNC / INA – TVFI

### C. Répartition géographique des préventes de la production française d'animation

En 2004, la production française aidée par le COSIP a généré 22,8 M€ de préventes à l'étranger. L'Europe de l'Ouest constitue la principale zone de préventes avec l'Amérique du Nord.

En 2004, l'Allemagne est le premier partenaire des producteurs français avec près de 5,6 M€ investis, soit 24 % du total. Les apports des diffuseurs allemands progressent de 25 % par rapport à 2003. Ils investissent désormais directement dans la production française par le biais de préventes ou de ventes. Auparavant les producteurs français devaient passer par des accords de coproduction avec leurs partenaires allemands.

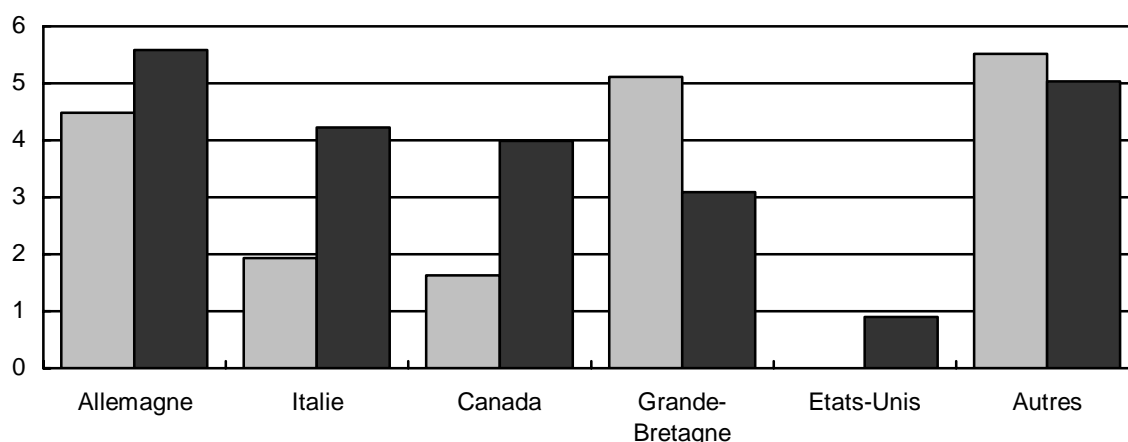
L'Italie, avec 19 % du total des préventes, investit 4,2 M€ en préventes dans l'animation française. Les apports des diffuseurs italiens progressent de 119 % par rapport à l'année précédente.

Même si le Canada reste un partenaire privilégié de coproduction pour l'animation française en raison notamment d'une forte tradition de collaboration et de l'attractivité du système de soutien canadien, les préventes se multiplient. Comme pour le marché allemand, il n'est plus indispensable de passer par un producteur ou un distributeur canadien pour prélever aux diffuseurs de ce pays. Le montant des préventes atteint près de 4 M€ en 2004, en progression de 145 % par rapport à l'année précédente.

En revanche, la Grande-Bretagne recule fortement avec 3,1 M€ de préventes en 2004 contre 5,1 M€ l'année précédente. Avec 14 %, elle n'est plus que le 4<sup>ème</sup> partenaire des producteurs français en préventes.

A noter que l'animation française a prélevé en 2004 pour près de 1 M€ aux Etats-Unis.

### Ventilation géographique des préventes de l'animation française pour la production 2003 et 2004 (M€)



Source : CNC / INA – TVFI

### D. Répartition géographique des ventes d'animation française

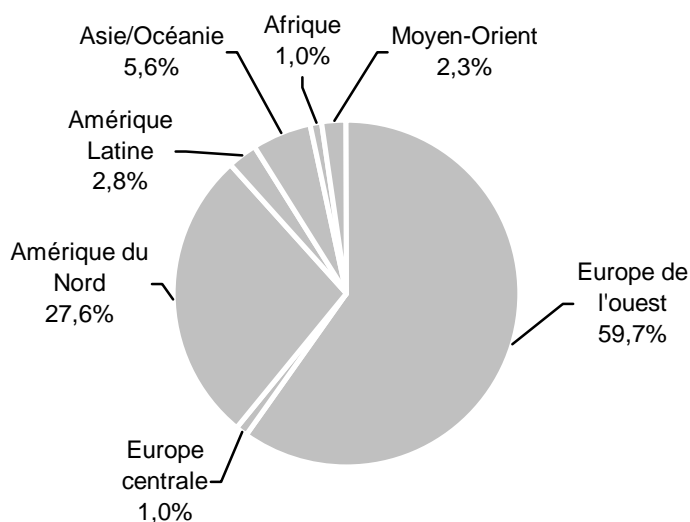
Avec près de 60 % (23,6 M€), l'Europe de l'Ouest est la majeure partie des ventes de programmes français d'animation. L'Amérique du Nord est la deuxième zone d'achat des programmes français d'animation avec 27,7 % soit près de 11 M€. Les ventes y enregistrent une forte croissance (+51,4 % en 2004 par rapport à 2003), notamment aux Etats-Unis (3,4 M€ en 2004 contre 2,2 M€ en 2003). La place des autres continents est plus réduite. L'Asie ne représente que 5,6 % des exportations françaises d'animation avec un peu plus de 2 M€ et l'Amérique latine 2,8 %. La faible part du marché asiatique est sans aucun doute liée aux accords de coproduction passée avec les studios de fabrication asiatiques qui conservent les droits de distribution des œuvres dans leur sphère d'influence.

### Répartition des exportations de la production française d'animation par zone géographique (M€)

	Animation					Production audiovisuelle française 2004
	2000	2001	2002	2003	2004	
Europe de l'ouest	35,6	43,2	35,1	22,4	23,6	65,9
Europe centrale	0,9	0,6	0,6	1,3	0,4	8,6
Amérique du Nord	2,6	6,7	3,2	7,2	10,9	16,9
Amérique Latine	2,5	2,0	0,9	1,9	1,1	2,0
Asie/Océanie	2,1	2,4	3,1	3,7	2,2	8,1
Afrique	0,4	0,3	0,5	0,6	0,4	3,2
Moyen-Orient	0,7	1,2	1,6	1,1	0,9	3,5
<b>Total</b>	<b>44,8</b>	<b>56,4</b>	<b>45,0</b>	<b>38,2</b>	<b>39,5</b>	<b>108,2</b>

Source : CNC / INA - TVFI

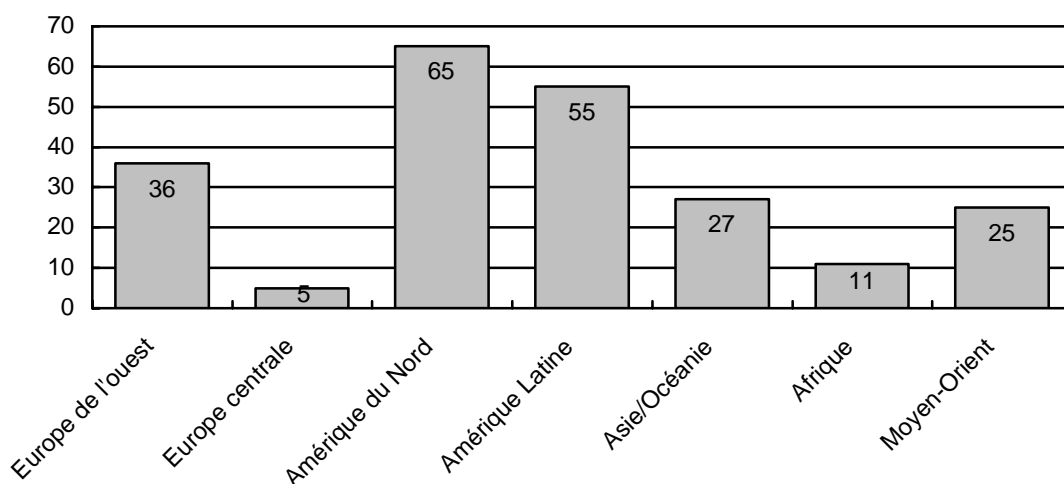
## Exportations des programmes français d'animation en 2004 selon la zone géographique



Source : CNC / INA – TVFI

L'animation française représente près de 65 % des exportations audiovisuelles françaises en Amérique du Nord et 36 % des ventes effectuées en Europe de l'Ouest.

## Part de l'animation dans les exportations audiovisuelles françaises selon la zone géographique en 2004 (%)



Source : CNC / INA – TVFI

## E. L'aide à la promotion et à la vente à l'étranger du CNC

Depuis 1995, le CNC a mis en place une aide sélective à la promotion et à la vente à l'étranger des programmes audiovisuels français. A compter de 2005, le dispositif a été ouvert aux filiales de distribution des diffuseurs. Des aménagements ont été apportés au dispositif à la suite du rapport d'Eric Moniot sur « Les exportations de programmes audiovisuels français, diagnostics et propositions » de juillet 2005.

En 2005, 1 244 370 € ont été attribués à 327 programmes audiovisuels (1 093 530 € en 2004). Le soutien accordé aux œuvres d'animation se maintient à un très haut niveau avec 446 200 € en 2005. En 2005, l'animation a capté 36 % des aides accordées contre 49 % en 2004. Entre 2002 et 2005, le secteur de l'animation a reçu plus de 1,445 M€.

#### Aide à la promotion et à la vente à l'étranger

	2002	2003	2004	2005
Animation	276 100 €	185 050 €	538 350 €	446 200 €
Documentaire	565 800 €	488 900 €	438 170 €	566 530 €
Fiction	133 600 €	90 800 €	96 360 €	185 760 €
Autres	79 400 €	5 300 €	20 650 €	45 880 €
<b>Total</b>	<b>1 054 900 €</b>	<b>770 050 €</b>	<b>1 093 530 €</b>	<b>1 244 370 €</b>

	2002	2003	2004	2005
Animation	26%	24%	49%	36%
Documentaire	54%	63%	40%	46%
Fiction	13%	12%	9%	15%
Autres	7%	1%	2%	4%
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Source : CNC

En 2005, le soutien au doublage a représenté 78 % des aides apportées à l'animation (soit 349 300 € sur un total de 446 200 €).

#### Ventilation de l'aide à l'animation par postes en 2005

	€	%
Doublage	349 300	78
Publicité	76 250	17
Documents papier	13 150	3
Sous-titrage	0	0
Sous-titrage + voix off	0	0
Site Internet	0	0
Reformatage	0	0
Bande démo	0	0
Transcodage	7 500	2
<b>Total des aides</b>	<b>446 200</b>	<b>100</b>

Source : CNC

## F. L'aide à la diffusion télévisuelle de MEDIA

Le soutien à la diffusion télévisuelle mis en place au sein du programme MEDIA encourage la circulation des programmes européens de télévision et contribue à leur promotion. Il vise les œuvres de fiction, de documentaire de création et d'animation produites par une société de production européenne indépendante.

L'œuvre doit réunir la participation financière d'au moins deux diffuseurs de deux pays de langue différente en préachat ou en coproduction. Les droits d'exploitation de l'œuvre cédés aux diffuseurs ne doivent pas excéder une durée de 7 ans en cas de préachat et de 10 ans en cas de coproduction. 50 % du financement doivent être confirmés. Pour l'animation, l'œuvre (unitaire ou série) doit avoir une durée supérieure ou égale à 25 minutes. Le soutien est une aide sélective non remboursable de 500 000 € maximum, plafonnée à 12,5 % du budget de production pour l'animation.

## MEDIA PLUS - Aide à la diffusion télévisuelle

	2001	2002	2003	2004	2005
Projets français d'animation aidés	2	7	4	4	3
Aides projets français d'animation	460 000 €	3 140 000 €	1 700 000 €	1 900 000 €	1 045 000 €
Aides ensemble projets français	1 518 000 €	6 399 000 €	4 067 000 €	5 279 000 €	3 289 000 €
Ratio aides projets français d'animation / projets français	30%	49%	42%	36%	32%
Aides ensemble projets européens d'animation	1 597 427 €	5 616 000 €	3 669 000 €	3 763 000 €	4 320 000 €
Ratio aides projets français d'animation / projets européens d'animation	29%	56%	46%	50%	24%
Aides ensemble projets européens	4 918 427 €	16 979 000 €	13 359 000 €	14 755 000 €	11 764 000 €
Ratio aides projets français d'animation / projets européens	9%	18%	13%	13%	9%

Source : Media Desk France

Même si les aides accordées de 2005 sont en retrait par rapport à celles des années précédentes, les producteurs français d'animation obtiennent un soutien conséquent de ce guichet avec 20 projets aidés depuis 2001 pour un total de 8,245 M€. Les projets d'animation français représentent entre un tiers et la moitié des soutiens accordés aux œuvres françaises tous genres confondus. Ils représentent également entre un quart et la moitié des soutiens accordés à l'ensemble des œuvres européennes d'animation.

## IX. L'animation dans les salles de cinéma

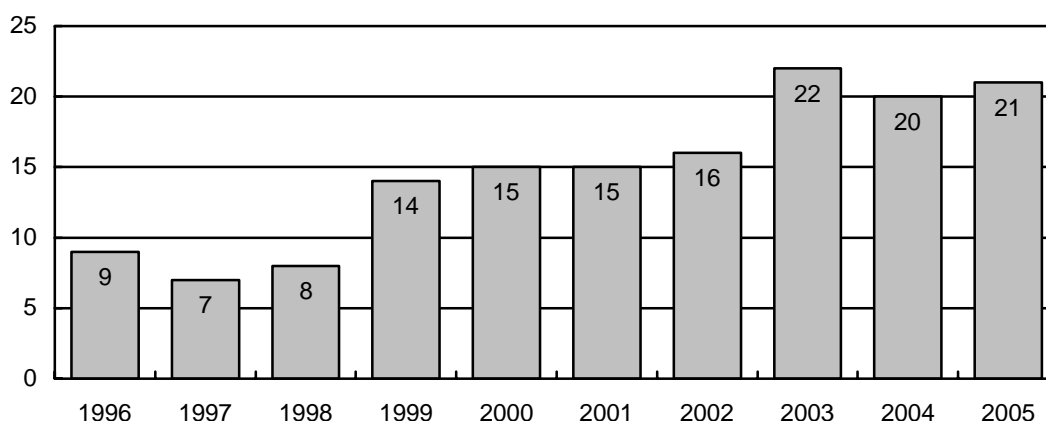
### A. Les sorties de films d'animation

Aujourd'hui, plus de vingt films d'animation inédits sortent chaque année sur les écrans français, contre moins d'une dizaine à la fin des années quatre-vingt-dix. Le nombre de films d'animation proposé au public a donc plus que doublé sur les dix dernières années.

Le nombre de sorties a enregistré une première accélération en 1999 avec la multiplication des films américains et une seconde en 2003 avec l'arrivée d'une production européenne dont française plus importante.

Les premiers indicateurs disponibles pour l'année 2006 tendent à confirmer une stabilisation de l'offre autour d'une vingtaine de films par an. Compte tenu des objectifs de production affichés par les différents acteurs internationaux du marché, on devrait assister à une nouvelle progression de l'offre dans les années à venir.

