



les études du CNC
février 2023

L'exploitation des
films hors des salles
de cinéma



Centre national du cinéma et de l'image animée

Direction des études, des statistiques et de la prospective

291 boulevard Raspail – 75675 Paris Cedex 14

Tél : 01.44.34.38.26

www.cnc.fr

Valentine Tucoulat, Sophie Jardillier, Cécile Lacoue

Sommaire

Objectifs et méthodologie.....	4
Synthèse.....	6
I. L'offre de films hors de la salle de cinéma.....	7
A. Un volume de films en très nette progression sur les circuits délinéarisés	7
B. Des films français davantage représentés dans l'offre télévisuelle et en vidéo physique.....	9
C. Une chronologie des médias qui encadre l'arrivée des films sur les différents circuits de distribution.....	13
D. La fiction, premier genre dans l'offre de films en VàDA et en télévision	17
E. La télévision privée gratuite, principale vitrine des films à plus d'un million d'entrées	18
II. Analyse comparée de la consommation de films selon les différents circuits.....	20
A. Une consommation de cinéma très inégale selon les circuits	20
B. La télévision, un public potentiel bien plus large	22
C. Les Originals, fer de lance de la consommation de films en VàDA.....	25
D. Une démultiplication et fragmentation de l'offre cinéma.....	26

Objectifs et méthodologie

Objectifs

Le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) réalise pour la première fois une étude approfondie sur l'exploitation des films hors des salles de cinéma. Cette étude présente une analyse de l'offre de films disponibles sur les chaînes de télévision gratuites, les chaînes de télévision payantes, les plateformes de VàD transactionnelle et les plateformes de VàDA. Elle propose également une analyse comparée de la consommation des films selon les différents circuits de distribution.

Sources des données

Télévision

Les résultats présentés dans cette étude sont issus d'une base de données commune à l'Arcom et au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes nationales gratuites de la TNT et Canal+ (chaîne premium). Le comptage des films est réalisé en nombre de titres.

Les audiences des films sont calculées grâce à l'outil Médiamat de Médiamétrie. L'univers de référence du Médiamat correspond à la population âgée de 4 ans et plus, équipés d'au moins un téléviseur et résidant en France Métropolitaine. Le panel Médiamat est constitué pour la mesure d'audience TV à domicile d'environ 5 000 foyers, soit plus de 12 400 individus. Pour la mesure de l'audience TV hors domicile et en mobilité, tous écrans confondus, un panel dédié de 4 500 individus âgés de 15 ans et plus, vient compléter le dispositif. La télévision de rattrapage est exclue du périmètre d'analyse car les données sont moins exhaustives et non comparables.

Vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

Les données concernant l'offre de films en VàDA proviennent de l'institut Médiamétrie. Les données concernant la consommation en vidéo à la demande par abonnement sont issues du baromètre réalisé par Médiamétrie et Harris Interactive. Il repose sur un panel en ligne, le quali TV, interrogeant chaque jour plus de 2 000 téléspectateurs de 15 ans ou plus. OCS et MyCanal sont intégrées à l'analyse ; ces plateformes sont considérées comme des services de rattrapage de chaînes payantes mais également comme des services de VàDA. L'analyse de l'offre de VàDA de Médiamétrie couvre les 18 plateformes les plus importantes : Netflix, Canal+ Séries, MyCanal, FilmoTV, ADN, Gullimax, AppleTV+, La BOX videofutur, Disney+, TFOU Max, Lionsgate+, SFR Play, Salto, Prime Video, Benshi, Shadowz, OCS et UniversCiné. L'analyse de la consommation intègre 10 plateformes : Netflix, Prime Video, Disney+, MyCanal, OCS, Salto, AppleTV+, FilmoTV, TFOU Max et Gullimax.

Vidéo à la demande transactionnelle (VàD)

Les données concernant la vidéo à la demande (location et vente) sont évaluées par AQOA. L'analyse de l'offre et de la consommation de ce segment est réalisée à partir des données réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD). Les références actives sont les programmes qui ont fait l'objet d'au moins une transaction en VàD à l'acte (location et vente) au cours de la période étudiée. Dans le cadre des séries, une référence correspond ici à un épisode.

Vidéo physique

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

Méthodologie

Cette étude s'intéresse aux œuvres cinématographiques et aux œuvres directement sorties en vidéo (DTV). Les œuvres cinématographiques correspondent aux films ayant obtenu un numéro de visa d'exploitation attribué par le CNC. Les DTV n'ont pas fait l'objet de sortie préalable en salles de cinéma, mais ont pu néanmoins être exploités en salles à l'étranger.

La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuée par l'Arcom dans les conditions fixées par l'article 6-1 du décret du 17 janvier 1990 précité.

Est considéré comme français, un titre qui a été produit pour tout ou partie par un producteur français. Dans le cas d'une coproduction internationale, l'origine française prime sur toutes les autres.

Est considéré comme américain, un titre qui a été produit pour tout ou partie par un producteur américain. Dans le cas d'une coproduction internationale, l'origine américaine prime sur toutes les autres sauf pour un titre coproduit avec un producteur français.

Est considéré comme européen non français, un titre qui a été produit pour tout ou partie par au moins un producteur issu d'un pays de l'Europe au sens continental. Dans le cas d'une coproduction internationale, l'origine européenne prime sur toutes les autres sauf pour un titre coproduit avec un producteur français ou américain.

Sont considérés comme non-européens et non américains, tous les titres intégralement produits par un ou plusieurs producteurs issus d'un pays non compris dans une des catégories précédentes.

L'ancienneté d'un film cinématographique est calculée en fonction de sa date de sortie en salles en France.

Synthèse

Les différents circuits d'exploitation des films hors de la salle de cinéma adoptent des stratégies éditoriales différentes voire complémentaires qui répondent à des publics et des usages différents. Le nombre et le type de films diffusés ou disponibles selon le circuit sont très variables et dépendent en partie des différentes contraintes qui leur incombent.

Les chaînes de télévision nationales généralistes de la TNT n'ont que 24 heures de programmes à proposer par jour et doivent proposer une offre variée de contenus et de genres pour satisfaire le public. Sur l'ensemble de la journée, le cinéma ne représente que 3,3 % de l'offre de programmes en télévision en 2021 mais atteint 22,8 % de l'offre en première partie de soirée. L'offre de films à la télévision est en léger retrait depuis 2017, passant de 2 427 films diffusés à 2 336 films diffusés en 2021 mais continue de faire preuve de diversité tant en termes de nationalité, de genre que d'ancienneté des films. Le cinéma est particulièrement plébiscité par le public puisqu'il représente 20 % de la consommation de programmes en première partie de soirée. Ce circuit se distingue également par la nécessité, souvent, de satisfaire un public large d'où une place importante accordée aux succès en salles.

En VàDA, le cinéma n'est pas le produit d'appel des principales plateformes. Elles misent davantage sur les séries qui sont largement surconsommées par leurs abonnés. Le cinéma sert quant à lui la stratégie de profondeur du catalogue. La suprématie des plateformes américaines entraîne, par ailleurs, une moindre présence des films français dans le catalogue VàDA ainsi qu'une faible consommation de ces derniers par leur public. La part de marché des films français en VàDA est la plus faible de tous les circuits (17,4 % en 2021). Les plateformes locales apparaissent, elles, comme un outil stratégique pour la visibilité et la consommation des œuvres cinématographiques françaises. En 2021, les films français représentent 61,9 % de la consommation cinéma sur FilmoTV, 44,7 % sur OCS, 44,1 % sur Salto et 39,8 % sur MyCanal, une part largement supérieure à celle observée sur les plateformes américaines.

A l'inverse de la VàDA, la consommation de contenus en VàD transactionnelle et en vidéo physique est portée par les films. Ils représentent respectivement 81,5 % et 60,6 % de la consommation sur ces circuits. Le marché de la VàD transactionnelle est porté par quelques très grosses plateformes (Orange VOD, Canal VOD, Prime Video, iTunes...) mais également par des plateformes de niche (Universciné, Capuseen, Cinéma(s) à la demande ...). Enfin, une place plus importante est faite aux films non français et non américains ainsi qu'aux films de patrimoine en vidéo physique tant en offre qu'en consommation.

La multiplication des contenus disponibles et des plateformes de streaming crée une concurrence accrue dans l'offre de contenus. Le développement de services AVoD, BVoD et de chaînes FAST, souvent thématiques pour ces dernières, permet notamment une meilleure exposition des œuvres cinématographiques. Ce phénomène a incité les groupes audiovisuels historiques à réagir afin de limiter l'érosion croissante de leurs audiences linéaires et de s'adapter aux nouveaux usages vidéo. Plusieurs initiatives d'alliances entre des groupes audiovisuels ont émergé en Europe afin de créer leur plateforme de vidéo à la demande. Ces plateformes semblent participer au rayonnement du cinéma local. Cependant, la forte exclusivité des films sur les plateformes de VàDA pose question sur la visibilité et la circulation des œuvres cinématographiques sur les plateformes.

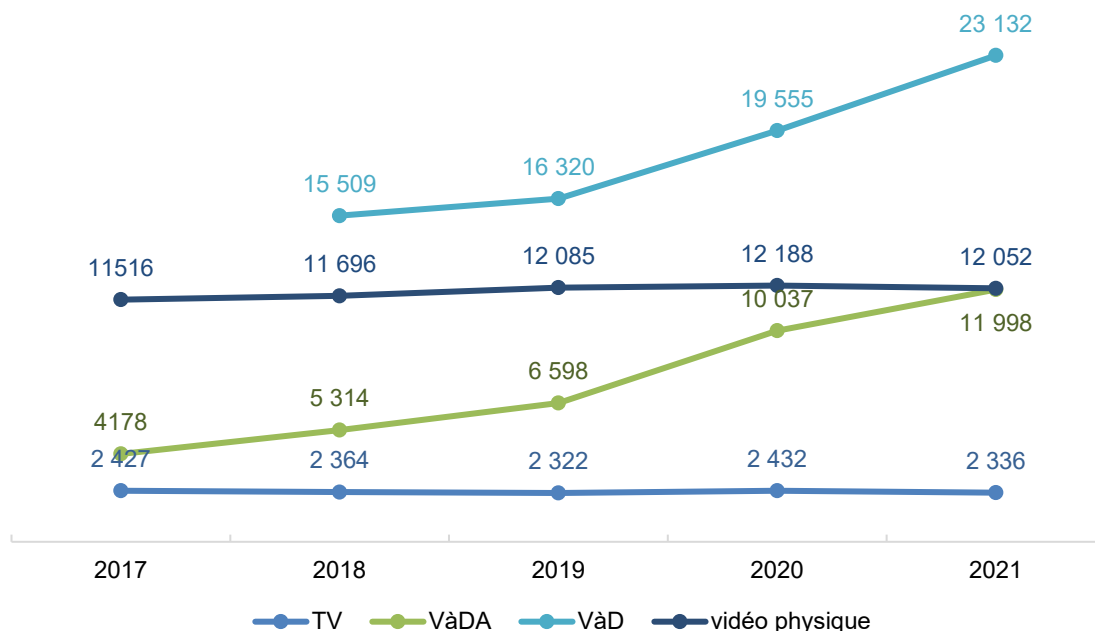
I. L'offre de films hors de la salle de cinéma

A. Un volume de films en très nette progression sur les circuits délinéarisés

Le nombre de films diffusés ou disponibles selon les circuits est très variable et dépend notamment des différentes contraintes qui leur incombent. La télévision est le circuit le plus contraint puisque la programmation linéaire doit s'inscrire dans une temporalité établie et proposer un large spectre de programmes. Les films ne représentent ainsi que 3,3 % de l'offre totale en télévision en 2021. A l'inverse, la VàD transactionnelle est particulièrement libre dans le volume horaire qu'elle peut proposer en location ou à l'achat et la multiplication des plateformes de VàD et leur pluralité participent à un volume de films conséquent et en nette progression sur les deux dernières années.

La vidéo physique est un marché en décroissance depuis de nombreuses années mais l'offre de films se maintient à un niveau élevé, légèrement supérieur à celui observé sur les services de VàDA. En VàDA, l'offre de films est conséquente mais ne représente que 5,6 % des catalogues en nombre de contenus (en comptabilisant tous les épisodes de séries) contre 53,7 % en nombre de titres (en comptabilisant le nombre de séries, quels que soient le nombre de saisons et d'épisodes) en décembre 2021. Toutefois, l'arrivée de Disney+ et de Salto en 2020 et l'enrichissement des catalogues des autres plateformes sur la même période a clairement réhaussé l'offre de films sur ce circuit.

