

les études du CNC
septembre 2012



l'économie de la télévision

financements, audience, programmes



Centre national du cinéma de l'image animée
Direction des études, des statistiques et de la prospective
12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16
Tél : 01.44.34.38.26
Fax : 01.44.34.34.55
www.cnc.fr

Nicolas Besson, Benoît Danard

Sommaire

Objectifs et méthodologie	4
Synthèse	5
I. Les financements	7
A. La contribution à l'audiovisuel public	8
B. La publicité	10
C. Les abonnements	13
D. Comparaison internationale	14
II. L'audience	16
A. La durée d'écoute	16
B. Les parts d'audience	18
C. Les meilleures audiences	21
III. La diffusion des programmes	24
A. L'offre et la consommation selon le genre de programmes	24
B. L'offre de fiction et d'animation	28
C. L'offre de films	29
D. La diffusion des œuvres audiovisuelles	33
IV. Les dépenses de programmes	38
A. Les coûts de grilles des chaînes	38
B. Les investissements dans la production audiovisuelle	39
C. Les investissements dans la production cinématographique	42
Index des tableaux et graphiques	45

Objectifs et méthodologie

Face aux évolutions du paysage audiovisuel, le Centre national du cinéma et de l'image animée a réalisé un bilan de l'économie de la télévision française sur la période 2002-2011. Cette étude présente l'évolution des sources de financement des chaînes de télévision depuis 10 ans. Elle couvre les recettes issues de la contribution à l'audiovisuel public, de la publicité et du parrainage et les recettes d'abonnement dans le cas de la télévision payante. Ce document livre également une analyse détaillée de l'audience des chaînes, ainsi que des éléments structurants sur l'offre et la consommation des programmes. Il présente enfin les dépenses de programmes des chaînes, à travers l'évolution des coûts de grilles de programmes et les contributions financières à la production audiovisuelle et cinématographique.

Les investissements publicitaires bruts sont évalués à partir des informations produites par l'institut Kantar Media. Ils correspondent à la valorisation des recettes publicitaires hors rabais, remises et ristournes accordés par les chaînes.

Les informations concernant la contribution à l'audiovisuel public et les financements publics sont issues de la Loi de finances.

Les données relatives à l'audience, l'offre et la consommation de programmes sont issues des relevés annuels de l'institut Médiamétrie.

Les informations sur les quotas de diffusion et de production sont extraites des bilans publiés par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Enfin, les données sur la production audiovisuelle et cinématographique sont issues des bilans du Centre national du cinéma et de l'image animée.

Synthèse

Face aux évolutions du paysage audiovisuel, le Centre national du cinéma et de l'image animée a réalisé un bilan de l'économie de la télévision française sur la période 2002-2011. Cette étude présente l'évolution des sources de financement des chaînes (publicité, financements publics, abonnements), de la consommation télévisuelle des Français et de l'offre de programmes. Elle livre également les principales tendances en matière d'investissement des chaînes dans la production audiovisuelle et dans la production cinématographique.

Les revenus des chaînes de télévision s'élèvent à 9 202 M€ en 2011 (+21,5 % en dix ans)

En 2011, les revenus des chaînes de télévision sont estimés à 9 202 M€ en tenant compte des recettes publicitaires (parrainage inclus), de la contribution à l'audiovisuel public (y compris les remboursements des dégrèvements) et des recettes d'abonnement aux chaînes payantes. Le marché de la télévision est en croissance de 21,5 % par rapport à 2002. Les recettes publicitaires nettes des chaînes de télévision s'élèvent à 3 496 M€ en 2011 (+19,7 % en dix ans). Les financements publics progressent de 26,7 % à 2 348 M€ et les revenus des abonnements sont en croissance de 19,9 % à 3 358 M€. En 2011, la publicité représente 38,0 % des recettes des chaînes de télévision, les abonnements 36,5 % et les financements publics 25,5 %.

La durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu atteint 3h47 en 2011 (+13,5 % en dix ans)

En 2011, la durée d'écoute de la télévision en France atteint un nouveau record. Elle s'élève à 3h47 par jour en moyenne chez les individus âgés de 4 ans et plus. Par rapport à 2002, la durée d'écoute de la télévision est en croissance de 27 minutes (+13,5 %). En 2011, la part d'audience des chaînes nationales historiques s'établit à 65,2 %. Elle recule de 25,3 points par rapport à 2002. La dernière décennie est marquée par le lancement de la télévision numérique terrestre en 2005. La part d'audience des chaînes de la TNT s'élève à 23,1 % en 2011. Les chaînes thématiques captent 11,7 % de l'audience de la télévision en 2011, contre 9,5 % en 2002.

En dix ans, l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites est multipliée par 3,6

Le nombre de chaînes nationales s'est fortement développé entre 2002 et 2011 avec l'arrivée de nouveaux acteurs. En 2002, sept chaînes étaient disponibles. A partir de 2005, ce nombre passe à dix-neuf avec le développement de la télévision numérique terrestre. En 2010, une vingtième chaîne est diffusée au niveau national. En dix ans, l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites est ainsi multipliée par 3,6, passant de 43 531 heures en 2002 à 157 368 heures en 2011.

La fiction représente 25,5 % de l'offre de programmes en 2011 (+6,8 points en dix ans)

Le développement des chaînes de la TNT a modifié la structure de l'offre globale de programmes à la télévision. La fiction compose 25,5 % de l'offre de programmes sur treize chaînes en 2011, contre 18,7 % sur six chaînes en 2002 (+6,8 points). La part des émissions jeunesse apparaît également plus importante (10,0 % du volume horaire total en 2011, contre 6,9 % en 2002). Le poids des magazines et documentaires (29,6 %, contre 33,9 %), des jeux (3,8 %, contre 5,8 %), des journaux télévisés (2,3 %, contre 5,7 %) et du sport (2,0 %, contre 3,6 %) est au contraire en baisse. Le cinéma représente 4,2 % de l'offre de programmes en 2011, contre 4,9 % en 2002.

Le coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques s'établit à 4 094,9 M€ en 2011 (+20,4 % en dix ans)

En 2011, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) dépensent 4 094,9 M€ pour alimenter leurs antennes. Le coût des programmes diffusés sur les chaînes nationales historiques retrouve ainsi le niveau auquel il plafonnait entre 2006 et 2008. Au cours des dix dernières années, le coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques est en croissance de 20,4 %.

L'investissement des chaînes dans le financement de la production audiovisuelle et cinématographique atteint 1 220,7 M€ en 2011 (+33,5% en dix ans)

En 2011, l'investissement des chaînes de télévision dans la production audiovisuelle aidée par le CNC atteint 840,4 M€ et l'apport des chaînes de télévision dans le financement des œuvres cinématographiques agréées s'établit à 380,3 M€. La contribution des chaînes progresse de 28,0 % par rapport à 2002 pour la production audiovisuelle et de 47,7 % pour la production cinématographique. Au total, l'investissement des chaînes dans le financement de la production audiovisuelle et cinématographique s'élève ainsi à 1 220,7 M€ en 2011, contre 914,3 M€ en 2002 (+33,5 %).

I. Les financements

En 2011, les revenus des chaînes de télévision sont estimés à 9 202 M€ en tenant compte des recettes publicitaires, de la contribution à l'audiovisuel public (y compris les remboursements des dégrèvements) et des recettes d'abonnement aux chaînes payantes. Le marché de la télévision est en croissance de 2,3 % par rapport à 2010 et de 21,5 % par rapport à 2002. En moyenne depuis dix ans, les revenus des chaînes progressent de 2,2 % chaque année.

Le financement des chaînes de télévision

	M€						%	
	publicité	cap ¹	abonnement ²	total	publicité	cap ¹	abonnement ²	total
2002	2 921	1 853	2 801	7 575	38,6	24,5	37,0	100,0
2003	3 008	1 892	2 841	7 741	38,9	24,4	36,7	100,0
2004	3 267	1 935	2 895	8 097	40,3	23,9	35,8	100,0
2005	3 313	1 979	2 990	8 282	40,0	23,9	36,1	100,0
2006	3 495	2 038	3 157	8 690	40,2	23,5	36,3	100,0
2007	3 617	2 089	3 245	8 951	40,4	23,3	36,3	100,0
2008	3 476	2 163	3 351	8 990	38,7	24,1	37,3	100,0
2009	3 094	2 224	3 256	8 574	36,1	25,9	38,0	100,0
2010	3 441	2 285	3 267	8 993	38,3	25,4	36,3	100,0
2011	3 496	2 348	3 358	9 202	38,0	25,5	36,5	100,0
évol. 02-11	+19,7%	+26,7%	+19,9%	+21,5%	-0,6	+1,1	-0,5	-
tcam	+2,0%	+2,7%	+2,0%	+2,2%	-	-	-	-

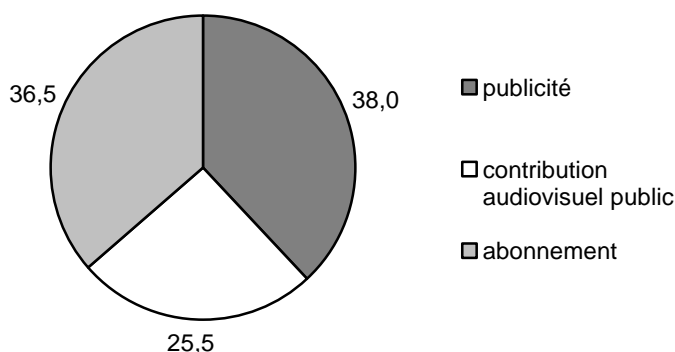
¹ Part dédiée à la télévision de la contribution à l'audiovisuel public (cap), y compris les remboursements des dégrèvements.

² Estimation (Canal+, câble et satellite).

Source : CNC, IREP, Loi de finances, sociétés.

En 2011, la publicité (parrainage inclus) représente 38,0 % des recettes des chaînes de télévision. Les abonnements constituent la deuxième source de financement des chaînes (36,5 %). La contribution à l'audiovisuel public, destinée aux chaînes publiques, compose 25,5 % des revenus totaux. Le poids respectif des trois composantes du financement de la télévision est relativement stable au cours des dix dernières années. Entre 2002 et 2011, la part de la publicité recule de 0,6 point, la part des abonnements diminue de 0,5 point et le poids de la contribution à l'audiovisuel public augmente de 1,1 point.

Le financement des chaînes de télévision en 2011 (%)

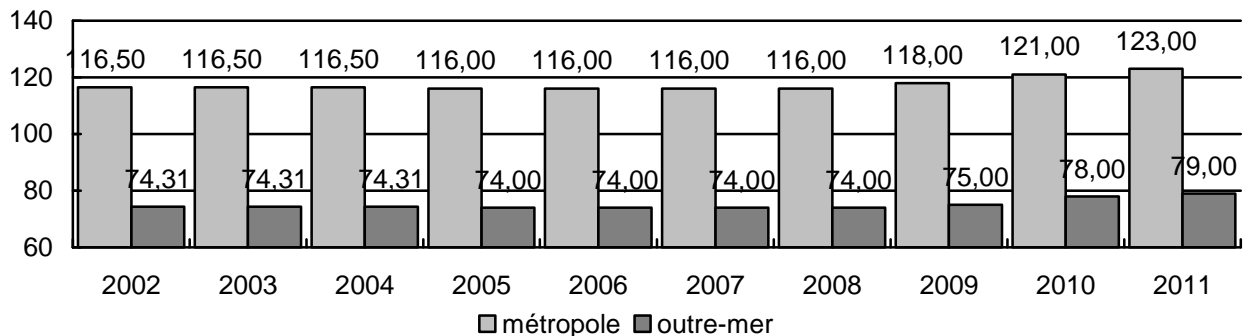


Source : CNC, IREP, Loi de finances, sociétés.

A. La contribution à l'audiovisuel public

Créée en 1933, la redevance audiovisuelle (dénommée contribution à l'audiovisuel public depuis 2009) est la principale ressource du service public de l'audiovisuel, composé en 2011 du groupe France Télévisions, d'Arte France, de Radio France, de l'Audiovisuel extérieur de la France (AEF) et de l'Institut national de l'audiovisuel (INA). Pour les chaînes publiques de télévision, la contribution à l'audiovisuel public est une ressource régulière et prévisible. La contribution est due chaque année par toutes les personnes physiques imposables à la taxe d'habitation qui détiennent, au 1^{er} janvier, un poste de télévision ou tout dispositif assimilé permettant la réception de la télévision, indépendamment du nombre de récepteurs. A compter du 1^{er} janvier 2009, le montant de la contribution à l'audiovisuel public est indexé chaque année sur l'indice des prix à la consommation hors tabac, arrondi à l'euro le plus proche. En 2011, celui-ci est ainsi fixé à 123 € en métropole (+5,6 % en dix ans) et à 79 € dans les départements d'outre-mer (+6,3 % en dix ans). Le montant applicable aux postes noir et blanc avant 2004 est considéré comme un montant spécifique aux collectivités d'outre-mer à partir de cette date. Dans le cadre de cette contribution, le service public de l'audiovisuel dispose également d'une dotation du budget général de l'Etat, au titre du remboursement des dégrèvements de contribution pour motifs sociaux (personnes âgées ou invalides sous conditions de ressources).

Montant annuel de la contribution à l'audiovisuel public (€)



Source : Loi de finances.

En 2011, les ressources du compte de concours financiers « avances à l'audiovisuel public » progressent de 3,2 % par rapport à 2010 à 3 222,0 M€. Les recettes nettes de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public augmentent de 3,6 % à 2 652,2 M€. Cette hausse s'explique par la croissance du montant de la contribution, par l'augmentation du nombre de redevables et par la diminution des frais de gestion. Les frais de gestion et de recouvrement de la contribution ont diminué à partir de 2005 en raison de son adossement à la taxe d'habitation. En parallèle, les remboursements de dégrèvements s'élèvent à 569,8 M€ en 2011 (+1,4 %). En dix ans, les recettes nettes de la collecte de la contribution à l'audiovisuel public progressent de 33,2 % (+3,2 % en moyenne par an) alors que les frais de gestion diminuent de 40,7 %.

Ressource publique dédiée à l'audiovisuel (M€)

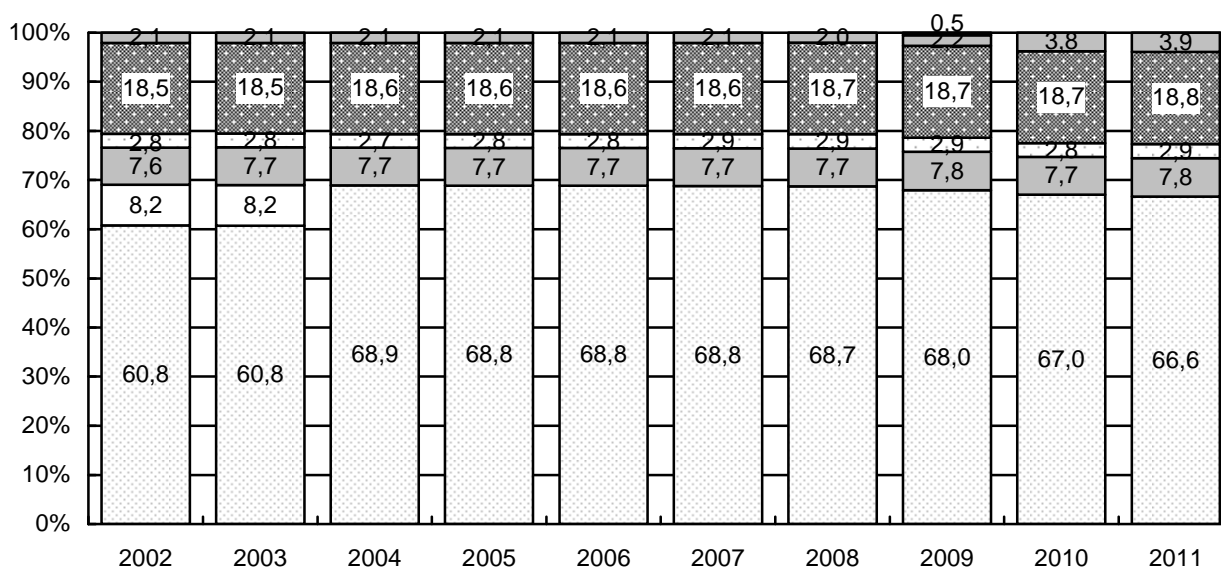
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
encaissements de contribution (TTC)	2 050,9	2 104,2	2 191,8	2 266,8	2 304,5	2 305,4	2 438,0	2 496,7	2 608,0	2 695,8
frais de gestion, trésorerie et recouvrement	73,5	73,5	73,5	65,0	24,0	24,0	40,0	45,0	47,0	43,6
montant net des encaissements (TTC)	1 977,4	2 030,7	2 118,2	2 201,8	2 280,5	2 281,4	2 398,0	2 451,7	2 561,0	2 652,2
excédents de collecte des années antérieures	13,7	40,0	32,4	-	-	-	-	-	-	-
total des recettes de contribution disponibles	1 991,1	2 070,6	2 150,7	2 201,8	2 280,5	2 281,4	2 398,0	2 451,7	2 561,0	2 652,2
remboursement des dégrèvements	478,6	449,2	428,1	440,0	440,0	509,0	493,0	546,0	561,8	569,8
total disponible (TTC)	2 469,7	2 519,9	2 578,8	2 641,8	2 720,5	2 790,4	2 891,0	2 997,7	3 122,8	3 222,0
total disponible (HT)¹	2 418,9	2 468,0	2 525,7	2 587,5	2 665,0	2 733,0	2 830,0	2 935,0	3 057,0	3 154,3

¹ Les recettes publiques des entreprises audiovisuelles sont soumises à la TVA au taux réduit de 2,1 %.

