



Le Bilan 2019 du CNC

mai 2020

Direction des études, des statistiques et de la prospective du CNC



Quels enseignements du bilan 2019 du CNC ?

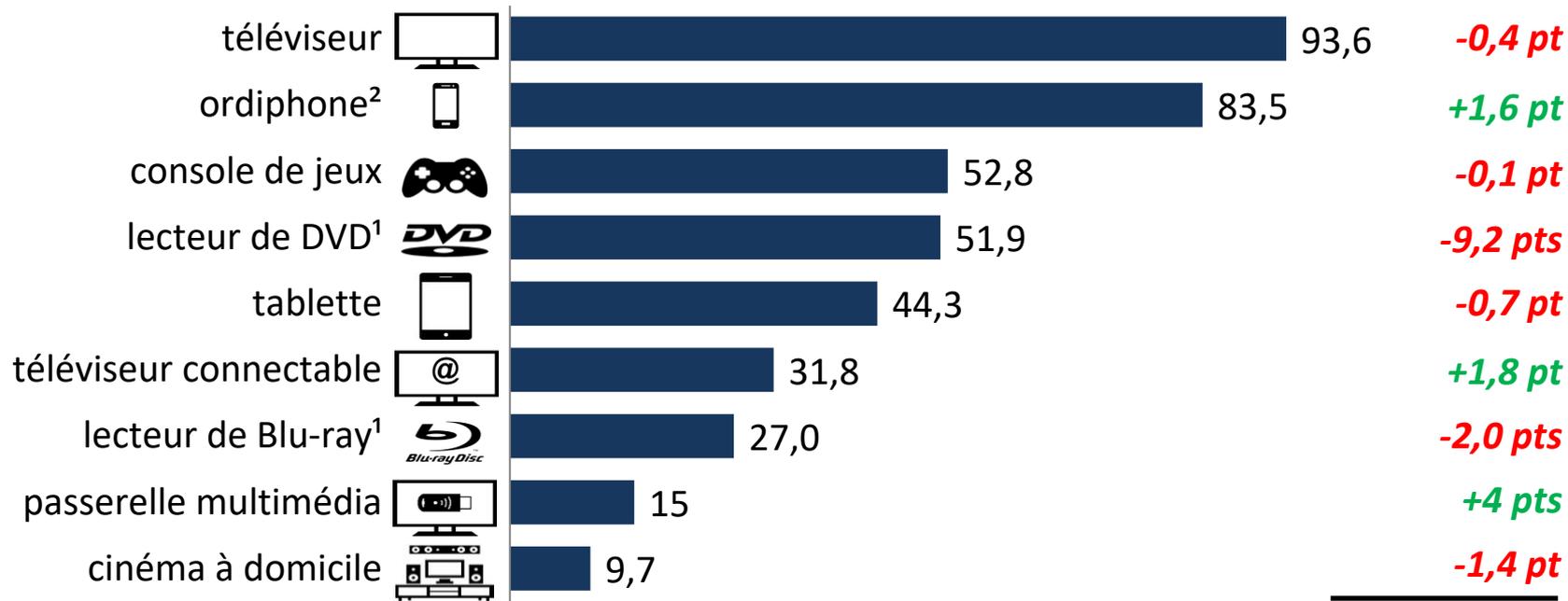
- Dynamisme de la consommation audiovisuelle des ménages
- Dans un environnement concurrentiel renforcé, la salle de cinéma conserve son attraction :
 - troisième plus haut niveau de fréquentation depuis 1966
 - élargissement du public du cinéma
 - un parc de salles toujours en progression
- Une consommation télévisuelle en recul sur toutes les tranches d'âge
- Une forte croissance de la consommation délinéarisée : VàDA, TVR, jeu vidéo sur mobile



Equipement audiovisuel & Consommation vidéo



Taux d'équipement des foyers français en 2019 (%)



évolution sur un an

¹ Tous types confondus (lecteur de salon, console de jeux, ordinateur, etc.).

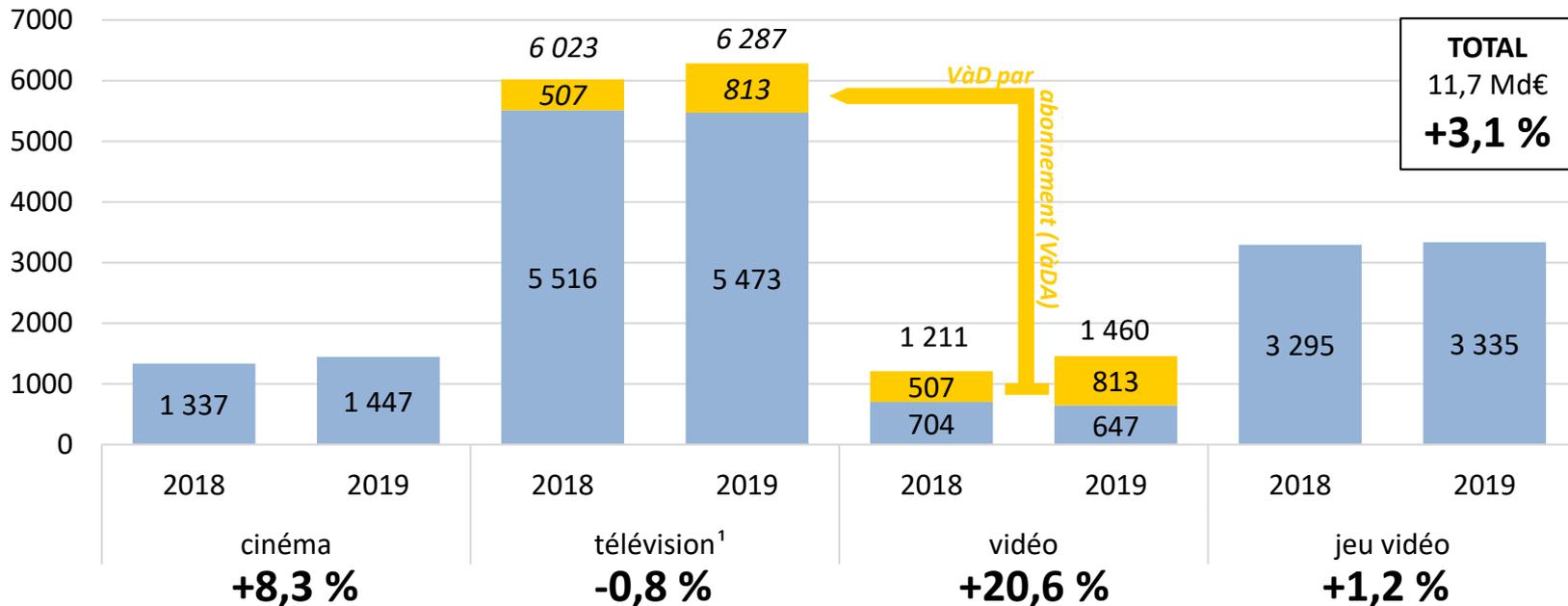
² % des individus de 11 ans et plus.



La télévision, 1^{er} poste de dépenses

- La consommation cinéma des foyers français atteint son plus haut niveau historique.

Les dépenses en programmes audiovisuels des Français (M€)



¹ Abonnement TV + part télévisuelle de la CAP

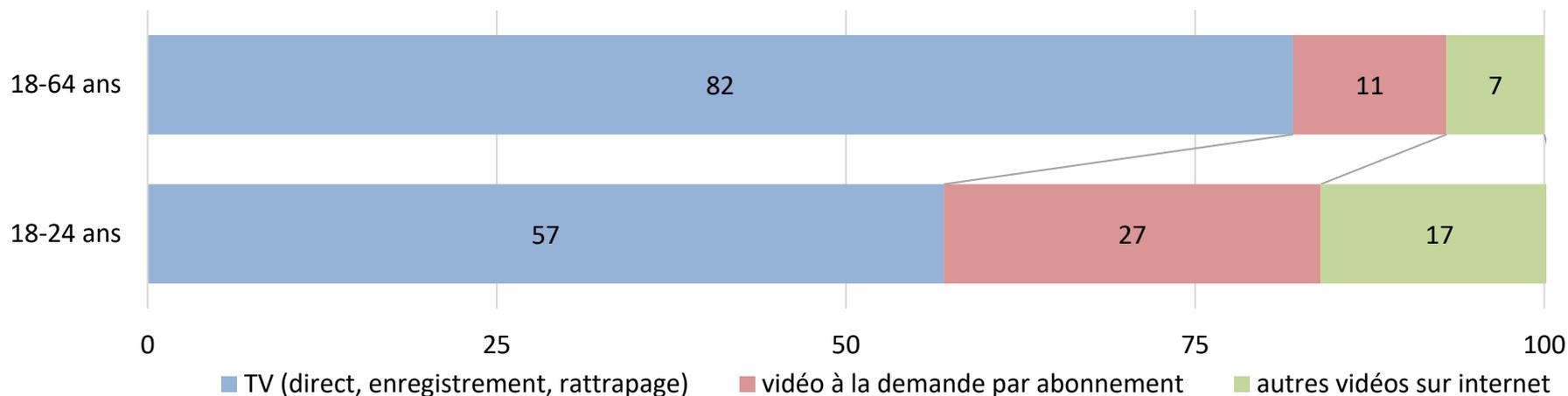
+4,4 % VàDA incluse



Prépondérance des TV dans la consommation vidéo

- Les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale des Français.
- La consommation à la demande (quel que soit le type de service) représente au total 36 % de la consommation vidéo des 18-64 ans et 62 % de celle des 18-24 ans.

Répartition de la consommation vidéo en France selon le type de service (%)¹



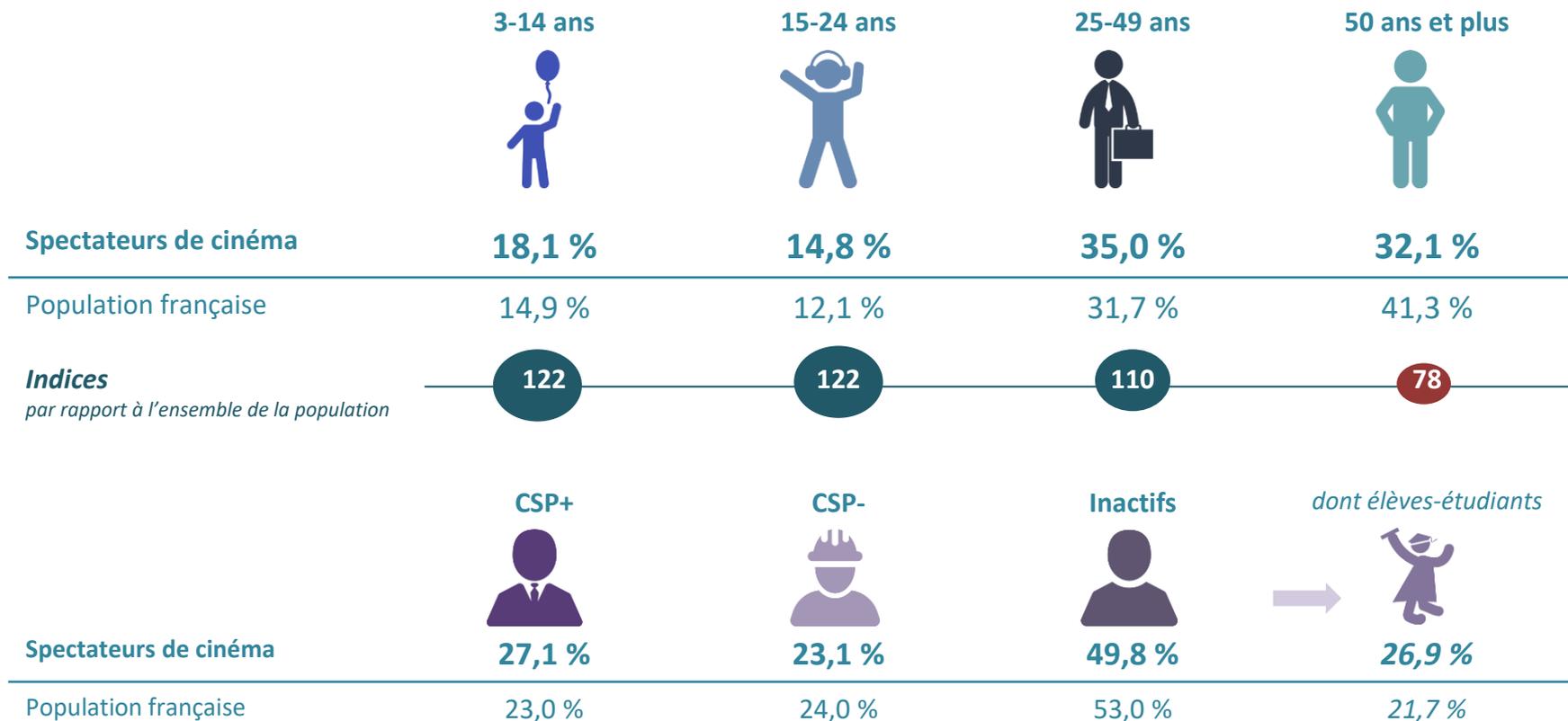
¹ En durée d'écoute, sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), au 3^e trimestre 2019.