#### Sorties salles des films d'animation



Source : SPFA d'après données CNC

### B. La nationalité des films d'animation

Sur la période 1996/2005, les films d'animation américains représentent 44 % du nombre de sorties contre 21 % pour le Japon, 19 % pour la France et 11 % pour le reste de l'Europe. Le nombre de sorties américaines varie de six à dix films par an depuis 1998. Le niveau des prochaines années devrait se maintenir autour de 8 à 10 films américains par an. L'année 2003 a été faste pour le cinéma d'animation français avec 8 sorties. L'année 2006 devrait également être un bon millésime avant une année 2007 moins riche. L'Europe commence également à monter en puissance avec 6 sorties en 2005. Le Japon devrait se stabiliser autour de quatre sorties par an. A noter récemment, l'arrivée sur le marché français d'un certain nombre de films sud-coréens.

### Répartition du nombre films d'animation sortis en salles selon la nationalité

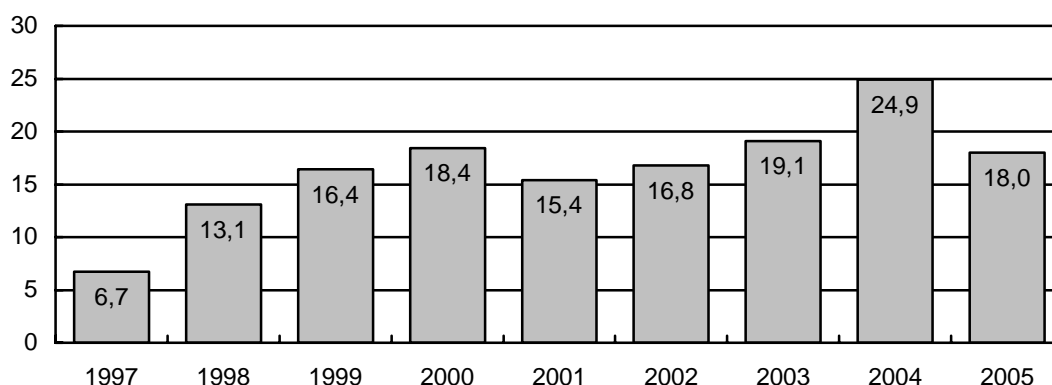
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etats-Unis	4	5	6	7	7	6	10	6	6	8
Japon	3	1	0	3	4	4	2	4	6	4
France	1	0	2	3	2	2	3	8	4	3
Europe	0	1	0	1	1	3	0	2	2	6
Autres	1	0	0	0	1	0	1	2	2	0
<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>22</b>	<b>20</b>	<b>21</b>

Source : SPFA d'après données CNC

### C. Les entrées réalisées par les films d'animation

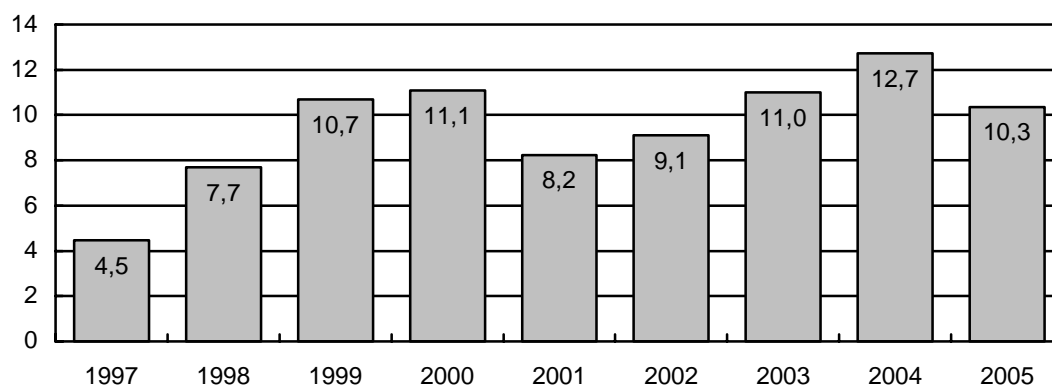
Le nombre d'entrées réalisées par les films d'animation est passé de 6,7 millions en 1997 à 18 millions en 2005, soit une hausse de 169 %. Le plus haut niveau a été atteint en 2004 avec près de 25 millions d'entrées pour les films d'animation. Le marché avait notamment été porté par les succès de *Shrek 2* et *les Indestructibles*. En raison d'une offre américaine moins forte que les années précédentes (pas de film Pixar notamment), l'année 2005 enregistre un recul de 24 % par rapport à 2004. Au regard du planning des sorties, 2006 devrait enregistrer au minimum 20 millions d'entrées et peut-être dépasser le record de 2004.

#### Nombre d'entrées en salles des films d'animation (millions)



Source : SPFA d'après données CNC

#### Part des films d'animation dans les entrées salles France (%)



Source : SPFA d'après données CNC

En 2005, la part de marché des films d'animation dans les salles françaises était de 10,3 % après un record de 12,7 % l'année précédente. Elle semble durablement installée au-dessus des 10 %.

## D. Les entrées selon la nationalité des films

Le marché reste dominé par les films américains. Sur la période 2000/2005, ils représentent 75 % des entrées des films d'animation devant le Japon (9 %), la France (8 %) et le reste de l'Europe (8 %).

En valeur absolue, les films américains ont réalisé leur meilleur score en 2004 avec 22 millions d'entrées soit 89 % du total. Avec 8,5 millions d'entrées, ils enregistrent en 2005 leur plus faible score depuis 1997. Le recul marqué du marché de l'animation l'année dernière est donc principalement le fait de l'absence de forts succès américains.

En dépit d'un nombre de sorties restreintes (3), l'animation française enregistre en 2005 son meilleur score sur la période observée avec 2,67 millions d'entrées (soit 15 % de part de marché) grâce essentiellement à *Pollux, le manège enchanté* et *Kirikou et les bêtes sauvages*. Un certain nombre d'entrées complémentaires sont générées par des films sortis dans les années antérieures et toujours exploités. En 2003, l'animation française avait enregistré 2,56 millions d'entrées avec huit sorties. Ce record devrait être battu en 2006 grâce à une offre riche, diversifiée et de qualité.

En 2005, les films d'animation européens enregistrent un excellent résultat avec 5 millions d'entrées (soit 28 % de part de marché). Comme en 2000/2001 avec *Chicken Run*, Aardman réalise une très belle performance avec *Wallace et Gromit : le mystère du lapin-garou*. A noter également les bons résultats de *Vaillant pigeon de combat* et des *Noces Funèbres* de Tim Burton.

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

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etats-Unis	6 424,6	12 642,1	14 435,8	12 608,0	12 278,7	14 235,5	14 663,2	22 033,5	8 515,2
Japon	130,5	5 739,0	201,7	3 487,3	664,3	1 604,2	1 683,7	1 063,7	1 749,8
France	49,2	303,9	1 648,7	702,8	449,0	777,5	2 559,3	1 511,8	2 673,3
Europe	45,9	93,6	81,8	1 596,4	1 959,3	142,1	155,7	172,6	5 010,0
Autres	1,7	1,2	0,2	4,2	0,3	23,7	66,0	104,4	22,5
Total	<b>6 651,9</b>	<b>13 046,5</b>	<b>16 368,1</b>	<b>18 398,8</b>	<b>15 351,6</b>	<b>16 783,0</b>	<b>19 127,9</b>	<b>24 885,9</b>	<b>17 970,8</b>

Source : SPFA d'après données CNC

### Répartition des entrées des films d'animation selon la nationalité (%)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etats-Unis	97	97	88	69	80	85	77	89	47
Japon	2	0	1	19	4	10	9	4	10
France	1	2	10	4	3	5	13	6	15
Europe	1	1	0	9	13	1	1	1	28
Autres	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

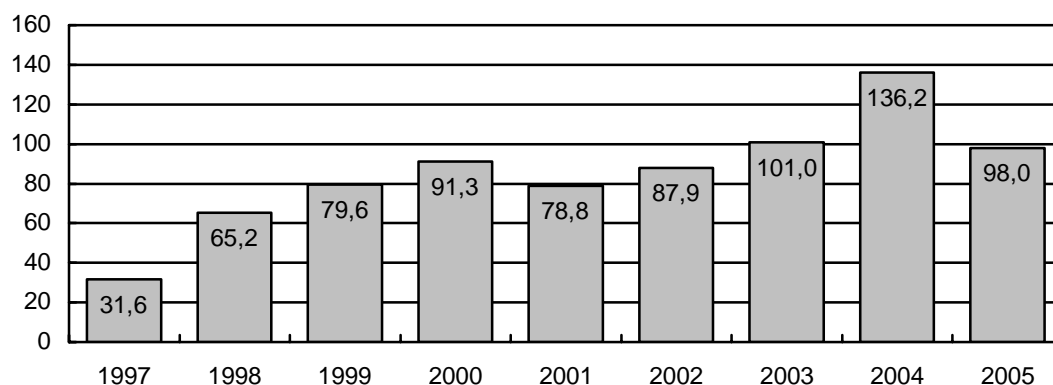
Source : SPFA d'après données CNC

## E. Les recettes des films d'animation

Le seuil des 100 M€ de recettes a été dépassé par les films d'animation pour la première fois en 2003. Le record de recettes pour les films d'animation a été enregistré en 2004 avec 136,2 M€. L'année 2005 enregistre un recul de 28 % par rapport à l'année précédente avec 98 M€ de recettes. De 1997 à 2005, la recette salles des films d'animation est en progression de 210 %.

Compte tenu d'une recette par entrée minorée par le poids des entrées pour les enfants, la part des films d'animation dans la recette salles France est inférieure à celle qu'ils représentent dans les entrées. Elle est de 12,0 % en 2004 et de 9,6 % en 2005.

## Evolution des recettes enregistrées par les films d'animation (M€)



Source : SPFA d'après données CNC

## F. La recette des films d'animation selon la nationalité

Sur la période 2000 à 2005, les films américains représentent 77 % de la recette réalisée en salles par les films d'animation, devant les films japonais (9 %), les films européens (8 %) et les films français (6 %). L'année 2004 a été particulièrement faste pour l'animation américaine avec 124 M€ soit 91 % de la recette totale. En revanche, les films américains enregistrent moins de 50 % des recettes totales de l'animation en salles en 2005 avec 47,5 M€.

L'animation française réalise parallèlement son meilleur score en 2005 avec plus de 13 M€ de recettes. Les films européens captent 29 % de la recette avec plus de 29 M€.

### Recettes des films d'animation selon la nationalité (K€)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etats-Unis	30 686,5	63 914,6	72 772,7	64 143,2	64 833,8	75 706,5	81 176,2	124 042,9	47 453,4
Japon	628,7	21,4	511,3	17 025,2	3 172,9	8 260,0	8 189,2	5 338,9	9 042,7
France	121,0	993,6	5 960,8	2 197,9	1 595,0	3 448,9	10 755,4	5 775,1	13 198,1
Europe	149,3	275,1	333,4	7 895,5	9 197,6	414,4	586,6	613,9	28 244,3
Autres	4,4	1,9	0,3	20,9	0,5	89,7	266,9	435,5	68,5
<b>Total</b>	<b>31 589,9</b>	<b>65 206,7</b>	<b>79 578,4</b>	<b>91 282,6</b>	<b>78 799,8</b>	<b>87 919,5</b>	<b>100 974,3</b>	<b>136 206,4</b>	<b>98 007,0</b>

Source : SPFA d'après données CNC

### Répartition de la recette des films d'animation selon la nationalité (%)

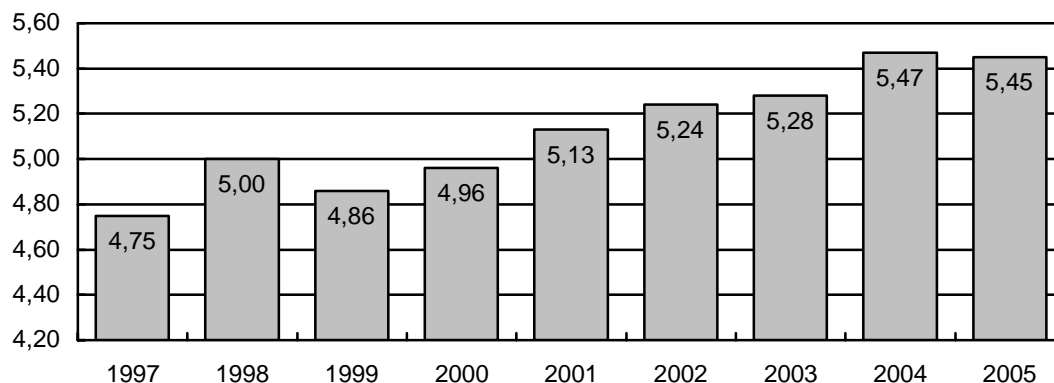
	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Etats-Unis	97	98	91	70	82	86	80	91	48
Japon	2	0	1	19	4	9	8	4	9
France	0	2	7	2	2	4	11	4	13
Europe	0	0	0	9	12	0	1	0	29
Autres	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

## G. Evolution de la recette moyenne par entrée

La recette moyenne par entrée des films d'animation passe de 4,75 € en 1997 à 5,45 € en 2005. Elle progresse de 15 % sur la période observée.

De par la structure de son public, composée majoritairement d'enfants, la recette moyenne par entrée des films d'animation reste inférieure à celle enregistrée pour l'ensemble des films (5,88 € en 2005). Cet écart varie de 6 % à 10 % en fonction des années.

### Evolution de la recette moyenne par entrée des films d'animation (€)

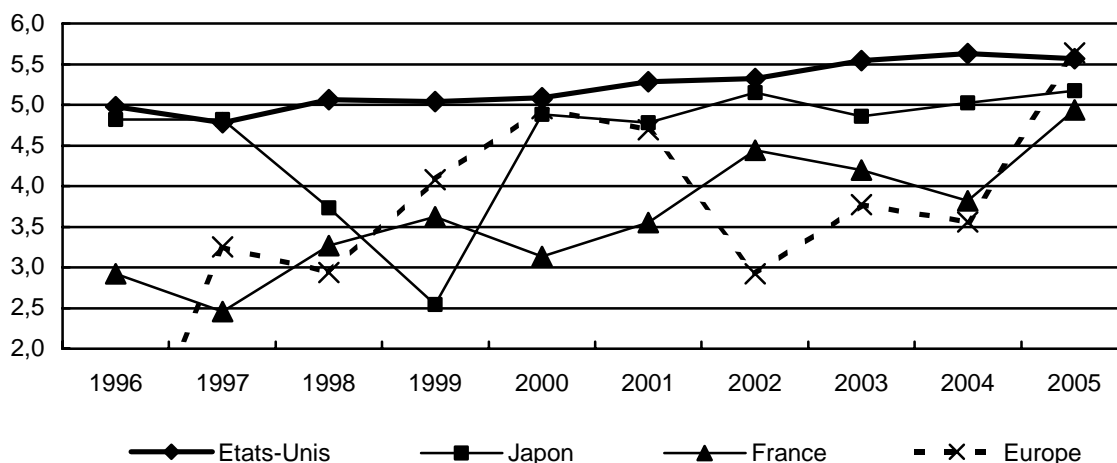


Source : SPFA

## H. La recette moyenne par entrée selon la nationalité des films

Sur la période 2000/2005, la recette moyenne par entrée des films américains est de 5,40 €. Elle enregistre une progression linéaire. Celle des films japonais est de 4,98 € et celle des films français de 4,01 €. Elle est donc inférieure de 26 % à celle des films américains. Sa progression est plus heurtée. En 2005, l'écart entre la recette des films d'animation américains et celle des films d'animation français s'établit à 11 %. La recette par entrée des films européens connaît elle aussi des évolutions contrastées. Sur la période 2000/2005, elle est de 4,25 € avec un pic à 5,64 € en 2005 avec le succès très large de *Wallace et Gromit : le mystère du lapin-garou*.

