

20.5 Audiovisuel

Après une année 2014 exceptionnelle, la fréquentation des salles de cinéma en France demeure à un niveau élevé en 2015. Pour la sixième fois en dix ans, le seuil des 200 millions d'entrées est franchi, au dessus du niveau moyen des dix dernières années. Les films français cumulent 71,8 millions d'entrées en 2015, en recul de 21,4 % par rapport à 2014. Les films américains enregistrent pour leur part 105,2 millions d'entrées et atteignent un niveau historique de fréquentation.

En 2015, le nombre d'établissements actifs s'élève à 2 033, soit 13 de plus qu'en 2014. Le parc des salles actives en France est en augmentation à 5 741 salles. L'expansion du parc de multiplexes explique en partie les ouvertures de salles. Parmi les écrans actifs en 2015 figurent 102 circuits itinérants et deux écrans en plein air.

Le marché de la **vidéo à la demande (VàD)** en France s'inscrit dans une tendance à la hausse. Les ventes, en augmentation de 19,8 % par rapport à 2014, atteignent 317,6 millions d'euros en 2015. Le téléviseur reste le principal support de consommation de contenus en VàD : 80,3 % des ventes de VàD payante se font sur téléviseur, contre 19,7 % sur ordinateur. En 2015, plus de 67 000 références actives sont proposées ; le film représente 22 % de ces références.

Le marché de la vidéo physique représente 69,0 % du marché total de la vidéo. Il baisse de 6,3 points par rapport à 2014 au profit de

la vidéo à la demande. La part de cette dernière passe ainsi de 24,7 % en 2014 à 31,0 % en 2015. La dépense des ménages en vidéo physique recule pour la cinquième année consécutive. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont diminué de plus de moitié (- 57,4 %). Trois principaux facteurs peuvent expliquer le recul du marché : les changements d'usages de consommation de la vidéo (en télévision de rattrapage ou en vidéo à la demande), l'équipement limité des foyers français en lecteurs **Blu-ray** et le piratage.

La consommation de services de **télévision de rattrapage (TVR)** poursuit sa forte croissance. En 2015, 5,1 milliards de vidéos sont visionnées en TVR, contre 3,7 milliards en 2014. Les recettes publicitaires constituent la principale source de revenus des services de TVR. En 2015, le chiffre d'affaires publicitaire de ces services, en progression de 12,5 %, atteint 90 millions d'euros. Il a été multiplié par 3 entre 2011 et 2015.

En 2015, le marché français de la musique enregistrée (marché physique et marché numérique) fléchit de 4,7 %, à 543,0 millions d'euros. Le marché physique reste encore majoritaire dans le marché total. Il chute cependant de 15,9 %, à 273,7 millions d'euros. Les ventes numériques sont en hausse de 14,7 %. Avec 152,3 millions d'euros, elles totalisent 36 % du marché. Cette croissance est soutenue par la forte augmentation des revenus issus du **streaming** (+ 45 %) qui franchissent le seuil des 100 millions d'euros. ■

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 2016.
- « Bilan 2015 », Centre national du cinéma et de l'image animée, mai 2016.
- « La production audiovisuelle aidée en 2015 », Centre national du cinéma et de l'image animée, avril 2016.

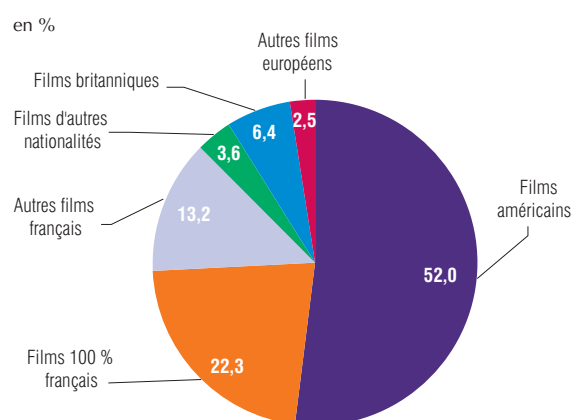
Retrouvez le TEF sur www.insee.fr dans la collection « Insee Références »

Production audiovisuelle aidée

	Volume		Devis	
	2015 en heures	15/14 en %	2015 en millions d'euros	15/14 en %
Animation	285	9,7	180,8	1,5
Documentaire	2 480	- 4,3	409,0	2,6
Fiction	743	- 0,7	638,9	- 10,9
Magazine	353	39,1	32,3	40,3
Spectacle vivant	1 082	10,8	125,2	4,9
Total	4 943	2,4	1 386,3	- 3,5

Source : CNC.