Public du cinéma
&
Fréquentation des salles



Qui va au cinéma en 2019 ?



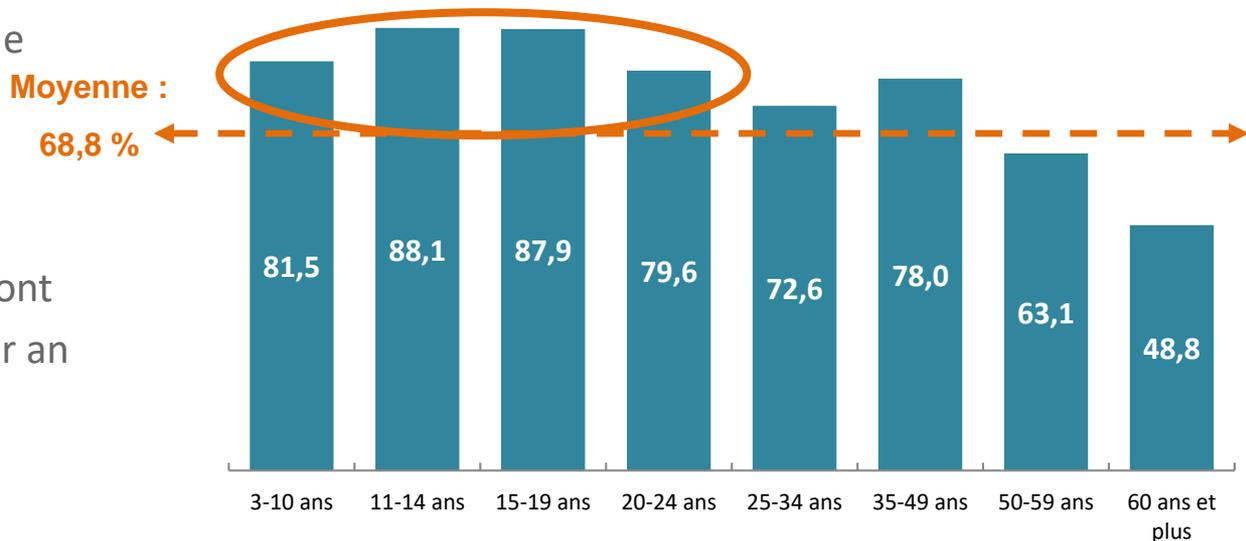
Quelle pénétration par tranche d'âge ?

- Le cinéma : un loisir qui demeure répandu chez les jeunes

- Progression des spectateurs de moins de 25 ans (+ 5 %) en 2019

- **83,8 %** des moins de 25 ans vont au cinéma au moins une fois par an en 2019

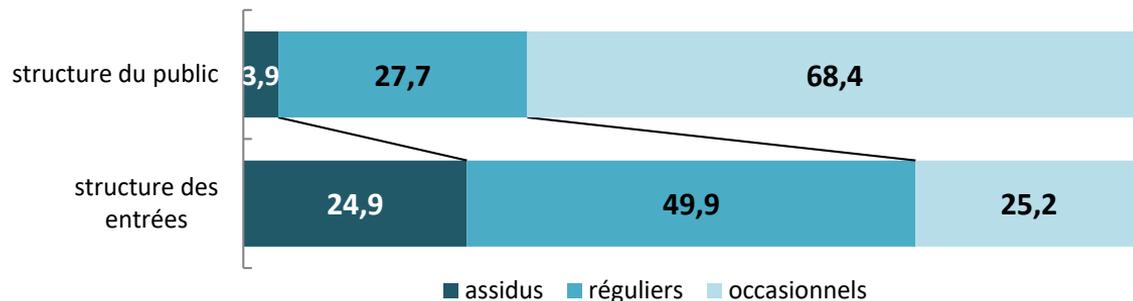
Pénétration du cinéma selon l'âge en 2019 (%)



Quelles habitudes de fréquentation ?

- La part des occasionnels se réduit en 2019 pour composer **68,4 %** du public de l'année et **25,2 %** de la fréquentation

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2019 (%)



- La fréquentation des occasionnels s'appuie sur des films touchant un large public tels que :



48,3 %
d'occasionnels



48,1 %
d'occasionnels



45,3 %
d'occasionnels

Quel public pour quels films ?

- En 2019, plus de 60 % du public des films français a 50 ans ou plus
- Mais certains films français ont un réel impact sur les jeunes :



55,9 %
de -25 ans



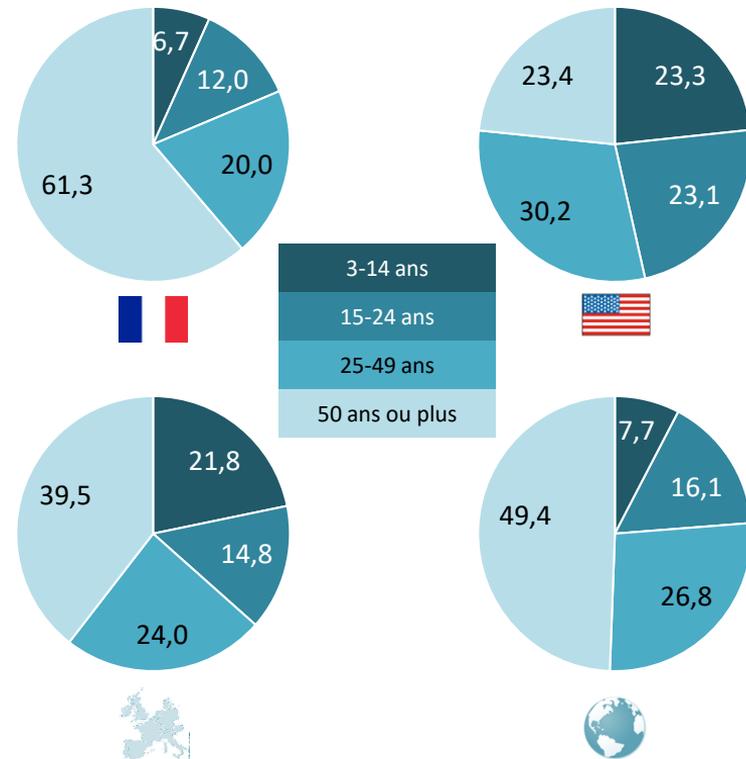
54,8 %
de -25 ans



41,6 %
de -25 ans

- **46,5 %** des spectateurs de films américains ont moins de 25 ans

Public des films selon la nationalité en 2019 (%)

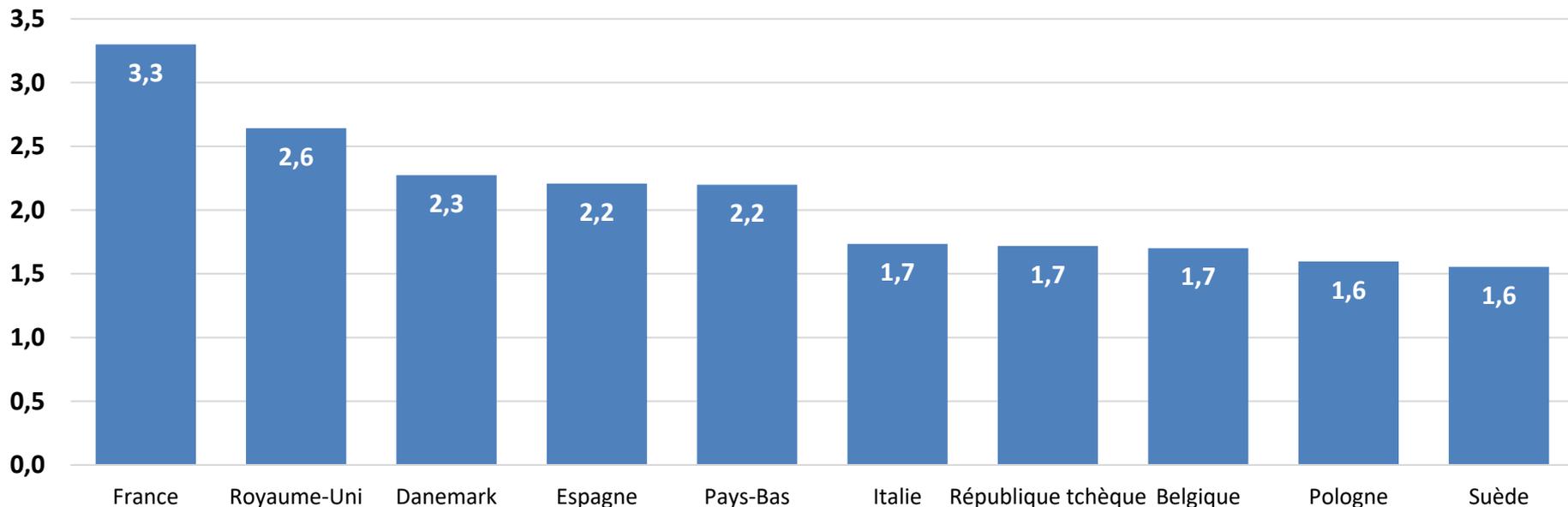




En France : une grande appétence pour le cinéma

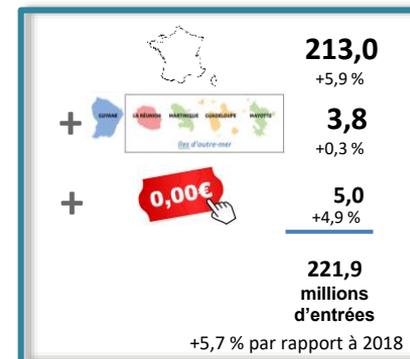
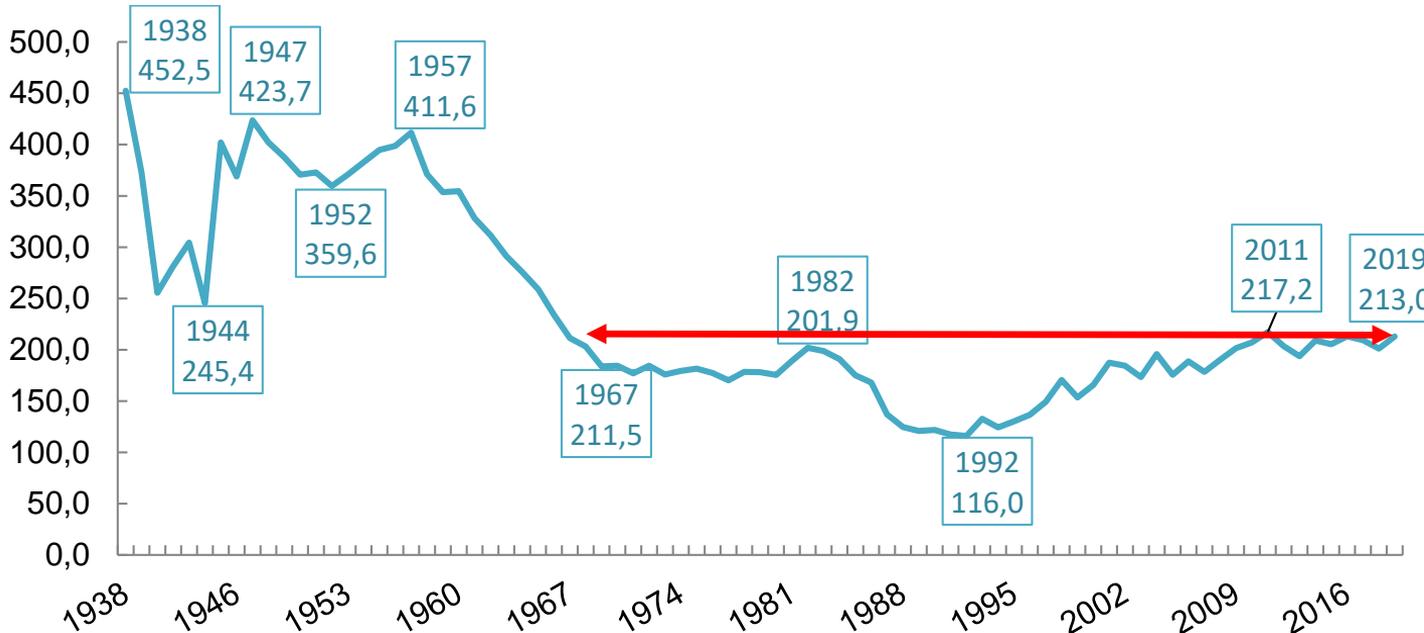
- Les Français vont davantage au cinéma que leurs homologues européens.