### Evolution de la recette par entrée des films d'animation selon la nationalité (€)



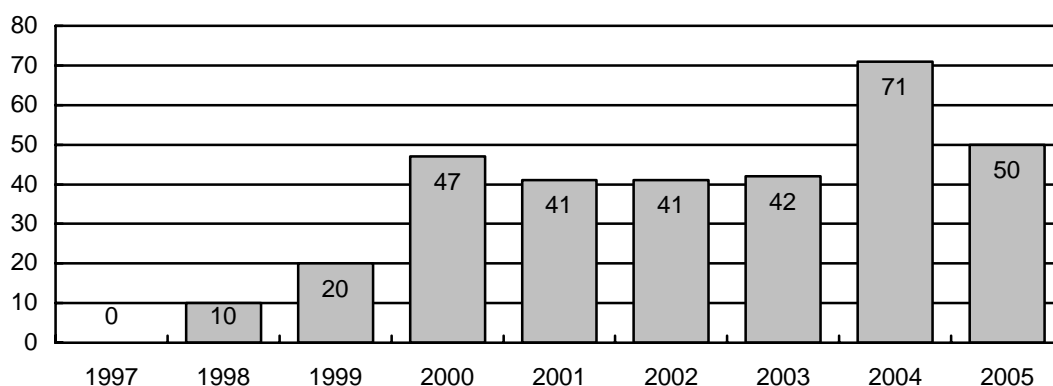
Source : SPFA d'après données CNC

## I. Les films en 3D

Le nombre de films en 3D sortant sur les écrans français augmente progressivement. Avant 2003, seuls un à deux films d'animation sortaient chaque année. En 2004, sont sortis quatre longs métrages en 3D puis six en 2005. Ce mouvement va s'amplifier dans les années à venir. D'ici deux à trois ans, sortiront chaque année environ dix films en 3D.

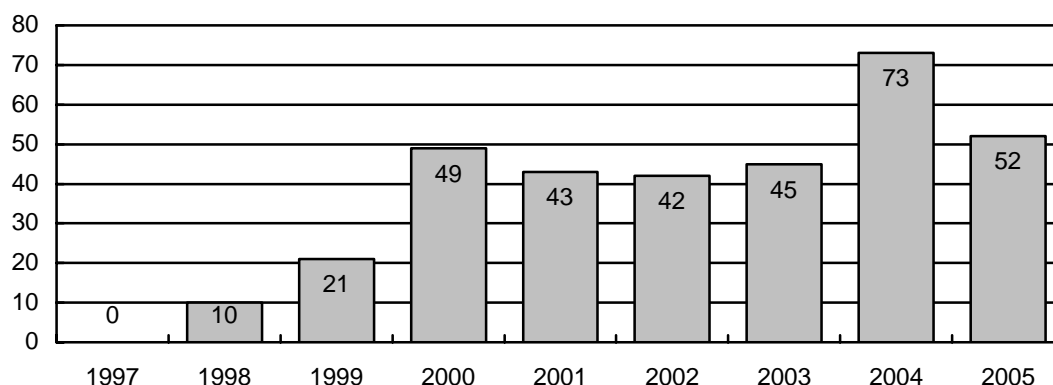
La part des films en 3D dans les entrées des films d'animation progresse de façon très importante. Elle a atteint 40 % dès 2000 et culmine à 71 % en 2004, soit 17,6 millions d'entrées. La part des films 3D dans la recette des films d'animation enregistre les mêmes évolutions. Elle dépasse 50 % en 2005 à 50,6 M€ après avoir frôlé la barre des 100 M€ de recettes l'année précédente. Les films en 3D sont le moteur du marché de l'animation en salles.

### Part des films 3D dans les entrées des films d'animation en salles (%)



Source : SPFA d'après données CNC

## Part des films 3D dans la recette des films d'animation en salles (%)



Source : SPFA d'après données CNC

## J. Evolution des combinaisons de sorties

Entre 2000 et 2005, le nombre total de copies mises en circulation en première semaine pour les films d'animation est passé de 4 896 à près de 7 760, soit une augmentation de 58 %. Le nombre moyen de copies par film passe de 326 à 370, soit une augmentation de 13 %. En 2005, 13 films d'animation comptaient 300 copies et plus.

Si le nombre d'entrées et la recette par copie sont relativement stables entre 2000 et 2004, l'année 2005 marque un véritable décrochage. Le nombre d'entrées par copie passe de 3 785 en 2004 à 2 105 en 2005, la recette par copie passant de 20 986 € à 11 762 €. Le recul sur les deux indicateurs est de 44 % d'une année à l'autre.

### Evolution des principaux ratios par copie

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Nb total de copies 1 <sup>ère</sup> semaine	4 896	4 214	5 188	5 153	6 224	7 760
Copies par film	326	281	324	234	311	370
Entrées/copie	3 978	3 153	3 159	3 962	3 785	2 105
Recettes/copie (€)	19 771	16 400	16 606	20 830	20 986	11 762

Source : SPFA d'après données CNC

## K. Evolution des copies selon la nationalité des films

Sur la période 2000/2005, le nombre moyen d'entrées par copie des films américains est de 3 740 pour une recette par copie de 20 354 €. Les films européens atteignent un total de 2 792 entrées par copie pour une recette par copie de 14 742 €. Les films japonais présentent des ratios similaires (2 271 entrées par copie et 11 497 € par copie).

Les films français réalisent 2 153 entrées par copie pour une recette par copie inférieure à 10 000 €. Les ratios des films français sont fortement pénalisés par quelques sorties techniques de films produits en dehors des circuits traditionnels et sortis dans la plus grande confidentialité.

### Copies selon la nationalité des films sur la période 2000-2005

	entrées/copie	recette/copie (€)
Etats-Unis	3 740	20 354
Japon	2 271	11 497
France	2 153	9 363
Europe	2 792	14 742
Autres	1 562	6 243
Total	<b>3 274</b>	<b>17 386</b>

Source : SPFA d'après données CNC

Les résultats de l'année 2005 sont particulièrement intéressants. Ils permettent de souligner que le décrochage observé sur les ratios par copie est plus particulièrement le fait des films américains. Plusieurs films sortis sur de grosses combinaisons obtiennent des résultats très nettement inférieurs au million d'entrées. Porté par la performance du film *le Château ambulante*, les films japonais dégagent les meilleurs ratios devant les films européens. Avec *Kirikou et les bêtes sauvages* et *Pollux : le manège enchanté*, les films français dégagent un niveau d'entrée par copie proche de la moyenne 2000/2005 mais une recette par copie nettement supérieure (+25 %), signe d'une meilleure exposition.

## Copies selon la nationalité des films en 2005

	entrées/copie	recette/copie (€)
Etats-Unis	1 892	10 575
Japon	2 577	14 339
France	2 198	11 694
Europe	2 347	13 429

Source : SPFA d'après données CNC

## L. Le cycle de vie des films d'animation

L'objet de cette partie est de mettre en évidence les critères significatifs de la durée de vie des films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2004. L'analyse porte sur la part d'entrées réalisées par les films après un nombre de semaines d'exploitation donné.

Après cinq semaines d'exploitation en salles, les films sortis entre 2000 et 2004 ont enregistré en moyenne 85,3 % de leurs entrées totales. Cette part connaît une progression continue depuis 2000, qui illustre le raccourcissement de la durée de vie des longs métrages sur les écrans.

Le genre est un critère particulièrement discriminant dans ces résultats. En effet, pour les films d'animation sortis entre 2000 et 2004, la part d'entrées réalisées après cinq semaines d'exploitation est sensiblement inférieure (78,5 %) à celle enregistrée par les autres films (86,1 %). Ainsi, la durée de vie des films d'animation est en moyenne plus longue que celle des autres films.

### Parts d'entrées réalisées après 5 semaines d'exploitation (%)

	2000	2001	2002	2003	2004	Moyenne
Films d'animation	79,8	78,7	70,0	79,1	83,7	78,5
Autres films	83,5	85,2	86,7	88,8	86,4	86,1
Total	<b>83,1</b>	<b>84,7</b>	<b>84,9</b>	<b>87,7</b>	<b>86,0</b>	<b>85,3</b>

Base : 2 592 films sortis en salles entre 2000 et 2004 dont 101 films d'animation.

Source : CNC

Ces constats sont confirmés par l'examen des parts d'entrées réalisées après dix semaines d'exploitation. En moyenne, les films sortis entre 2000 et 2004 ont quasiment terminé leur carrière puisque seulement 4,6 % de leurs entrées sont enregistrées après la dixième semaine. Pour les films d'animation, cette part est plus importante (7,1 %), traduisant là encore l'étalement plus prononcé des résultats de ces films dans le temps.

### Parts d'entrées réalisées après 10 semaines d'exploitation (%)

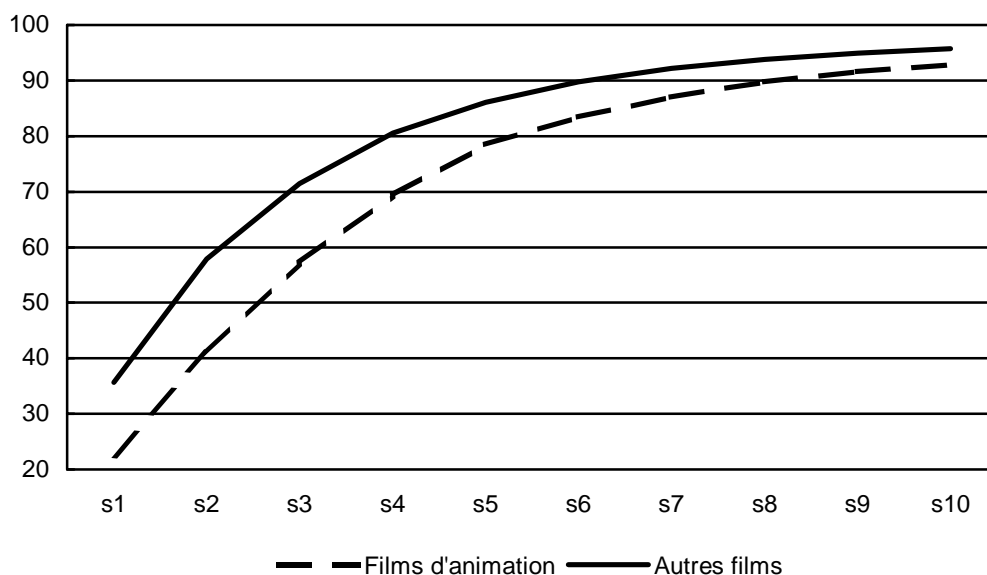
	2000	2001	2002	2003	2004	Moyenne
Films d'animation	91,7	91,7	91,9	92,4	95,7	92,9
Autres films	94,6	95,0	96,1	97,2	95,8	95,7
Total	<b>94,3</b>	<b>94,8</b>	<b>95,6</b>	<b>96,6</b>	<b>95,8</b>	<b>95,4</b>

Base : 2 592 films sortis en salles entre 2000 et 2004 dont 101 films d'animation.

Source : CNC

Les films d'animation présentent un profil de carrière très spécifique. Celui-ci se distingue notamment par une moindre concentration des entrées sur les premières semaines. Alors que 90 % des entrées des autres films sont réalisées au cours des 6 premières semaines, ce seuil n'est atteint qu'au bout de deux mois pour les films d'animation.

## Étalement des entrées des films sortis entre 2000 et 2004 (%)



Base : 2 592 films sortis en salles entre 2000 et 2004 dont 101 films d'animation.  
Source : CNC

En fonction du nombre de copies de sortie des films d'animation, leur durée de vie est particulièrement contrastée. Plus le film bénéficie d'un nombre élevé de copies, plus il réalise rapidement ses entrées.

## Étalement des entrées des films d'animation selon le nombre de copies (%)

	< 100 copies	100-399 copies	>=400 copies	Total
1 semaine	19,7	20,5	22,9	22,5
2 semaines	31,4	36,7	42	41
3 semaines	40	49,7	58,9	57,2
4 semaines	44,9	58,6	72	69,4
5 semaines	48,9	63,9	81,8	78,5
6 semaines	52,3	68,2	86,7	83,4
7 semaines	55,3	71,6	90,4	87
8 semaines	58,1	74,2	93,1	89,7
9 semaines	60,4	76,7	94,9	91,6
10 semaines	62,4	78,8	96,1	92,9

Base : 101 films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2004 dont 42 films à moins de 100 copies, 28 films entre 100 et 399 copies et 31 films à 400 copies et plus.  
Source : CNC

## M. Le public des films d'animation

La composition du public des films peut être appréhendée au travers d'enquêtes auprès des spectateurs. Ces dispositifs permettent l'analyse comparative de la structure de l'audience de certains films ou de groupes de films. Cette partie s'attache à l'étude du public des films d'animation en salles.

### PubliXiné : nouvel outil barométrique pour le suivi du public du cinéma

Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une nouvelle enquête sur le public du cinéma dénommée PubliXiné. Mise en œuvre par l'institut NOVATRIS, l'enquête est administrée par Internet auprès de 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 l'évolution hebdomadaire de la composition de l'audience du cinéma en général et de celle du public d'environ 300 films par an. En 2005, le public de 297 films dont 32 longs métrages d'animation a été étudié.

### **Médiamétrie : le public des films**

Jusqu'en 2004, le public d'une trentaine de films par an était décrit par Médiamétrie dans le cadre du dispositif d'enquête « 75 000 Cinéma ». Permettant de recueillir des informations sur les spectateurs de 6 ans et plus, cette enquête était administrée par téléphone à raison de 270 interviews par jour.

### **Rappel de définition des habitudes de fréquentation**

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.