Source : Loi de finances.

Les chaînes publiques de télévision sont les principales bénéficiaires du produit de la contribution à l'audiovisuel public. Elles en absorbent 74,4 % en 2011 (hors audiovisuel extérieur), soit une proportion en baisse par rapport à 2002 (76,6 %). Les financements publics pour la télévision progressent de 26,7 % entre 2002 et 2011 à 2 347,9 M€ (+2,7 % en moyenne par an).

Répartition de la ressource publique dédiée à l'audiovisuel (%)



□ France Télévisions □ RFO¹ ■ Arte France □ INA ■ Radio France □ RFI/AEF² ■ France Télé Numérique

¹ A partir de 2004, RFO est intégré au groupe France Télévisions.

² RFI est intégrée à la holding Audiovisuel extérieur de la France en 2008.

Source : Loi de finances.

Répartition de la ressource publique dédiée à l'audiovisuel (M€)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
France Télévisions	1 469,9	1 499,5	1 741,4	1 781,1	1 833,7	1 879,5	1 944,2	1 996,3	2 048,3	2 101,4
RFO ¹	199,1	203,1	-	-	-	-	-	-	-	-
Arte France	183,5	189,0	193,5	198,0	204,2	209,9	218,6	227,5	236,9	246,5
INA	68,2	68,2	68,8	72,7	75,8	78,8	81,6	84,4	85,4	90,0
Radio France	446,9	455,9	469,1	482,0	495,1	508,2	528,1	547,9	571,6	593,9
RFI/AEF ²	51,3	52,3	53,0	53,7	55,9	56,5	57,5	63,9	115,0	122,6
France Télé Numérique	-	-	-	-	-	-	-	15,0	-	-
total	2 418,9	2 468,0	2 525,7	2 587,5	2 665,0	2 733,0	2 830,0	2 935,0	3 057,0	3 154,3

¹ A partir de 2004, RFO est intégré au groupe France Télévisions.

² RFI est intégrée à la holding Audiovisuel extérieur de la France en 2008.

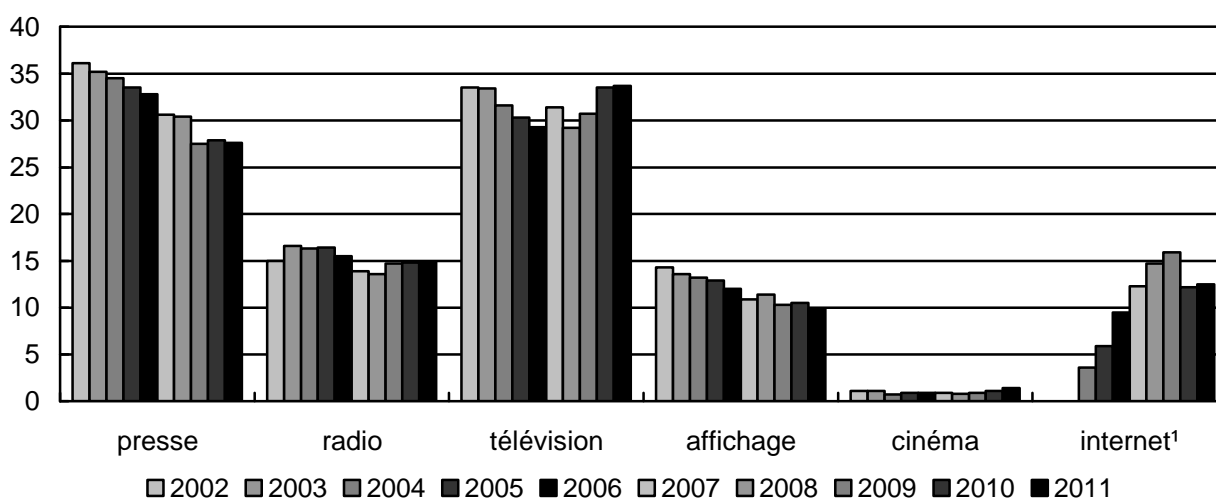
Source : Loi de finances.

France Télévisions est un groupe à financement mixte qui bénéficie, d'une part de ressources publiques (contribution à l'audiovisuel public et dotations budgétaires directes), d'autre part de ressources commerciales (recettes de publicité et de parrainage). En 2011, les chaînes de France Télévisions captent 66,6 % du produit de la contribution à l'audiovisuel public (69,0 % en 2002 en comptabilisant RFO). La part de la ressource publique dédiée à Arte est en légère progression : elle s'établit à 7,8 % en 2011, contre 7,6 % en 2002. En 2011, les recettes publiques progressent de 2,6 % par rapport à 2010 pour France Télévisions et de 4,1 % pour Arte France.

B. La publicité

La télévision est, depuis 2009, le premier média en termes d'investissements publicitaires bruts selon les données de Kantar Media, qui pige la publicité diffusée dans la presse, à la radio, à la télévision, en affichage, sur les écrans de cinéma et sur internet. En 2011, la télévision capte 33,7 % des investissements publicitaires bruts dans les médias (+0,3 point par rapport à 2010). Elle devance la presse (-0,3 point à 27,6 %), la radio (+0,1 point à 14,9 %), internet (+0,3 point à 12,5 %), l'affichage (-0,6 point à 9,9 %) et le cinéma (+0,2 point à 1,4 %).

Part de marché publicitaire par média (%)



¹ La mesure des investissements sur internet, disponible depuis 2004, a évolué en 2010.

Source : Kantar Media.

En 2011, les investissements publicitaires bruts dans les médias progressent de 5,2 % par rapport à 2010. Ils sont en hausse de 27,1 % pour le cinéma, de 7,6 % sur internet, de 6,2 % pour la radio, de 6,0 % à la télévision et de 3,9 % dans la presse alors qu'ils reculent de 0,6 % en affichage. Au cours des dix dernières années, les investissements publicitaires bruts augmentent de 80,3 % : +24,6 % pour l'affichage, +37,7 % pour la presse, +79,8 % pour la radio, +81,7 % pour la télévision et +116,2 % pour le cinéma.

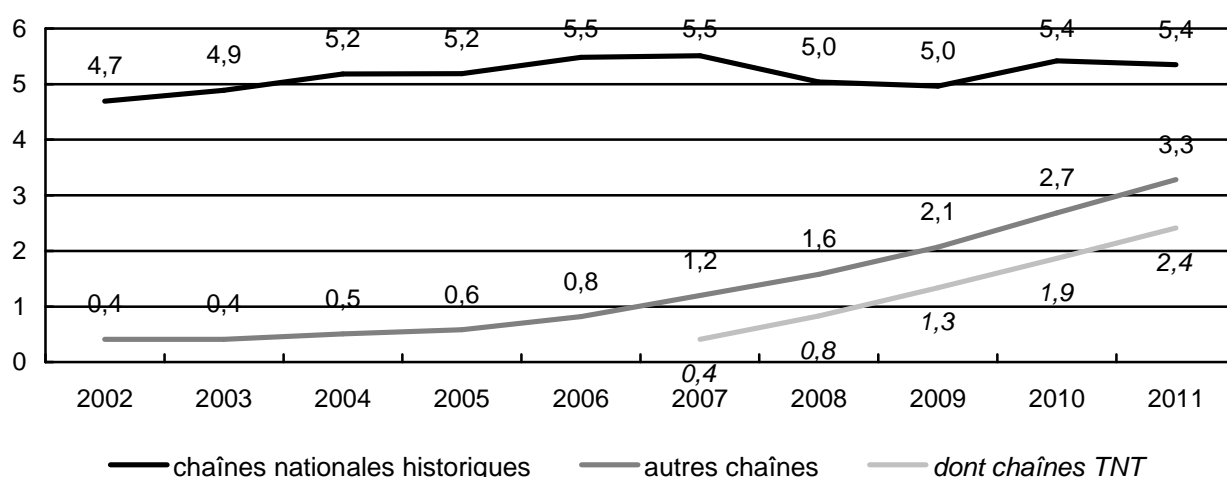
Investissements publicitaires bruts par média (Md€)

	presse	radio	télévision	affichage	cinéma	internet	total
2002	5,6	2,3	5,2	2,2	0,2	-	15,4
2003	5,7	2,7	5,4	2,2	0,2	-	16,1
2004	6,2	2,9	5,7	2,4	0,1	0,7	18,1
2005	6,4	3,1	5,8	2,5	0,2	1,1	19,2
2006	7,1	3,3	6,3	2,6	0,2	2,1	21,6
2007	7,3	3,3	7,5	2,6	0,2	2,9	23,8
2008	7,5	3,4	7,2	2,8	0,2	3,7	24,8
2009	6,9	3,7	7,7	2,6	0,2	4,0	25,0
2010	7,4	3,9	8,9	2,8	0,3	3,2	26,4
2011	7,7	4,2	9,4	2,7	0,4	3,5	27,8
évol. 02-11	+37,7%	+79,8%	+81,7%	+24,6%	+116,2%	-	+80,3%
tcam	+3,6%	+6,7%	+6,9%	+2,5%	+8,9%	-	+6,8%

Source : Kantar Media.

La progression des investissements publicitaires bruts (hors parrainage) à la télévision s'explique principalement par l'arrivée à partir de 2005 des chaînes de la TNT et par la croissance de leurs recettes publicitaires. En 2011, les investissements publicitaires diminuent de 1,2 % par rapport à 2010 sur les chaînes nationales historiques alors qu'ils progressent de 22,5 % sur les autres chaînes (TNT et thématiques), dont +28,4 % sur les chaînes de la TNT et +8,7 % sur les chaînes thématiques.

Investissements publicitaires bruts selon le type de chaînes (Md€)¹



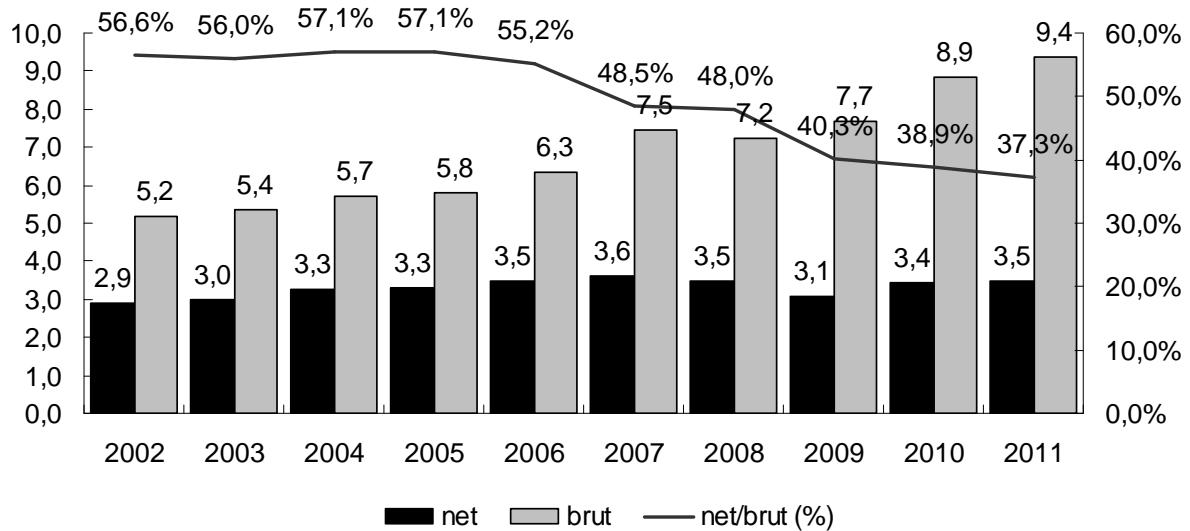
¹ Hors parrainage.

Source : Kantar Media.

En 2011, les recettes publicitaires nettes des chaînes de télévision s'élèvent à 3 496 M€ selon l'Institut de recherches et d'études publicitaires (IREP). Elles progressent de 1,6 % par rapport à

2010 et de 19,7 % par rapport à 2002. Malgré le retour de la croissance depuis 2010, les recettes publicitaires nettes des chaînes se situent à un niveau inférieur à leur plus haut niveau historique. Au cours des dix dernières années, les recettes publicitaires nettes de la télévision ont en effet atteint leur plus haut niveau en 2007 (3 617 M€), avant de reculer en 2008 et 2009 en raison de la crise économique. En 2011, les recettes nettes représentent 37,3 % des investissements publicitaires bruts des annonceurs (56,6 % en 2002). A partir de 2006, avec l'arrivée des chaînes de la TNT et le développement de l'offre, ce taux diminue. En effet, les tarifs publicitaires pratiqués par les nouvelles chaînes sont significativement inférieurs à ceux des chaînes historiques, conduisant à une diminution du coût du média télévisuel pour les annonceurs.

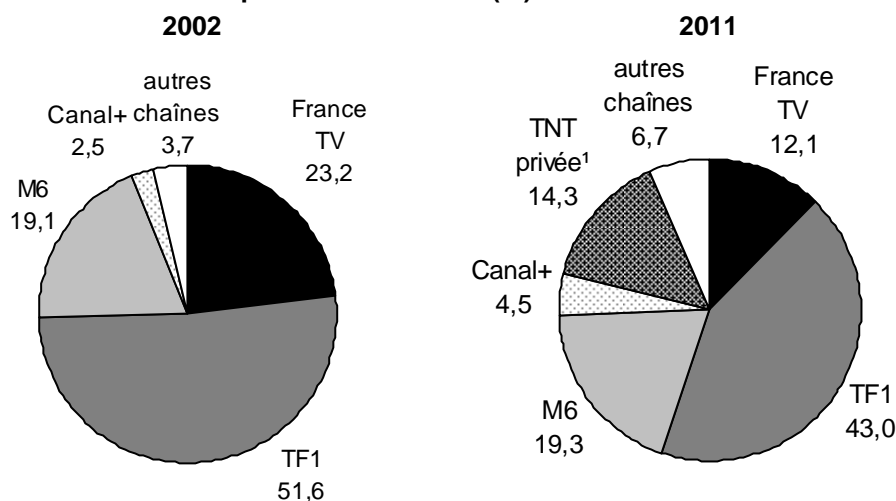
Recettes publicitaires des chaînes de télévision (Md€)



Source : IREP (net), Kantar Media (brut).

En 2011, les trois chaînes privées historiques (TF1, M6 et Canal+) totalisent plus des deux tiers (66,9 %) des recettes publicitaires nettes des chaînes de télévision. TF1 est la première chaîne en termes de chiffre d'affaires publicitaires avec 43,0 % des recettes totales. M6 est le deuxième acteur avec une part de marché de 19,3 %. Les chaînes privées de la TNT (Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, BFMTV, i>télé, Direct Star, Gulli) cumulent 14,3 % des recettes publicitaires totales.

Répartition des recettes publicitaires nettes (%)



¹ Estimation.
Source : IREP, sociétés.

En 2011, Canal+ (+7,3 % à 159,0 M€) et M6 (+0,9 % à 675,9 M€) enregistrent des recettes publicitaires en progression par rapport à 2010 alors que TF1 (-2,9 % à 1 504,1 M€) et France Télévisions (-4,0 % à 423,7 M€) présentent des recettes en baisse. Le chiffre d'affaires publicitaire agrégé des chaînes publiques et des trois chaînes privées historiques est en baisse de 1,7 % à 2 762,7 M€ (-1,8 % par rapport à 2002). Entre 2002 et 2011, les recettes publicitaires reculent de 37,5 % pour France Télévisions, en raison notamment de l'interdiction de diffuser de la publicité entre 20 heures et 6 heures depuis le 5 janvier 2009 sur les chaînes du groupe public. Elles sont stables pour TF1 (-0,2 %) et progressent pour Canal+ (+117,8 %) et M6 (+21,4 %).