Indices de fréquentation en 2019 (entrées par habitant)

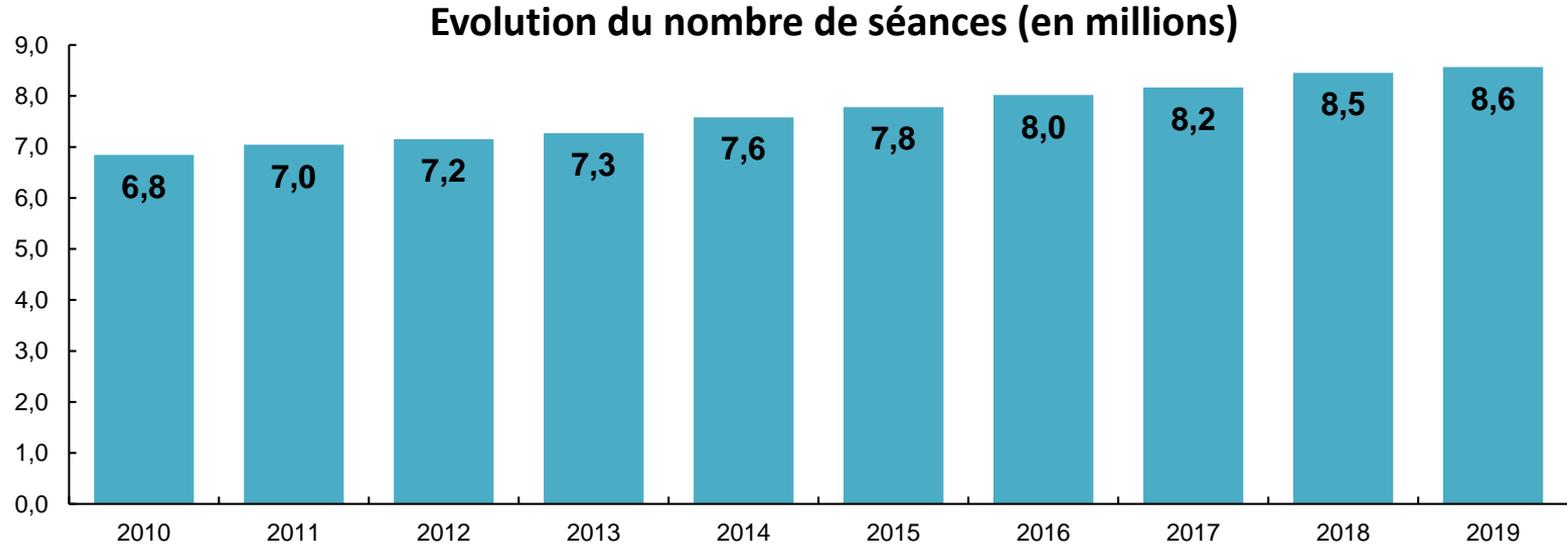


- 2019 : 6^{ème} année consécutive au-dessus de 200 millions

(millions d'entrées)



- Un nombre de séances toujours plus élevé : 8,6 millions (+1,4 %).
- En dix ans : + 25,2 % soit **1,7 million** de séances supplémentaires.

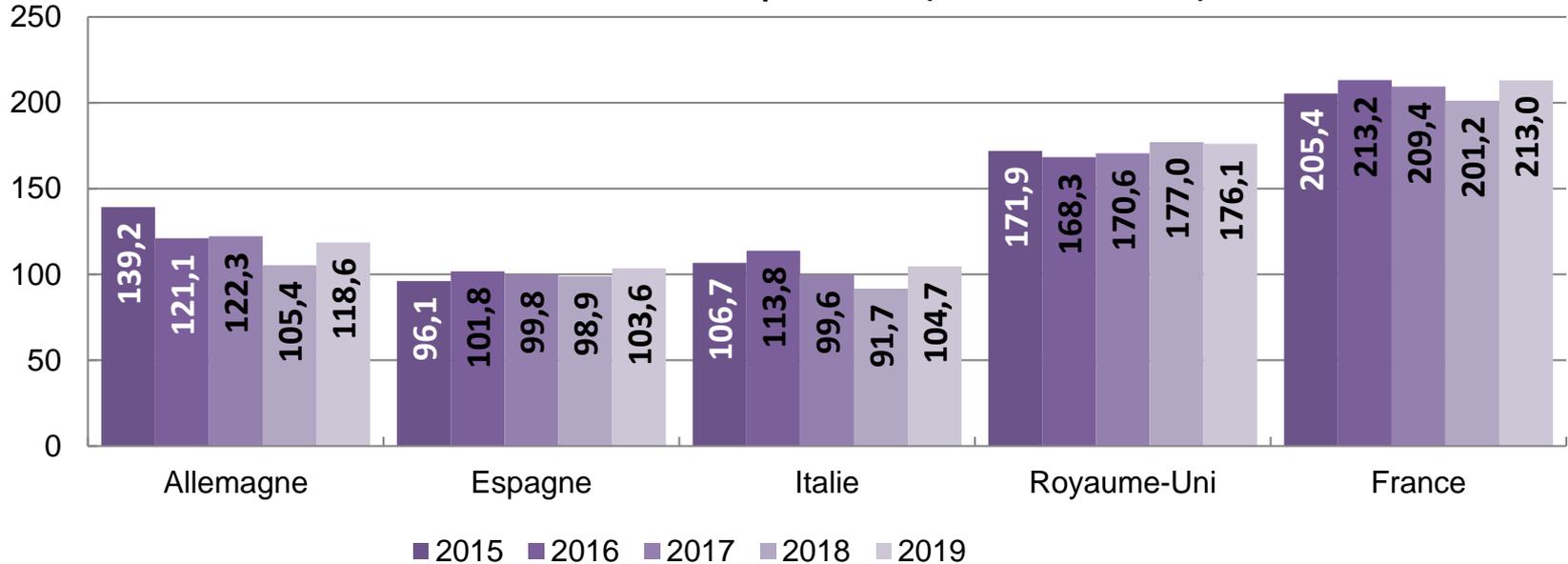




Quelle fréquentation en Europe ?

- Fréquentation en Europe : 1,1 milliard d'entrées en 2019 (+5,5 %).
- Le marché français est le premier marché de l'UE en termes d'entrées.

Evolution de la fréquentation (millions d'entrées)



Long métrage :
209,2 millions d'entrées
+6,1 %



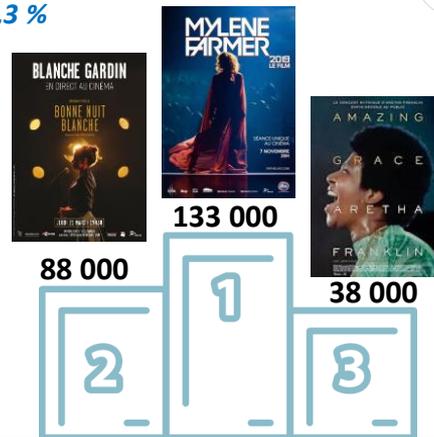
91,5 % des entrées réalisées par les films sortis en 2019

- Près de 35 % des entrées pour les films français

Court métrage :
2,9 millions d'entrées
-10,7 %



Hors film :
1,0 million d'entrées
+20,3 %

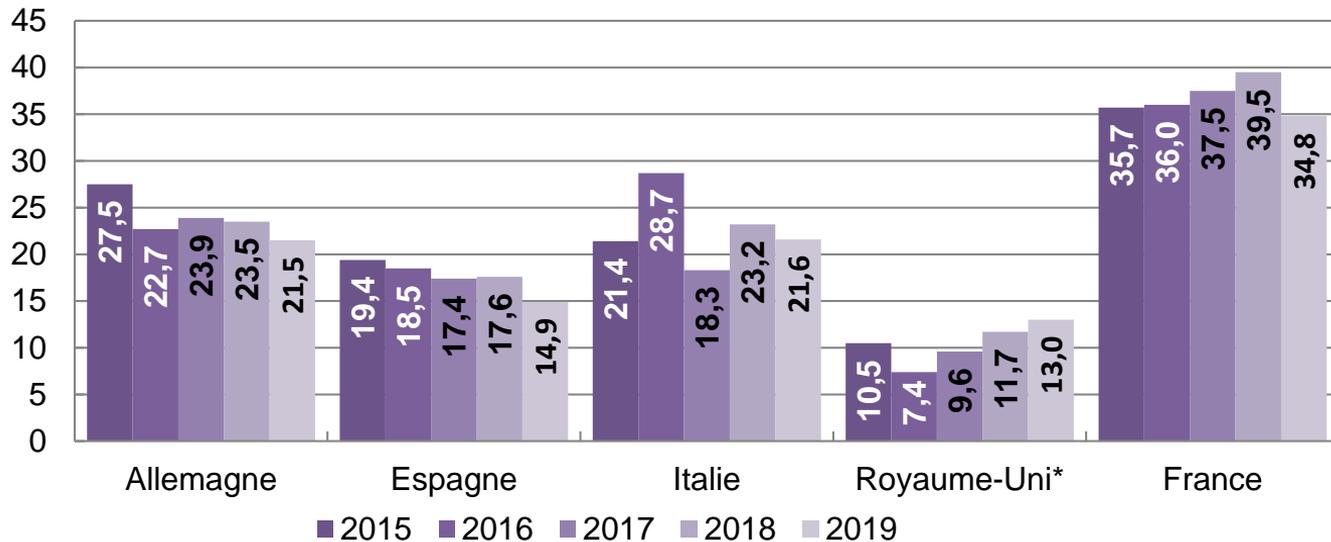




Quelle part de marché des cinématographies européennes ?

- En France : une part de marché nationale plus élevée que dans les autres grands marchés européens.

Parts de marché des cinématographies nationales (%)



Entrées 2019 des films nationaux sur leur marché domestique

Allemagne
25,5 millions

Espagne
15,4 millions

Italie
22,6 millions

Royaume-Uni**
22,9 millions

France
72,7 millions



35,2 millions d'entrées en VO
+3,9 %



1,97 million
(35,4 % de ses entrées totales)



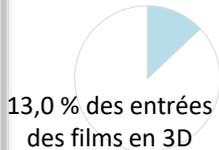
24 films
8,4 millions d'entrées 3D



1,63 million
(23,9 % de ses entrées totales)

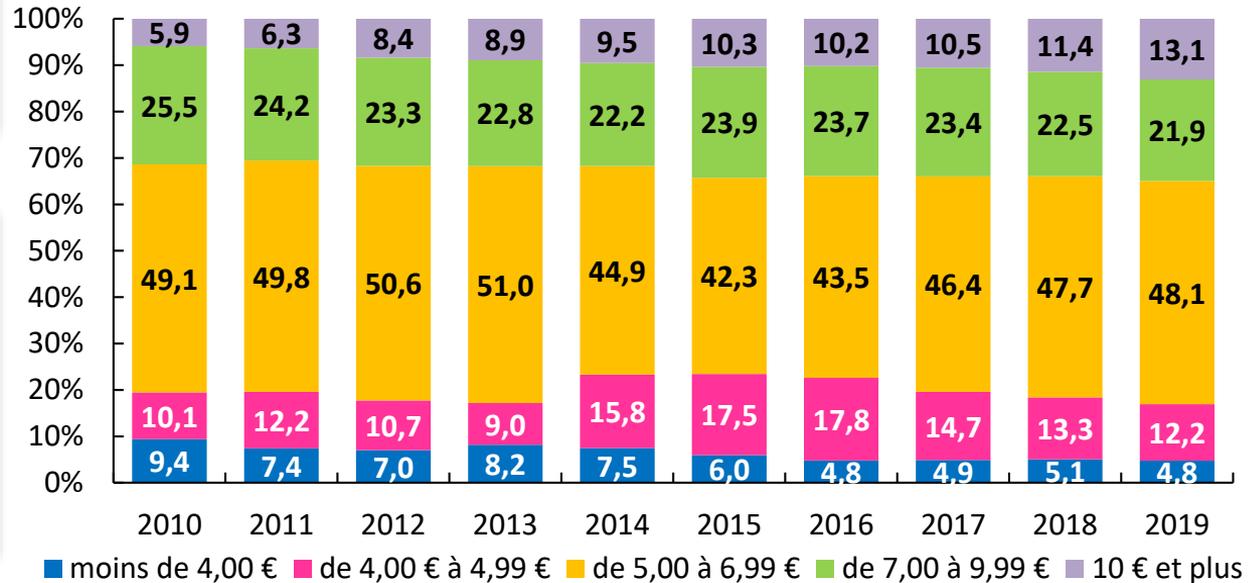


630 000
(30,9 % de ses entrées totales)



- 16,9 % des billets vendus à moins de 5€
- 7,3 % des entrées dans le cadre des cartes illimitées

Structure des entrées payantes selon le prix du billet (%)



- Dynamisme de la fréquentation dans les plus petites agglomérations.

