



les études du CNC
juin 2022

Le marché de
l'animation en 2021

Le marché de l'animation en 2021

Cinéma, audiovisuel, emploi,
vidéo, international

juin 2022

Cette étude a été réalisée conjointement par la Direction des études, des statistiques et de la prospective et par la Direction de l'audiovisuel.



Centre national du cinéma et de l'image animée

291 boulevard Raspail, 75675 Paris Cedex 14

Tél : 01.44.34.38.26

Fax : 01.44.34.34.55

www.cnc.fr

Nicolas Besson, Sophie Cheynet, Sylvain Dandine, Raphaël Drouet, Sophie Jardillier, Cécile Lacoue, Ivan Piccon, Cindy Pierron, Valentine Tucoulat, Jérôme Tyl.

Sommaire

Sommaire	3
Objectifs	4
Synthèse	5
1. Cinéma	9
1.1. La production française de longs métrages d'animation	10
1.2. La distribution	17
1.3. Les résultats des films d'animation en salles.....	24
1.4. Le public des films d'animation en salles.....	29
2. Audiovisuel	31
2.1. La production audiovisuelle d'animation	32
2.2. Les films d'animation à la télévision	40
2.3. La diffusion de l'animation à la télévision	44
2.4. L'audience de l'animation à la télévision	49
2.5. Les programmes d'animation en télévision de rattrapage (TVR)	55
3. Emploi	57
3.1. Le secteur face à la crise sanitaire	58
3.2. Les entreprises de production de films d'animation.....	60
3.3. La masse salariale et les effectifs.....	61
3.4. La place des femmes dans le secteur	65
4. Vidéo	68
4.1. L'animation en vidéo à la demande par abonnement (VàDA).....	69
4.2. L'animation en vidéo transactionnelle (à la demande et physique)	72
5. International	77
5.1. L'exportation des programmes audiovisuels français d'animation	78
5.2. Les films français d'animation à l'international	85
5.3. Les commandes de programmes d'animation dans le monde	94

Objectifs

Pour la 14^{ème} année consécutive, le Centre national du cinéma et de l'image animée publie son étude sur le marché de l'animation.

Cette étude analyse tant l'animation audiovisuelle que cinématographique à travers les œuvres produites et leur financement mais également leur diffusion en France, dans les salles de cinéma, à la télévision (en linéaire et en télévision de rattrapage), en vidéo (physique et à la demande), ainsi qu'à l'étranger, dans les salles de cinéma et sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement. Elle met ainsi en lumière les caractéristiques spécifiques de la production et de la diffusion de ces œuvres.

Cette étude propose également un état des lieux de l'emploi dans le secteur de l'animation en France avec, au-delà d'une analyse des entreprises actives, des effectifs et de la masse salariale, un examen des métiers de l'animation. Les données sont présentées selon une dimension genrée.

Synthèse

Le CNC publie pour la 14^{ème} année consécutive une étude sur le marché de l'animation. Cette étude dresse une analyse complète et approfondie de la production et de la diffusion des œuvres d'animation, qu'elles soient cinématographiques ou audiovisuelles.

Une production audiovisuelle française ambitieuse qui attire les partenaires étrangers

En 2021, le volume de **production de programmes d'animation atteint 357 heures** (+62 heures par rapport à 2020), soit le **deuxième plus haut niveau depuis 2006** (395 heures). La production d'animation est marquée par des cycles de production de 2 ou 3 ans, ce qui explique généralement les variations annuelles des volumes comptabilisés ; 2021 est dans le cycle haut. Les devis augmentent de 28,3 % en 2021 à 314,5 M€, soit un niveau record historique. En parallèle, **le coût horaire progresse de 6,1 % par rapport à 2020 et atteint 879,99 K€, signe de productions ambitieuses.**

L'animation est un genre tourné vers l'international, qui s'exporte bien et qui attire les **producteurs étrangers**. La hausse des apports étrangers dans le financement de la production de programmes audiovisuels d'animation français ne fait que confirmer cette tendance. En 2021, les partenaires étrangers apportent 91,2 M€, soit +31,9 % par rapport à 2020 et une multiplication par plus de 2 en 10 ans. Ils assument **29,0 % du total des devis, soit le plus haut niveau depuis 2007** (30,3 %) et surtout un niveau supérieur à la moyenne annuelle des dix dernières années (24,8 %). L'animation concentre 48,0 % du total des apports étrangers dans la production de programmes audiovisuels français en 2021 (44,4 % entre 2012 et 2021).

En 2021, **298 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger** (coproduction et/ou prévente), soit **83,4 % du volume total produit**. La part d'heures financées avec un partenaire étranger est nettement plus élevée que pour les autres genres (54,4 % en fiction, 24,8 % pour le documentaire par exemple).

L'animation française s'est ainsi imposée comme une des premières productions mondiales et a su tirer parti de la demande forte de contenus, notamment celle des nouveaux acteurs non linéaires. Selon les estimations d'Ampere Analysis, **la France est le 3^e pays au monde et 1^{er} pays européen, en volume de séries d'animation en cours de commande** avec 65 programmes, derrière les Etats-Unis (313 programmes) et le Japon (214 programmes). Le groupe **France Télévisions est le premier groupe européen et sixième groupe mondial** avec 40 programmes d'animation commandés, dont 15 pour sa plateforme Okoo.

Une production française de films d'animation plus modeste, qui, elle aussi, fait largement appel aux financements étrangers

Sur les 20 dernières années, **les films d'animation représentent 2,9 % de la production agréée**, soit entre 3 et 12 films par an. En 2021, 10 films d'animation français sont agréés. Ces films sont régulièrement financés avec des partenaires étrangers, **avec plus de 2/3 de coproductions sur les 20 dernières années.**

En moyenne, **un film d'initiative française d'animation agréé entre 2002 et 2021 coûte 11,0 M€**. Ce montant est **deux fois plus élevé que le coût moyen d'un film de fiction** (5,2 M€) et 12 fois plus élevé que celui d'un documentaire (0,9 M€).

Sur la dernière décennie, les **premiers financeurs** des films d'initiative française d'animation agréés sont **les producteurs**. 24,9 % des coûts sont ainsi assumés par ces derniers, une part largement plus élevée que celle observée pour l'ensemble des films d'initiative française agréés (14,9 %). Autre spécificité, **les apports étrangers s'élèvent à 17,0 % du total des coûts des films d'animation, contre 10,6 % tous films d'initiative française agréés**. Cela s'explique notamment par le coût élevé des films d'animation qui impose de trouver de multiples financeurs, notamment des partenaires étrangers.

Des programmes audiovisuels d'animation français prisés des acheteurs internationaux

L'animation est le **format français qui s'exporte le mieux grâce à plusieurs marques fortes** (*Molang, Simon, Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat noir, Oggy et les cafards*) **et des acteurs français puissants** (Xilam, Mediatoon, Cyber Group Studios, Method Animation). Si les ventes d'animation se font au gré des cycles de production, l'exportation de l'animation française progresse régulièrement en 20 ans et passe d'un total de 56,4 M€ en 2001 à **74,7 M€ en 2020** (+32,4 %). En 2020, les ventes se maintiennent à un niveau très élevé malgré la crise sanitaire (festivals du film annulés, déplacements contraints...), avec une légère contraction de 3,5 % par rapport au niveau historique de 2019. L'animation reste de loin le premier genre à l'export et représente **37,9 % du total des ventes internationales de programmes audiovisuels français en 2020**.

L'animation cinématographique, un genre qui bénéficie également d'une forte visibilité à l'international

En raison des spécificités du genre (doublages par des stars locales, films grand public, franchises réputées) et du savoir-faire français reconnu en la matière, **l'animation cinématographique participe largement au rayonnement des œuvres françaises à travers le monde**. Les résultats à l'international contribuent largement aux performances des films d'animation français en salles, en concentrant plus des deux tiers (68,8 %) de l'ensemble des entrées du genre enregistrées entre 2012 et 2021.

En 2021, l'exploitation à l'international des films d'animation français en salles est une nouvelle fois impactée par les conséquences de la pandémie de Covid-19 avec la fermeture prolongée des cinémas dans de nombreux territoires. Dans ce contexte, **les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) mais également les chaînes de télévision linéaires se sont imposées comme un vecteur d'exposition important** pour les films d'animation français. 37 films d'animation français sont exploités dans les salles de cinéma à l'international en 2021 cumulant 1,9 million d'entrées, plus bas niveau constaté sur la décennie. En parallèle de l'exploitation cinématographique, 124 films d'animation français différents sont disponibles sur au moins une plateforme de VàDA à l'international (hors France). En télévision, l'animation française bénéficie d'une place privilégiée dans la programmation des chaînes de télévision étrangères, s'imposant comme la première industrie européenne sur plusieurs territoires (hors productions nationales).

L'animation, un genre dont les plus jeunes sont friands et stratégique pour relancer la fréquentation en salles

Les programmes d'animation diffusés en linéaire en France sont essentiellement destinés aux enfants (Arte mise à part) et logiquement, surconsommés par les 4-14 ans. Selon Médiamétrie, **15 274 heures de programmes d'animation sont diffusées sur les chaînes de télévision nationales** en 2021. Le genre représente **8,7 % de l'offre** et **20,6 % de la consommation** télévisuelle des 4-14 ans. Cette part est encore plus élevée chez les 4-10 ans (25,3 %).

Au cinéma, **les films d'animation permettent de capter un large public, jeune** (44,5% de 3-14 ans en 2021) **et plus occasionnel. Les distributeurs ont ainsi misé sur l'animation pour relancer la fréquentation** avec 5 films d'animation en salles dès la semaine de réouverture du 19 mai 2021. Sur l'ensemble de l'année 2021, 38 films sont sortis dans les salles en première exclusivité, le deuxième plus haut niveau depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). Ces films ont réalisé 16,7 % des entrées de l'année, troisième plus haut niveau depuis 1996.

Les films d'animation bénéficient par conséquent d'une large combinaison de sortie : 361 établissements en première semaine en 2021 contre 178 pour l'ensemble des films en première exclusivité. Les films d'animation américains sont programmés dans encore plus d'établissements, 645 en moyenne en première semaine en 2021, contre 268 pour les films d'animation français. **Les films américains portent le marché totalisant en 2021 près des ¾ des entrées des films d'animation.**

Explosion des contenus disponibles en VàDA

Les pratiques culturelles ont considérablement évolué ces dernières années avec une consommation croissante de contenus en délinéaire. Les enfants sont parmi les premiers à consommer de plus en plus de contenus, y compris d'animation, à la demande. L'animation constitue ainsi un produit d'appel pour certaines plateformes de vidéo à la demande par abonnement (VàDA). En avril 2022, **plus de 89 000 épisodes de programmes jeunesse sont disponibles sur les plateformes de VàDA en France**, soit 45,1 % de l'offre globale de programmes. En cinq ans, l'offre d'épisodes de programmes jeunesse a été multipliée par 3,3 (+62 095 épisodes). Si la majeure partie des programmes proposés est destinée aux enfants, plus de 15 % ciblent un public adulte.

Aux côtés des plateformes généralistes, **plusieurs services proposent une offre composée essentiellement, voire exclusivement, de contenus d'animation** : les services orientés jeunesse comme TFOU MAX ou GulliMax, d'autres spécialisés sur un segment de l'animation, comme le manga pour ADN. Enfin, même si Disney+ est une plateforme généraliste, son catalogue patrimonial contient de nombreux programmes pour enfants et de nombreuses productions d'animation.

L'animation en France, une filière d'excellence, accompagnée par les pouvoirs publics

Le nombre d'entreprises de production de films d'animation est en croissance continue depuis 2004. Au cours de l'année 2020, 163 entreprises ont déclaré une activité relative à la production de films d'animation (+120,3 % par rapport à 2004). En parallèle de cette hausse du nombre d'entreprises, **le secteur se structure autour d'entreprises de taille importante.**

La part d'entreprises déclarant une masse salariale supérieure à 2 M€ progresse, passant de 6,8 % en 2004 à 12,9 % en 2020.

Sur les dix dernières années, **l'augmentation du nombre d'entreprises s'est accompagnée d'une décentralisation de leur implantation**. La part d'établissements de production de films d'animation implantés en Ile-de-France, bien que toujours majoritaire, diminue entre 2011 (67,7 %) et 2021 (58,9 %). Deux régions bénéficient particulièrement de ce phénomène de décentralisation : la région Auvergne-Rhône-Alpes (10,3 % des établissements en 2020, contre 4,3 % en 2011) et la région Nouvelle-Aquitaine (14,9 %, contre 12,0 %), toutes deux notamment dynamisées par l'essor de pôles d'animation (la Cartoucherie à Bourg-lès-Valence dans la Drôme et Angoulême en Charente).

Depuis 2004, **l'emploi dans les entreprises de production de films d'animation augmente sensiblement** : +134,3 % en termes d'effectifs à 7 853 emplois en 2020 et +269,4 % en termes de masse salariale à 184,60 M€. **Cette croissance résulte à la fois de la forte demande de contenus et des politiques publiques incitatives de localisation ou relocalisation des productions en France** :

- mises en place successives des crédits d'impôt cinéma (2004) et audiovisuel (2005), avec une importante croissance de l'emploi observée jusqu'en 2008,
- instauration du crédit d'impôt international destiné à développer l'attractivité du territoire français et des entreprises pour les productions internationales à gros budgets à partir de décembre 2009.

Entre 2015 et 2016, les dépenses françaises des projets d'animation éligibles au crédit d'impôt international sont multipliées par 5 suite à la révision du plafond et du taux de calcul du crédit d'impôt international en 2016, entraînant une accélération conséquente du nombre de salariés employés par les entreprises de production de films d'animation.

Une filière résiliente face à la crise sanitaire

Le secteur de la production de films d'animation se singularise en 2020 par sa réactivité et sa rapide adaptation face à la pandémie de Covid-19. Le secteur connaît une baisse contenue de ses effectifs au début de la pandémie de Covid 19, avec -10,5 % de salariés entre mars et avril 2020 (-52,7 % pour la production cinématographique et -41,0 % pour la production audiovisuelle). **Le niveau d'emploi dans le secteur retrouve un niveau comparable à celui de 2019 dès juillet**. Le nombre de salariés déclarés dans le secteur connaît ensuite une augmentation continue tout au long de l'année 2021 pour atteindre un niveau record en novembre 2021.

Face à une demande accrue de contenus, en France comme à l'international, le plafonnement du nombre de salariés intermittents rend compte d'un secteur sous tension. En 2020, dans un contexte pandémique, 6 722 intermittents sont salariés dans le secteur soit une baisse de 3,7 % par rapport à 2019, avec un recul notable du nombre de primo-entrants.

Enfin, si le secteur de l'animation demeure majoritairement masculin, une dynamique de féminisation progressive de ses effectifs est observée à partir de 2015. En 2020, les femmes représentent 39,0 % des effectifs, soit la part la plus haute jamais constatée.

1. Cinéma

L'animation en 2021 :

La production française de longs métrages d'animation



10 films produits
2,9 % des films agréés



6,3 M€ en moyenne par film



apports étrangers
29,1 % du coût des films

La distribution de films d'animation



38 films en première exclusivité
8,4 % de l'offre totale



8 films français
7,9 % de l'offre de films
d'animation



361 cinémas en 1^{ère} semaine
178 cinémas tous films confondus

Les résultats des films d'animation en salles



14,6 millions
d'entrées



94,2 M€

de recettes



6,45 €
en moyenne par
entrée



Top 3 sur les entrées arrêtées au 28 décembre 2021.

Le public des films d'animation

3-14 ans



44,5 %

15-24 ans



13,6 %

25-49 ans



26,6 %

50 ans et plus



15,2 %

1.1. La production française de longs métrages d'animation

Cette partie analyse le financement et les coûts de production des films français d'animation agréés par le CNC.

Remarques méthodologiques

L'analyse de la production des films français d'animation s'appuie sur les œuvres ayant reçu l'agrément des investissements ou l'agrément de production quand celui-ci n'est pas requis.

L'analyse du financement et des coûts de production des films d'animation est construite à partir des données de l'agrément de production. Elle appréhende les apports définitifs des différents acteurs dans la production des films ; les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements avant tournage, pouvant subir des évolutions non négligeables. Ces analyses s'appuient uniquement sur les films d'animation d'initiative française, c'est-à-dire financés intégralement ou majoritairement par des investissements français.

Les films d'animation agréés

Entre 2002 et 2021, 149 films d'animation ont été agréés, soit 2,9 % de l'ensemble des films agréés tous genres confondus. Les deux tiers sont des coproductions dont 40,9 % de coproductions majoritaires et 26,8 % de coproductions minoritaires.

10 films d'animation sont agréés en 2021, soit deux titres de moins qu'en 2020. Six films d'animation agréés en 2021 sont des premiers films.

Nombre de longs métrages d'animation agréés



Source : CNC.

Parmi les 10 films d'animation agréés en 2021, trois productions sont entièrement françaises. Les sept autres films sont des coproductions internationales, dont quatre d'initiative française. La production de ces sept films d'animation a engagé cinq pays différents en plus de la France en 2021 : la Belgique, l'Espagne, le Luxembourg, le Portugal et le Royaume-Uni.

Sur les 20 dernières années, la production de coproductions d'animation française a impliqué 23 partenaires différents. Les pays coproducteurs les plus importants sont la Belgique (48 coproductions), le Luxembourg (28 coproductions), l'Allemagne (15 coproductions) et le Canada (13 coproductions).

Longs métrages d'animation agréés en 2021

titre	réalisateur	rang	coproduction ¹	devis (M€)
<i>Lendarys</i>	CUVELIER Jean-Baptiste / DUCHENE Philippe	1 / 1	Fr-100	10,75
<i>Kensuke's kindom</i>	BOYLE Neil / HENDRY Kirk	1 / 1	GB-68 / Lux-22 / Fr-10	9,97
<i>Petit Nicolas, qu'est-ce qu'on attend pour être heureux ? (Le)</i>	FREDON Amandine / MASSOUBRE Benjamin	1 / 1	Fr-70 / Lux-30	8,87
<i>Argonautes (Les)</i>	ALAUX David / TOSTI Eric / TOSTI Jean-François	3 / 3	Fr-100	8,86
<i>Ernest et Célestine, le voyage en Charabie</i>	ROGER Jean-Christophe / CHHENG Julien	2 / 1	Fr-84 / Lux-16	7,80
<i>Mars express</i>	PERIN Jérémie	1	Fr-100	6,65
<i>Icare</i>	VOGELE Carlo	1	Lux-55 / Be-35 / Fr-10	6,20
<i>Contes du hérisson (Les)</i>	GAGNOL Alain / FELICIOLI Jean-Loup	3 / 3	Fr-71 / Lux-29	5,71
<i>Trois contes pour le plaisir</i>	OCELOT Michel	4	Fr-87 / Be-13	3,43
<i>Les Démons d'argile</i>	BEATO Nuno	1	Port-50 / Esp-31 / Fr-19	3,00

¹Be = Belgique / Esp = Espagne / Fr = France / GB = Royaume-Uni / Lux = Luxembourg / Port = Portugal.

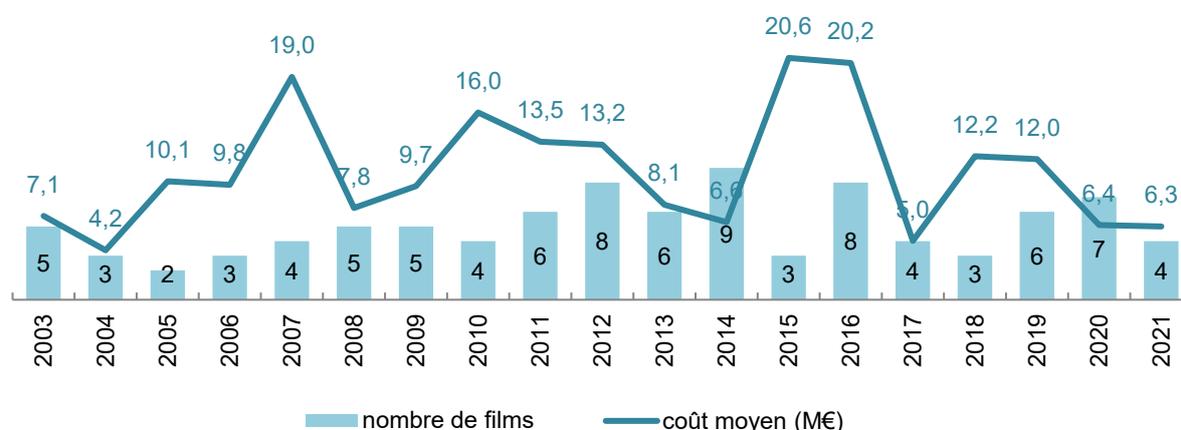
Source : CNC.

Le financement des films d'animation d'initiative française agréés

Entre 2003 et 2021, le coût moyen (total des coûts / nombre de films) des films d'animation d'initiative française s'établit à 11,0 M€. Les films d'animation présentent des coûts, en moyenne, beaucoup plus importants que les films de fiction (5,2 M€ sur la période) et encore davantage que les documentaires (0,9 M€ sur la période).

En 2021, le coût moyen des quatre films d'animation ayant obtenu l'agrément de production est de 6,3 M€. La hausse sensible constatée en 2015 et 2016 est le fait de la présence de deux films à coût élevé : *le Petit Prince* en 2015 et *Ballerina* en 2016.

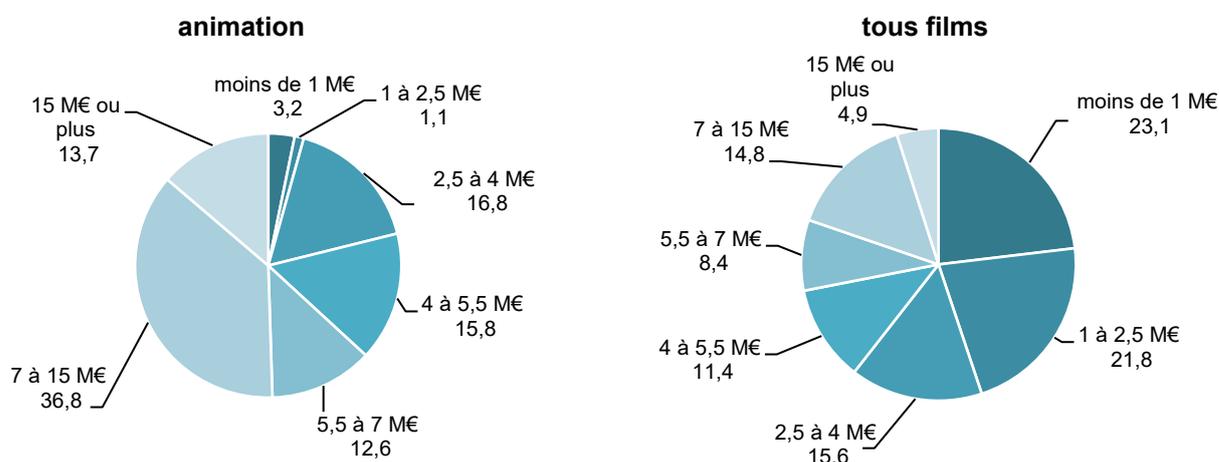
Coût moyen des longs métrages d'animation agréés



Source : CNC.

La répartition des films d'animation selon le coût de production montre une moindre disparité que l'ensemble des films agréés. Sur la période 2012-2021, la majeure partie des films (50,5 %) ont un coût supérieur ou égal à 7 M€, contre seulement 19,7 % tous films confondus. A l'inverse, 3,2 % des films d'animation ont coûté moins de 1 M€, contre près du quart de l'ensemble des films agréés.

Répartition des films agréés entre 2012 et 2021 selon le coût des films (%)



Source : CNC.

La structure du financement des longs métrages d'initiative française d'animation agréés varie fortement selon les années et les films concernés.

Sur la période 2012-2021, les producteurs sont la première source de financement des films d'animation agréés, représentant 24,9 % du total des coûts de production, soit une part nettement plus importante que dans l'ensemble des films d'initiative française (14,9 %). Les films d'animation bénéficient moins d'apports des chaînes de télévision que le reste des films : 14,7 % de leur financement provient de préventes ou d'apports en coproduction des chaînes de télévision, contre 32,0 % pour l'ensemble des films d'initiative française agréés. Cette différence tient au fait que le coût moyen des films d'animation est nettement plus élevé. En moyenne, les chaînes de télévision investissent 1,8 M€ dans la production des films d'animation qu'elles financent, contre 2,0 M€ tous genres confondus. Au total sur la période, 51 films d'animation d'initiative française ont été financés par des chaînes de télévision, soit 87,9 % des films (contre 33,2 % pour les documentaires et 82,2 % pour les films de fiction). Sur la décennie, la chaîne Canal+ représente 53,5 % des apports en préachats des diffuseurs dans les films d'initiative français d'animation.

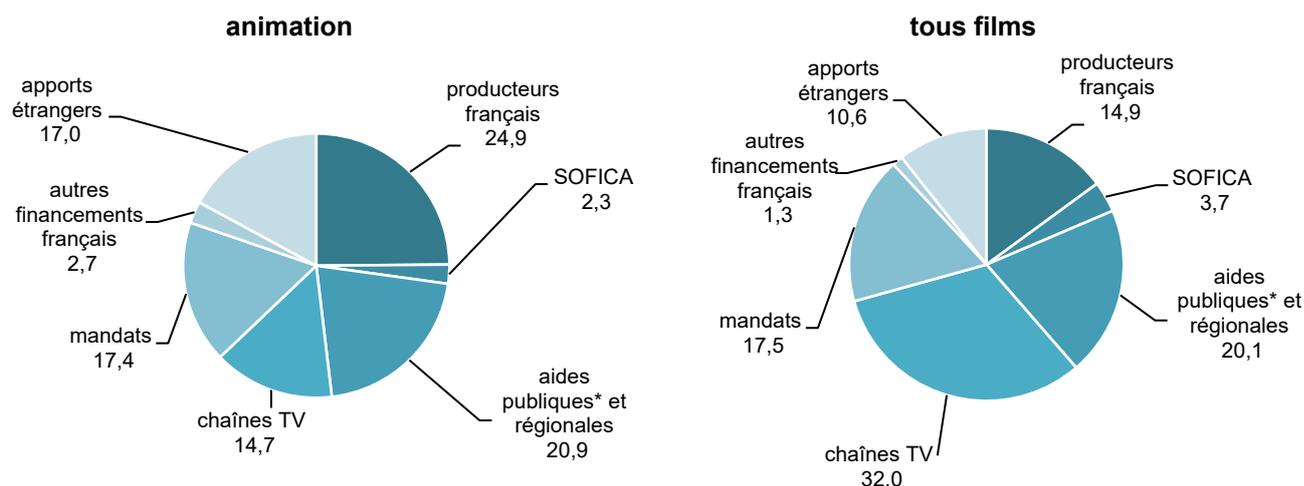
Les mandats (salle, vidéo et étranger) représentent 17,4 % du total des coûts des films d'animation agréés entre 2012 et 2021, comme dans l'ensemble des films d'initiative française agréés.

Si en fonction des années, le poids des partenaires étrangers peut varier très fortement, ils représentent néanmoins une source importante de financement, totalisant 17,0 % des coûts de production sur la période 2012-2021, contre 10,6 % pour l'ensemble des films d'initiative française agréés. Entre 2012 et 2021, 45 longs métrages d'initiative française d'animation agréés ont bénéficié d'un financement étranger, soit 77,6 % des films d'animation agréés sur

la période. En 2021, leurs apports étrangers atteignent 29,1 % du coût des films d'initiative française d'animation, plus haut niveau de la décennie.

Enfin les financements publics (aides automatiques et sélectives du CNC, aides européennes, crédit d'impôt et aides des autres institutions publiques) représentent 20,9 % des coûts de productions des films d'initiative française d'animation sur la période 2012-2021, niveau proche de celui constaté sur l'ensemble des films d'initiative française agréés (20,1 %).

Répartition du financement définitif des longs métrages d'initiative française d'animation agréés entre 2012 et 2021 (%)



* Aides automatiques et sélectives du CNC, aides européennes, crédit d'impôt et aides des autres institutions publiques.

Source : CNC.

Financement définitif des longs métrages d'initiative française d'animation agréés (M€)

	cumul 2012-2021
producteurs français	158,13
crédit d'impôt	51,66
SOFICA	14,91
aides publiques* et régionales	81,41
apports TV	93,56
mandats	110,94
autres financements français	16,98
financements étrangers	108,40
total	636,00

* Aides automatiques et sélectives du CNC, aides européennes et aides des autres institutions publiques.

Source : CNC.

Les coûts de production des films agréés

Remarques méthodologiques

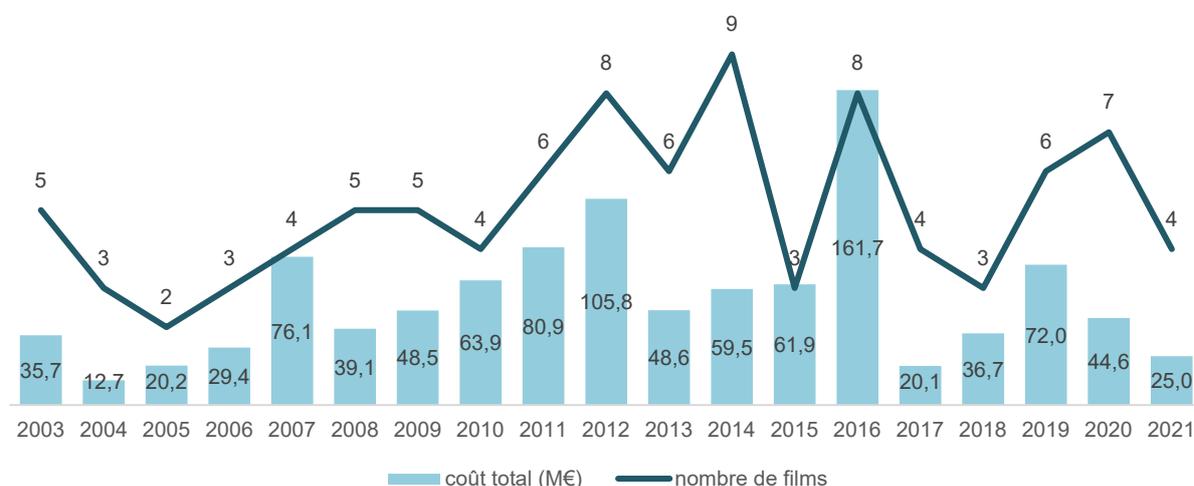
L'analyse des coûts de production des films d'animation est construite à partir des données de l'agrément de production. Elle appréhende les coûts définitifs de production. Les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements, avant tournage, peuvent en effet subir des évolutions non négligeables. L'analyse qui suit s'appuie uniquement sur les films d'animation d'initiative française, c'est-à-dire financés intégralement ou majoritairement par des investissements français.

L'analyse des coûts de production des films d'animation est limitée par le nombre de films agréés. 95 films d'initiative française ont reçu un agrément de production depuis 2003, soit 5 films en moyenne par année, sans qu'une réelle évolution puisse être constatée sur

l'ensemble de la période. La taille réduite de l'échantillon ne permet pas de dresser de réelles tendances. Il convient donc d'être prudent dans l'interprétation de ces données.

En 2021, quatre films d'animation ont été agréés. Le montant total des dépenses effectuées pour ces films est de 25,0 M€, l'un des plus faibles niveaux observés pour le genre, devant l'année 2017 (20,1 M€ dépensés pour quatre films) et l'année 2005 (20,2 M€ pour deux films). Le record de dépenses observé en 2016 (161,68 M€) est imputable à l'agrément cette année de deux superproductions d'animation : *le Petit Prince* (63,0 M€) et *Pourquoi j'ai pas mangé mon père* (53,5 M€). De façon plus générale, le nombre de grosses productions d'animation tend à baisser au cours des dernières années : seul un film d'animation à 15 M€ ou plus a été agréé entre 2017 et 2021 (*Astérix et le secret de la potion magique*, en 2018) contre sept sur la première partie de la décennie (2012-2016).

Nombre de films d'animation agréés et coûts totaux (M€)



Base : films d'initiative française d'animation.

Source : CNC.

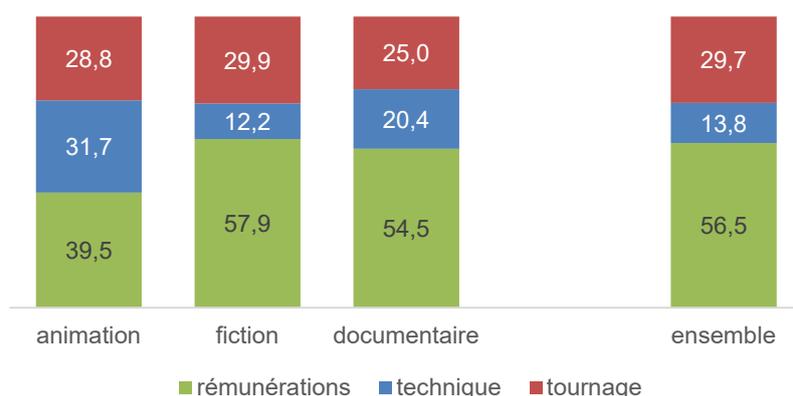
Structure des coûts de production des films d'animation

En raison du faible nombre de films d'animation agréés chaque année, les structures des coûts sont fortement tributaires de la nature des films. Elles présentent donc de fortes variations, qui ne permettent pas de dégager des tendances claires en termes d'évolution.

En considérant l'ensemble des coûts des films agréés sur la dernière décennie, la structure des dépenses de production des films d'animation se singularise par l'importance des dépenses techniques (dont sous-traitance), qui constituent près du tiers (31,7 %) des coûts de production, contre 13,8 % sur l'ensemble des films, tous genres confondus. A l'inverse, les dépenses en rémunérations sont moindres pour les films d'animation (39,5 %) que pour le reste des films d'initiative française (56,5 % entre 2012 et 2021 pour l'ensemble des films).

Seules les dépenses de tournage affichent un poids relativement proche pour les films d'animation (28,8 %) que pour les deux autres genres (29,9 % pour les films de fiction, 25,0 % pour les films documentaires).

Principaux postes de coût de production selon le genre des films (2012-2021) (%)



Les dépenses en sous-traitance des films d'animation sont incluses dans le poste « technique ».

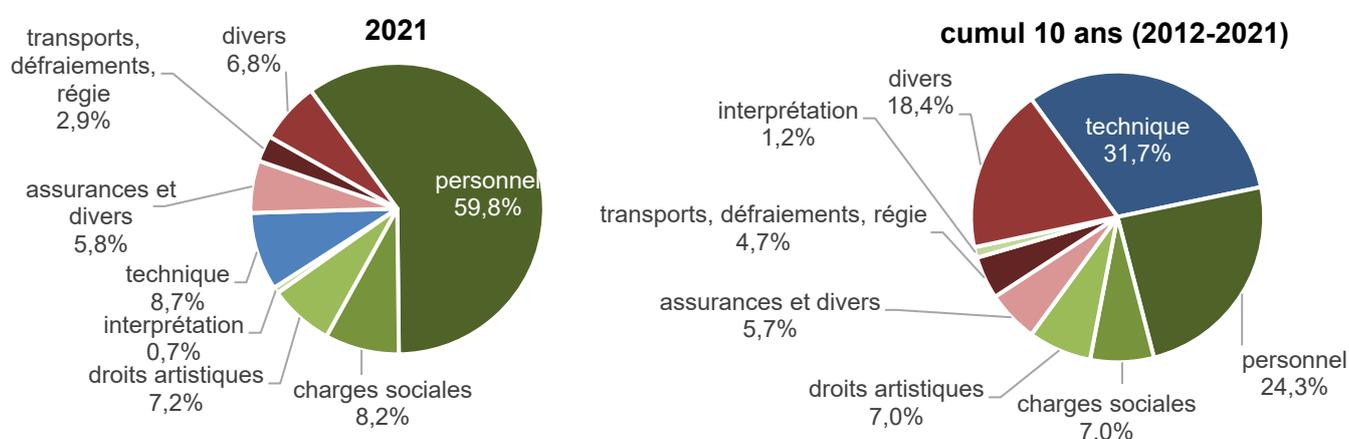
Base : FIF d'animation. / Source : CNC

En 2021, les plus importantes dépenses des films d'animation sont liées au personnel : elles représentent 59,8 % des coûts totaux de production, un niveau jamais atteint pour ce poste de dépenses. Le niveau de cette part est lié à deux des quatre films agréés en 2021 (*Yakari* et *Petit Vampire*), qui dépensent chacun plus de 5 M€ de dépenses en personnel. Aucun film n'atteignait ce niveau de dépenses en 2020. Le niveau de dépenses en personnel des films d'animation est par conséquent en 2021 le plus élevé de la décennie et présente une part plus de deux fois supérieure à celle constatée dans l'ensemble des films d'animation agréés entre 2012 et 2021 (24,3 %).

Les dépenses techniques constituent le deuxième poste de dépenses de production des films d'animation en 2021 (8,7 % du coût total). Cette part est moins importante que sur l'ensemble des films agréés entre 2012 et 2021, au sein desquels les dépenses techniques représentent près du tiers (31,7 %) des coûts de production totaux.

En 2021, la part de dépenses liées aux frais divers (frais généraux, décors et costumes) représente 6,8 % des coûts de production totaux des films d'animation, contre 18,4 % sur l'ensemble de la décennie. L'importance de cette dernière part est toutefois largement imputable à deux films (*Le Petit Prince*, *Pourquoi j'ai pas mangé mon père*), qui concentrent à eux deux près de la moitié (45,6 %) de ces dépenses entre 2012 et 2021.