Recettes publicitaires nettes des chaînes (M€)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	1 507,3	1 543,7	1 645,5	1 647,5	1 707,9	1 718,3	1 647,3	1 429,4	1 549,8	1 504,1	-0,2%	0,0%
France Télévisions	677,4	710,5	784,3	780,5	833,6	788,5	591,3	404,9	441,3	423,7	-37,5%	-5,1%
Canal+	73,0	68,0	84,0	91,0	99,0	111,0	128,0	132,0	148,0	159,0	+117,8%	+9,0%
M6	556,6	575,2	598,8	623,2	649,7	675,9	658,0	605,6	670,2	675,9	+21,4%	+2,2%
total	2 814,3	2 897,4	3 112,6	3 142,2	3 290,2	3 293,7	3 024,6	2 571,9	2 809,3	2 762,7	-1,8%	-0,2%

Source : Loi de finances, sociétés.

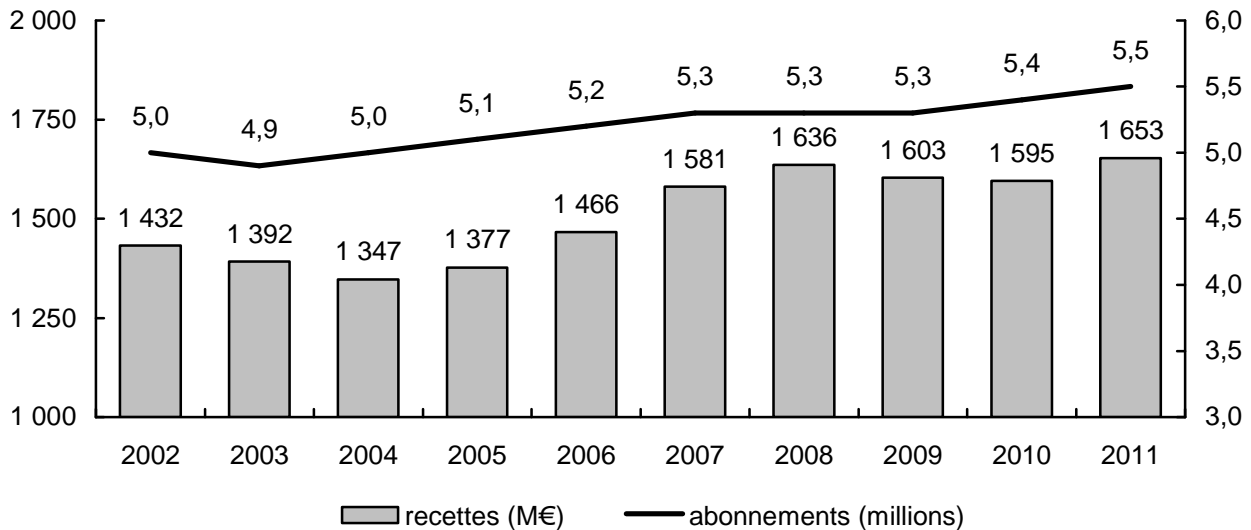
C. Les abonnements

Le groupe Canal+ est le principal acteur du marché de la télévision payante en France avec le bouquet Canal+, composé de cinq chaînes (Canal+ et ses déclinaisons : cinéma, sport, family, décalé), et le bouquet de chaînes thématiques CanalSat.

En France métropolitaine, le groupe Canal+ compte près de 9,8 millions d'abonnements (individuels et collectifs) à ses offres de télévision payante en 2011 (9,7 millions en 2010). Le nombre total d'abonnements à Canal+ France, qui inclut les clients de l'opérateur en France métropolitaine mais aussi outre-mer et en Afrique, progresse de 1,4 %. Il s'élève à 11,2 millions en 2011 (11,1 millions en 2010) dont 5,5 millions d'abonnements à Canal+ (5,4 millions en 2010) et 5,8 millions d'abonnements à CanalSat (5,7 millions en 2010). Le revenu annuel moyen par abonné individuel à une offre de télévision payante du groupe Canal+ en France métropolitaine augmente de 2,6 % entre 2010 et 2011 à 570 €.

En 2011, les recettes d'abonnement à Canal+ sont en hausse de 3,7 % à 1 653 M€, après avoir diminué de 0,5 % en 2010. Les abonnements composent 89,0 % du chiffre d'affaires de Canal+, contre 8,6 % pour la publicité et 2,4 % pour les autres revenus. Entre 2002 et 2011, les recettes d'abonnement à Canal+ sont en croissance de 15,4 % et représentent en moyenne 91,2 % de son chiffre d'affaires total.

Abonnements à Canal+



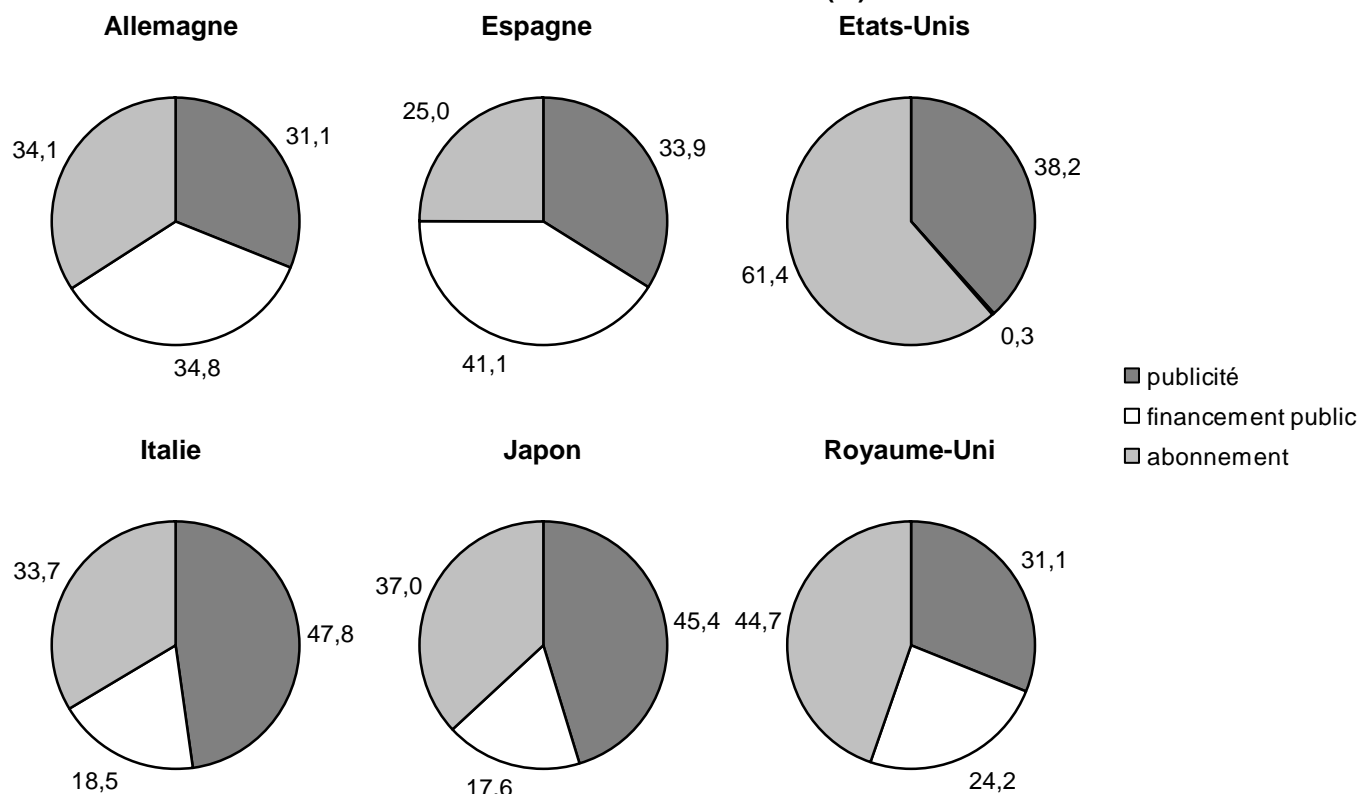
Source : société.

Dans un contexte de maturité du marché de la télévision payante, le groupe Canal+ annonce en 2011 la constitution d'un pôle de télévision gratuite en France avec la chaîne d'information i>télé et le rachat des chaînes nationales du groupe Bolloré (Direct 8 et Direct Star).

D. Comparaison internationale

La structure des recettes de la télévision dans le monde laisse apparaître différents modèles de financement des chaînes. L'Allemagne constitue un modèle équilibré où chacune des sources de revenus représente plus de 30 % des recettes totales. En 2011, les revenus des chaînes en Allemagne sont composés de 31,1 % de recettes publicitaires, de 34,8 % de financements publics et de 34,1 % de revenus d'abonnements à la télévision payante. En Italie et au Japon, le modèle économique des chaînes de télévision est basé majoritairement sur la publicité. En 2011, la publicité représente 47,8 % des recettes des chaînes en Italie et 45,4 % au Japon. Dans ces deux pays, les abonnements représentent la deuxième source de revenus (respectivement 33,7 % et 37,0 %), les financements publics étant minoritaires (18,5 % et 17,6 %). Le modèle publicitaire dominait également en Espagne avant la crise économique de 2008, qui a entraîné une diminution des recettes de publicité. En 2011, les contributions publiques sont ainsi devenues la première source de financement de la télévision en Espagne (41,1 %), devant la publicité (33,9 %) et les abonnements (25,0 %). Au Royaume-Uni et aux Etats-Unis, le financement de la télévision est dominé par les abonnements. En 2011, les recettes d'abonnements constituent 44,7 % des revenus des chaînes de télévision au Royaume-Uni et 61,4 % aux Etats-Unis.

Le financement des chaînes de télévision dans le monde en 2011 (%)



Source : IDATE.

En 2011, le marché de la télévision est en croissance en Allemagne (+3,1 % par rapport à 2010), aux Etats-Unis (+2,9 %), au Royaume-Uni (+2,3 %) et au Japon (+0,6 %). Les recettes des chaînes de télévision sont stables en Italie et diminuent de 3,4 % en Espagne.

Le financement des chaînes de télévision dans le monde (Md€)

		Allemagne	Espagne	Etats-Unis	Italie	Japon	Royaume-Uni
publicité	2008	4,0	3,0	42,0	4,9	16,4	4,1
	2009	3,6	2,4	38,0	4,4	14,7	3,7
	2010	3,9	2,2	42,6	4,6	15,6	4,1
	2011	4,1	1,9	44,2	4,4	15,2	4,1
redevance et subventions publiques	2008	4,5	1,3	0,4	1,6	5,5	3,1
	2009	4,8	1,5	0,4	1,6	5,6	3,1
	2010	4,6	2,2	0,4	1,7	5,8	3,1
	2011	4,6	2,3	0,4	1,7	5,9	3,2
abonnement	2008	4,1	1,4	61,7	2,7	11,0	5,0
	2009	4,2	1,4	65,0	2,9	11,1	5,4
	2010	4,4	1,4	69,4	2,9	11,9	5,6
	2011	4,5	1,4	71,0	3,1	12,4	5,9
total	2008	12,7	5,7	104,2	9,1	32,9	12,2
	2009	12,6	5,2	103,4	8,9	31,4	12,2
	2010	12,8	5,8	112,4	9,2	33,3	12,9
	2011	13,2	5,6	115,7	9,2	33,5	13,2
évol. 08-11	+3,9%	-1,8%	+11,0%	+1,1%	+1,8%	+8,2%	
tcam	+1,3%	-0,6%	+3,6%	+0,4%	+0,6%	+2,7%	

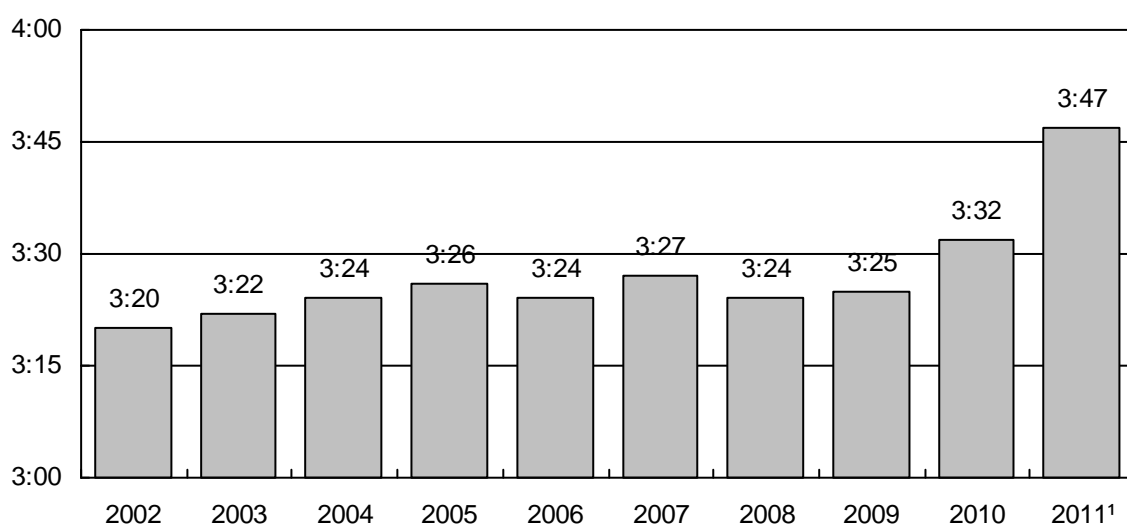
Source : IDATE.

II. L'audience

A. La durée d'écoute

En 2011, la durée d'écoute de la télévision en France atteint un nouveau record. Elle est en augmentation de 15 minutes (dont 4 minutes issues de la mesure du différé) par rapport à 2010 chez les individus âgés de 4 ans et plus et s'élève à 3h47 par jour en moyenne. Depuis 2011, la mesure d'audience de la télévision intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel. En dix ans, la durée d'écoute de la télévision est en croissance de 27 minutes (+13,5 %).

Durée d'écoute quotidienne de la télévision (h:mn, 4 ans et plus, ensemble de la journée)



¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

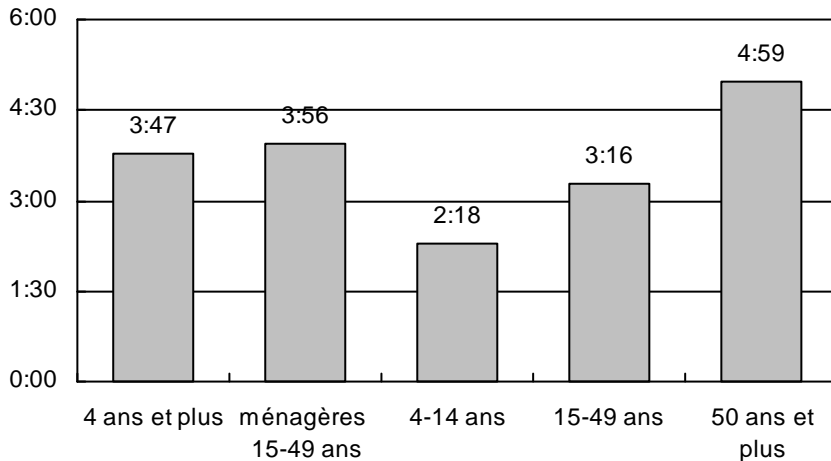
Entre 2010 et 2011, la durée d'écoute progresse sur toutes les tranches d'âge y compris les jeunes : +6 minutes à 2h18 pour les 4-14 ans, +11 minutes à 3h16 pour les 15-49 ans et +25 minutes à 4h59 pour les 50 ans et plus.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge (ensemble de la journée)

	4 ans et plus	ménagères 15-49 ans	4-10 ans	11-14 ans	15-24 ans	25-59 ans	4-14 ans	15-49 ans	50 ans et plus
2002	3h20	3h23	2h14	2h25	2h10	3h22	-	-	-
2003	3h22	3h19	2h11	2h23	2h02	3h23	-	-	-
2004	3h24	3h29	2h10	2h17	2h07	3h29	-	-	-
2005	3h26	3h36	2h10	2h14	2h05	3h30	-	-	-
2006	3h24	3h39	2h07	2h05	1h58	3h29	-	-	-
2007	3h27	3h40	2h13	2h11	2h02	3h30	-	-	-
2008	3h24	3h32	2h13	2h09	1h53	3h27	-	-	-
2009	3h25	3h34	-	-	-	-	2h11	2h59	4h26
2010	3h32	3h42	-	-	-	-	2h12	3h05	4h34
2011¹	3h47	3h56	-	-	-	-	2h18	3h16	4h59

¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge en 2011 (h:mn)¹

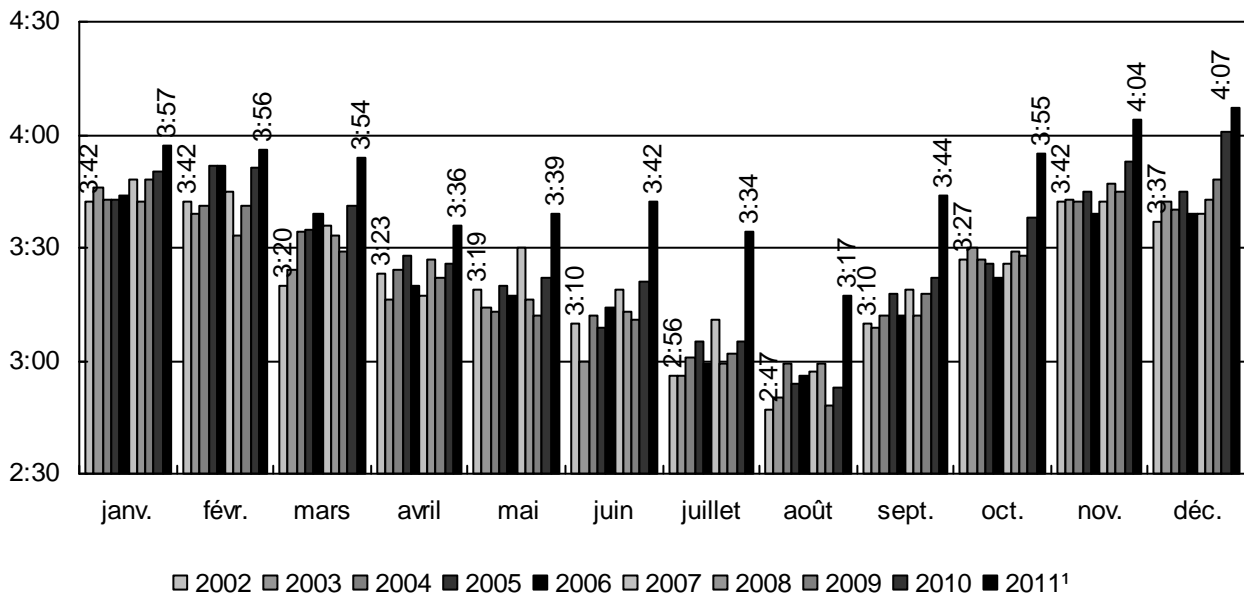


¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2011, la durée d'écoute de la télévision est en hausse tous les mois par rapport à 2010. Elle progresse notamment de plus de 20 minutes par jour en juillet (+29 minutes), en août (+24 minutes) et en septembre (+22 minutes).

L'écoute de la télévision est marquée par une forte saisonnalité. Entre le mois de janvier et le mois d'août, la durée d'écoute quotidienne moyenne par mois décroît alors qu'elle progresse entre août et décembre. Le mois d'août est, sans exception ces dix dernières années, le mois au cours duquel la durée d'écoute de la télévision atteint son niveau le plus bas. Entre 2002 et 2011, la durée d'écoute quotidienne la plus faible est enregistrée en août 2002 (2h47). La durée d'écoute de la télévision atteint, au contraire, son plus haut niveau à la fin de l'automne et en hiver. Elle dépasse à trois reprises le seuil de 4 heures par jour au cours des dix dernières années : en décembre 2010 (4h01), en novembre 2011 (4h04) et en décembre 2011 (4h07).

Durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (h:mn, 4 ans et plus, ensemble de la journée)



¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

Durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (4 ans et plus, ensemble de la journée)

	janv.	févr.	mars	avril	mai	juin	juillet	août	sept.	oct.	nov.	déc.	année
2002	3h42	3h42	3h20	3h23	3h19	3h10	2h56	2h47	3h10	3h27	3h42	3h37	3h20
2003	3h46	3h39	3h24	3h16	3h14	3h00	2h56	2h50	3h09	3h30	3h43	3h42	3h22
2004	3h43	3h41	3h34	3h24	3h13	3h12	3h01	2h59	3h12	3h27	3h42	3h40	3h24
2005	3h43	3h52	3h35	3h28	3h20	3h09	3h05	2h54	3h18	3h26	3h45	3h45	3h26
2006	3h44	3h52	3h39	3h20	3h17	3h14	2h59	2h56	3h12	3h22	3h39	3h39	3h24
2007	3h48	3h45	3h36	3h17	3h30	3h19	3h11	2h57	3h19	3h26	3h42	3h39	3h27
2008	3h42	3h33	3h33	3h27	3h16	3h13	2h59	2h59	3h12	3h29	3h47	3h43	3h24
2009	3h48	3h41	3h29	3h22	3h12	3h11	3h02	2h48	3h18	3h28	3h45	3h48	3h25
2010	3h50	3h51	3h41	3h26	3h22	3h21	3h05	2h53	3h22	3h38	3h53	4h01	3h32
2011¹	3h57	3h56	3h54	3h36	3h39	3h42	3h34	3h17	3h44	3h55	4h04	4h07	3h47

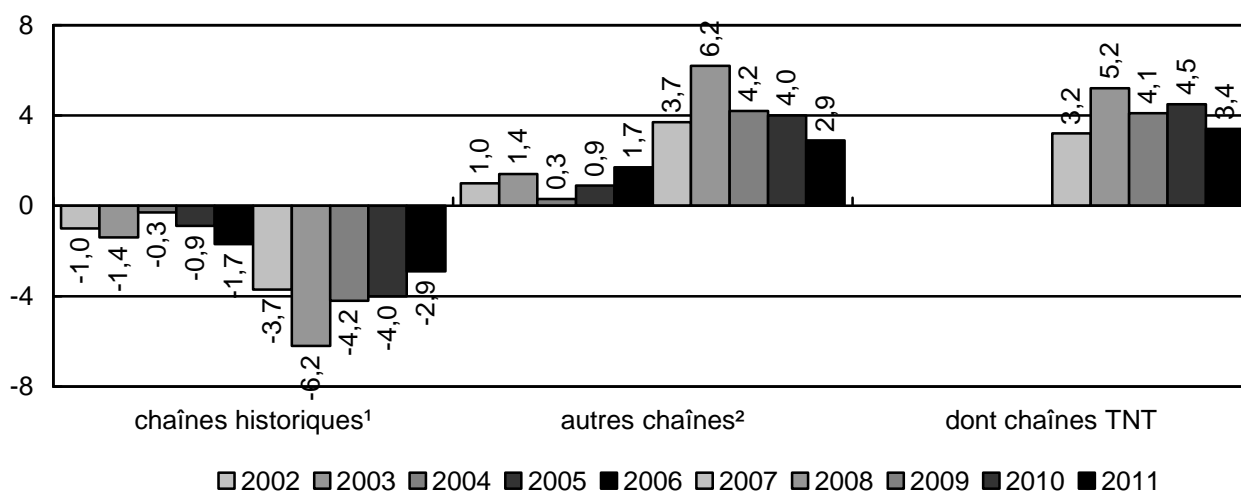
¹ A partir de 2011, la mesure d'audience intègre la consommation des programmes en différé via un enregistrement personnel.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

B. Les parts d'audience

La dernière décennie (2002-2011) est marquée par le lancement de la télévision numérique terrestre (TNT) en 2005. Le développement de la TNT entraîne une accélération de l'érosion de l'audience des chaînes nationales historiques, parallèlement à l'augmentation de la part d'audience des « autres chaînes ».

La part d'audience des chaînes nationales historiques est en baisse de 2,9 points en 2011 après avoir diminué de 4,0 points en 2010, de 4,2 points en 2009, de 6,2 points en 2008 et de 3,7 points en 2007. Entre 2002 et 2006, le recul des chaînes nationales historiques était compris entre 0,3 point et 1,7 point par an. Entre 2007 et 2011, la progression des « autres chaînes » (chaînes de la TNT et chaînes thématiques) repose essentiellement sur la croissance des chaînes de la TNT. La part d'audience des chaînes de la TNT augmente en effet de 3,2 points à 5,2 points par an sur cette période. Les chaînes de la TNT sont en 2010 et en 2011 le seul agrégat de chaînes en croissance, les chaînes thématiques perdant 0,5 point de part d'audience par an.

Evolution de la part d'audience des chaînes (points, 4 ans et plus, ensemble de la journée)



¹ Dont France 5 et Arte sur leurs tranches horaires de diffusion analogique (respectivement avant/après 19 heures).

² Chaînes TNT, thématiques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées.

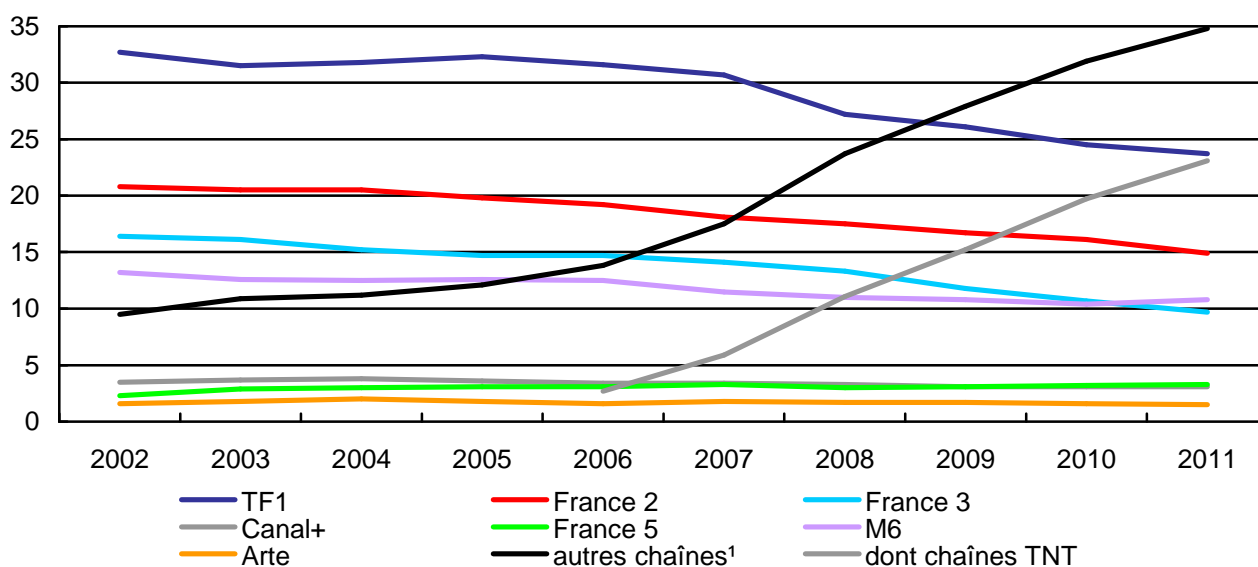
Lecture : en 2011, la part d'audience des chaînes historiques recule de 2,9 points par rapport à 2010.

Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2011, la part d'audience des chaînes nationales historiques s'établit à 65,2 %. Les « autres chaînes » (chaînes TNT et thématiques) cumulent pour la première fois plus du tiers de l'audience de la télévision (34,8 %). La part d'audience des chaînes de la TNT s'élève à 23,1 % et les chaînes thématiques captent 11,7 % de l'audience de la télévision. La part d'audience des « autres chaînes » a dépassé celle de M6 en 2006 puis celle de France 3 en 2007, celle de France 2 en 2008 et celle de TF1 en 2009.

En 2011, quatre des sept chaînes historiques présentent une part d'audience en baisse par rapport à 2010. France 2 enregistre le plus fort recul (-1,2 point à 14,9 %) devant France 3 (-1,0 point à 9,7 %) et TF1 (-0,8 point à 23,7 %). Arte perd 0,1 point à 1,5 %. Canal+ est stable à 3,1 % pour la troisième année consécutive. France 5 gagne 0,1 point à 3,3 %. M6 progresse de 0,4 point à 10,8 %. Toutes les chaînes de la TNT enregistrent une part d'audience en hausse à l'exception de Gulli (-0,1 point à 2,1 %). Gulli est ainsi la première chaîne de la TNT à enregistrer une baisse de sa part d'audience depuis le lancement de ces chaînes en 2005. BFMTV présente la plus forte croissance (+0,5 point à 1,4 %). W9 (3,4 %), NRJ12 (2,3 %) et France 4 (2,0 %) gagnent 0,4 point chacune. Direct 8 (2,3 %) et NT1 (1,9 %) progressent de 0,3 point. TMC (3,5 %) et Direct Star (1,2 %) sont en hausse de 0,2 point. Enfin i>télé passe de 0,7 % à 0,8 %.

Part d'audience des chaînes (% , 4 ans et plus, ensemble de la journée)



¹ Chaînes TNT, thématiques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

En 2011, TF1 demeure la première chaîne nationale devant France 2, désormais suivies par M6 à la troisième place et France 3 en quatrième position. TMC reste la cinquième chaîne nationale et précède W9 qui progresse de deux rangs par rapport à 2010. France 5 (7^e chaîne) et Canal+ (8^e chaîne) cèdent une place chacune. Direct 8 et NRJ12, respectivement 10^e et 11^e chaîne en 2010, sont ex-æquo en 9^e position en 2011. Elles sont suivies par Gulli qui perd deux places. France 4 demeure la 12^e chaîne française. NT1 et Arte, qui étaient 12^e ex-æquo en 2010, se placent en 13^e et 14^e positions. La fin du classement est occupée par BFMTV (+1 place), Direct Star (-1 place) et i>télé qui reste en dernière position.

En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe¹, France Télévisions (-1,7 point à 29,9 %) demeure le premier groupe audiovisuel français en 2011 devant le groupe TF1 (-0,3 point à 29,1 %), le groupe M6 (+0,8 point à 14,2 %), le groupe Canal+ (+0,1 point à 3,9 %) et le groupe Bolloré (+0,5 point à 3,5 %). La part d'audience des chaînes nationales privées s'est considérablement renforcée avec le développement de la TNT. Elle s'élève à 56,5 % en 2011 (+1,9 point par rapport à 2010). La part d'audience des chaînes nationales publiques diminue de 1,8 point à 31,4 %. Les chaînes gratuites composent 85,2 % de l'audience de la télévision (+0,5 point), contre 14,8 % pour les chaînes payantes (Canal+ inclus).

Part d'audience des chaînes (% , 4 ans et plus, ensemble de la journée)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TF1	32,7	31,5	31,8	32,3	31,6	30,7	27,2	26,1	24,5	23,7
France 2	20,8	20,5	20,5	19,8	19,2	18,1	17,5	16,7	16,1	14,9
France 3	16,4	16,1	15,2	14,7	14,7	14,1	13,3	11,8	10,7	9,7
Canal+	3,5	3,7	3,8	3,6	3,4	3,4	3,3	3,1	3,1	3,1
France 5	2,3	2,9	3,0	3,1	3,1	3,3	3,0	3,1	3,2	3,3
M6	13,2	12,6	12,5	12,6	12,5	11,5	11,0	10,8	10,4	10,8
Arte	1,6	1,8	2,0	1,8	1,6	1,8	1,7	1,7	1,6	1,5
Direct 8	-	-	-	-	-	0,2	0,7	1,4	2,0	2,3
W9	-	-	-	-	-	0,9	1,8	2,5	3,0	3,4
TMC	-	-	-	-	-	1,2	2,1	2,6	3,3	3,5
NT1	-	-	-	-	-	0,6	1,0	1,4	1,6	1,9
NRJ12	-	-	-	-	-	0,4	1,0	1,5	1,9	2,3
France 4	-	-	-	-	-	0,4	0,9	1,1	1,6	2,0
BFMTV	-	-	-	-	-	0,2	0,4	0,7	0,9	1,4
i>télé	-	-	-	-	-	0,3	0,3	0,5	0,7	0,8
Direct Star	-	-	-	-	-	0,4	0,5	0,7	1,0	1,2
Gulli	-	-	-	-	-	0,8	1,5	1,8	2,2	2,1
chaînes historiques¹	90,5	89,1	88,8	87,9	86,2	82,5	76,3	72,1	68,1	65,2
autres chaînes²	9,5	10,9	11,2	12,1	13,8	17,5	23,7	27,9	31,9	34,8
dont chaînes TNT	-	-	-	-	2,7	5,9	11,1	15,2	19,7	23,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Dont France 5 et Arte sur leurs tranches horaires de diffusion analogique (respectivement avant/après 19 heures).

² Chaînes TNT, thématiques, locales, régionales, interactives, étrangères et non signées.

Source : Médiamétrie – Médiamat.

¹ Les groupes sont constitués comme suit :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4 et France 5.