Parts de marché selon la nationalité des films en 2015



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

Marché de la musique

	2012	2013	2014	2015
Ventes en volume (en millions)	98,3	91,0	77,6	67,6
Albums ¹	51,7	48,5	43,4	40,3
Singles ¹	44,6	40,7	32,5	26,1
Vidéomusicales	2,0	1,8	1,7	1,2
Marché physique (en M€)²	363,7	367,4	325,3	273,7
Marché numérique (en M€)	125,0	125,8	132,8	152,3
Téléchargement internet	63,4	62,7	53,8	42,8
Sonneries, téléphonie mobile	9,5	9,0	6,9	5,2
Streaming et abonnements	52,1	54,1	72,1	104,3

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	1 277,0	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	239,8	929,1	723,9	205,2
2014 (r)	265,0	807,0	618,2	188,8
2015	317,6	707,6	536,4	171,2

1. Sur les plates-formes généralistes.

Source : CNC.

Production et exploitation cinématographiques

	1990	1995	2000	2012	2013 (r)	2014 (r)	2015 (p)
Production							
Nombre de films agréés par le CNC	146	141	171	279	269	258	300
dont films d'initiative française	106	97	144	209	208	203	234
Investissements totaux (en millions d'euros)	501	548	803	1 342	1 254	994	1 224
dont investissements français	350	406	665	1 026	982	797	970
Coût médian des films d'initiative française (en millions d'euros)	2,4	3,2	3,2	3,2	2,5	2,8	3,1
Exploitation							
Nombre d'établissements	2 300	2 119	2 172	2 035	2 026	2 020	2 033
Nombre d'écrans actifs	4 518	4 377	5 142	5 508	5 588	5 647	5 741
Entrées (en millions)	122	130	166	204	194	209	205
Recettes totales guichets (en millions d'euros)	583	690	894	1 306	1 251	1 333	1 331
Part de marché des longs métrages français (en % des entrées)	37,4	35,2	28,5	40,5	33,8	44,4	35,5

Source : CNC.

Panorama du cinéma dans quelques pays du monde en 2015

	Allemagne	Chine	Espagne	États-Unis	Italie	Japon	Royaume-Uni
Longs métrages produits ¹	236	838	255	501	...	1 136	124
Nombre d'écrans	4 692	31 627	3 588	40 547	3 752	3 437	4 085
Recettes guichet (en millions de devises) ²	1 167	6 770	573	11 100	665	217 100	1 240
Part du cinéma national (en % des recettes) ³	27,5	61,6	19,1	...	21,4	55,4	44,5

1. Films nationaux à 100 % en Chine ; hors documentaires et productions de budget < à 1 M\$ aux États-Unis ; films distribués au Japon.

2. Euros sauf Royaume-Uni (livres sterling), États-Unis et Chine (dollars) et Japon (yens).

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

Note : États-Unis y c. Canada pour les entrées et les recettes.

Source : CNC.

Avertissement

Sauf mention contraire, les données nationales se réfèrent à la France métropolitaine et aux cinq départements d'outre-mer (sauf mention contraire Mayotte est inclus dans les données de la France). Le terme République française concerne la France et les collectivités d'outre-mer.

Les données chiffrées sont parfois arrondies (selon les règles mathématiques). Le résultat arrondi d'une combinaison de données chiffrées (qui fait intervenir leurs valeurs réelles) peut se trouver légèrement différent de celui que donnerait la combinaison de leurs valeurs arrondies.