Répartition des coûts de production des films d'animation (%)



Pour les films d'animation, la rémunération des producteurs est incluse dans le poste « personnel ». Les dépenses techniques intègrent les dépenses en sous-traitance. Le poste « divers » comprend les frais généraux et les dépenses en décors et costumes. Base : films d'initiative française d'animation. / Source : CNC.

Coûts totaux de production des films d'initiative française d'animation (M€)

	cumul 2012-2021
rémunérations	251,10
droits artistiques	44,56
personnel ¹	154,41
interprétation	7,55
charges sociales	44,58
technique²	201,70
tournage	183,19
transports, défraiements, régie	29,97
assurances et divers	36,49
divers ³	116,74
total	636,00

¹ La rémunération des producteurs est incluse dans le poste « personnel ».

² Le poste « technique » comprend les dépenses en sous-traitance.

³ Le poste « divers » comprend les frais généraux ainsi que les dépenses en décors et costumes.

Base : FIF d'animation.

Source : CNC.

Localisation des dépenses des films d'animation

Etant donné le petit nombre de films d'animation qui reçoivent un agrément de production chaque année, la part des dépenses à l'étranger peut être fortement impactée par un ou deux titres. En comparaison avec le documentaire et la fiction, l'animation est un genre plus propice aux collaborations avec des studios étrangers. Depuis 2003, 84,2 % de l'ensemble des films d'animation ont effectué des dépenses à l'étranger. Cette internationalisation des projets semble depuis 2018 se systématiser, l'ensemble des films d'animation ayant, depuis cette date, effectué des dépenses extranationales.

La part de dépenses effectuées à l'étranger est largement dépendante de la nature des projets et du type de coproductions. En 2021, le total des dépenses à l'étranger s'élève à 7,34 M€ en 2021. 29,3 % des dépenses des films d'animation sont ainsi tournées vers l'international. Depuis 2003, la part de dépenses étrangères des films d'animation varie d'année en année mais n'observe pas de hausse tendancielle.

Part des dépenses des films d'animation effectuées à l'étranger (%)



Base : films d'initiative française d'animation.

Source : CNC.

Impact du crédit d'impôt sur les films d'animation

66 films d'animation d'initiative française ont bénéficié du crédit d'impôt depuis 2004, date de sa mise en place. Le montant total de crédit d'impôt alloué s'élève à 66,03 M€, soit environ 1,00 M€ par film en moyenne. Sur l'ensemble de la période, le crédit d'impôt représente 8,4 % du coût total des films d'animation bénéficiaires et 16,7 % des dépenses éligibles. Le taux de couverture des dépenses éligibles par le crédit d'impôt a augmenté en parallèle des différentes réformes du dispositif : 27,6 % des dépenses éligibles sont ainsi couvertes par le crédit d'impôt pour les films bénéficiant des derniers aménagements du dispositif, qui voient notamment le rehaussement du plafond de crédit d'impôt à 30 M€ et l'extension du taux de 30 % à l'ensemble des films en langue française ainsi qu'aux films d'animation en langue étrangère.

1.2. La distribution

Remarque méthodologique

Dans cette partie, sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages en première exclusivité en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe ainsi les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale nationale.

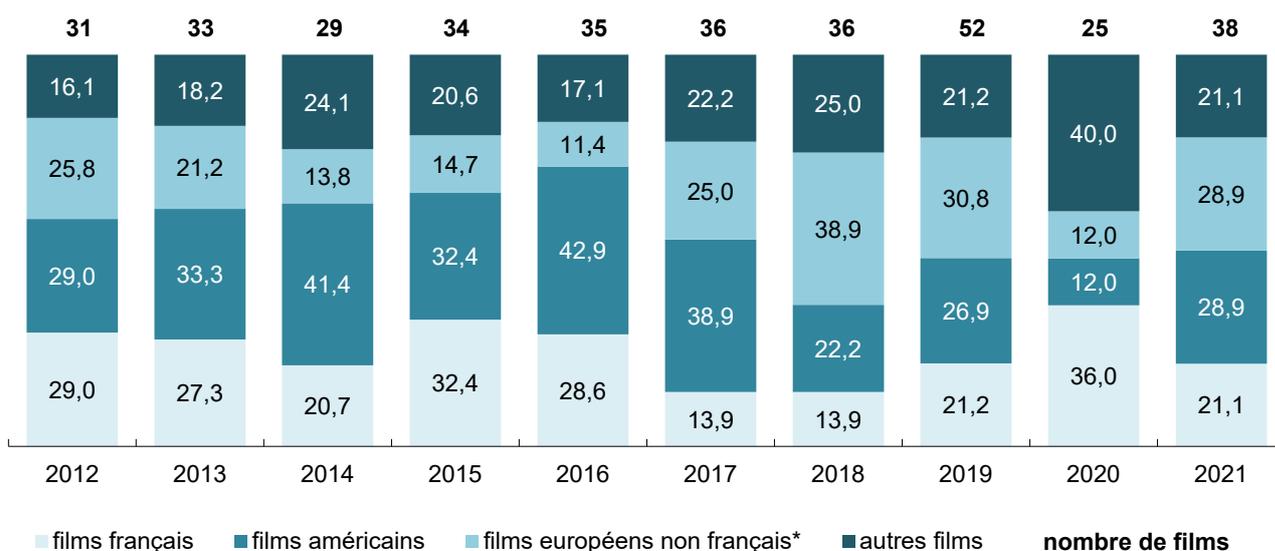
Le nombre de films

En 2021, consécutivement à la réouverture des salles, 38 films d'animation (13 de plus qu'en 2020) font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit le deuxième plus haut niveau depuis 1996 (première année des statistiques par genre) derrière 2019 (52 films). Plusieurs distributeurs ont d'ailleurs choisi de placer leurs films d'animation dès la réouverture des salles le 19 mai 2021 avec notamment *Demon Slayer – Kimetsu No Yaiba* (CGR Events – 414 établissements en première semaine) ou *Tom & Jerry* (CGR Events – 550 établissements). Trois distributeurs spécialisés dans le film d'animation avaient également mis au moins un film à l'affiche la semaine de la réouverture : KMBO avec *Stardog et Turbocat* (303 établissements) et Eurozoom avec *Violet Evergarden : le film* et *On-Gaku : notre rock !* (respectivement 29 et 14 établissements).

Entre 2012 et 2021, 349 films d'animation inédits sont sortis sur les écrans français, soit 5,6 % de l'ensemble des films sortis sur la période. La majeure partie des films sont américains (108 films, soit 8,6 % des sorties américaines de la période), 83 sont français (2,6 % des films français sortis sur la période). Au total, 33 nationalités sont représentées.

Au sein des films français, les 2/3 sont des coproductions (66,3 %). L'animation est, en France, un genre pour lequel les producteurs trouvent souvent un relais à l'étranger.

Répartition des films d'animation en première exclusivité selon la nationalité (%)



*Europe au sens continental.

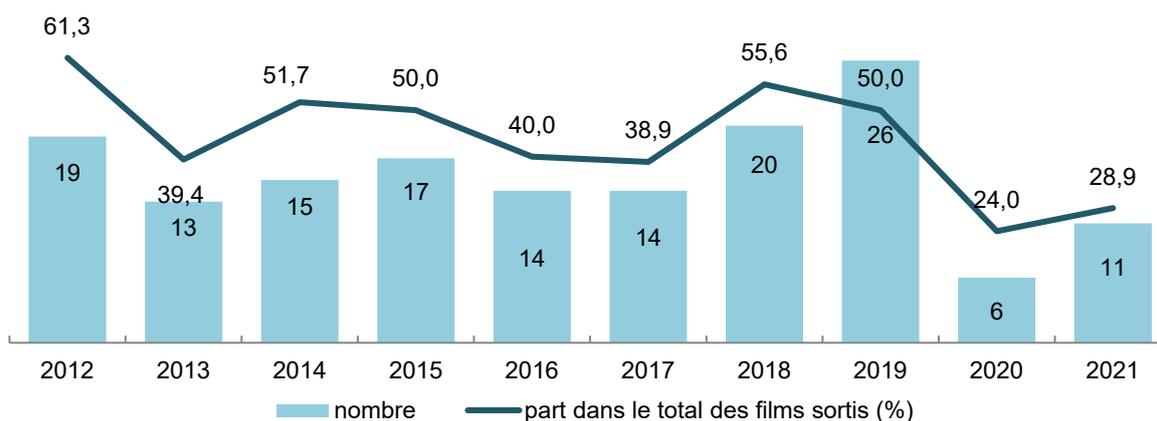
Source : CNC.

Les films d'animation sont globalement moins recommandés que l'ensemble des films en première exclusivité.

En 2021, parmi les 38 films d'animation sortis en salles, 11 sont recommandés Art et Essai, soit 28,9 % des films d'animation en première exclusivité. Tous genres confondus, les films Art et Essai représentent 59,1 % de l'offre de films en première exclusivité.

Sur les dix dernières années, les films recommandés Art et Essai représentent 44,4 % des films d'animation sortis en salles (58,4 % tous genres confondus).

Films d'animation recommandés Art et Essai en première exclusivité



Source : CNC.

Avec 108 films, l'animation représente 34,1 % des films disponibles en 3D sur les dix dernières années, dont 75 sont des films américains. En 2021, seules deux productions américaines font l'objet d'une sortie en 3D : *Encanto, la fantastique famille Madrigal* et *les Croods 2, une nouvelle ère*.

Les combinaisons de sortie

Les films d'animation font l'objet de combinaisons de sortie importantes : 361 établissements en première semaine en 2021, contre 178 pour l'ensemble des films sortis dans l'année. Cet écart est observé quelle que soit la nationalité des films. En moyenne, un film français d'animation est projeté dans 268 établissements en première semaine (169 établissements tous films français confondus), un film américain dans 645 établissements (318 établissements tous films américains), un film européen non français dans 302 établissements (156 établissements tous films européens) et un film non européen et non américain dans 144 établissements (52 établissements tous films d'autres nationalités). Le premier film d'animation en termes d'établissement en première semaine est *Tous en scène 2* (film d'animation américain) avec 855 établissements. Le premier film d'animation français, *le Tour du monde en 80 jours* (550 établissements), est 9^{ème}.

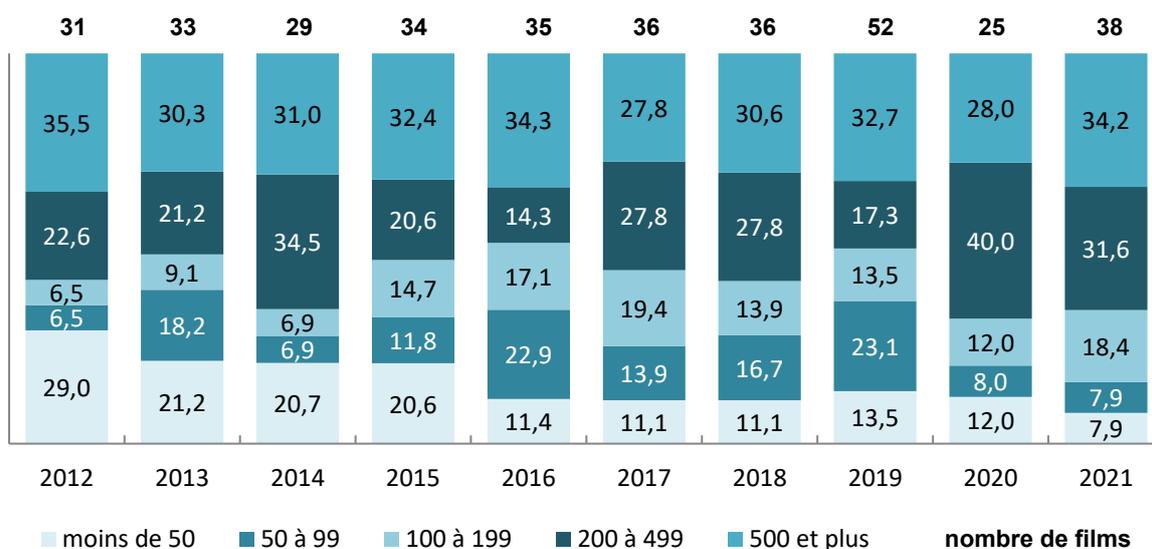
Les variations d'une année sur l'autre sont assez difficiles à appréhender en raison du faible nombre de films pour certaines nationalités. Les films américains affichent, quant à eux, une certaine stabilité.

A leur sortie, les films d'animation Art et Essai sont programmés dans un nombre de salles près de trois fois inférieur à celui des films non recommandés. Un film d'animation Art et Essai est distribué dans 155 établissements en première semaine en moyenne en 2021 (102 établissements tous films Art et Essai confondus), contre 445 établissements pour un film d'animation non recommandé (288 établissements tous films non recommandés). En 2021, le film d'animation Art et Essai projeté dans le plus d'établissements en première semaine est *le Peuple Loup* (film irlandais), avec 287 établissements.

Depuis 2012, 31,8 % des films d'animation sont distribués dans 500 établissements ou plus lors de leur sortie en salles. A l'inverse, 15,5 % sont projetés dans moins de 50 établissements en première semaine.

En 2021, sur les 13 films d'animation inédits distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation, dix sont américains (*Tous en scène 2*, *les Croods 2*, *une nouvelle ère*, *Encanto*, *la fantastique famille Madrigal*, etc.), un est une coproduction majoritaire française (*le Tour du monde en 80 jours*), un est allemand (*les Elfkins, opération pâtisserie*) et le dernier est britannique (*Tom et Jerry*). Six films (15,8 %) disposent d'une combinaison de sortie plus réduite (moins de 100 établissements) dont trois films sont distribués dans moins de 50 établissements (7,9 %).

Répartition des films d'animation en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine



Source : CNC.

Les distributeurs

Entre 2012 et 2021, 73 distributeurs participent à la sortie des 349 films d'animation inédits sortis en salles avec de grosses fluctuations selon les années : 15 distributeurs en 2014 et 31 distributeurs en 2019. Trois distributeurs parmi ces 73 distribuent au moins un film par an depuis 2012 : Eurozoom (36 films), The Walt Disney Company (29 films) et Universal Pictures International (21 films), contribuant ainsi à la distribution des films d'animation à hauteur de 24,6 %. En 2021, les distributeurs les plus actifs sont Eurozoom et Universal Pictures International avec cinq films chacun.

En général, les majors américaines monopolisent la tête du classement des distributeurs, mis à part en 2018, où SND est en tête du classement, notamment grâce à la distribution d'*Astérix et le secret de la potion magique* et de *Destination Pékin*. Sur ces dix dernières années, The Walt Disney Company est en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements sur les films inédits d'animation. La distribution des films *les Indestructibles 2* (2018), *Toy Story 4* (2019), *Vaïana, la légende du bout du monde* (2016), *En avant* (2020) ou encore *Encanto, la fantastique famille Madrigal* (2021), entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 30,3 % sur la période 2012-2021. Universal Pictures International capte 17,9 % des encaissements distributeurs sur les films d'animation en première exclusivité entre 2012 et 2021, grâce notamment aux succès de films comme *Moi, moche et méchant 3* (2017), *les Minions* (2015) ou encore *Tous en scène 2* (2021). Twentieth Century Fox enregistre également de bons résultats avec 17,7 % des encaissements sur les films d'animation sortis entre 2012 et 2021. La société distribue des films ayant rencontré un large succès en salles : *Baby Boss 2 : une affaire de famille* (2021), les deux derniers épisodes de *l'Age de glace* (2012 et 2016) et *Dragons 2* (2014). The Walt Disney Company et Twentieth Century Fox, rachetée par Disney en 2019, cumulent à elles seules 48,0 % des encaissements des distributeurs des 10 dernières années sur les films d'animation en première exclusivité.

SND, premier distributeur français du classement, occupe la sixième place avec 4,5 % de part de marché entre 2012 et 2021, grâce notamment à *Astérix et le secret de la potion magique* (2018) et *Astérix et le domaine des Dieux* (2014).

En 2021, 20 distributeurs participent à la sortie des 38 films d'animation inédits sortis en salles. Les trois premiers distributeurs de films d'animation en termes d'encaissements sont Universal Pictures International avec 34,2 % de part de marché grâce à de larges succès comme *Tous en scène 2*, *les Croods 2*, *une nouvelle ère* ou encore *Baby Boss 2 : une affaire de famille*, The Walt Disney Company avec 20,2 % de part de marché (*Ron débloque* et *Encanto, la fantastique famille Madrigal*) et Paramount Pictures (*la Pat'Patrouille, le film*) avec 9,8 % de part de marché. Ces trois distributeurs assurent la distribution de 21,1 % des films d'animation en première exclusivité en 2021.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation en première exclusivité¹

2012-2021			2021		
Distributeurs	part de marché (%)	films distribués	Distributeurs	part de marché (%)	films distribués
1 The Walt Disney Company	30,3	29	Universal Pictures International	34,2	5
2 Universal Pictures International	17,9	21	The Walt Disney Company	20,2	2
3 Twentieth Century Fox	17,7	21	Paramount Pictures	9,8	1
4 Paramount Pictures	5,6	11	SND	5,3	2
5 Sony Pictures Home Entertainment	4,7	15	Sony Pictures Entertainment	5,1	1
6 SND	4,5	10	Le Pacte	2,1	2
7 StudioCanal	3,7	16	StudioCanal	1,8	1
8 Pathé Distribution	1,8	3	KMBO	1,4	2
9 Gebeka Films	1,2	24	Paradis Films	1,4	1
10 Le Pacte	1,1	6	Haut et Court Distribution	1,0	1

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

Les frais d'édition des films d'initiative française

Remarques méthodologiques

Les informations sur les frais d'édition des films d'animation sont extraites de l'étude du même nom, qui s'appuie sur les données du soutien automatique à la distribution, sur celles de la contribution Canal+ à la distribution, sur celles de la contribution CNC à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des éditeurs de films agréés d'initiative française en salles. Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pu être recensées.

Pour effectuer une analyse homogène des frais d'édition, ces derniers sont regroupés au sein de quatre catégories :



Il convient d'être prudent dans l'analyse des évolutions constatées compte tenu du faible nombre de films d'animation concernés chaque année.

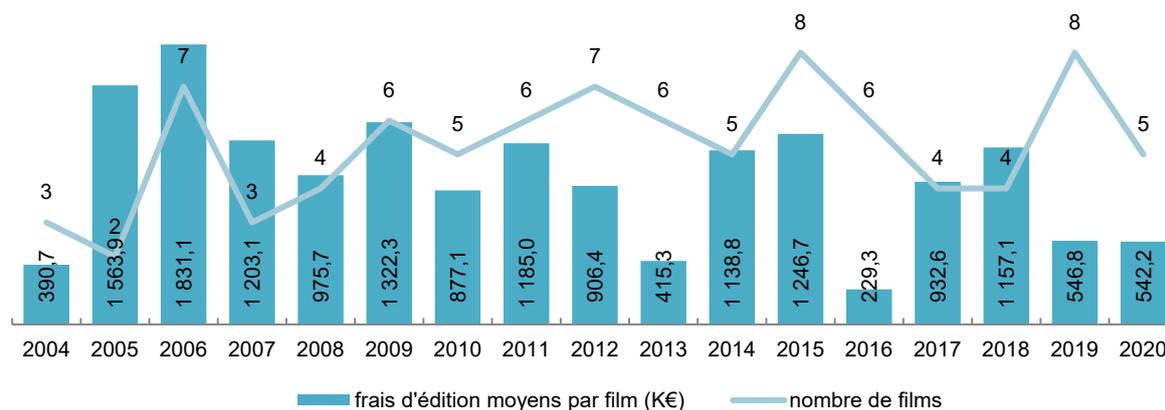
Chaque année, l'animation est un genre peu représenté parmi les sorties de films d'initiative française, entre 1,5 % (2017 et 2018) et 5,3 % (2020) sur la période 2004-2020. Le genre fait généralement l'objet de larges combinaisons de sortie et d'importants frais d'édition.

En 2020, la crise sanitaire et, par voie de conséquence, la fermeture des salles de cinéma pendant 162 jours a entraîné une chute du nombre de films sortis. Toutefois, le nombre de films d'animation d'initiative française sortis en salles en 2020 inclus dans le panel reste dans la moyenne à 5 titres, contre 6 par an sur la période 2011-2020 et 5 par an sur la période 2004-2020. Malgré la conjoncture difficile avec la crise sanitaire et la baisse de la fréquentation, les frais moyens d'édition par film se maintiennent à 542,2 K€ (-0,8 % par rapport à 2019).

La combinaison moyenne de sortie progresse de 59,4 % à 396 établissements par film en première semaine, soit le plus haut niveau depuis 2004 après 2018 (574 établissements en première semaine). L'absence de films étrangers dans les salles de cinéma en 2020, et notamment de films américains à fort potentiel commercial, a entraîné une programmation des films français plus profonde et donc des combinaisons de sortie plus importantes.

Le nombre de films d'animation d'initiative française sortis chaque année ne permet pas de dégager une tendance, les variations tiennent parfois à la présence d'un seul film.

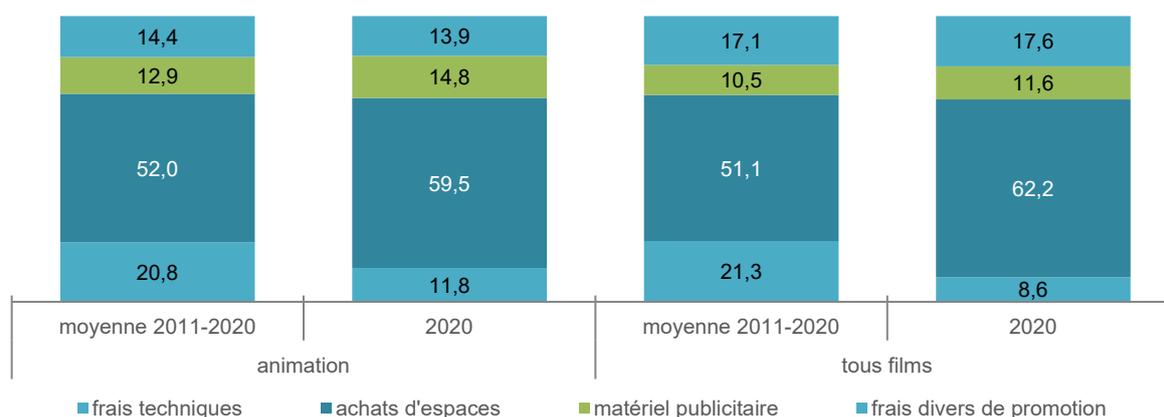
Frais moyens d'édition des films d'animation d'initiative française



Source : CNC.

La structure des frais d'édition des films d'animation diffère peu de celle de l'ensemble des films d'initiative française. La majeure partie des dépenses est captée par les achats d'espaces suivie par les frais techniques, les frais divers de promotion et les dépenses en matériels publicitaires. Toutefois, entre 2011 et 2020, la part des dépenses en matériel publicitaire des films d'animation s'élève à 12,9 % contre 10,5 % pour l'ensemble des films, et celle des dépenses en achats d'espaces à 52,0 % contre 51,1 % pour l'ensemble des films. La hausse de la part des dépenses en achats d'espaces en 2020 est observée sur l'animation mais encore davantage sur l'ensemble des genres et est sans doute liée à la crise et à la nécessité pour les distributeurs de faire connaître leurs films pour attirer le public. Cette hausse résulte également de la baisse des frais techniques, et notamment celle des contributions numériques.

Structure des frais d'édition des films d'initiative française (%)



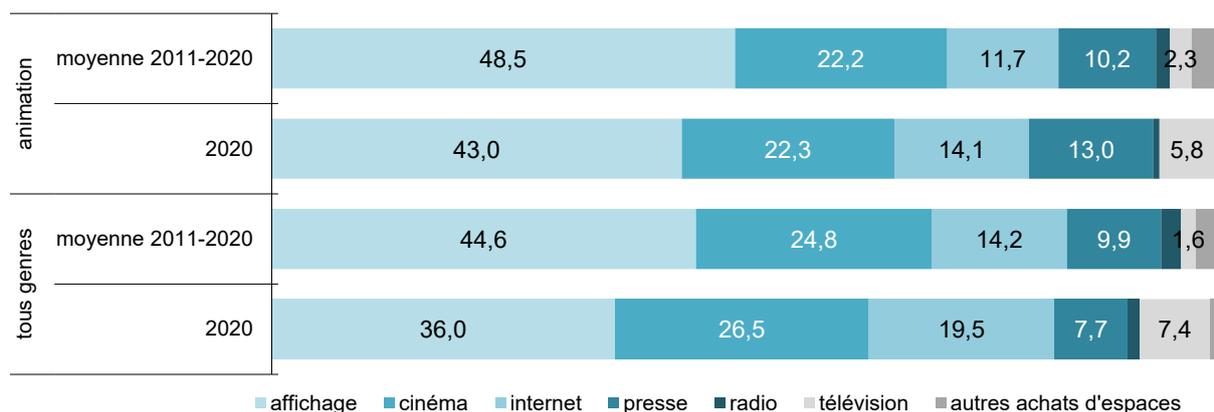
Source : CNC.

L'animation s'adressant généralement à un public plus large que les autres films, les éditeurs de films privilégient des supports publicitaires visibles. Les dépenses en affichage sont, en proportion, plus importantes pour les films d'animation (43,0 % en 2020 et 48,5 % sur la période 2011-2020) que pour l'ensemble des films (36,0 % en 2020 et 44,6 % sur la période 2011-2020). Avec la crise sanitaire, la part des dépenses en achats d'espaces sur internet

progressive pour les films d'animation à 14,1 % en 2020 (11,7 % sur la période 2011-2020), progression également visible tous genres confondus.

Depuis le 5 août 2020, un décret apporte des modifications au régime de publicité télévisée mentionnant, notamment, que pour une période de 26 mois, les chaînes de télévision peuvent diffuser des messages publicitaires concernant le secteur du cinéma et donc les films à proprement parler. Cette ouverture profite à l'ensemble des films et la part des dépenses en achats d'espaces à la télévision pour les films d'animation progresse à 5,8 % en 2020 (2,3 % sur la période 2011-2020).

Structure des achats d'espaces publicitaires des films d'initiative française selon le média (%)



1.3. Les résultats des films d'animation en salles

Les entrées et les recettes

Remarque méthodologique

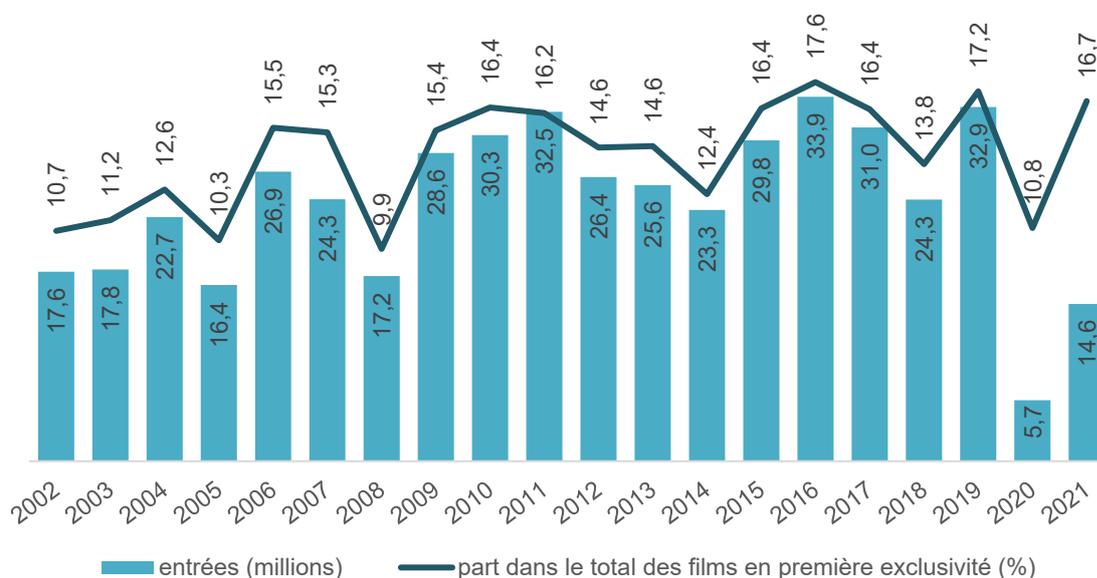
Les résultats des films d'animation dans les salles de cinéma sont issus des déclarations de recettes transmises par les exploitants au CNC.

En 2021, les films d'animation en première exclusivité totalisent 14,6 millions d'entrées et 94,2 M€ de recettes. Sur l'ensemble des films en première exclusivité, le genre représente 16,7 % des entrées, soit le troisième plus haut niveau depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité), et 14,9 % des recettes, soit le sixième plus haut niveau depuis 1996.

Le niveau de fréquentation enregistré en 2021 est moitié moins élevé que celui enregistré en 2019 (-55,6 %), avant la crise sanitaire. Ce recul est proche de celui enregistré par les films en première exclusivité tous genres confondus (-54,4 %). Comparé à 2002, la fréquentation des films d'animation n'est en baisse que de 12,8 %. Et comparé à 1996, les entrées des films d'animation restent plus élevées, de 60,3 %. A noter que l'offre de films d'animation en première exclusivité est à son deuxième plus haut niveau depuis 1996 à 38 titres, derrière 2019 (52 titres).

Les films d'animation ont une durée de vie plus longue que les autres films et sortent régulièrement en fin d'année continuant ainsi à cumuler des entrées sur l'année d'après. Entre 400 000 (2021) et 4 millions d'entrées (2007) sont ainsi le fait de l'exploitation des films d'animation sortis l'année précédente sur la période 2002-2021 (1,9 million en moyenne par an).

Entrées des films d'animation inédits (sortis dans l'année)

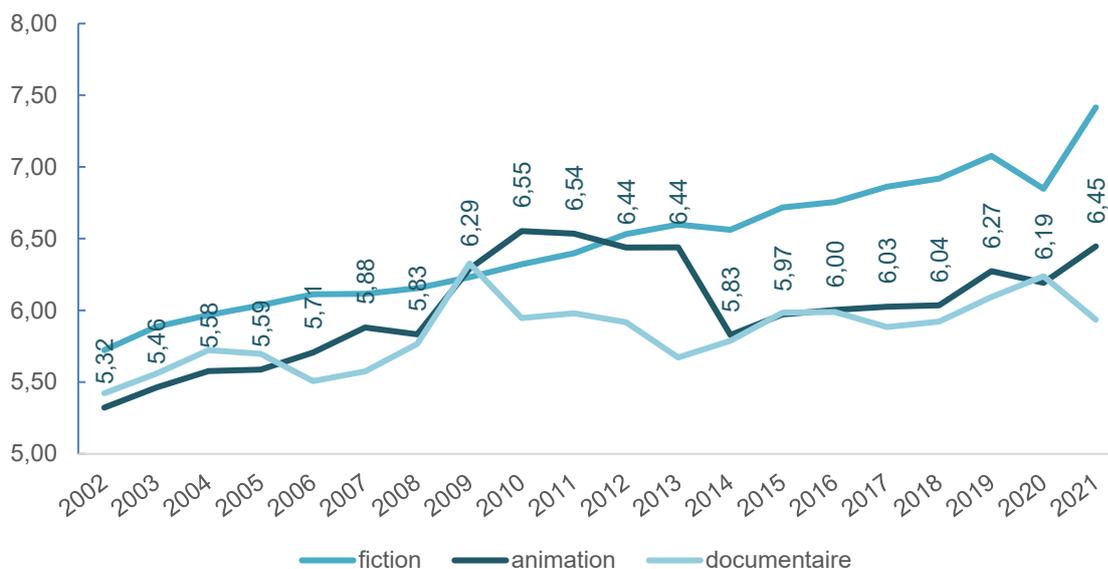


Source : CNC.

La recette moyenne par entrée (RME) des films d'animation en première exclusivité s'élève à 6,45 € en 2021, contre 7,42 € pour les films de fiction, 5,94 € pour les documentaires et 7,23 € tous genres confondus. La RME des films d'animation revient, en 2021, à son niveau de 2013. La baisse observée en 2014 résulte de la mise en place cette année-là de l'opération « 4 € pour les moins de 14 ans » dont l'objectif était de faire revenir en salles le public jeune. Les films d'animation ont été largement plus impactés par ce nouveau tarif, l'essentiel des films d'animation sortis ciblant les enfants.

Depuis 2012, la RME des films de fiction en première exclusivité est toujours supérieure à celle des films d'animation. Entre 2009 et 2011, la RME des films d'animation était plus élevée que celle des films de fiction. En 2009, une offre de films projetés en 3D fait surface et les premiers films disponibles avec cette technologie sont surtout des films d'animation. La fiction en 3D est apparue massivement en 2011. En 2021, seuls deux films d'animation avec une projection 3D sortent sur les écrans français. Ils totalisent 3,3 millions d'entrées au total dont 0,4 % relèvent des projections en 3D.

Recette moyenne par entrée des films inédits selon le genre

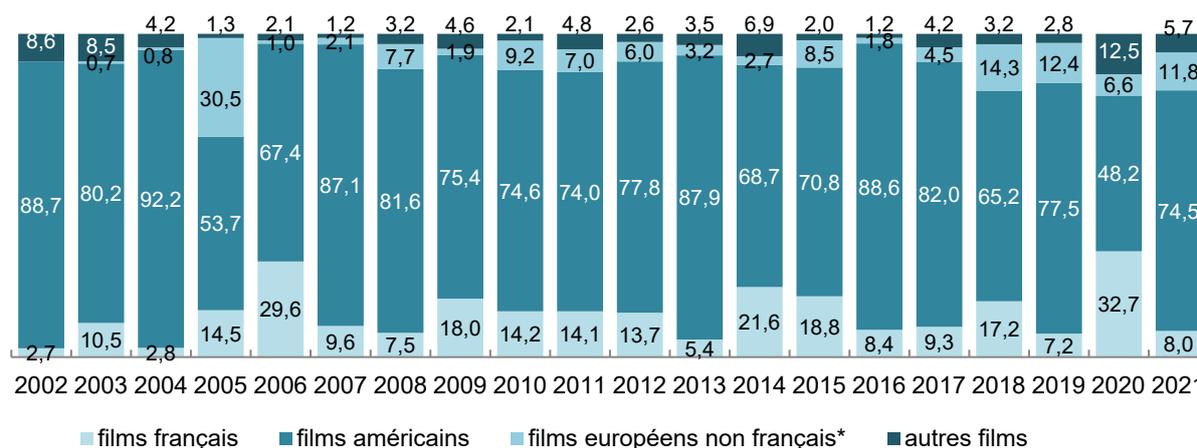


Source : CNC.

Les résultats en salles des films d'animation sont très fluctuants d'une année à l'autre. Ils reflètent d'une part le nombre de films en première exclusivité mais également le potentiel commercial de cette offre. En effet, si la plupart du temps, les films d'animation sont identifiés comme des films d'envergure dont la sortie en salles est attendue par les petits et les grands, certains films d'animation s'adresse à un public plus restreint (premières séances pour petits enfants, films pour adultes). Il est ainsi difficile de dégager une tendance des résultats enregistrés.

Toutefois, ce segment de marché est largement dominé par l'animation américaine qui cumule 79,0 % des entrées depuis 1996 et 77,2 % sur la période 2002-2021. Deux années montrent une moindre domination des films d'animation américains : 2005 avec une part de marché des films européens non français à son plus haut niveau (30,5 %) grâce notamment à la sortie en salles de deux films britanniques, *Wallace & Gromit -le Mystère du lapin garou* (2^e au classement des films de l'année) et *les Noces funèbres* (5^e), et 2020 avec une part de marché des films français à son plus haut niveau (32,7 %). Les belles performances de 2020 s'expliquent notamment par l'absence de films américains et notamment de films d'animation américains au moment de la réouverture le 22 juin 2020 qui a laissé la place aux films nationaux, comme *Bigfoot Family* ou encore *Yakari*. Il convient de mentionner également l'année 2006 au cours de laquelle les films français d'animation ont enregistré une part de marché proche de 30 % grâce à la sortie en salles de *Arthur et les minimoyes*.

Répartition des entrées en salles des films d'animation inédits selon la nationalité (%)



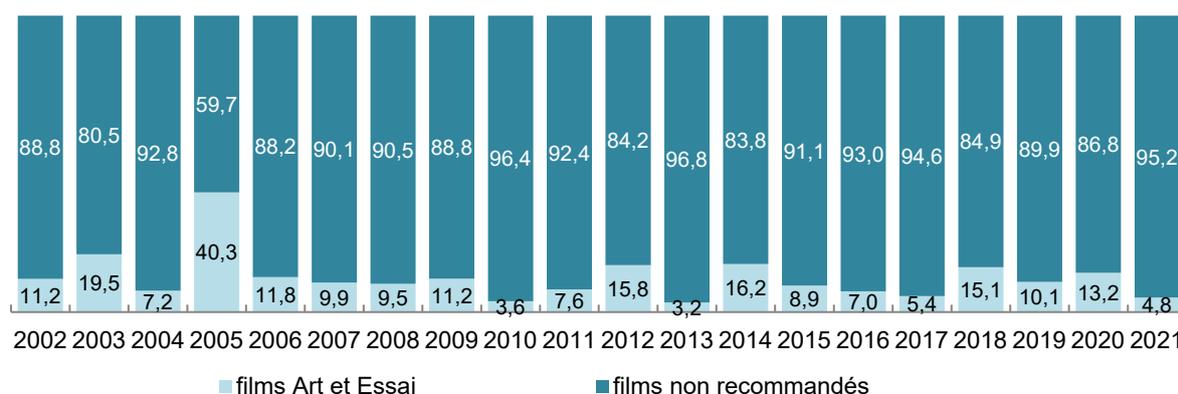
*Europe au sens continental.

Source : CNC.