Répartition des entrées selon les zones géographiques (%)

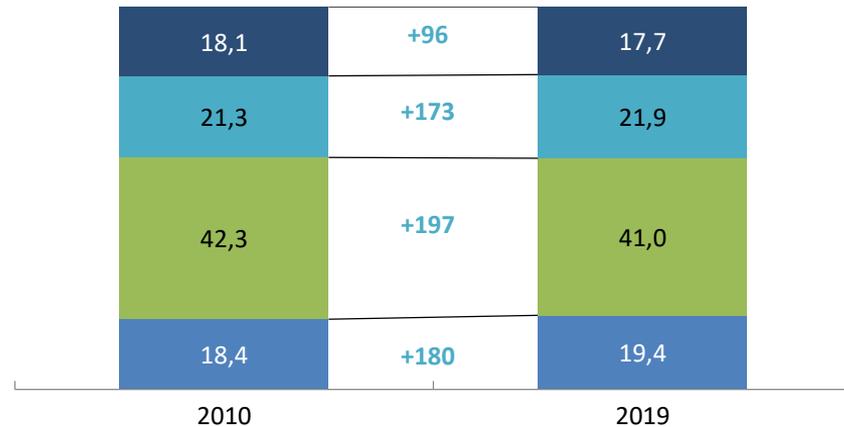
évolution en millions d'entrées



■ UU de moins de 20 000 hbts et zones rurales ■ UU de 20 à 100 000 hbts
■ UU de 100 000 hbts et plus ■ Ile-de-France

Répartition des écrans selon les zones géographiques (%)

évolution en nombre d'écrans



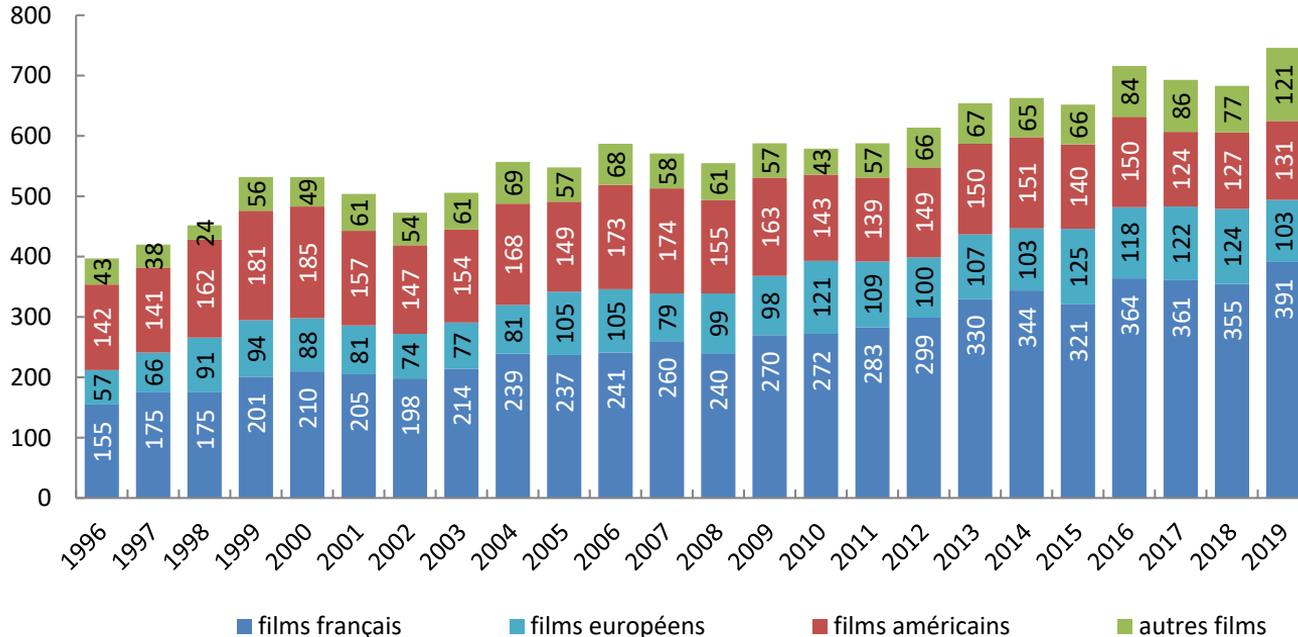
■ UU de moins de 20 000 hbts et zones rurales ■ UU de 20 à 100 000 hbts
■ UU de 100 000 hbts et plus ■ Ile-de-France



Offre de films
&
Parc de salles de cinéma

- Plus de la moitié des films en première exclusivité sont des films français.

Films inédits selon la nationalité



8 198 films exploités
+1,1 % par rapport à 2018



746 films inédits
+9,2 % par rapport à 2018



9,1 % des films exploités



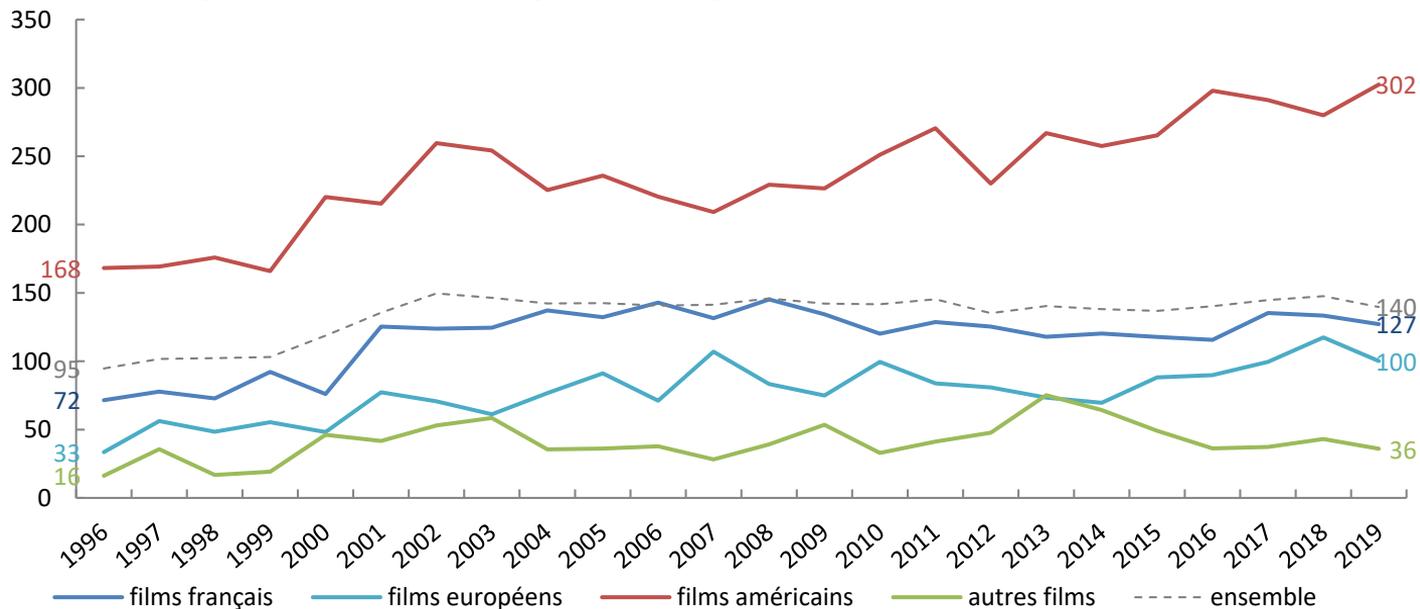
4 638 films Art et Essai
+2,1 % par rapport à 2018



56,6 % des films exploités

- En dix ans progression de **20,3 %** de l'exposition des films américains contre **+5,8 %** pour les films français.

Nombre moyen d'établissements par film en première semaine



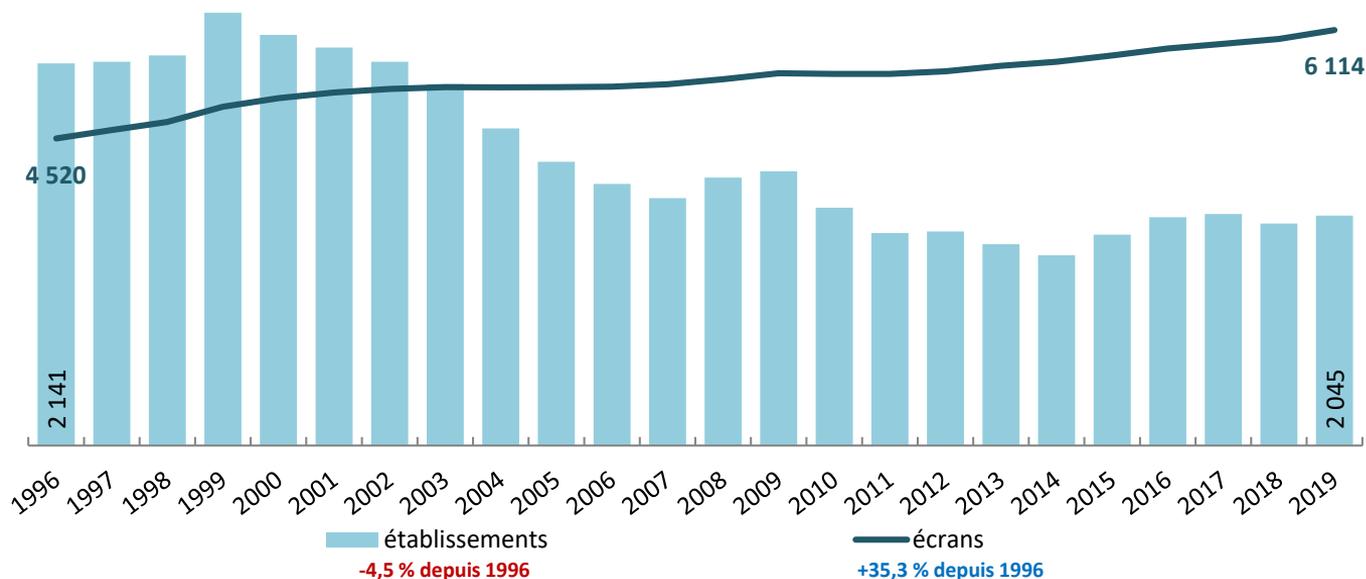
	140 établissements en première semaine
	84 établissements
	317 établissements
	22 établissements



Quelle évolution du parc de salles ?