Les comparaisons internationales s'appuient en général sur les données issues d'organismes internationaux (Eurostat, ONU, etc.) qui peuvent diverger des sources produites par les instituts nationaux de statistiques, notamment pour l'Insee, pour les données françaises. En effet, ces organismes effectuent souvent des ajustements de champ ou de méthode, d'ampleur souvent réduite, afin de produire des données comparables d'un pays à l'autre.

Sauf précision contraire, les indicateurs relatifs à l'Union européenne (UE) figurant dans cet ouvrage portent sur l'UE à 28.

Signes conventionnels utilisés

///	Absence de résultat due à la nature des choses
...	Donnée non disponible
e	Donnée estimée
n.s.	Donnée non significative
p	Donnée provisoire
r	Donnée révisée par rapport à l'édition précédente
€	Euro
k	Millier
M	Million
Md	Milliard

Les clés des Tableaux de l'économie française

Numéro du thème

et de la double page

11.4 Prix à la consommation

Les mots en gras et en couleur sont définis plus bas ou dans la rubrique « Définitions » en annexes

Une présentation synthétique sur chaque double-page

Des définitions pour comprendre les concepts clés de la double page

Toutes les définitions sont regroupées dans la rubrique « Définitions » en annexes

Des publications téléchargeables gratuitement pour approfondir le sujet
Adresses des sites Internet à retrouver dans la rubrique « Adresses utiles » en annexes

Après trois ans de ralentissement, la variation de l'**indice des prix à la consommation (IPC)** devient nulle en moyenne annuelle entre 2014 et 2015, pour la première fois depuis soixante ans. Cette relative inertie masque des évolutions contraires avec, d'une part des baisses marquées comme les prix de l'énergie et, dans une moindre mesure, des produits manufacturés, et d'autre part des hausses de prix notamment dans les services et un renchérissement des produits alimentaires. De même, les tendances ont évolué en cours d'année : orienté à la baisse en début d'année (– 0,4 % en janvier), le taux d'**inflation** mesuré par la variation sur un an en fin d'année de l'IPC se redresse pour s'établir à + 0,2 % fin 2015. Mesuré à partir de l'**indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)**, il suit le même mouvement en France et dans l'ensemble de la zone euro. L'indicateur d'**inflation sous-jacente** qui exclut les composantes les plus volatiles de l'indice des prix à la consommation (énergie, produits frais et mesures fiscales) augmente davantage en cours d'année, quant à lui, pour s'établir à + 0,9 % fin 2015.

Engagée à partir du 2nd semestre 2014, la chute des produits pétroliers se poursuit en 2015. Comme en 2014, cette baisse est plus marquée pour les combustibles liquides (– 17,6 % sur un an, fin 2015) que pour les carburants (– 9,3 % pour le gazole, – 6,7 % pour l'essence fin 2015), du fait des écarts de taxation sur ces produits. De même, les prix du gaz se contractent en 2015

(– 7,2 % fin 2015). *A contrario* ceux de l'électricité poursuivent leur hausse (+ 4,2 %).

En 2015, la baisse des prix des produits manufacturés se prolonge avec toutefois des évolutions assez différentes selon les produits. Ainsi, les reculs des prix des médicaments et des produits pharmaceutiques s'accroissent (– 3,9 % fin 2015, après – 2,9 % fin 2014), en raison des mesures de maîtrise des dépenses de santé. En outre, les prix des articles d'habillement et des chaussures se replient légèrement (– 0,2 % fin 2015, contre + 0,3 % fin 2014).

Même s'ils ont ralenti, les prix des services restent relativement dynamiques en 2015 (+ 1,2 % en moyenne, après + 1,7 % en 2014, année au cours de laquelle ils avaient été tirés à la hausse par les relèvements de taux de TVA). En 2015, les loyers, pour la plupart indicés sur les évolutions de l'inflation, augmentent modérément. De plus, les prix des services de transport sont globalement en baisse. En revanche, les prix des services postaux accélèrent nettement en moyenne (+ 8,9 %, après + 4,1 % en 2014) tandis que ceux des télécommunications se redressent (+ 0,6 %, après – 0,1 %).