La baisse de la fréquentation des films d'animation observée en 2021 par rapport à 2019 concerne davantage les films recommandés Art et Essai. Les entrées cumulées par les films d'animation Art et Essai reculent ainsi de 78,8 % par rapport à 2019, contre -53,0 % pour les films non recommandés. Leur part de marché s'établit à 4,8 % des entrées de l'ensemble des films d'animation inédits, soit le troisième plus bas niveau après 1996 (0,4 %, première année des statistiques sur les films en première exclusivité) et 2010 (3,6 %). Sur les 20 dernières années, la part de marché des films Art et Essai s'établit à 10,7 % en moyenne, 11,5 % sur la période 1996-2021. A noter que les films recommandés représentent chaque année entre 1/4 et 2/3 des films d'animation sortis en salles.

Sur l'ensemble de la période 2002-2021, aucun film Art et Essai n'est présent dans le classement des 20 premiers films en termes d'entrées. En 2021, le top 20 compte deux films recommandés ; *le Sommet des dieux* (coproduction franco-luxembourgeoise, 18^e) et *le Peuple Loup* (film irlandais – 19^e).

Répartition des entrées selon la recommandation des films d'animation inédits (%)



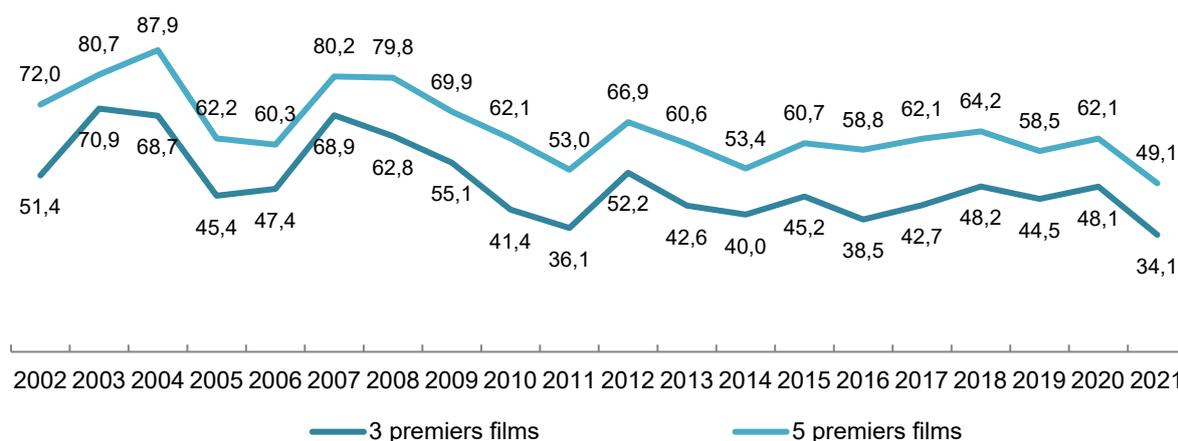
Source : CNC.

En 2021, 18 des 38 films d'animation sortis en salles réalisent moins de 100 000 entrées. 10 réalisent 500 000 entrées ou plus et un cumule plus de 2 millions, *Encanto, la fantastique famille Madrigal*. La répartition des films selon le nombre d'entrées observée en 2021 est quelque peu différente de celle constatée sur les 20 dernières années. La part des films réalisant moins de 100 000 entrées est nettement plus conséquente en 2021 (47,4 %) que sur les 20 dernières années (38,3 %). A l'inverse, celle des films à 2 millions d'entrées ou plus y est largement plus faible (respectivement 2,6 % et 12,9 %). La part des films ayant enregistré entre 100 000 et 2 millions d'entrées est relativement proche à 50,0 % en 2021, contre 48,8 % sur la période 2002-2021.

En 2021, la concentration de la fréquentation des films d'animation s'amenuise et atteint son plus bas niveau. Les trois films d'animation les plus performants de 2021 totalisent 34,1 %, les cinq premiers 49,1 %. Il convient de rappeler que 2021 est également une année avec un nombre de films d'animation en première exclusivité particulièrement élevé (38) derrière 2019 (52). Cette offre conséquente peut en partie expliquer la moindre concentration ; les entrées s'étant réparties sur un plus grand nombre de films.

Sur les 20 dernières années, la concentration est plutôt dans une tendance baissière, ce qui peut être liée à une offre d'animation plus diversifiée qu'en 2002.

Concentration des films d'animation inédits en termes d'entrées (%)



Source : CNC.

Les 10 premiers films d'animation sortis en salles en 2021 (en termes d'entrées)

titre	distributeur	nationalité ¹	sortie	entrées (millions) ²
1 <i>Encanto, la fantastique famille Madrigal</i>	Walt Disney Pictures France	US	24/11/21	2,21
2 <i>La Pat Patrouille, le film</i>	Paramount Pictures	US	11/08/21	1,47
3 <i>Tous en scène 2</i>	Universal Pictures International	US	22/12/21	1,17
4 <i>Les Croods 2 : une nouvelle ère</i>	Universal Pictures International	US	07/07/21	1,13
5 <i>Baby Boss 2</i>	Universal Pictures International	US	18/08/21	1,01
6 <i>La Famille Addams 2</i>	Universal Pictures International	US	13/10/21	0,95
7 <i>Pierre Lapin 2 : panique en ville</i>	Sony Pictures Entertainment	US	30/06/21	0,90
8 <i>Demon Slayer – Kimetsu No Yaibe – le film</i>	CGR Cinémas	JP	19/05/21	0,72
9 <i>Ron débloque</i>	Walt Disney Pictures	US	20/10/21	0,65
10 <i>Tom et Jerry</i>	Warner Bros. Entertainment	GB	19/05/21	0,60

¹ GB : Grande-Bretagne / JP : Japon / US : Etats-Unis. ² Entrées arrêtées au 28 décembre 2021.

Source : CNC.

1.4. Le public des films d'animation en salles

Remarques méthodologiques

Depuis 2016, l'institut Vertigo réalise l'enquête CinExpert, un dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et Canal+ régie. Le dispositif s'appuie sur une étude hebdomadaire réalisée en ligne auprès de 2 000 spectateurs 7 derniers jours âgés de 3 ans et plus, tout au long de l'année, pour qualifier chaque semaine le profil du public du cinéma et des films. Cet outil permet de mesurer la composition du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède 50 établissements en première semaine d'exploitation).

Définitions

Les spectateurs **assidus** vont au moins une fois par semaine au cinéma, les spectateurs **réguliers** y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les **occasionnels** au moins une fois par an (et moins d'une fois par mois). Les **habitués** du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

Les **CSP+** désignent les individus exerçant une profession de catégorie supérieure : agriculteurs exploitants, artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires. Les **CSP-** désignent les individus exerçant une profession de catégorie inférieure : ouvriers et employés. Les **inactifs** désignent les individus n'exerçant pas d'activité professionnelle : retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi, etc.

Le public des films

Parmi les différents genres de longs métrages, l'animation présente un public très spécifique. Les films relevant de ce genre attirent un public plus jeune, plus féminin (sans doute parce que ce sont les mères qui accompagnent davantage les enfants au cinéma), plus inactifs (en lien avec la large présence d'enfants au sein des spectateurs), plus d'occasionnels. La présence importante d'enfants est également la raison pour laquelle la part des occasionnels est plus élevée au sein du public des films d'animation.

Public des films d'animation sortis en salles (%)

	2017	2018	2019	2020	2021	tous films 2021
nombre de films	31	31	42	20	33	267
sexe						
hommes	49,0	49,9	44,3	46,3	45,3	50,4
femmes	51,0	50,1	55,7	53,7	54,7	49,6
âge						
enfants (3-14 ans)	43,2	39,0	42,6	44,7	44,5	15,1
jeunes (15-24 ans)	12,1	14,5	14,8	15,3	13,6	23,1
adultes (25-49 ans)	29,2	27,4	27,8	26,5	26,6	26,5
seniors (50 ans et plus)	15,5	19,1	14,7	13,5	15,2	35,3
activité professionnelle						
CSP+	21,6	23,0	20,3	18,6	21,4	31,6
CSP-	16,0	15,1	15,1	15,5	13,8	16,5
inactifs	62,3	61,8	64,6	65,9	64,8	51,9
habitat						
région parisienne	23,6	24,1	19,6	19,8	20,6	22,3
autres régions	76,4	75,9	80,4	80,2	79,4	77,7
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	13,3	16,4	14,2	20,3	17,2	22,2
réguliers	39,4	43,6	42,9	41,9	40,6	44,4
occasionnels	47,3	40,0	42,9	37,8	42,2	33,4

Base : films d'animation sortis en salles dans 50 établissements ou plus en première semaine.

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le public des films selon les tranches d'âge

Les analyses qui suivent mettent en évidence les spécificités en termes d'âge du public de 12 films d'animation sortis en salles en 2021, pour lesquels le nombre d'interviews est suffisant pour une analyse individuelle (films sortis dans plus de 50 établissements en première semaine et pour lesquels plus de 200 interviews ont été réalisées auprès de spectateurs ayant vu le film).

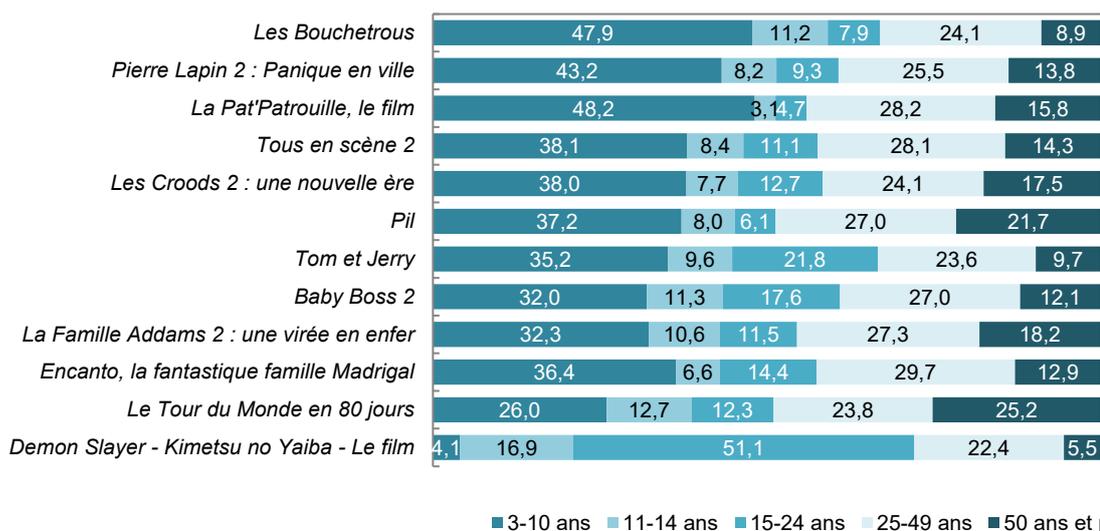
C'est au sein du public du film d'animation américain *les Bouchetrous* que la part des 3-14 ans est la plus élevée (59,1 %). Pour sept films (cinq films américains, un film français et un film britannique), les 3-14 ans sont surreprésentés au sein du public par rapport à la moyenne des films d'animation étudiés en 2021 (44,5 %). Pour les cinq autres films, la part des 3-14 ans est plus faible que la moyenne.

Seul *Demon Slayer – Kimetsu no Yaiba – le film* présente un public majoritairement composé de 15-24 ans (51,1 %). Ce film, issu d'un manga, avait pour cible assumée les 15-24 ans, les amateurs de la série littéraire et de la série télévisée. La part des 15-24 ans est supérieure à la moyenne (13,6 %) pour quatre films. Elle est inférieure à 10 % pour quatre autres films.

La part des 25-49 ans apparaît relativement homogène dans le public des 12 films d'animation étudiés : elle est comprise entre 22 % et 30 % selon les films. La part des 25-49 ans est supérieure à la moyenne (26,6 %) pour six films. L'explication de cette certaine homogénéité réside sans doute dans le fait que les parents accompagnent leurs jeunes enfants au cinéma pour voir les films d'animation. C'est d'ailleurs sur *Demon Slayer – Kimetsu no Yaiba* qu'ils dégagent la plus faible part.

Les seniors sont souvent sous-représentés dans le public des films d'animation. Trois films comptent moins de 10 % de 50 ans et plus dans son public. A contrario, *le Tour du Monde en 80 jours* de Samuel Tourneux compte la part la plus élevée de seniors à 25,2 %.

Structure du public des films d'animation sortis en 2021 (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

2. Audiovisuel

L'animation en 2021 :

La production audiovisuelle d'animation



357 heures en production



314,5 M€ de devis



66 sociétés de production

Les films d'animation à la télévision



174 films différents diffusés
donnant lieu à 482 diffusions



21,3 % de
films inédits



35,6 %
de films français



film le plus diffusé
depuis 1957

L'animation à la télévision



15 274 heures d'animation sur les
chaînes nationales



42,8 % de l'offre est diffusée
avant 8h30



65,4 % de l'offre
est française

L'audience de l'animation à la télévision



Part de l'animation dans la
consommation TV des 4-10 ans



Meilleure audience des séries
d'animation



Répartition de l'audience de
l'animation sur les 4-10 ans

2.1. La production audiovisuelle d'animation

Remarques méthodologiques

Les données sur la production audiovisuelle sont issues des dossiers relatifs aux aides à l'audiovisuel du fonds de soutien du CNC. Elles peuvent donc présenter des écarts avec d'autres sources, notamment celles présentées par les chaînes ou l'Arcom.

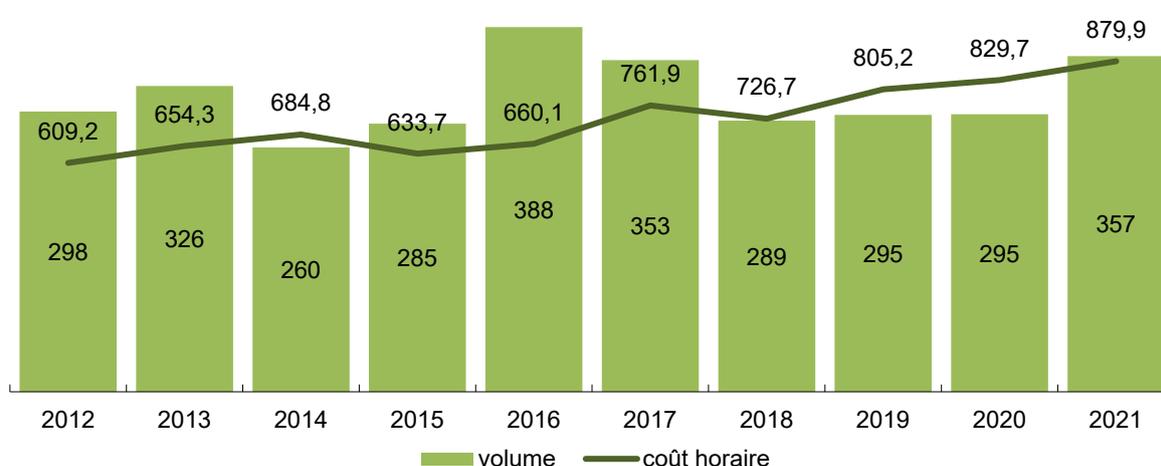
Une version plus complète de cette analyse est disponible sur le site du CNC : www.cnc.fr.

Le volume de production de l'animation

En 2021, le volume de production d'animation augmente de 21,0 % par rapport à 2020 à 357 heures et atteint ainsi son plus haut niveau depuis 2016. La production d'animation, marquée par des cycles de production de deux ou trois ans, connaît généralement des variations annuelles des volumes comptabilisés. Entre 2012 et 2021, le volume annuel moyen de production d'animation s'établit à 315 heures. Le genre représente 7,9 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2021 (stable par rapport à 2020).

En 2021, le montant des devis et le coût horaire des programmes d'animation atteignent leur plus haut niveau historique. Les devis augmentent de 28,3 % par rapport à 2020 à 314,5 M€, soit un niveau supérieur à la moyenne des dix dernières années (228,6 M€). En parallèle, le coût horaire de l'animation atteint 879,9 K€ (+6,1 % par rapport à 2020). Entre 2012 et 2021, le coût horaire moyen des programmes d'animation s'établit à 726,3 K€.

Volume et coût horaire d'animation aidée



Source : CNC.

Le financement de l'animation

La structure du financement reste stable et évolue peu sur les 15 dernières années.

En 2021, les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation s'élèvent à 223,3 M€ (+26,9 % par rapport à 2020), soit 71,0 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (71,8 % en 2020). Les apports des producteurs français sont en hausse de 16,0 % à 67,4 M€, soit 21,4 % du montant total des devis (23,7 %

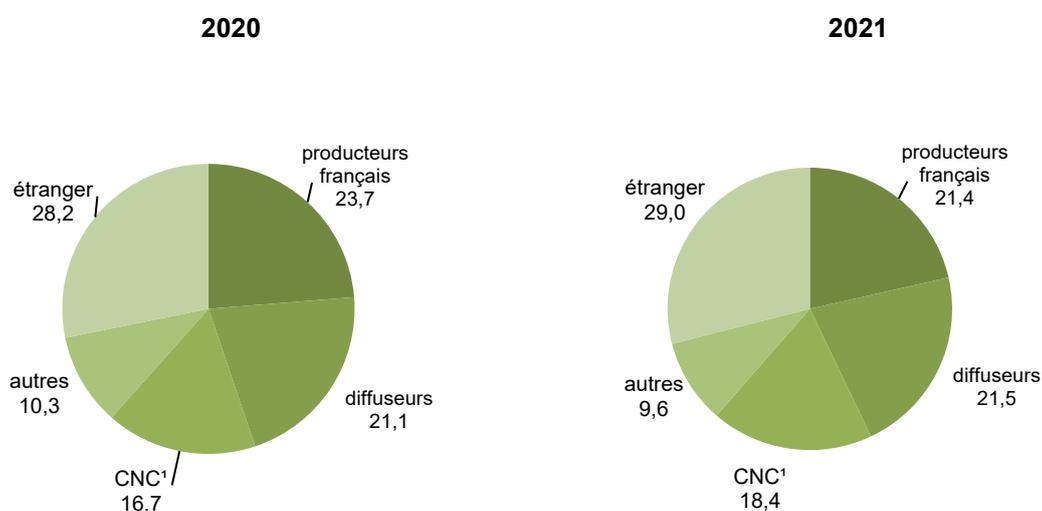
en 2020). Deuxièmes contributeurs au financement des programmes audiovisuels d'animation derrière les partenaires étrangers, les diffuseurs augmentent leur contribution de 30,6 % à 67,6 M€. En 2021, les diffuseurs apportent en moyenne 189,1 K€ par heure d'animation (+8,0 % par rapport à 2020).

L'apport total du CNC dans le financement des programmes d'animation s'élève à 58,0 M€ (40,9 M€ en 2020). Les aides du CNC couvrent 18,4 % des devis en 2021 (16,7 % en 2020). En 2021, l'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 162,2 K€ (138,4 K€ en 2020).

Les autres financements français intègrent notamment, pour un montant de 3,2 M€ en 2021, la majoration de 10 % des soutiens dans le cadre du plan de relance destiné à encourager la production de nouvelles œuvres.

En 2021, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'élève à 29,0 % (28,2 % en 2020). Les financements étrangers, qui atteignent leur plus haut niveau depuis 2001 (95,4 M€), augmentent de 31,9 % entre 2020 et 2021 à 91,2 M€. Les préventes à l'étranger diminuent de 7,2 % à 47,0 M€, alors que les apports en coproduction ont plus que doublé à 44,1 M€. En 2021, 298 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et prévente), soit 83,4 % du volume total produit (250 heures, soit 84,6 % du volume total en 2020).

Financement prévisionnel de l'animation (%)



¹ Y compris les compléments d'aides.

Source : CNC.

La politique d'investissement des chaînes en animation

Commandes des diffuseurs en animation

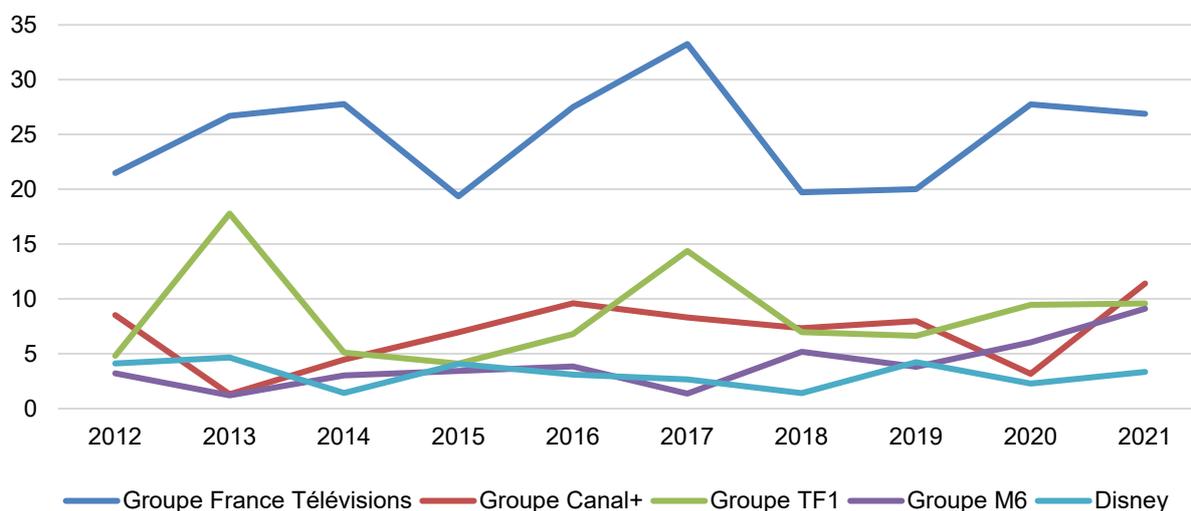
	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Arte France	9	3	9	3	2,94	0,75	858,3	967,7	310,4	243,2	36,2	25,1
Disney	10	20	41	42	2,27	3,34	1 044,3	1 054,4	111,8	95,9	10,7	9,1
Groupe Canal+	16	71	46	71	3,17	11,41	551,1	831,4	128,7	160,8	23,3	19,3
Groupe France Télévisions	160	134	178	139	27,74	26,88	813,9	915,7	171,2	199,5	21,0	21,8
Groupe M6	39	59	59	78	6,03	9,11	871,0	782,9	130,9	115,2	15,0	14,7
Groupe TF1	60	60	61	69	9,45	9,58	882,1	856,0	158,4	157,6	18,0	18,4
autres services en ligne	1	10	1	10	0,10	6,51	438,2	1 069,0	111,1	626,9	25,4	58,6
chaînes locales	-	-	2	-	0,04	-	-	-	-	-	-	-
total	295	357	295	357	51,74	67,57	829,7	879,9	163,3	177,8	19,7	20,2

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Apports des principaux diffuseurs à la production de programmes d'animation (M€)



Source : CNC.

En 2021, le groupe **France Télévisions**, premier financeur du genre, initie 37,5 % du volume horaire total d'animation mis en production (54,3 % en 2020) et apporte 39,8 % des investissements de l'ensemble des chaînes (53,6 % en 2020). Il participe à la production de 139 heures d'animation (-21,9 % par rapport à 2020) dont 134 en tant que premier diffuseur (-16,4 %). Le volume d'heures initiées par le groupe se situe ainsi au niveau de la moyenne annuelle des dix dernières années. Son apport total s'établit à 26,9 M€ (-3,1 %) et son apport horaire en tant que premier diffuseur à 199,5 K€ (+16,5 %). Le coût horaire moyen des programmes d'animation que le groupe initie atteint un record, à 915,7 K€ (+12,5 %). En 2021, France Télévisions initie la production de 24 séries d'animation dont *Anna et ses amis* (78x7' - Superprod) et *The Coop Troop* (52x11' - Technicolor Animation Productions).

En 2021, le **groupe Canal+** participe à la production de 71 heures de programmes d'animation (+53,8 % par rapport à 2020), toutes en tant que premier diffuseur (16 heures en 2020), pour

un investissement total de 11,4 M€ (3,2 M€ en 2020). Le volume annuel moyen d'animation initiée par le groupe en 2020-2021 est conforme à la moyenne annuelle des dix dernières années. Le groupe Canal+ apporte en moyenne 160,8 K€ par heure de programme initié (+25,0 %) dont le coût s'établit à 831,4 K€ (+50,9 %). En tant que premier diffuseur, le groupe Canal+ participe à la production de 12 séries dont *les Croquemoutard* (52x11' - Je suis bien content / Watch Next Media) et *Kididoc* (52x11' - 4.21 Productions).

En 2021, la contribution du **groupe TF1** pour l'animation s'établit à 9,6 M€ (+1,3 % par rapport à 2020) pour 69 heures de programmes (+11,6 %) dont 60 en tant que premier diffuseur (stable). Le groupe apporte en moyenne 157,6 K€ par heure d'animation initiée (-0,5 %) dont le coût horaire moyen s'établit à 856,0 K€ (-3,0 %). Il initie six séries dont *Azuro et la brigade des dragons* (52x11' - la Chouette Compagnie).

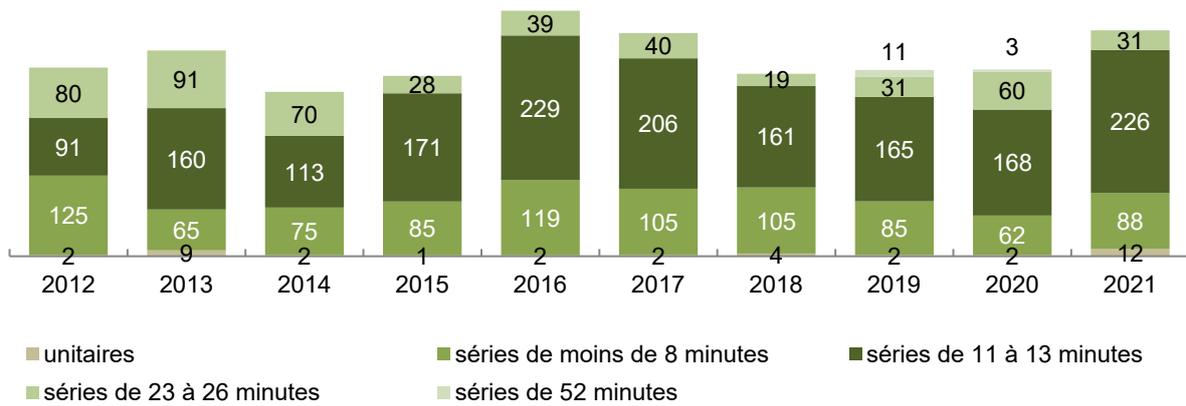
En 2021, l'apport du **groupe M6** dans l'animation s'élève à 9,1 M€ (+51,0 % par rapport à 2020) pour 78 heures de programmes (+31,2 %) dont 59 en tant que premier diffuseur (+50,6 %). Le volume d'animation initiée par le groupe est identique au volume annuel moyen de commande cumulé du groupe M6 et de l'ex-pôle jeunesse du groupe Lagardère (intégré au groupe M6 en septembre 2019) au cours des dix dernières années. Le groupe apporte en moyenne 115,2 K€ par heure d'animation initiée (-12,0 %). Le coût horaire moyen de ses programmes s'établit à 782,9 K€ (-10,1 %). Le groupe M6 initie six séries dont *Shaker Monster* (52x11' - GO-N Productions).

En 2021, le **groupe Disney** contribue à la production de 42 heures de programmes d'animation (+3,4 % par rapport à 2020) dont 20 en tant que premier diffuseur (10 heures en 2020), avec un apport total de 3,3 M€ (+47,3 %). Le volume de commande du groupe est quasiment équivalent à celui de la moyenne annuelle des dix dernières années. Le groupe apporte en moyenne 95,9 K€ par heure d'animation initiée (-14,2 %) dont le coût s'établit à 1 054,4 K€ (+1,0 %). Disney initie la production de deux séries dont *Yellow Yeti* (50x11' - Zodiak Kids Studio France).

Les formats d'animation

Les programmes français d'animation se déclinent majoritairement en séries (346 heures sur 357 en 2021). En 2021, le volume horaire des séries de moins de 8 minutes (+42,5 % à 88 heures) et des séries de 11 à 13 minutes (+34,8 % à 226 heures) est en hausse par rapport à 2020, alors que le volume des séries de 23 à 26 minutes (-47,9 % à 31 heures) diminue. Le coût horaire de l'animation s'établit à 827,9 K€ pour les séries de 11 à 13 minutes (+1,9 % par rapport à 2020), à 833,2 K€ pour les séries de moins de 8 minutes (+8,6 %), à 988,8 K€ pour les séries de 23 à 26 minutes (+6,2 %) et à 1 952,0 K€ pour les unitaires (898,7 K€ en 2020). La forte hausse observée sur les unitaires est liée à la présence de quatre programmes avec un coût horaire élevé, dépassant les 2 M€.

Volume selon les formats d'animation (heures)



Source : CNC.

L'animation selon le coût horaire

Le volume d'animation dont le coût horaire est le moins élevé est en forte baisse au cours des dix dernières années (-52,0 % pour les programmes dont le coût horaire est inférieur à 800 K€). En 2021, 36,7 % du volume horaire aidé d'animation présente un coût horaire inférieur à 800 K€ (47,7 % en 2020), 35,0 % un coût horaire compris entre 800 K€ et 900 K€ (11,8 % en 2020) et 28,3 % un coût horaire supérieur à 900 K€ (40,4 % en 2020). Les programmes dont le coût horaire est supérieur à 900 K€ concentrent 38,6 % du montant total des devis, 37,1 % des apports des diffuseurs et 30,0 % des apports du CNC hors compléments.

Heures aidées d'animation selon le coût horaire (%)



Source : CNC.

Les dépenses de production d'animation

En 2021, les frais techniques redeviennent le premier poste de dépenses pour la production de programmes d'animation (42,0 % du total), devant les rémunérations (39,8 %) et les autres dépenses (18,3 %).

En 2021, les dépenses techniques (moyens techniques, frais de laboratoires) augmentent de 34,1 % par rapport à 2020, les dépenses de rémunération (droits artistiques, personnel, interprétation, charges sociales) sont en hausse de 19,2 % et les autres dépenses (décors et costumes, transport, défraiement, régie, assurance, divers, frais généraux, imprévus) progressent de 37,5 %.

Répartition des dépenses de production d'animation par grand poste (%)¹



¹ Rémunérations : droits artistiques + personnel + interprétation + charges sociales ; technique : moyens techniques, laboratoires ; autres : décors et costumes + transport, défraiement, régie + assurance, divers + frais généraux + imprévus.

Source : CNC.

En 2021, les dépenses augmentent de 25,8 % en France par rapport à 2020 et de 39,8 % à l'étranger. La progression des dépenses à l'étranger est liée principalement à l'augmentation des dépenses de rémunération. La part des dépenses de production des programmes d'animation en France est en recul pour la troisième année consécutive. Elle s'établit à 80,7 % en 2021 (82,2 % en 2020).

Répartition des dépenses de production d'animation selon leur localisation (%)



Source : CNC.

En volume horaire, 13,0 % des œuvres d'animation mises en production en 2021 sont intégralement produites en France, contre 19,3 % en 2020. En 2021, 100,0 % des séries de

23 à 26 minutes incluent des dépenses à l'étranger, contre 91,6 % des séries de 11 à 13 minutes, 78,7 % des unitaires et 72,0 % des séries de moins de 8 minutes.

Volume horaire d'animation selon le format et le taux de dépenses en France

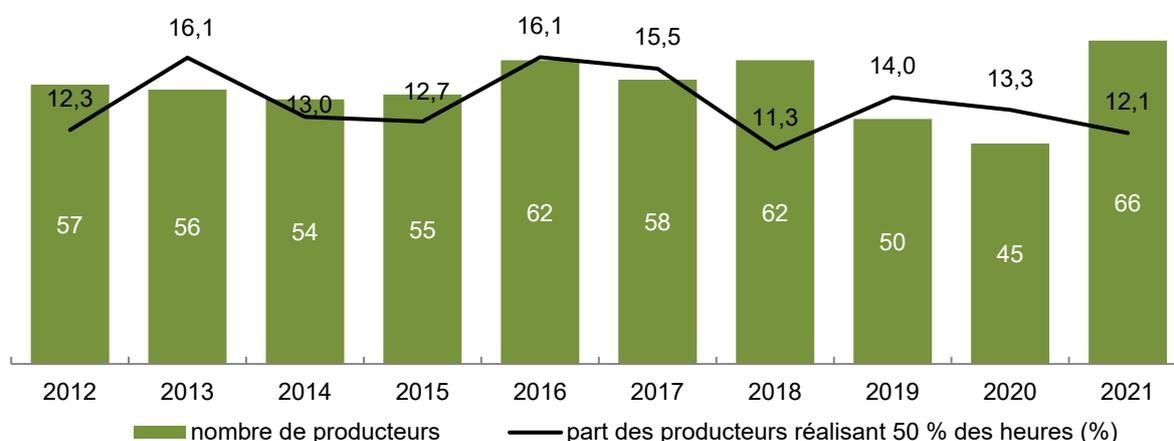
	unitaires	séries de moins de 8 mn	séries de 11 à 13 mn	séries de 23 à 26 mn	séries de 52 mn	total
2020						
inférieur à 70 %	-	3	20	-	-	23
70 % à 80 %	0	19	57	29	-	105
80 % à 100 %	-	21	70	19	-	110
100 %	2	19	21	12	3	57
total	2	62	168	60	3	295
2021						
inférieur à 70 %	3	-	29	-	-	32
70 % à 80 %	2	22	78	-	-	102
80 % à 100 %	4	42	100	31	-	177
100 %	2	25	19	-	-	46
total	12	88	226	31	-	357

Source : CNC.

Les producteurs d'animation

En 2021, 66 producteurs sont actifs dans le secteur de l'animation. Il s'agit du nombre annuel de producteurs le plus élevé des dix dernières années. Huit entreprises (soit 12,1 % de l'ensemble des entreprises) produisent 50 % du volume horaire total d'animation. 193 producteurs d'animation sont recensés entre 2012 et 2021.

Nombre de producteurs actifs en animation



Source : CNC.

Sur les cinq dernières années (2017-2021), Method Animation (groupe Mediawan) se classe en tête des producteurs d'animation avec 108 heures de programmes, devant Xilam Animation (101 heures) et Cyber Group Studios (76 heures).

Les 10 premiers producteurs d'animation entre 2017 et 2021

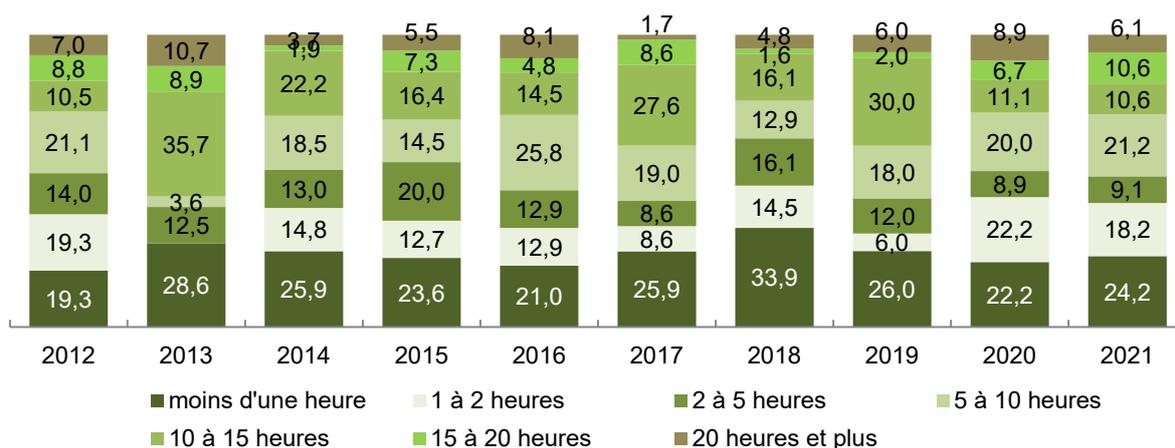
	total		exclusivité		coproduction ¹	
	heures	heures	% du total	heures	% du total	
1 Method Animation	108	50	46,7	57	53,3	
2 Xilam Animation	101	99	97,9	2	2,1	
3 Cyber Group Studios	76	39	51,1	37	48,9	
4 Frogbox	73	73	100,0	-	-	
5 Blue Spirit Productions	69	59	86,2	10	13,8	
6 Watch Next Media	58	29	49,3	29	50,7	
7 Zagtoon	58	11	19,0	47	81,0	
8 Monello Productions	49	19	39,5	29	60,5	
9 Technicolor Animation Productions	49	49	100,0	-	-	
10 Zodiak Kids	48	28	58,1	20	41,9	

¹ Lorsqu'un programme est coproduit par plusieurs producteurs, le volume horaire correspondant à ce programme est comptabilisé pour chaque coproducteur.

Source : CNC.

En 2021, 72,7 % des entreprises produisent moins de 10 heures d'animation (73,3 % en 2020). 24,2 % des entreprises produisent moins d'une heure d'animation (22,2 % en 2020). Quatre sociétés (Method Animation, Xilam Animation, Frogbox et Ellipsanime Productions) affichent une production supérieure à 20 heures (stable par rapport à 2020).

