

20.5 Audiovisuel

Après une baisse de 4,9 % en 2013, la fréquentation des salles de cinéma en France fait un bond de + 7,9 % en 2014, de 193,7 à 209,0 millions. L'année 2014 a été exceptionnelle pour le cinéma français, avec trois films aux trois premières places. Au total, les films français ont généré 91,3 millions d'entrées, en hausse de plus de 40 % par rapport à 2013. Leur part de marché s'établit ainsi à 44,4 %, leur plus haut niveau depuis 1984, pratiquement à égalité avec les films américains (45,4 %), dont la fréquentation a en parallèle sensiblement diminué (- 9,5 %).

En 2014, au sein de l'Union européenne, la France dispose du parc de salles le plus important et le plus dense avec 5 653 écrans, loin devant l'Allemagne (4 637), soit en moyenne 8,6 salles pour 100 000 habitants. Au total, le parc français se compose de 2 020 établissements, parmi lesquels 191 multiplexes, dont deux ouverts en 2014.

Le marché de la **vidéo à la demande (VàD)** renoue avec la croissance en 2014. Les ventes progressent de 3,8 %, pour atteindre 248,9 millions d'euros, hausse néanmoins insuffisante pour compenser la baisse subie en 2013. Le nombre de films téléchargés continue de progresser, de 7,9 % ; 12 811 films au total ont ainsi été téléchargés au moins une fois durant l'année. La vidéo physique, dont le chiffre d'affaires a diminué de plus de moitié en dix ans, capte encore 76,2 % du marché global en 2014. La baisse du chiffre d'affaires du **Blu-ray**, entamée en 2013, se confirme. Au

total, le marché de la vidéo a perdu près d'un tiers de sa valeur en quatre ans, la croissance de la VàD ne parvenant pas à compenser la désaffection pour les supports physiques.

La consommation de services de **télévision de rattrapage (TVR)** est en forte croissance en 2014, avec 3,7 milliards de vidéos vues. En parallèle, le chiffre d'affaires publicitaire de ces services progresse de 60 à 80 millions d'euros. Les chaînes nationales gratuites poursuivent l'extension de leur offre, qui représente désormais 58 % des programmes diffusés de 17 heures à minuit, en hausse de 2 points entre fin 2013 et fin 2014. L'usage des services de TVR continue de se diffuser ; 72 % des internautes ont regardé des programmes en TVR en 2014, soit trois points de plus qu'en 2013.

Après le rebond de 2013, le marché français de la musique enregistrée (marché physique et marché numérique) baisse de 7,0 % entre 2013 et 2014, de 493,2 à 458,6 millions d'euros. En six ans, le marché français a perdu un quart de sa valeur. Le marché physique, qui pour la première fois depuis 2002 avait progressé en 2013, chute de 11,5 %, à 325,3 millions d'euros. Les ventes numériques, en hausse de 6 %, renouent avec une forte croissance après une quasi-stabilité en 2013. Avec 133,3 millions d'euros, elles totalisent 29 % du marché. La croissance du marché numérique est soutenue par la forte augmentation des revenus issus du **streaming**, qui progressent de 34 %. ■

Définitions

Chiffre d'affaires des éditeurs vidéo : les dépenses des ménages en vidéo sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, la vente par correspondance et les ventes sur Internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques et dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location.

Télévision de rattrapage (TVR) : consiste à proposer aux téléspectateurs équipés et reliés, la rediffusion d'un programme peu de temps après sa première diffusion et généralement pendant une période de quelques jours.

Vidéo à la demande (VàD) : technique de diffusion de contenus vidéo numériques offerts ou vendus par les réseaux câblés, comme Internet ou les réseaux non câblés, comme la téléphonie 3G. La vidéo à la demande se développe depuis le début des années 2000 suite à l'explosion des accès très haut débit proposés aux particuliers.

Disque Blu-ray, Internet, streaming : voir rubrique « définitions » en annexes.

Pour en savoir plus

- « L'économie de la production musicale », Snep, édition 2015.
- « Bilan 2014 », Centre national du cinéma et de l'image animée, mai 2015.
- « La production audiovisuelle aidée en 2014 », Centre national du cinéma et de l'image animée, avril 2015.