- Progression régulière de la taille des cinémas
- En 2019, 3,0 écrans par établissement

Nombre d'établissements et d'écrans actifs



1 140 999 fauteuils
+20,0 % par rapport à 1996

558 fauteuils par établissement
+25,6 % par rapport à 1996

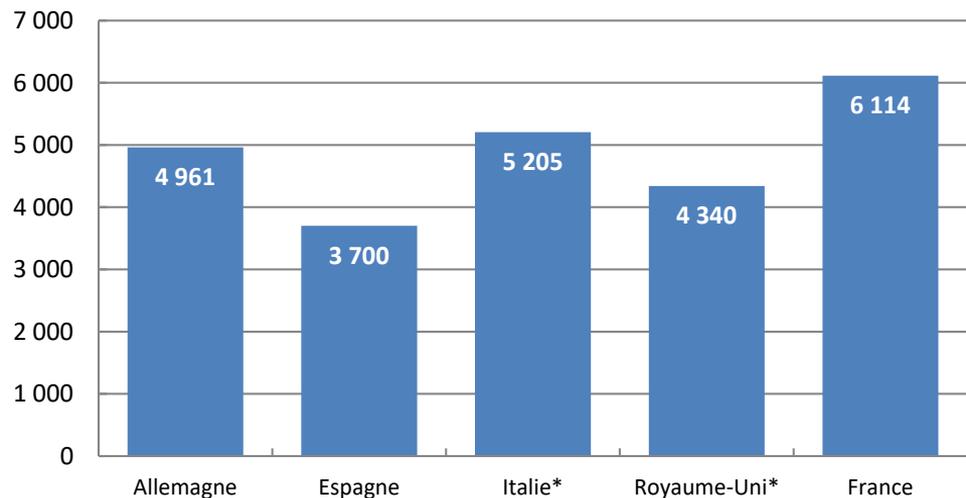
Source : CNC- Etablissement actif : cinéma ayant effectué, au cours de l'année, au moins une projection donnant lieu à une déclaration de recettes auprès du CNC



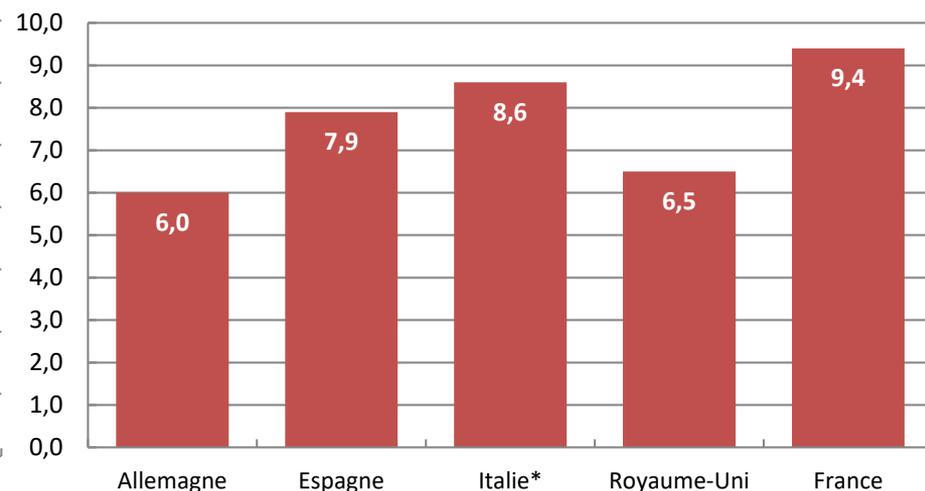
Le premier parc de salles de cinéma en Europe

- La France dispose du plus grand nombre de salles de cinéma en Europe avec **2 045** établissements et **6 114** écrans.
- Le parc de salles en France est le plus dense d'Europe avec **9,4** écrans pour 100 000 habitants

Nombre d'écrans en 2019



Densité du parc en 2019



Sources : BFI, CNC, FFA, ICAA, SIAE – Densité du parc : nombre d'écrans pour 100 000 habitants. France hexagonale.

* Chiffres 2018.



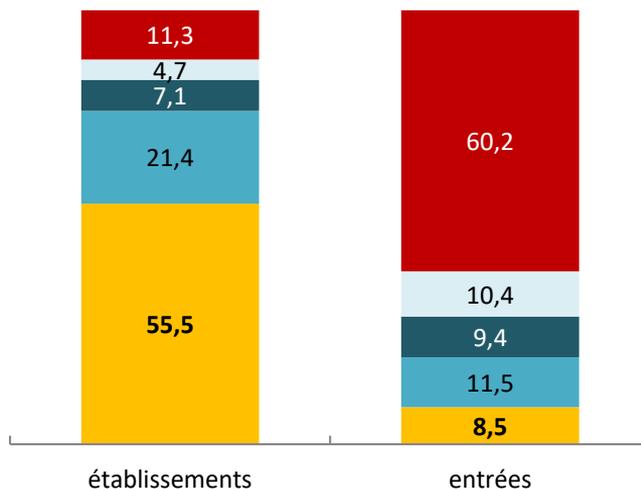
Un parc diversifié de salles

- Plus de **55 %** des cinémas sont des mono-écrans
- **60 %** des entrées réalisées dans les multiplexes

- **232 multiplexes** dont **6** ouverts dans l'année

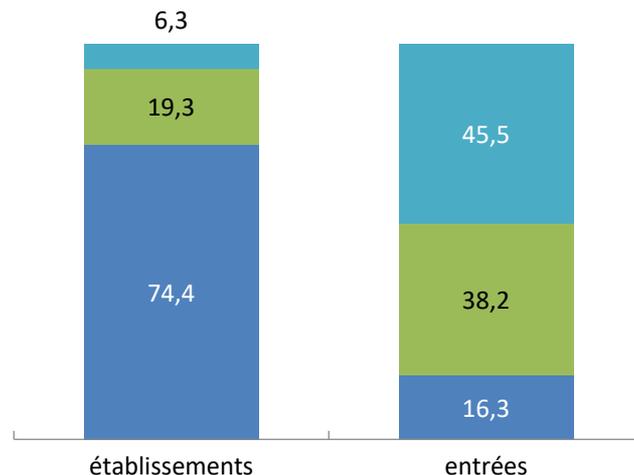
- **1 134 mono-écran** dont **16** ouverts dans l'année

Répartition 2019 du parc en fonction de la taille des cinémas



■ 1 écran ■ 2 à 3 écrans ■ 4 à 5 écrans
■ 6 à 7 écrans ■ 8 écrans et plus

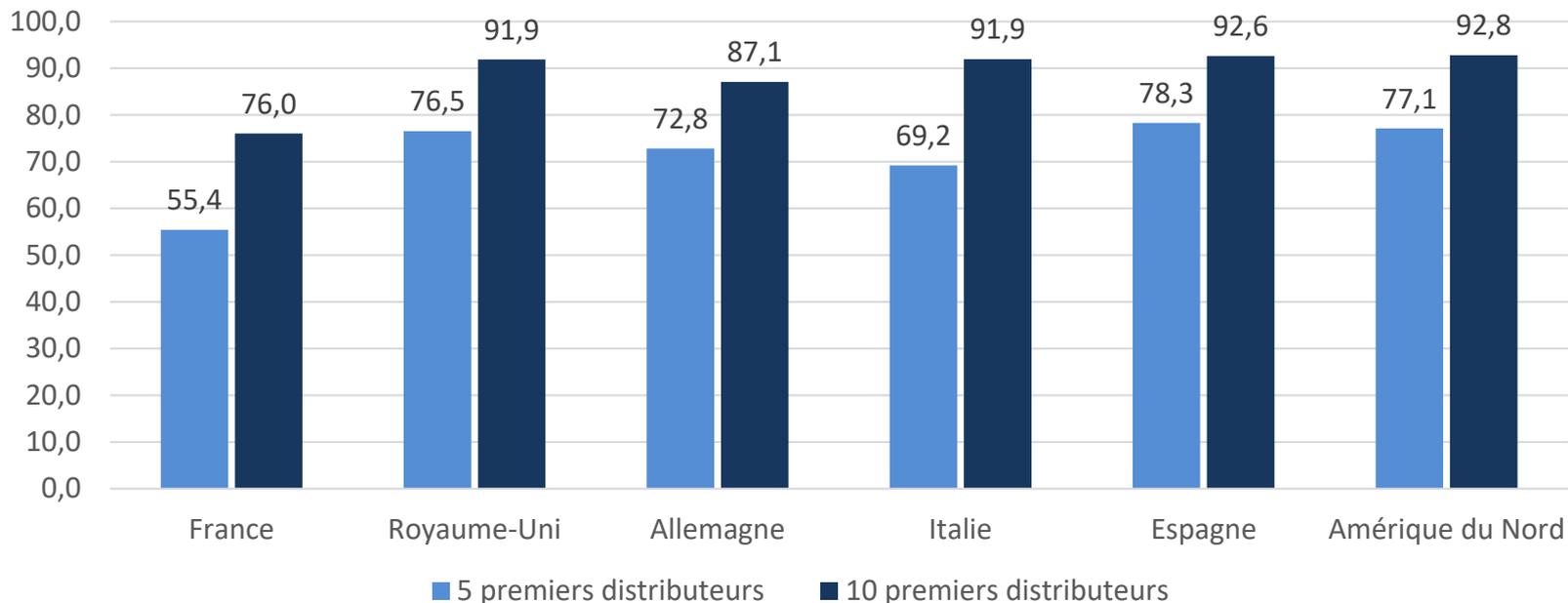
Répartition 2019 du parc en fonction des entrées des cinémas



■ <80 000 ■ 80 à 450 000 ■ >=450 000
Tranches d'entrées

- Le marché français de la distribution est le marché européen le moins concentré

Concentration du secteur en 2019 (% du total des recettes)





Consommation télévisuelle & Fiction, film

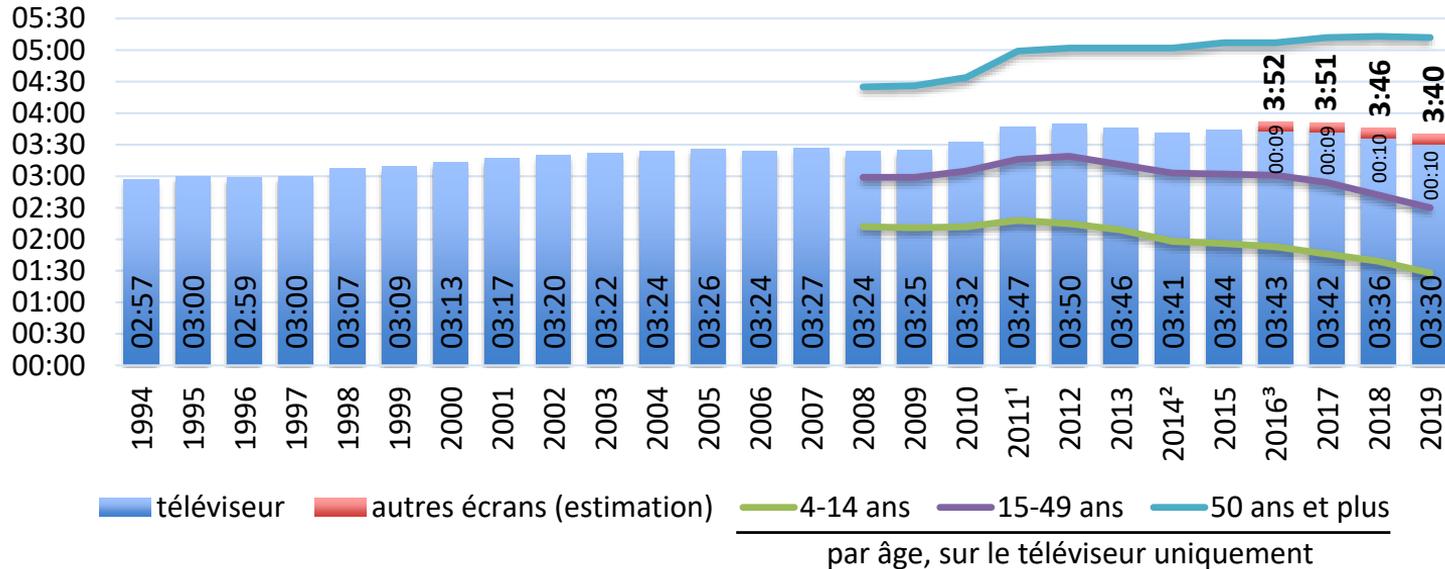




Quelle durée d'écoute de la télévision ?

- La durée d'écoute de la télévision diminue essentiellement chez les moins de 50 ans.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision (heures : minutes)



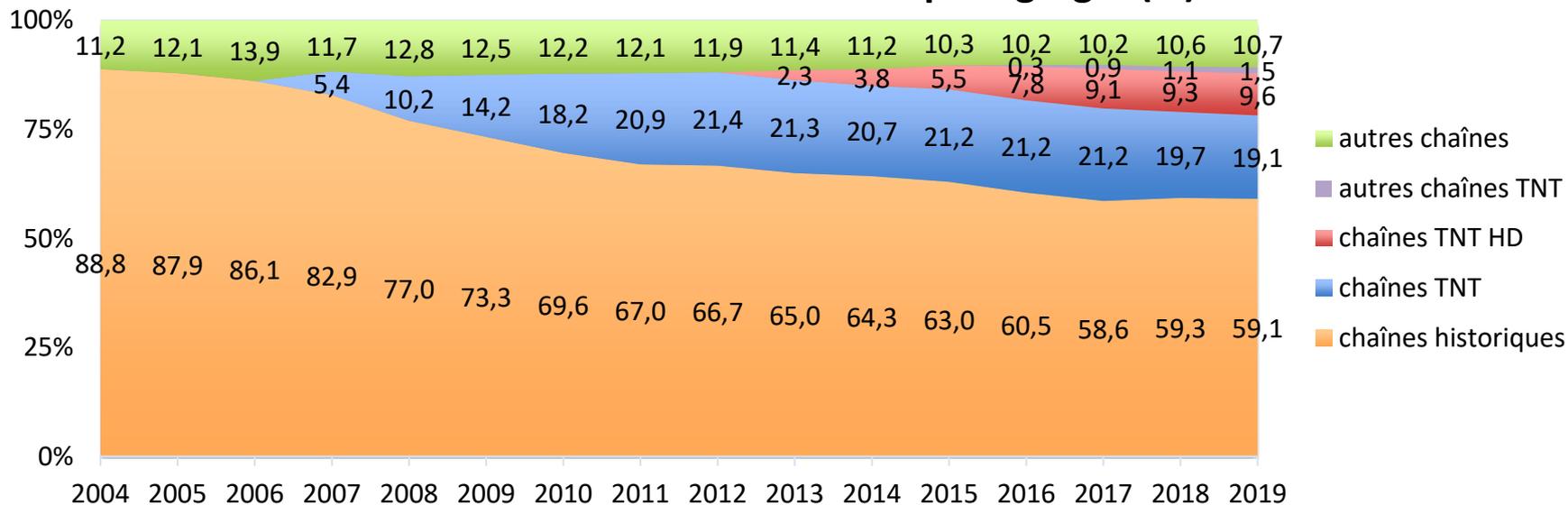
¹ A partir du 3 janvier 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes.