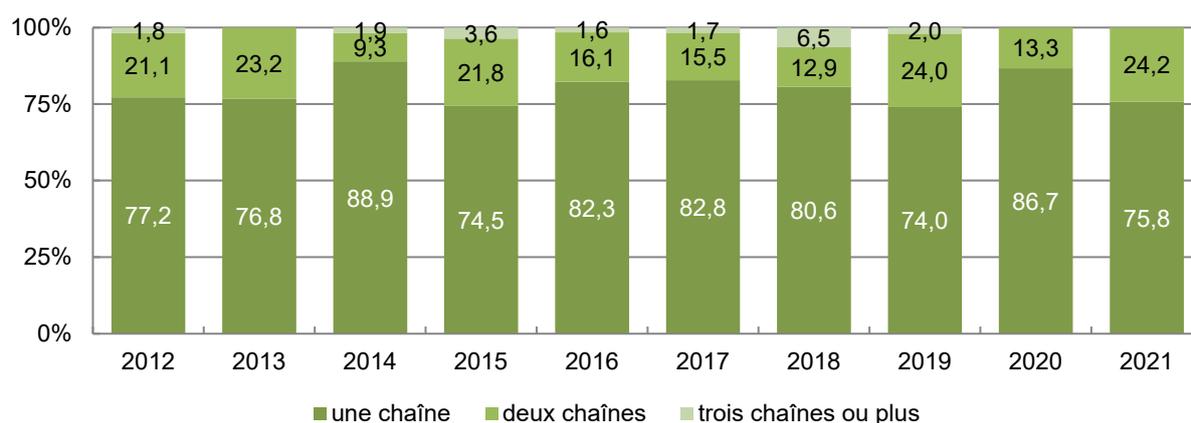
Répartition des producteurs selon le nombre d'heures d'animation produites (%)



Source : CNC.

Les producteurs d'animation reçoivent, en général, leurs commandes d'une seule chaîne de télévision. En 2021, 75,8 % des entreprises (soit 50 entreprises) produisent des programmes d'animation pour une seule chaîne et 24,2 % (soit 16 entreprises) produisent des programmes d'animation pour deux chaînes.

Répartition des producteurs selon le nombre de chaînes commanditaires¹ d'animation (%)



¹ En tant que premier diffuseur.

Source : CNC.

2.2. Les films d'animation à la télévision

Cette partie analyse exclusivement la diffusion télévisuelle des longs métrages d'animation ayant préalablement fait l'objet d'une sortie commerciale en salles de cinéma.

Remarques méthodologiques

Les résultats présentés dans cette étude sont issus d'une base de données commune à l'Arcom et au CNC qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes des groupes publics (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes des groupes privés (Groupes TF1, M6, NRJ, Altice Média et La Chaîne L'Equipe) et sur les chaînes du groupe Canal+. La partie consacrée à Canal+ concerne uniquement les diffusions de films sur la chaîne historique (hors Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family – remplacée en août 2021 par Canal+ Kids, Canal+ Décalé et Canal+ Séries).

Depuis le 12 décembre 2012, six nouvelles chaînes HD sont arrivées sur la TNT privée gratuite : 6ter, Chérie 25, La Chaîne L'Equipe, RMC Découverte, RMC Story et TF1 Séries Films.

Depuis le 1^{er} janvier 2013, le recensement des films diffusés sur France Ô est pris en compte. L'antériorité des diffusions n'est cependant pas disponible. La diffusion de la chaîne a pris fin le 23 août 2020.

De façon à avoir des données historiques, les tableaux et graphiques qui vont suivre tiennent compte de l'antériorité des films diffusés par une chaîne avant son appartenance au groupe audiovisuel.

Les films de long métrage pris en compte pour cette étude sont ceux qui relèvent de la définition de l'œuvre cinématographique au sens de l'article 2 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié.

La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, 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.

Le rang de diffusion suit l'ordre chronologique des diffusions. Toutefois, pour les chaînes pratiquant la multidiffusion, un film diffusé à plusieurs reprises sur une période de trois mois porte le même rang pour chacune de ces diffusions. Pour Canal+, la période est passée de trois à six mois au 1^{er} janvier 2016. Sur les chaînes en clair, le rang ne recense que les diffusions en clair. Sur Canal+, il recense toutes les diffusions antérieures, y compris celles en clair.

A compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films et supprimant les jours interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30). En revanche, les services de cinéma ne peuvent diffuser de films le samedi à partir de 20h30, sauf films d'expression originale française préachetés en exclusivité, films Art et Essai, films ayant réalisés moins de 2 millions d'entrées en salles en France, films sortis en salles en France depuis au moins 30 ans, avec des dérogations possibles pour au maximum 15 films. Sur les services autres que de cinéma, les films ne peuvent être diffusés le samedi après 20h30, sauf films coproduits ou préfinancés et films Art et Essai.

L'offre de films à la télévision

174 films d'animation différents sont diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) en 2021, soit 6 titres de moins qu'en 2020 (-3,3 %). Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 25 films d'animation différents en 2021 (+2 titres par rapport à 2020, +8,7 %) et les chaînes nationales privées gratuites (chaînes des groupes TF1, M6, NRJ Group, Altice Média et les chaînes C8, CStar, La Chaîne L'Equipe) 121 films (-1 titre par rapport à 2020, -0,8 %). En 2021, la chaîne payante Canal+ réduit son offre d'animation de 22 titres qui s'établit à 35 films (-38,6 %). En 2020, la chaîne avait renforcé son offre à la suite de la crise sanitaire et des différents confinements.

Le groupe M6 est celui qui propose l'offre de films d'animation la plus dense (103 films en 2021, 71 en moyenne par an sur les 10 dernières années), grâce à la chaîne Gulli qui, à elle seule, diffuse 67 films en 2021. 17 films sont diffusés par plusieurs chaînes du groupe : sept films d'Astérix ont ainsi été diffusés à la fois sur 6ter et sur W9, quatre films sur 6ter et Gulli, deux films sur 6ter et sur M6, deux films sur M6 et W9, un film sur Gulli et W9 et le dernier a été diffusé à la fois sur 6ter, Gulli et W9.

Malgré une baisse sensible du nombre de films d'animation, le groupe Canal+ reste le deuxième diffuseur en volume avec 39 titres, un niveau supérieur à la moyenne constatée sur la décennie (33 films par an en moyenne). Seuls *les Nouveaux Héros* a été diffusé à la fois sur deux chaînes du groupe en 2021, C8 et CStar.

France Télévisions programme 21 films d'animation sur ses antennes en 2021 (26 en moyenne par an sur la période 2012-2021) dont trois sont diffusés à la fois sur France 2 et France 4, seules chaînes du groupe à diffuser des films d'animation.

13 films sont proposés sur les chaînes du groupe TF1, un niveau bien inférieur à celui observé sur la décennie (21 films en moyenne chaque année). Trois sont diffusés sur deux chaînes du groupe, à la fois sur la chaîne mère et sur une autre chaîne (un sur TF1 Séries Films, un sur TFX et un sur TMC).

Nombre de films d'animation diffusés à la télévision

	2012 ¹	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
France Télévisions³	21	17	21	28	31	27	42	30	21	21
France 2	5	3	7	5	5	4	7	12	2	8
France 3	8	6	7	10	8	10	11	3	0	0
France 4	7	4	3	13	17	15	27	19	20	16
France 5	2	3	4	0	2	1	2	0	0	0
France Ô ²	nd	1	0	0	0	0	0	0	0	-
Groupe TF1³	14	18	20	24	26	25	22	25	23	13
TF1	12	12	12	12	7	12	11	11	13	6
TMC	0	6	5	8	9	4	2	5	6	1
TFX	3	3	6	5	14	7	9	7	4	6
TF1 Séries Films	0	0	0	1	0	5	4	2	1	3
Groupe M6³	28	49	59	66	66	67	79	88	100	103
M6	13	22	13	17	17	20	21	21	19	21
W9	10	16	10	11	12	9	10	18	13	11
6ter	4	10	20	14	18	16	21	22	18	22
Gulli	9	22	28	32	32	33	35	44	67	67
Groupe Canal+³	27	30	19	25	27	30	30	40	58	39
Canal+	27	30	19	25	26	29	26	40	57	35
C8	0	0	0	0	1	1	4	0	1	4
CStar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
NRJ Group³	1	0	0	4	6	5	2	1	0	0
NRJ12	1	0	0	3	3	5	2	1	0	0
Chérie 25	0	0	0	1	3	0	0	0	0	0
Groupe Altice Média³	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
RMC Découverte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
RMC Story	0	0	0	2	2	0	0	0	0	0
autres chaînes										
Arte	5	6	3	1	3	3	4	3	2	4
LCP-AN	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0
La Chaîne L'Equipe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
total³	93	117	119	141	149	151	164	179	180	174

¹ Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites HD de la TNT le 12 décembre 2012.

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

³ Total hors double compte.

Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source : CNC-Arcom.

Au total, 37 films d'animation sont programmés pour la première fois en 2021, soit 21,3 % des films d'animation diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+). Cette part est en retrait pour la deuxième année consécutive et se situe à un niveau très en-deçà de celui observé sur les dix dernières années (31,6 % en moyenne).

Canal+ programme 16 films d'animation inédits en 2021, soit 45,7 % de son offre et 43,2 % de l'offre d'animation inédite.

Les 174 films d'animation programmés donnent lieu à 482 diffusions. La fréquence de rediffusion progresse légèrement en 2021. Un film d'animation est diffusé en moyenne 2,8 fois (2,7 fois en 2020). Gulli et Canal+ sont les chaînes qui ont le plus recours à cette pratique. Chaque film d'animation est programmé 3,1 fois en moyenne sur Gulli et 3,0 fois en moyenne sur Canal+.

Nombre de diffusions de films d'animation à la télévision

	2012 ¹	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
France Télévisions ²	27	21	28	35	42	40	68	49	40	32
Groupe TF1	17	23	30	31	43	39	35	32	32	26
Groupe M6	56	126	124	147	155	164	167	211	245	300
Groupe Canal+	88	76	67	87	114	100	75	100	157	114
NRJ Group	2	0	0	4	7	9	3	2	0	0
Groupe Altice Média	0	0	0	3	3	0	0	0	0	0
Arte	12	13	6	2	8	6	8	5	4	4
LCP-AN	0	10	0	0	0	4	0	0	0	0
La Chaîne L'Equipe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Total	202	269	255	309	372	362	356	399	478	482

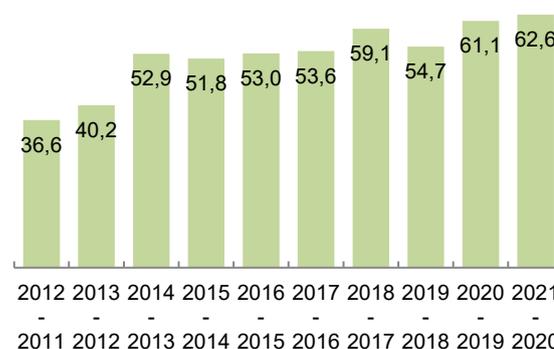
¹Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites HD de la TNT le 12 décembre 2012.

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible. Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom.

Depuis plusieurs années les chaînes de télévision rediffusent les mêmes films d'une année sur l'autre. 62,6 % des films d'animation programmés à la télévision en 2021 étaient déjà diffusés en 2020, soit la part la plus importante de la décennie. Cette pratique est plus répandue sur Gulli : 73,1 % des films d'animation programmés en 2021 l'étaient déjà par la chaîne en 2020. Après Gulli, les chaînes rediffusant le plus les films d'animation entre 2020 et 2021 sont W9 (72,7 %) et TF1 (66,7 %).

Part des films d'animation diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-Arcom.

Films d'animation les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites¹ depuis 1957

titre	année de production	nationalité	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont en première partie de soirée	nb. moyen de diffusions par an
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	France	2021	61	23	4,4
<i>Kirikou et la Sorcière</i>	1995	France	2021	53	27	2,7
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	France	2021	51	38	1,5
<i>Astérix et Cléopâtre</i>	1968	France	2021	48	37	1,3
<i>Astérix le gaulois</i>	1967	France	2021	48	34	1,2
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	France	2021	47	44	2,0
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	France	2021	46	42	2,0
<i>Tintin et le Temple du soleil</i>	1969	France	2021	46	15	1,8
<i>Tintin et le lac au requins</i>	1972	France	2021	45	18	1,8
<i>Astérix et le coup du menhir</i>	1988	France	2021	42	38	1,8
<i>Astérix et les Indiens</i>	1994	Allemagne	2021	40	37	1,7

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

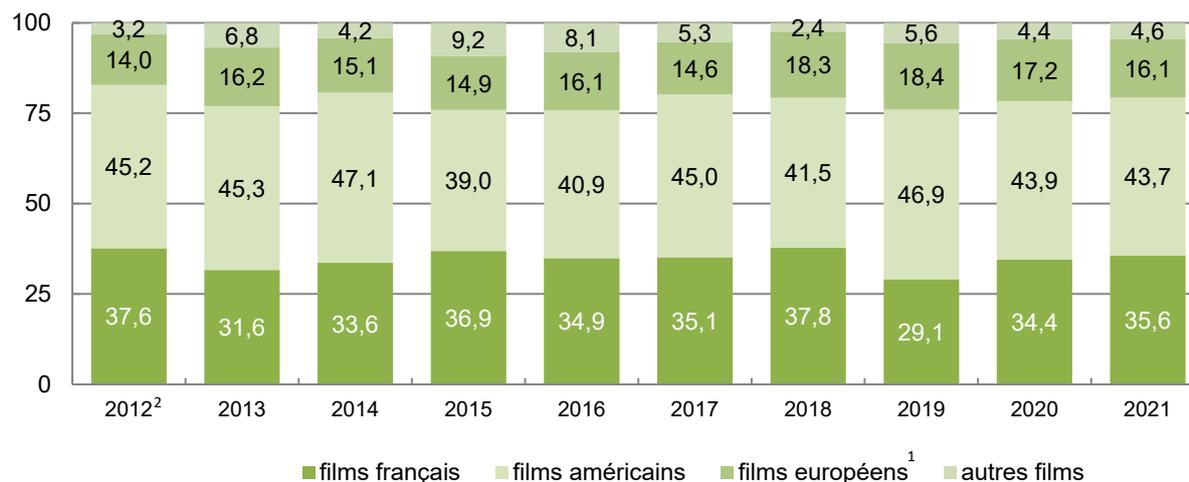
Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.

Source : CNC-Arcom.

La diffusion selon la nationalité

62 films d'animation français sont programmés en 2021, autant qu'en 2020. En 2021, la part des films d'animation français s'établit à 35,6 %, soit une part légèrement plus élevée que la moyenne des 10 dernières années (34,6 %). L'offre télévisuelle de films d'animation montre une présence importante de films américains. En 2021, 76 films américains sont programmés, soit 43,7 % de l'offre de films d'animation (43,8 % en moyenne chaque année sur la période 2012-2021).

Films d'animation diffusés à la télévision selon la nationalité (hors double compte)



¹ Europe au sens continental, hors France.

² Début de la diffusion sur les 6 nouvelles chaînes gratuites haute définition de la TNT le 12 décembre 2012.

Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source : CNC-Arcom.

2.3. La diffusion de l'animation à la télévision

Remarques méthodologiques

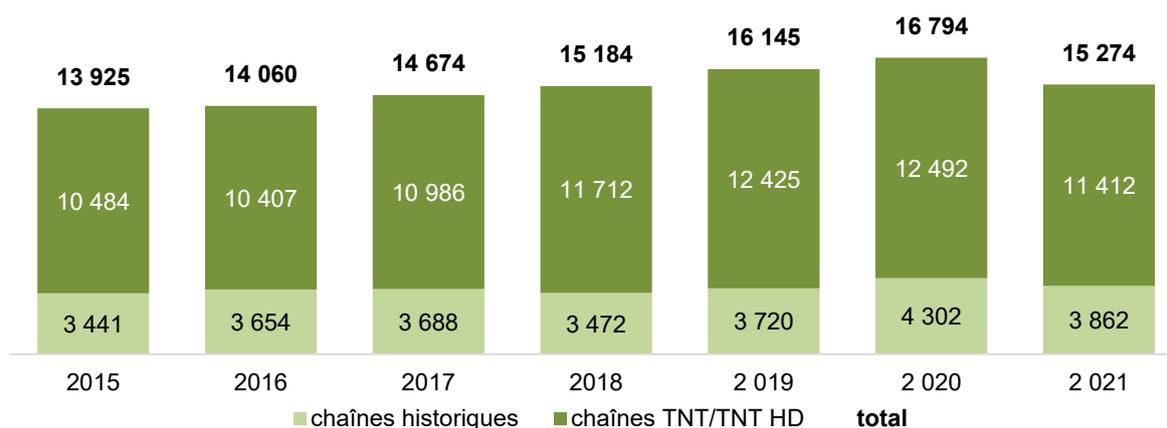
L'offre d'animation à la télévision est composée de programmes audiovisuels et de films cinématographiques. Les analyses sur l'offre d'animation à la télévision n'ont pas pour objet d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont ainsi pas comparables avec celles qui émanent de l'Arcom.

L'offre des chaînes nationales

L'offre d'animation sur l'ensemble de la journée

En 2021, les chaînes nationales diffusent 15 274 heures d'animation sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie. Le volume d'animation diffusée sur les chaînes nationales diminue de 9,1 % par rapport à 2020. Il recule de 10,2 % sur les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) et de 8,6 % sur les chaînes TNT/TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter). En 2021, les chaînes TNT/TNT HD proposent 74,7 % de l'offre d'animation (74,4 % en 2020), les chaînes historiques représentant 25,3 % du volume de diffusion (25,6 % en 2020).

L'offre d'animation sur les chaînes nationales par agrégat (heures)

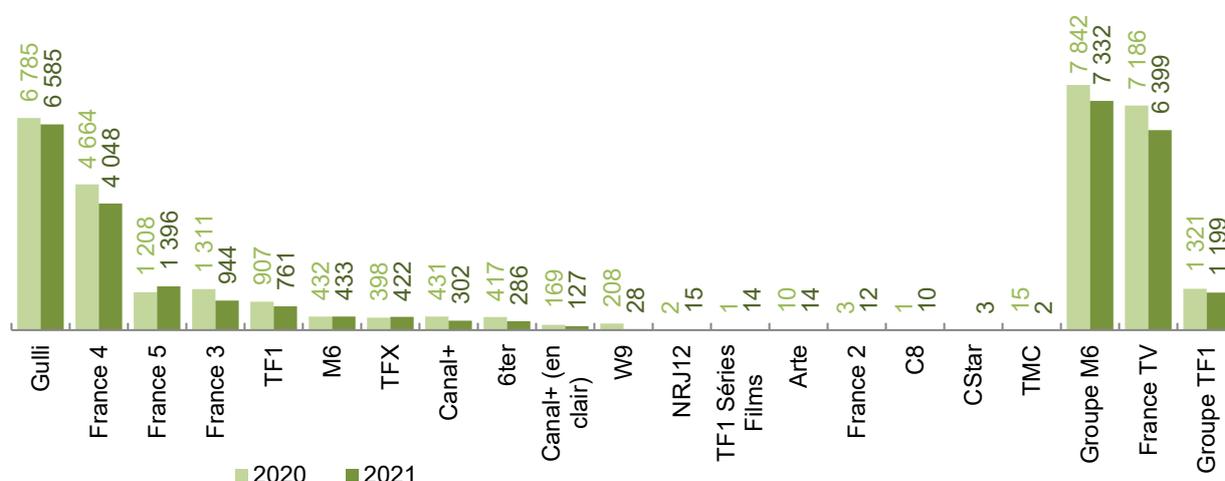


Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2021, Gulli demeure le premier diffuseur de programmes d'animation parmi les chaînes nationales (6 585 heures), devant France 4 (4 048 heures) et France 5 (1 396 heures). En agrégeant les volumes de diffusion par groupe audiovisuel, le groupe M6 se place en première position (7 332 heures), devant France Télévisions (6 399 heures) et le groupe TF1 (1 199 heures).

En 2021, l'offre d'animation diminue notamment de 616 heures par rapport à 2020 sur France 4, de 367 heures sur France 3, de 200 heures sur Gulli, de 180 heures sur W9 et de 146 heures sur TF1. Les offres d'animation de France 3, Canal+ et W9 sont à leur plus bas niveau. Le recul de l'offre de France 4 s'explique notamment par le lancement de Culturebox, qui occupe le canal de la chaîne entre 20h et 5h depuis le 3 mai 2021. Pour TF1, France 3 et Gulli, la diminution de l'offre est liée en partie à une offre enrichie temporairement au 1^{er} semestre 2020 en parallèle à l'épidémie de Covid-19. L'offre de France 5 (+187 heures) est à son plus haut niveau en raison de l'extension de la case jeunesse matinale de la chaîne (début à 5h au lieu de 6h).

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales



Composition des groupes : **Groupe M6** : M6 + W9 + Gulli + 6ter ; **France TV** : France 2 + France 3 + France 5 + France 4 ; **Groupe TF1** : TF1 + TMC + TFX + TF1 Séries Films.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

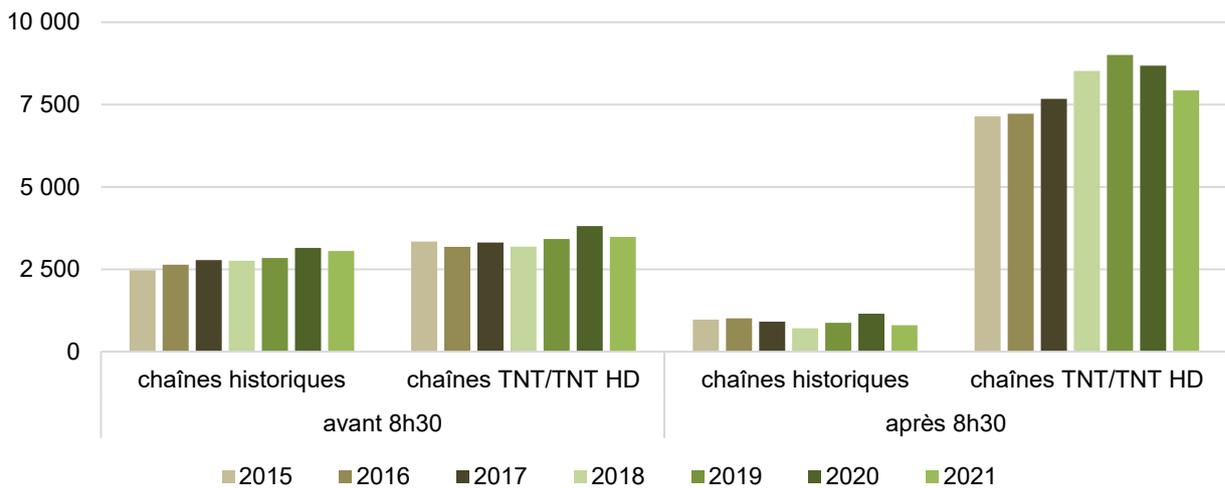
L'offre d'animation selon la catégorie

En 2021, l'offre de programmes audiovisuels d'animation sur les chaînes nationales diminue de 9,5 % par rapport à 2020, alors que l'offre de films cinématographiques d'animation est quasiment stable (+0,3 %). La progression de l'offre de films d'animation sur Gulli compense notamment le recul de l'offre de Canal+. En 2021, les programmes audiovisuels composent 95,4 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales (14 577 heures), contre 4,6 % pour les films cinématographiques (696 heures). La part des films cinématographiques dans l'offre d'animation s'élève à 5,8 % sur les chaînes historiques, contre 4,1 % sur les chaînes TNT/TNT HD.

L'offre d'animation selon l'horaire

En 2021, l'offre d'animation sur les chaînes nationales diminue de 6,0 % avant 8h30 par rapport à 2020 et de 11,2 % après 8h30. En 2021, 79,1 % de l'offre d'animation des chaînes historiques est programmée avant 8h30 (73,2 % en 2020) alors que 69,5 % de celle des chaînes TNT/TNT HD est diffusée après 8h30 (stable par rapport à 2020). Sur l'ensemble des chaînes nationales, 57,2 % de l'offre d'animation est proposée après 8h30 (58,6 % en 2020).

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales selon l'horaire de diffusion

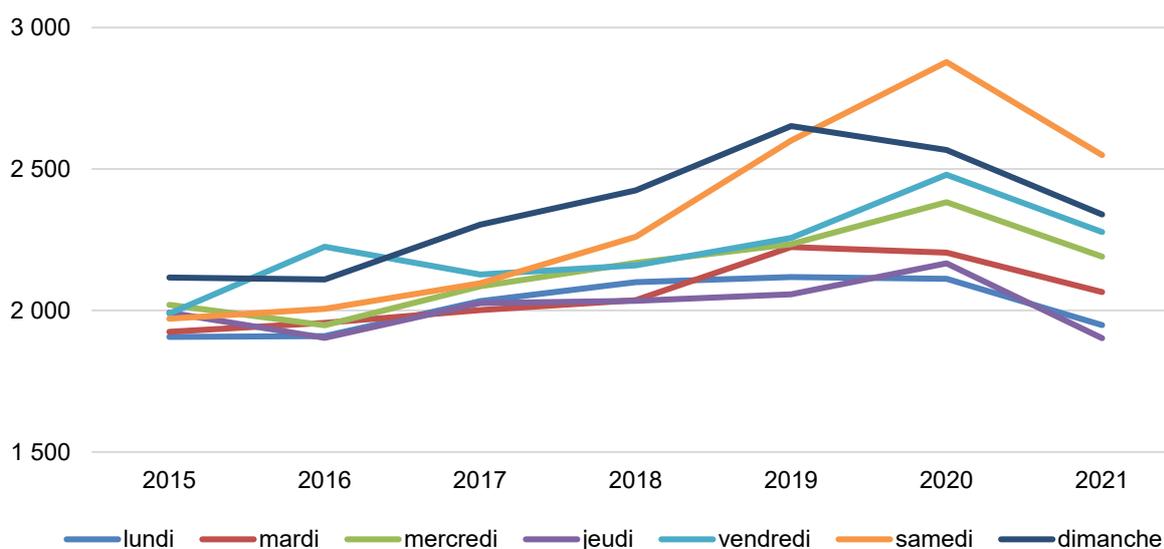


Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L'offre d'animation selon le jour

En 2021, le samedi et le dimanche affichent un volume de diffusion d'animation plus élevé que les autres jours de la semaine sur les chaînes nationales. Le dimanche est en première position pour les chaînes historiques alors que le samedi est en tête pour les chaînes TNT/TNT HD. Par rapport à 2020, l'offre d'animation des chaînes nationales est en baisse de 8,5 % du lundi au vendredi et de 10,2 % le samedi et le dimanche.

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales selon le jour

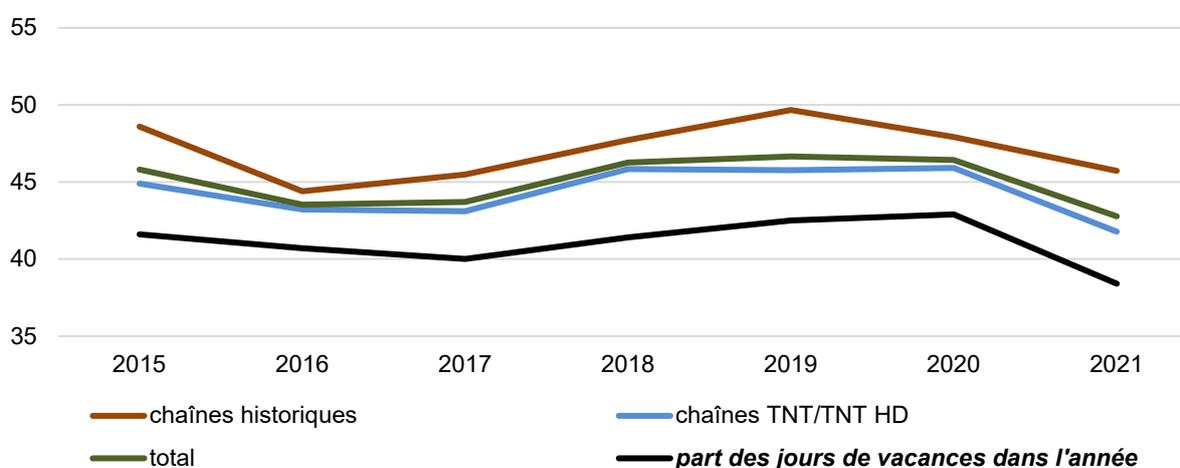


Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L'offre d'animation selon la période

En 2021, l'offre d'animation sur les chaînes nationales diminue de 16,2 % pendant les vacances scolaires par rapport à 2020 et de 2,8 % hors vacances. La diminution de l'offre en période de vacances scolaires s'explique toutefois en partie par la réduction du nombre de jours de vacances dans l'année (-10,8 %, soit -17 jours), principalement en raison de la crise sanitaire liée à l'épidémie de Covid-19 (zone unique pour les vacances de printemps en 2021). La programmation d'animation demeure globalement plus importante en période de vacances scolaires. En 2021, les congés scolaires couvrent 38,4 % des jours de l'année et totalisent 42,8 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales. Cette proportion atteint 45,7 % sur les chaînes historiques, contre 41,8 % sur les chaînes TNT/TNT HD.

Part de l'offre d'animation des chaînes nationales diffusée en période de vacances scolaires (% en volume horaire)¹



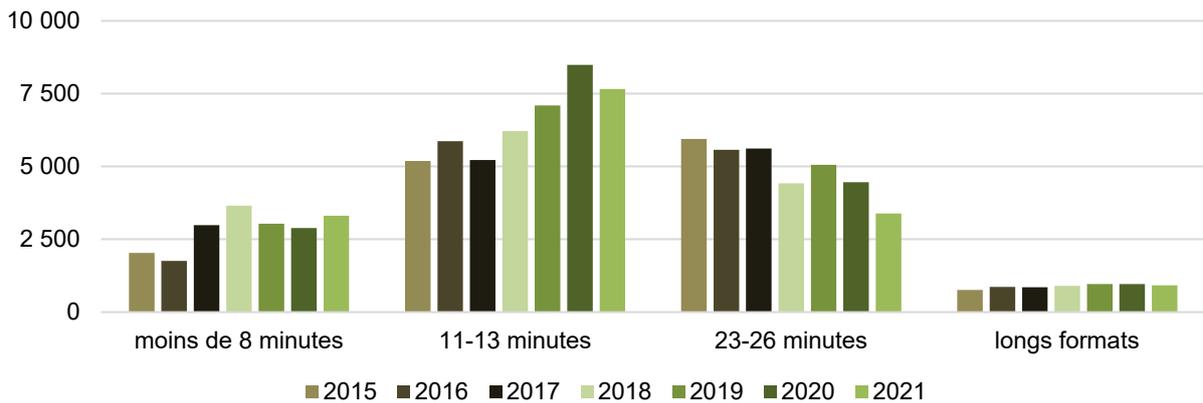
¹ Les vacances scolaires couvrent l'ensemble des zones, soit en 2021 du 1^{er} au 3 janvier, du 6 février au 7 mars, du 10 au 25 avril, du 13 au 16 mai, du 7 juillet au 1^{er} septembre, du 23 octobre au 7 novembre et du 18 au 31 décembre.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L'offre d'animation selon le format

En 2021, le volume de programmes de moins de 8 minutes est en hausse (+14,6 %) par rapport à 2020, alors que les volumes de programmes de 11-13 minutes (-9,7 %), de 23-26 minutes (-24,0 %) et de longs formats (-4,6 %) sont en baisse. En 2021, les 11-13 minutes demeurent le premier format d'animation diffusé sur les chaînes nationales (50,2 % du volume horaire total, contre 50,5 % en 2020), devant les 23-26 minutes (22,2 %, contre 26,6 % en 2020), les moins de 8 minutes (21,7 %, contre 17,2 % en 2020) et les longs formats (6,0 %, contre 5,7 % en 2020).

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales selon le format

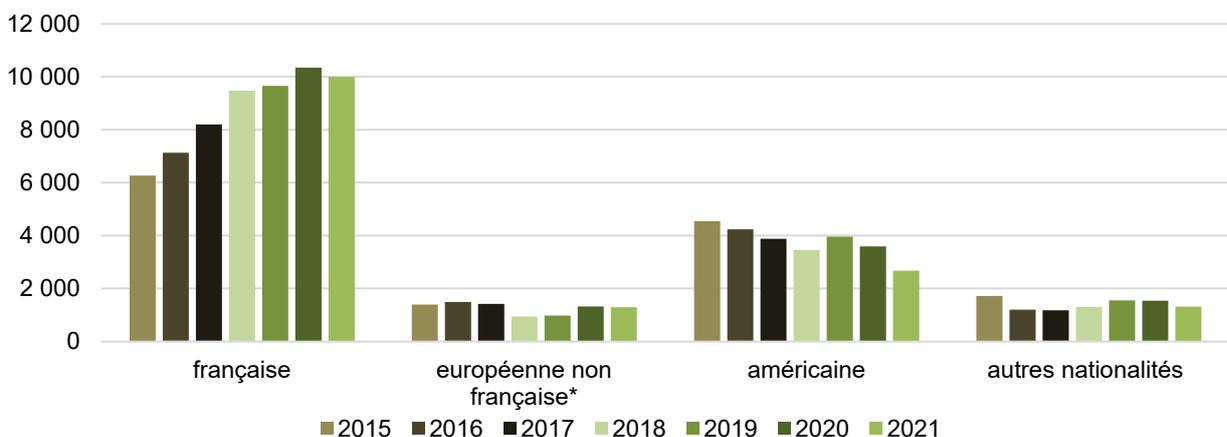


Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L'offre d'animation selon la nationalité

En 2021, l'offre d'animation sur les chaînes nationales diminue de 3,4 % pour les programmes français par rapport à 2020, de 2,3 % pour les programmes européens non français, de 25,6 % pour les programmes américains et de 14,5 % pour les programmes d'autres nationalités. En 2021, les programmes français composent 65,4 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales (61,6 % en 2020), contre 17,5 % pour les programmes américains (21,4 % en 2020), 8,4 % pour les programmes européens non français (7,9 % en 2020) et 8,6 % pour les programmes d'autres nationalités (9,2 % en 2020).

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales selon la nationalité



* Européenne au sens continental. Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L'offre des chaînes thématiques d'animation

A l'offre des chaînes nationales, s'ajoute l'offre d'animation des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l'ADSL. En 2021, 20 chaînes consacrent au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation (hors canaux de diffusion décalée). Disney Cinema et Disney XD se sont arrêtées en avril 2020 parallèlement au lancement de la plate-forme de vidéo à la demande par abonnement Disney+. L'offre s'est au contraire enrichie de la chaîne TV Pitchoun.

Liste des chaînes d'animation diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l'ADSL en 2021¹

Public cible			
moins de 3 ans	3-6 ans	7-14 ans	15-34 ans
Adult Swim		J-One	
Baby TV		Mangas	
Boing		MCM	
Boomerang (et Boomerang+1)		Nickelodeon (et Nickelodeon+1)	
Canal J		Nickelodeon Junior	
Cartoon Network		Piwi+	
Disney Channel (et Disney Channel+1)		TéléTOON+ (et TéléTOON+1)	
Disney Junior		TiJi	
Game One (et Game One+1)		Toonami	
Gong Max		TV Pitchoun	

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation.

Source : distributeurs, *le Guide des chaînes* (mai 2021).

D'après l'édition 2021 du *Guide des chaînes* (disponible sur www.cnc.fr), l'animation compose 25 % de l'offre de programmes sur MCM, 35 % sur Game One, 60 % sur J-One, 70 % sur les chaînes Nickelodeon, 85 % sur Canal J, 88 % sur Disney Channel, 90 % sur Disney Junior, 98 % sur Mangas et sur TiJi.

2.4.L'audience de l'animation à la télévision

L'audience sur les chaînes nationales

En 2021, l'animation représente 25,3 % de la consommation des 4-10 ans (soit 81 heures dans l'année ou 13 minutes par jour), 13,1 % de celle des 11-14 ans (soit 41 heures) et 2,2 % de celle des 4 ans et plus (soit 23 heures) sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25), alors que le genre constitue 8,7 % de l'offre globale de programmes sur ces chaînes selon Médiamétrie. Les 4-10 ans constituent ainsi le public principal des programmes d'animation diffusés à la télévision.

Part de l'animation dans la consommation des chaînes nationales¹ selon l'âge (%)



¹ TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2021, les meilleures audiences d'animation à la télévision sur les 4 ans et plus sont réalisées par le film américain *L'Âge de glace 5* pour les œuvres cinématographiques (TF1, 4,5 millions de téléspectateurs) et par la série française *Miraculous* pour les séries télévisées (TF1, 1,6 million de téléspectateurs).