Offre de films¹ selon le circuit



¹ Le volume de films correspond en télévision au nombre de films diffusés. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de VàDA, et au nombre de références actives en VàD et en vidéo physique.

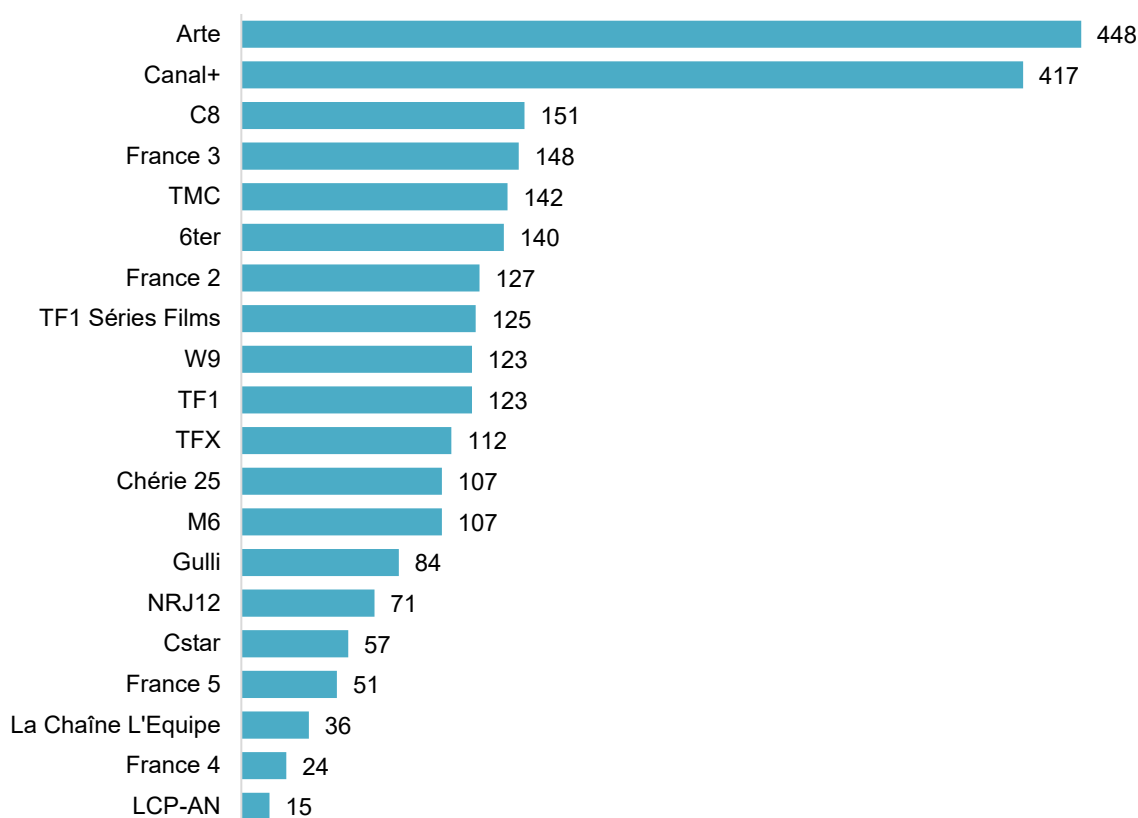
Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM, AQOA, GfK.

En 2021, 2 336 films ont été diffusés à la télévision dont 1 158 sur les chaînes nationales privées gratuites, 806 sur les chaînes nationales publiques et 417 sur Canal+. Le nombre de

de films diffusés à la télévision est en légère baisse (-3,9 % par rapport à 2020 et -3,8 % par rapport à 2017). Après un fort recul entre 2017 et 2019, le nombre de films diffusés sur les chaînes nationales privées gratuites rebondit en 2021 (+4,4 % par rapport à 2020). Arte est la chaîne qui propose le plus de films en 2021 avec 448 films, suivie par Canal+ avec 417 films et C8 avec 151 films. L'offre de films d'Arte est stable par rapport à 2020 et en progression par rapport à 2019 (+3,7 %) tandis que celle de Canal+ est en recul de 11,3 % par rapport à 2020 et de 7,5 % par rapport à 2019.

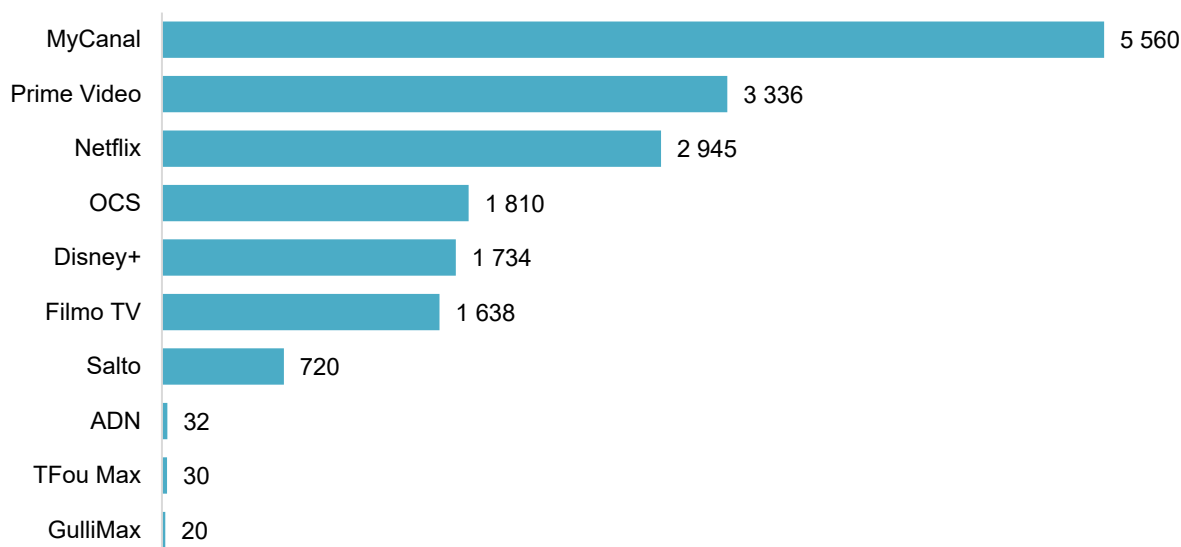
A l'inverse, le nombre de films disponibles en VàDA est en nette augmentation depuis 5 ans. Le volume de films disponibles a été multiplié par près de 3 entre 2017 et 2021. En 2021, la VàDA propose un nombre de films proche de celui en vidéo physique, soit environ 12 000 titres. Prime Video a largement porté cette croissance puisque son offre de films a été multipliée par 3 entre janvier 2019 et janvier 2021 passant ainsi de 1 160 titres à 3 110 titres. Cette hausse a été portée par l'intégration d'un grand nombre de films indiens qui ont été supprimés du catalogue en 2022. De manière plus globale, l'ensemble des catalogues cinéma des plateformes se sont étoffés entre 2019 et 2021. L'arrivée de Disney+ a également permis d'enrichir l'offre en proposant près de 900 titres de cinéma à la fin de l'année 2021. Salto propose, quant à elle, plus de 200 titres de cinéma en 2021. De plus, le lancement de la plateforme française spécialisée dans les films d'horreur Shadowz en mars 2021 a enrichi l'offre VàDA de 395 titres de cinéma. Médiamétrie a également intégré en novembre 2021 dans ses mesures la plateforme jeunesse Benshi, lancée en 2017, et qui propose plus de 150 titres de cinéma.

Offre de films¹ par chaîne de télévision en 2021



¹ Le volume de films en télévision correspond au nombre de films diffusés à la télévision.
Source : CNC-ARCOM.

Offre de films¹ par plateforme de VàDA en 2021



¹ Le volume de films en VàDA correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes.
Source : CNC-ARCOM.

Le nombre de références actives de films en VàD transactionnelle connaît une croissance spectaculaire entre 2018 (première année d'analyse) et 2021. En 2018, 15 509 références cinéma étaient actives contre 23 132 en 2021, soit une progression de 49,1 %. Enfin, l'arrivée de gros acteurs internationaux tel que Prime Vidéo qui a lancé son service de VàD en France en 2020 avec un vaste catalogue de titres en location ou à l'achat ainsi que l'enrichissement des catalogues des services spécialisés tels qu'Universciné qui proposent des contenus spécifiques qui n'étaient pas proposés par les services traditionnels ont eu un fort impact sur le nombre de films de cinéma disponibles en VàD. La VàD transactionnelle s'impose donc comme le circuit avec l'offre la plus importante, un constat qui pourtant ne suffit pas à dynamiser la consommation cinéma sur ce circuit en 2021 du fait d'une offre de nouveautés réduite avec la fermeture des salles pendant la crise sanitaire.

B. Des films français davantage représentés dans l'offre télévisuelle et en vidéo physique

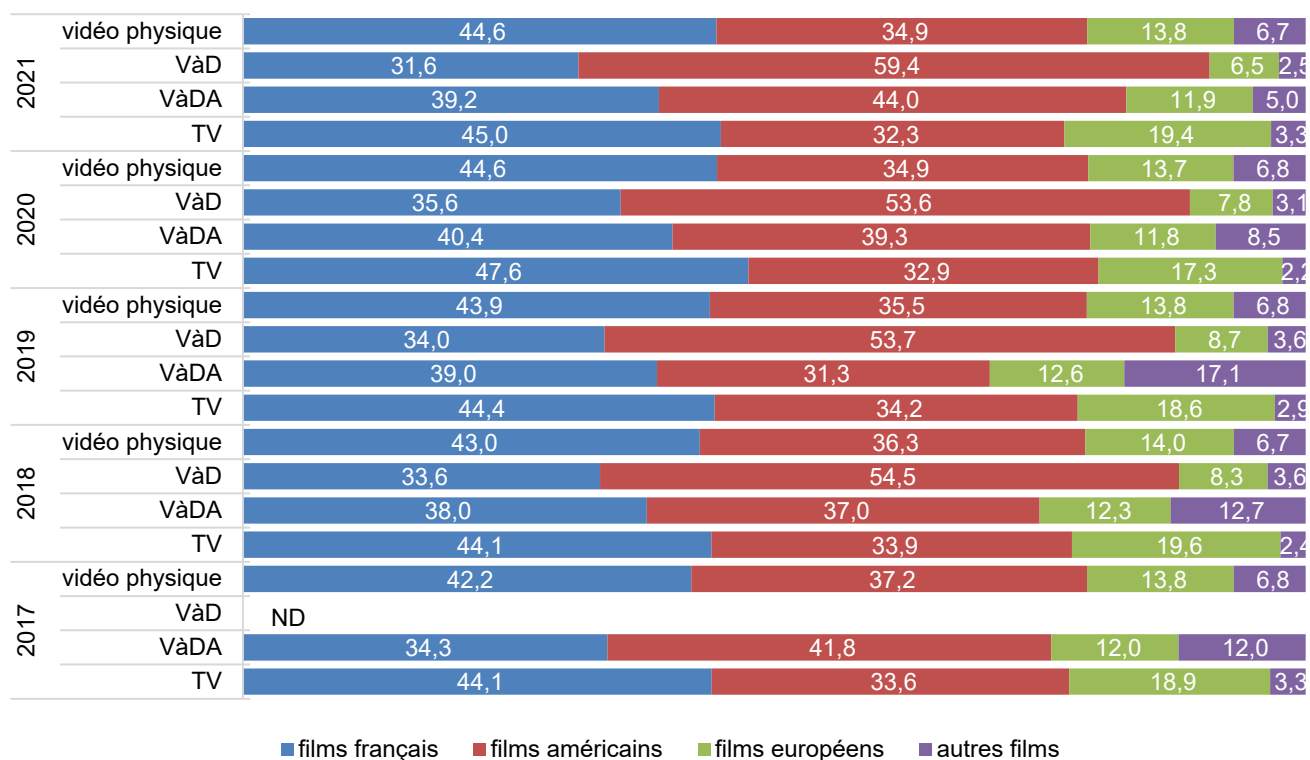
A la télévision, la loi impose aux chaînes des quotas de diffusion d'œuvres européennes ou d'expression originale française, notamment afin de préserver la diversité culturelle et de soutenir l'industrie audiovisuelle française. Les chaînes hertziennes doivent ainsi consacrer, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres, au moins 60 % à la diffusion d'œuvres européennes et au moins 40 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française. Les dispositions prises en faveur de la promotion des œuvres s'appliquent également aux services de vidéos à la demande transactionnelle et par abonnement. Pour ces services, ce taux peut être réduit en contrepartie d'engagements dans la production inédite indépendante. Les films français pourraient avoir un poids plus conséquent dans l'offre cinéma de ces services. Pour les services non domiciliés en France, leur catalogue est soumis aux dispositions de la directive SMA, à savoir un minimum de 30 % d'œuvres européennes. Finalement, seul le segment de la vidéo physique n'est pas soumis aux quotas.