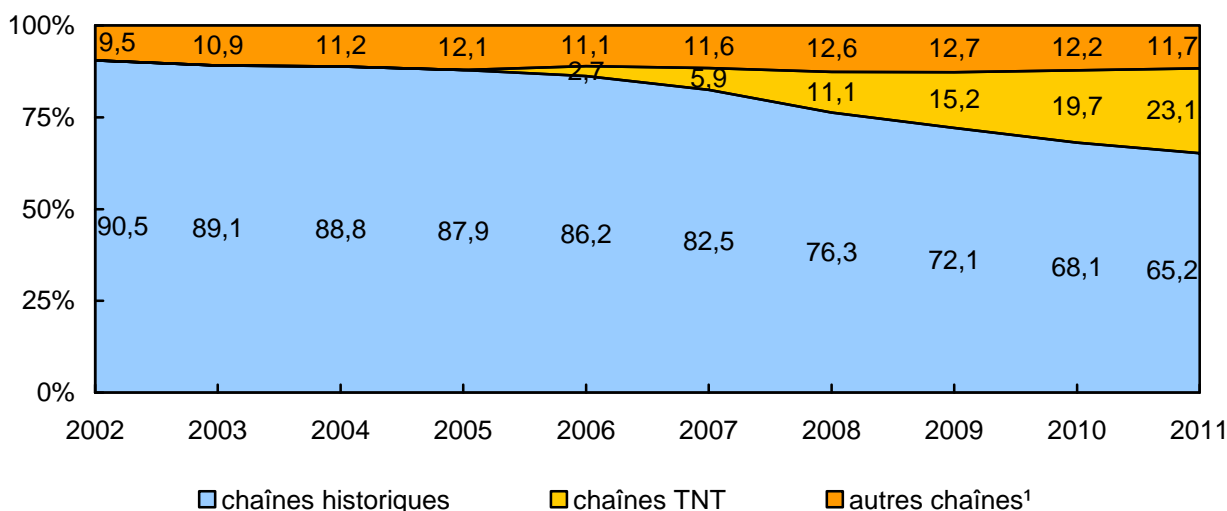
Groupe TF1 : TF1, TMC et NT1.

Groupe M6 : M6 et W9.

Groupe Canal+ : Canal+ et i>télé.

Groupe Bolloré : Direct 8 et Direct Star.

Part d'audience des chaînes (% , 4 ans et plus, ensemble de la journée)



¹ Y compris chaînes TNT en 2005.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

C. Les meilleures audiences

Le sport est le genre de programmes le plus fédérateur à la télévision. Entre 2002 et 2011, les dix meilleures audiences sont en effet enregistrées par des retransmissions sportives (de football et de rugby) avec l'équipe de France. Le match de football opposant le Portugal à la France en demi-finale de la Coupe du Monde 2006 réalise la meilleure audience des dix dernières années (22,2 millions de téléspectateurs). Il s'agit également de la plus forte audience de la télévision depuis la création de Médiamétrie.

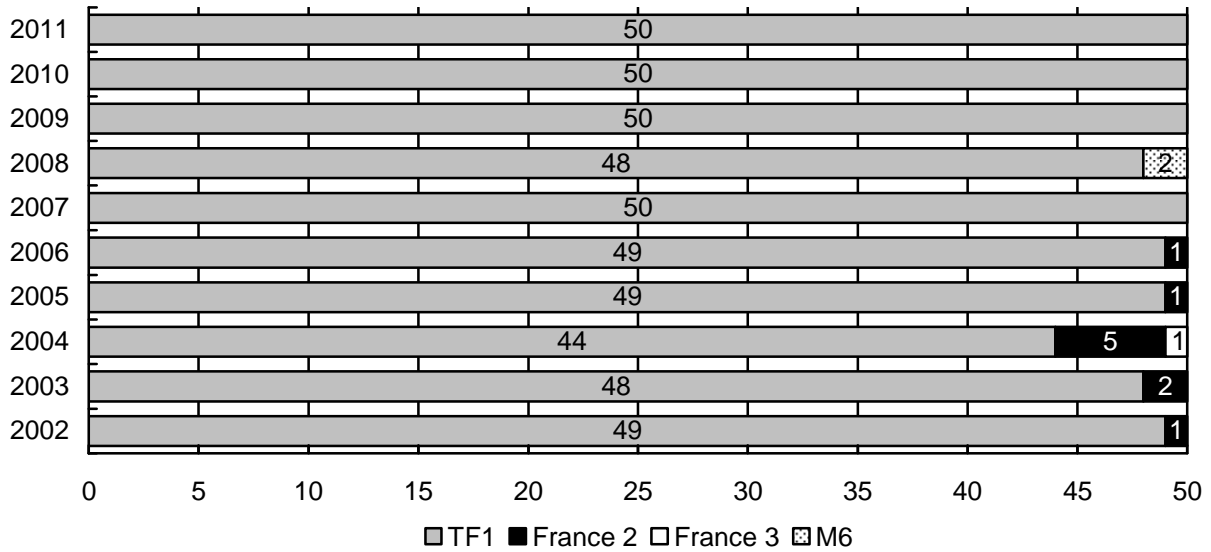
Les 10 meilleures audiences de la télévision (2002-2011)

	chaîne	genre	programme	date	télespect. (millions)
1	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : Portugal - France (demi-finale)	5 juil. 2006	22,2
2	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : France - Italie (finale)	9 juil. 2006	22,1
3	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : Espagne - France	27 juin 2006	19,6
4	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : Togo - France	23 juin 2006	18,3
5	TF1	sport	Rugby - Coupe du Monde : Angleterre - France (demi-finale)	13 oct. 2007	18,3
6	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : France - Corée du Sud	18 juin 2006	18,1
7	TF1	sport	Football - Coupe du Monde : Brésil - France	1 juil. 2006	17,9
8	TF1	sport	Rugby - Coupe du Monde : Nouvelle-Zélande - France	6 oct. 2007	16,7
9	TF1	sport	Rugby - Coupe du Monde : France - Nouvelle-Zélande (finale)	23 oct. 2011	15,4
10	TF1	sport	Football - Euro : Suisse - France	21 juin 2004	15,3

Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus).

Le palmarès des cinquante meilleures audiences annuelles est dominé par TF1. La chaîne compte au minimum 44 programmes chaque année entre 2002 et 2011. Elle occupe l'intégralité du classement en 2007, en 2009, en 2010 et en 2011.

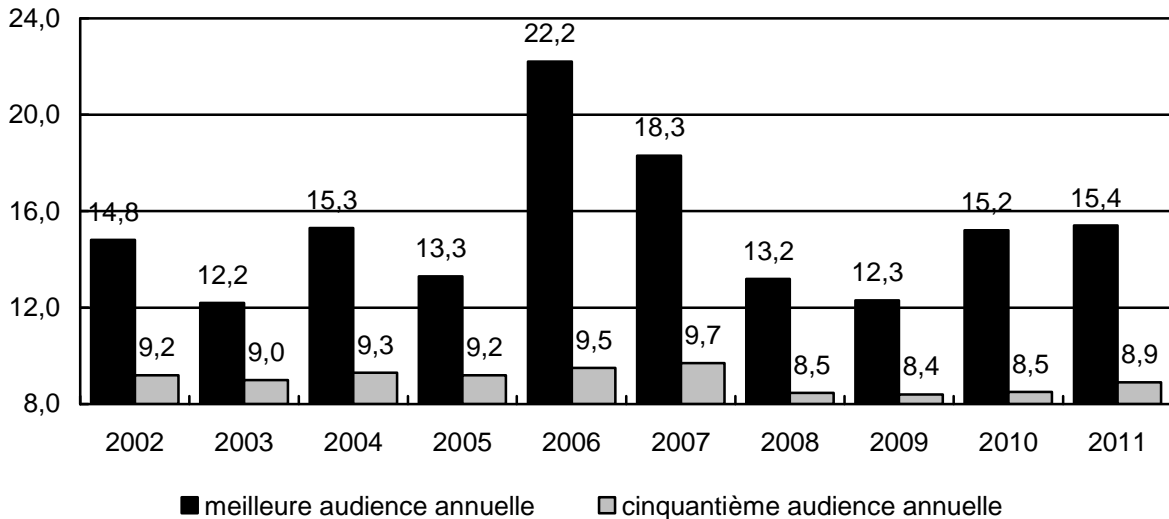
Les 50 meilleures audiences selon la chaîne



Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus).

Les chaînes de télévision parviennent toujours à réunir de larges publics malgré l'émiettement des audiences. En 2011, les cinquante meilleures audiences rassemblent entre 8,9 millions et 15,4 millions de téléspectateurs. Ces résultats sont comparables à la moyenne annuelle des dix dernières années (entre 9,0 millions et 15,2 millions de téléspectateurs).

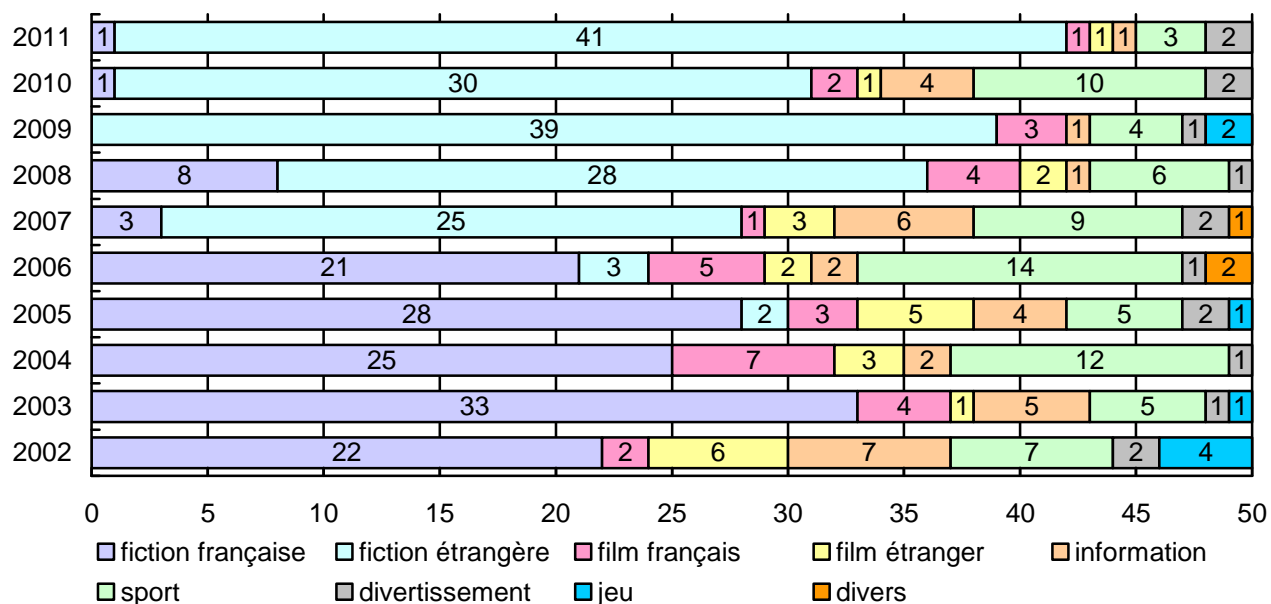
La meilleure audience et la cinquantième audience annuelle (millions de téléspectateurs)



Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus).

Trois genres de programmes composent l'essentiel du classement des cinquante meilleures audiences annuelles entre 2002 et 2011 : la fiction (62,0 % des programmes), le sport (15,0 %) et le cinéma (11,2 %). Le poids de la fiction au sein de ce palmarès est en croissance au cours des dix dernières années. Toutefois, la fiction française, majoritaire entre 2002 et 2006, est remplacée par la fiction américaine entre 2007 et 2011. En parallèle, le nombre de films qui intègrent le classement est en recul. Le palmarès compte deux films en 2011, contre huit films en 2002. La place du sport varie généralement en fonction des événements sportifs (Coupe du monde de football 2002, 2006, 2010, Euro de football 2004, Coupe du monde de rugby 2007).

Les 50 meilleures audiences selon le genre



Sont retenues les émissions dont la durée est supérieure à cinq minutes. Pour chaque année, seule la plus forte audience de chaque édition a été prise en compte pour les journaux télévisés.
Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus).

Les 50 meilleures audiences selon le genre

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
fiction française	22	33	25	28	21	3	8	0	1	1
fiction étrangère	0	0	0	2	3	25	28	39	30	41
film français	2	4	7	3	5	1	4	3	2	1
film étranger	6	1	3	5	2	3	2	0	1	1
information	7	5	2	4	2	6	1	1	4	1
sport	7	5	12	5	14	9	6	4	10	3
divertissement	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2
jeu	4	1	0	1	0	0	0	2	0	0
divers	0	0	0	0	2	1	0	0	0	0
total	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Sont retenues les émissions dont la durée est supérieure à cinq minutes. Pour chaque année, seule la plus forte audience de chaque édition a été prise en compte pour les journaux télévisés.
Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus).

III. La diffusion des programmes

A. L'offre et la consommation selon le genre de programmes

L'offre de chaînes nationales s'est fortement développée entre 2002 et 2011. En 2002, sept chaînes étaient disponibles (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 - Arte qui se partagent un même canal et M6). A partir de 2005, ce nombre passe à dix-neuf avec le développement de la télévision numérique terrestre (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, La Chaîne Parlementaire Assemblée Nationale - Public Sénat qui se partagent un même canal, France 4, BFMTV, i>télé, Europe 2 TV devenue Virgin 17 puis Direct Star et Gulli). En 2010, une vingtième chaîne est diffusée au niveau national : France Ô. En dix ans, l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites est ainsi multipliée par 3,6, passant de 43 531 heures en 2002 à 157 368 heures en 2011. En décembre 2012, le paysage audiovisuel français s'enrichira de six nouvelles chaînes diffusées en haute définition : HD1, L'Equipe HD, 6ter, Tvous La Télédiversité, RMC Découverte et Chérie HD. Ces six chaînes ont été sélectionnées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel le 27 mars 2012 en vue d'enrichir l'offre par des programmes de complément et de développer la production audiovisuelle française. Elles couvriront 25 % de la population à leur lancement, 50 % au deuxième trimestre 2013 et plus de 97 % au plus tard en 2014.

Fin 2012, les téléspectateurs auront ainsi accès à 26 chaînes, dont des chaînes destinées à des publics spécifiques (les enfants, les jeunes adultes, les femmes, etc.) ou proposant des offres thématiques (l'information, le sport, la musique, la vie citoyenne, etc.).

Lancement des chaînes de la TNT

date de lancement	chaînes
31 mars 2005	Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP AN - Public Sénat, France 4
14 octobre 2005	i>télé
17 octobre 2005	Europe 2 TV (devenue Virgin 17 puis Direct Star)
18 novembre 2005	Gulli
28 novembre 2005	BFMTV
14 juillet 2010	France Ô
12 décembre 2012	HD1, L'Equipe HD, 6ter, Tvous La Télédiversité, RMC Découverte, Chérie HD

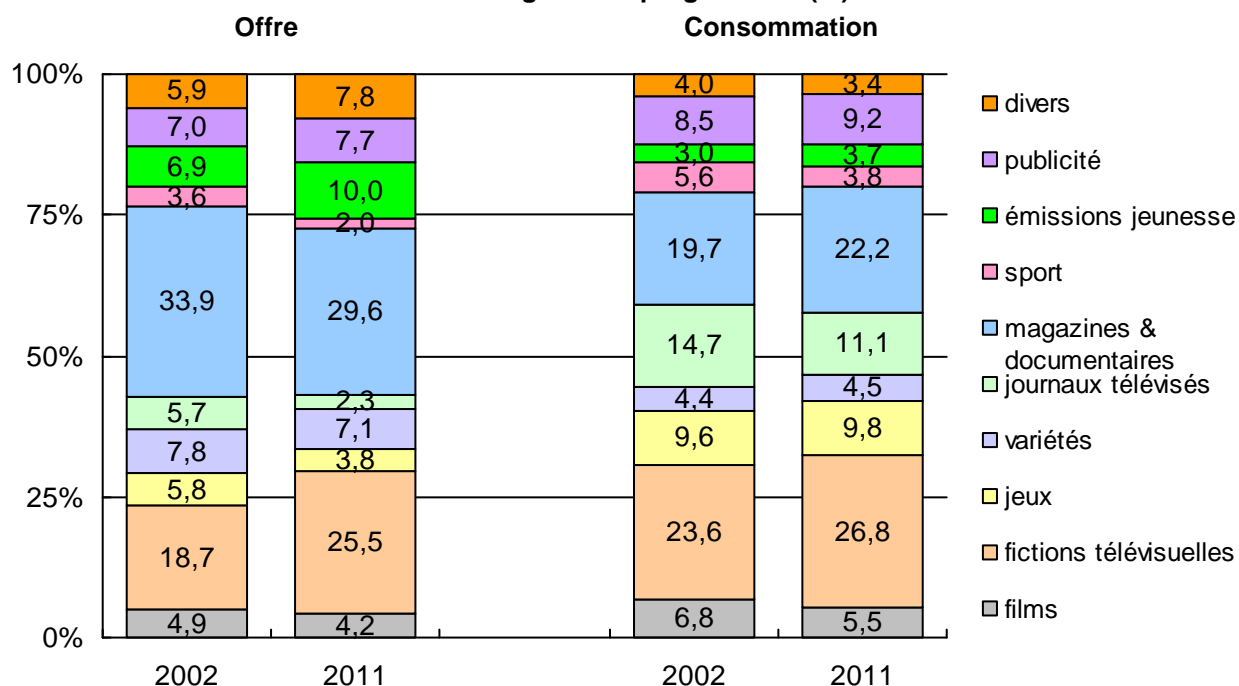
Source : CSA.