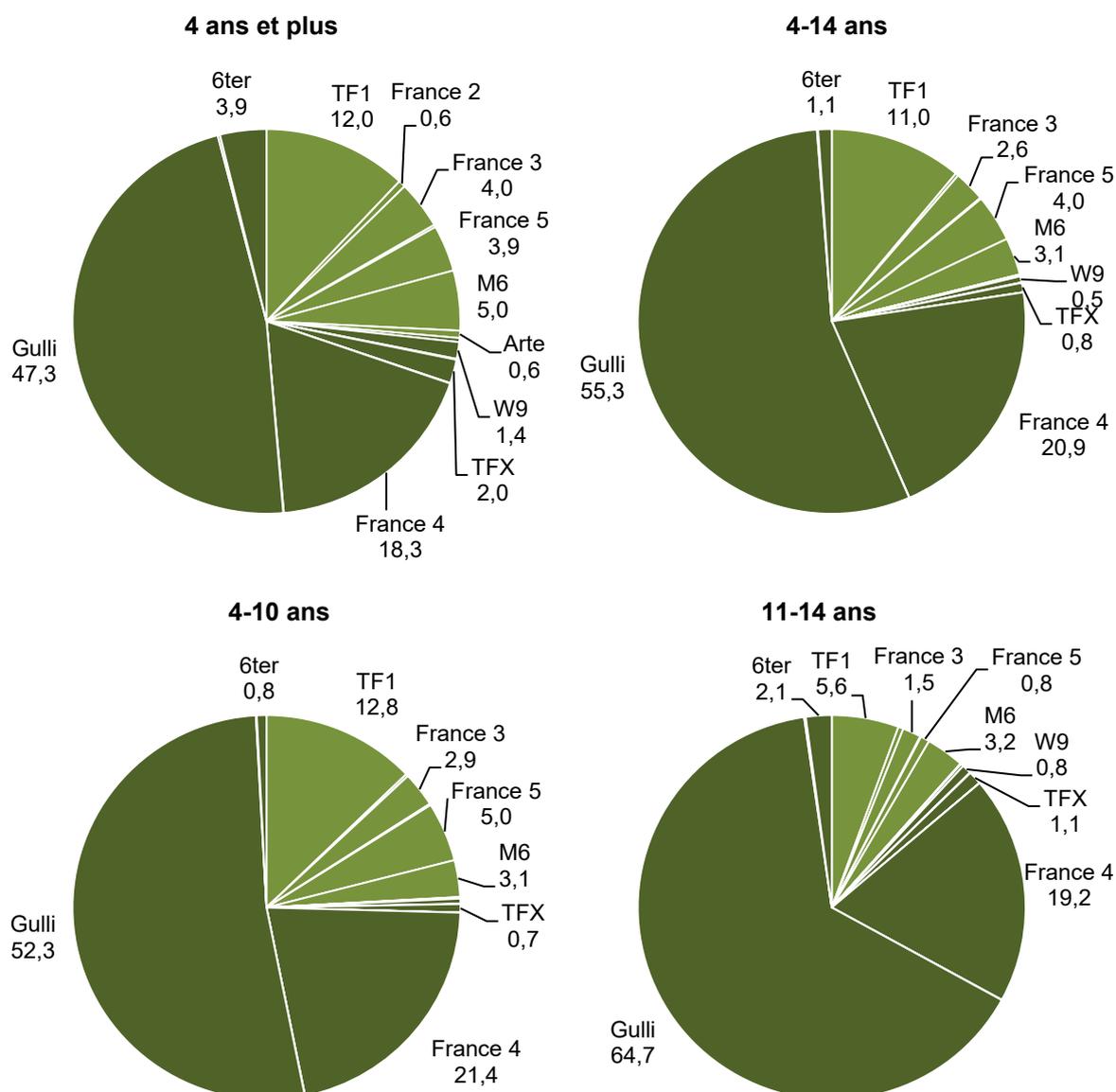
Palmarès des meilleures audiences d'animation à la télévision en 2021 (4 ans et plus)

rang	date	début	chaîne	programme	nationalité	millions de téléspectateurs	pda ¹ (%)
film d'animation							
1	19 déc.	21h13	TF1	<i>L'Âge de glace 5</i>	Etats-Unis	4,5	20,1
2	20 déc.	21h13	M6	<i>La Reine des neiges 2</i>	Etats-Unis	4,3	17,9
3	4 avr.	21h09	M6	<i>Vaiana, la légende du bout du monde</i>	Etats-Unis	4,0	15,5
4	28 déc.	21h13	TF1	<i>Tous en scène</i>	Etats-Unis	3,0	13,5
5	29 avr.	21h10	M6	<i>Ratatouille</i>	Etats-Unis	2,4	8,9
série d'animation							
1	4 avr.	8h55	TF1	<i>Miraculous</i>	France	1,6	26,7
2	4 févr.	20h53	Arte	<i>Silex and the City</i>	France	1,3	5,0
3	3 mars	20h53	Arte	<i>Tu mourras moins bête</i>	France	1,1	4,3
4	3 janv.	20h50	Arte	<i>De Gaulle à la plage</i>	France	0,9	3,3
5	14 avr.	7h48	TF1	<i>Paw Patrol, la Pat' Patrouille</i>	Etats-Unis	0,8	21,4

¹ pda : part d'audience. Source : Médiamétrie - Médiamat.

En 2021, les chaînes TNT/TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, France 4, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) représentent 73,6 % de la consommation d'animation sur les chaînes nationales sur les 4 ans et plus (+2,1 points sur un an), 75,8 % sur les 4-10 ans (-0,9 point) et 88,4 % sur les 11-14 ans (+3,8 points). Gulli est, quel que soit l'âge du public, la première chaîne en termes de consommation d'animation devant France 4. Sur les 4-10 ans, Gulli représente 52,3 % de la durée d'écoute des programmes d'animation de l'ensemble des chaînes nationales (+3,3 points), contre 21,4 % pour France 4 (-3,0 points). Par groupe audiovisuel, le groupe M6 (+2,6 points à 56,6 %) arrive en tête devant France TV (-3,3 points à 29,5 %).

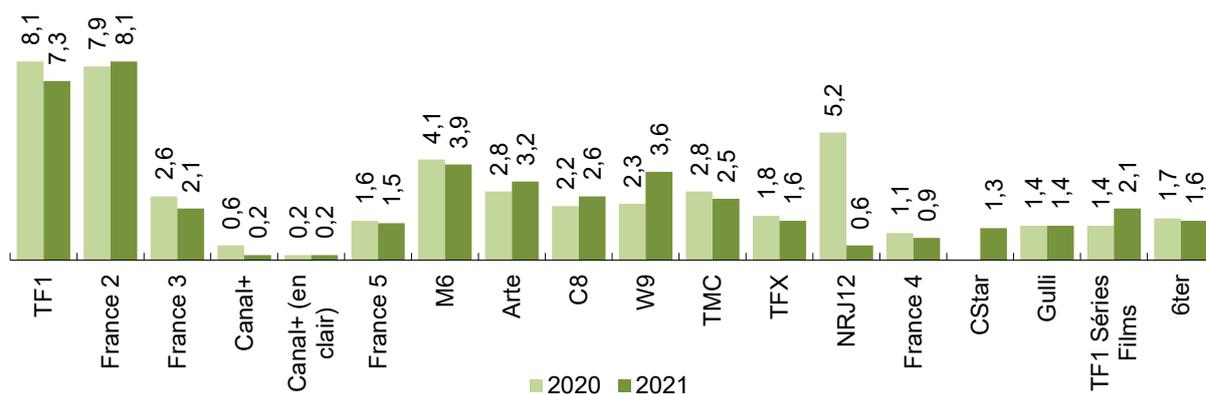
Répartition de la consommation d'animation sur les chaînes nationales selon l'âge du public en 2021¹ (% en durée d'écoute)



¹ Seules les chaînes représentant au moins 0,5 % de la consommation totale sont indiquées dans ces graphiques.
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

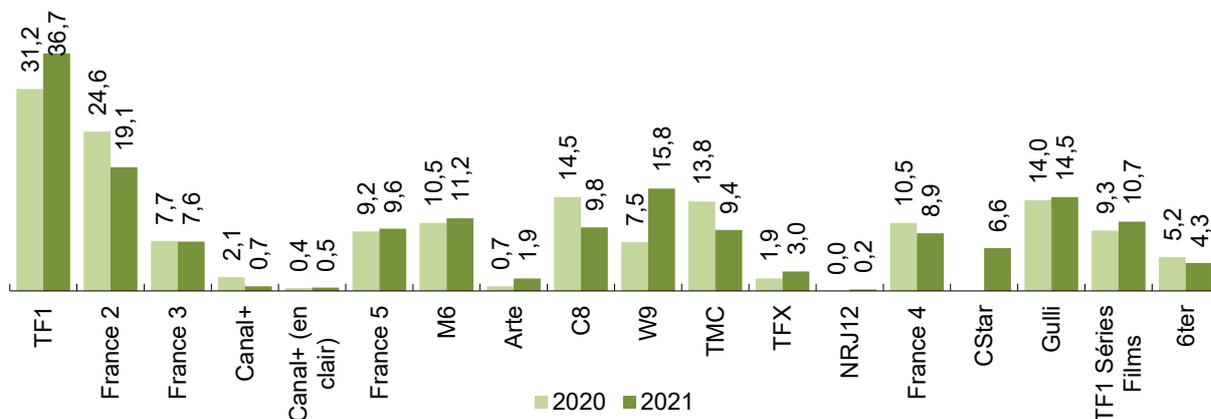
En 2021, TF1 enregistre la meilleure part d'audience de l'animation (cinéma et audiovisuel) parmi les chaînes nationales sur les 4-10 ans (36,7 %). France 2 affiche les meilleures performances sur les 4 ans et plus (8,1 %) et sur les 11-14 ans (23,0 %). Sur ces trois tranches d'âge, la part d'audience de l'animation sur Gulli est plus élevée que la part d'audience de l'animation sur France 4.

Part d'audience de l'animation sur les 4 ans et plus sur les chaînes nationales (%)



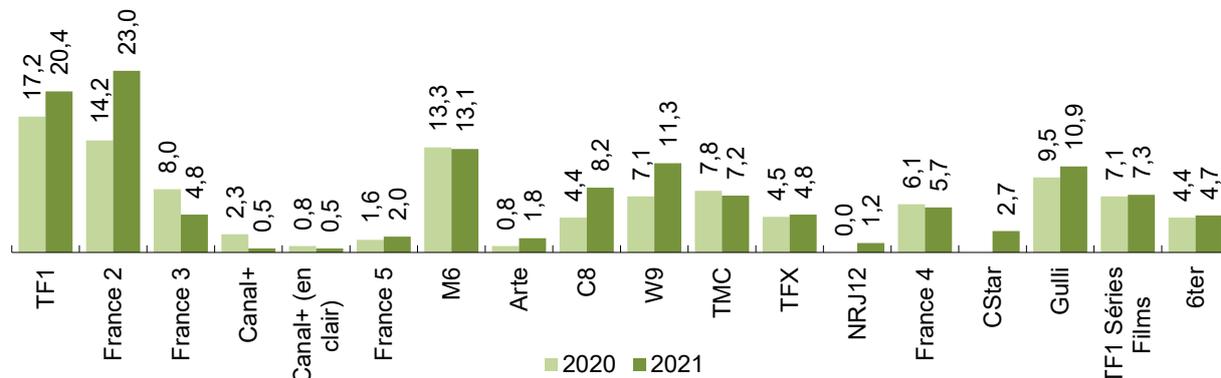
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

Part d'audience de l'animation sur les 4-10 ans sur les chaînes nationales (%)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

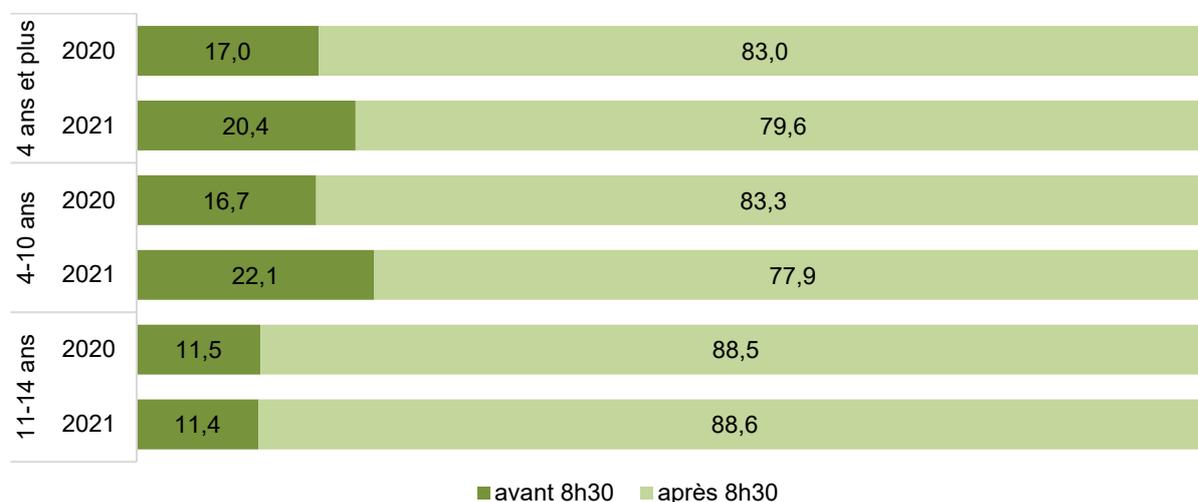
Part d'audience de l'animation sur les 11-14 ans sur les chaînes nationales (%)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2021, les programmes d'animation diffusés après 8h30 représentent 79,6 % de la consommation d'animation sur les chaînes nationales sur les 4 ans et plus, 77,9 % sur les 4-10 ans et 88,6 % sur les 11-14 ans.

Répartition de la consommation d'animation sur les chaînes nationales selon l'horaire de diffusion (% en durée d'écoute)

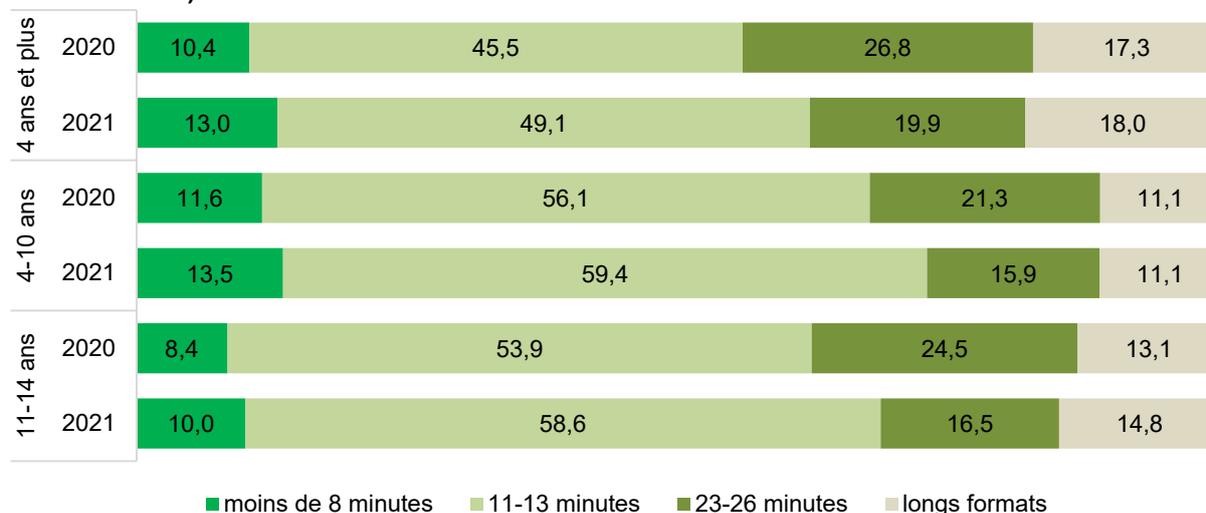


Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2021, les vacances scolaires représentent 47,2 % de la consommation d'animation sur les chaînes nationales sur les 4 ans et plus, 42,5 % sur les 4-10 ans et 45,4 % sur les 11-14 ans. Pour les 4-10 ans, la répartition de la consommation d'animation selon la période est peu ou prou équivalente à celle de l'offre.

En 2021, les programmes d'animation de 11-13 minutes représentent la majorité de la consommation pour toutes les tranches d'âge. Pour les 4-10 ans, les 11-13 minutes et les longs formats apparaissent surconsommés par rapport à leur poids dans l'offre.

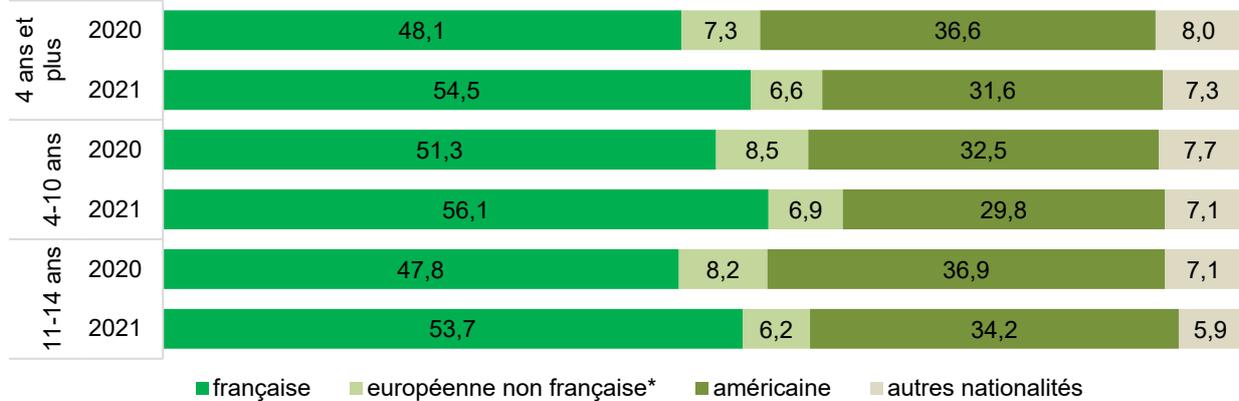
Répartition de la consommation d'animation sur les chaînes nationales selon le format (% en durée d'écoute)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2021, les programmes français d’animation représentent la majorité de la consommation pour toutes les tranches d’âge, avec des proportions en hausse sur un an : 54,5 % sur les 4 ans et plus, 56,1 % sur les 4-10 ans et 53,7 % sur les 11-14 ans.

Répartition de la consommation d’animation sur les chaînes nationales selon la nationalité (% en durée d’écoute)



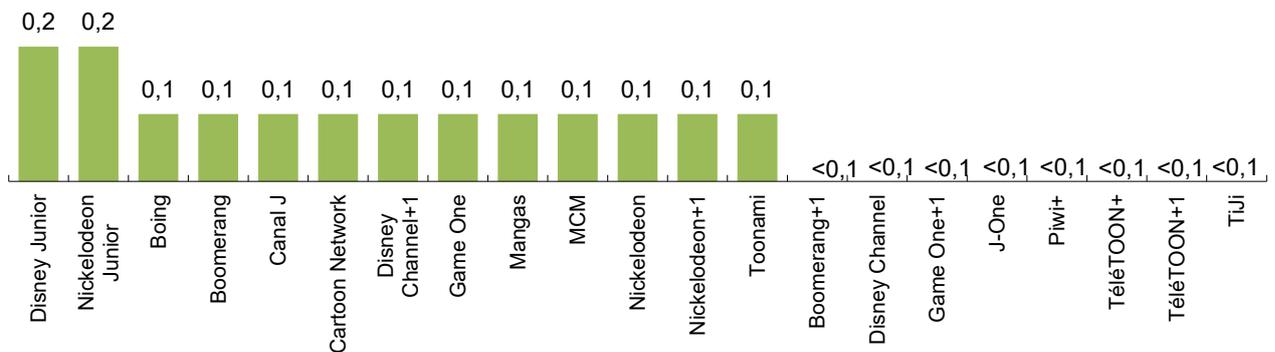
* Européenne au sens continental. / Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

L’audience des chaînes thématiques d’animation

D’après les derniers résultats d’audience des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l’ADSL, le panel des chaînes thématiques d’animation étudiées (chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l’animation et souscrivant à l’étude d’audience Médiamat’Thématik) recueille 1,5 % de part d’audience entre septembre 2021 et février 2022 parmi les personnes âgées de 4 ans et plus ayant accès à une offre élargie de chaînes, soit une proportion en baisse de 0,1 point par rapport à l’année précédente. A noter l’arrêt des chaînes Disney Cinéma et Disney XD au moment de l’ouverture du service de VàDA, Disney+, en France.

Quatre chaînes affichent une part d’audience en baisse : Disney Channel, Nickelodeon Junior, Piwi+ et TiJi. Trois chaînes présentent au contraire une part d’audience en hausse : Disney Junior, Mangas et MCM. Les chaînes thématiques d’animation représentent 14 % de l’audience de l’ensemble des chaînes thématiques sur la période septembre 2021-février 2022 (contre 15 % sur la période septembre 2020-février 2021). Disney Junior et Nickelodeon Junior occupent la tête du palmarès des chaînes jeunesse en part d’audience (0,2 % chacune).

Part d’audience des chaînes thématiques d’animation – sept. 2021-févr. 2022¹ (%)



¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l’animation et souscrivant à l’étude d’audience Médiamat’Thématik. / Source : Médiamétrie – Médiamat’Thématik (ensemble univers) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

En additionnant l'audience des chaînes par groupe audiovisuel, les groupes américains occupent les trois premières places avec 0,5 % de part d'audience pour Paramount, 0,4 % pour Warner Bros. Discovery et 0,3 % pour Disney. Au total, les chaînes des groupes américains représentent 1,2 % de part d'audience, contre 0,3 % pour les chaînes des groupes français (M6, Canal+, Mediawan Thematics).

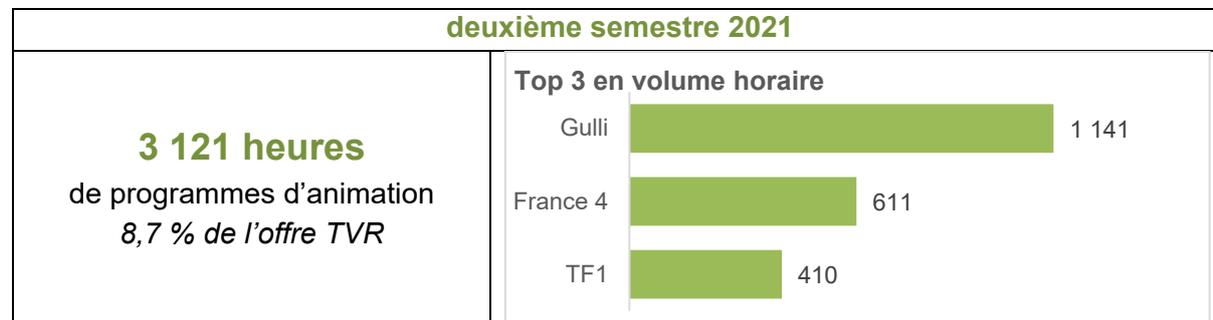
2.5 Les programmes d'animation en télévision de rattrapage (TVR)

La télévision de rattrapage (TVR) correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

L'offre de programmes d'animation en TVR

Remarques méthodologiques

La part de l'offre de programmes disponibles en TVR est calculée par Plurimédia depuis juillet 2021. L'analyse est réalisée tous les mois auprès des 21 chaînes nationales (hors chaînes d'information). L'analyse porte sur l'offre de programmes diffusés à la télévision sur les chaînes du panel et mis à disposition en télévision de rattrapage dans le mois.



La consommation de programmes d'animation en TVR

Remarques méthodologiques

L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, sur tous les supports (ordinateur, téléviseur, téléphone mobile et tablette), est réalisée depuis janvier 2011 par NPA Conseil et GfK, associés à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, Lagardère Publicité, M6 Publicité Digital et TF1 Publicité Digital à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Nedstats, Comscore, Omniture, Flurry Analytics, A&T Internet et des données des opérateurs sur un panel de 37 chaînes depuis fin 2020. A noter qu'Arte, Altice Média et NRJ ne font pas partie du périmètre.

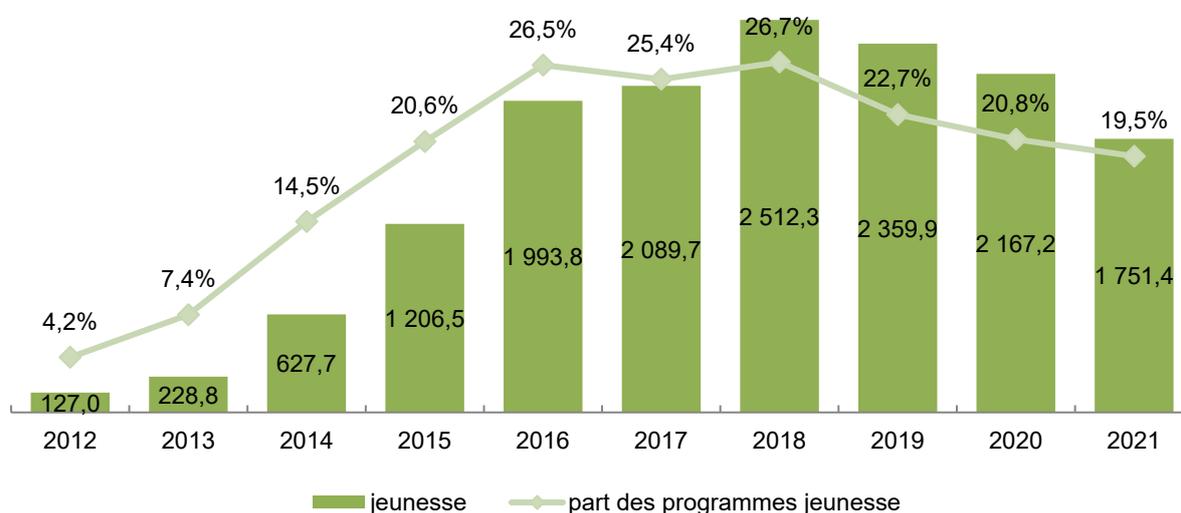
L'analyse réalisée par NPA Conseil et GfK concerne la télévision en ligne qui comprend la télévision de rattrapage, les bonus ainsi que le flux direct disponible en ligne. Les programmes exclusifs, qui n'ont pas été diffusés en linéaire, ainsi que les programmes disponibles en AVoD (VàD financée par la publicité) ou en FVoD (VàD gratuite sans publicité) ne font pas partie du périmètre.

Les programmes jeunesse comptent de l'animation mais aussi de la fiction.

En 2021, les programmes jeunesse totalisent près de 1,8 milliards de vidéos vues (19,5 % de la consommation totale de télévision en ligne), contre 2,2 milliards (20,8 %) en 2020. Deux phénomènes peuvent expliquer le recul de la part de consommation captée par ces programmes. L'intégration des chaînes thématiques du groupe Canal+ en 2019 entraîne une augmentation de la part du cinéma (de 0,3 % en 2018 à 6,1 % en 2021). Par ailleurs, les feuilletons quotidiens français *Demain nous appartient* et *Ici Tout Commence* pour le groupe TF1 et *Plus belle la vie* et *Un Si Grand Soleil* pour le groupe France Télévisions font exploser la part de la fiction dans la consommation globale de la TVR (de 27,4 % en 2018 à 37,9 % en 2021).

Les programmes jeunesse enregistrent ainsi une baisse du nombre de vidéos vues en télévision en ligne de 19,2 % par rapport à 2020, soit un recul plus important que l'ensemble des programmes.

Consommation de programmes jeunesse en télévision en ligne¹ en millions de vidéos vues

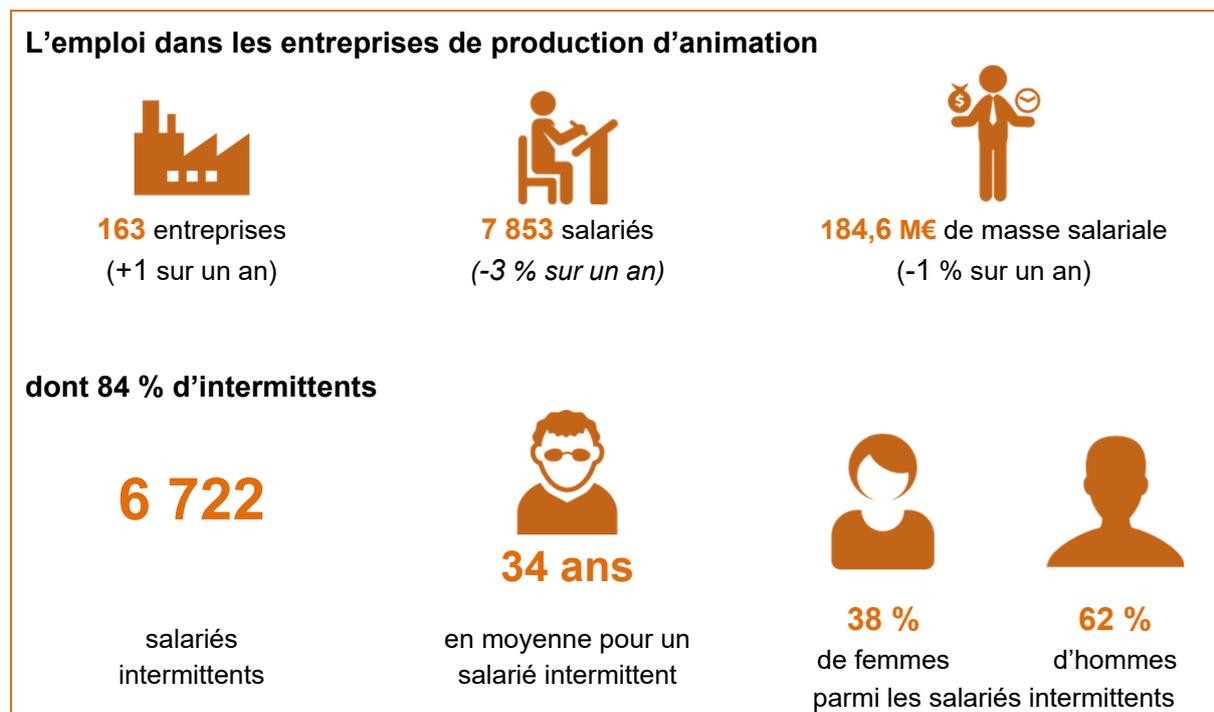


Sources : CNC - NPA - GfK - Canal+ Régie - France Télévisions Publicité - Lagardère Publicité - M6 Publicité Digital - TF1 Publicité Digital.

¹ La télévision en ligne comprend la télévision de rattrapage, les bonus ainsi que le flux direct disponible en ligne.

3. Emploi

L'animation en 2020 :



Source : Audiens.

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens, groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. Jusqu'en 2016, les entreprises adhérentes étaient tenues de fournir une déclaration nominative annuelle des salaires. Depuis 2017, les déclarations nominatives annuelles ont été remplacées par les déclarations sociales nominatives mensuelles. Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction.

Le périmètre d'analyse a été défini en concertation avec AnimFrance et le CNC, et couvre 244 entreprises de production de films d'animation sur la période 2004-2020, dont 163 sont actives en 2020.

La notion d'entreprise s'entend au sens du SIREN de celle-ci. La situation de chaque entreprise résume la situation de l'ensemble des établissements de cette entreprise, pour lesquels seule l'activité relative à la production de films d'animation est étudiée.

Depuis 2018, les informations relatives aux personnels permanents sont traitées par Audiens pour l'ensemble des entreprises avec de l'activité déclarée. Avant cette date, quelques entreprises relevaient d'autres caisses de retraite complémentaire pour leurs effectifs permanents, qui ne figurent par conséquent pas dans les historiques. Seuls les personnels techniques (permanents et intermittents) du secteur sont étudiés. Le personnel artistique en CDD d'usage (ou intermittent) n'est pas présenté dans cette étude. En raison d'une modification du périmètre d'analyse, l'ensemble des historiques a été retravaillé.

Les informations relatives à l'évolution mensuelle de l'emploi dans les secteurs soutenus par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens, qui permet d'analyser l'impact de la pandémie de Covid-19 sur les secteurs couverts par Audiens. Le secteur d'activité « production de films d'animation » tel que défini par Audiens est déterminé sur la base du code APE de l'entreprise, des conventions collectives utilisées ainsi que de son activité réelle déclarée à Audiens. Il est donc susceptible de varier par rapport aux indicateurs annuels présentés dans le reste de l'étude.

La version complète de l'étude réalisée par Audiens est consultable sur le site :

<http://www.audiens.org/groupe-audiens/etudes/>



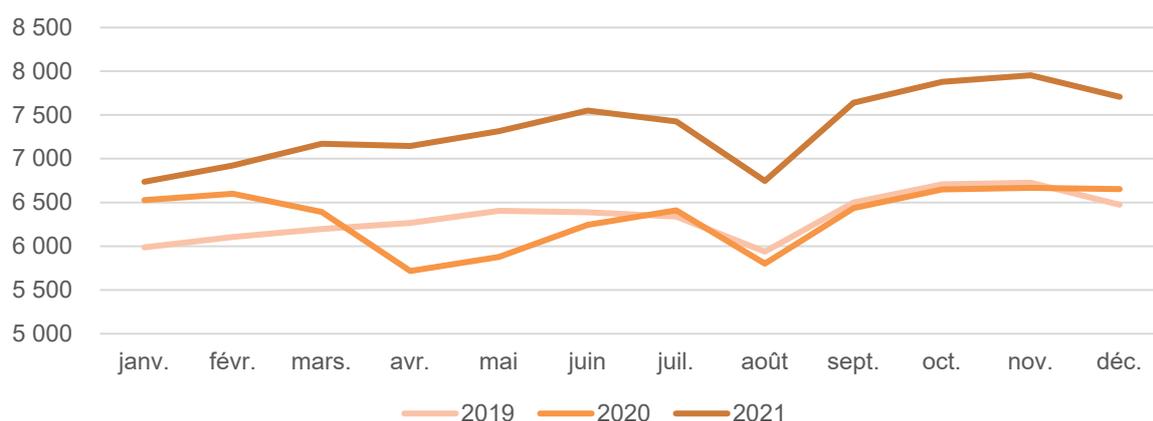
3.1. Le secteur face à la crise sanitaire

Le secteur de la production de films d'animation se singularise en 2020 par sa réactivité et sa rapide adaptation face à la pandémie de Covid-19.

Le secteur connaît une baisse de ses effectifs au début de la pandémie de Covid 19, avec -10,5 % de salariés entre mars et avril 2020. Cette baisse est bien moindre que celle constatée dans les autres champs de la production. Entre mars et avril 2020, les effectifs de la production cinématographique diminuent de 52,7 % et ceux de la production audiovisuelle de 41,0 %.

Le niveau d'emploi dans le secteur retrouve un niveau comparable à celui de début d'année dès octobre 2020 (6 649 salariés, soit +1,9 % par rapport à janvier 2020). Le nombre de salariés déclarés dans le secteur connaît ensuite une augmentation continue tout au long de l'année 2021 pour atteindre un niveau record en novembre 2021, à 7 954 salariés.

Effectifs des entreprises de production de films d'animation



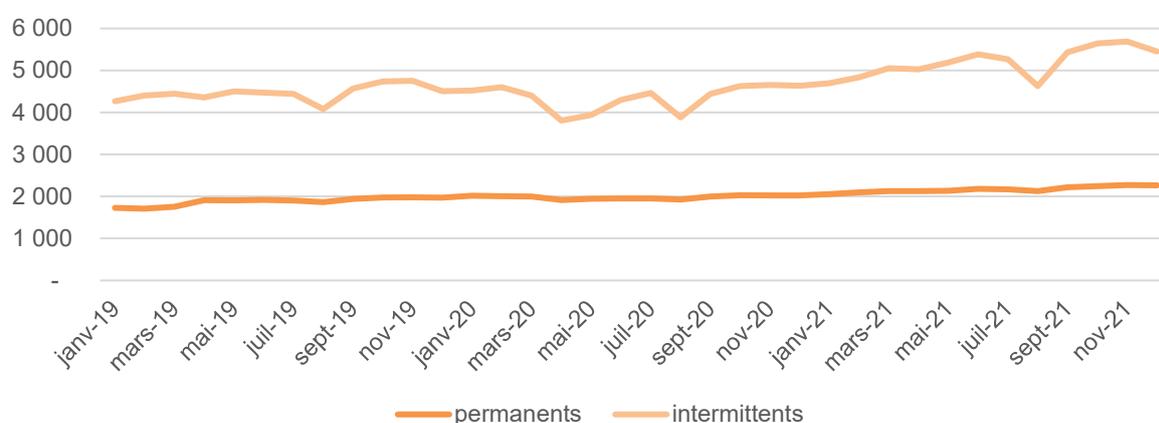
Données arrêtées à mai 2022. / Source : Datalab - Audiens.

L'augmentation de l'emploi constatée tout au long de l'année 2021 est davantage marquée au sein de la population intermittente, mais se vérifie également chez les permanents.

Avec les mesures d'activité partielle mises en place dès le premier confinement, la population permanente est peu impactée par la pandémie de Covid-19 (1 914 permanents en avril 2020, soit -4,1 % par rapport à mars 2020). La population intermittente accuse une baisse plus significative, mais se maintient également à un niveau important : -13,4 % de salariés intermittents en avril 2020 par rapport à mars 2020, à 3 809 intermittents (4 461 intermittents en moyenne mensuelle sur 2019). Largement tributaire de l'activité des tournages, la population intermittente a souffert d'un impact de la crise en 2020 bien plus prononcé dans le secteur de la production cinématographique (-72,0 % entre mars et avril 2020) et dans celui de la production audiovisuelle (-59,1 %).

La hausse de l'emploi constatée en 2021 est principalement portée par la population intermittente, avec 5 689 salariés intermittents en novembre 2021 soit +22,2 % par rapport à novembre 2020 et +19,7 % par rapport au niveau d'avant-crise (novembre 2019). La croissance de la population permanente est un peu plus mesurée mais se confirme également, avec 2 273 salariés permanents en novembre 2021 (+12,4 % par rapport à novembre 2020 et +15,0 % par rapport à novembre 2019).

Effectifs des entreprises de production de film d'animation selon la population



Données arrêtées à mai 2022. / Source : Datalab - Audiens.