Entre 2017 et 2021, la télévision reste le circuit diffusant la plus grande part de films français, plus de 44 % de l'offre chaque année. En 2021, la chaîne Canal+ diffuse 47,5 % de films français, contre 44,0 % pour les chaînes nationales privées gratuites et 45,3 % pour les chaînes nationales publiques. Canal+ est soumise à des obligations d'investissements importants dans le financement de la production française (12,5 % des ressources totales de l'exercice en cours aux productions européennes et 9,5 % aux œuvres d'expression originale française) mais également par des obligations de préachats (85 % du montant de son obligation d'acquisition d'œuvres d'expression originale française) et diffuse donc une part de films français plus importante que les autres chaînes nationales. Les chaînes de télévision en clair ont également des obligations d'investissements dans la production française. Lorsque le chiffre d'affaires de l'éditeur de service de télévision en clair atteint 75 M€, sa contribution doit inclure des dépenses de préachats ou de coproduction. Compte tenu de leur chiffre d'affaires, sont soumis aux obligations de préfinancement de la production d'œuvres cinématographiques : France 2, France 3, TF1, M6, TMC, TFX, W9 et C8.

Les œuvres européennes (hors œuvres françaises) bénéficient également d'une meilleure exposition à la télévision (19,4 % en 2021) qu'en vidéo physique (13,8 %) et sur les plateformes de vidéos à la demande (11,9 % en VàDA et 6,5 % en VàD). En VàD transactionnelle, les films américains représentent la majorité de l'offre disponible. En 2021, 59,4 % de l'offre cinéma en VàD transactionnelle est composé de films américains, une part en progression depuis 2018 (54,5 %). Les services de VàD transactionnelle sont soumis à des obligations d'investissements dans la production cinématographique et audiovisuelle européenne à hauteur de 15 % de leur chiffre d'affaires si celui-ci est supérieur à 5 M€ et si leur audience dépasse 0,5 % de l'audience totale en France. Grâce à ces obligations, le poids des films américains pourrait se réduire dans les années à venir.

Depuis la transposition du décret SMAD, les éditeurs de VàDA sont soumis à des obligations de contribution à la production cinématographique et audiovisuelle lorsque leur chiffre d'affaires dépasse 5 millions d'euros et leur audience dépasse 0,5 % de l'audience totale en France. Ces obligations n'étaient pas encore pleinement applicables en 2021 mais cela laisse augurer un changement de la structure de l'offre des plateformes de VàDA. Les services par abonnement seront en effet soumis à des obligations de contribution à la production d'œuvres cinématographiques européennes d'une part et d'expression originale française d'autres part. Ces obligations s'élèveront respectivement à 25 % du chiffre d'affaires lorsqu'ils proposent annuellement au moins dix œuvres cinématographiques de longue durée dans un délai inférieur à douze mois après leur sortie en salles en France et/ou audiovisuelles et à 20 % s'ils proposent annuellement au moins dix œuvres cinématographiques de longue durée et/ou audiovisuelles.

Répartition de l'offre de films¹ selon la nationalité (%)

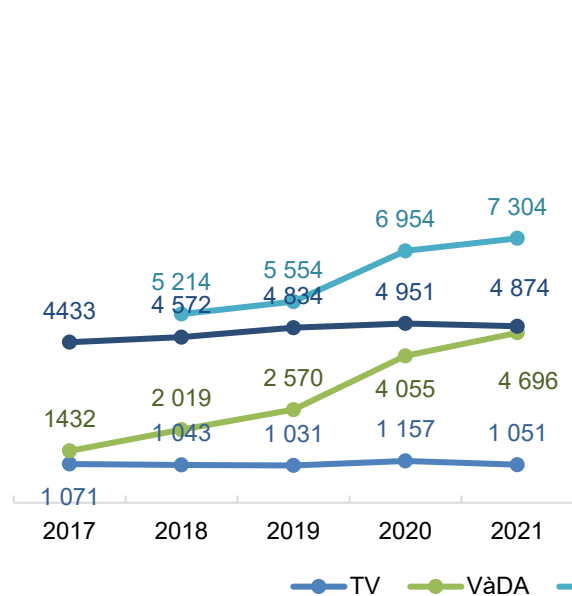


¹ Le volume de films en télévision correspond au nombre de films diffusés à la télévision. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de V&DA, et au nombre de références actives en V&D et en vidéo physique.
Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM, AQOA, GfK.

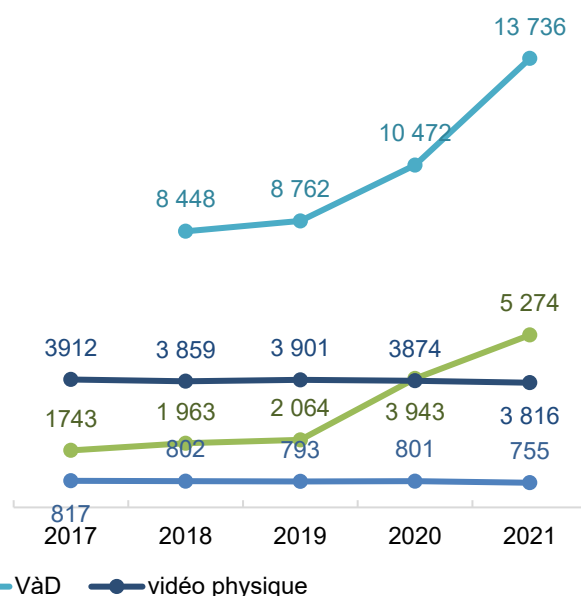
Bien que la part de films français disponibles en V&D transactionnelle soit plus faible que sur les autres circuits, en valeur absolue la V&D offre le plus grand nombre de films français (7 304 en 2021). Alors qu'en 2018, le catalogue de films français en V&D transactionnelle semblait relativement proche de celui en vidéo physique (respectivement 5 214 titres et 4 572 titres), les services de V&D ont enrichi leur offre de plus de 3 000 titres entre 2018 et 2021, s'imposant ainsi comme le plus vaste catalogue de cinéma français. Cependant, l'augmentation en valeur absolue du nombre de films français dans l'offre V&D reste largement inférieure à celle des films américains (+5 000 films sur la même période). En vidéo physique, l'offre est stable.

En télévision, l'offre de films français est en très léger recul par rapport à 2017 malgré la mise en place d'une législation plus souple avec notamment la levée de l'interdiction de diffusion certains jours de la semaine. Ce constat ne touche pas uniquement les films français mais l'offre de films quelle que soit leur nationalité. La série semble également préempter parfois sur les anciennes cases de programmation cinéma. La série *HPI* est notamment apparue comme un succès sur TF1 en 2021. Elle était diffusée le jeudi soir au printemps 2021, une case de programmation qui était, les années précédentes, privilégiée pour la diffusion de films. 2020 s'est imposée comme une année hors normes à cause de la crise sanitaire qui a notamment conduit à la diffusion de nombreux films, en particulier des films de patrimoine. Cet impact de la crise sanitaire sur les grilles TV s'est largement résorbé en 2021, même si le nombre de films diffusés reste supérieur à 2019.

Offre de films¹ selon le circuit français



américains

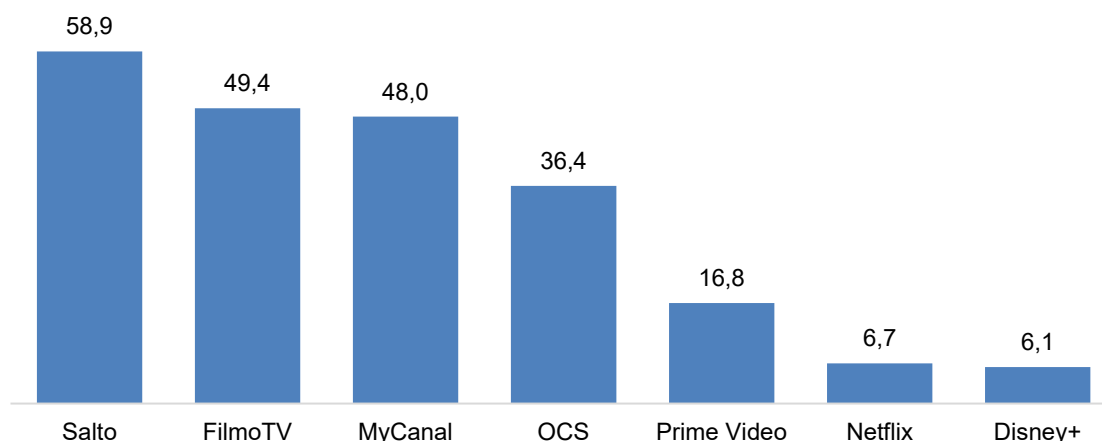


¹ Le volume de films correspond en télévision au nombre de films diffusés. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de V&DA, et au nombre de références actives en V&D et en vidéo physique.
Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM, AQOA, GfK.

De plus, alors que le nombre de films français diffusés en télévision est en léger recul depuis 2017, le nombre de films français disponibles en V&DA est en forte progression. 1 432 films français étaient disponibles en V&DA en 2017 contre 4 696 en 2021. Cette évolution s'inscrit dans une dynamique de hausse générale de l'offre en V&DA mais s'appuie surtout sur une forte croissance du nombre de titres disponibles sur les plateformes françaises. Entre 2019 et 2021, l'offre de films français de MyCanal a été multipliée par deux, passant de 1 419 titres à 2 822 titres en 2021. Les catalogues de FilmoTV et de OCS ont été enrichis d'environ 300 titres chacun sur la même période. Les plateformes françaises spécialisées proposent également une offre majoritairement française. L'offre de cinéma sur Benshi est composée à près de 40 % de films français. Sur Shadowz, les films français représentent 34,5 % de l'offre cinéma disponible. A contrario, les plateformes américaines peinent encore à proposer un catalogue vaste de films français.

En décembre 2021, 36,8 % de l'offre cinéma de Netflix était composée de films américains, contre seulement 9,2 % de films français. La part de films français sur cette plateforme est en net recul depuis janvier 2015 (-21,2 points) et ce, au profit des films européens (+20,9 points à 30,1 % en décembre 2021). La part des films français dans l'offre cinéma de Prime Video est similaire à celle de Netflix. En décembre 2021, 11,1 % des titres cinéma disponibles sont français. Les films américains sont largement majoritaires sur cette plateforme (48,3 %) et les films européens sont nettement moins bien représentés que sur Netflix (23,8 %). Disney+ propose une offre cinéma composée à 94,0 % de films américains en décembre 2021. Les films français ne représentent que 3,7 % de son offre cinéma, une part en légère augmentation depuis le lancement de la plateforme.

Part des films français dans l'offre cinéma selon la plateforme en décembre 2021 (%)

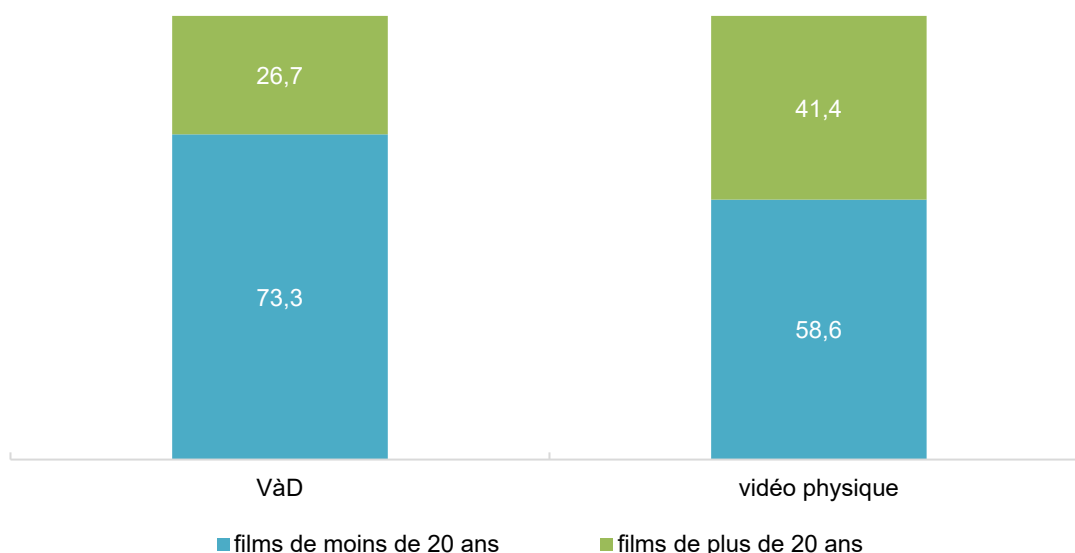


Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD

C. Une chronologie des médias qui encadre l'arrivée des films sur les différents circuits de distribution

Les fenêtres de la VàD transactionnelle et de la vidéo physique sont identiques et sont les premières après la sortie du film en salles de cinéma, à quatre mois ou trois mois avec dérogation. La VàD semble être un circuit largement plus favorable à l'exposition des films cinématographiques récents, de moins de 20 ans (73,3 % du catalogue cinéma en 2021), tandis que la vidéo physique offre une meilleure visibilité aux films de patrimoine (41,4 % du catalogue cinéma en 2021, une part multipliée par deux par rapport à 2019 notamment à cause de la pénurie de nouveautés avec la fermeture des salles en 2020 et 2021).