Le développement des chaînes de la TNT a modifié la structure de l'offre globale de programmes selon le genre. La principale différence porte sur la fiction, qui compose 25,5 % de l'offre de programmes sur treize chaînes en 2011, contre 18,7 % sur six chaînes en 2002 (+6,8 points). La part des émissions jeunesse (animation et autres programmes) apparaît également plus importante (10,0 % du volume horaire total en 2011, contre 6,9 % en 2002), principalement en raison du lancement de la chaîne jeunesse Gulli. Le poids des magazines et documentaires (29,6 %, contre 33,9 %), des jeux (3,8 %, contre 5,8 %), des journaux télévisés (2,3 %, contre 5,7 %) et du sport (2,0 %, contre 3,6 %) est au contraire en baisse entre 2002 et 2011. La prise en compte des chaînes de la TNT ne modifie pas sensiblement le poids des films dans l'offre totale de programmes. Le cinéma représente 4,2 % de l'offre de programmes en volume horaire en 2011, contre 4,9 % en 2002.

En termes de consommation, les téléspectateurs regardent davantage les fictions télévisuelles (26,8 % de la durée d'écoute en 2011, contre 23,6 % en 2002) et les magazines et documentaires (22,2 %, contre 19,7 %). Le poids des journaux télévisés (11,1 %, contre 14,7 %) et du sport (3,8 %, contre 5,6 %) dans la consommation de la télévision est au contraire moins important dans un paysage élargi de chaînes. La part du cinéma dans la durée d'écoute de la télévision est structurellement en recul sur les chaînes nationales historiques depuis de nombreuses années. La prise en compte des chaînes de la TNT n'infléchit pas cette tendance sur dix ans. Les films constituent 5,5 % de la consommation en 2011, contre 6,8 % en 2002.

En 2011, la fiction télévisuelle est le genre le plus consommé par les téléspectateurs devant les magazines et documentaires et les journaux télévisés. La structure de l'offre et de la consommation de programmes sur les chaînes nationales gratuites fait apparaître une surconsommation de certains genres dont les journaux télévisés et les jeux. Les journaux télévisés représentent 2,3 % du volume horaire de programmes proposés par les chaînes et 11,1 % du temps d'écoute des téléspectateurs. Les jeux composent 9,8 % de la consommation pour 3,8 % de l'offre.

Offre et consommation télévisuelle selon le genre de programmes (%)¹

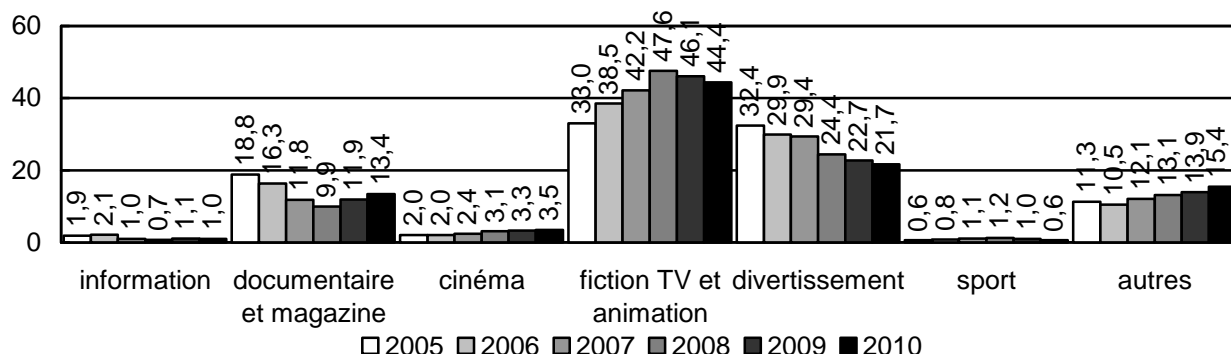


¹ Sur les chaînes nationales gratuites : en 2002, TF1, France 2, France 3, Arte, France 5, M6 ; en 2011, TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4 et Gulli.
Lecture : en 2011, les jeux représentent 3,8 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites en volume horaire, contre 5,8 % en 2002.
Source : Médiamétrie – Médiamat (4 ans et plus).

La structure de l'offre des chaînes de la TNT (hors chaînes d'information et parlementaires) présente des évolutions importantes entre 2005 et 2010. La part de la fiction télévisuelle et de l'animation dans l'offre de programmes de ces chaînes est passée de 33,0 % en 2005 à 47,6 % en 2008 avant de diminuer à 44,4 % en 2010. L'offre de divertissement (y compris la musique, le spectacle et les vidéomusiques) est en recul continu entre 2005 (32,4 %) et 2010 (21,7 %). Le poids des documentaires et magazines apparaît en baisse entre 2005 (18,8 %) et 2008 (9,9 %),

avant de progresser jusqu'en 2010 (13,4 %). Le cinéma est en croissance constante sur la même période. Il représente 3,5 % de l'offre des chaînes de la TNT en 2010, contre 2,0 % en 2005.

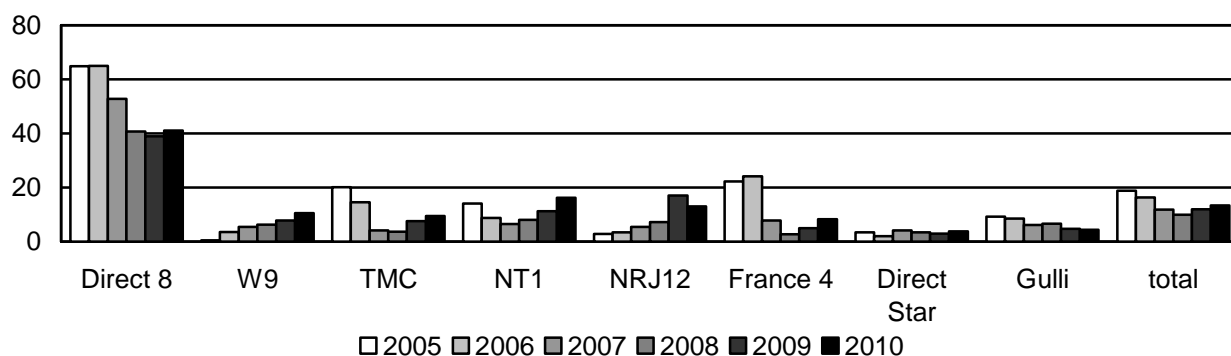
Offre des chaînes de la TNT selon le genre de programmes (%)¹



¹ Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star (ex-Virgin 17, ex-Europe 2 TV), Gulli. Le divertissement inclut notamment la musique, le spectacle et les vidéomusiques. La catégorie « autres » intègre notamment la publicité, le téléachat et l'autopromotion. Source : CSA.

En 2010, les documentaires et les magazines représentent entre 3,8 % et 41,1 % de l'offre selon la chaîne. Par rapport à 2005, la part des documentaires et des magazines recule notamment de 23,8 points sur Direct 8. Elle progresse, au contraire, de plus de 10 points sur W9 et NRJ12.

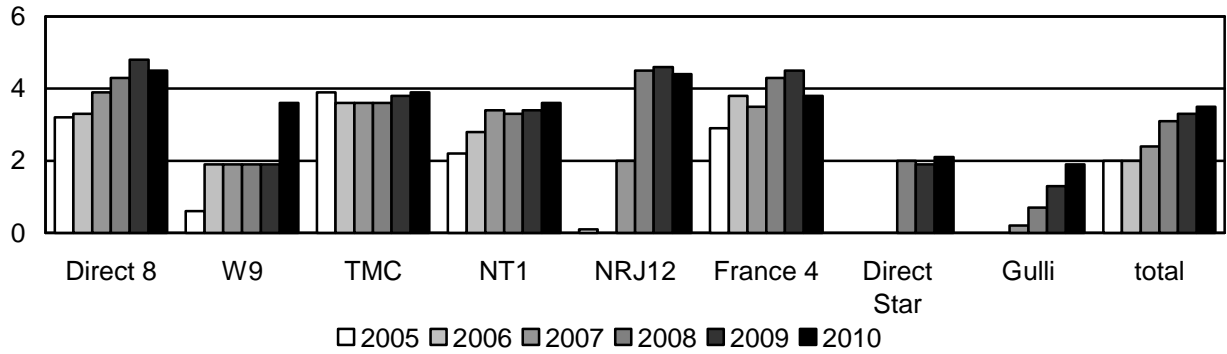
Offre de documentaire et magazine des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes)



Source : CSA.

En 2010, le cinéma constitue entre 1,9 % et 4,5 % de l'offre selon la chaîne. Par rapport à 2005, la part du cinéma est en hausse sur toutes les chaînes, à l'exception de TMC qui présente une offre stable. Le poids du cinéma progresse de 4,3 points sur NRJ12 et de 2,9 points sur W9.

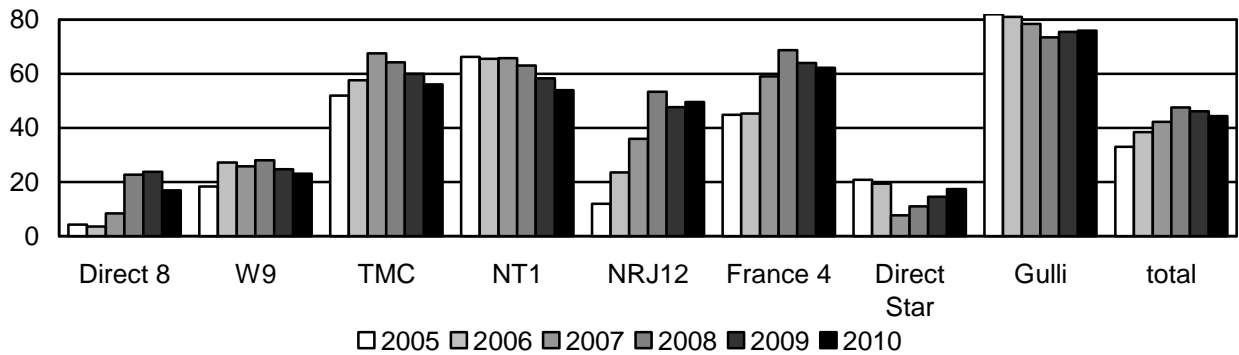
Offre de cinéma des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes)



Source : CSA.

En 2010, la fiction et l'animation composent entre 16,9 % et 76,0 % de l'offre selon la chaîne. Par rapport à 2005, la part de la fiction et de l'animation progresse notamment de 37,7 points sur NRJ12 alors qu'elle recule de 12,4 points sur NT1.

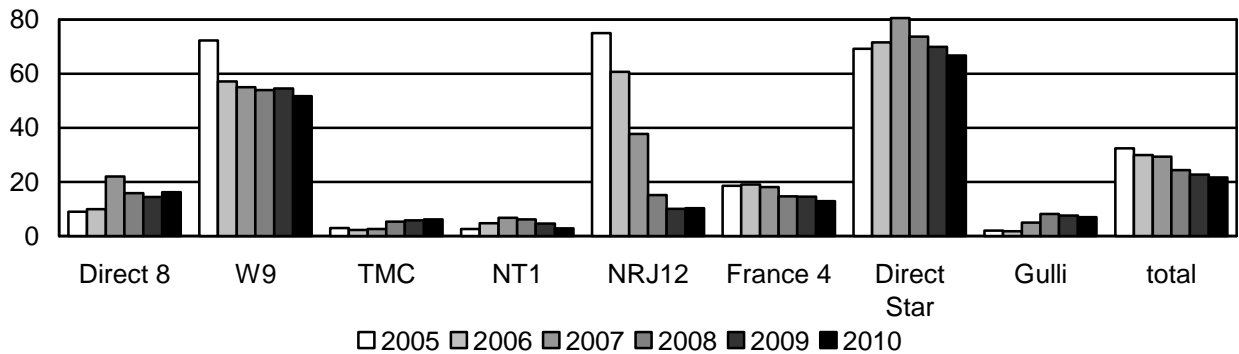
Offre de fiction et d'animation des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes)



Source : CSA.

En 2010, le divertissement (y compris la musique, le spectacle et les vidéomusiques) représente entre 2,8 % et 66,7 % de l'offre selon la chaîne. Par rapport à 2005, le poids du divertissement recule notamment de 64,6 points sur NRJ12. Il progresse au contraire de 7,2 points sur Direct 8.

Offre de divertissement des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes)

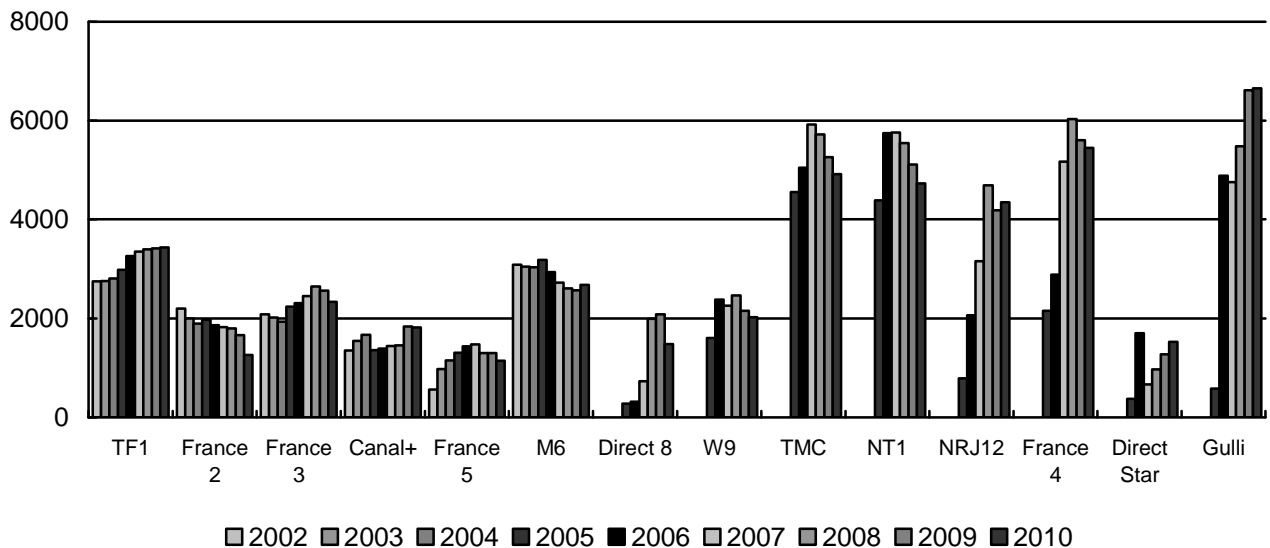


Source : CSA.

B. L'offre de fiction et d'animation

En 2010, le volume de fiction télévisuelle et d'animation diffusée sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli) s'établit à 43 811 heures (12 039 heures en 2002). Il diminue de 4,0 % par rapport à 2009. Cette évolution s'explique principalement par le recul de l'offre de fiction et d'animation sur Direct 8 (-602 heures), sur France 2 (-405 heures) et sur NT1 (-381 heures). Le volume de fiction et d'animation est notamment en augmentation sur M6 (+111 heures), sur NRJ12 (+164 heures) et sur Direct Star (+249 heures). Sur l'ensemble de la journée, Gulli (6 655 heures), France 4 (5 446 heures) et TMC (4 916 heures) sont les plus importants diffuseurs de fiction et d'animation en 2010. Direct 8 (1 485 heures), France 2 (1 263 heures) et France 5 (1 144 heures) présentent les volumes les plus faibles. En ce qui concerne les chaînes nationales historiques, le volume de fiction et d'animation progresse entre 2002 et 2010 sur TF1, France 3, Canal+ et France 5 alors qu'il diminue sur France 2 et M6.