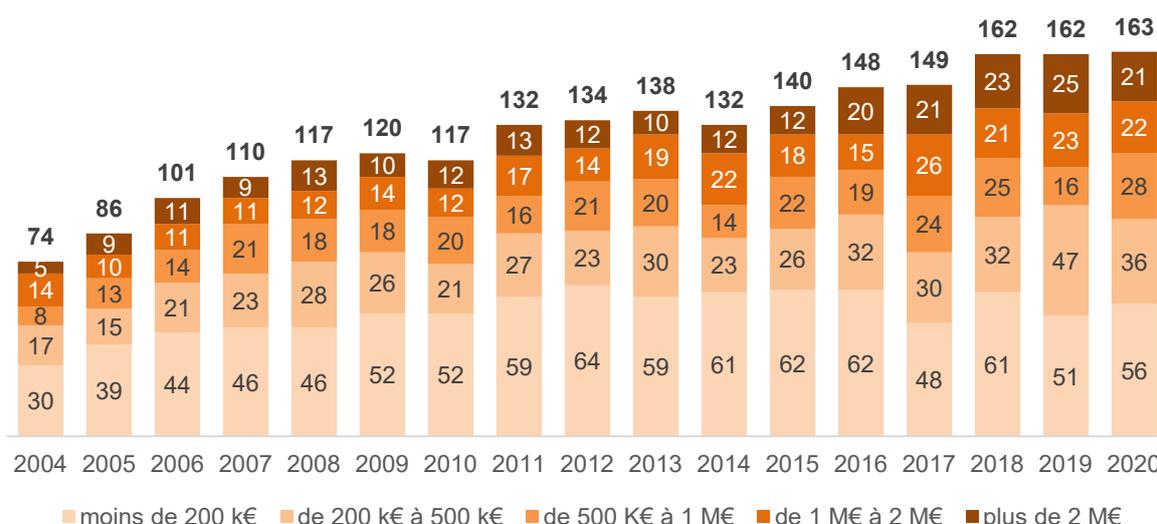
En lien avec la forte augmentation de salariés intermittents en 2021, le nombre de jeunes salariés (moins de 30 ans) marque la plus forte évolution entre novembre 2020 et novembre 2021 (+22,2 %, contre +17,6 % pour les salariés âgés de 30 à 49 ans et +18,2 % pour les salariés âgés d’au moins 50 ans).

En parallèle, la part de femmes salariées augmente dans les effectifs tout au long de la période. Les femmes représentent ainsi 38,8 % des effectifs du secteur en décembre 2021, la part la plus haute sur les trois années étudiées (37,5 % en décembre 2020 et 36,6 % en décembre 2019).

3.2. Les entreprises de production de films d’animation

Le nombre d’entreprises de production de films d’animation est en croissance continue de 2004 à 2018. Au cours de l’année 2020, 163 entreprises ont déclaré une activité relative à de la production de films d’animation, soit 99 de plus qu’en 2004 (+120,3 %). Depuis 2018, le nombre d’entreprises actives demeure stable (162 entreprises en 2018). En parallèle de cette hausse du nombre d’entreprises, le secteur observe une structuration autour d’entreprises de taille importante. Bien que la production d’animation soit toujours en 2020 composée majoritairement d’entreprises de taille modeste, leur part est en baisse tout au long de la période : 56,4 % des entreprises présentent une masse salariale de moins de 500 K€ en 2020, contre près des deux tiers (63,5 %) en 2004. A l’inverse, la part d’entreprises déclarant plus de 2 M€ de masse salariale annuelle brute est en forte augmentation entre 2004 (6,8 %) et 2020 (12,9 %). Dans un contexte marqué par la pandémie de Covid-19, le nombre de ces entreprises accuse toutefois pour la première fois depuis 2013 une légère baisse (21 entreprises en 2020 contre 25 en 2019, année record).

Nombre d’entreprises en fonction de la masse salariale annuelle brute

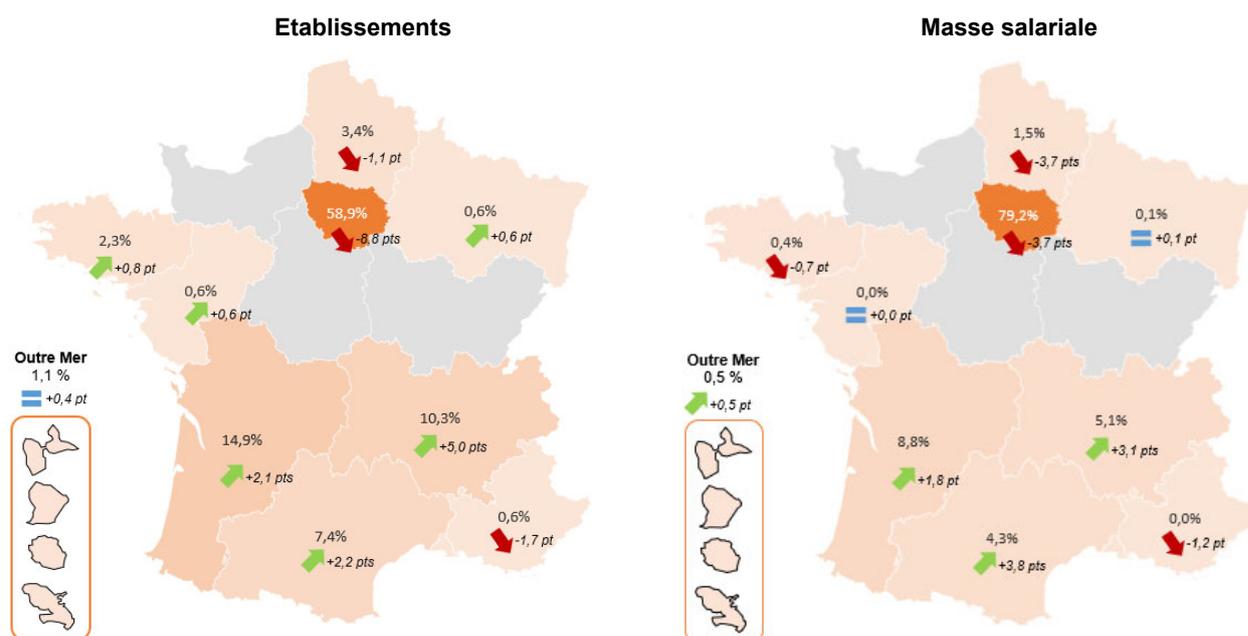


Source : Audiens.

L'augmentation du nombre d'entreprises s'accompagne d'une décentralisation de l'implantation de leurs établissements. La part d'établissements de production de films d'animation implantés en Ile-de-France demeure majoritaire en 2020 (58,9 %), mais observe une baisse continue sur la dernière décennie (67,7 % en 2011). Deux régions bénéficient particulièrement de ce phénomène de décentralisation : la région Auvergne-Rhône-Alpes (10,3 % des établissements en 2020, contre 5,3 % en 2011) et la région Nouvelle-Aquitaine (14,9 %, contre 12,8 %), toutes deux dynamisées par l'essor de pôles d'animation (la Cartoucherie à Bourg-lès-Valence dans la Drôme et Angoulême en Charente). Accompagnés par une politique volontariste de la région et portés par l'implantation d'un réseau d'écoles du RECA en région montpellieraine (Brassart, ESMA, IDEM, ArtFX), les établissements occitans se développent également à partir de 2018, et composent 7,4 % de l'ensemble des établissements du secteur en 2020 (+2,2 pts par rapport à 2011).

Le développement extra-francilien des établissements de production de films d'animation est toutefois principalement porté par l'émergence de nouveaux établissements en développement. Par conséquent, la grande majorité de la masse salariale totale reste en 2020 largement détenue par l'Ile-de-France (79,2 % en 2020 contre 82,8 % en 2011).

Répartition régionale des établissements et de la masse salariale en 2020 et évolution par rapport à 2011



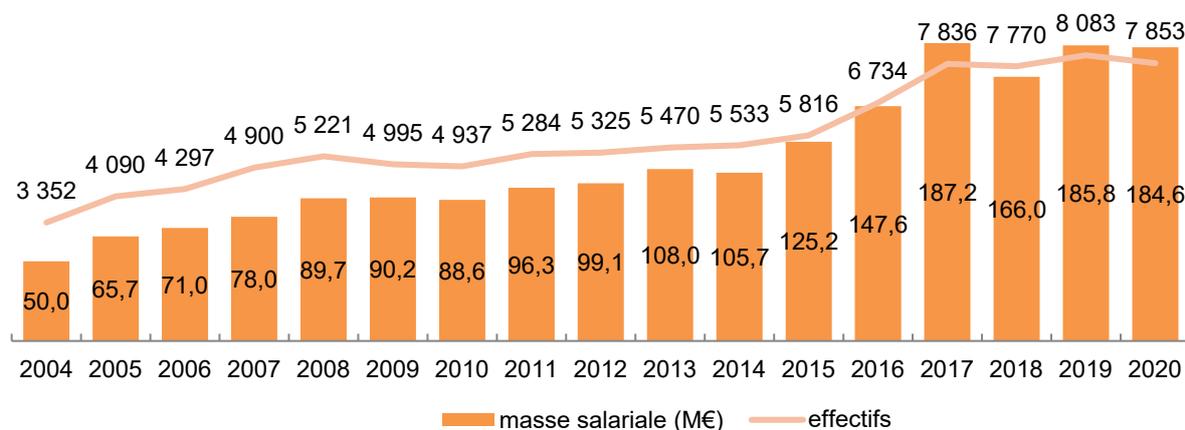
Source : Audiens.

3.3. La masse salariale et les effectifs

Depuis 2004, l'emploi dans les entreprises de production de films d'animation augmente continuellement, pour atteindre 7 853 emplois en 2020 (+134,3 % par rapport à 2004) et une masse salariale de 184,60 M€ (+269,4 % par rapport à 2004).

Cette évolution peut être rapprochée des politiques publiques incitatives de localisation ou relocalisation des productions d'animation en France. Tout d'abord, par les mises en place successives des crédits d'impôt cinéma (2004) et audiovisuel (2005), avec une importante croissance de l'emploi observée jusqu'en 2008 : 5 221 salariés déclarés en 2008 pour 89,7 M€ de masse salariale, soit respectivement +55,8 % et +79,5 % par rapport à 2004. L'instauration ultérieure du crédit d'impôt international, destiné à développer l'attractivité du territoire français et des entreprises pour les productions internationales à gros budgets, accompagne à partir de 2010 une nouvelle dynamique de croissance dans le secteur. Après une période de hausse progressive de l'emploi entre 2010 et 2015 (taux de croissance annuel de 3,3 %), le nombre de salariés employés par le secteur connaît ainsi une accélération conséquente jusqu'en 2017 (+34,7 % entre 2015 et 2017), de façon concomitante au développement massif des dépenses françaises des projets d'animation éligibles au crédit d'impôt international (dépenses en France multipliées par 5 entre 2015 et 2016). A noter qu'en janvier 2016, la réforme du crédit d'impôt international augmente le taux de calcul à 30 % (20 % avant réforme) et le plafond à 30 M€ (4 M€ avant réforme). La fin de la période étudiée, qui observe un niveau d'emploi stable à un niveau élevé, est marquée par l'ampleur des projets d'animation bénéficiaires du crédit d'impôt international. A partir de 2016, le genre enregistre ainsi 123,73 M€ de dépenses chaque année en moyenne, contre 27,81 M€ entre 2010 et 2015.

Emploi dans le secteur de la production d'animation



Source : Audiens.

A l'instar des autres entreprises du secteur audiovisuel et cinématographique, le recours aux intermittents (CDD d'usage) est la pratique dominante des entreprises produisant des films d'animation. En 2020, 84,3 % des salariés sont intermittents, une part qui s'accroît fortement sur la période (77,8 % des effectifs en 2004).

Sur l'ensemble des entreprises de production de films d'animation, la part de salariés en CDI demeure relativement stable depuis 2012 (environ 11 % des effectifs). La part de salariés en CDD s'amenuise en revanche, à 4,3 % des effectifs en 2020 (6,6 % en 2012).

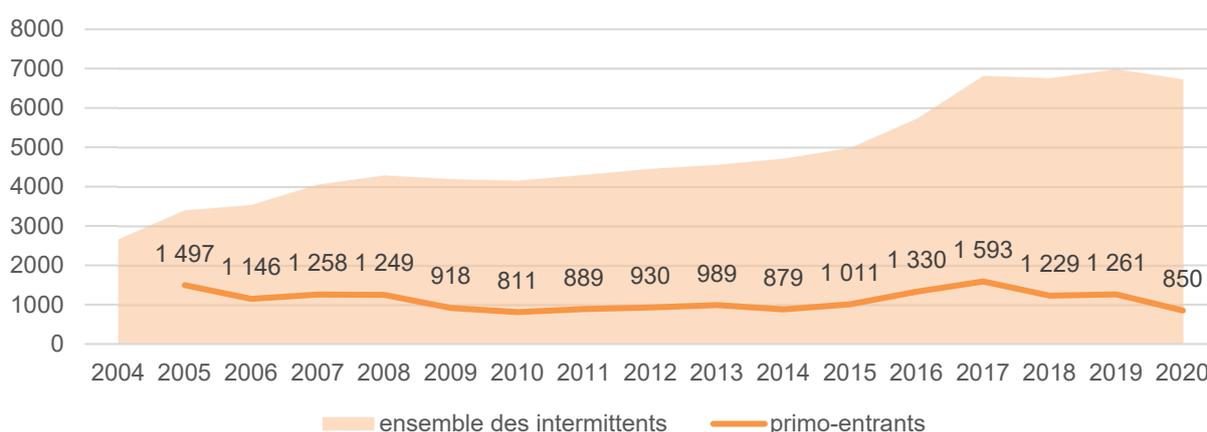
Les intermittents

Face à une demande accrue de contenus, en France comme à l'international, le plafonnement du nombre de salariés intermittents rend compte d'un secteur sous tension.

En 2020, dans un contexte pandémique, 6 722 intermittents sont salariés dans le secteur soit une baisse de 3,7 % par rapport à 2019, un niveau comparable à celui de 2018 (6 752 individus). Malgré la crise, le nombre d'intermittents, population la plus touchée par les conséquences des confinements, demeure à un niveau élevé en 2020 (moyenne annuelle de 5 601 intermittents chaque année sur la dernière décennie).

Le recul du nombre de primo-entrants dans le secteur (salariés en 2020 qui ne l'ont jamais été auparavant) explique la baisse constatée sur l'ensemble des effectifs intermittents. 850 intermittents ont été salariés pour la première fois par une entreprise de production de films d'animation en 2020, soit un tiers de moins (-32,6 %) qu'en 2019 et le deuxième plus faible niveau jamais observé, derrière 2010 (811 primo-entrants intermittents). Ce niveau est en partie imputable à la pandémie de Covid-19, mais prolonge une baisse constatée depuis 2018, année record en termes de nombre de primo-entrants dans le secteur.

Nombre de salariés intermittents primo-entrants dans le secteur de la production de films d'animation



Un salarié primo-entrant correspond à un individu déclaré en année N par une entreprise de production de films d'animation sans avoir jamais été déclaré par une autre entreprise de ces secteurs auparavant.

Source : Audiens.

En 2020, les techniciens en CDDU de la production de films d'animation sont jeunes avec 60,4 % des effectifs âgés de moins de 35 ans, une part stable sur un an (60,3 %). Sur l'ensemble de la période, l'âge moyen des salariés intermittents évolue par ailleurs peu : il est de 33,7 ans en 2020, un âge équivalent à ceux déjà constatés en 2011 (34,1 ans) et en 2004 (33,6 ans).

En parallèle de la baisse des effectifs et du nombre de nouveaux entrants, le niveau d'activité générée par les entreprises de production de films d'animation se maintient en 2020 à un niveau élevé. Le nombre d'heures travaillées par des salariés intermittents est en légère baisse par rapport à 2019, à 5,6 millions d'heures (-1,8 %), mais demeure à un niveau supérieur à celui constaté en 2018 (5,5 millions d'heures). En moyenne, le nombre d'heures déclarées pour un technicien intermittent augmente par conséquent en 2020, à 830 heures travaillées en moyenne en 2020, contre 814 heures en 2019 et 809 heures en 2018. Le nombre de

salariés intermittents ayant travaillé plus de 500 heures en 2020 est par ailleurs en hausse sur un an. 4 469 techniciens ont ainsi cumulé plus de 500 heures au cours de leur période d'activité en CDD d'usage en 2020, soit 66,5 % des effectifs de cette catégorie (62,4 % en 2019).

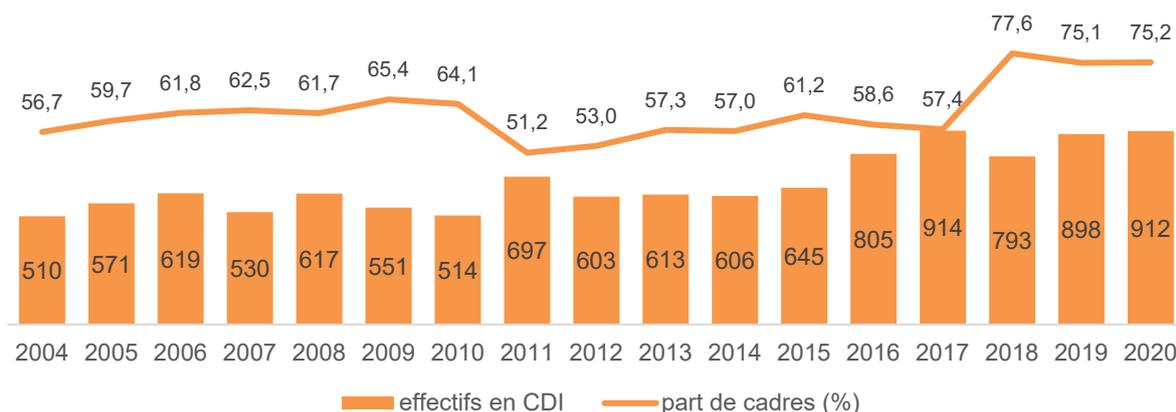
Les permanents

Les effectifs permanents sont constitués des salariés employés en CDI et CDD. Bien que minoritaires dans le secteur de la production de films d'animation, l'étude des salariés permanents rend compte d'une stabilisation des carrières dans le secteur.

En 2020, la part occupée par les salariés en CDI dans les effectifs s'établit à 11,4 % de l'ensemble des salariés du secteur, une part stable depuis 2012. Le nombre de salariés en CDI connaît toutefois une nette progression sur l'ensemble de la période. Après deux baisses successives en 2010 (fermetures d'Attitude Studio et d'IP4U en 2009) et 2012 (fermeture de Duran en 2011), le nombre de CDI augmente régulièrement depuis 2013, pour atteindre 912 salariés en 2020, un niveau équivalent au record constaté en 2017 (914).

Ces contrats concernent majoritairement des emplois qualifiés : pour les trois quarts (75,2 %) d'entre eux, il s'agit de postes de cadres. Ces postes correspondent entre autres à des métiers de directeurs de studio, de directeurs de production ou encore d'ingénieurs R&D. Depuis 2004, la part de salariés en CDI exerçant une fonction de cadre augmente globalement, malgré plusieurs variations. L'année 2018 (notamment marquée par le développement massif des investissements étrangers des projets bénéficiaires du crédit d'impôt international) marque plus particulièrement un tournant dans le développement des postes de cadres, avec 77,6 % de CDI cadres cette année-là, contre 57,4 % en 2017.

Nombre de salariés en CDI et part de cadres



Source : Audiens.

L'augmentation et la qualification des postes en CDI s'accompagne d'un vieillissement des salariés.

Toujours minoritaire en 2020, la part des salariés de plus de 40 ans augmente sur la période. En 2020, 48,4 % des salariés en CDI du secteur de l'animation ont plus de 40 ans, contre 31,7 % en 2011 et 25,9 % en 2004. L'âge moyen des salariés en CDI dans le secteur de

l'animation est par conséquent en hausse constante sur la période à 39,9 ans en 2020, contre 35,8 ans dix ans plus tôt et 34,4 ans en 2004.

Ce vieillissement au global n'est toutefois pas lié à un manque d'attractivité du secteur auprès des jeunes : 182 salariés en CDI sont âgés de moins de 30 ans en 2020, un nombre équivalent à la moyenne constatée sur la dernière décennie (175 salariés de moins de 30 ans par an en moyenne). Le nombre de primo-entrants en CDI accuse toutefois une baisse notable en 2020, avec 74 nouveaux entrants dans le secteur sur ce type de postes (113 en moyenne chaque année sur la dernière décennie). Cette baisse peut toutefois être liée au contexte sanitaire ; en 2019, 124 nouveaux entrants avaient intégré le secteur sur un poste en CDI.

Les CDD de droit commun sont peu nombreux dans le secteur de la production de films d'animation, et en proie à de nombreuses variations sur la période. 343 salariés sont employés en CDD en 2020, soit 4,5 % de moins qu'en 2019 (359 salariés en CDD). Contrairement aux salariés en CDI, ces emplois concernent majoritairement des postes de non cadres : en 2020, seuls 14,8 % des salariés en CDD occupent un poste de cadre.

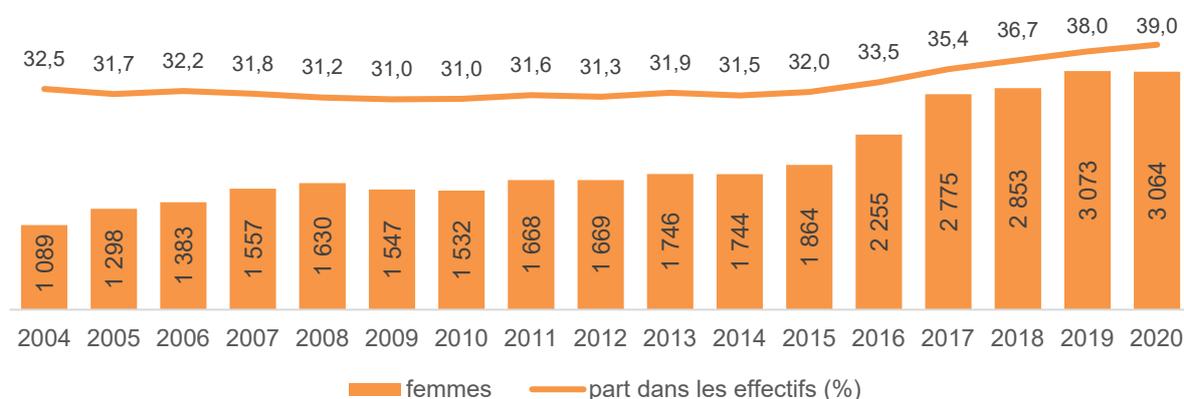
Les salariés en CDD de droit commun dans le secteur de l'animation sont jeunes : en 2020, ils sont âgés en moyenne de 29,0 ans, un âge en baisse sur l'ensemble de la période (32,6 ans en 2004).

3.4. La place des femmes dans le secteur

Le secteur de l'animation demeure majoritairement masculin, malgré une dynamique de féminisation progressive de ses effectifs à partir de 2015.

En 2020, 3 064 femmes sont employées par une entreprise du secteur, un niveau en léger recul par rapport à 2019 (3 073 femmes), année record sur la période. Elles représentent 39,0 % des effectifs, soit la part la plus haute jamais constatée. Si cette part demeure stable de 2004 à 2014 (entre 31 % et 32 %), elle connaît une évolution significative à partir de 2015 et gagne plus d'un point chaque année à partir de cette date.

Nombre de femmes salariées dans le secteur de l'animation et part dans le total des effectifs



Source : Audiens.

La place des femmes selon le type de contrat

En 2020, les femmes représentent 44,7 % de l'ensemble des **salariés permanents** en équivalent temps plein, soit le plus haut niveau de la période. Cette part varie selon le niveau de qualification. Elle est plus importante pour les emplois non cadres, au sein desquels elle est majoritaire (54,3 %). Pour cette catégorie d'emplois, la part de femmes parmi les équivalents temps plein est majoritaire depuis 2017. La part de femmes est moindre au sein des emplois cadres, mais atteint en 2020 son plus haut niveau à 40,1 %.

Symptôme de la récente féminisation du secteur, les femmes permanentes sont légèrement plus jeunes que leurs homologues masculins. En moyenne, une femme employée en CDI est âgée de 39,4 ans en 2020, soit un an de moins qu'un homme employé en CDI. La différence d'âge est davantage prononcée sur les postes en CDD : 27,5 ans en moyenne, soit 2,9 ans de moins que les hommes en CDD.

La part de femmes au sein des **salariés intermittents** est moins importante que chez les salariés permanents mais progresse fortement depuis dix ans. En 2020, la part des femmes au sein des intermittents continue d'augmenter, à 37,9 % contre 36,6 % en 2019. En début de décennie, les femmes représentaient 29,4 % des effectifs de cette catégorie, soit 8,5 points de moins qu'en 2020. L'augmentation de la part de femmes intermittentes n'est notable dans le secteur qu'à partir de 2017. Avant cette date, la part de femmes demeure relativement stable, entre 28 % et 32 % chaque année.

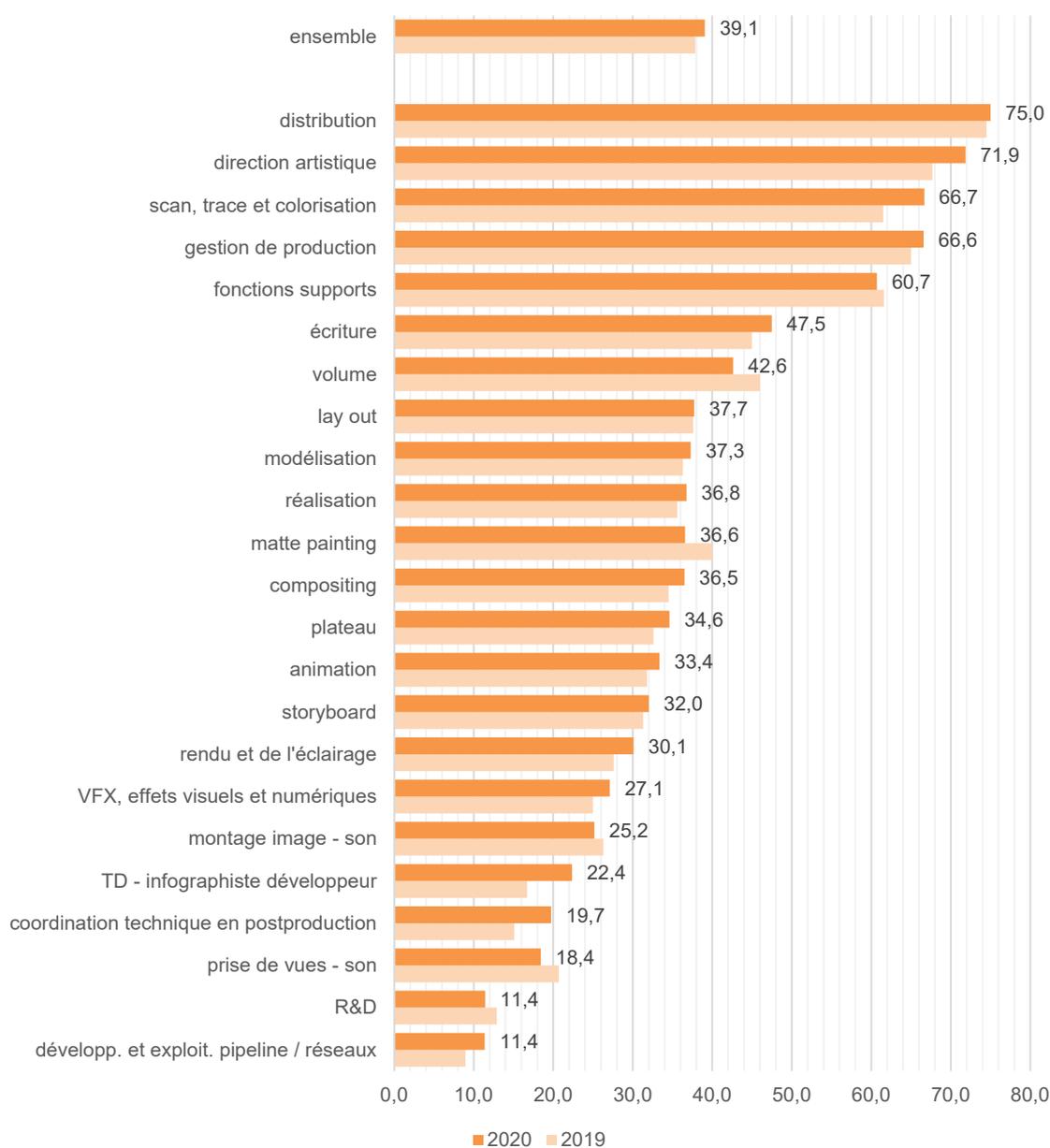
Le renforcement de la part de femmes dans les effectifs est d'autant plus prononcé au sein des nouveaux entrants dans le secteur. En 2020, la part de femmes dans cette population tend vers la parité pour la première fois, à 47,5 % de l'ensemble des primo-entrants intermittents. De façon plus générale, l'augmentation du nombre de nouvelles entrantes dans le secteur est perceptible sur l'ensemble de la dernière décennie.

Malgré ce contexte de féminisation du secteur, une polarisation genrée des professions demeure perceptible.

En 2020, 39,1 % des métiers identifiés du secteur de l'animation sont occupés par des femmes, une part en hausse par rapport à 2019 (37,9 %). Ces dernières sont peu présentes dans les emplois de développement/exploitation des pipelines (11,4 %), dans les métiers de la R&D (11,4 %) ainsi que dans les métiers de la prise de vue et du son (18,4 %). Elles représentent en revanche les trois quarts des effectifs dans les professions ayant trait à la distribution (chargé de ventes internationales, commercial), 71,9 % des métiers de la direction artistique et les deux tiers des effectifs de la gestion de production. Les métiers de « scan, trace et colorisation » sont la seule famille de métiers de techniciens dans laquelle la part de femmes (66,7 %) est supérieure à celle des hommes, mais les effectifs de ces métiers restent limités (75 salariés en 2020).

Pour plusieurs professions, la part de femmes augmente entre 2019 et 2020. C'est notamment le cas de deux professions pour lesquelles les femmes sont minoritaires : les TD – infographistes développeurs (22,4 % de femmes en 2020 soit +5,7 points par rapport à 2019), ainsi que les métiers relatifs à la coordination technique en postproduction (19,7 %, +4,7 pts).

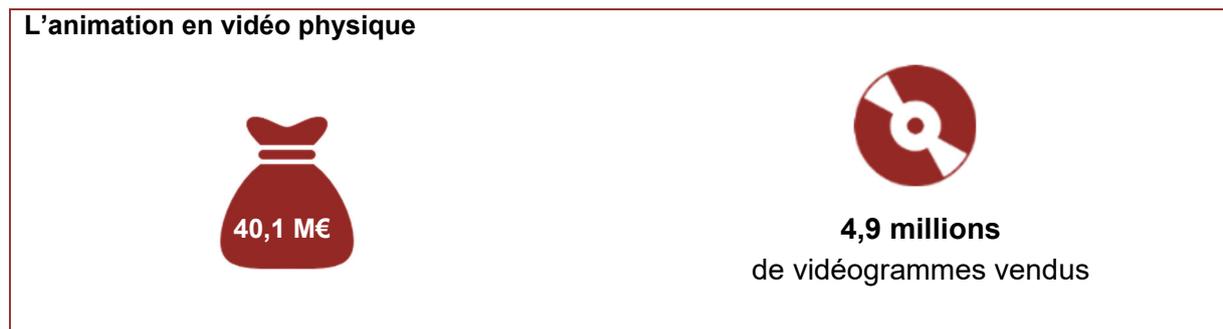
Part de femmes par famille de métiers en 2020 et 2019 (%)



Source : Audiens.

4. Vidéo

L'animation en 2021 :



4.1. L'animation en vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

Remarques méthodologiques

Les données relatives aux offres des services de VàDA étudiés sont collectées par Médiamétrie au cours de la dernière semaine de chaque mois étudié. La catégorie « Jeunesse » correspond à l'ensemble des programmes destinés aux enfants ou à un public familial (hors films de cinéma). Ce genre inclut l'animation et l'ensemble des titres en prise de vue réelle destinés aux enfants.

La notion de titre correspond à une entrée dans un catalogue sans prendre en compte son nombre d'épisodes ou de saisons. Il peut s'agir aussi bien d'une série que d'un film ou d'un documentaire. Dans ce mode de calcul : 1 film = 1 série = 1 documentaire = 1 titre. Le calcul par titre permet d'estimer la diversité de l'offre.

La notion d'épisode cumule pour chaque titre le nombre d'épisodes disponibles sur le service. Une série de 2 saisons de 20 épisodes chacune représentera 40 épisodes. Un film ou un titre unitaire sera toujours comptabilisé comme un seul épisode. Le calcul par épisode permet d'estimer le volume global de l'offre.

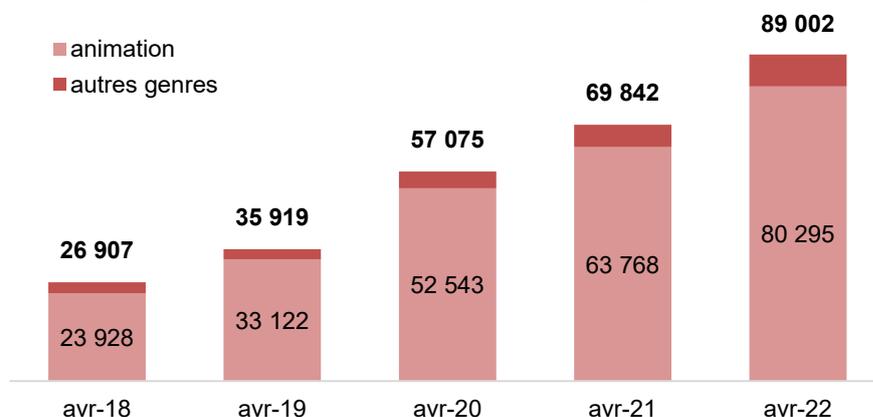
L'analyse de la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) couvre 18 plateformes : ADN, AppleTV+, Benshi, Canal+ Séries, Disney+, FilmoTV, GulliMax, MyCanal, Netflix, OCS, Prime Video, Salto, SFR Play, Shadowz, StarzPlay, TFOU MAX, UniversCiné et Videofutur.

L'offre de programmes jeunesse en VàDA

En avril 2022, plus de 89 000 épisodes de programmes jeunesse sont disponibles sur les plateformes de VàDA, soit 2 331 titres uniques. Au sein de cette offre jeunesse, l'animation représente 90,7 % des titres disponibles et 90,2 % des épisodes. En cinq ans, le nombre d'épisodes de programmes jeunesse a été multiplié par 3,3 (+62 095 épisodes entre avril 2018 et avril 2022). Cette hausse est portée par l'animation (+56 367 épisodes sur la période), le nombre d'épisodes de programmes ne relevant pas de l'animation progressant moins rapidement (+5 728 épisodes).

Sur l'ensemble des épisodes d'animation disponibles en VàDA, 45,0 % sont destinés aux enfants du primaire de 7 ans et plus, 33,9 % aux enfants de 4 à 6 ans scolarisés en primaire, 15,1 % aux pré-adolescents de 13 ans et plus et 6,0 % aux enfants de 2 à 4 ans.

Nombre d'épisodes jeunesse disponibles selon le genre



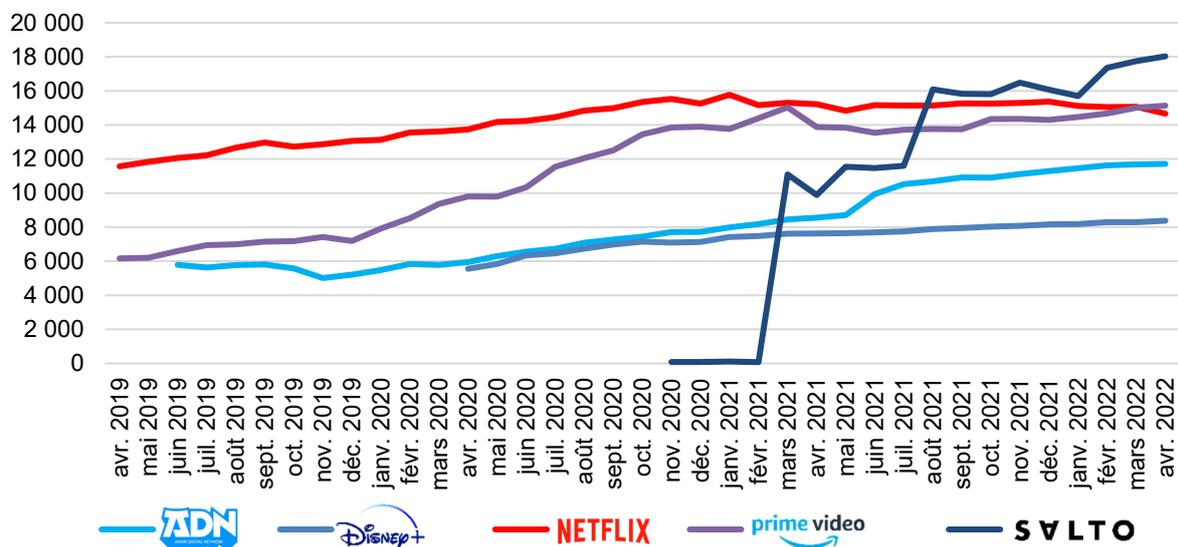
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive

Vidéo

Salto propose le catalogue le plus dense avec 18 034 épisodes en avril 2022, contre 9 883 en avril 2021. Salto a enrichi son offre de programmes jeunesse à l'annonce du troisième confinement. Ce confinement s'accompagnait de la fermeture des crèches et des écoles pour une durée de 3 semaines, 4 semaines pour les collèges et les lycées. En février 2021, la plateforme ne comptait que 71 épisodes jeunesse tandis qu'en mars 2021, elle en compte 11 094. A noter que l'offre jeunesse de Salto regroupent celles d'Okoo (41 % de l'offre jeunesse de Salto en avril 2022), TFOU MAX (26 %), GulliMax (27 %), Gulli Replay (3 %), Canal J (2 %) et Tiji (1 %).