Répartition de l'offre de films¹ en VàD et vidéo physique selon l'ancienneté en 2021 (%)



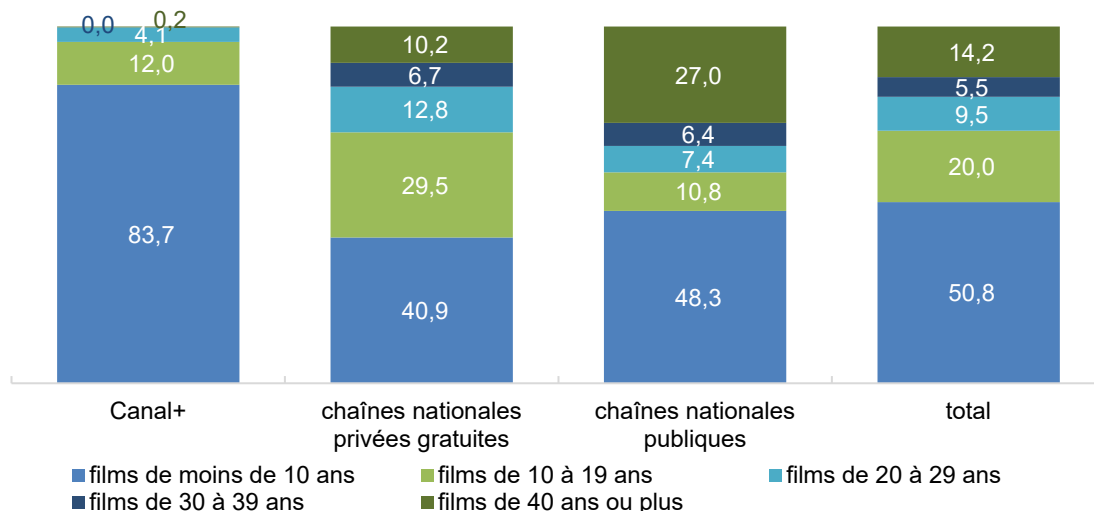
¹ Le volume de films en VàD transactionnelle et en vidéo physique correspond au nombre de références actives. Les DTV, films directement sortis en vidéo sont exclus de cette analyse.

Source : AQOA, GfK.

A la suite de la fenêtre de la VàD transactionnelle et de la vidéo physique s'ouvre celle de la première fenêtre de télévision payante. En 2021, 83,7 % des diffusions sur Canal+ concernent des films sortis en salles il y a moins de 10 ans et 60,3 % des films sortis il y a moins de 3 ans. A contrario, moins de la moitié des diffusions de films sur les chaînes nationales gratuites privées et les chaînes nationales publiques concernent des films de moins de 10 ans (respectivement 40,9 % et 48,3 % en 2021). Les diffusions de films de 10 à 20 ans représentent une part importante des diffusions sur les chaînes nationales privées gratuites (29,5 % en 2021). Il existe cependant des différences de stratégie de programmation selon les chaînes. Les chaînes mères (TF1 et M6) privilégient les diffusions de films inédits, tandis que les chaînes de la TNT privée gratuite diffusent, en majorité, des films de catalogue (93,8 % des diffusions de films). Les diffusions de films de 40 ans ou plus sont particulièrement présentes dans la grille des chaînes nationales publiques : elles représentent 27,0 % des diffusions sur les chaînes nationales publiques en 2021 contre 10,2 % sur les chaînes nationales privées gratuites et 0,2 % sur Canal+. Cela s'inscrit notamment dans le cadre des missions de service public de France Télévisions et d'Arte de diversité de l'offre de programmes et de mise en valeur du patrimoine culturel. Au sein de ces chaînes, des disparités de programmation existent également. France 2 privilégie la diffusion de films inédits (47,2 % de son offre de films), qui ne totalisent que 25,0 % des diffusions sur France 3, tandis que France 5 se consacre presque exclusivement aux films de catalogue.

La structure de l'offre de films sur les chaînes nationales publiques est relativement stable depuis 2017. A contrario, la structure sur Canal+ a fortement évolué en 2020 et 2021 à cause de la fermeture des cinémas lors de la crise sanitaire et donc d'une pénurie de films inédits en 2021. Canal+, tout comme l'ensemble des chaînes, a diffusé davantage de films de catalogue afin de proposer une offre plus importante lors des confinements. En effet, en 2017, les films de moins de 10 ans représentaient 98,6 % des diffusions de films. Ils n'en représentaient plus que 86,6 % en 2020 et 83,7 % en 2021. Ce recul de la part des diffusions de films de moins de 10 ans se fait au profit de celles des films de 10 à 20 ans et des films de 20 à 30 ans. En 2017, 1,1 % des diffusions sur Canal+ concernaient des films entre 10 et 20 ans et 0,3 % des films entre 20 et 30 ans. En 2021, ces films totalisent respectivement 12,0 % et 4,1 % des diffusions.

Répartition des films diffusés à la télévision selon le type de chaîne et l'ancienneté en 2021

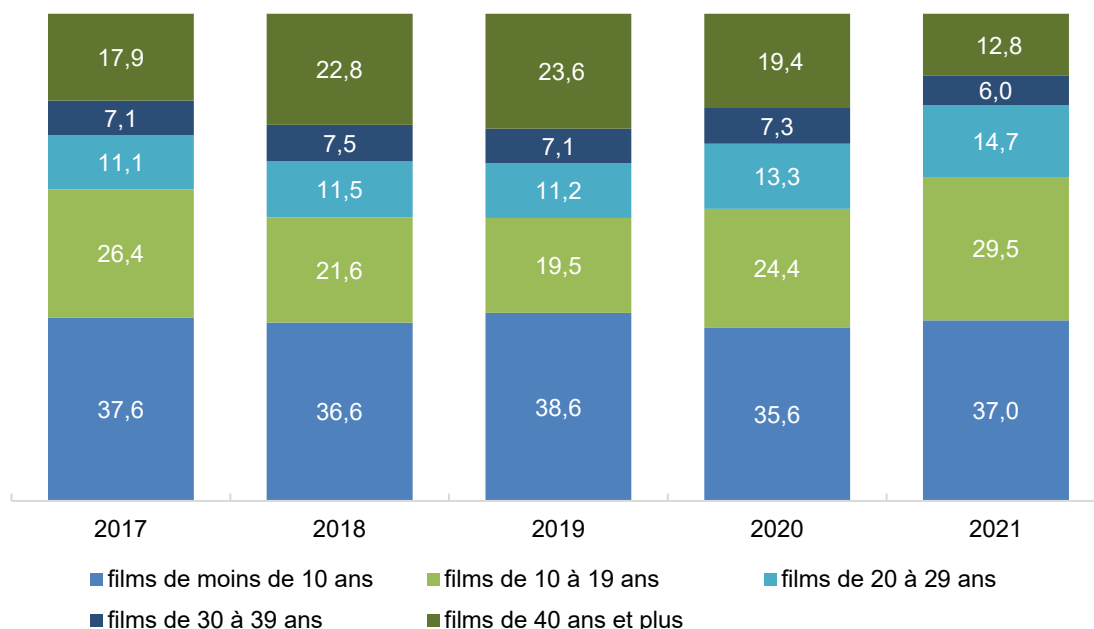


Source : CNC-ARCOM.

Concernant les plateformes de VàDA, en 2021, la chronologie des médias prévoit une fenêtre d'exploitation à partir de 36 mois. Une dérogation à 30 mois existe cependant pour les plateformes qui auraient conclu un accord d'engagements minimaux dans le cadre du décret SMAD. Cette chronologie régit l'analyse de l'offre de films en VàDA en 2021. Cependant, en 2022, la chronologie des médias a évolué et prévoit désormais une exploitation dès 15 à 17 mois après la sortie en salles de cinéma. Cette évolution pourrait mener à une modification de la structure de l'offre de films selon l'ancienneté puisque les plateformes pourront acquérir les droits de films plus récents.

Si les chaînes de télévision, et encore davantage Canal+, font une place importante aux films récents, l'offre de films en VàDA est largement plus ancienne. Au global, moins de 40 % des films disponibles sont sortis en salles il y a moins de 10 ans alors qu'ils représentent plus de 50 % des diffusions sur les chaînes de télévision. 17,4 % des films disponibles en VàDA ont moins de 5 ans contre 50,8 % pour les films diffusés en télévision. En volume néanmoins, les plateformes de VàDA proposent un plus grand nombre de titres de cinéma de moins de 5 ans (2 088 titres en VàDA contre 1 186 en télévision). Les films de 10 à 19 ans composent la majorité de l'offre cinéma en VàDA alors qu'ils ne représentent que 9,5 % des diffusions en télévision. Par ailleurs, entre 2017 et 2019, la part des films âgés de 3 à 4 ans était en forte hausse (+7,0 points sur la période à 22,7 % en 2019). Depuis 2020, elle est en retrait pour atteindre 17,4 % en 2021. La part des films de 40 ans ou plus a été divisée par deux entre 2019 et 2021. Au contraire, la part des films âgés de 10 à 20 ans gagne 10 points sur la même période et s'élève à 29,5 % de l'offre cinéma disponible en 2021.

Répartition de l'offre de films¹ en VàDA selon l'ancienneté (%)



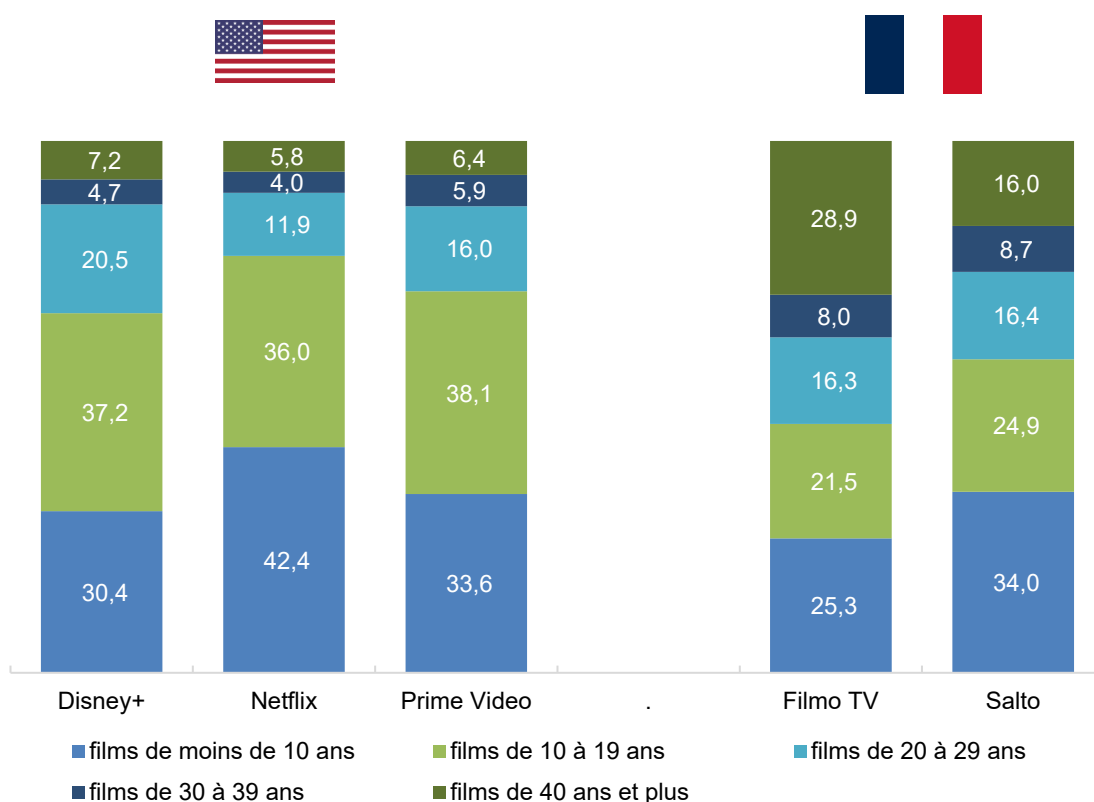
¹ Le volume de films en VàDA correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes.
Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD.