² A partir du 29 septembre 2014, la mesure d'audience intègre la consommation en différé sur le téléviseur via un service de télévision de rattrapage, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes.

³ A partir du 4 janvier 2016, la consommation en différé via un enregistrement personnel et en rattrapage sur le téléviseur est prise en compte quelle que soit la date de diffusion initiale des programmes. La consommation sur les autres écrans que le téléviseur (ordinateur, tablette, téléphone) comprend la consommation en direct et en rattrapage.

- Stabilisation des parts d'audience des chaînes historiques (59,1 %) et TNT (30,2 %).

Part d'audience nationale des chaînes par agrégat (%)



chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte
 chaînes TNT : C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, BFMTV, CNews, CStar, Gulli, France Ô jusqu'en 2017
 chaînes TNT HD : TF1 séries films, l'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25
 autres chaînes TNT : LCI, Franceinfo
 autres chaînes : Chaînes thématiques et chaînes non souscriptrices à la mesure d'audience

Source : Médiamétrie.



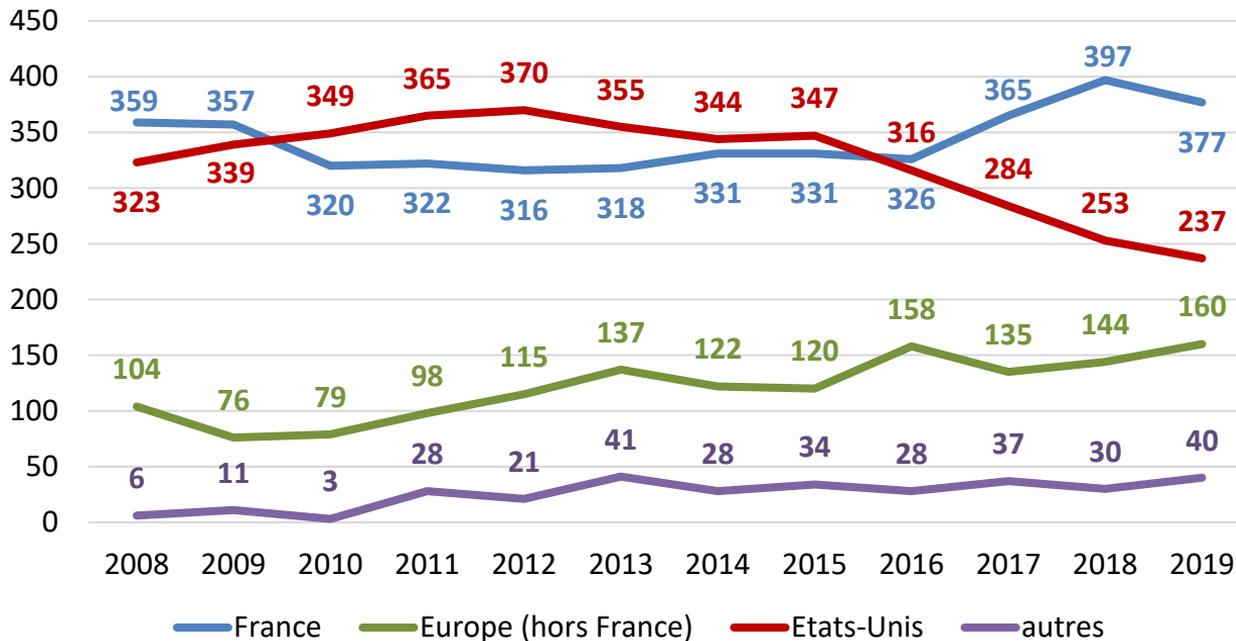
Comment évolue l'offre de fiction à la télévision ?

- 814 soirées de fiction (-10 soirées par rapport à 2018).
- L'offre de fiction américaine poursuit son recul, l'offre de fiction européenne est multipliée par deux en 10 ans.

Nombre de soirées de fiction selon la nationalité

Première partie de soirée

TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, Arte



TF1

•2



8,5 millions
32,0 %



5,6 millions
22,4 %

•3



8,6 millions
33,6 %

Meilleure audience de fiction toutes chaînes confondues

CANAL+



0,9 million
3,4 %

6



4,9 millions
19,6 %

arte



2,3 millions
9,7 %

nationalité

nombre de téléspectateurs
part d'audience

- **2 323 films différents** diffusés à la télévision en 2019

📉 -1,8 % en un an

- soit **5 285 diffusions**

📉 -3,7 % en un an

- dont **30 % de films inédits**

📉 -5,9 % en un an

- nationalité des films diffusés :

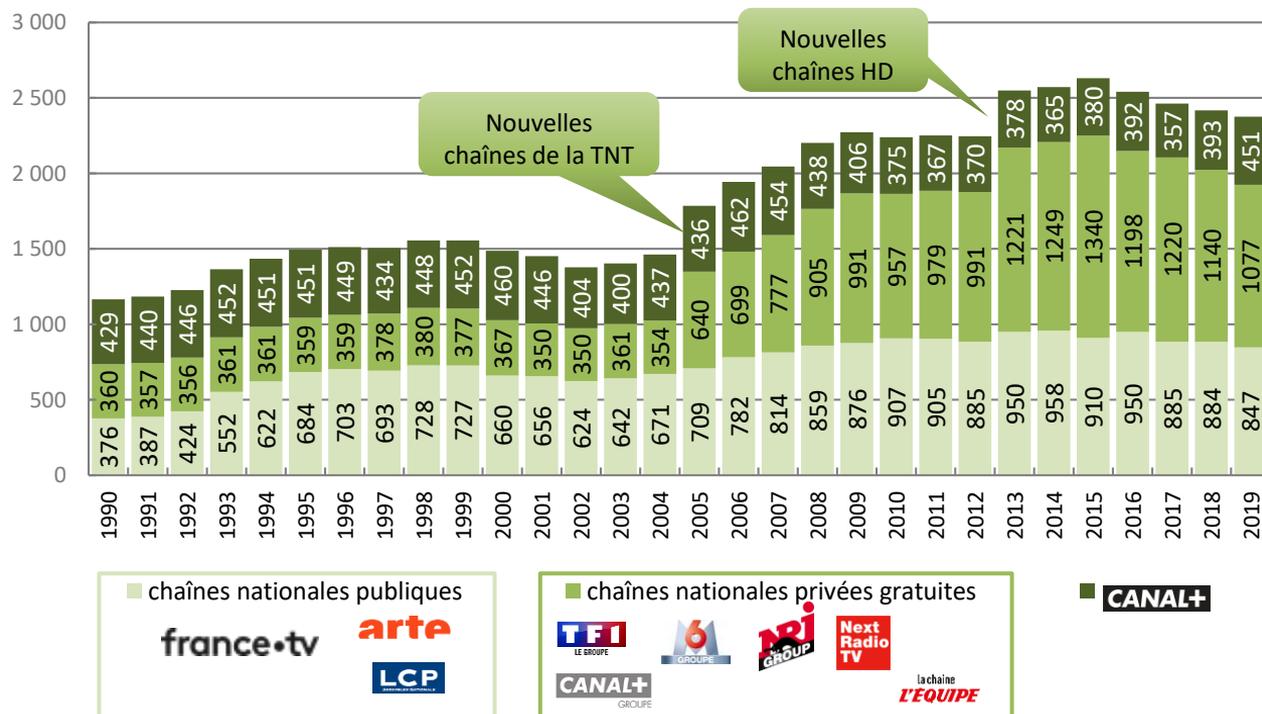
44 %

19 %

34 %

3 %

Nombre de films diffusés à la télévision¹



Début de la diffusion sur les chaînes gratuites de la TNT : 31 mars 2005.

Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites de la TNT : 12 décembre 2012.

¹ Totaux hors double compte des œuvres.

Les meilleures audiences de films par chaîne en 2019

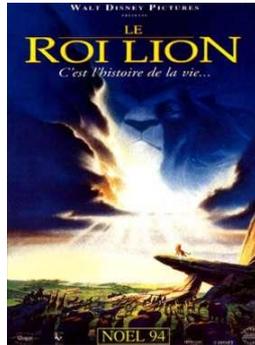
TF1



6,7 millions
30,9 %

Meilleure audience de film toutes chaînes confondues

6



4,7 millions
22,4 %

2



4,7 millions
22,0 %

TMC



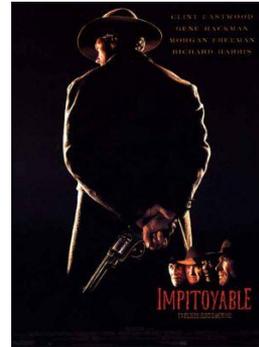
2,9 millions
13,6 %

3



2,9 millions
12,4 %

arte



2,3 millions
9,9 %

nationalité

nombre de téléspectateurs

part d'audience



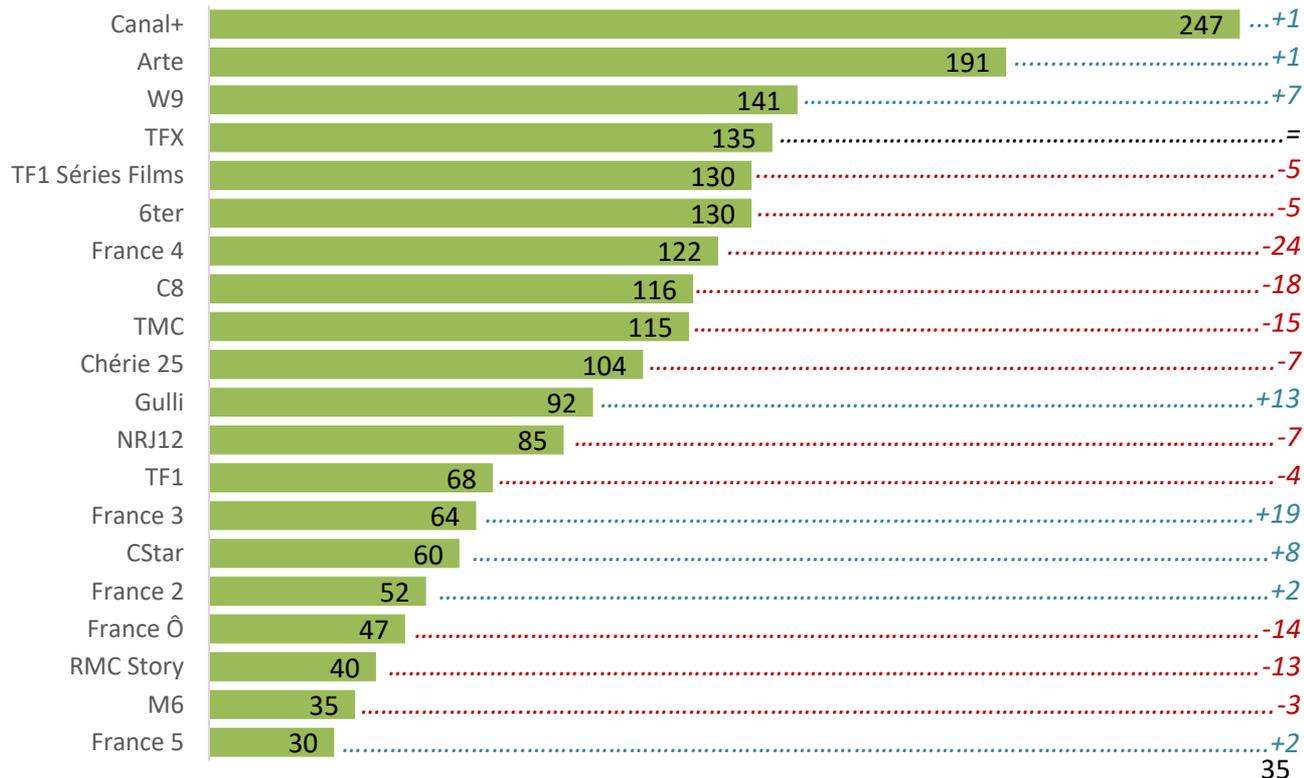
Combien de films en première partie de soirée ?