La plateforme française est suivie par Prime Vidéo (15 138 épisodes, contre 13 875 en avril 2021) et Netflix (14 662 épisodes, contre 15 222 en avril 2021). Disney+, arrivée sur le marché français en avril 2020, propose le cinquième catalogue de programmes jeunesse (8 374 épisodes, contre 7 628 épisodes un an plus tôt), derrière ADN, plateforme spécialisée dans l'animation japonaise (11 717 épisodes, contre 8 548 un an plus tôt).

Catalogue jeunesse des cinq principales plateformes (nombre d'épisodes)



Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie – Harris Interactive

La consommation de programmes jeunesse en VàDA

Il convient de rappeler que la mesure de la consommation de VàDA n'est réalisée que sur les individus de 15 ans et plus, alors qu'une part importante de l'offre jeunesse des plateformes est destinée aux moins de 14 ans.

Les programmes jeunesse représentent 9,6 % de l'offre de programmes des plateformes de VàDA dont la plupart sont des plateformes généralistes et 4,4 % de la consommation totale de programmes en VàDA en avril 2022. Trois plateformes sont spécialisées dans les programmes jeunesse : TFOU MAX, GulliMax et ADN (animation japonaise). Elles proposent un catalogue relativement dense au regard de certaines plateformes généralistes concurrentes. Cependant, le volume de leur catalogue reste largement inférieur à celui des plateformes dominantes comme Netflix et Prime Vidéo mais aussi aux plateformes, arrivées plus récemment sur le marché, comme Salto et Disney+, cette dernière ayant un catalogue patrimonial très important.

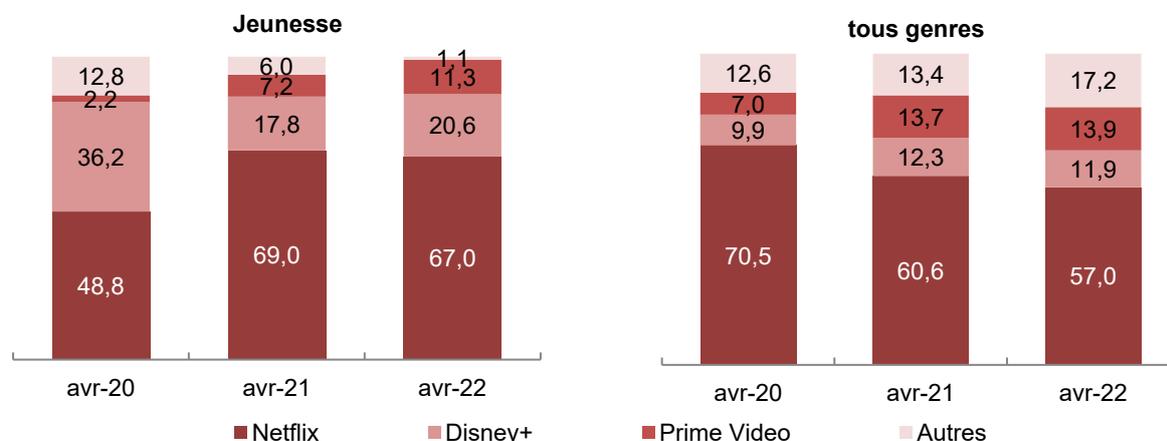
L'offre (nombre de titres) et la consommation (temps passé) selon le genre en avril 2022 (%)



Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

En avril 2022, plus des deux tiers des programmes jeunesse en VàDA sont consommés sur Netflix. Cependant, sa part de consommation recule de 2,0 points par rapport à avril 2021, au profit de Prime Video (+4,1 points) et de Disney+ (+2,8 points). Salto qui présente pourtant une offre très importante de programmes jeunesse n'apparaît pas dans la consommation du mois d'avril 2022 car un nombre très faible de panélistes ont déclaré à Médiamétrie avoir regardé un programme jeunesse sur cette plateforme. En mars 2022, Salto représentait 3,5 % de la consommation de programmes jeunesse et 4,8 % en février 2022.

Structure de la consommation en nombre de titres par genre et par service (%)



Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

En avril 2022, 70,6 % des heures visionnées de programmes jeunesse sont des programmes d'animation et plus spécifiquement, 32,4 % des séries d'animation. Les séries animées et les mangas représentent 36,8 % de la consommation de programmes jeunesse en heures de visionnages. La consommation de ce genre est portée par la plateforme Prime Video dont 96,0 % des heures consommées sont des séries d'animé et des mangas.

Aucune série d'animation française ne figure dans les 10 plus fortes audiences du mois d'avril 2022, contre deux séries en avril 2021 (*Wakfu* et *Les Zinzins de l'espace*). Quatre programmes jeunesse Originals portent le classement ; *Greenhouse Academy*, *le Mystérieux Cercle*

Benedict, *Pacific Rim : The Black* et *Heartstopper*. Ils représentent un quart de la consommation de programmes jeunesse en temps passé (25,2 %).

Top 10 des programmes jeunesse en avril 2022 (temps passé)

Rang	Titre	Genre	Service	Poids dans la consommation jeunesse (%)
1	<i>Hunter X Hunter</i>	Animation	Prime Video	11,2
2	<i>Greenhouse Academy</i>	Fiction	Netflix	9,2
3	<i>Le mystérieux cercle Benedict</i>	Fiction	Disney+	6,8
4	<i>Les Simpson</i>	Animation	Disney+	6,6
5	<i>Fairy Tail</i>	Animation	Netflix, Prime Video	5,5
6	<i>Pacific Rim : The Black</i>	Animation	Netflix	4,8
7	<i>Heartstopper</i>	Fiction	Netflix	4,5
8	<i>DreamWorks: Joyeux Noël de Madagascar</i>	Animation	Netflix	3,8
9	<i>La vie de palace de Zack et Cody</i>	Fiction	Disney+	3,5
10	<i>H2O</i>	Fiction	Netflix	3,4

Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

4.2. L'animation en vidéo transactionnelle (à la demande et physique)

Remarques méthodologiques

Les données relatives aux offres des services de V&D (location et vente) sont collectées par AQOA qui assure également l'évaluation des dépenses à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de V&D). Ces données ne portent que sur les programmes audiovisuels d'animation.

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK Consumer Choices 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. Les évaluations de GfK Consumer Choices sur les dépenses des ménages français en vidéo physique s'entendent hors films ou programmes pour adultes. Toutes les données s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

L'institut GfK Consumer Choices ne distingue pas l'animation à proprement parler dans les analyses qu'il conduit du marché hors film de la vidéo physique. L'institut isole néanmoins un ensemble de programmes destinés aux enfants.

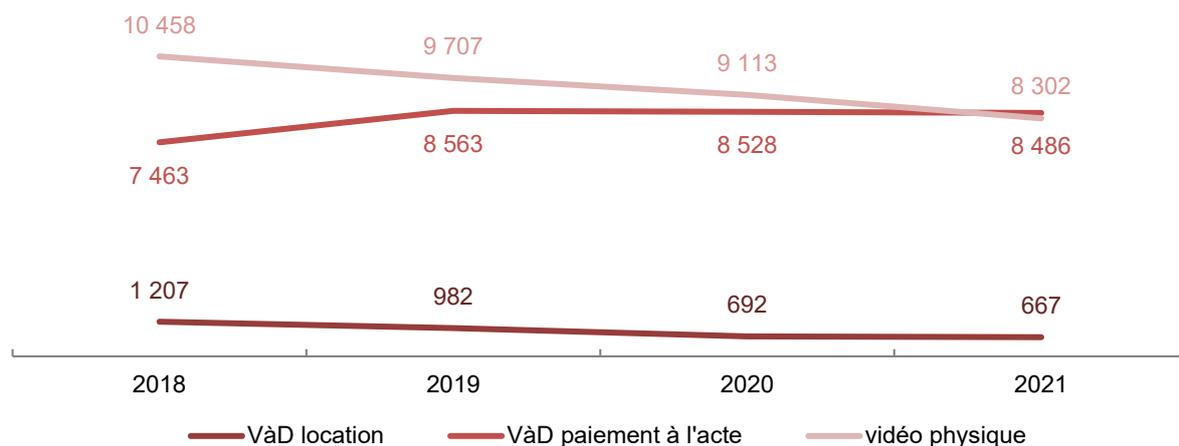
L'offre de programmes audiovisuels d'animation en vidéo transactionnelle

En 2021, 7 672 références de programmes audiovisuels d'animation sont actives en vidéo à la demande (V&D) transactionnelle, soit une baisse de 9,1 % par rapport à 2020. Le segment de l'animation subit un recul plus important que l'offre globale (-6,0 %). Les programmes audiovisuels d'animation représentent 10,1 % du catalogue disponible tous genres confondus, contre 10,5 % en 2020. Le nombre de références actives de programmes audiovisuels pour enfants (animation et fiction) en vidéo physique subit une baisse similaire en 2021. 8 302

références de programmes audiovisuels pour enfants sont disponibles en vidéo physique en 2021, contre 9 113 références en 2020 (-8,9 %).

Entre 2019 et 2021, le nombre de références de programmes audiovisuels d'animation recule de 9,3 % en VàD transactionnelle tandis que le nombre de références de programmes audiovisuels pour enfants recule de 17,0 % en vidéo physique. A l'inverse entre avril 2019 et avril 2021, le nombre d'épisodes jeunesse disponibles est presque multiplié par deux en VàDA. Il semblerait qu'un glissement de l'offre s'opère vers la VàDA.

Nombre de références actives de programmes audiovisuels d'animation¹ en vidéo transactionnelle



¹ Pour le marché de la vidéo physique est comptabilisé l'ensemble des programmes pour enfants (animation et fiction)

Source : CNC – AQOA - GfK.

Les programmes audiovisuels d'animation français constituent 29,3 % des références actives d'animation en VàD transactionnelle en 2021 (-7,4 points par rapport à 2020). La part de programmes audiovisuels d'animation français est en fort recul depuis plusieurs années. En 2018, les programmes français représentaient 41,8 % de l'offre de références actives de programmes audiovisuels d'animation. A l'inverse, les programmes américains sont en progression. Ils représentent 59,0 % de l'offre de références actives contre 47,4 % en 2020 et 41,9 % en 2019.

La consommation de programmes audiovisuels en vidéo transactionnelle

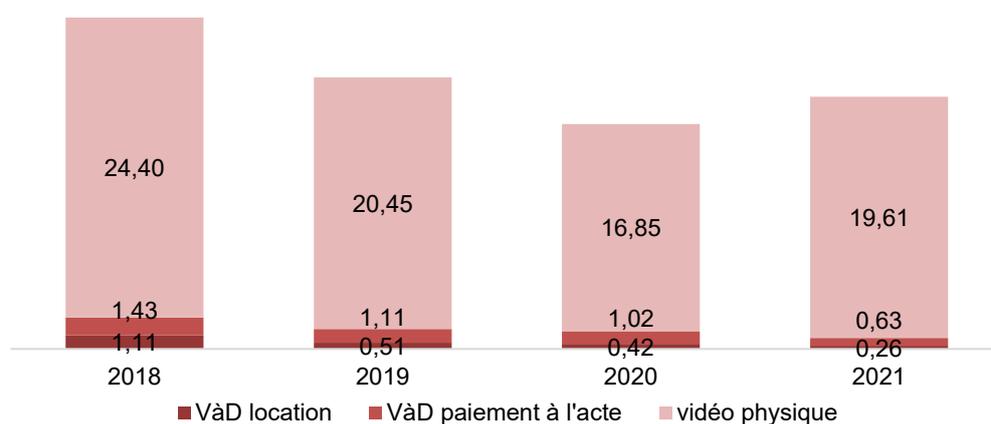
Le marché des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo transactionnelle représente 20,5 M€ et est clairement dominé par la vidéo physique.

En 2021, les ventes en vidéo physique de programmes audiovisuels pour enfants atteint 19,6 M€, en hausse de 16,4 % par rapport à 2020. Avec le documentaire, le programme jeunesse est le seul genre audiovisuel à dégager une hausse de ses ventes entre 2020 et 2021, notamment portée par la sortie physique de programmes audiovisuels d'animation comme *Raya et le dernier dragon*, *Soul* et *Luca* dont la sortie en salles avait été annulée au profit d'une sortie immédiate sur la plateforme de vidéo à la demande par abonnement

Disney+. Ces trois films représentent à eux seuls 22,9 % du chiffre d'affaires généré par les programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique.

Le marché de la V à D en paiement à l'acte sur le segment de l'animation audiovisuelle recule sensiblement tant en vente (-38,1 % à 631,4 K€) qu'en location (-38,1 % à 259,6 K€). Le marché a pu être cannibalisé par les sorties directes en V à DA de certains films et a souffert d'une offre dont la fermeture des salles n'a pas permis le renouvellement et qui s'est asséchée.

Ventes de programmes audiovisuels d'animation¹ en vidéo transactionnelle (M€)



¹ Pour le marché de la vidéo physique est comptabilisé l'ensemble des programmes pour enfants (animation et fiction)

Source : CNC – AQOA - GfK.

En 2021, les programmes français engendrent 2,2 M€ de chiffre d'affaires sur l'ensemble du marché de la vidéo transactionnelle dont 2,1 M€ en vidéo physique et 0,1 M€ en V à D transactionnelle. Ce chiffre recule de 16,0 % par rapport à 2020.

Les programmes français totalisent 15,3 % du chiffre d'affaires de l'animation en V à D à l'acte et 11,5 % des ventes de programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique. La part des programmes français baisse entre 2018 et 2021 tant sur le marché de la vidéo physique que sur le marché de la V à D transactionnelle mais reste toujours supérieur sur le segment de la V à D transactionnelle par rapport à la vidéo physique. Cependant, la part des programmes audiovisuels d'animation français est en légère hausse sur le marché de la V à D transactionnelle en 2021 par rapport à 2020 (+1,3 point) grâce à des programmes comme *T'Choupi* et *le Petit Nicolas*.

En 2021, la première place du palmarès des programmes d'animation les plus consommés en V à D à l'acte est occupée par la série d'animation américaine *Scooby-Doo* devant la série américaine *Barbie* et la série française *T'Choupi*. En vidéo physique, le podium est occupé par trois films américains édités directement en vidéo (*Raya et le dernier dragon*, *Soul* et *Luca*).

Classement des 10 premiers programmes audiovisuels en 2021

programmes d'animation en VàD transactionnelle			programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique			
titre	nationalité ¹	volume	titre	nationalité ¹	unités vendues	
1	<i>Scooby-Doo</i>	US	16 979	<i>Raya et le dernier dragon</i>	US	125 247
2	<i>Barbie</i>	US	16 793	<i>Soul</i>	US	87 708
3	<i>T'Choupi</i>	FR	6 640	<i>Luca</i>	US	73 346
4	<i>Le Petit Nicolas</i>	FR	4 932	<i>La Pat'patrouille Vol 38</i>	US	14 299
5	<i>Dragons</i>	US	4 292	<i>La Pat'patrouille Vol 31</i>	US	13 537
6	<i>DC Universe Justice League</i>	US	4 280	<i>La Pat'patrouille Vol 35</i>	US	10 851
7	<i>DC Comics - Batman la série anime</i>	US	3 886	<i>La Pat'patrouille Vol 36</i>	US	7 406
8	<i>Peppa Pig</i>	US	3 293	<i>La Pat'patrouille Vol 32</i>	US	7 231
9	<i>Lego DC</i>	US	3 073	<i>Les mystérieuses Cités d'or – saison 4</i>	FR	6 943
10	<i>Les Simpson</i>	US	2 008	<i>La Pat'patrouille Vol 28</i>	US	6 879

¹ US = Etats-Unis / FR = France

Source : CNC – AQOA – GfK.

Les films d'animation en vidéo physique

En 2021, les longs métrages d'animation réalisent 13,8 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo physique (17,5 % en 2020).

Dans un contexte de baisse générale (-22,5 % pour les films cinématographiques par rapport à 2020), les recettes des films d'animation connaissent un recul plus important : -38,9 % à 20,5 M€.

Ventes¹ de films d'animation en vidéo physique (M€)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

Source : CNC – GfK Consumer Choices.

En 2021, les ventes de films français d'animation s'élèvent à 1,4 M€ (-26,7 % par rapport à 2020). Le premier film français d'animation est *Poly* avec plus de 321 K€, soit plus de 20 % des ventes totales de films nationaux.

Les revenus des films américains d'animation reculent de 42,0 % par rapport à 2020 à 16,7 M€. Deux films d'animation américains apparaissent dans le classement des dix

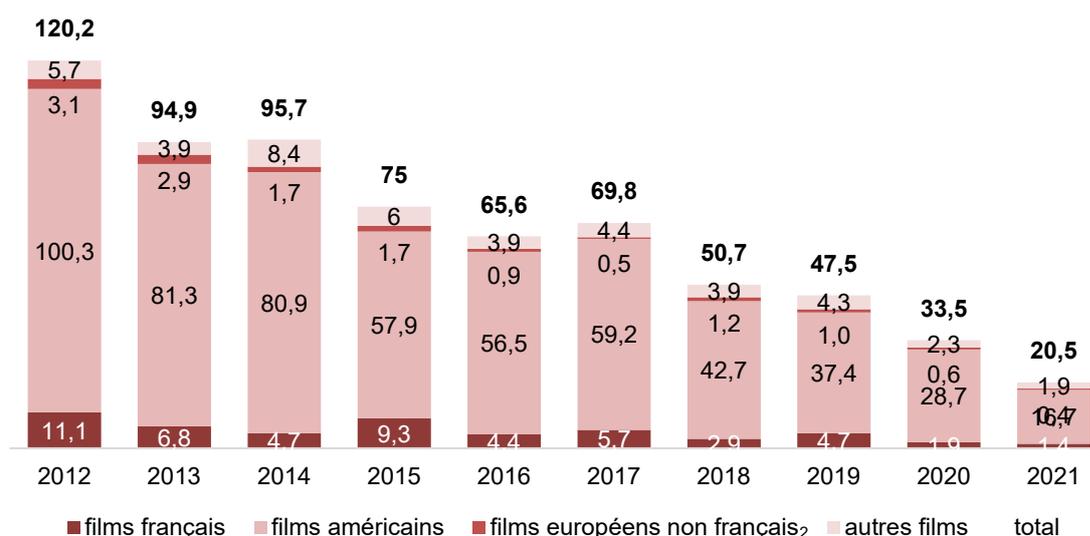
meilleures ventes de films en valeur en vidéo tous genres confondus en 2021 : *la Reine des Neiges 2* (5^{ème}) et *la Pat'patrouille – le film* (10^{ème}).

Les ventes de films d'animation américains subissent un recul nettement plus important que les films d'animation français. Cela résulte de la fermeture des salles pendant 162 jours en 2020 et 138 jours en 2021 qui a asséché l'offre en films récents, et notamment l'offre de films d'animation américains. Pour exemple, *la Reine des neiges 2*, premier au classement des films 2021, était déjà premier en 2020.

Les films d'animation non européens et non américains enregistrent, en général, des résultats plus élevés que les films d'animation français. En 2021, ces films totalisent 2,0 M€ de chiffre d'affaires, en recul de 14,4 % par rapport à 2020, baisse nettement moins importante que celle accusée par les films français.

Les films américains représentent 81,4 % du chiffre d'affaires réalisé sur les ventes de films d'animation en vidéo physique en 2021, contre 6,9 % pour les films français, 2,1 % pour les films européens non français et 9,5 % pour les films non européens et non français, essentiellement japonais.

Résultats des films d'animation en vidéo selon la nationalité (M€)¹



¹ Ventes TTC (toutes taxes comprises).

² Europe au sens continental.

Source : CNC – GfK Consumer Choices.

Classement des films d'animation selon le volume vendu en vidéo physique en 2021

titre	nationalité ¹	unités vendues
1 <i>La Reine des Neiges 2</i>	US	77 436
2 <i>La Pat'patrouille – le film</i>	US	64 113
3 <i>Les Trolls 2 – Tournée mondiale</i>	US	53 728
4 <i>En Avant !</i>	US	39 324
5 <i>Coco</i>	US	31 969
6 <i>Le Roi Lion - 2019</i>	US	27 681
7 <i>Dragons 3 – le monde caché</i>	US	25 697
8 <i>Vaiana – La légende du bout du monde</i>	US	25 207
9 <i>Toy Story 4</i>	US	24 611
10 <i>Poly</i>	FR	24 012

¹ US = Etats-Unis / FR = France

Source : CNC – GfK Consumer Choices.

5. International

L'animation :

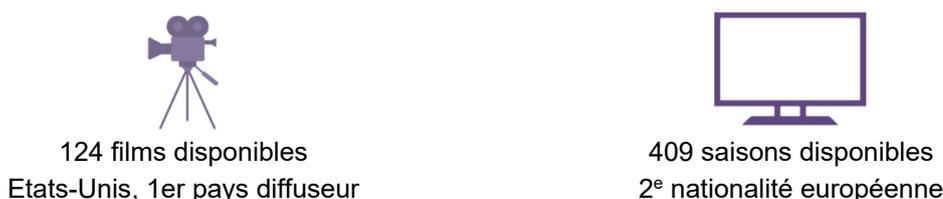
Les ventes de programmes audiovisuels d'animation à l'international En 2020



Les entrées des films français d'animation à l'étranger en 2021



La présence des œuvres françaises sur les plateformes de VàDA à l'international en mars 2022



La présence des œuvres françaises sur les chaînes de télévision à l'international en 2021



5.1. L'exportation des programmes audiovisuels français d'animation

Les ventes de programmes audiovisuels d'animation à l'international

Remarques méthodologiques

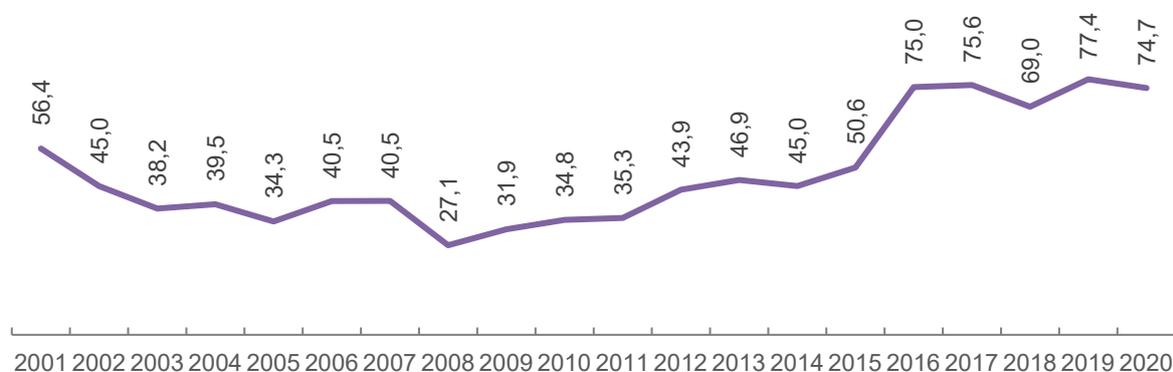
Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelon national par le CNC et Unifrance, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'édition 2021 de L'exportation des programmes audiovisuels français en 2020, publiée par le CNC en collaboration avec Unifrance. Les données relatives aux ventes de programmes audiovisuels pour l'année 2021 ne sont pas encore disponibles au moment de la publication de la présente étude.

Si les ventes d'animation se font au gré des cycles de production, l'exportation de l'animation française a progressé régulièrement en 20 ans et est passée d'un total de 56,4 M€ en 2001 à 74,7 M€ en 2020, soit une hausse de 32,4 %. En 2020, malgré des ventes en légère baisse de 3,5 % par rapport au niveau historique de 2019, l'animation reste de loin le premier genre à l'export et représente 37,9 % du total des ventes internationales de programmes audiovisuels français.

L'animation française s'est imposée comme une des premières productions mondiales et a su tirer parti de la demande forte de programmes, notamment celle des nouveaux acteurs non-linéaires. L'année 2020 confirme ainsi la place incontournable des plateformes de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sur le marché, sans occulter le rôle des chaînes traditionnelles dans la circulation des programmes d'animation.

Les diffuseurs linéaires restent des acheteurs privilégiés, mais les transformations du secteur (en particulier les demandes presque systématiques d'exclusivité totale par les différents acteurs) allongent et complexifient les processus de décision. La qualité de la production française reste néanmoins mondialement reconnue, avec des propriétés intellectuelles fortes et variées disponibles sur un grand nombre de territoires.

Ventes internationales de programmes audiovisuels d'animation français (M€)



Source : CNC – Unifrance.

En 2020, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation est en hausse et reste très supérieur à la moyenne tous genres confondus : les cinq premières sociétés concentrent 66,7 % des recettes internationales du genre, soit le niveau le plus élevé de la décennie, contre 32,8 % tous genres confondus. Le poids des dix premières sociétés est plus stable à 79,6 % du total des ventes du genre (+0,6 point). Ce niveau de concentration élevé reflète la complexité d'ensemble (financière, technique, artistique et temporelle) du processus de production d'animation. De plus, la distribution à l'international de séries d'animation exige de lourds investissements, à la fois marketing mais aussi de versions linguistiques, qui restreignent l'accès au secteur et nécessitent souvent, pour le modèle économique, d'intégrer production et distribution.

La géographie des ventes et des préfinancements de programmes audiovisuels d'animation français

L'année 2020 a été marquée par le niveau très élevé des ventes de droits monde, qui établissent un record à 25,9 M€. En revanche, les achats en provenance d'Europe de l'Ouest reculent de 22,0 % à 20,5 M€, comme ceux provenant d'Amérique du Nord, qui baissent de 36,2 % à 9,7 M€.

En matière de préfinancements, l'Europe de l'Ouest reste de loin la première partenaire de l'animation française et est à l'origine de 94,2 % des apports en coproduction internationaux (77,3 % en 2019) et de 49,4 % des préventes étrangères (41,6 % en 2019).

Europe de l'Ouest

Les exportations de programmes d'animation en Europe de l'Ouest reculent de 22,0 % en 2020 à 20,5 M€, en-deçà de la moyenne de ces dix dernières années (24,1 M€). Les ventes baissent dans la plupart des territoires de la zone. Au total, l'Europe de l'Ouest représente 27,4 % des ventes d'animation française dans le monde, en baisse de 6,5 points par rapport à 2019, et niveau le plus faible de la décennie, signe de la diversification des débouchés et de la moindre dépendance aux acheteurs européens.

Malgré une baisse de 28,1 % de ses achats par rapport au niveau record de 2019, l'Allemagne (avec l'Autriche) est en 2020 le premier marché pour les programmes d'animation français avec 7,8 M€ de ventes (deuxième en 2019 derrière les Etats-Unis). L'Italie demeure en 2020 le deuxième acheteur européen d'animation française et le quatrième mondial avec 2,8 M€ d'achats, soit une baisse de 29,8 % par rapport à 2019. Le Royaume-Uni diminue ses achats de 14,8 % à 1,8 M€ en 2020, soit le niveau le plus faible de la décennie. La chaîne pour enfants Tiny Pop propose néanmoins plusieurs programmes français et a fait l'acquisition de la série préscolaire *Simon* (52x5' - GO-N Productions), tandis que la série *Mr. Magoo* (78x7' – Xilam), qui a déjà très largement circulé dans le monde en 2019, y a été achetée par le groupe Nickelodeon pour un lancement sur la chaîne Nicktoons. En Espagne également, après avoir fortement augmenté en 2019, les ventes d'animation diminuent et s'établissent à 1,2 M€ en 2020 (-25,1 %). En Belgique, elles reculent de 40,0 % à 1,2 M€. Seul marché européen en hausse pour l'animation en 2020, la zone scandinave augmente ses achats de 63,6 % en 2020 à 1,8 M€. En Suède, la chaîne publique destinée aux enfants SVT Barn propose de nombreux titres français dont *Simon* et *Molang*.

En 2020, les partenaires de la zone Europe de l'Ouest investissent 25,0 M€ dans les œuvres françaises d'animation sous la forme de préachats, soit une hausse de 77,8 % par rapport à 2019. Le Royaume-Uni est le premier marché européen pour les préventes de programmes d'animation française en 2020, avec des préachats multipliés par sept par rapport à 2019 à 8,9 M€, avec en particulier la série *les Aventures de Paddington* (52x11' - Mascaret Films). Ils progressent de 11,9 % à 7,9 M€ en Allemagne et de 50,9 % à 3,7 M€ en Italie.

Après avoir connu une très forte hausse en 2019, les apports en coproduction dans la zone restent à un niveau élevé à 17,4 M€ (-20,9 % par rapport à 2019). En particulier, les apports en provenance du Royaume-Uni s'établissent à 6,8 M€ (-32,5 % par rapport à 2019). Le pays reste le premier partenaire étranger de l'animation française en coproduction devant la Belgique, dont les apports diminuent également de 32,0 % à 4,6 M€. Les apports en provenance d'Italie progressent de 26,7 % à 3,8 M€, avec notamment la coproduction franco-italienne *Mumfie* (78x5' - Zodiak Kids, Animoka).

Amérique du Nord

Après six années consécutives de hausse, les ventes d'animation française en Amérique du Nord s'établissent à 9,7 M€, soit un recul de 36,2 % par rapport au niveau record atteint en 2019 (15,3 M€). La zone représente 13,0 % des ventes totales d'animation (-6,7 points), plus faible niveau depuis 2014 (12,8 %).

Les Etats-Unis chutent d'une place et deviennent en 2020 le deuxième acheteur mondial d'animation française derrière l'Allemagne. Les achats américains d'animation française reculent de 50,9 % à 5,9 M€, après avoir atteint un niveau record en 2019 à 12,0 M€. La série d'animation franco-belge *Mush-Mush & les Champotes* (48x11', 2x22' – La Cabane Productions, Thuristar) a été acquise par le groupe WarnerMedia pour sa chaîne Cartoon Network et la plateforme HBO Max. La série préscolaire est également présente sur les chaînes Boomerang et Cartoon Network du groupe en Australie, en Afrique, en Asie/Pacifique et en Amérique latine. La plateforme HBO Max a par ailleurs acheté auprès de Federation Kids & Family la série *Squish* (52x13' – Cottonwood Media, Planeta Junior), par ailleurs diffusée au Canada, mais également en Corée du Sud, en Israël et en Espagne notamment. Les trois saisons de la série *Garfield et Compagnie* (156x11' - Dargaud Media) ont été acquises par Netflix aux Etats-Unis auprès de Mediatoon Distribution. Au Canada, les ventes d'animation française reculent de 11,8 %, pour un montant total de 2,7 M€.

Pour la deuxième année consécutive, les financements en provenance de l'Amérique du Nord dans la production d'animation hexagonale sont en forte hausse de 48,0 % à 16,9 M€. Les Etats-Unis deviennent ainsi en 2020 le premier préacheteur de programmes français d'animation (15,4 M€ de préachats), devant le Royaume-Uni et l'Allemagne, avec par exemple la série *Oggy Oggy* (156x7' – Xilam).

Asie / Océanie

Les ventes d'animation en Asie / Océanie progressent de 2,0 % en 2020 et atteignent 9,0 M€, deuxième plus haut niveau enregistré après le record de 2016 (10,5 M€). La zone représente 12,0 % du total des ventes dans le monde (+0,6 point).

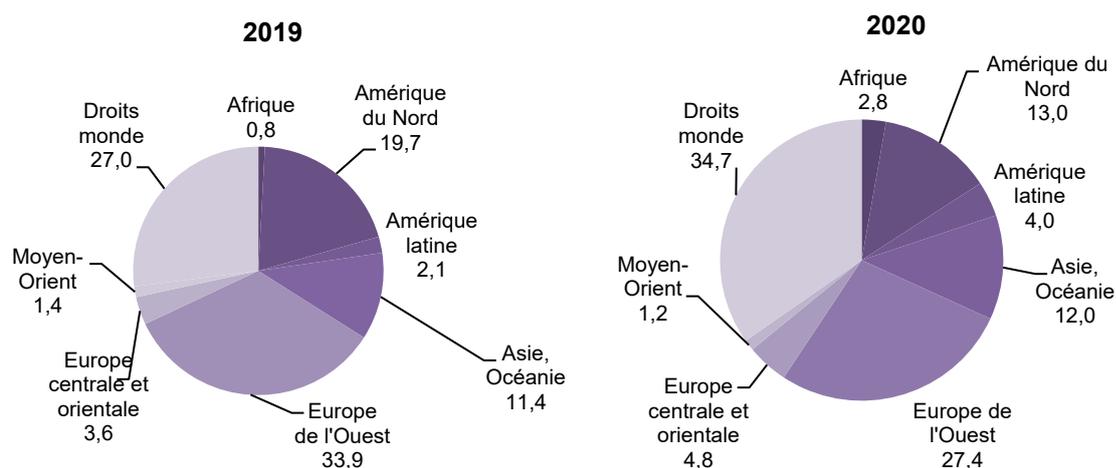
Après plusieurs années de hausse significative, les ventes à destination de la zone « Chine, Hong Kong, Taïwan » reculent de 15,9 % à 5,3 M€. Celle-ci reste néanmoins la troisième zone d'export au monde de l'animation française. La plateforme Senyu a notamment acquis la série

d'animation *Alvin !!! & les Chipmunks* (Bagdasarian Productions, Technicolor Animation), par ailleurs présente sur les chaînes Nickelodeon (CBS Viacom) dans le monde et sur plus de 110 plateformes gratuites. En Chine également, le groupe public CCTV a acheté la série *Non-Non* (52x7' + 2x26' – Autour de Minuit) vendue par MIAM ! tandis que la série *Kikoumba* (78x7' – TF1 Production) a été acquise par le distributeur Wekids. Enfin, en plus de sa diffusion sur la chaîne publique dédiée à la jeunesse CCTV14, la série *Gigantosaurus* (52x11' – Cyber Group Studios) a été acquise par la plateforme Youku.

Les droits monde

L'année 2020 est marquée par une nouvelle hausse des ventes de droits monde, qui représentent désormais 34,7 % des exportations totales d'animation (27,0 % en 2019). Elles atteignent 25,9 M€, soit une augmentation de 24,1 % par rapport à 2019. Netflix a notamment pris les droits monde de première fenêtre pour la série produite par Xilam *Trico* (78x7'). Par ailleurs, les droits exclusifs en télévision payante des deux saisons de la série *Athléticus* (60x2'15 – Xilam) ont été acquis par Nickelodeon sur les zones Asie / Pacifique, Amérique latine, et Moyen-Orient / Afrique, en plus de certains territoires où les droits télévisuels ont été pris dans leur intégralité par le groupe, comme l'Italie ou le Benelux.

Répartition des ventes de programmes français d'animation par zone géographique (%)



*Les ventes de droits monde de programmes d'animation font l'objet d'une catégorie distincte dans cette étude depuis 2016.
Source : CNC-Unifrance.

Ventes, préventes et apports en coproduction des principaux territoires (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	évol. 2020/2016 (%)
monde						
ventes	21,0	16,5	19,1	20,9	25,9	+23,5
préventes	3,0	6,4	1,4	11,5	5,7	+88,6
apports en coproduction	-	-	-	-	-	-
total	24,0	22,9	20,5	32,4	31,6	+31,7
Etats-Unis						
ventes	7,7	11,3	11,7	12,0	5,9	-23,5
préventes	1,7	6,0	3,6	6,6	15,4	+788,3
apports en coproduction	1,1	-	0,3	-	-	-100,0
total	10,6	17,2	15,6	18,6	21,3	+100,9
Royaume-Uni (+ Irlande)						
ventes	2,3	2,1	2,3	2,2	1,8	-20,8
préventes	4,4	6,2	7,5	1,3	9,0	+103,2
apports en coproduction	2,2	0,8	2,0	10,6	7,5	+242,3
total	8,9	9,1	11,8	14,1	18,3	+104,9
Allemagne (+ Autriche)						
ventes	4,6	10,5	8,3	10,8	7,8	+70,7
préventes	7,6	7,8	3,4	7,1	7,9	4,1
apports en coproduction	0,5	0,7	1,4	1,6	1,2	+140,0
total	12,7	19,0	13,2	19,5	16,9	+33,5
Italie						
ventes	3,0	6,0	2,3	3,9	2,8	-8,7
préventes	3,7	2,2	2,1	2,5	3,7	-1,1
apports en coproduction	1,7	1,2	1,6	3,0	3,8	+129,1
total	8,4	9,4	6,1	9,4	10,3	+22,0

Source : CNC.

L'offre de séries d'animation en VàDA à l'international**Remarques méthodologiques**

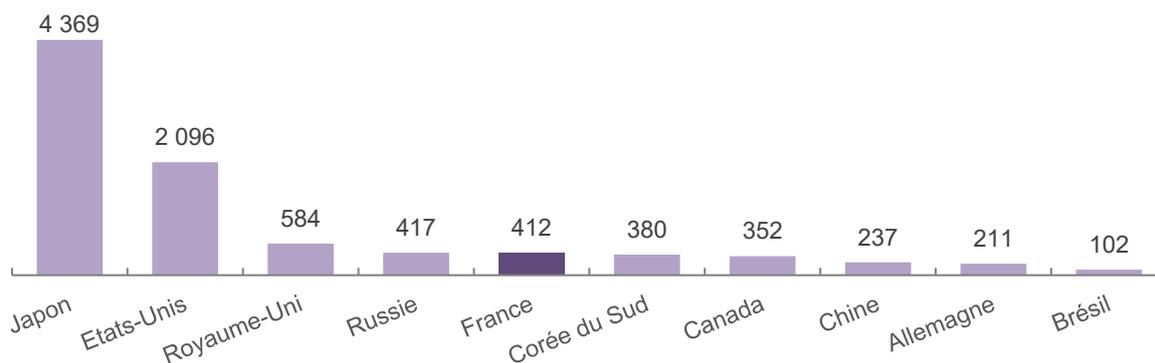
Les données relatives à la présence des programmes audiovisuels d'animation français sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont collectées via l'outil Analytics d'Ampere Analysis. Au total, plus de 500 catalogues sont monitorés dans 53 pays. La qualification de la nationalité des programmes audiovisuels français est déterminée par Ampere Analysis. Les parts de marché sont à considérer avec précaution, certains titres n'ayant pas de pays de production associé.