Les catalogues cinéma des plateformes françaises Salto et FilmoTV proposent une part de films de 20 ans ou plus bien supérieure à celle des plateformes américaines Netflix, Prime Video et Disney+. En effet, 38,9 % du catalogue cinéma de Salto et 51,6 % du catalogue

cinéma de FilmoTV sont composés de titres sortis en salles il y a au moins 20 ans, contre 20,5 % pour Netflix, 27,5 % pour Prime Video et 30,7 % pour Disney+. Sur ces trois plateformes américaines, la majorité de l'offre cinéma est composée de films de 10 à 20 ans.

Les plateformes de VàDA adoptent des stratégies diverses dans la production et l'exposition des contenus cinéma. Netflix privilégie les productions d'Originals pour se démarquer face à des studios qui réservent de plus en plus leur catalogue pour leur propre service de VàDA. 26,3 % de l'offre cinéma de Netflix sont des contenus Originals. Cela peut notamment expliquer la part importante des contenus de moins de 10 ans. Prime Video propose quant à elle une part moindre d'Originals dans son offre cinéma (4,6 % en décembre 2021) et privilégie l'acquisition de titres de cinéma. Amazon a également racheté le célèbre studio hollywoodien MGM en 2022 et a ainsi doté son catalogue de plus de 4 000 films MGM. Disney+ propose un catalogue dont la majorité des titres sont la propriété de The Walt Disney Company et de la Fox. Ceci explique la part importante des titres de 10 ans ou plus dans l'offre de cinéma du service. La plateforme n'a pas besoin de faire des achats de droits pour proposer une offre de cinéma attractive, qui est d'autant plus attractive que Disney suit une stratégie historique de faible circulation de ses œuvres, notamment en télévision. Salto s'appuie sur une mutualisation des programmes de France Télévisions, M6 et TF1. FilmoTV se positionne sur les contenus cinéma et notamment Art et Essai et propose notamment un grand nombre de films de patrimoine. Cela se traduit par une part très importante de films de 40 ans ou plus (28,9 %).

Répartition de l'offre de films¹ en VàDA selon la plateforme et l'ancienneté en 2021 (%)



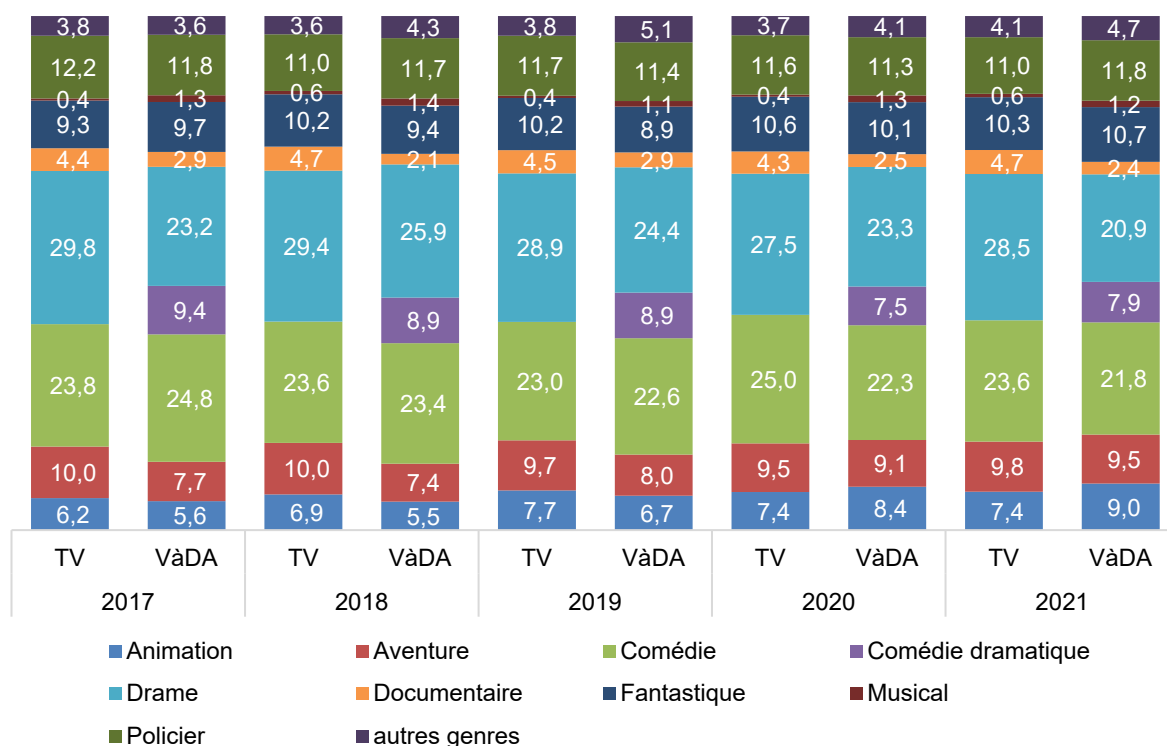
¹ Le volume de films en VàDA correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes. Hors DTV.
Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD.

D. La fiction, premier genre dans l'offre de films en VàDA et en télévision

Alors que le nombre de diffusions de films de fiction à la télévision est en légère érosion entre 2017 et 2021 (-71 titres), l'offre de films de fiction est en nette croissance en VàDA (+6 684 titres). Cette progression s'inscrit dans un contexte global de forte augmentation du nombre de titres de cinéma disponibles en VàDA. Le nombre de films d'animation et de films documentaires est également stable en télévision sur la période. En VàDA, le nombre de films d'animation disponibles est multiplié par 5 depuis 2017 passant de 217 titres à 1 045 titres. Les films documentaires connaissent en revanche une croissance plus faible par rapport aux autres genres (+151 % à 169 titres). L'arrivée de nouvelles plateformes comme Disney+ et Salto a contribué à la hausse du nombre de titres de fiction cinéma. La fiction représente 71,9 % de l'offre cinéma de Disney+ en décembre 2021 et 75,0 % de celle de Salto. La croissance du nombre de titres d'animation a également été portée par ces plateformes : l'animation représente 26,3 % de l'offre cinéma sur Disney+ et 23,1 % sur Salto. La forte présence de titres de fiction sur ces circuits s'explique également par la prépondérance de la fiction dans les salles de cinéma. La fiction s'impose comme le premier genre avec 72,1 % de l'offre de films en salles en 2021.

En 2021, la fiction représente 83,8 % de l'offre de cinéma disponible en VàDA et en télévision. Cette part est relativement stable sur les deux circuits, respectivement -1,1 point et -0,8 point par rapport à 2020. Les genres de fiction les plus représentés dans l'offre télévisuelle et en VàDA sont la comédie et le drame. Le drame représente 28,5 % des films diffusés à la télévision en 2021 (une part en léger recul depuis 2017, -1,3 point) et 20,9 % des films disponibles en VàDA (en recul de 2,3 points par rapport à 2017). La comédie, quant à elle, représente 23,6 % des films diffusés à la télévision en 2021 (une part stable depuis 2017) et 21,8 % des films disponibles en VàDA (en baisse de 3,0 points depuis 2017). La définition de ces genres selon les circuits est légèrement différente puisque le genre 'comédie dramatique' n'est pas identifié pour la télévision, ces films sont donc reclassés dans les genres 'comédie' ou 'drame' par Médiamétrie. La comédie, le drame et la comédie dramatique représentent au total 52,1 % de l'offre en télévision et 50,6 % de l'offre en VàDA. Le drame et la comédie sont également les genres les plus représentés parmi les films sortis en salles en 2021 (respectivement 35,5 % et 10,6 % de l'offre de films au cinéma en 2021). Cela contribue à expliquer leur forte présence sur les circuits hors de la salle. La comédie est cependant davantage présente en VàDA et en télévision qu'en salles contrairement au drame qui est plus représenté dans l'offre de films en salles que sur les autres circuits. L'animation est le genre qui connaît la plus grande croissance depuis 2017. La part des films d'animation dans l'offre de films en VàDA est en progression de 3,4 points depuis 2017. L'animation est le genre qui progresse le plus également en télévision, +1,2 point par rapport à 2017. Globalement la structure de l'offre en télévision et en VàDA est assez similaire bien que la télévision propose une offre de documentaires plus importante qu'en VàDA (4,7 % en télévision vs. 2,4 % en VàDA en 2021).

Répartition de l'offre de films¹ disponibles selon le genre² (%)



¹ Le volume de films correspond en télévision au nombre de films diffusés. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de VàDA

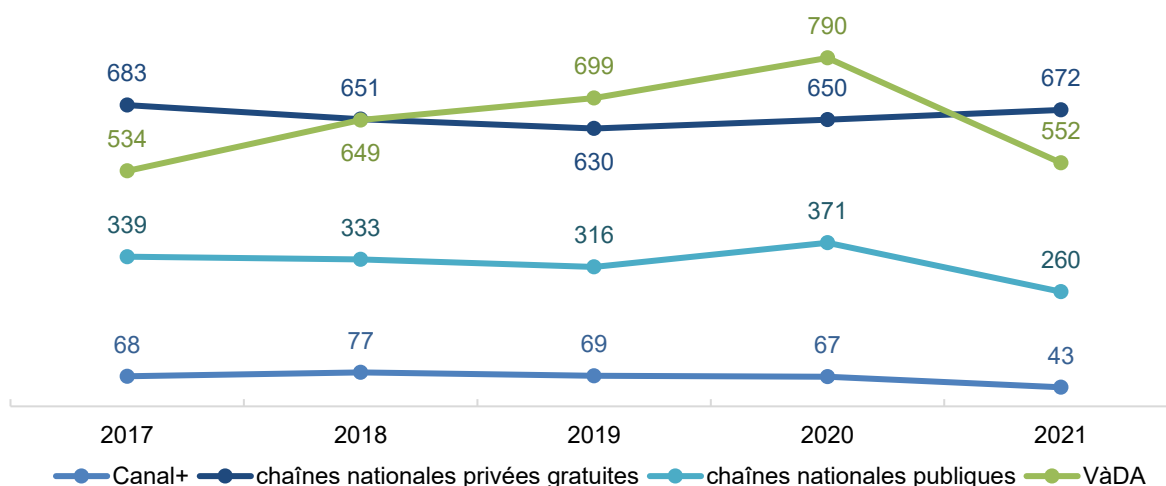
² Le genre « comédie dramatique » n'est pas identifié pour la télévision, les films relevant de ce genre sont reclassés en comédie ou en drame.

Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM.

E. La télévision privée gratuite, principale vitrine des films à plus d'un million d'entrées

En 2021, les chaînes nationales privées gratuites diffusent le plus grand nombre de films à plus d'un million d'entrées (672 titres diffusés). Ces derniers composent 61,5 % des diffusions de films en télévision privée gratuite en 2021. Les plateformes de VàDA proposent 552 films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en salles. Ils représentent seulement 9,9 % de leur offre cinéma. La profondeur de leur catalogue nécessite de proposer des films à moindre succès en salles. Par ailleurs, la baisse de la fréquentation en salles en 2020 et 2021 a nécessairement conduit à diminuer pendant quelques temps le poids des films à plus d'un million d'entrées, moins nombreux, dans l'offre de Canal+. En effet, en 2021, seulement 25 films ont réalisé plus d'un million d'entrées. En moyenne sur la période 2017-2019, 50 films par an réalisaient plus d'un million d'entrées.