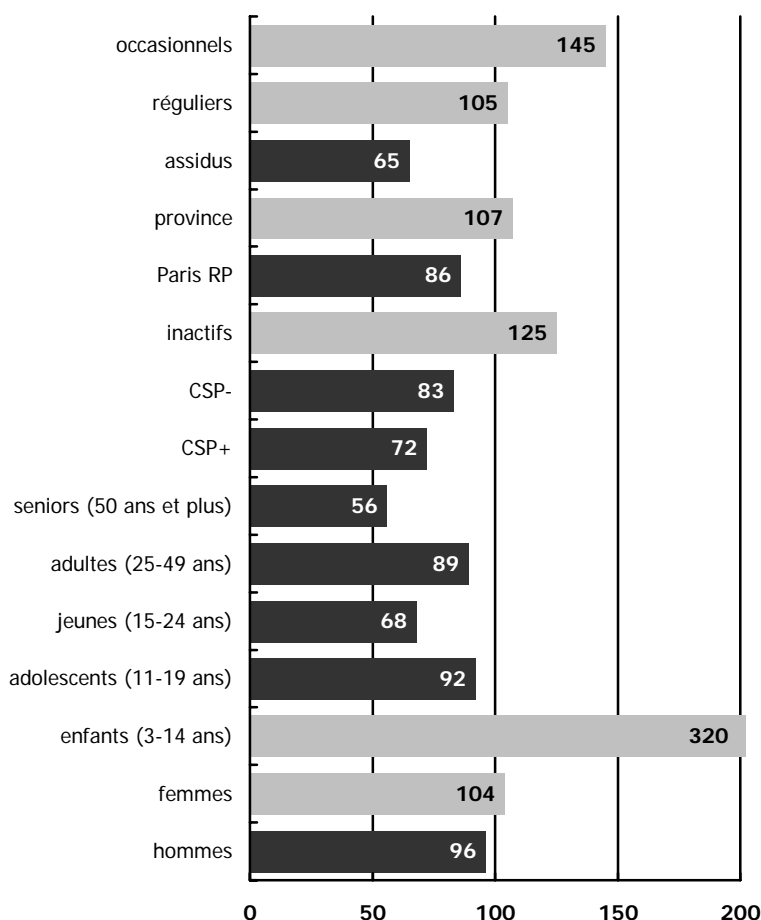
#### **a. Caractéristiques générales**

Sans surprise, les longs métrages d'animation réussissent de très bonnes performances sur les enfants avec un indice de 320 sur les 3-14 ans. La très forte proportion d'enfants dans le public de ces films implique une audience un peu plus féminine que la moyenne. Globalement, les plus de 15 ans sont largement sous-représentés au sein du public de ces films, notamment les seniors.

Les habitants de province sont sensiblement mieux représentés que la moyenne au sein du public des films d'animation. Ce phénomène est lié au nombre de copies souvent élevé sur lequel sortent ces films, touchant ainsi plus largement les salles de l'ensemble du territoire national. D'ailleurs, l'indice est de 112 dans les villes et agglomérations de moins de 50 000 habitants.

L'animation est peu prisée par les actifs en général, par les retraités (indice 61) et par les assidus du cinéma. A l'inverse, le public des films d'animation compte une proportion très élevée de spectateurs occasionnels (indice 145).

## Le public des films d'animation en 2005\*



\*en indice base 100 : ensemble des 297 films de l'échantillon 2005  
source : Publixiné - Novatris

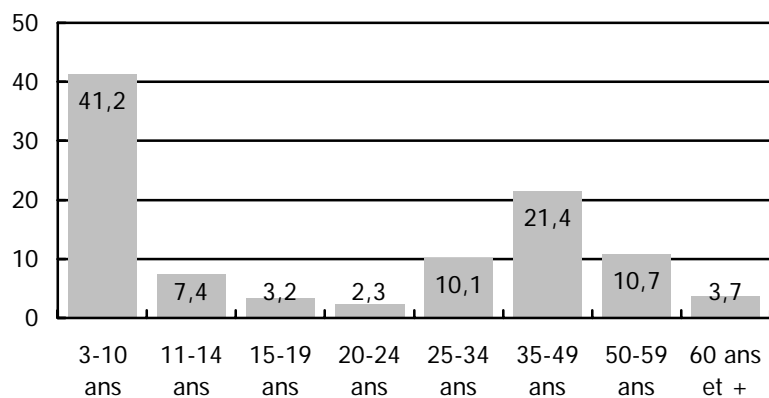
### b. Un public qui se diversifie

L'offre de films d'animation en salles de cinéma s'est enrichie au cours de ces dernières années, cherchant à atteindre un éventail de spectateurs de plus en plus large. Certains films continuent de viser très précisément la cible enfants avec une structure classique dite « en U » (enfants de moins de 14 ans et parents dans la tranche 35-49 ans qui accompagnent). D'autres films s'adressent plus particulièrement aux adolescents et aux jeunes adultes ou encore spécifiquement aux adultes. La grande réussite de ces dernières années réside dans l'émergence de films dits familiaux qui drainent un public très large, des enfants aux adultes. La 3D joue un rôle essentiel sur ce segment. Elle permet de capter l'audience des enfants et de déborder très largement vers les autres cibles pour atteindre ainsi des scores à plusieurs millions d'entrées.

#### Les enfants : le public traditionnel des films d'animation

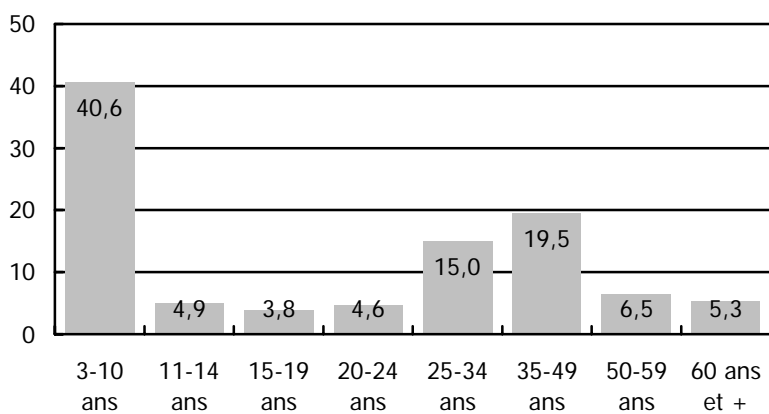
Un certain nombre de films visent la cible classique des films d'animation : les enfants de moins de 14 ans. Un parent accompagne quasi-systématiquement un enfant, faisant apparaître une structure du public selon l'âge « en U », très caractéristique de ces films. Ils sont généralement réalisés en animation traditionnelle (*Kirikou et les bêtes sauvages*, *Bambi 2*, *Winnie l'ourson*) même si sur ce segment, la 3D commence également à se développer (*Pollux et le manège enchanté*, *Chicken Little*). Ces films sont logiquement ceux qui présentent les budgets de production les plus modestes.

### Le public de *Kirikou et les bêtes sauvages* (%)



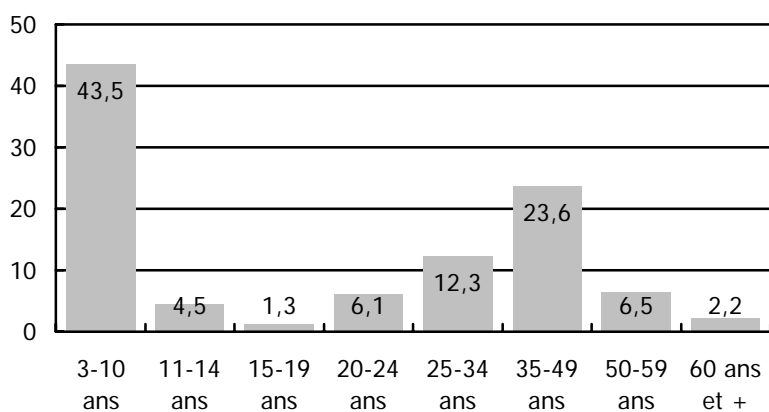
source : publiXiné - Novatris

### Le public de *Bambi 2* (%)



source : publiXiné - Novatris

### Le public de *Pollux et le manège enchanté* (%)

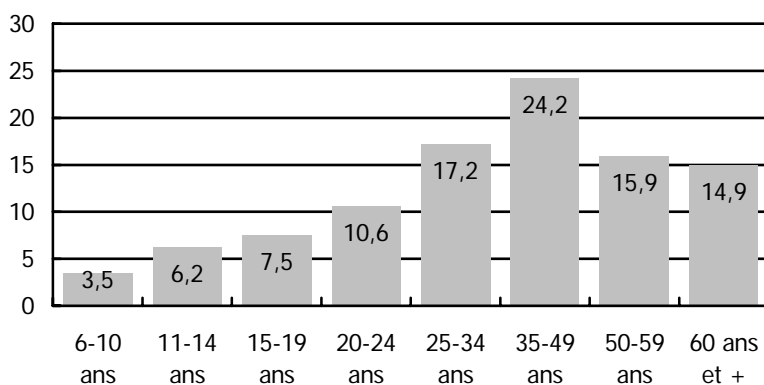


source : publiXiné - Novatris

### Des films d'animation pour adultes

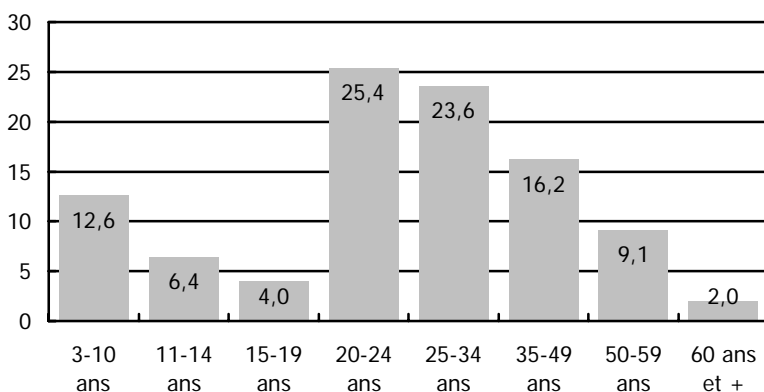
Certains films d'animation sont destinés à un public plus adulte et atteignent ces objectifs d'audience plus large en terme d'âge. C'est le cas notamment des *Triplettes de Belleville* de Sylvain Chomet, du *Château ambulants* de Hayao Miyazaki ou des *Noces funèbres* de Tim Burton. Les plus de 25 ans composent plus de 50 % du public des deux premiers films, le troisième atteignant ce seuil pour les plus de 20 ans. Portés par des auteurs/réalisateurs aux univers très particuliers et par un environnement médiatique favorable, ces films séduisent un public adulte de cinéphiles.

#### Le public des *Triplettes de Belleville* (%)



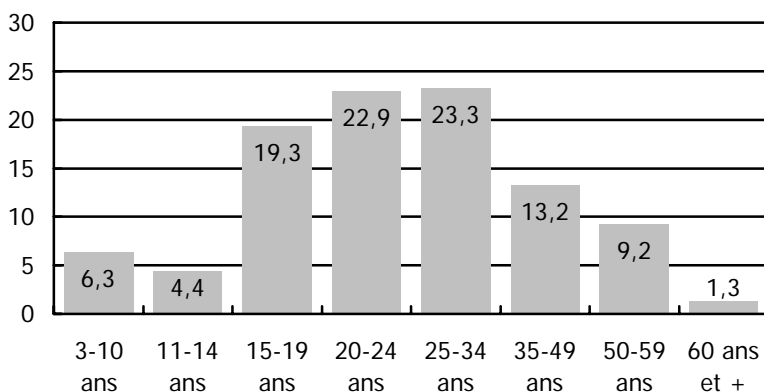
source : le public des films - Médiamétrie

#### Le public du *Château ambulants* (%)



source : publiXiné - Novatris

#### Le public des *Noces funèbres* (%)

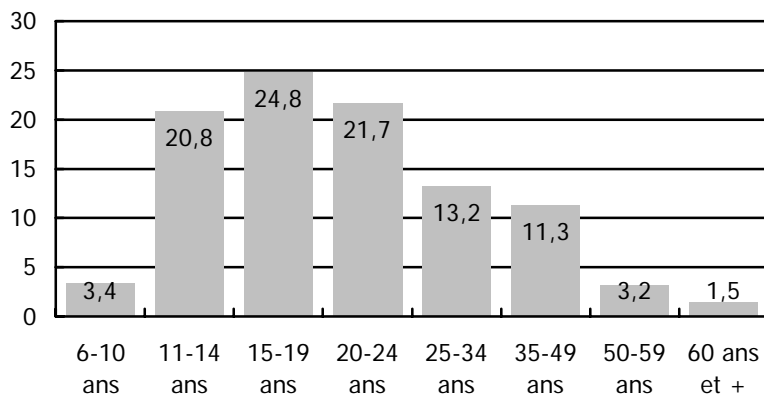


source : publiXiné - Novatris

### Les films d'animation pour adolescents et jeunes adultes

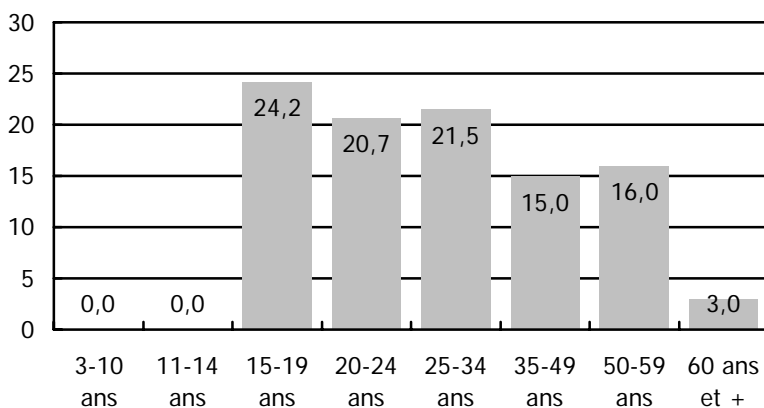
Certains films touchent majoritairement un public d'adolescents et de jeunes adultes (15-34 ans). C'est le cas notamment de *Final Fantasy* et du film français *Renaissance*.

#### Le public de *Final Fantasy* (%)



source : le public des films - Médiamétrie

#### Le public de *Renaissance*\* (%)

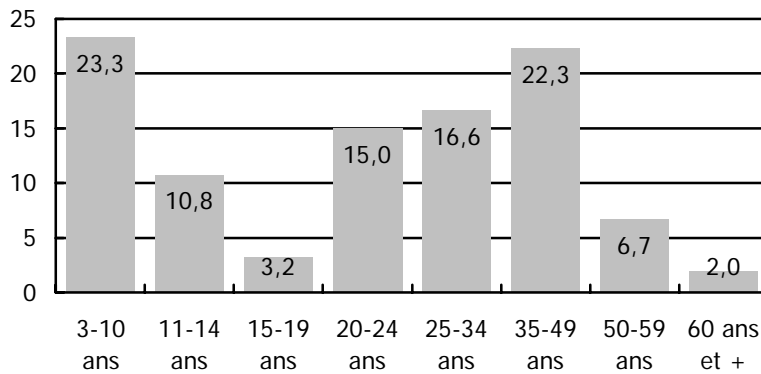


\* ce film étant encore en exploitation, la structure de son public est susceptible d'évoluer au cours des semaines à venir.  
source : publiXiné - Novatris

## L'émergence de films familiaux avec la 3D

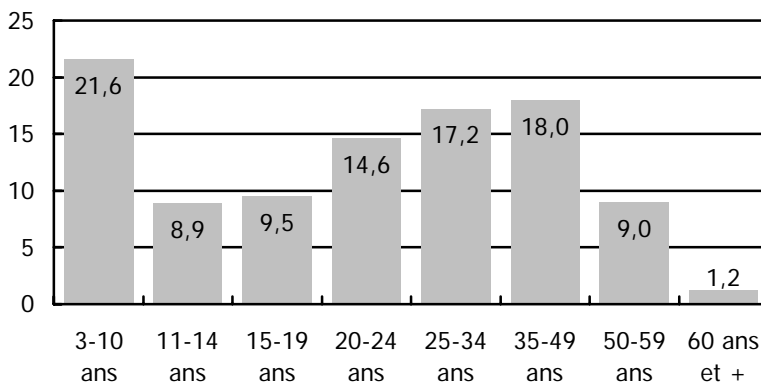
La 3D a favorisé l'émergence de comédies familiales qui séduisent tout autant les enfants que les adultes grâce à des niveaux de lecture différents. Les enfants sont un socle d'audience essentiel (*l'Âge de glace 2*, *Les Indestructibles*, *Robots*, *Madagascar*) mais ces films séduisent également un large public jeune et adulte. Ces films, multimillionnaires pour la plupart, réalisent au minimum 40 % de leur audience auprès des 20-49 ans (et jusqu'à 65 % pour *Shrek* et *Shrek 2*). Ce segment est la cible privilégiée par les majors américaines. Parmi ces films figurent les budgets de production et de marketing les plus importants du secteur.