En 2015, les prix de l'alimentation augmentent en moyenne de 0,4 % (après un recul de 0,8 % en 2014) du fait du rebond des prix des produits frais (+ 5,3 % en moyenne en 2015, après – 4,1 % l'année précédente). Hors produits frais, les prix de l'alimentation diminuent de 0,2 % en moyenne en 2015. ■

Définitions

Indice des prix à la consommation (IPC) : instrument de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages. C'est une mesure synthétique de l'évolution de prix des produits, à qualité constante. Il est publié chaque mois au *Journal Officiel*. L'indice des prix hors tabac sert à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères et aussi à revaloriser le Smic. L'indice retenu pour le Smic est celui des « ménages du 1^{er} quintile de la distribution des niveaux de vie, hors tabac ». Voir la suite de cette définition dans la rubrique « Définitions » en annexes.

Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH), inflation, inflation sous-jacente : voir rubrique « Définitions » en annexes.

Pour en savoir plus

- « En décembre 2015, le prix du pétrole chute à nouveau », *Informations rapides* n° 12, Insee, janvier 2016.
- « Indice des prix à la consommation – moyennes annuelles 2014 et 2015 », *Informations rapides* n° 6, Insee, janvier 2016.
- « Décembre 2015 – Le taux d'inflation annuel de la zone euro en hausse à 0,2 % », *Communiqué de presse* n° 12, Eurostat, janvier 2016.
- Indices et séries statistiques (www.insee.fr).

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

Une orientation vers le site www.insee.fr sur lequel vous trouverez l'ouvrage en ligne ainsi que les données mises à jour au fur et à mesure de leur disponibilité en attendant la prochaine édition papier

Titre de la double-page

Prix à la consommation 11.4

Évolution de l'indice des prix à la consommation par fonction de consommation en 2015

en %

Unité

Fonction de consommation	Pondération ¹ 2015	Évolution 15/14		Fonction de consommation	Pondération ¹ 2015	Évolution 15/14	
		Moyenne annuelle	Glissement déc. à déc. ²			Moyenne annuelle	Glissement déc. à déc. ²
Ensemble (y c. tabac)	10 000	0,0	0,2	Transport	1 504	-1,5	-1,1
Ensemble (hors tabac)	9 801	0,0	0,0	Achats de véhicules	335	0,8	1,9
Alimentation, boissons non alcoolisées	1 495	0,4	0,5	Utilisation de véhicules personnels	890	-3,0	-2,2
Produits alimentaires	1 360	0,5	0,6	Services de transport	279	0,9	-1,1
Boissons non alcoolisées	135	-0,5	-0,6	Communications	257	0,4	1,0
Boissons alcoolisées et tabac	367	0,6	0,6	Services postaux	18	8,9	8,8
Boissons alcoolisées	168	0,9	1,1	Matériel de téléphonie et de télécopie	19	-11,3	-8,8
Tabac	199	0,3	0,3	Services de téléphonie et de télécopie	220	0,6	1,2
Habillement et chaussures	451	-0,9	-0,2	Loisirs et culture	792	0,2	0,9
Habillement	350	-1,2	-0,3	Équipements audio-visuels, photo et informatiques	136	-4,3	-1,7
Chaussures y c. réparation	101	0,3	0,0	Autres biens durables (loisirs)	33	0,7	1,4
Logement, chauffage, éclairage	1 441	0,4	-0,2	Autres articles et équip. de loisirs	209	-0,1	0,7
Loyers d'habitation	609	0,6	0,5	Services récréatifs et culturels	245	1,7	1,1
Entretien et réparation courante du log.	146	1,3	1,1	Presse, livres et papeterie	141	2,1	2,5
Distribution d'eau et autres services	188	1,5	1,5	Voyages touristiques tout compris	28	1,2	5,4
Chauffage, éclairage	498	-0,6	-2,0	Éducation	23	1,5	1,2
Meubles, équip. ménager, entretien maison	579	0,0	0,5	Hôtellerie, cafés, restaurants	797	1,4	1,6
Meubles, tapis, revêtements de sol	159	0,1	0,4	Restauration et cafés	613	1,3	1,3
Articles de ménage en textile	42	0,7	1,7	Services d'hébergement	184	1,7	2,9
Appareils ménagers	86	-1,5	-0,6	Autres biens et services	1 286	1,2	1,2
Verrerie, vaisselle, ustensiles de ménage	63	0,2	1,4	Soins personnels	290	-0,2	0,1
Outillage pour la maison et le jardin	56	0,6	0,2	Effets personnels (non définis ailleurs)	115	0,8	1,0
Entretien courant de l'habitation	173	0,1	0,6	Protection sociale	434	1,6	1,4
Santé	1 008	-1,2	-1,4	Assurances	250	2,6	2,9
Médicaments et produits pharmaceutiques	441	-3,4	-3,9	Services financiers	67	0,7	0,7
Médecine non hospitalière	567	0,5	0,5	Autres services	130	1,0	0,7