Nombre de diffusions de films en première partie de soirée en 2019

évol 18/19
(nb. diffusions)

- Diminution de l'offre en 1^{re} partie de soirée à **2 009 diffusions** en 2019
📉 -3,3 % en un an

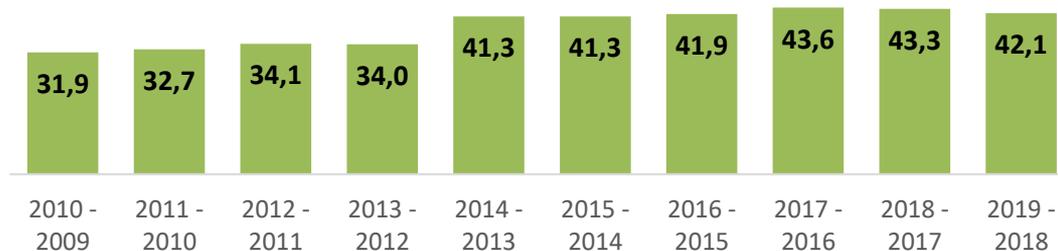
- La baisse est essentiellement portée par les chaînes nationales privées gratuites (-44 diffusions) et les chaînes nationales publiques (-26 diffusions).



Quels sont les films les plus rediffusés ?

- Un taux de rediffusion des films qui se contracte à **42,1 %** en 2019

Part des films diffusés deux années de suite à la télévision (%)



Classement des films les plus diffusés depuis 10 ans

titre	nationalité	année de production	nb. diffusions	dont en 1 ^{re} partie de soirée
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	France	2004	43	18
<i>Delphine 1, Yvan 0</i>	France	1996	38	1
<i>Kirikou et la Sorcière</i>	France	1995	36	20
<i>Deux heures moins le quart avant Jésus-Christ</i>	France	1982	33	22
<i>Nikita</i>	France	1989	33	24
<i>Les 11 Commandements</i>	France	2003	32	26
<i>Astérix et la surprise de César</i>	France	1985	32	31

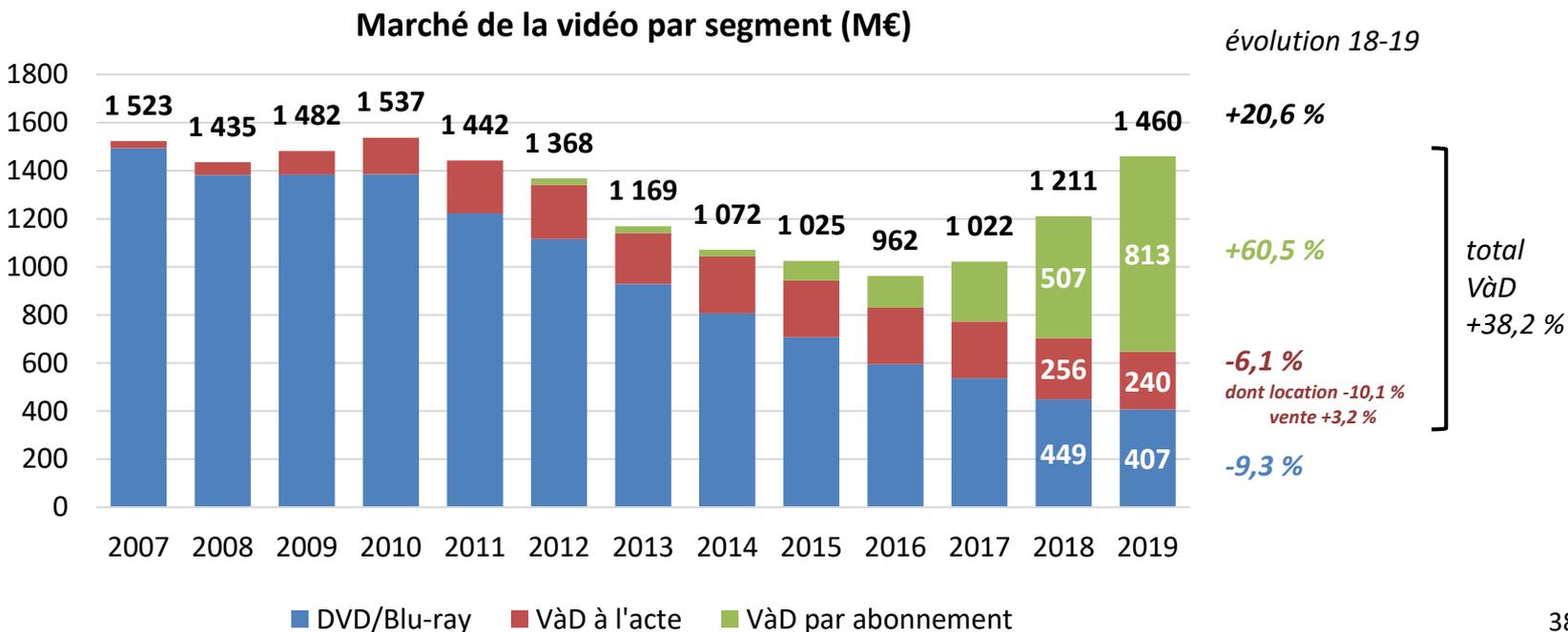




Vidéo à la demande
&
Télévision de rattrapage
&
Jeu vidéo



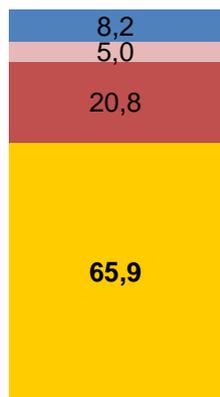
- Le marché de la vidéo atteint son plus haut niveau depuis 2010.
- En 2019, la vidéo à la demande représente 72,1 % du marché de la vidéo.



- Le marché de la vidéo physique et de la V à D à l'acte est dominé par le cinéma alors que le marché de la V à DA est dominé par la série.

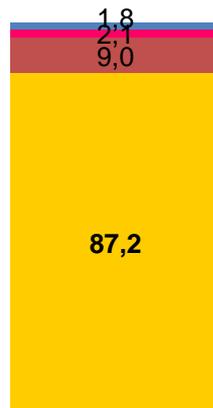
Structure de consommation par genre selon le segment de marché en 2019 (%)

Vidéo physique



■ cinéma
■ fiction TV
■ jeunesse
■ autres

V à D à l'acte



■ autres
■ adulte
■ TV (fiction, animation)
■ cinéma

V à D par abonnement



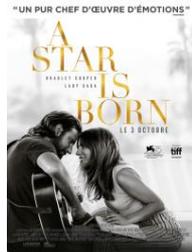
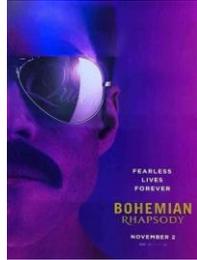
■ cinéma*
■ série
■ jeunesse
■ autres

* Pour la V à DA, le cinéma comprend les films sortis directement en vidéo.

Source : CNC, AQOA, GfK, NPA Conseil - Harris interactive.

1

Vidéo physique



2

VàD à l'acte



3

VàD par abonnement

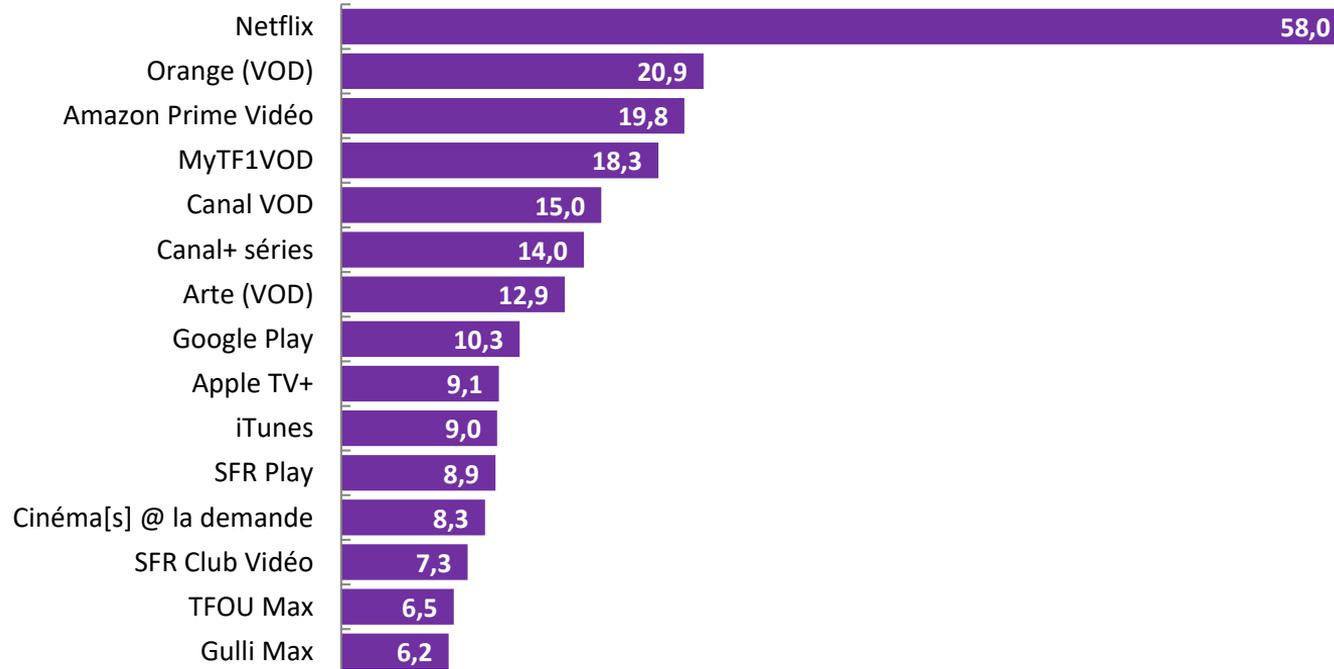




Les services de vidéo à la demande

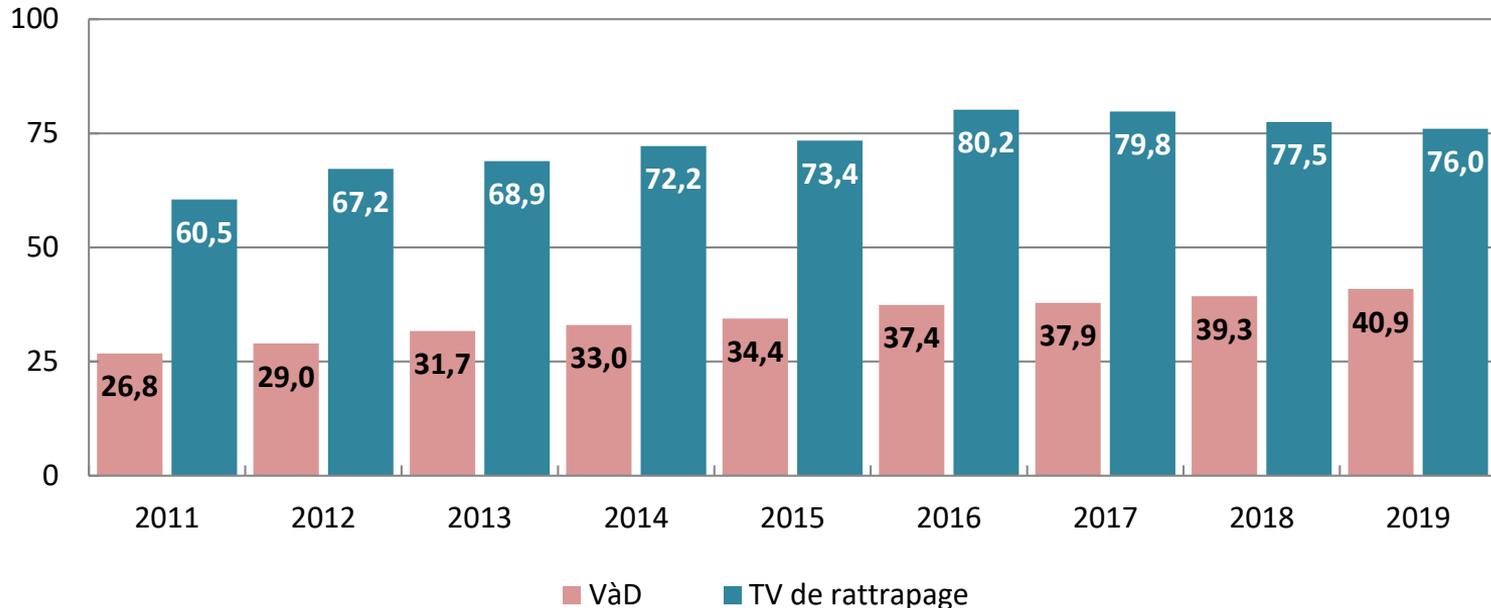
- Netflix est la première plate-forme de V à D en France, Orange est n°1 sur le segment de la V à D à l'acte.