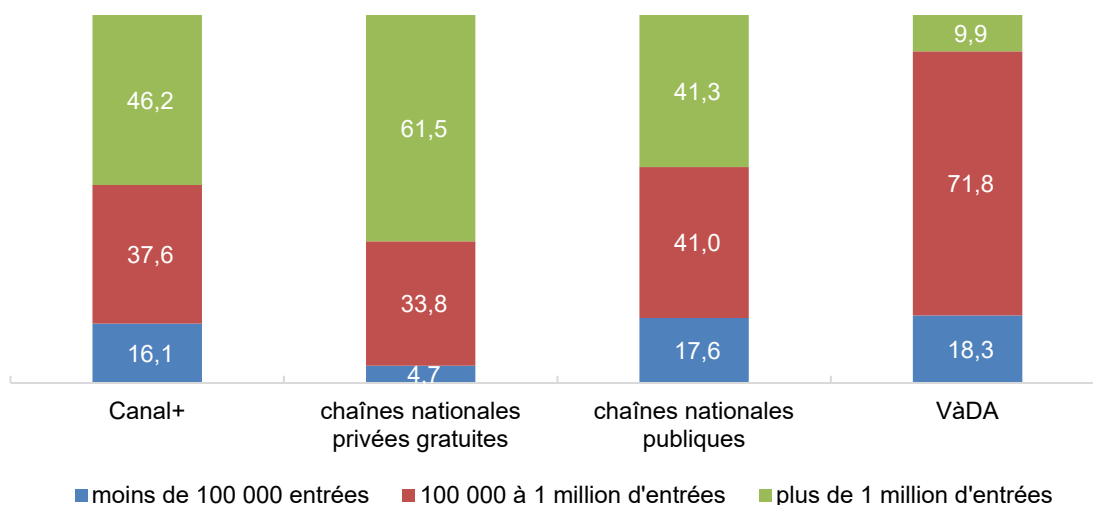
Offre¹ de films ayant réalisé plus d'un million d'entrées en salles à la télévision et en VàDA



¹ Le volume de films en télévision correspond au nombre de films diffusés à la télévision. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de VàDA / Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM.

A la télévision, de fortes disparités existent entre les chaînes payantes et les chaînes gratuites. Les investissements des chaînes payantes dans les films français sont nettement plus importants que les chaînes gratuites. En 2021, les diffuseurs (payants et gratuits) ont contribué au financement de 221 films français (65,0 % des films agréés), soit le plus haut niveau historique. Parmi ces 221 films, 209 l'ont été par les chaînes payantes. Canal+ s'impose comme la chaîne réalisant les plus gros investissements dans la production cinématographique française avec 151,5 M€. Canal+ apporte chaque année plus de 70 % des investissements totaux des diffuseurs payants, excepté en 2020 (67,8 %). Les obligations d'investissement de Canal+ obligent le groupe à en consacrer une partie aux films de moins de 4 M€ avec un potentiel d'entrées plus limité. Les chaînes nationales publiques financent quant à elles 99 films à hauteur de 78,9 M€ en 2021. Quant aux chaînes nationales privées gratuites, elles investissent dans moins de 30 films à hauteur de 65,1 M€ en 2021.

Répartition de l'offre en 2021 de films¹ en télévision et en VàDA selon le nombre d'entrées en salles (%)



¹ Le volume de films en télévision correspond au nombre de films diffusés à la télévision. Il correspond au nombre de titres uniques disponibles sur les plateformes de VàDA. Hors DTV. / Source : Médiamétrie – Baromètre de l'offre SVOD, CNC-ARCOM.

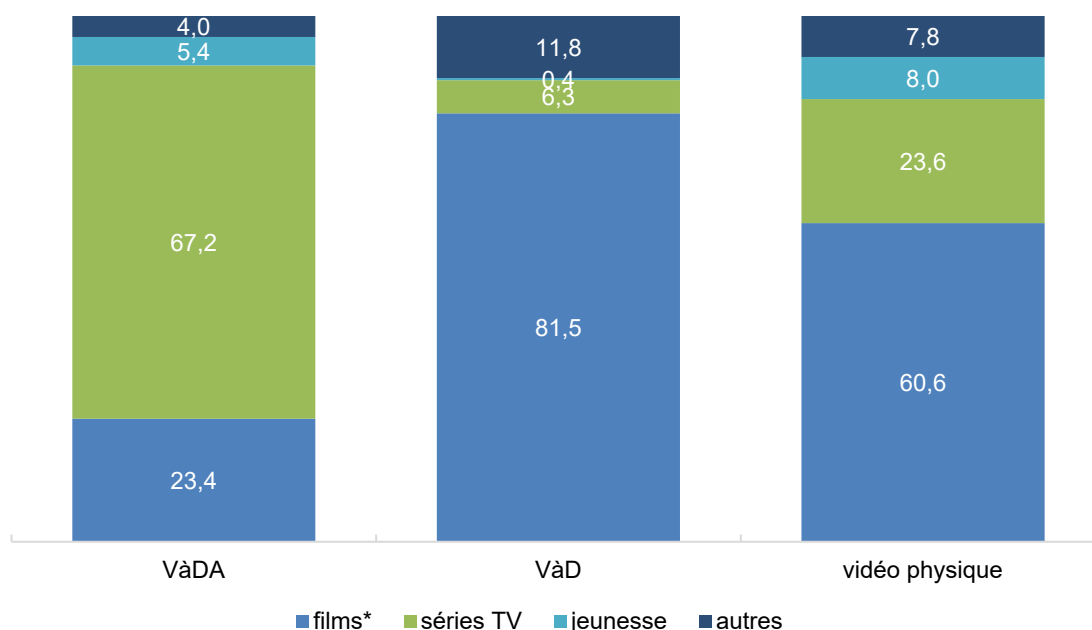
II. Analyse comparée de la consommation de films selon les différents circuits

A. Une consommation de cinéma très inégale selon les circuits

Le poids du cinéma dans la consommation est très variable selon le circuit. Il est difficile de comparer le poids du cinéma dans la consommation en télévision aux autres circuits car la diffusion d'œuvres cinématographiques sur ce circuit est soumise à un ensemble de contraintes de programmation. Les chaînes de télévision n'ont que 24 heures de programmes à proposer par jour et doivent proposer une offre variée de programmes et de genres pour satisfaire le public. En 2021, le cinéma représente 20 % des programmes regardés en première partie de soirée contre 33 % pour la fiction, 11 % pour le documentaire et 36 % pour les autres programmes.

En VàD transactionnelle et en vidéo physique, le cinéma est nettement majoritaire dans la consommation. Il représente 81,5 % du chiffre d'affaires en VàD en 2021 et 60,6 % du chiffre d'affaires en vidéo physique. La VàD transactionnelle et la vidéo physique proposent une offre de films plus récents que la VàDA, ce qui peut aussi expliquer le poids important des séries en VàDA (67,2 % en 2021).

Répartition de la consommation selon la catégorie et le circuit¹ en 2021 (%)



¹ En VàDA, la consommation correspond à la part d'actes de consommation. En VàD et en vidéo physique, elle correspond à la part du chiffre d'affaires généré.

*En VàDA et en VàD, les DTV sont inclus dans la catégorie 'films'. En vidéo physique, les DTV sont compris dans la catégorie 'autres'

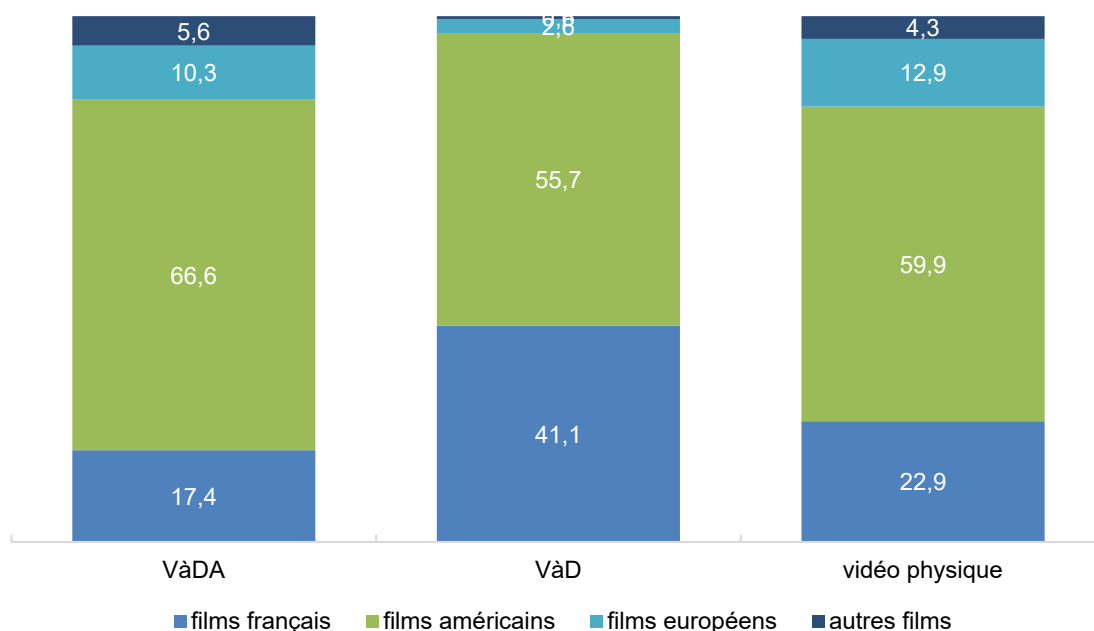
Source : Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD - AQOA - GfK.

Les films américains sont très majoritairement consommés en VàDA, VàD transactionnelle et vidéo physique. Ils représentent les deux tiers de la consommation cinéma en VàDA (66,6 %

en 2021) et plus de la moitié en VàD transactionnelle (55,7 %) et vidéo physique (59,9 %). Cependant, le cinéma français s'impose davantage dans la consommation de cinéma en VàD transactionnelle puisqu'il représente 41,1 % soit deux fois plus qu'en VàDA et en vidéo physique. Par ailleurs, en télévision, 30 des 50 films ayant réalisé les meilleures audiences en 2021 sont français.

A noter que les films français demeurent les plus représentés dans les salles. Ils composent 43,5 % de l'offre de films en salles en 2021 et réalisent 40,6 % des entrées. Les films américains représentent quant à eux 21,1 % de l'offre, une part identique à celle des films européens non français. Cependant, en termes de consommation, les films américains réalisent 43,0 % des entrées, contre 14,0 % pour les films européens non français. Ces derniers sont néanmoins plus consommés en VàDA et en vidéo physique notamment grâce à l'offre plus conséquente de ces films sur ces circuits.

Répartition de la consommation cinéma selon la nationalité et le circuit¹ en 2021 (%)

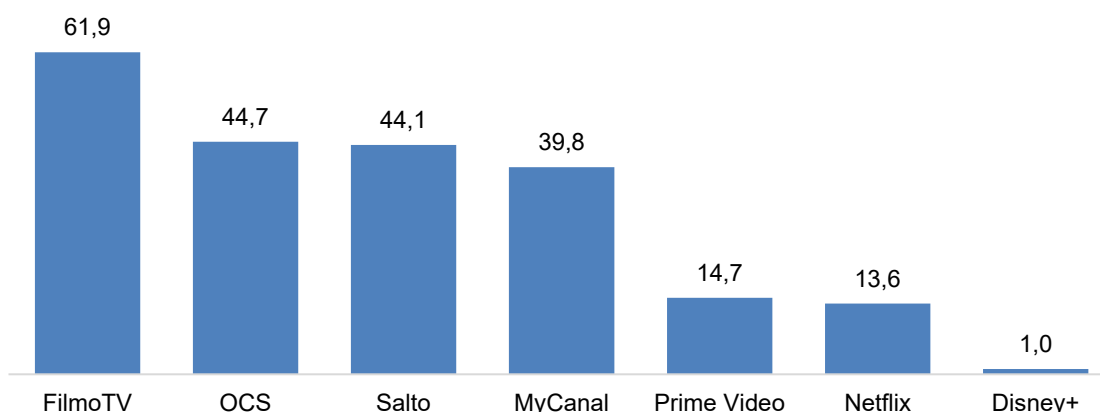


¹ En VàDA, la consommation correspond à la part du nombre d'actes de consommation. En VàD et en vidéo physique, elle correspond à la part du chiffre d'affaires généré.

Source : Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD - AQOA - GfK.

La part des films français dans la consommation cinéma des plateformes est très variable. Elle est particulièrement élevée sur les plateformes françaises : 61,9 % sur FilmoTV, 44,7 % sur OCS, 44,1 % sur Salto et 39,8 % sur MyCanal. Cela s'explique notamment par l'offre plus importante de films français sur ces plateformes. A l'inverse, les films français sont moins consommés sur les plateformes américaines, au profit des films américains. Ces derniers représentent notamment 98 % de la consommation cinéma sur Disney+.