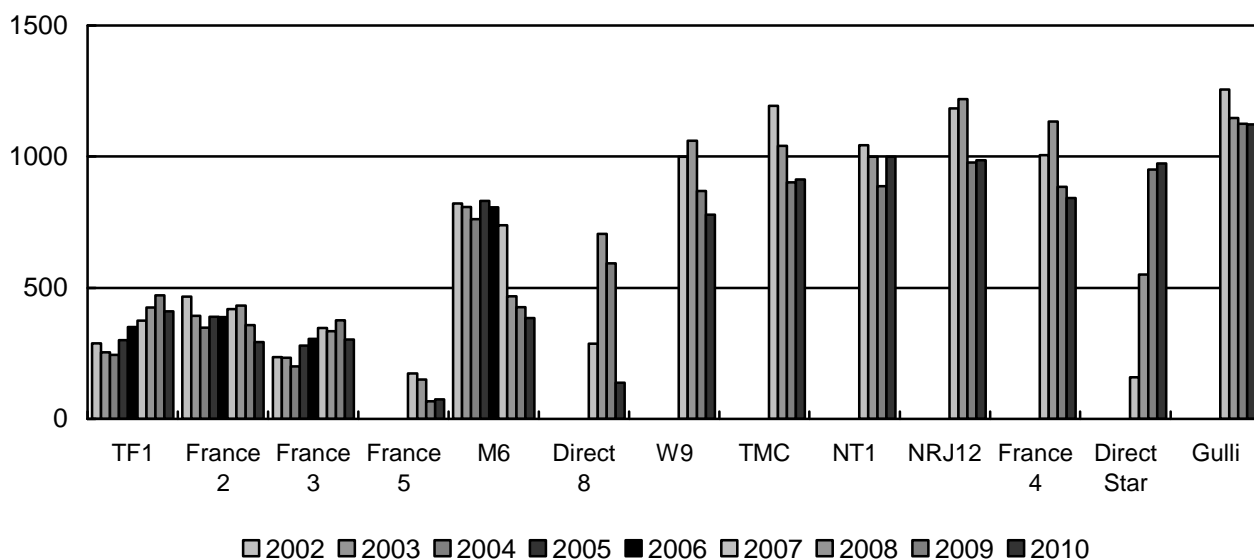
Offre de fiction et d'animation sur l'ensemble de la journée (heures)



Source : CSA.

Aux heures de forte audience (18 heures-23 heures), l'offre de fiction et d'animation sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli) s'établit à 8 216 heures en 2010 (1 811 heures en 2002). Elle est en baisse de 7,5 % par rapport à 2009, principalement en raison de la diminution de l'offre de Direct 8 (-454 heures), de W9 (-91 heures) et de France 3 (-74 heures). Entre 2002 et 2010, l'offre de fiction et d'animation diffusée entre 18 heures et 23 heures progresse de 42,5 % sur TF1. Elle diminue au contraire de 53,1 % sur M6, la chaîne ayant opéré un repositionnement éditorial en avant-soirée en 2008. Avant 2008, M6 était la chaîne historique la plus proche des chaînes de la TNT en volume de fiction et d'animation diffusée aux heures de forte audience. A partir de 2008, M6 propose des volumes comparables à ceux des autres chaînes généralistes historiques (TF1, France 2 et France 3).

Offre de fiction et d'animation entre 18 heures et 23 heures (heures)

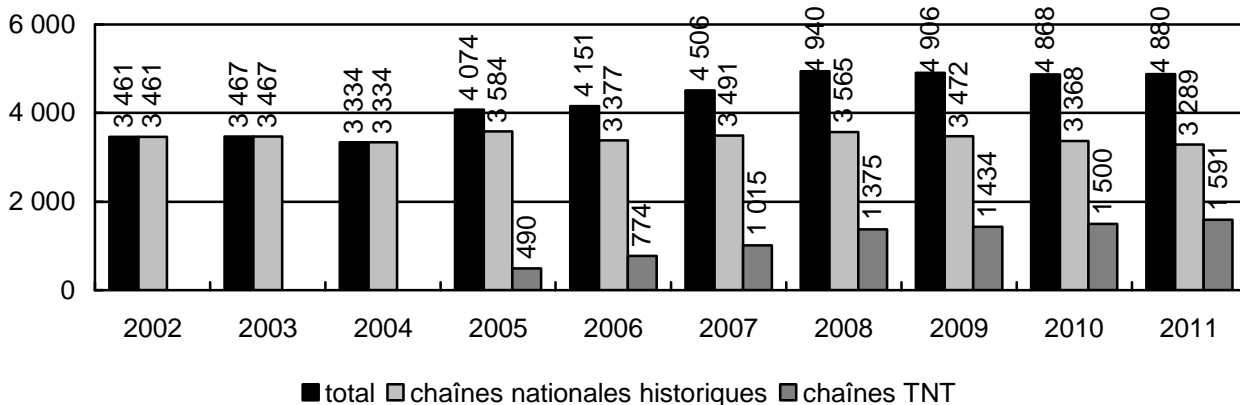


Source : CSA.

C. L'offre de films

En 2011, 4 880 diffusions de films sont comptabilisées sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP Assemblée Nationale, France 4, Direct Star, Gulli). En 2002, le volume de films programmés était inférieur à 3 500 diffusions. En dix ans, le nombre de diffusions de films progresse ainsi de 41,0%. L'offre s'est enrichie en raison de la progression continue du volume de diffusion des chaînes de la TNT (Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP Assemblée Nationale, France 4, Direct Star, Gulli). En parallèle, l'offre diminue de 5,0 % sur les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) au cours des dix dernières années. L'offre cinématographique est en retrait sur les chaînes privées historiques (-27,2 % sur TF1, -18,9 % sur Canal+, -35,8 % sur M6) alors qu'elle progresse sur les chaînes publiques historiques (+12,6 % sur France 2, +12,1 % sur France 3, +60,0 % sur France 5, +65,6 % sur Arte). En 2011, les chaînes de la TNT diffusent moitié moins de films que les chaînes nationales historiques.

Diffusion des films sur les chaînes nationales



Source : CNC-CSA.

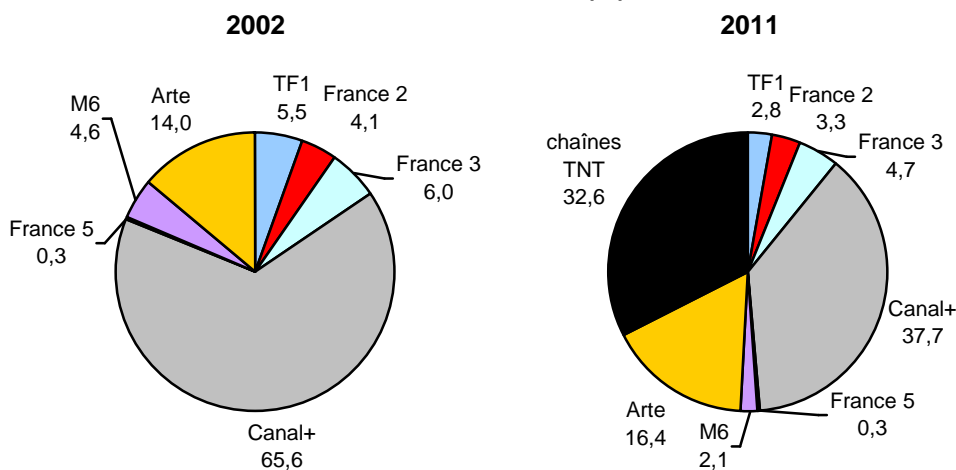
Diffusion des films sur les chaînes nationales

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	191	191	189	191	183	190	175	188	145	139	-27,2%	-3,5%
France 2	143	158	164	158	153	164	144	181	171	161	+12,6%	+1,3%
France 3	206	209	244	237	230	243	244	243	241	231	+12,1%	+1,3%
Canal+	2 269	2 255	2 125	2 292	2 079	2 084	1 947	1 902	1 824	1 840	-18,9%	-2,3%
France 5	10	8	11	1	4	-	7	11	11	16	+60,0%	+5,4%
M6	159	170	165	173	141	148	137	125	137	102	-35,8%	-4,8%
Arte	483	476	436	532	587	662	911	822	839	800	+65,6%	+5,8%
Direct 8	-	-	-	132	174	213	226	242	225	212	-	-
W9	-	-	-	34	104	104	104	104	191	192	-	-
TMC	-	-	-	146	197	197	202	206	206	210	-	-
NT1	-	-	-	87	151	192	188	192	200	202	-	-
NRJ12	-	-	-	3	-	104	251	244	229	204	-	-
LCP AN	-	-	-	4	7	1	32	35	42	45	-	-
France 4	-	-	-	84	141	192	237	234	192	215	-	-
Direct Star	-	-	-	-	-	2	102	104	112	171	-	-
Gulli	-	-	-	-	-	10	33	73	103	140	-	-
total	3 461	3 467	3 334	4 074	4 151	4 506	4 940	4 906	4 868	4 880	+41,0%	+3,9%

Source : CNC-CSA.

Parmi les chaînes nationales, Canal+ est le principal diffuseur de films (37,7 % des diffusions totales en 2011). Toutefois, la part de Canal+ diminue de 27,9 points par rapport à 2002. Les chaînes de la TNT, lancées en 2005, cumulent 32,6 % des diffusions en 2011. Arte est la seule chaîne historique dont le poids dans l'offre cinématographique est en progression (+2,4 points à 16,4 %).

Diffusion des films sur les chaînes nationales (%)

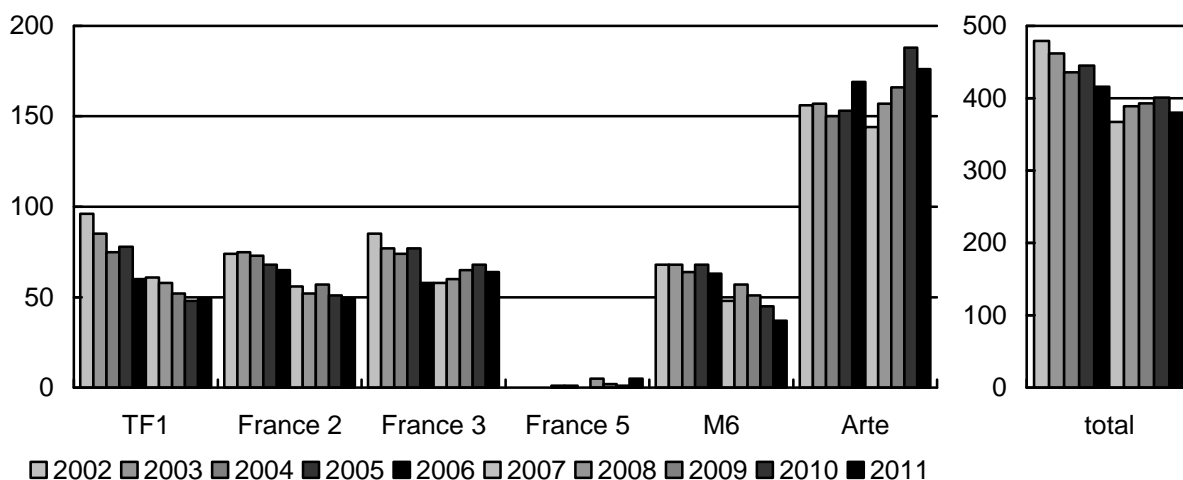


Source : CNC-CSA.

En 2011, 1 381 diffusions de films sont proposées en première partie de soirée (20h30-22h20) sur les chaînes nationales gratuites (45,4 % de leur offre totale). En 2002, les six chaînes nationales historiques programmaient 479 diffusions de films sur cette tranche horaire (40,2 % de leur offre totale). Le volume de films diffusés entre 20h30 et 22h20 sur les chaînes de la TNT progresse chaque année depuis leur lancement. Il atteint 1 001 diffusions en 2011, contre 261 diffusions en 2005. L'offre cinématographique des chaînes nationales historiques gratuites en première partie de soirée recule de 20,7 % entre 2002 et 2011. Elle diminue de 49,0 % sur

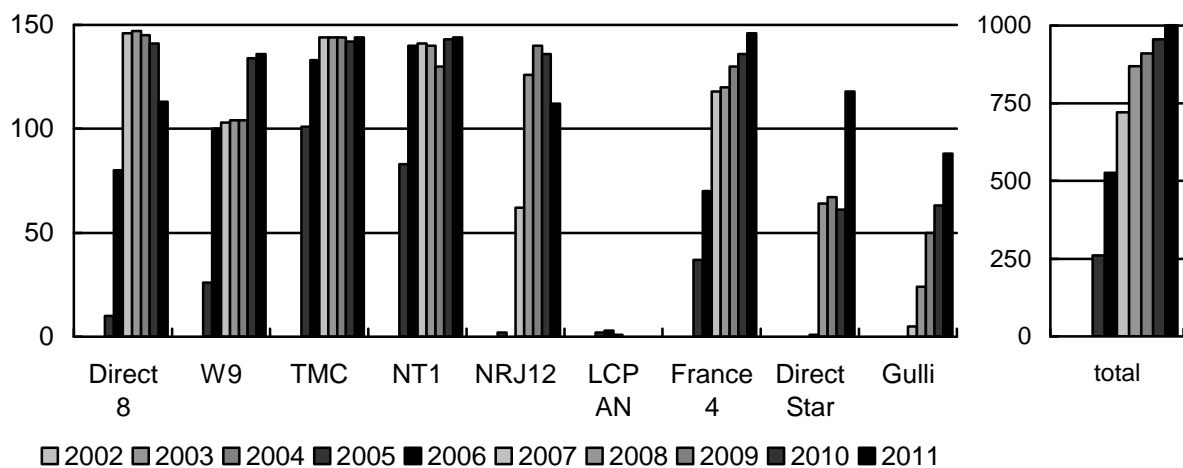
TF1, de 33,8 % sur France 2, de 24,7 % sur France 3 et de 45,6 % sur M6 alors qu'elle progresse de 12,8 % sur Arte.

Diffusion des films sur les chaînes nationales historiques gratuites en première partie de soirée¹



¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h20.
Source : CNC-CSA.

Diffusion des films sur les chaînes de la TNT en première partie de soirée¹



¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h20.
Source : CNC-CSA.

Diffusion des films sur les chaînes nationales en première partie de soirée¹

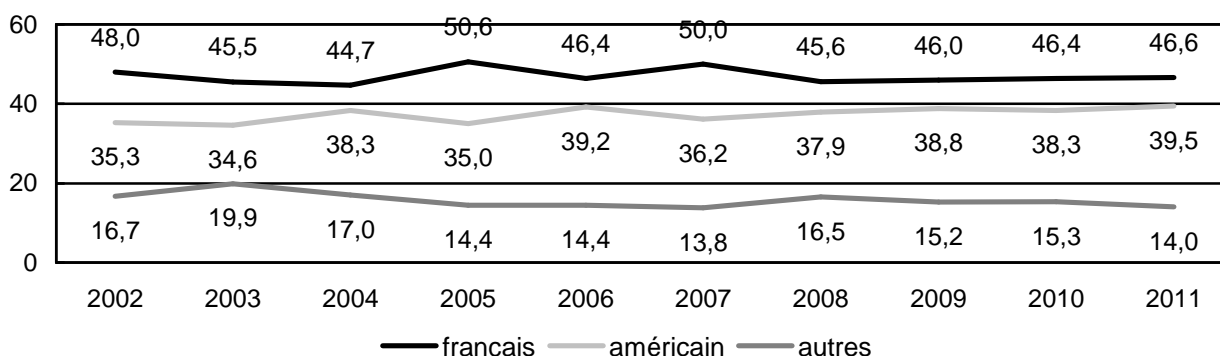
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	96	85	75	78	60	61	58	52	48	49	-49,0%	-7,2%
France 2	74	75	73	68	65	56	52	57	51	49	-33,8%	-4,5%
France 3	85	77	74	77	58	58	60	65	68	64	-24,7%	-3,1%
Canal+	-	-	-	-	-	294	306	280	254	274	-	-
France 5	-	-	-	1	1	-	5	2	1	5	-	-
M6	68	68	64	68	63	48	57	51	45	37	-45,6%	-6,5%
Arte	156	157	150	153	169	144	157	166	188	176	+12,8%	+1,3%
Direct 8	-	-	-	10	80	146	147	145	141	113	-	-
W9	-	-	-	26	100	103	104	104	134	136	-	-
TMC	-	-	-	101	133	144	144	144	142	144	-	-
NT1	-	-	-	83	140	141	140	130	143	144	-	-
NRJ12	-	-	-	2	-	62	126	140	136	112	-	-
LCP AN	-	-	-	2	3	1	-	-	-	-	-	-
France 4	-	-	-	37	70	118	120	130	136	146	-	-
Direct Star	-	-	-	-	-	1	64	67	61	118	-	-
Gulli	-	-	-	-	-	5	24	50	63	88	-	-
total (hors Canal+)	479	462	436	706	942	1 088	1 258	1 303	1 357	1 381	+188,3%	+12,5%

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h20 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur Canal+. Pour Canal+, les données sont disponibles à partir de 2007.