Classement des services de V à D en 2019 (% des consommateurs)



- L'usage de la TV de rattrapage (gratuite) est plus développé que celui de la VàD (payante).
- Le taux de pénétration de la VàD progresse alors que celui de la TV de rattrapage diminue.

Part des internautes qui utilisent des services de VàD et de TV de rattrapage (%)

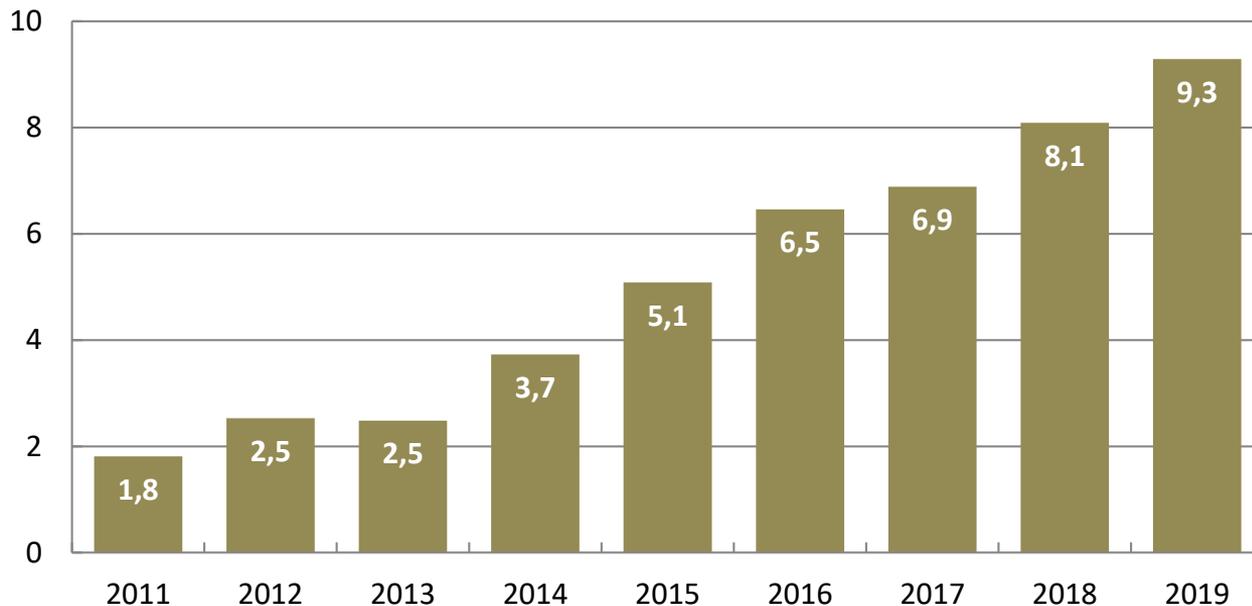




La consommation de TV de rattrapage

- En 2019, 25,5 millions de vidéos sont visionnées en moyenne chaque jour en TVR.

Consommation de TV de rattrapage (milliards de vidéos vues)

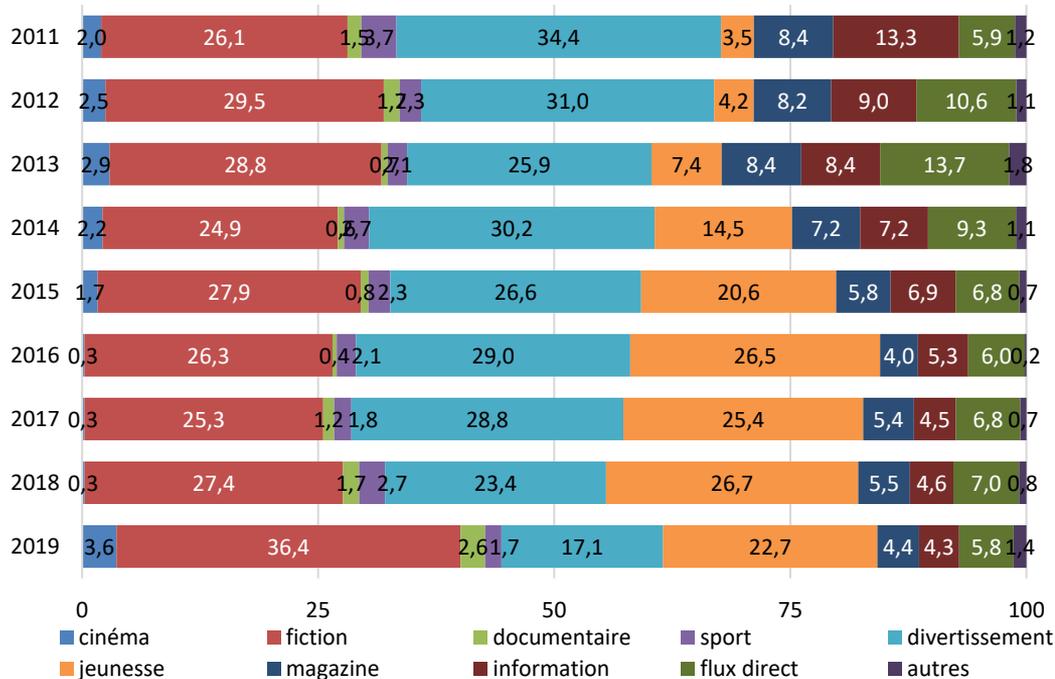




La consommation de TV de rattrapage

- La fiction est le genre le plus consommé devant les programmes jeunesse.

Consommation de TV en ligne* selon le genre (%)



Meilleures audiences de TVR par groupe en 2019



DEMAIN NOUS APPARTIENT

france.tv

PLUS BELLE LA VIE



les Marseillais



CREATION ORIGINALE

Le périmètre de l'étude est élargi en janvier 2012 avec TMC et TFX, en octobre 2012 avec C8 et CStar, en janvier 2014 avec Gulli, TF1 Séries Films et 6ter, en janvier 2016 avec Piwi+ et Télétoon+ et en juin 2019 avec les chaînes thématiques du groupe Canal+. Source : NPA - GfK - Canal+ Régie Digital - France TV Publicité - M6 Publicité - TF1 Publicité - Gulli.

* TV en ligne = TV de rattrapage + bonus + direct sur les autres supports que la télévision.



Le marché des jeux vidéo

- En 2019, **plus de 4,8 Md€** de chiffre d'affaires du marché des jeux vidéo (matériel + logiciel).
- En **4 ans**, le chiffre d'affaires des jeux mobiles est multiplié **par 2** à 1,2 Md€.

Chiffre d'affaires du secteur du jeu vidéo en France (M€)



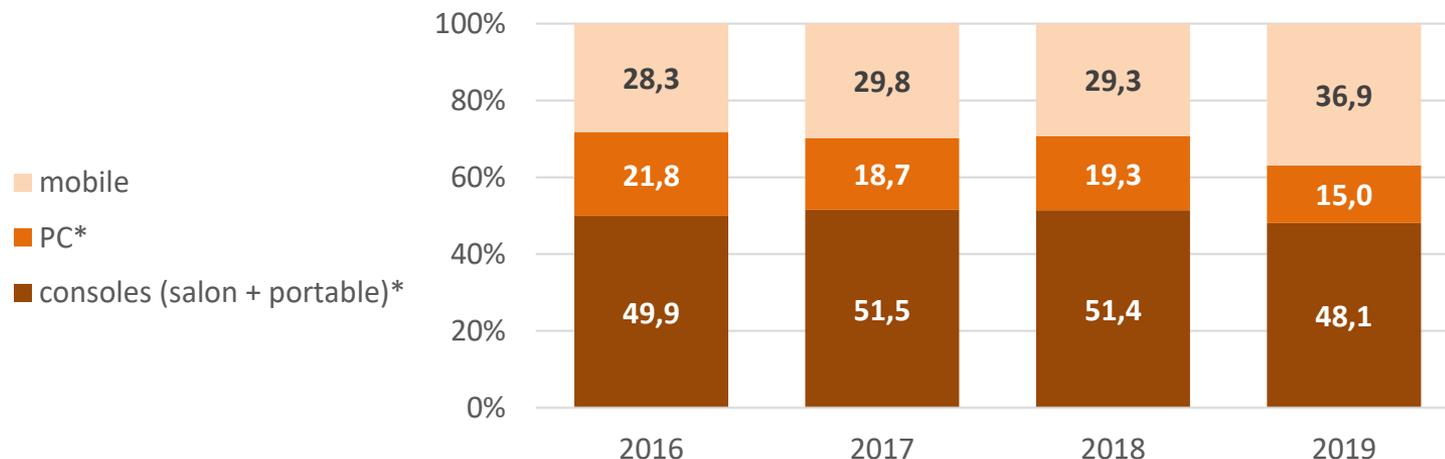
■ Consoles (salon + portables) ■ PC ■ Mobile



Les consoles, premier support pour les logiciels de jeu

- Les consoles (salon + portable) représentent **48,1 %** du marché des logiciels de jeu vidéo en 2019.
- Hausse de la part des jeux pour mobile à 36,9 % en 2019 (+7,6 points en 1 an).

Répartition du chiffre d'affaires des logiciels de jeu par plateforme (%)



*jeux physiques et dématérialisés.

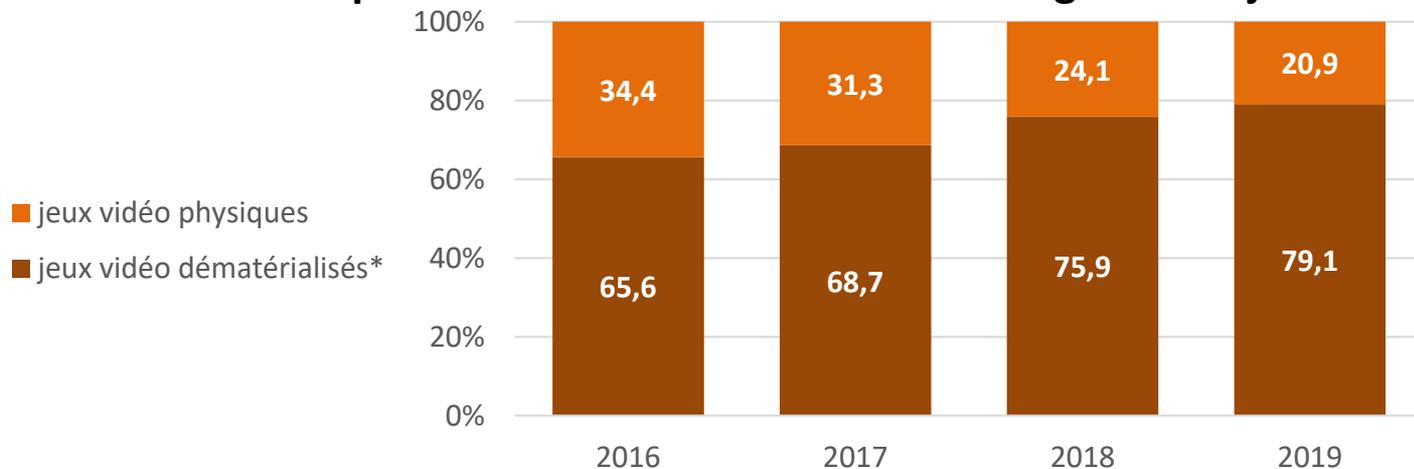
Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.



Le dynamisme du jeu vidéo dématérialisé

- Le marché des jeux dématérialisés représente **2,6 Md€** en 2019 **soit 79,1 %** du chiffre d'affaires des logiciels de jeu vidéo.
- En **4 ans** le chiffre d'affaires du jeu vidéo dématérialisé connaît une progression de **78,2 %**.

Répartition du chiffre d'affaires des logiciels de jeu vidéo par format (%)



*dont jeux complets, DLC, micro-transactions et abonnements sur consoles, PC et mobiles.

Source : SELL – GSD, GameTrack, App Annie.



Merci !

Le bilan 2019 du CNC

Pour plus d'informations :

www.cnc.fr

Open Data : rubrique statistiques/statistiques-par-secteur

Direction des études, des statistiques et de la prospective du CNC