Selon les données d'Ampere Analysis, le nombre de programmes d'animation disponibles sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde atteint 6 100 titres en mars 2022, représentant 10 600 saisons de séries d'animation et un volume horaire total de 60 500 heures. L'animation représente 8,4 % du nombre de titres et 4,9 % du volume horaire disponible sur les plateformes du périmètre.

Selon les données d'Ampere Analysis, avec 410 saisons de programmes audiovisuels d'animation disponibles sur au moins une plateforme de VàDA dans le monde, la France est le cinquième pays le plus représenté, loin derrière le Japon (plus de 4 300 saisons) et les Etats-Unis (plus de 2 000). En Europe, c'est le Royaume-Uni qui domine avec 580 saisons d'animation.

En volume horaire disponible néanmoins, la France est en troisième place mondiale avec 2 500 heures de programmes, derrière le Japon (29 300 heures) et les Etats-Unis (10 500 heures), mais devant le Royaume-Uni (1 800 heures).

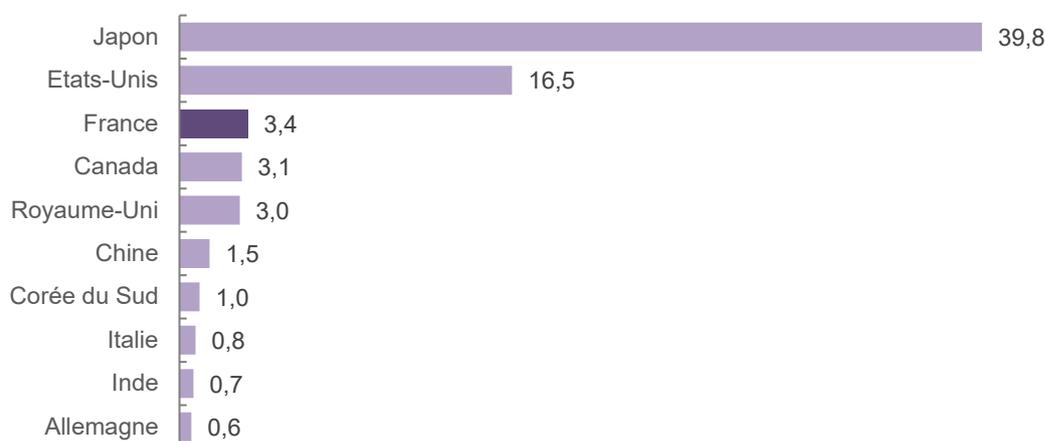
Nombre de saisons de programmes audiovisuels d'animation disponibles en VàDA à l'international par pays de production



Source : Ampere Analysis. Avril 2022.

Afin de comparer la présence à l'international des programmes d'animation des principaux pays producteurs, sont retirées de cette analyse les catalogues du pays d'origine. Au total, les programmes audiovisuels d'animation français représentent 3,4 % de l'offre de programmes sur les plateformes VàDA en volume horaire, France exclue. La France est ainsi la 3^e nationalité la plus représentée (catalogue hors pays d'origine) et la 1^{ère} nationalité européenne, devant le Royaume-Uni. L'animation japonaise domine très nettement le classement avec 39,8 % du volume horaire d'animation disponible dans le monde, hors Japon. Suivent les Etats-Unis, également à un niveau très élevé à 16,5 % du volume disponible à l'export.

L'offre de programmes d'animation disponibles dans le monde en VàDA par pays de production (hors pays d'origine, en % du volume horaire)



Source : Ampere Analysis. Avril 2022.

Plusieurs programmes français d'animation sont très largement disponibles en VàDA, essentiellement grâce aux ventes effectuées auprès des plateformes mondiales. Parmi les programmes les mieux représentés à l'international dans les catalogues des plateformes du périmètre, figurent notamment *Molang* (Millimages), présent dans 51 pays (via Netflix, HBO Max en Europe de l'Est, Prime Video, mais aussi Movistar+ en Espagne et CMORE et Viaplay en Scandinavie), *les Pyjamasques* (Frog Box, eOne Entertainment, TeamTo) disponible dans

49 pays (Netflix, Disney+), *Gigantosaurus* (Cyber Group Studios) dans 49 pays (Netflix et Disney+), *Grizzy et les lemmings* (Hari International) dans 48 pays (essentiellement sur Netflix), *Zig & Sharko* (Xilam Animation) dans 48 pays (Netflix, Prime Video, Viaplay), mais aussi *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (Zagtoon, Method Animation, Toei Animation, SAMG Animation) présent dans plus de 46 pays via Netflix.

C'est dans les pays francophones et d'Europe de l'Ouest que l'animation française est la plus présente : elle atteint 6,9 % du volume horaire des catalogues disponibles en Suisse, 6,1 % en Belgique, 5,4 % en Allemagne et 3,9 % au Canada. Dans tous ces pays, l'animation japonaise représente plus de 40 % de l'offre et l'animation américaine plus de 30 %. La domination de l'animation japonaise s'explique par la présence de plus en plus importante de programmes japonais sur Netflix et l'expansion de la plateforme dédiée Crunchyroll (rachetée par Sony fin 2020).

L'animation française occupe également une part significative du catalogue d'animation des premières plateformes mondiales. La part de marché en volume horaire de la production française atteint ainsi 6,9 % du catalogue de Prime Video dans le monde (hors France) et 4,6 % du catalogue de Netflix en mars 2022.

L'animation française sur les chaînes de télévision

Remarques méthodologiques

Les données concernant la diffusion des programmes audiovisuels d'animation français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 100 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède).

Au total, 193 séries d'animation françaises ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts durant l'année 2021.

Le Canada est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de séries d'animation différentes avec 100 titres uniques proposés sur au moins une chaîne en 2021. Suivent l'Allemagne, la Pologne et l'Espagne avec plus de 60 titres différents proposés dans chaque pays.

Les chaînes spécialisées Boomerang (Turner, filiale de Warner Bros. Discovery, présente en Australie, au Danemark, en Allemagne, en Pologne, au Royaume-Uni) et Disney (présente dans la quasi-totalité des pays de l'échantillon) sont parmi celles qui diffusent le plus de programmes français.

Les chaînes nationales jeunesse sont également des diffuseurs importants de titres français : Tiny Pop au Royaume-Uni (chaîne privée), Rai YoYo en Italie (chaîne publique), ou encore les chaînes Boing (privée), Panda (payante) et Clan (publique) en Espagne.

Les séries françaises diffusées dans le plus grand nombre de territoires couverts sont les grands succès internationaux de ces dernières années à l'export, dont *Grizzy et les lemmings*, *les Pyjamasques*, ou encore *Gigantosaurus*, diffusées dans la quasi-intégralité des pays du périmètre, comme en 2020.

En nombre de diffusions, la série *Taffy* (Cyber Group Studios) domine le classement (40 000 diffusions), essentiellement sur les chaînes Boomerang, devant *Grizzy et les*

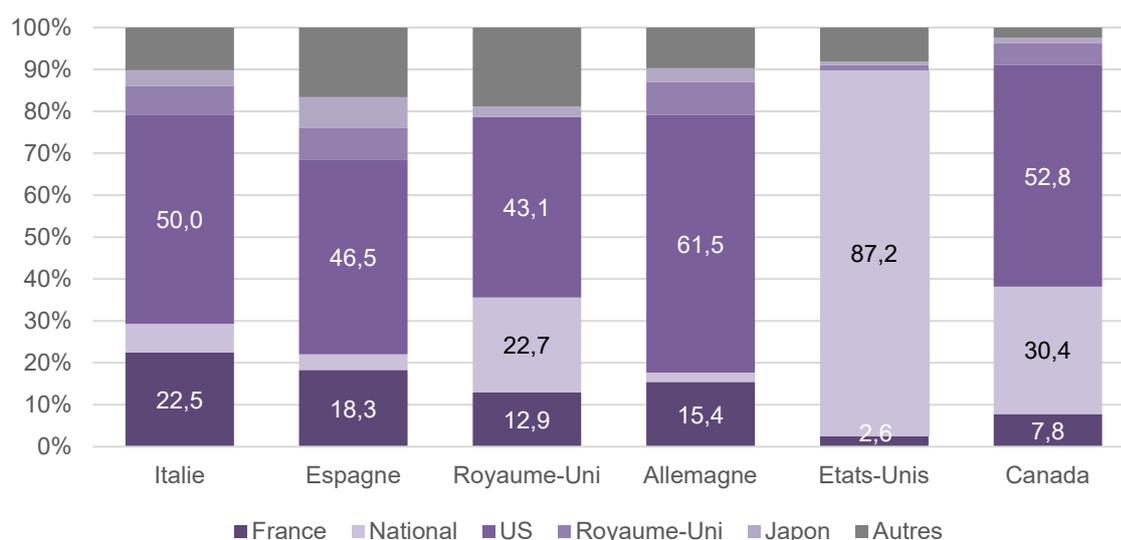
lemmings (réseaux Boomerang, Cartoon Network, et de nombreuses chaînes nationales) et *Miraculous, les aventures de Ladybug et Chat Noir* (chaînes Disney notamment).

Dans tous les principaux pays européens à l'exception du Royaume-Uni, les séries d'animation françaises sont les mieux représentées dans la programmation des chaînes, derrière l'animation américaine.

L'animation française devance ainsi l'animation britannique et japonaise avec une part de marché comprise entre 15 % et 23 % en fonction des pays. Au Royaume-Uni néanmoins, les programmes locaux devançant l'animation française avec une part de marché de 22,5 % du volume horaire diffusé (12,0 % pour l'animation française). Aux Etats-Unis, la production française est la première production étrangère programmée sur les chaînes avec 2,6 % du temps d'antenne de l'animation. Cette part atteint 7,8 % au Canada, où la production canadienne est particulièrement bien représentée (30,4 %).

Dans presque tous les pays, la production américaine occupe plus de la moitié de la programmation d'animation des chaînes linéaires.

Part de marché de l'animation audiovisuelle française dans l'offre TV d'animation (en % du volume horaire diffusé)



Source : MediaLogiq.

5.2. Les films français d'animation à l'international

Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance auprès d'organismes officiels et sont ensuite recoupés avec ceux des distributeurs et des attachés audiovisuels, pour obtenir des résultats plus complets. Ils prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 91 territoires. A noter que les résultats des films minoritaires français ne

sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2021 présentées ici sont consolidées à avril 2022 et ne sont pas exhaustives.

Les données relatives à la présence des films d'animation français sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont collectées via l'outil Analytics d'Ampere Analysis. Au total, plus de 500 catalogues sont monitorés dans 53 pays. La qualification de la nationalité des longs métrages français est déterminée par l'obtention de l'agrément du CNC. Les films d'animation français non agréés et les productions originales des plateformes ne sont par conséquent pas intégrés dans l'analyse.

Les données concernant la diffusion des films d'animation français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 100 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède).

Les résultats des films français d'animation à l'international

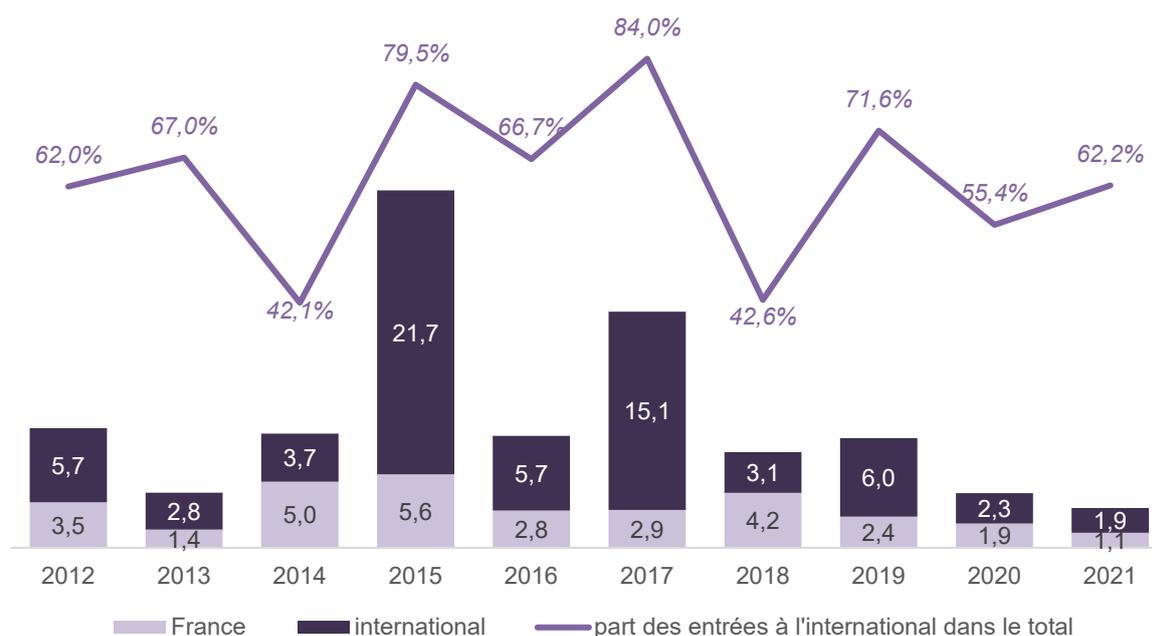
En raison des spécificités du genre (doublages locaux, films grand public, franchises réputées) et du savoir-faire français reconnu en la matière, l'animation participe largement au rayonnement des œuvres françaises à travers le monde.

Entre 2012 et 2021, 118 films d'animation français différents sont exploités à l'international. Ils cumulent 67,9 millions d'entrées à l'étranger sur la période, soit plus des deux tiers (68,8 %) des entrées du genre (France + international). Cette part est supérieure à celle constatée pour l'ensemble des films français exploités sur la période, tous genres confondus (49,6 %).

Parmi ces films, 73 longs métrages français d'animation sont inédits, un nombre proche de celui constaté dans les salles françaises (81 films). Avec 66,0 millions d'entrées cumulées à l'étranger, ces films réalisent 63,8 % de leurs entrées totales en dehors de la France. De façon plus générale, 31,1 % des films inédits exploités en salles à l'international entre 2012 et 2021 réalisent plus de la moitié de leurs entrées à l'étranger sur cette période. Deux films réalisent à l'étranger plus de 90 % de leurs entrées sur la période : la coproduction franco-italienne *le Petit Prince*, exploitée sur 66 territoires à travers le monde (18,2 millions d'entrées à l'international soit 90,1 % de ses entrées totales, dont 5,0 millions en Chine, 2,4 millions au Mexique et 2,1 millions au Brésil) et la coproduction finno-française *les Moomins sur la Riviera* (345 642 entrées à l'international soit 91,1 % de ses entrées totales, dont 189 516 au Japon).

37 films d'animation français sont exploités à l'international en 2021, dont six films inédits. Ces films cumulent 1,9 million d'entrées en 2021, soit une baisse de 18,3 % par rapport à 2020 (2,3 millions) et le plus bas niveau constaté sur la décennie. Aucun film d'animation ne parvient à dépasser le million d'entrées en 2021 (un en 2020 et deux en 2019), et trois films enregistrent plus de 100 000 entrées : la coproduction belgo-française *Bigfoot Family* (908 113 entrées), la coproduction franco-belge *le Tour du monde en 80 jours* (631 582 entrées), de même que la coproduction franco-germano-belge *Yakari* (104 112 entrées).

Entrées des films français d'animation réalisées en France et à l'international (millions)



Source : Unifrance – CNC.

Au cours de la période, les performances internationales des films français d'animation varient chaque année et sont tributaires de quelques titres. Les années 2015 et 2017 se démarquent ainsi en raison de la sortie de deux succès internationaux majeurs : la coproduction franco-italienne *le Petit Prince*, sorti en janvier 2015 (18,2 millions d'entrées cumulées à date), et la coproduction minoritaire canado-française *Ballerina*, sortie mi-décembre 2016 (14,0 millions d'entrées).

Sur la période 2012-2021, 35 films français d'animation cumulent plus de 100 000 entrées dans les salles étrangères. Parmi eux, 27 titres sont des films d'initiative française (films entièrement ou majoritairement français) et huit sont des coproductions où la France est un partenaire minoritaire. 12 films français d'animation franchissent le seuil du million d'entrées à l'étranger entre 2012 et 2021, dont neuf coproductions majoritairement françaises.

Sur la période, les films d'animation d'initiative française contribuent ainsi largement aux performances des films d'animation français en salles, en concentrant près des deux tiers (64,6 %) de l'ensemble des entrées enregistrées. Cette part peut varier fortement d'une année sur l'autre et se situe entre 14,4 % (en 2017) et 99,9 % (en 2019). La part particulièrement basse observée en 2017 s'explique en particulier par le succès de la coproduction minoritaire canado-française *Ballerina*. En 2014 et 2015, ces chiffres sont élevés grâce aux films financés intégralement par la France *Astérix et le domaine des dieux* (3,2 millions d'entrées) et *Minuscule, la vallée des fourmis perdues* (2,6 millions d'entrées), puis au succès mondial de la coproduction franco-italienne *le Petit Prince*. Le record enregistré en 2019 s'explique par les très bons résultats de *Astérix et le secret de la potion magique*, sorti en salles à l'étranger en décembre 2018 et pour lequel 3,2 millions d'entrées sont comptabilisées sur la seule année 2019. De même, *Minuscule 2, les mandibules du bout du monde*, sorti en janvier 2019 à l'international, cumule 1,1 million d'entrées sur l'année. A elles seules, ces deux productions

d'initiative française concentrent près des trois quarts des entrées à l'international en 2019 (73,9 %).

Les 10 plus gros succès d'animation française entre 2012 et 2021¹

film	année de sortie	nb de territoires	entrées (millions)	part des entrées à l'international
<i>Le Petit Prince</i>	2015	66	18,25	90,1%
<i>Ballerina</i>	2016	78	13,97	88,2%
<i>Sammy 2</i>	2012	42	5,49	88,3%
<i>Astérix et le secret de la potion magique</i>	2018	61	3,70	48,3%
<i>Astérix et le domaine des dieux</i>	2014	40	3,16	51,2%
<i>Minuscule, la vallée des fourmis perdues</i>	2013	52	2,63	62,6%
<i>Bigfoot Family</i>	2020	43	2,27	83,4%
<i>Mune, le gardien de la lune</i>	2015	30	2,23	79,9%
<i>Les As de la jungle (le film)</i>	2017	63	2,11	75,3%
<i>Minuscule 2 – Les mandibules du bout du monde</i>	2019	38	1,12	59,1%

¹ Chiffres arrêtés au 31/12/2020. Pour les cumuls France et international, l'ensemble des entrées réalisées depuis la première sortie commerciale du film sont prises en compte. La part des entrées effectuées à l'international est calculée à partir des deux cumuls.

Source : Unifrance - CNC.

Les résultats des films français d'animation par zone géographique

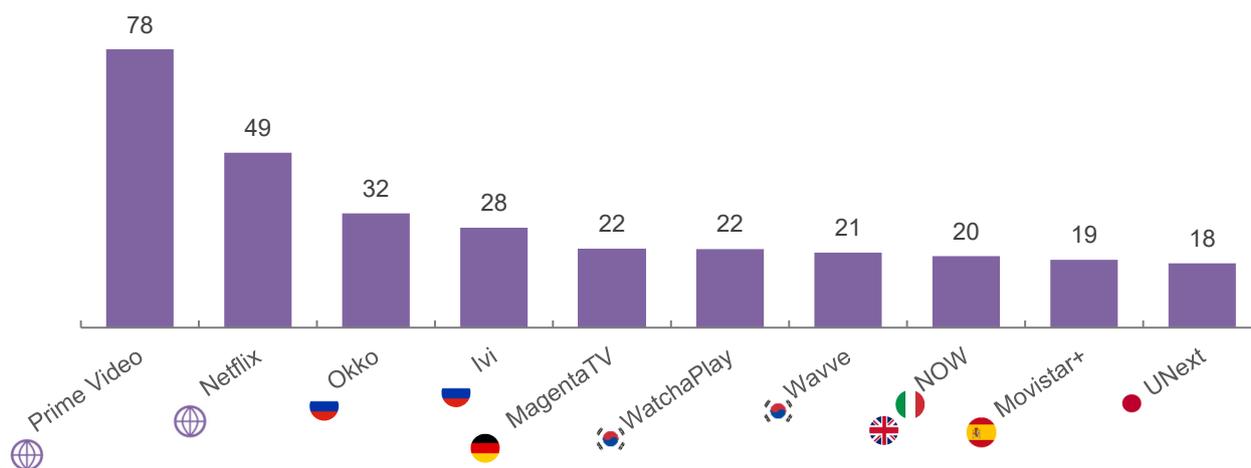
Sur la période 2012-2021, l'Europe occidentale génère la plus grande part des entrées réalisées par les films français d'animation à l'étranger (29,6 % contre 35,4 % tous genres confondus). L'Italie se démarque comme un marché particulièrement dynamique entre 2012 et 2021, avec 42 films d'animation français exploités et un total de 4,6 millions d'entrées. Si ces performances sont en grande partie portées par *le Petit Prince*, qui concentre un tiers des entrées du territoire sur la décennie, l'appétence italienne pour les films français se confirme en 2021, le territoire se hissant à la quatrième place en termes d'entrées du cinéma français avec l'exploitation de 11 films (4 inédits), dont un qui enregistre plus de 100 000 entrées : *le Tour du monde en 80 jours*, distribué par Notorious Pictures (102 718). Ce dynamisme se retrouve également en télévision : les chaînes de télévision italiennes familiales Sky Cinema Family et Rai Gulp occupent respectivement les deuxième et huitième places sur les 14 pays étudiés en volume avec respectivement 177 films et 44 films d'animation français programmés. De façon plus générale, les films d'animation français occupent une place de choix dans les programmations des chaînes italiennes et représentent 10,2 % de l'offre totale d'animation, ce qui en fait la deuxième nationalité sur le genre, derrière les Etats-Unis (53,0 % du volume total).

Entre 2012 et 2021, l'Asie réalise 23,4 % des entrées des films d'animation français à l'international contre 19,6 % pour l'ensemble des films français tous genres confondus. Ces performances sont largement portées par la puissance du marché chinois, qui occupe la première place des territoires en termes de nombre d'entrées enregistrées sur l'animation française avec 10,0 millions pour 15 films diffusés. En 2021, le film français *Bigfoot Family* (distribué par Wing Sight) affiche des performances solides sur le territoire avec 307 292 entrées cumulées, la meilleure performance enregistrée localement pour un film d'animation cette année. L'Asie se démarque également en 2021 par l'intérêt de ses services de V&DA pour le cinéma français d'animation, quatre d'entre eux intégrant le classement des dix

services présentant l'offre d'animation française la plus étoffée : les plateformes coréennes WatchaPlay (22 titres), Wavve (21), ainsi que la plateforme japonaise UNext (18) et le service chinois Tencent Video (16).

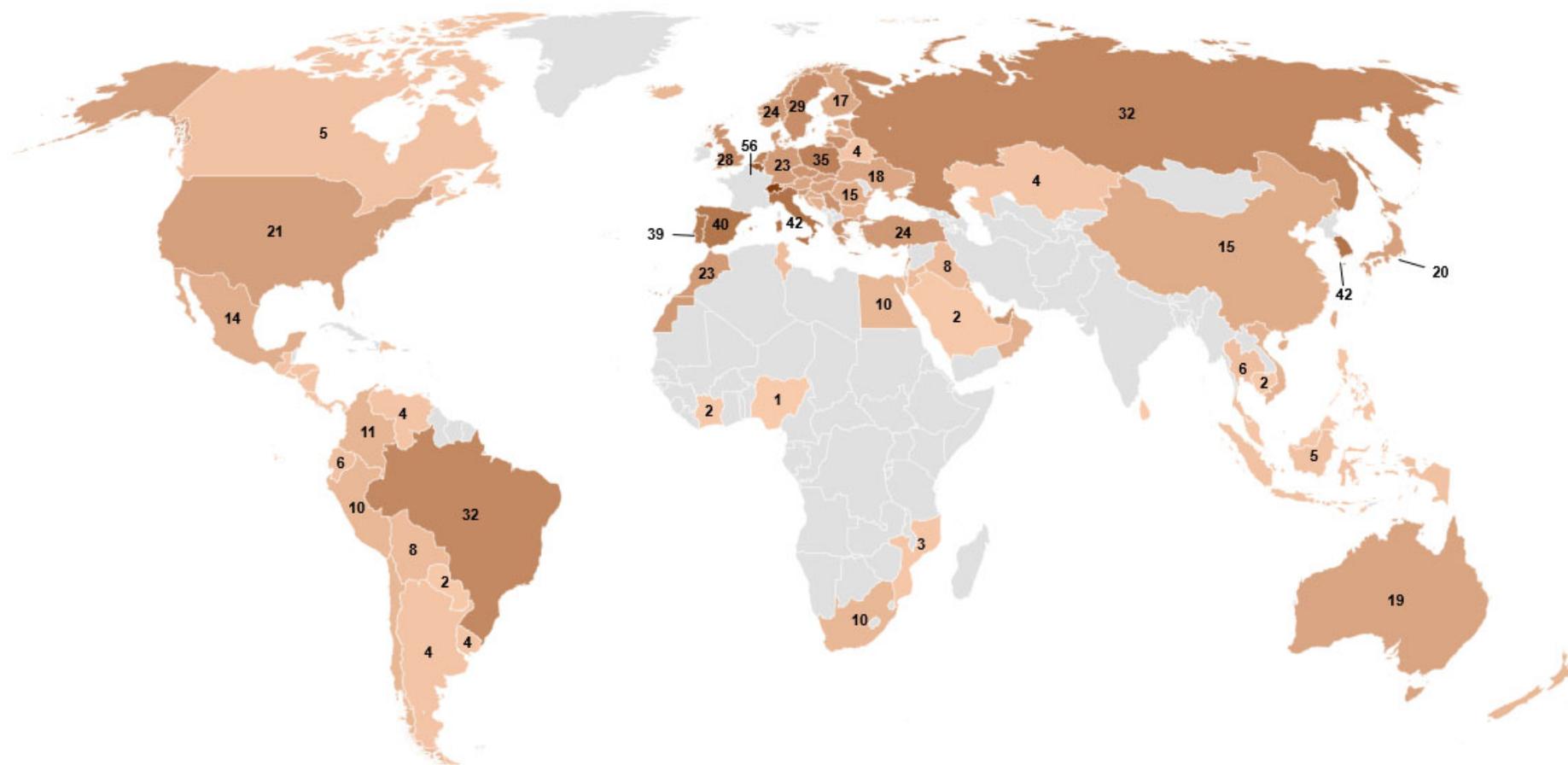
Au coude à coude avec l'Asie, l'Europe centrale et orientale réalise 23,3 % des entrées des films d'animation français à l'international entre 2012 et 2021. Cette part est largement supérieure à celle réalisée par l'ensemble des films, tous genres confondus (12,9 %). Les marchés russes et polonais concentrent à eux seuls plus des deux tiers (69,1 %) des entrées de la zone sur la période. Avec 6,9 millions d'entrées cumulées (pour 32 films distribués), la Russie est le territoire le plus important après la Chine, toutes zones confondues. L'attrait des Russes pour le cinéma d'animation français est d'autant plus prononcé en 2021, le territoire s'imposant en première place du classement en nombre d'entrées (369 909) grâce au succès de *le Tour du monde en 80 jours*, distribué par Volga (253 921 entrées). Les plateformes de VàDA russes se démarquent également au niveau mondial, Okko et Ivi étant les deux services qui proposent l'offre de films d'animation français la plus étoffée hors plateformes mondes (respectivement 32 et 28 titres). En Pologne, l'animation française est la plus diffusée après l'animation américaine à la télévision et représente 7,9 % du volume horaire total d'animation en 2021.

Top 10 des plateformes en termes d'offre de films français d'animation en 2021



Source : Ampere Analysis.

Nombre de films français d'animation exploités par territoire entre 2012 et 2021



Source : Unifrance.

L'exploitation à l'international des films d'animation français en 2021

En 2021, l'exploitation des films d'animation français en salles est une nouvelle fois impactée par les conséquences de la pandémie de Covid-19 avec la fermeture prolongée des cinémas dans de nombreux territoires. Dans ce contexte, les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) mais également les chaînes de télévision linéaires se sont imposées comme un vecteur d'exposition important pour les films d'animation français.

En parallèle de l'exploitation cinématographique, 124 films d'animation français différents sont disponibles sur au moins une plateforme de VàDA à l'international (hors France). La diversité du cinéma d'animation français est largement représentée à l'échelle mondiale, et se reflète parmi les huit films d'animation les plus diffusés sur les plateformes, avec de l'animation familiale (*Sahara*, *Pachamama*), pour adultes (*J'ai perdu mon corps*, *le Sommet des dieux*), de patrimoine (*la Planète sauvage*), 3D (*Crocs-Blancs*) ou dessin animé (*Une vie de chat*, *Josep*).

En télévision, l'animation française bénéficie d'une place privilégiée dans la programmation des chaînes de télévision étrangères, s'imposant comme la première industrie européenne sur plusieurs territoires (hors productions nationales). La place occupée par les films d'animation français est toutefois moindre dans les territoires anglophones qui sont principalement tournés vers l'animation américaine ou britannique.

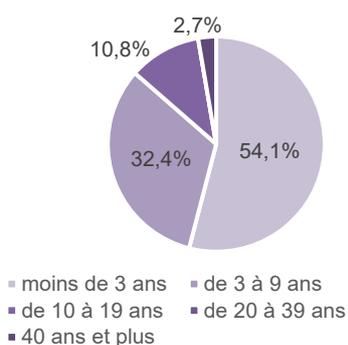


salle¹

37 films dont 6 inédits
dans 91 territoires



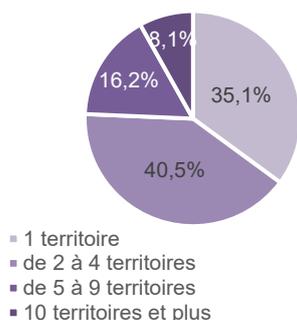
Age moyen : **5 ans**



- moins de 3 ans
- de 3 à 9 ans
- de 10 à 19 ans
- de 20 à 39 ans
- 40 ans et plus



4,1 territoires¹ par film



- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

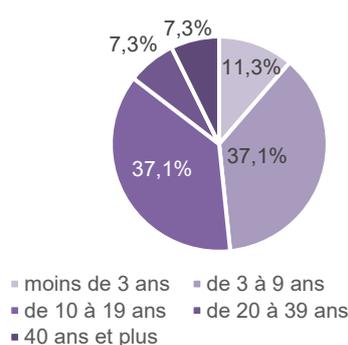


VàDA²

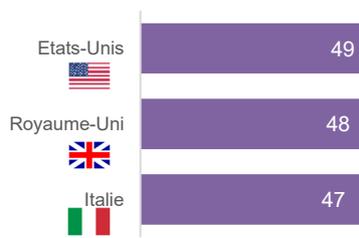
124 films disponibles
dans 53 territoires



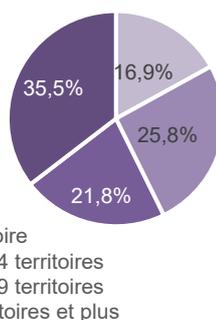
Age moyen : **13 ans**



- moins de 3 ans
- de 3 à 9 ans
- de 10 à 19 ans
- de 20 à 39 ans
- 40 ans et plus



10,3 territoires² par film



- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

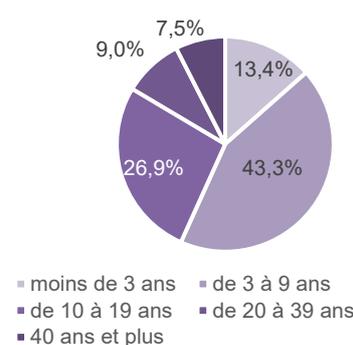


télévision linéaire³

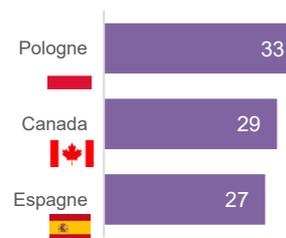
67 films programmés
dans 14 territoires



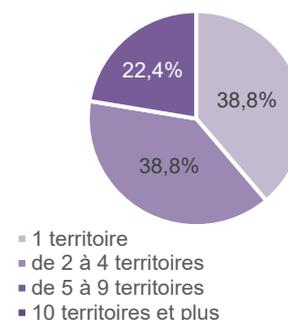
Age moyen : **12 ans**



- moins de 3 ans
- de 3 à 9 ans
- de 10 à 19 ans
- de 20 à 39 ans
- 40 ans et plus



2,9 territoires³ par film



- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

¹ Source : Unifrance – Périmètre : 91 territoires. / ² Source : Ampere Analysis – Périmètre : 53 pays. / ³ Source : Medialogiq Systems – Périmètre : 14 pays.

5.3. Les commandes de programmes d'animation dans le monde

Remarques méthodologiques

Les informations sur les commandes de programmes proviennent d'une base de données d'Ampere Analysis qui porte sur les productions audiovisuelles inédites ou au stade de développement chez les principaux diffuseurs internationaux, linéaires et non-linéaires.

Selon les estimations d'Ampere Analysis, ce sont 750 programmes d'animation qui sont en cours de développement ou de production dans le monde en mai 2022.

La France est le 3^e pays où le plus de séries d'animation sont en cours de commande. Le classement est très nettement dominé par les Etats-Unis et le Japon avec respectivement 313 et 214 programmes d'animation en cours (en incluant les annonces de nouvelles saisons), quelle que soit la nationalité du diffuseur ou de la plateforme à l'origine de la commande.

Parmi les commandes de séries françaises initiées par des groupes étrangers, la série *Astérix et Obélix* est produite par TAT pour Netflix, tout comme la série *Trico*, produite par Xilam pour Netflix également.

Les commandes de séries d'animation en cours par pays d'origine (en nombre de titres, mai 2022)

pays	nombre de programmes
Etats-Unis	313
Japon	214
France	65
Royaume-Uni	29
Canada	28

Inclut les annonces de nouvelles saisons.

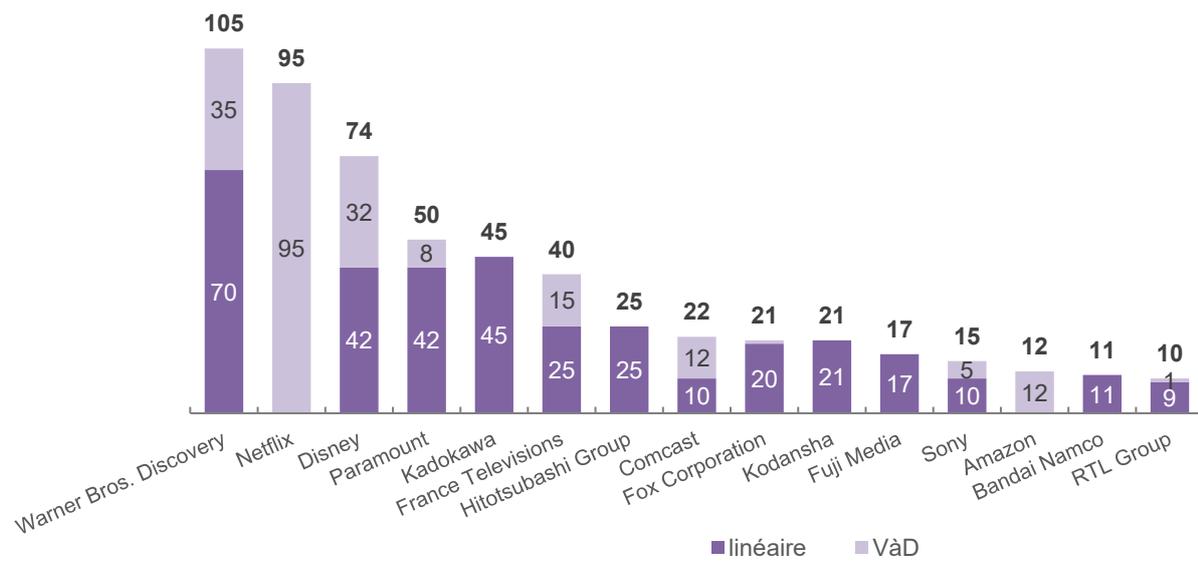
Source : Ampere Analysis.

Sans surprise, ce sont les plateformes et les studios américains qui dominent le classement en nombre de commandes de programmes d'animation en cours. Warner Bros. Discovery (maison mère des chaînes Cartoon Network) figure en tête avec 105 programmes en cours, dont 35 à destination des services en ligne du groupe, principalement la plateforme HBO Max. Netflix arrive en deuxième position avec 95 programmes, suivi du groupe Disney avec 74 séries en développement ou en production, dont 21 pour Disney+ et 11 pour Hulu.

Le groupe France Télévisions est le premier groupe européen avec 40 programmes d'animation commandés, dont 15 pour sa plateforme Okoo, soit plus de 35 % du total. Parmi ces 40 programmes, 31 sont des programmes originaux et 9 des nouvelles saisons de séries existantes.

Seul autre groupe européen dans le top 10, RTL Group a 10 programmes en cours de commande. Sans surprise, plusieurs studios ou éditeurs japonais figurent également en bonne place, comme la société Kadokawa.

Les commandes de séries d'animation en cours par groupe (en nombre de titres, mai 2022)



Inclut les annonces de nouvelles saisons.
Source : Ampere Analysis.

**Le marché de
l'animation en 2021**

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

direction
de la création,
des territoires
et des publics
01 44 34 38 61
dctp@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture: c-album
juin 2022