### Le public des *Indestructibles* (%)



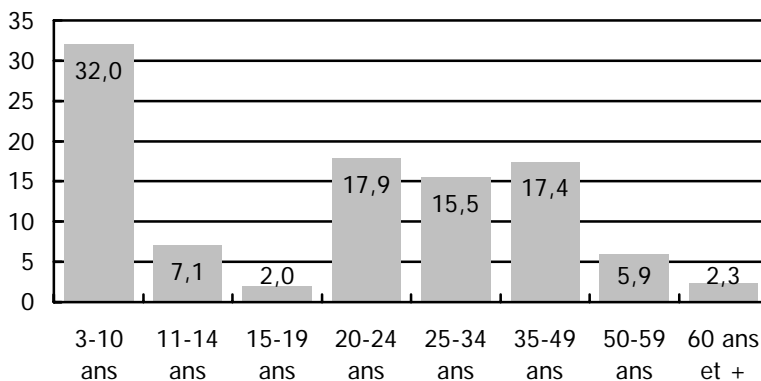
source : publiXiné - Novatris

### Le public de *Madagascar* (%)



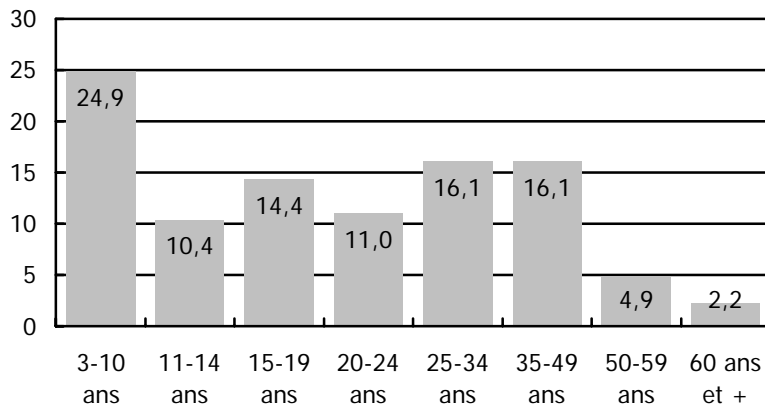
source : publiXiné - Novatris

### Le public de *Robots* (%)



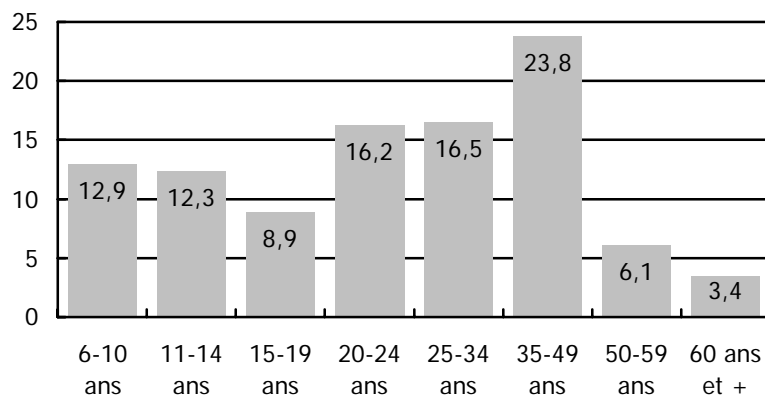
source : publiXiné - Novatris

### Le public de *l'Age de glace 2\** (%)



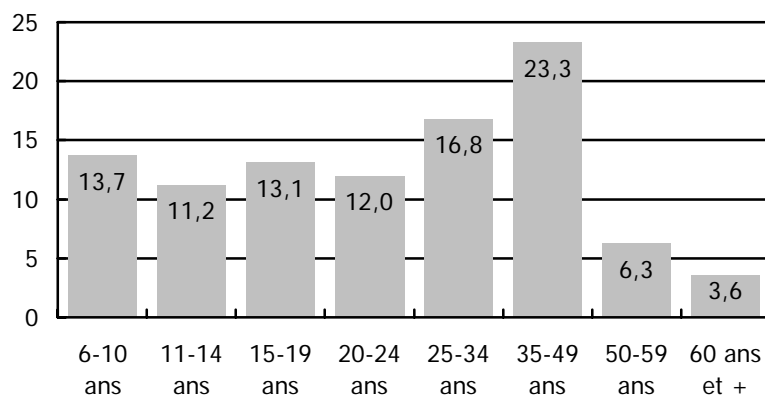
\* ce film étant encore en exploitation, la structure de son public est susceptible d'évoluer au cours des semaines à venir.  
 source : publiXiné - Novatris

### Le public de *Shrek* (%)



source : le public des films - Médiamétrie

### Le public de *Shrek 2* (%)



source : le public des films - Médiamétrie

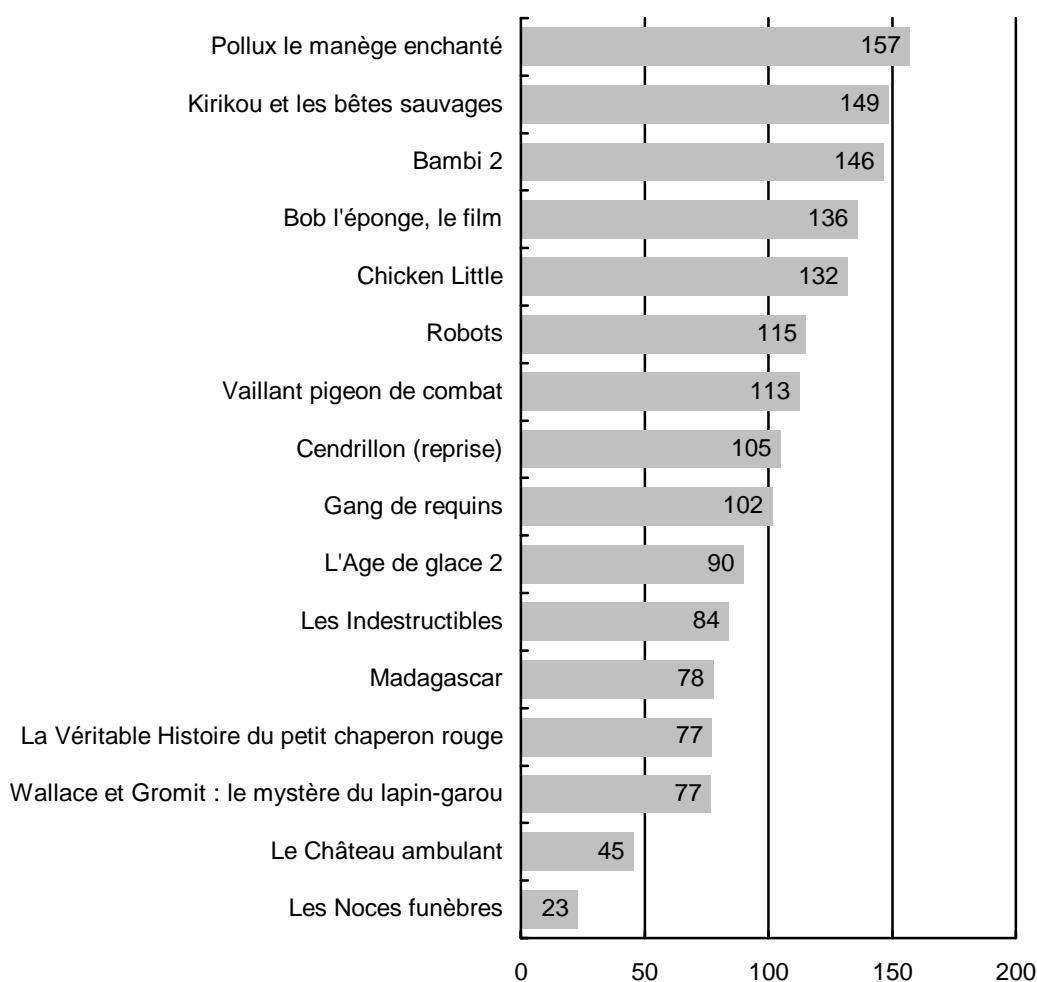
### c. Les performances des longs métrages d'animation sur quelques cibles

Depuis sa mise en œuvre, PubliXiné a permis le recueil d'information sur le public de 32 films d'animation sortis entre octobre 2004 et avril 2006. Les analyses qui suivent mettent en évidence les spécificités en terme d'âge du public de 16 films pour lesquels le nombre d'interviews est suffisant pour une analyse individuelle (supérieur à 200 spectateurs ayant vu le film). Les données sont rapportées à celles relatives au cumul des 32 films d'animation recensés et présentées en indice.

#### sur les 3-10 ans

C'est au sein du public de deux films d'initiative française que la part des 3-10 ans est la plus élevée : *Pollux le manège enchanté* et *Kirikou et les bêtes sauvages*. Pour 9 films étudiés, les 3-10 ans sont sur représentés au sein du public comparativement à l'ensemble des 32 films d'animation recensés. A l'inverse, pour 7 films, la part des 3-10 ans est plus faible que la moyenne. *Les Noces funèbres* de Tim Burton et *le Château ambulante* de Hayao Miyazaki comptent les parts les plus faibles de 3-10 ans au sein de leur public.

#### Les 3-10 ans dans le public des films d'animation\*

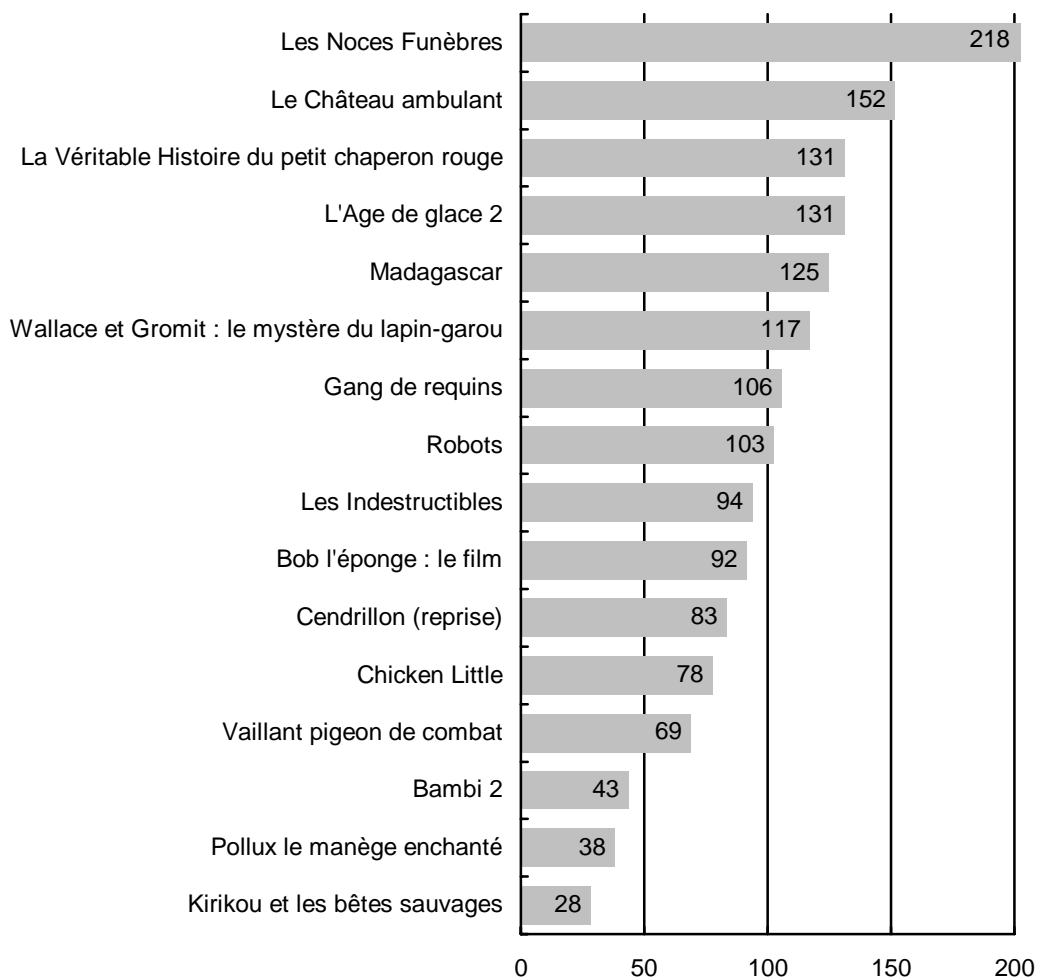


\*en indice base 100 : 32 films d'animation sortis entre octobre 2004 et avril 2006  
source : PubliXiné – Novatris

### sur les 15-24 ans

8 films sur 16 présentent des publics sous représentés sur la tranche des 15-24 ans, notamment deux longs-métrages français *Pollux le manège enchanté* et *Kirikou et les bêtes sauvages*. A l'autre extrême, le public des *Noces funèbres* de Tim Burton rassemble plus du double de 15-24 ans que la moyenne des films d'animation.