Part des films français dans la consommation cinéma selon la plateforme en 2021 (%)

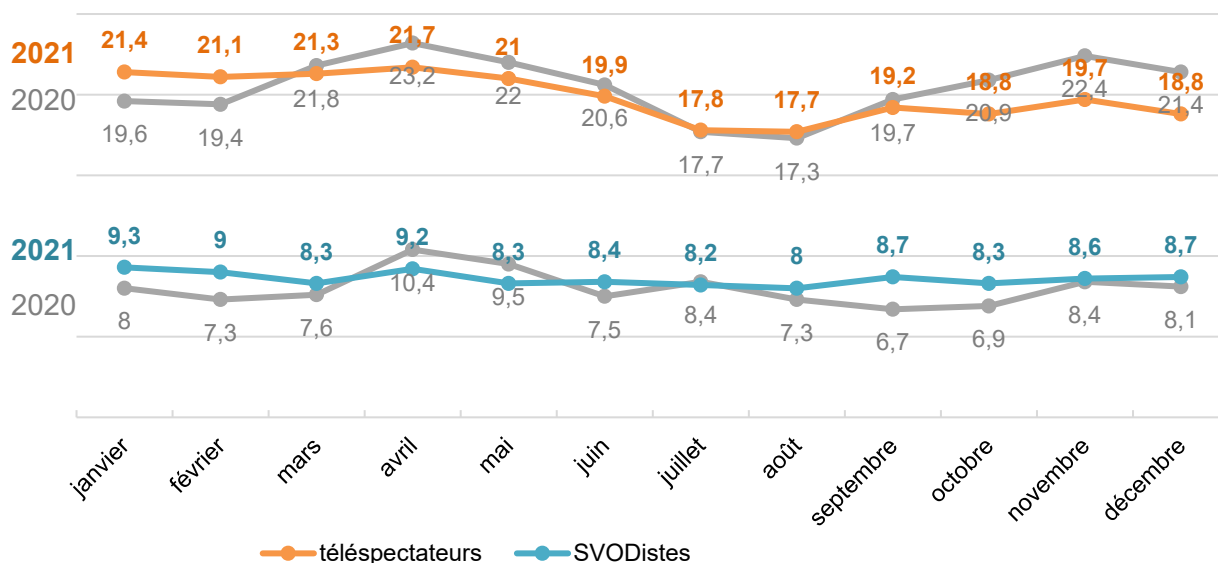


Source : Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD

B. La télévision, un public potentiel bien plus large

La télévision est le média avec la couverture la plus large et bénéficie d'une audience bien plus conséquente que la VàDA. En termes d'audiences tous genres consommés confondus, le nombre de SVODistes quotidiens moyens représente à peine la moitié du nombre moyen de téléspectateurs quotidiens en première partie de soirée à la télévision. Cela se traduit notamment par les audiences des films sur ces circuits. En effet, la télévision (gratuite et payante) demeure le circuit le plus rassembleur en dehors de la salle pour regarder des films. Le film ayant réalisé la meilleure audience à la télévision en 2021, le Sens de la fête, a rassemblé 7,5 millions de téléspectateurs. A titre de comparaison, en VàDA, en prenant en compte les films étant sortis directement en vidéo (DTV), le premier film du classement cinéma, Red Notice rassemble 5,1 millions de SVODistes. Le premier film sorti en salles qui a réalisé la meilleure audience en 2021 en VàDA, 10 jours sans maman, cumule seulement 2,2 millions de SVODistes.

Nombre moyen de SVODistes quotidiens et de téléspectateurs live quotidiens en première partie de soirée

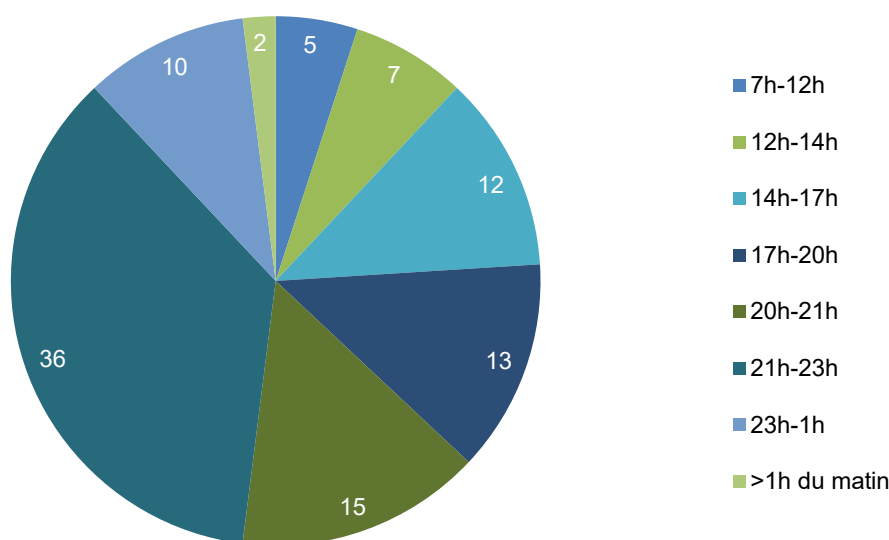


Source : Médiamétrie - Global Vidéo.

Périmètre : TV : 4 ans et plus / VàDA : 15 ans et plus.

Des logiques convergentes semblent cependant animer la consommation de contenus en télévision et en VàDA. En effet, les moments de consommation de contenus en VàDA semblent similaires à la consommation de programmes à la télévision. La tranche horaire 21h-23h concentre la plus grande part de la consommation de contenus en VàDA en décembre 2021 (36 %) mais la consommation reste plus répartie sur les différentes tranches horaires que la télévision. En télévision, cette tranche horaire de première partie de soirée est également celle qui concentre la majorité des audiences quotidiennes (près de 50% en 2021). En VàDA, la part de la première partie de soirée dans la consommation globale est proportionnellement croissante avec l'âge. En effet, les 15-24 ans sont 25 % à consommer des contenus sur cette tranche horaire, ils consomment les contenus en VàDA plus tôt que les autres tranches d'âge. Les 50 ans et plus sont 46 % à privilégier ce moment de la journée. Même constat concernant le support utilisé : comme pour la télévision, la VàDA est d'abord consommée sur un écran de télévision. Les téléspectateurs diversifient de plus en plus leurs usages de l'écran TV pour regarder autre chose que les programmes live puisque 8,7 millions de SVODistes quotidiens privilégient le téléviseur pour leur visionnage. En moyenne, 72 % des programmes de VàDA regardés sont visionnés sur l'écran TV (+3 points par rapport à 2020).

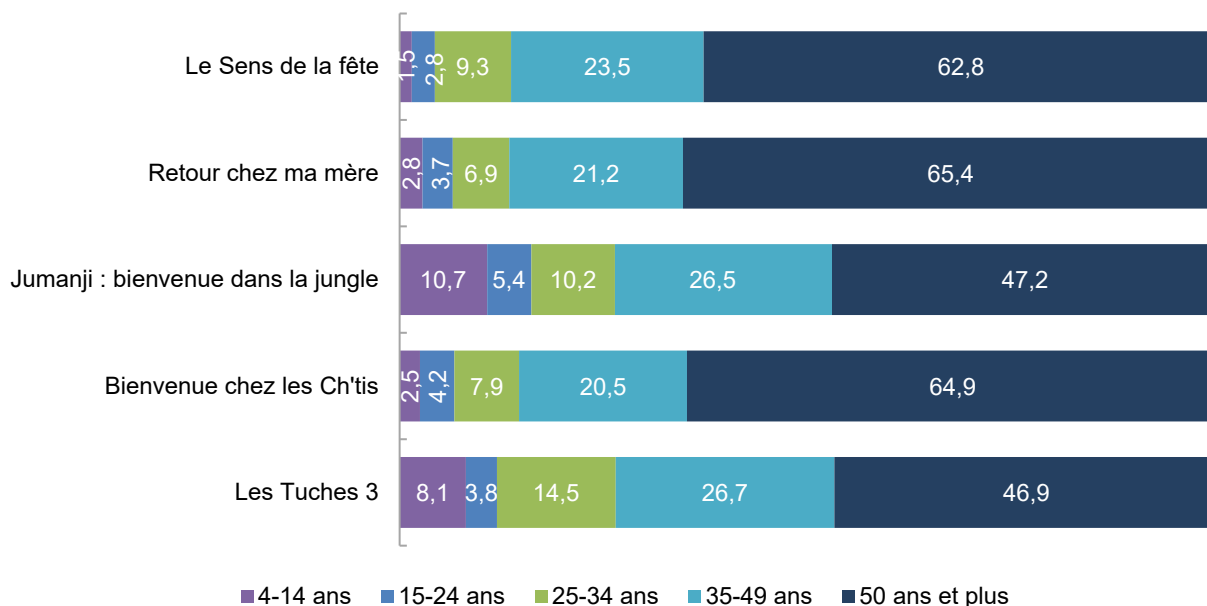
Répartition des visionnages en VàDA par moment de la journée en décembre 2021 (%)



Le public des films sur ces deux circuits paraît très différent ; le public de la VàDA est plus jeune que celui de la télévision bien que le public de la VàDA tende à s'élargir aux plus âgés notamment depuis la crise sanitaire. L'âge moyen des téléspectateurs est bien supérieur à celui des SVODistes. En 2021, il s'élève à 55 ans pour la télévision (+4 ans par rapport à 2017) contre 38 ans pour les SVODistes. En effet, entre 45 % et 65 % du public des 5 films ayant réalisé les meilleures audiences à la télévision en 2021 est âgé de 50 ans et plus. En VàDA, entre seulement 2 % et 32 % du public des 5 films (hors DTV) ayant réalisé les meilleures audiences en 2021 appartient à cette tranche d'âge. Les 35-49 ans représentent une part

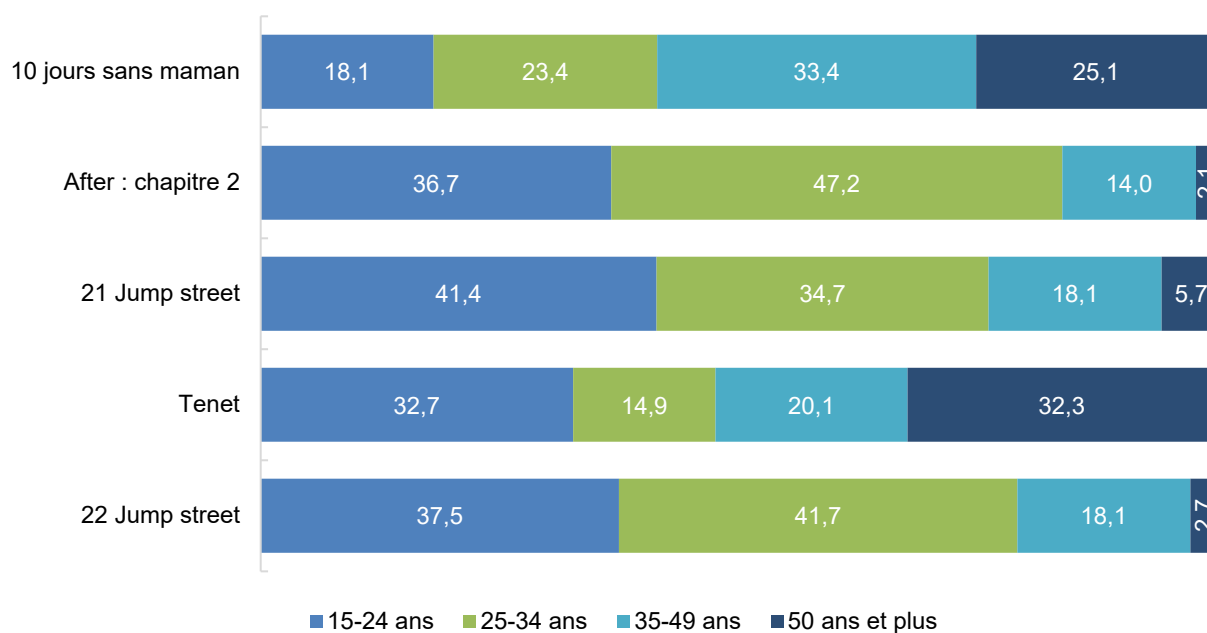
assez similaire sur les deux circuits. Les 15-24 ans et les 25-34 ans composent, en revanche, la majorité du public de ces films en VàDA. Ce sont ces tranches d'âge plus jeunes qui portent le succès de ces films en VàDA. Les 15-24 ans ne représentent que 17,8 % du public de la VàDA en 2021 mais leur part est bien supérieure dans le public de ces films.