Retrouvez le TEF sur www.insee.fr dans la collection « Insee Références »

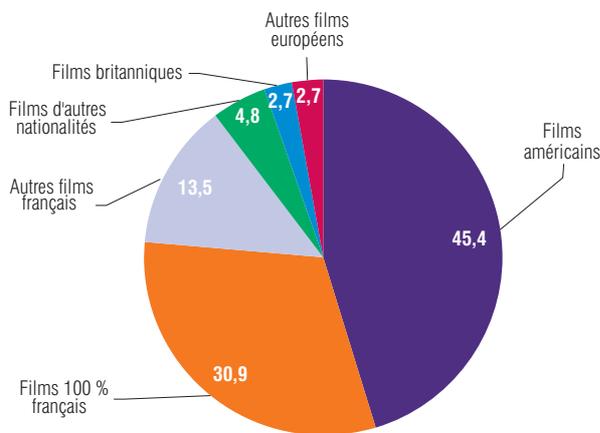
Production audiovisuelle aidée

	Volume		Devis	
	2014 en heures	14/13 en %	2014 en millions d'euros	14/13 en %
Animation	260	-20,1	178,1	-16,4
Documentaire	2 590	-16,2	398,7	-18,5
Fiction	748	-4,2	717,2	0,9
Magazine	254	-41,6	23,0	-35,6
Spectacle vivant	976	23,0	119,4	15,8
Total	4 828	-11,0	1 436,4	-7,5

Source : CNC.

Parts de marché selon la nationalité des films en 2014

en %



Note : parts de marché établies sur le nombre des entrées.
Source : CNC.

Marché de la musique

	2011	2012	2013	2014
Ventes en volume (en millions d'unités)				
Albums ¹	54,1	51,7	48,5	43,6
Singles ¹	43,9	44,6	40,7	32,1
Vidéomusicales	2,9	2,0	1,8	1,8
Total	100,9	98,3	91,0	77,5
Marché physique (en millions d'euros)²				
Albums	380,7	340,7	346,2	...
Singles	2,5	1,4	0,6	...
DVD	28,9	21,4	20,6	...
Autres	0,5	0,2	0,0	...
Total	412,6	363,7	367,4	325,3
Marché numérique (en millions d'euros)				
Téléchargement Internet	56,4	63,4	62,7	53,8
Sonneries, téléphonie mobile	14,4	9,5	9,0	7,0
Streaming et abonnements	39,8	52,1	54,1	72,6
Total	110,6	125,0	125,8	133,4

1. Magasins et plates-formes de téléchargement.

2. Ventes en gros H.T. nettes de remises.

Source : Snep.

Chiffre d'affaires des éditeurs vidéo

en millions d'euros

	Vidéo à la demande ¹	Vente		
		Total	DVD	Blu-ray
2008	53,2	1 382,4	1 331,0	51,5
2009	97,1	1 384,4	1 277,1	107,3
2010	152,0	1 385,4	1 211,7	173,7
2011	219,5	1 222,9	1 018,2	204,7
2012	251,7	1 116,0	891,9	224,1
2013 (r)	239,8	929,1	723,9	205,2
2014	248,9	797,9	609,7	188,2

1. Sur les plates-formes généralistes.

Source : CNC.

Production et exploitation cinématographiques

	1990	1995	2000	2011	2012 (r)	2013 (r)	2014 (p)
Production							
Nombre de films agréés par le CNC	146	141	171	272	279	270	258
dont films d'initiative française	106	97	144	207	209	209	203
Investissements totaux (en millions d'euros)	501	548	803	1 389	1 342	1 255	994
dont investissements français	350	406	665	1 063	1 026	983	797
Coût médian des films d'initiative française (en millions d'euros)	2,4	3,2	3,2	3,7	3,2	2,5	2,8
Exploitation							
Nombre d'établissements	2 300	2 119	2 172	2 033	2 035	2 026	2 020
Nombre d'écrans actifs	4 518	4 377	5 142	5 467	5 508	5 588	5 653
Entrées (en millions)	122	130	166	217	204	194	209
Recettes totales guichets (en millions d'euros)	583	690	894	1 375	1 306	1 251	1 333
Part de marché des longs métrages français (en % des entrées)	37,4	35,2	28,5	41,0	40,5	33,8	44,4

Source : CNC.

Panorama du cinéma dans quelques pays du monde en 2014

	Allemagne	Australie	Espagne	États-Unis	Italie	Japon	Royaume-Uni
Longs métrages produits ¹	234	59	224	481	...	1 184	154
Nombre d'écrans ²	4 637	1 995	3 694	40 158	3 917	3 364	3 947
Recettes guichet (en millions d'euros) ³	979,7	774,2	522,5	10 400,0	600,5	207,0	1 058,0
Part du cinéma national (en % des recettes) ⁴	26,7	2,4	25,5	...	27,8	58,3	25,9

1. Films nationaux sortis en Allemagne ; films distribués au Japon ; y c. films étrangers tournés dans le pays pour l'Australie.

2. Données 2012 pour l'Australie (nombre d'écrans).

3. En millions de livres sterling au Royaume-Uni, de dollars australiens en Australie, de dollars aux États-Unis (y c. Canada) et en milliards de yens au Japon.

4. En termes d'entrées en Allemagne, en Espagne et en Italie ; y c. les films produits à l'aide d'investissements américains pour le Royaume-Uni.

Source : CNC.