### Les 15-24 ans dans le public des films d'animation\*

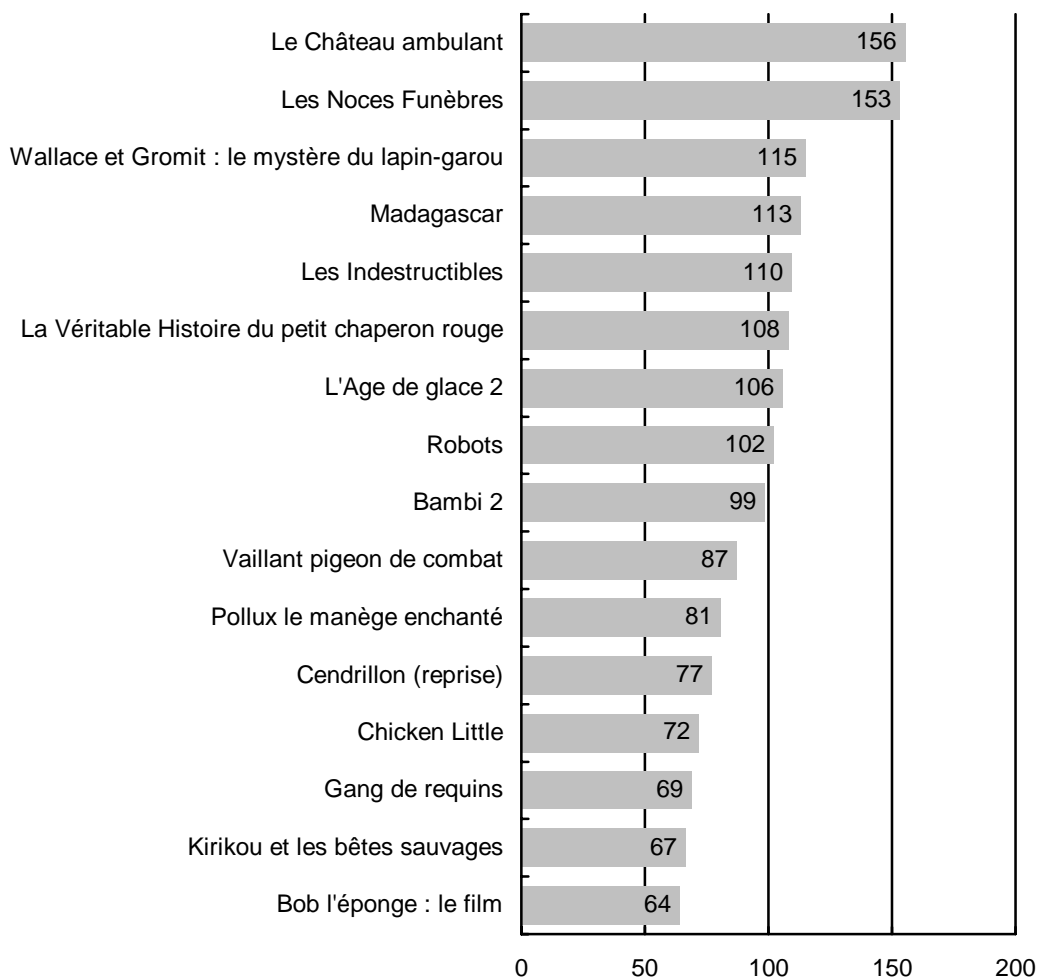


\*en indice base 100 : 32 films d'animation sortis entre octobre 2004 et avril 2006  
source : PubliXiné - Novatris

### sur les 25-34 ans

Le public des 25-34 ans présente des caractéristiques relativement semblables à celui des 15-24 ans. Pour la moitié des films étudiés, les 25-34 ans sont en sur représentation, les deux films *le Château ambulante* et *les Noces funèbres* comptant les proportions de 25-34 les plus élevées, respectivement 156 et 153 en indice. A contrario, 8 films attirent une part de 25-34 ans inférieure à la moyenne.

### Les 25-34 ans dans le public des films d'animation\*



\*en indice base 100 : 32 films d'animation sortis entre octobre 2004 et avril 2006  
source : PubliXiné - Novatris

### sur les 35-49 ans

C'est sur la cible des 35-49 ans que s'observe la plus grande homogénéité au niveau de la structure du public des films d'animation. Parmi les 16 longs-métrages retenus, 8 ont une part de 35-49 ans se situant au dessus de la moyenne, dont *Vaillant pigeon de combat* et *Pollux le manège enchanté*. En revanche, sur les 8 autres films, le public des 35-49 ans demeure sous représenté.

### Les 35-49 ans dans le public des films d'animation\*



\*en indice base 100 : 32 films d'animation sortis entre octobre 2004 et avril 2006  
source : PubliXiné - Novatris

## N. La publicité des films d'animation

Les résultats présentés dans cette partie concernent uniquement les films sortis en salles entre 2000 et 2005 et ayant fait l'objet de dépenses publicitaires, soit 2 651 films dont 111 films d'animation. L'échantillon de films d'animation analysés est composé de 50 films américains, 22 films français, 17 films européens et 22 films d'autres nationalités (dont 15 films japonais).

### a. Evolution des investissements publicitaires pour les films d'animation

90 % des films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2005 ont fait l'objet d'une exposition publicitaire.

#### Investissements publicitaires totaux (K€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Films animation	8 543	11 523	16 010	14 774	20 960	25 215
Tous films	107 546	144 855	159 697	177 317	219 781	248 967
Poids de l'animation dans le total (%)	7,9	8,0	10,0	8,3	9,5	10,1
Moyenne par film :						
Films d'animation	569,5	823,1	889,4	703,5	998,1	1 146,1
Tous films	246,7	331,5	390,5	407,6	474,7	528,6

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes par année de sortie

Les investissements publicitaires bruts sur les films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2005 s'élèvent à 97,03 M€, soit 9,2 % du total des investissements affectés à la promotion des films tous genres confondus (1,058 Md€). Ces investissements ont progressé de 195 % sur la période étudiée contre 131 % pour ceux des films tous genres confondus. En 2005, la progression des investissements publicitaires bruts est de 20 % par rapport à l'année précédente.

En 2005, ce sont les films de comédie qui génèrent les investissements publicitaires bruts les plus importants (80,3 M€), devant les films fantastiques ou d'horreur (42,5 M€) et les films d'action (42,1 M€). Les films d'animation arrivent en 4<sup>ème</sup> position.

#### Investissements publicitaires selon les genres (K€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Action	11 617	28 551	22 416	28 160	40 031	42 077
Animation	8 543	11 523	16 010	14 774	20 960	25 215
Comédie	26 500	48 306	45 730	57 271	58 317	80 319
Comédie dramatique	19 941	14 570	17 621	18 630	28 174	25 114
Documentaire	132	1 422	1 300	1 207	6 445	2 755
Drame	10 725	12 564	15 984	10 817	14 498	20 141
Fantastique, horreur, SF	22 876	19 283	31 744	30 602	40 192	42 458
Policier, film noir	7 144	6 005	6 964	11 163	5 845	6 362
Divers	68	2 631	1 928	4 693	5 319	4 526
<b>Total</b>	<b>107 546</b>	<b>144 855</b>	<b>159 697</b>	<b>177 317</b>	<b>219 781</b>	<b>248 967</b>

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes par année de sortie

Le nombre annuel de sorties de films d'animation étant relativement réduit (une vingtaine par an au maximum), l'animation est en tête du classement en investissement publicitaire brut par film. Ainsi, l'investissement publicitaire brut moyen pour un film d'animation sur la période 2000 à 2005 atteint 874,10 K€, soit plus de deux fois plus que la moyenne de l'ensemble des films (399,16 K€). En 2005, l'investissement publicitaire brut pour un film d'animation dépasse la barre du million d'euros avec un total de 1 146 K€, en hausse de 15 % par rapport à l'année précédente.

### Investissements publicitaires moyens par film (K€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Action	580,8	634,5	589,9	853,3	1 081,9	1 078,9
Animation	569,5	823,1	889,4	703,5	998,1	1 146,1
Comédie	257,3	416,4	461,9	520,6	498,4	622,6
Comédie dramatique	148,8	147,2	195,8	207,0	268,3	251,1
Documentaire	12,0	74,8	108,3	52,5	146,5	88,9
Drame	149,0	163,2	219,0	150,2	183,5	251,8
Fantastique, horreur, SF	466,9	535,6	598,9	536,9	873,7	987,4
Policier, film noir	255,1	240,2	409,6	620,2	835,0	530,2
Divers	17,0	438,5	214,2	426,6	759,9	301,7
<b>Total</b>	<b>246,7</b>	<b>331,5</b>	<b>390,5</b>	<b>407,6</b>	<b>474,7</b>	<b>528,6</b>

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes par année de sortie

### b. Répartition des investissements selon le support

Comme pour l'ensemble des films, les distributeurs de films d'animation consacrent la majeure partie de leur budget promotionnel à l'affichage. Toutefois, si ce média représente près de 44 % des investissements publicitaires bruts tous films confondus, il capte plus de 51 % des investissements réalisés en faveur des films d'animation. A l'inverse, la part de la radio dans le total des dépenses de l'animation est relativement plus faible que dans le total des dépenses tous genres confondus (15,8 %, contre 19,9 %). Ce média conserve malgré tout sa troisième place dans le classement des médias juste derrière la presse (21,5 % des investissements pour l'animation).

### Investissements publicitaires bruts selon le support

	Films d'animation			Tous films	
	M€	%	% du total	M€	%
Affichage	49,54	51,1	10,7	463,93	43,8
Cinéma	9,60	9,9	7,6	125,65	11,9
Internet	0,93	1,0	4,3	21,43	2,0
Media tactique	0,05	0,0	8,4	0,57	0,1
Presse	20,83	21,5	9,1	230,13	21,7
Radio	15,30	15,8	7,3	210,60	19,9
Télévision	0,78	0,8	13,3	5,84	0,6
<b>Total</b>	<b>97,03</b>	<b>100,0</b>	<b>9,2</b>	<b>1 058,16</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

Base : 2 651 films sortis en salles entre 2000 et 2005 dont 111 films d'animation

Le budget promotionnel moyen est particulièrement élevé sur l'affichage et la presse. Les investissements moyens sur ces deux médias sont plus de deux fois supérieurs à la moyenne tous films confondus : respectivement 643,36 K€ et 191,08 K€, contre 312,83 K€ et 91,32 K€.

### c. Investissements publicitaires selon la nationalité des films d'animation et selon le support

La promotion d'un film d'animation américain s'élève à 1 507,12 K€, plus de 5 fois supérieure à celle d'un film français (290,36 K€).

L'échantillon de la période 2000-2005 compte des films américains à gros budgets promotionnels notamment *Shrek 2* (1<sup>er</sup> au classement des films d'animation et 1<sup>er</sup> au classement tous films confondus), *Madagascar* (2<sup>ème</sup> au classement animation et 2<sup>ème</sup> au classement général) et *le Monde de Nemo* (3<sup>ème</sup> au classement animation et 4<sup>ème</sup> au classement général). A l'inverse, l'animation française dispose de budgets moins conséquents et est, par conséquent, nettement moins médiatisé : le premier film français, *Pollux et le manège enchanté*, est 24<sup>ème</sup> au classement animation et 189<sup>ème</sup> au classement général.

Quelque soit la nationalité des films, l'affichage est le média où l'investissement moyen est le plus élevé. Le budget promotionnel moyen d'un film américain sur ce média est phénoménal, proche du million d'euros, comparé à celui des autres nationalités et notamment à celui d'un film français (172,86 K€, soit 5,6 fois inférieur).

La presse est le deuxième média en termes d'investissement moyen pour les films américains. Cet investissement est 4,6 fois supérieur à celui d'un film français pour qui la presse est le quatrième média.

121,58 K€ sont dépensés, en moyenne, pour la promotion des films français dans les salles de cinéma (deuxième média en termes d'investissements moyens), contre 218,33 K€ pour les films américains. Le ratio films français/films américains est le plus faible sur ce média après la télévision.

Les distributeurs de films d'animation français n'utilisent pas Internet pour la promotion de leurs films, contrairement aux distributeurs de films américains qui investissent davantage sur Internet qu'à la télévision (74,00 K€, contre 45,70 K€). Il est fréquent que les films américains disposent d'un site Internet spécialement dédié pour la sortie du film en salles.

#### Investissements moyens selon la nationalité des films d'animation selon le support (K€)

	films français	films américains	films européens	autres films	tous films animation	ratio FR/US
Affichage	172,86	971,47	407,60	127,00	643,36	5,6
Cinéma	121,58	218,33	125,40	120,50	174,55	1,8
Internet		74,00	49,00	8,00	61,87	-
Media tactique		24,00			24,00	-
Presse	65,14	301,80	140,63	96,36	191,08	4,6
Radio	87,58	272,41	320,25	88,75	215,52	3,1
Télévision	45,00	45,70	43,25	30,00	43,33	1,0
<b>Total</b>	<b>290,36</b>	<b>1 507,12</b>	<b>575,65</b>	<b>249,77</b>	<b>874,10</b>	<b>5,2</b>

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

Base : 111 films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2005

#### d. Investissements publicitaires en fonction des copies et des entrées

En moyenne, pour une copie, l'investissement publicitaire brut d'un film d'animation s'élève à 2 944,8 €, contre 4 519,3 € pour l'ensemble des films. L'investissement publicitaire par copie pour un film américain est 2,5 fois supérieur à celui engagé pour un film français.

En moyenne, pour une entrée, l'investissement publicitaire brut atteint 2,4 €, soit 5,6 € de moins que l'investissement moyen par entrée pour l'ensemble des films.

#### Investissements moyens par copie ou par entrée (€)

	films français	films américains	Films européens	autres films	tous films animation	ratio FR/US
<b>Animation</b>						
Par copie	1 486,6	3 747,7	2 338,6	3 083,0	2 944,8	2,5
Par entrée	2,5	1,7	4,1	2,6	2,4	0,7
<b>Tous films</b>						
Par copie	3 614,2	5 363,1	4 660,0	5 130,3	4 519,3	1,5
Par entrée	5,0	11,6	9,7	5,2	8,0	2,3

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

Base : 111 films d'animation sortis en salles entre 2000 et 2005

#### e. Classement des films selon l'investissement publicitaire brut

*Shrek 2* est le premier film en termes d'investissements publicitaires bruts avec 5,6 % du total des films d'animation sortis entre 2000 et 2005.

Les 10 premiers films d'animation cumulent 38,9 % des investissements publicitaires en faveur des films du genre et 3,6 % du total de l'ensemble des films (20 premiers films : 62,4 % des investissements pour l'animation et 5,7 % du total tous genres confondus).

Quatre films d'animation apparaissent dans le top 10 tous films confondus : *Shrek 2* (1<sup>er</sup>), *Madagascar* (2<sup>ème</sup>), *Le Monde de Némó* (4<sup>ème</sup>) et *Wallace et Gromit – le mystère du lapin garou* (8<sup>ème</sup>).

#### Top 10 sur la période 2000-2005

Animation		% du total	Tous films		% du total
1	Shrek 2	5,58	Shrek 2		0,51
2	Madagascar	5,18	Madagascar		0,47
3	Le Monde de Némó	4,64	I, Robot		0,44
4	Wallace et Gromit – Le Mystère du lapin garou	4,18	Le Monde de Némó		0,43
5	Atlantide, l'empire perdu	3,71	Star Wars : épisode III – la revanche des Sith		0,42
6	Sinbad, la légende des sept mers	3,24	Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban		0,40
7	La planète au trésor, un nouvel univers	3,24	Bad Boys II		0,39
8	Les Indestructibles	3,10	Wallace et Gromit – Le Mystère du lapin garou		0,38
9	Robots	3,08	Le Jour d'après		0,37
10	Chicken Little	2,97	La Guerre des mondes		0,37

Source : CNC - TNS Média Intelligence – Données brutes

#### f. Précisions méthodologiques

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

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

Les données concernant la nationalité des films sortis en salles et les entrées proviennent des bases de données du CNC.

## X. Les films d'animation à la télévision

L'analyse de la diffusion des œuvres cinématographiques d'animation à la télévision porte sur un échantillon de 103 films, donnant lieu à 177 diffusions (hors multidiffusions) sur les chaînes hertziennes nationales, entre 2000 et 2005. Arte et Canal+, pratiquant la multidiffusion (diffusion d'un même titre plusieurs fois sur une courte période, d'environ un mois), ont été le plus souvent distinguées des chaînes généralistes.

L'animation représente une part marginale de la totalité des films diffusés sur une année. Toutefois, cette part est en légère progression. En effet, en 2005, les films d'animation concernent 2,9 % de l'ensemble des diffusions cinématographiques à la télévision (2,5 % en 2004, 1,8 % en 2003).