Champ, source, notes de lecture, précisions sur les données en bas de chaque tableau ou graphique

1. Les pondérations de l'indice sont calculées chaque année à partir de la consommation des ménages au sens de la comptabilité nationale.
2. Évolution de l'indice de décembre 2015 par rapport à l'indice de décembre 2014.
Note : base 100 en 2015.
Champ : ensemble des ménages.
Source : Insee, indice des prix à la consommation.

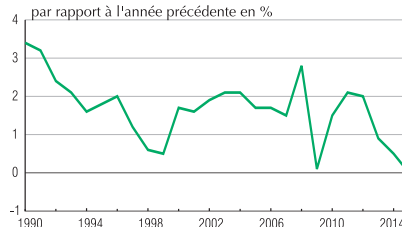
Quelques hausses et baisses de prix en 2015

glissement annuel de déc. à déc. en %

Hausses	15/14	Baisses	15/14
Pommes de terre	+ 9,4	Combustibles liquides	-17,6
Services postaux	+ 8,8	Gazole	-9,3
Fruits de mer surgelés	+ 7,1	Matériel de téléphonie et de télécopie	-8,8
Poissons frais	+ 7,0	Sucre	-8,1
Fruits secs et fruits à coque	+ 5,8	Appareils photo et caméras	-7,3
Transport maritime de passagers	+ 5,5	Gaz	-7,2
Centres de vac., camping, auberges de jeunesse et héberg. similaires	+ 5,4	Transport combiné de passagers	-6,9
Forfaits touristiques	+ 5,4	Essence	-6,7
Fruits frais	+ 5,4	Produits pharmaceutiques	-4,9
Journaux et publications périodiques	+ 4,7	Transport aérien de passagers	-4,0

Note : évolution de l'indice de décembre 2015 par rapport à l'indice de décembre 2014.
Source : Insee, indice des prix à la consommation.

Évolution de l'indice des prix à la consommation de 1990 à 2015



Note : la variation annuelle de l'indice des prix à la consommation est l'évolution de l'indice moyen annuel. Cet indice est la moyenne arithmétique des douze indices mensuels.
Source : Insee, indice des prix à la consommation.

Évolution des indices des prix à la consommation harmonisés dans la zone euro et dans l'UE en 2015

glissement annuel de déc. à déc. en %

	15/14		15/14
Allemagne	0,2	Lettonie	0,4
Autriche	1,1	Lituanie	-0,2
Belgique	1,5	Luxembourg	0,9
Chypre	-0,6	Malte	1,3
Espagne	-0,1	Pays-Bas	0,5
Estonie	-0,2	Portugal	0,3
Finlande	-0,2	Slovaquie	-0,5
France	0,3	Slovénie	-0,6
Grèce	0,4	Zone euro	0,2
Irlande	0,2	UE	0,2
Italie	0,1		

Note : évolution de l'indice de décembre 2015 par rapport à l'indice de décembre 2014.
Source : Eurostat.

Des données de cadrage européennes ou mondiales