Répartition par âge du public des 5 films ayant réalisé les meilleures audiences en télévision en 2021



Source : Médiamétrie – Restit TV

Répartition par âge du public des 5 films de cinéma ayant réalisé les meilleures audiences en VàDA en 2021



Source : Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD

C. Les Originals, fer de lance de la consommation de films en VàDA

Depuis quelques années, les contrats d'exclusivité pour l'exploitation des droits des contenus audiovisuels se sont multipliés sur le marché de la VàDA et particulièrement sur des plateformes comme Netflix qui ne sont adossées à aucun studio. Désormais, ces plateformes produisent ou font produire leurs propres contenus appelés 'Originals'. Par ce biais, elles investissent notamment dans la production d'œuvres françaises. Entre 2016 et 2021, 56 % des investissements en production originale française de ces plateformes ont été dirigés vers la production de séries et 27 % vers la production de films (Originals).

En 2021, les Originals occupent les dix premières places du classement cinéma en VàDA. Le premier film ayant connu une sortie en salles apparaît à la 13^{ème} place du classement : *10 jours sans maman*. En VàDA, le nombre de SVODistes réuni par *Red Notice* (5,4 millions) est plus de deux fois supérieur au nombre de SVODistes ayant visionné *10 jours sans maman* (2,2 millions). Les Originals représentent 43,6 % de la consommation de contenus cinéma sur Netflix contre 16,5 % sur Prime Video et 15,7 % sur Disney+ (21,6 % de la consommation totale, toutes plateformes confondues). Les plateformes françaises Salto et FilmoTV ne proposent aucun Original en 2021.

A la télévision, 7 des 10 films ayant réalisé les meilleures audiences en 2021 sont des films français (4 sur 10 en 2020 et 7 sur 10 en 2019). En VàDA, seul un film français apparaît dans le top 10 : *8 rue de l'Humanité*, une création originale française Netflix.

Top 10 des meilleures audiences cinéma à la télévision en 2021

	titre	chaîne	nationalité	télespectateurs (millions)
1	<i>Le Sens de la fête</i>	TF1	France	7,5
2	<i>Retour chez ma mère</i>	TF1	France	6,3
3	<i>Jumanji : bienvenue dans la jungle</i>	TF1	Etats-Unis	6,3
4	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	TF1	France	6,3
5	<i>Les Tuche 3</i>	TF1	France	5,9
6	<i>Le Flic de Belleville</i>	TF1	France	5,9
7	<i>Ant-Man et la guêpe</i>	TF1	Etats-Unis	5,9
8	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	TF1	France	5,8
9	<i>Marie-Francine</i>	TF1	France	5,8
10	<i>A star is born</i>	TF1	Etats-Unis	5,8

Source : Médiamétrie – Restit TV

Top 10 des meilleures audiences cinéma en VàDA en 2021

	titre	plateforme	nationalité	type de production	SVODistes (millions)
1	<i>Red Notice</i>	Netflix	Etats-Unis	Original	5,4
2	<i>Luca</i>	Disney+	Etats-Unis	Original	4,2
3	<i>8 Rue de l'humanité</i>	Netflix	France	Original	4,2
4	<i>Raya et le dernier dragon</i>	Disney+	Etats-Unis	Original	4,1
5	<i>Love and monsters</i>	Netflix	Etats-Unis	Original	3,4
6	<i>The Tomorrow War</i>	Prime Video	Etats-Unis	Original	3,1
7	<i>Soul</i>	Disney+	Etats-Unis	Original	3,0
8	<i>Army of the Dead</i>	Netflix	Etats-Unis	Original	2,8
9	<i>Love Hard</i>	Netflix	Etats-Unis	Original	2,7
10	<i>I care a lot</i>	Netflix	Etats-Unis	Original	2,7

Source : Médiamétrie – Baromètre de la consommation SVOD

La consommation de cinéma en télévision et en VàDA apparaît donc plutôt complémentaire. Les plateformes de VàDA sont privilégiées pour la consommation de créations originales des plateformes, tandis que la télévision est plébiscitée pour sa diffusion de films sortis en salles.

D. Une démultiplication et fragmentation de l'offre cinéma

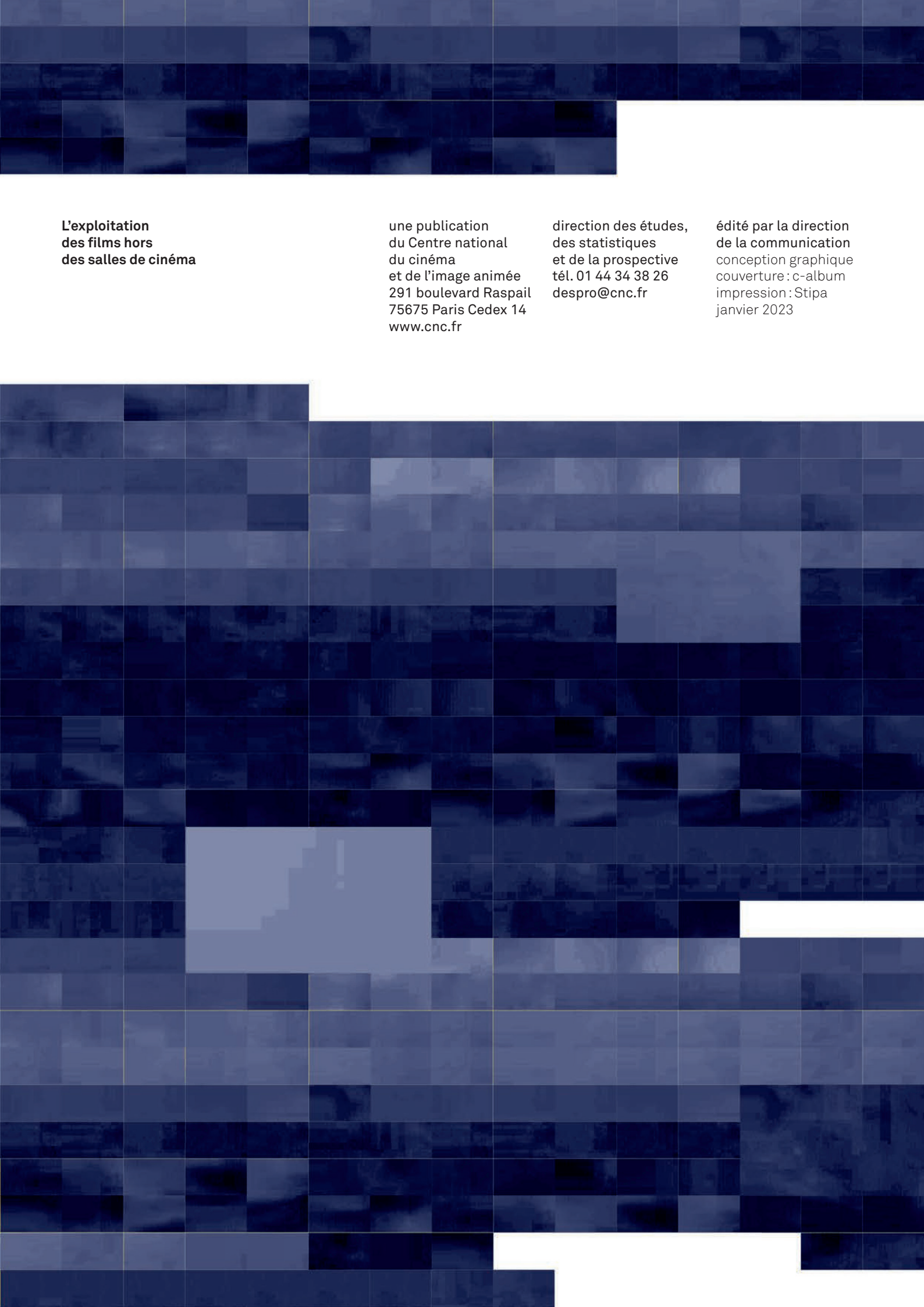
La multiplication des contenus disponibles et des plateformes de streaming (VàDA mais aussi AVoD, FAST...) crée une concurrence accrue dans l'offre de contenus. Ce phénomène est également alimenté par les groupes audiovisuels historiques avec le lancement de leurs propres plateformes comme Hulu, née du partenariat entre NBC Universal (propriétaire de NBC) et News Corp (propriétaire de Fox) qui propose un large catalogue cinéma. Des mouvements d'hyper-concentration dans le paysage audiovisuel américain ont accentué la concurrence avec notamment l'acquisition de l'essentiel des actifs de 21st Century Fox par The Walt Disney Company. En 2019, Viacom et CBS ont fusionné leurs activités au sein de ViacomCBS et lancé, en 2021, la plateforme Paramount+ dans plusieurs régions du monde et en France le 1^{er} décembre 2022. Cette offre pléthorique, notamment de contenus cinéma, entraîne une forte compétition entre ces services délinéarisés et met une certaine pression sur les acteurs français. Le développement de services de VàDA par les détenteurs de catalogue (Disney, HBO Max, Paramount+) maintient à un niveau élevé le taux d'exclusivité du cinéma sur les plateformes. En septembre 2022, 82,7 % des films proposés en VàDA ne sont disponibles que sur une seule plateforme et seulement 1,2 % le sont sur 4 plateformes ou plus.

L'émergence des services d'AVoD et des chaînes FAST, services de télévision en streaming linéaires gratuits financés par la publicité, semble également participer à une meilleure exploitation des œuvres cinématographiques. En 2019, ViacomCBS annonçait le rachat de la plateforme de streaming Pluto TV avec pour objectif la promotion de ses films sur les chaînes FAST de la plateforme. En mai 2022, la plateforme française Mango annonçait le lancement d'une nouvelle chaîne FAST, Mango Cinéma, entièrement dédiée aux films. Molotov TV enrichit également son offre, initialement centrée sur la télévision gratuite, avec l'apport de services payants comme Molotov Grand Cinéma. Rakuten TV propose des programmes provenant des grands studios américains comme Warner Bros., Disney et Sony Pictures, mais également des productions locales qui permettent au groupe d'éditorialiser ses chaînes de cinéma. Une collaboration était annoncée en avril 2022 entre le service et Globalgate Entertainment, filiale de Lionsgate, recouvrant les droits d'adaptation et de remakes de productions audiovisuelles, dont des films hollywoodiens. Toutefois, ces services ne bénéficient pas encore d'une audience très large.

Face à cette démultiplication et fragmentation de l'offre, la télévision gratuite apparaît encore plus essentielle au maintien d'une certaine visibilité des œuvres cinématographiques au plus grand nombre, favorisant notamment la circulation des œuvres locales. Les chaînes de télévision française proposent d'ailleurs des services de télévision de rattrapage depuis plus de 10 ans et ces plateformes participent encore un peu plus au rayonnement du cinéma local. Aujourd'hui, le cinéma représente une part marginale de l'offre disponible sur ces services (3,4 % en septembre 2022) ; en consommation, sa part est encore plus faible (2,2 % sur les neufs premiers mois de 2022). Néanmoins, l'ouverture des droits de rattrapage pour le cinéma sur les chaînes gratuites pour s'adapter aux nouvelles pratiques culturelles pourrait amener à une progression notable de l'offre et de la consommation de cinéma sur ces services. Par ailleurs, les chaînes de télévision éditorialisent de plus en plus leur plateforme de BVoD afin

de donner de la visibilité à leurs œuvres cinématographiques, comme France Télévisions sur sa plateforme France.tv ou Canal+ avec un nouveau corner Canal+ Grand Ecran sur myCanal.

En ce qui concerne les grandes plateformes de V&DA généralistes, la place du cinéma pourrait se réduire, tant en termes d'offre que de consommation avec l'arrivée de programmes de flux, dont les commandes augmentent. Netflix a, par exemple, investi dans plusieurs programmes de télé-réalité, genre qui séduit particulièrement les jeunes en télévision linéaire et se retrouvent régulièrement dans le top 10 en télévision de rattrapage. Prime Video s'est quant à elle positionnée sur les droits sportifs avec notamment son pass Ligue 1 ou encore ses droits sur le tournoi de Roland Garros. Toutefois, la transposition du décret SMAD qui impose aux plateformes une contribution au financement et à la diffusion des œuvres européennes permet de garantir un certain niveau d'investissements et de visibilité pour le cinéma.



**L'exploitation
des films hors
des salles de cinéma**

une publication
du Centre national
du cinéma
et de l'image animée
291 boulevard Raspail
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

direction des études,
des statistiques
et de la prospective
tél. 01 44 34 38 26
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
impression : Stipa
janvier 2023