### A. L'offre de films d'animation à la télévision

La diffusion de films d'animation sur les chaînes hertziennes est stable jusqu'en 2003, variant entre 23 et 26 par an, toutes chaînes confondues. 2004 et 2005 marquent une légère progression, due à une programmation accrue du genre sur Canal+ et M6.

#### Répartition des diffusions des films d'animation par chaîne

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total diffusions	%
France 2	0	0	1	1	2	0	4	2,3
France 3	4	4	7	3	2	8	28	15,8
M6	7	7	3	8	11	11	47	26,6
TF1	0	0	0	0	2	1	3	1,7
Total chaînes généralistes	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>17</b>	<b>20</b>	<b>82</b>	<b>46,3</b>
Arte	3	1	1	1	2	4	12	6,8
Canal+	12	11	12	13	17	18	83	46,9
Total	<b>26</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>26</b>	<b>36</b>	<b>42</b>	<b>177</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC-CSA

M6 et France 3 concentrent 42,4 % des diffusions de films d'animation toutes chaînes confondues, soit une part équivalente à celle de Canal+. Ce résultat est surtout le fait de M6. L'offre de la chaîne est composée de 25 titres, donnant lieu à 47 diffusions dont la moitié est programmée en première partie de soirée. On retrouve majoritairement au sein de la programmation de M6 les aventures d'Astérix, dont les premières diffusions à la télévision datent majoritairement des années 80, atteignant pour certains leur 12<sup>ème</sup> passage (*Astérix le Gaulois*, *Astérix et Cléopâtre*).

## Offre et diffusions des films d'animation sur la période 2000-2005

	Nombre de titres	Nombre de diffusions	Multidiffusions	Nombre de diffusions en première partie de soirée
TF1	3	3		1
France 2	4	4		0
France 3 (1)	19	28		4
M6 (2)	25	47		23
<b>Sous-total</b>	<b>43*</b>	<b>82</b>		<b>28</b>
Arte (3)	11	12	34	5
Canal+ (4)	72	83	404	66 (5)
<b>Total</b>	<b>103**</b>	<b>177</b>	<b>438</b>	<b>99</b>

\*Huit films ont été diffusés sur deux chaînes en clair au cours de la période.

\*\*27 films ont été diffusés sur au moins deux chaînes sur la période. Deux films ont été diffusés à la fois sur Arte et Canal+.

(1) Diffusions de France 3 : 3 films sont diffusés 3 fois, 3 films sont diffusés 2 fois, 13 films sont diffusés une fois.

(2) Diffusions de M6 : 5 films sont diffusés 4 fois, 2 films sont diffusés 3 fois, 3 films sont diffusés 2 fois sur M6, 10 films sont diffusés une fois.

(3) Diffusions d'Arte : 1 film est diffusé 2 fois, 10 films sont diffusés une fois.

(4) Diffusions de Canal+ : 11 films sont diffusés 2 fois, 61 films sont diffusés une fois.

(5) Pour Canal+, diffusions aux heures de grande écoute (18h – 02h).

Source : CNC-CSA

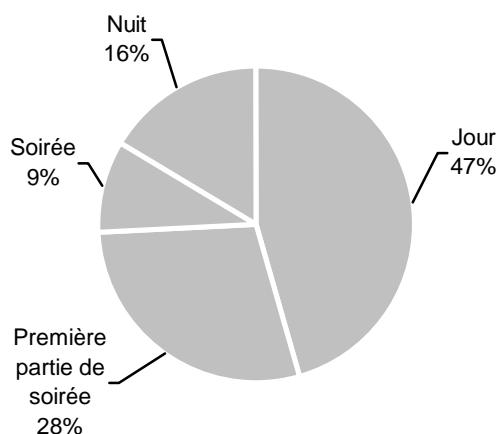
Canal+ offre aux spectateurs un nombre croissant de films d'animation en exclusivité, tels que *L'Age de glace*, *la Prophétie des grenouilles* en 2004 ou *Shrek 2* et *le Monde de Némoto* en 2005. La chaîne propose 72 titres différents sur la période étudiée, donnant lieu à 83 diffusions. En outre, près de 80 % de ces diffusions ont lieu aux heures de grande écoute (18h-02h).

Canal + s'impose ainsi comme la meilleure vitrine des longs métrages d'animation entre 2000 et 2005 et offre près de 80 % de films inédits.

## B. La diffusion des films d'animation selon la tranche horaire

46 % des diffusions de films d'animation ont lieu dans la journée sur l'ensemble des chaînes analysées (hors Canal+), entre 2000 et 2005 : 66,7 % des diffusions de TF1 sont programmées sur cette tranche horaire, ainsi que 100 % des diffusions de France 2 et 82,1 % des diffusions de France 3. En revanche, Arte diffuse la majorité des films du genre la nuit (52,9 %), en raison de ses horaires de diffusion exclusivement en soirée sur la période. 48,9 % des diffusions de M6 sont programmées en première partie de soirée.

### Répartition des diffusions selon la tranche horaire toutes chaînes confondues sur la période 2000-2005



Source : CNC-CSA

### C. La diffusion des films d'animation selon leur nationalité

42,7 % de l'offre de films d'animation est d'origine américaine (films produits par Disney, Pixar, Dreamworks), représentant 36,2 % des diffusions. Les titres français sont moins nombreux (35,9 %) mais occupent plus de cases dans les grilles des chaînes (45,2 %). Ce sont majoritairement des films coproduits par les chaînes hertziennes en clair, notamment France 3 et M6.

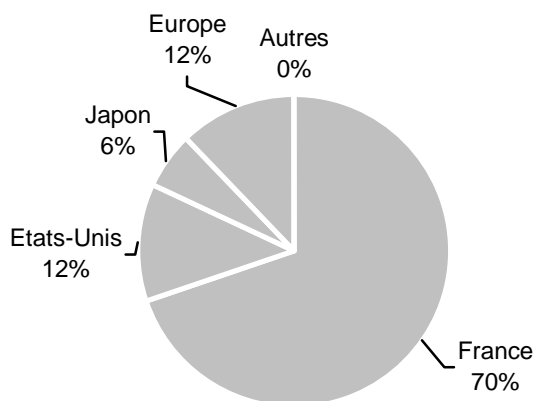
#### Evolution de l'offre et des diffusions de films d'animation par nationalité toutes chaînes confondues sur la période 2000-2005

	Nombre de titres	%	Nombre de diffusions	%	Diffusions en première partie de soirée sur les chaînes en clair*	Diffusions aux horaires de grande écoute sur Canal+*
France	37	35,9	80	45,2	23	13
Etats-Unis	44	42,7	64	36,2	4	46
Japon	8	7,8	11	6,2	2	1
Europe	12	11,7	20	11,3	4	6
Autres	2	1,9	2	1,1	0	0
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>100,0</b>	<b>177</b>	<b>100,0</b>	<b>33</b>	<b>66</b>

\*Première partie de soirée : 20h30-22h30 ; horaires de grande écoute : 18h-02h  
Source : CNC-CSA

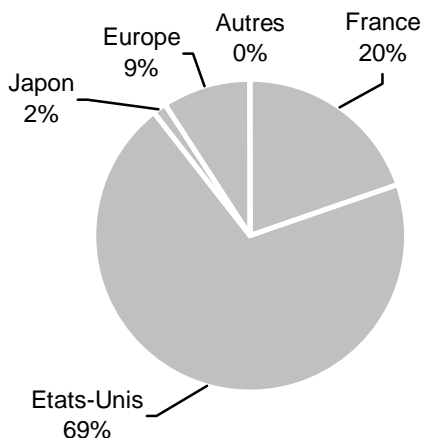
Les films européens occupent la troisième place (11,7 % des films) et représentent 11,3 % des diffusions. Les films japonais sont minoritaires sur les écrans français (7,8 % de l'offre, 6,2 % des diffusions).

#### Répartition des diffusions des films d'animation en première partie de soirée sur les chaînes en clair selon la nationalité sur la période 2000-2005



Source : CNC-CSA

## Répartition des diffusions des films d'animation aux heures de grande écoute sur Canal+ selon la nationalité sur la période 2000-2005



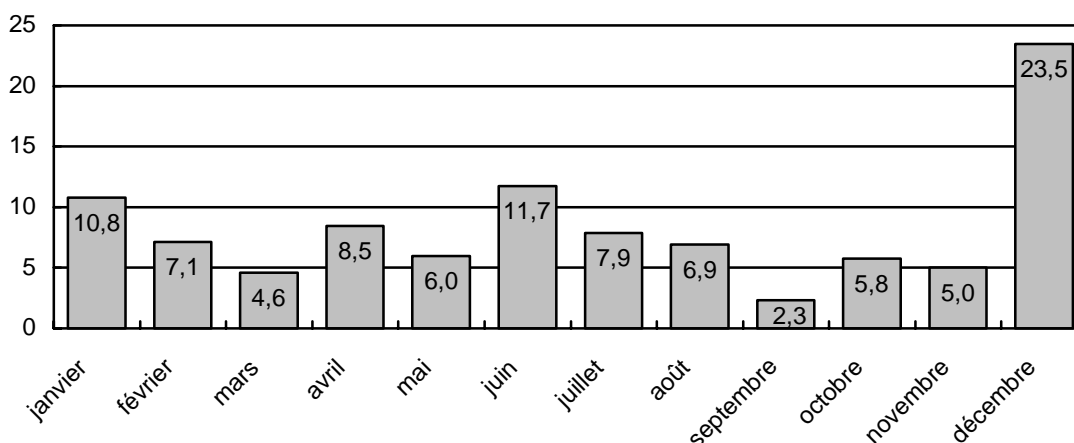
Source : CNC-CSA

L'analyse de la diffusion des films d'animation par nationalité en première partie de soirée révèle une exposition du genre très différente selon les chaînes. En effet, les chaînes en clair concentrent la diffusion des films d'animation français en première partie de soirée (70 %), tandis que les films américains sont nettement mieux exposés sur Canal+, occupant 69 % des diffusions du genre sur les heures de grande écoute.

## D. Saisonnalité de la diffusion des films d'animation

La diffusion des films d'animation à la télévision (toutes chaînes confondues) est intensive sur la période des fêtes de fin d'année : les mois de décembre et janvier concentrent 34,3 % des diffusions. Le mois de juin suit avec 11,7 %, période qui correspond au début des vacances scolaires et au festival d'animation d'Annecy (début juin).

### Evolution mensuelle des diffusions de films d'animation sur la période 2000-2005 (%)



Source : CNC-CSA

## E. La diffusion des films d'animation selon le rang de diffusion du film

Le rang de diffusion indique le nombre de passages du film à la télévision, toutes chaînes confondues. Un film diffusé en exclusivité sur Canal+ est considéré comme un film inédit lors de sa première diffusion sur une chaîne en clair.

Le volume de production annuel tant en France qu'à l'échelle mondiale monte lentement en puissance. Le catalogue de films d'animation reste encore très restreint. Le taux de rediffusion est donc particulièrement élevé pour les chaînes hertziennes en clair. M6 multiplie les rediffusions avec un taux de films inédits limité à 15 % (43 % de ses diffusions correspondent à des films ayant enregistré plus de cinq passages à la télévision). Même chose pour France 3 avec un taux de films inédits de 32 %. Seule Canal+ présente un taux de diffusions inédites élevé à plus de 78 %.

### Répartition des diffusions des films d'animation selon le rang de diffusion sur la période 2000-2005

	TF1	France 2	France 3	Arte	M6	Canal+
1	3	3	9	7	7	65
2	0	1	4	4	8	9
3	0	0	2	1	7	5
4	0	0	4	0	5	3
5-9	0	0	7	0	12	1
Plus de 10	0	0	2	0	8	0
<b>Total</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>28</b>	<b>12</b>	<b>47</b>	<b>83</b>
Taux d'inédits (%)	100,0	75,0	32,1	58,3	14,9	78,3

Source : CNC-CSA

Toutefois, ces films confirment leur succès à la télévision : le film français *Astérix le Gaulois*, sorti en salles en 1967, occupe la 4<sup>ème</sup> place du classement des meilleures audiences, pour sa 11<sup>ème</sup> diffusion. Le top 10 ne compte que deux films récents : *Shrek* (américain) et *Kirikou et la sorcière* (français) diffusés sur TF1.

*Shrek* réalise le 4<sup>ème</sup> meilleur score dans le classement des meilleures audiences de TF1 en 2004, *Astérix et les indiens* arrive à la 9<sup>ème</sup> place sur France 3 en 2000, et *Astérix et la surprise de César* atteint la 8<sup>ème</sup> place dans le palmarès de M6 en 2003.

### Les 10 meilleures audiences des films d'animation (2000-2005)

	Titre	Chaîne	Date de diffusion	Heure de diffusion	Nombre de téléspectateurs
1	Shrek	TF1	26-10-2004	20h56	10 298 720
2	Astérix et les indiens	France 3	25-12-2000	20h53	5 122 570
3	Astérix et la surprise de César	M6	23-12-2003	20h50	4 470 480
4	Astérix le gaulois	M6	21-12-2004	20h54	4 421 440
5	Astérix chez les bretons	M6	28-12-2004	20h53	4 205 760
6	Les Douze Travaux d'Astérix	M6	28-12-2004	22h14	3 990 080
7	Astérix et le coup du menhir	M6	18-12-2005	20h52	3 962 880
8	Astérix et Cléopâtre	M6	23-12-2004	20h55	3 612 640
9	Chicken Run	TF1	23-12-2005	17h29	3 302 400
10	Kirikou et la sorcière	France 3	24-12-2001	17h06	3 065 880

Source : CNC-CSA-Médiamétrie

# XI. L'animation en vidéo

## A. L'animation dans le chiffre d'affaires des éditeurs

### Précisions méthodologiques

Le Syndicat de l'édition vidéo (SEV) mesure les recettes réalisées par les éditeurs de vidéogrammes et non les recettes finales effectuées auprès des consommateurs par les distributeurs (détaillants, grandes surfaces spécialisées, hypermarchés,...). Les données communiquées ici correspondent donc aux ventes en gros (hors taxes) des éditeurs à destination du marché de la vente et de celui de la location. Ces statistiques sont produites à partir des déclarations de recettes des éditeurs adhérant au SEV. Ces derniers réalisent environ 90 % du chiffre d'affaires du secteur (hors films pornographiques).

Pour la première fois depuis 1986, les membres du Syndicat de l'Édition Vidéo (SEV) connaissent une baisse de leur chiffre d'affaires avec 1,16 Md€ en 2005, contre 1,32 Md€ en 2004 (-12,0 %). Le DVD constitue l'essentiel du marché de l'édition vidéo : il génère 98,7 % du chiffre d'affaires en 2005. Près de 500 000 UMD sont commercialisés en 2005, générant 6,0 M€ de chiffre d'affaires et une part de marché émergente de 0,5 %.

Le marché de la location représente 5,6 % du chiffre d'affaires total de l'édition. Avec près de 2,3 millions d'unités disponibles à la location (2,0 millions en 2004), ce marché génère 64,7 M€ de chiffre d'affaires (60,5 M€ en 2004), soit une progression de 6,8 %.

### Evolution du chiffre d'affaires\* des éditeurs vidéo (M€)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Location	78	95,57	87,71	77,72	60,51	64,66
Vente	578	723,12	986,20	1 130,96	1 261,27	1 098,09
dont vente de DVD	216	415,10	714,09	942,78	1 192,30	1 083,36
et vente UMD						5,98
<b>Total</b>	<b>656</b>	<b>818,69</b>	<b>1 073,91</b>	<b>1 208,68</b>	<b>1 321,78</b>	<b>1 162,75</b>

Source : SEV

\*chiffre d'affaires hors taxes

Le cinéma draine la plus grande part des recettes de l'édition vidéo. Il représente les trois quarts des ventes de vidéogrammes. Sa part de marché décroît cependant régulièrement. Les ventes de films en vidéo génèrent 864,2 M€ en 2005, soit 13,0 % de moins qu'en 2004 (993,7 M€).

Les films d'animation représente 15,3 % du chiffre d'affaires éditeurs en 2005. Le poids des films d'animation français est en progression : 0,6 % en 2003, 0,3 % en 2004 et 1,0 % en 2005. La part des films d'animation étrangers est nettement plus importante : 12,1 % en 2003, 11,9 % en 2004 et 14,3 % en 2005.

### Répartition du chiffre d'affaires\* de vente des éditeurs vidéo (%)

	2002	2003	2004	2005
Longs métrages français	13,3	11,7	13,3	12,9
Longs métrages étrangers	52,4	51,8	49,7	46,2
Longs métrages d'animation français	1,0	0,6	0,3	1,0
Longs métrages d'animation étrangers	14,6	12,1	11,9	14,3
Hors film	18,7	23,8	24,8	25,7
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : SEV

\*chiffre d'affaires hors taxes

Les programmes « hors film » gagnent des parts de marché. En 2005, ils captent 25,7 % de l'ensemble des recettes de vente des éditeurs (24,8 % en 2004). Les programmes d'animation

génèrent 16,7 % des recettes du « hors film », contre 18,7 % en 2004. Sur ce segment, la part de marché des programmes français est également très faible : 2,5 % en 2005 (14,2 % pour les programmes étrangers).

#### Répartition du chiffre d'affaires de vente de hors film des éditeurs vidéo (%)

	2002	2003	2004	2005
Humour / musique	34,0	46,7	44,4	32,2
Fiction française	7,2	3,8	3,4	7,0
Fiction étrangère	17,7	17,8	24,7	31,8
Animation française	9,8	7,6	3,9	2,5
Animation étrangère	21,1	15,1	14,5	14,2
Autres programmes français	8,8	6,9	6,3	8,9
Autres programmes étrangers	1,4	2,1	2,9	3,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : SEV

\*chiffre d'affaires hors taxes

## B. Le marché de détail des films d'animation en vidéo

### précisions méthodologiques

Les résultats présentés ci-après sont issus du bilan vidéo GFK et du baromètre vidéo CNC-GFK réalisé par l'institut GFK à partir d'un panel de plus de 1 500 points de vente en France (grandes surfaces alimentaires, grandes surfaces spécialisées, vente par correspondance, en librairies, par Internet). Les ventes en kiosques et dans les stations services ne sont pas comprises dans le panel. Le taux de couverture du panel GFK est estimé à 90 % du marché total hors kiosques et stations services. Le segment de la location est exclu de ces analyses.

Ces données retracent par extrapolation l'ensemble des achats réalisés par les consommateurs.

A chaque support (VHS et DVD) est associé 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 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.

En 2005, les longs métrages d'animation enregistrent 15,3 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo, contre 12,5 % en 2004. *Shrek 2*, en tête des ventes en 2005, contribue largement à cette embellie. A noter que le succès des films en salles constitue une garantie particulièrement fiable de la réussite d'un film d'animation sur le marché de la vidéo. De plus, le calendrier des sorties a une forte incidence sur les parts de marché annuelles.

### Chiffre d'affaires des films en vidéo selon le genre

	Chiffre d'affaires (M€)			Parts de marché (%)	
	2004	2005	2005/2004	2004	2005
Fiction	1 027,39	827,07	-19,5%	87,1	82,8
Animation	147,35	153,13	+3,9%	12,5	15,3
Documentaire	4,88	18,78	+284,6%	0,4	1,9
<b>Total</b>	<b>1 179,62</b>	<b>998,98</b>	<b>-15,3%</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC – GFK

En 2005, 95,7 % du chiffre d'affaires des films d'animation sont assurés par la vente de DVD. Le poids de ce segment est en nette augmentation par rapport à 2004 (85,5 % du chiffre d'affaires de l'animation) mais inférieur à celui constaté sur le marché dans son ensemble (98,7 % du chiffre d'affaires total).

En termes de copies, le DVD représente 94,1 % des copies de films d'animation vendues, contre 83,6 % en 2004 (98,4 % en 2005 et 94,0 % en 2004 sur l'ensemble du marché de la vidéo).

L'animation capte 11,6 % des DVD vendus et 14,9 % du chiffre d'affaires sur le segment du DVD de l'ensemble des films.

Par contre, l'animation en VHS, qui ne représente que 4,3 % du chiffre d'affaires de l'animation (1,3 % sur le marché global), assure 51,4 % du chiffre d'affaires total de la VHS sur l'ensemble du marché. Ce support est encore très plébiscité par ce genre car les enfants, premiers consommateurs de films d'animation en vidéo, sont plus à l'aise avec un magnétoscope et donc avec une VHS.

### Résultats des films en vidéo selon le support

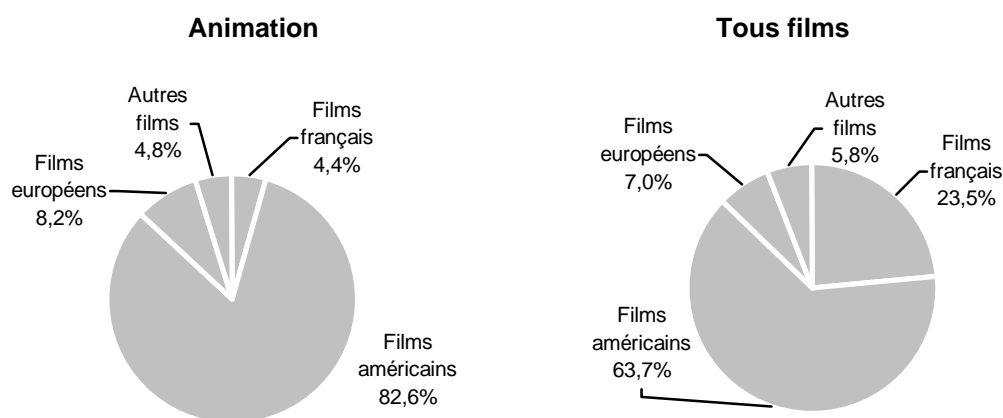
	Copies (millions)		Chiffre d'affaires (M€)	
	2004	2005	2004	2005
<b>Animation</b>				
VHS	1,27	0,45	21,42	6,57
DVD	6,46	7,27	125,94	146,57
<b>Total</b>	<b>7,73</b>	<b>7,72</b>	<b>147,35</b>	<b>153,13</b>
<b>Tous films</b>				
VHS	3,91	1,03	57,85	12,77
DVD	61,52	62,48	1 121,77	986,21
<b>Total</b>	<b>65,43</b>	<b>63,51</b>	<b>1 179,62</b>	<b>998,98</b>
<b>% du total</b>				
VHS	32,4	44,2	37,0	51,4
DVD	10,5	11,6	11,2	14,9
<b>Total</b>	<b>11,8</b>	<b>12,2</b>	<b>12,5</b>	<b>15,3</b>

Source : CNC – GFK

En légère diminution par rapport à 2004, les films américains captent 82,6 % du chiffre d'affaires de l'animation en 2005, contre 89,1 % l'année précédente.

A l'inverse, les films français sont nettement sous-représentés sur le marché de l'animation en vidéo : 4,4 % du chiffre d'affaires de l'animation, contre 23,5 % du chiffre d'affaires total (5,2 % et 21,5 % en 2004).

### Répartition du chiffre d'affaires en 2005



Source : CNC – GFK

En 2005, le chiffre d'affaires réalisé par les films d'animation français représente 2,9 % du chiffre d'affaires total des films français. L'animation reste très marginale au sein des films français. Toutefois, il convient de signaler la performance de *Pollux et le manège enchanté* (54<sup>ème</sup> au classement des meilleures ventes en vidéo toutes nationalités confondues et 14<sup>ème</sup> au classement des meilleures ventes de films français) et de la réédition de *Kirikou et la sorcière* (98<sup>ème</sup>, 20<sup>ème</sup>). En 2004, aucun titre d'animation français n'apparaissait dans le classement des 100 meilleures ventes toutes nationalités confondues.

96,4 % du chiffre d'affaires des films d'animation français sont réalisés par les ventes de DVD en 2005, contre 3,6 % par les ventes de VHS. Sur le marché de l'animation, les films nationaux captent 4,4 % du chiffre d'affaires du DVD et 3,4 % du chiffre d'affaires de la VHS.

A l'inverse des films français où le poids de l'animation dans le chiffre d'affaires total diminue, ce poids augmente sur les autres nationalités.

Ainsi, l'animation représente 21,9 % du chiffre d'affaires des films non américains et non européens en 2005, contre 4,3 % en 2004. La présence de *Kiki la petite sorcière* (films japonais) à la 85<sup>ème</sup> place

du classement des meilleures ventes en vidéo semble expliquer en partie les excellents résultats de ces films sur le marché.

A 10,5 % du chiffre d'affaires total des films européens, l'animation gagne 6,8 points par rapport à 2004.

Les films d'animation américains sont ceux qui enregistrent la hausse la plus faible, notamment parce que le poids de ce secteur dans le chiffre d'affaires total est déjà relativement élevé : 19,9 %. D'ailleurs, le 1<sup>er</sup> film au classement des meilleures ventes tous genres confondus est un film d'animation américain (*Shrek 2*) et 15 autres titres se classent parmi les 100 meilleures ventes dont 4 parmi les 10 meilleures ventes (*Les Indestructibles* – 4<sup>ème</sup>, *Bambi* – 7<sup>ème</sup> et *Gang de requins* – 10<sup>ème</sup>).

#### Chiffre d'affaires des films d'animation en vidéo selon la nationalité

	Chiffre d'affaires (M€)		% du total tous films	
	2004	2005	2004	2005
Films français	7,69	6,71	3,0	2,9
Films américains	131,32	126,48	18,3	19,9
Films européens	3,17	7,38	3,7	10,5
Autres films	5,18	12,56	4,3	21,9
<b>Total</b>	<b>147,35</b>	<b>153,13</b>	<b>12,5</b>	<b>15,3</b>

Source : CNC – GFK

57,8 % du chiffre d'affaires vidéo des hypermarchés et supermarchés est généré par les achats de films cinématographiques. Les films d'animation sont sur-représentés dans le chiffre d'affaires des hypermarchés et supermarchés : 19,3 %, contre 10,7 % dans les grandes surfaces spécialisées. L'achat d'œuvres d'animation dans les grandes surfaces alimentaires est souvent spontané et répond à une demande des enfants présents lors de l'achat.

#### Répartition du chiffre d'affaires des films selon le genre (%)

	GSA*		GSS**	
	2004	2005	2004	2005
Fiction	84,6	79,3	90,5	86,9
Animation	15,1	19,3	8,9	10,7
Documentaire	0,3	1,4	0,6	2,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC – GFK

\*grandes surfaces alimentaires ; \*\*grandes surfaces spécialisées

## C. L'animation : de la salle à la vidéo

### Les documents justificatifs permettent d'analyser les performances des films

Les éditeurs transmettent chaque semestre les documents justificatifs au CNC. Ces formulaires permettent de connaître, pour chaque œuvre cinématographique éditée, d'une part le nombre de copies vendues (VHS, laserdisques ou DVD), qu'elles soient destinées à la vente ou à la location, d'autre part le chiffre d'affaires net facturé. Il s'agit du chiffre d'affaires réalisé par les éditeurs à la commercialisation des œuvres et non du chiffre d'affaires final réalisé au niveau du marché de détail.

Le CNC ne dispose pas des résultats de l'ensemble des éditeurs. L'échantillon est toutefois représentatif et couvre 78,9 % des titres commercialisés en 2004. Pour la réalisation de cette étude, 1 817 films sortis pour la première fois en vidéo ont été analysés dont 82 films d'animation. Les 82 films d'animation regroupe 41 films américains, 18 films français, 8 films européens et 15 films d'autres nationalités dont 10 films japonais.

En moyenne, un film d'animation est édité sur 331 547 copies, soit 2,9 fois plus que la moyenne de l'ensemble des films. Un film d'animation réalise, en moyenne, 4,1 M€ de chiffre d'affaires en vidéo, contre 1,4 M€ en moyenne sur l'ensemble des films.

Les résultats moyens des films d'animation français sont très proches de la moyenne des films français tandis que ceux des films d'animation américains sont 3 fois plus élevés que la moyenne des films américains.

En moyenne, un film d'animation américain est édité sur 547 177 copies, soit 7,2 fois plus qu'un film français. Il enregistre 7,1 M€ de chiffre d'affaires tandis qu'un film français en réalise moins d'un million d'euros.

#### Résultats moyens selon la nationalité (€)

	Films français	Films américains	Films européens	Autres films	Total	Ratio FR/US
<b>Animation</b>						
Copies	75 954	547 177	238 302	98 604	<b>331 547</b>	7,2
Chiffre d'affaires	755 006,50	7 065 713,47	976 713,48	1 427 029,77	<b>4 054 921,02</b>	9,4
<b>Tous films</b>						
Copies	73 200	177 423	63 431	65 638	<b>114 861</b>	2,4
Chiffre d'affaires	816 689,49	2 196 465,15	707 777,47	963 140,50	<b>1 395 613,13</b>	2,7

Champ : films sortis pour la première fois en vidéo entre 2000 et 2004 et sortis en salles

Base totale : 1 817 films (78,9 % des titres commercialisés) / Base Animation : 82 films

Les films d'animation sont nettement plus performants en vidéo que la moyenne du marché. Les copies vidéo tous films confondus représentent 24,3 % des entrées salles, contre 32,3 % pour les copies de films d'animation. Le chiffre d'affaires vidéo s'élève à 53,6 % des recettes salles tous films confondus, contre 76,3 % pour l'animation.

Les films d'animation non américains et non européens sont d'autant plus performants que leur chiffre d'affaires vidéo est supérieur à leur recette salles (105,6 %).

Seul le ratio chiffre d'affaires vidéo / recettes salles des films d'animation européens est en deçà de la moyenne.

#### Comparatif salles/vidéo selon la nationalité (%)

	Films français	Films américains	Films européens	Autres films	Total
<b>Animation</b>					
Copies vidéo/entrées	23,4	31,9	49,2	35,9	<b>32,3</b>
CA vidéo/recettes salles	55,2	77,8	42,7	105,6	<b>76,3</b>
<b>Tous films</b>					
Copies vidéo/entrées	16,1	30,4	22,0	28,5	<b>24,7</b>
CA vidéo/recettes salles	32,0	67,1	44,0	73,6	<b>53,6</b>

Champ : films sortis pour la première fois en vidéo entre 2000 et 2004 et sortis en salles

Base totale : 1 817 films (78,9 % des titres commercialisés) / Base Animation : 82 films