Source : CNC-CSA.

En première partie de soirée, la progression de l'offre cinématographique des chaînes nationales gratuites (historiques et de la TNT) entre 2002 et 2011 concerne à la fois les films français (+413 diffusions) et les films américains (+376 diffusions). La part des films américains est en progression sur cette période, la proportion de films américains étant plus importante sur les chaînes de la TNT et en croissance depuis leur lancement. La part des films américains sur les chaînes de la TNT s'élève en effet à 41,7 % en 2011, contre 31,8 % en 2005. En parallèle, elle s'établit à 33,7 % sur les chaînes nationales historiques gratuites en 2011, contre 35,3 % en 2002. La part des films français sur les chaînes nationales gratuites est relativement stable au cours des dix dernières années. Elle s'établit à 46,6 % en 2011, contre 47,0 % en moyenne entre 2002 et 2011. Cette proportion est toutefois en recul régulier sur les chaînes de la TNT (46,7 % en 2011, contre 56,7 % en 2002).

Diffusion des films sur les chaînes nationales gratuites en 1^{ère} partie de soirée selon la nationalité (%)¹



¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h20 ; en 2002, TF1, France 2, France 3, Arte, France 5, M6 ; en 2011, TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP AN, France 4, Direct Star et Gulli.

Source : CNC-CSA.

Diffusion des films sur les chaînes nationales gratuites en 1^{ère} partie de soirée selon la nationalité¹

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
français	230	210	195	357	437	544	574	599	630	643	+179,6%	+12,1%
américain	169	160	167	247	369	394	477	506	520	545	+222,5%	+13,9%
autres	80	92	74	102	136	150	207	198	207	193	+141,3%	+10,3%
total	479	462	436	706	942	1 088	1 258	1 303	1 357	1 381	+188,3%	+12,5%

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h20.

Source : CNC-CSA.

D. La diffusion des œuvres audiovisuelles

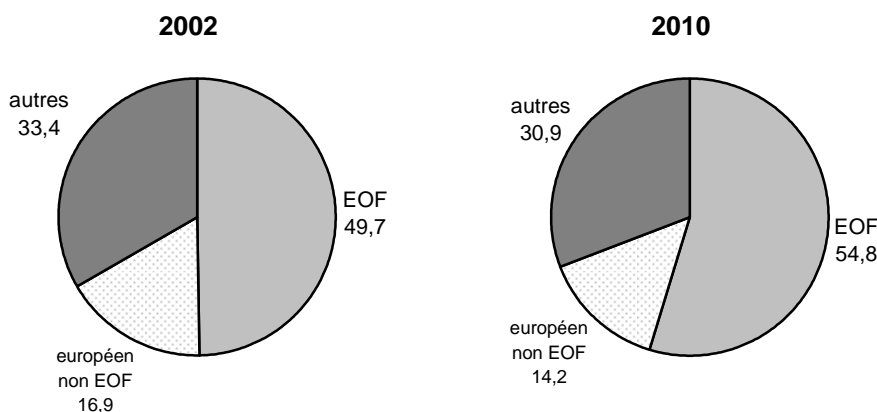
D'après l'article 4 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié, relatif à la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, « *constituent des œuvres audiovisuelles les émissions ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques ; journaux et émissions d'information ; variétés ; jeux ; émissions autres que de fiction majoritairement réalisées en plateau ; retransmissions sportives ; messages publicitaires ; télé-achat ; autopromotion ; services de télétexte* ». Par déduction, les œuvres audiovisuelles sont donc les genres de programmes suivants : fiction télévisuelle, animation, documentaire, magazine et divertissement minoritairement réalisé en plateau, vidéomusiques, court métrage, concerts et spectacles.

Les chaînes de télévision doivent consacrer, dans le total du temps annuellement dédié à la diffusion d'œuvres audiovisuelles, sur l'ensemble de la journée et aux heures de grande écoute, au moins 60,0 % à la diffusion d'œuvres européennes et 40,0 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française (EOF).

En 2010, les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli) diffusent 74 877 heures d'œuvres audiovisuelles sur l'ensemble de la journée. En 2002, les six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) programmaient 23 830 heures d'œuvres audiovisuelles. Le volume d'œuvres audiovisuelles diffusées sur les chaînes nationales a ainsi été multiplié par trois avec le développement des chaînes de la TNT. Les chaînes de la TNT diffusent, pour la majorité d'entre elles, davantage d'œuvres audiovisuelles que les chaînes nationales historiques. Gulli (7 129 heures en 2010), W9 (7 051 heures) et Direct Star (7 006 heures) sont les chaînes qui proposent les volumes d'œuvres audiovisuelles les plus élevés alors que Direct 8 (2 940 heures), Canal+ (2 792 heures) et France 2 (2 459 heures) présentent les plus faibles volumes.

La part des œuvres d'expression originale française (EOF) est en progression. En 2010, 54,8 % des œuvres audiovisuelles diffusées sur l'ensemble de la journée sur les chaînes nationales sont des programmes EOF, contre 49,7 % en 2002. Cette proportion augmente de 7,8 points à 57,5 % sur les chaînes nationales historiques. Elle atteint 53,4 % sur les chaînes de la TNT en 2010 (49,2 % en 2006). La part des œuvres étrangères non européennes s'établit à 30,9 % sur les chaînes nationales en 2010, contre 33,4 % en 2002. Elle recule notamment de 6,4 points à 27,0 % sur les chaînes nationales historiques. Les chaînes de la TNT diffusent une proportion plus importante d'œuvres étrangères non européennes (33,0 % en 2010).

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (%)¹



¹ EOF : expression originale française.
Source : CSA.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (heures)¹

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
européen	chaînes historiques	15 866	15 969	15 890	17 781	18 745	18 768	19 402	19 617	18 859
	chaînes TNT	-	-	-	16 506	29 801	28 002	30 187	32 931	32 861
	total	15 866	15 969	15 890	34 287	48 547	46 770	49 588	52 548	51 720
EOF ²	chaînes historiques	11 850	11 949	11 753	13 334	14 424	14 603	14 890	15 399	14 857
	chaînes TNT	-	-	-	11 405	22 423	21 483	23 952	25 590	26 211
	total	11 850	11 949	11 753	24 739	36 847	36 086	38 842	40 989	41 068
autres	chaînes historiques	7 963	7 762	7 563	8 068	7 867	7 509	7 027	7 186	6 979
	chaînes TNT	-	-	-	8 908	15 770	16 766	17 828	16 729	16 178
	total	7 963	7 762	7 563	16 976	23 638	24 274	24 856	23 915	23 157
total	chaînes historiques	23 830	23 731	23 452	25 849	26 612	26 277	26 429	26 803	25 839
	chaînes TNT	-	-	-	25 414	45 572	44 768	48 015	49 660	49 039
	total	23 830	23 731	23 452	51 263	72 184	71 044	74 444	76 462	74 877

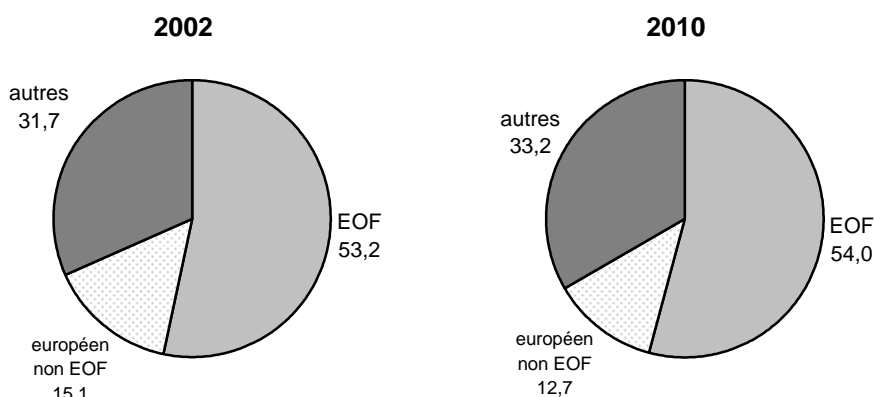
¹ Hors TMC en 2005 ; chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, chaînes TNT : Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli.

² EOF : expression originale française.
Source : CSA.

En 2010, les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli) diffusent 19 595 heures d'œuvres audiovisuelles aux heures de grande écoute (26,2 % de leur offre totale). En 2002, les six chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) programmaient 3 517 heures d'œuvres audiovisuelles. Le volume d'œuvres audiovisuelles diffusées sur les chaînes nationales a ainsi été multiplié par plus de cinq avec le développement des chaînes de la TNT. Ces dernières présentent toutefois un volume en baisse régulière (15 345 heures en 2010, contre 20 669 heures en 2006). Les chaînes de la TNT diffusent, pour la majorité d'entre elles, davantage d'œuvres audiovisuelles que les chaînes nationales historiques aux heures de grande écoute. NT1 (3 228 heures en 2010), Direct Star (2 959 heures) et W9 (2 252 heures) sont les chaînes qui proposent les volumes d'œuvres audiovisuelles les plus élevés alors que France 3 (662 heures), France 2 (561 heures) et Canal+ (225 heures) présentent les plus faibles volumes. La part des œuvres d'expression originale française (EOF) est relativement stable. En 2010, 54,0 % des œuvres audiovisuelles diffusées aux heures de grande écoute sur les chaînes nationales sont des programmes EOF, contre 53,2 % en 2002. Cette proportion avait nettement

diminué avec le lancement des chaînes de la TNT avant de progresser régulièrement. En 2010, cette proportion s'élève à 49,8 % sur les chaînes de la TNT (44,2 % en 2006) et à 69,4 % sur les chaînes nationales historiques (53,2 % en 2002). La part des œuvres étrangères non européennes est en progression. Elle s'établit à 33,2 % sur les chaînes nationales en 2010, contre 31,7 % en 2002. En 2010, cette proportion est de 19,8 % sur les chaînes nationales historiques (31,7 % en 2002) et de 36,9 % sur les chaînes de la TNT (40,6 % en 2006).

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (%)¹



¹ EOF : expression originale française. Heures de grande écoute : cf. infra.
Source : CSA.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (heures)¹

		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
européen	chaînes historiques	2 401	2 352	2 299	3 269	3 510	3 499	3 470	3 312	3 406
	chaînes TNT	-	-	-	7 261	12 273	11 213	9 931	10 040	9 678
	total	2 401	2 352	2 299	10 530	15 783	14 712	13 401	13 352	13 084
EOF ²	chaînes historiques	1 871	1 868	1 816	2 542	2 824	2 803	2 827	2 856	2 950
	chaînes TNT	-	-	-	5 057	9 132	8 518	7 913	7 840	7 640
	total	1 871	1 868	1 816	7 599	11 956	11 321	10 740	10 696	10 590
autres	chaînes historiques	1 116	1 041	971	1 227	1 223	1 239	957	1 129	843
	chaînes TNT	-	-	-	5 356	8 396	7 753	7 442	5 644	5 667
	total	1 116	1 041	971	6 583	9 619	8 992	8 398	6 773	6 511
total	chaînes historiques	3 517	3 393	3 270	4 496	4 733	4 738	4 427	4 441	4 249
	chaînes TNT	-	-	-	12 617	20 669	18 967	17 372	15 684	15 345
	total	3 517	3 393	3 270	17 113	25 403	23 704	21 799	20 126	19 595

¹ Hors TMC en 2005 ; chaînes historiques : TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 (depuis 2005), M6, chaînes TNT : Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Direct Star, Gulli ; heures de grande écoute : cf. infra.

² EOF : expression originale française.

Source : CSA.

Sur l'ensemble de la journée, la part des œuvres d'expression originale française progresse sur l'ensemble des chaînes nationales historiques à l'exception de TF1 (-6,1 points) entre 2002 et 2010. En ce qui concerne les chaînes de la TNT, cette proportion est en hausse entre 2005 et 2010 sur W9, NT1, NRJ12, France 4 et Direct Star alors qu'elle diminue sur Direct 8, TMC et Gulli. NRJ12 présente, au cours de ses cinq premiers exercices, une proportion d'œuvres européennes inférieure au seuil réglementaire.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (%)¹

		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TF1	européen	62,6	62,1	62,7	60,9	60,7	61,5	60,6	60,9	60,8
	EOF	55,4	53,0	54,2	50,7	48,1	47,0	50,3	52,9	49,3
France 2	européen	72,1	71,5	73,0	74,1	77,7	79,4	84,2	81,5	76,9
	EOF	44,7	48,9	50,1	50,9	56,1	55,9	60,8	59,7	62,0
France 3	européen	64,9	68,7	74,5	71,8	76,3	78,5	78,2	81,9	84,2
	EOF	55,9	59,5	64,4	63,5	66,1	67,0	64,5	68,7	72,5
Canal+	européen	65,6	61,7	56,0	63,3	64,5	64,6	66,5	65,9	64,0
	EOF	43,8	42,5	34,4	45,4	48,3	51,9	48,3	50,3	51,6
France 5	européen	77,8	83,6	82,1	81,8	81,3	82,5	84,4	82,6	83,8
	EOF	56,2	57,3	52,3	57,3	60,0	64,3	63,0	62,4	62,2
M6	européen	61,2	60,1	60,7	60,5	62,1	62,2	66,5	67,1	67,3
	EOF	43,1	42,8	44,1	42,2	46,6	46,9	49,6	50,1	49,7
chaînes historiques	européen	66,6	67,3	67,8	68,8	70,4	71,4	73,4	73,2	73,0
	EOF	49,7	50,4	50,1	51,6	54,2	55,6	56,3	57,5	57,5
Direct 8	européen	-	-	-	95,0	71,5	71,7	63,4	67,9	78,8
	EOF	-	-	-	90,0	65,5	71,7	62,6	63,0	61,6
W9	européen	-	-	-	67,3	68,4	67,2	66,9	67,3	69,7
	EOF	-	-	-	48,1	50,5	49,3	48,3	48,3	57,0
TMC	européen	-	-	-	65,7	69,2	64,2	61,9	60,9	61,1
	EOF	-	-	-	45,8	45,3	41,3	40,0	40,5	42,0
NT1	européen	-	-	-	65,9	63,4	63,5	62,0	60,5	61,1
	EOF	-	-	-	41,4	43,2	53,8	52,9	48,0	45,5
NRJ12	européen	-	-	-	53,0	53,5	47,9	47,9	59,7	60,5
	EOF	-	-	-	34,2	42,8	41,0	43,0	47,8	51,0
France 4	européen	-	-	-	69,4	60,0	61,4	68,2	67,6	71,9
	EOF	-	-	-	49,0	41,7	40,8	54,1	51,0	58,0
Direct Star	européen	-	-	-	68,7	64,9	64,5	63,1	69,9	62,7
	EOF	-	-	-	43,4	45,3	47,1	46,5	50,6	45,8
Gulli	européen	-	-	-	81,9	80,5	67,6	67,2	75,3	74,7
	EOF	-	-	-	81,9	79,0	61,3	58,7	67,4	68,8
chaînes TNT²	européen	-	-	-	64,9	65,4	62,6	62,9	66,3	67,0
	EOF	-	-	-	44,9	49,2	48,0	49,9	51,5	53,4
total²	européen	66,6	67,3	67,8	66,9	67,3	65,8	66,6	68,7	69,1
	EOF	49,7	50,4	50,1	48,3	51,0	50,8	52,2	53,6	54,8

¹ EOF : expression originale française. Un chiffre en rouge indique que la proportion se situe en-deçà des seuils réglementaires, fixés à 60 % d'œuvres européennes et 40 % d'œuvres EOF. NT1 bénéficie, au cours de ses deux premiers exercices, d'une montée en charge de ces taux, fixés respectivement à 55 % et 30 % en 2005, à 58 % et 35 % en 2006.

² Hors TMC en 2005.

Lecture : En 2010, 60,8 % des œuvres audiovisuelles (en volume horaire) diffusées sur l'ensemble de la journée sur TF1 sont des programmes européens.

Source : CSA.

Aux heures de grande écoute, la part des œuvres d'expression originale française augmente notamment de 23,6 points sur M6. Sur les chaînes de la TNT, cette proportion progresse entre 2005 et 2010 sur W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4 et Direct Star alors qu'elle diminue sur Direct 8 et Gulli. Cinq chaînes de la TNT présentent au moins un quota d'œuvres européennes ou EOF inférieur au seuil réglementaire aux heures de grande écoute entre 2005 et 2010 : Direct 8, TMC, NT1, NRJ12 et Direct Star. La part des œuvres européennes était ainsi inférieure à 60 % sur les chaînes de la TNT entre 2005 et 2008.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (%)¹

		2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TF1	européen	66,0	67,5	71,4	64,0	60,8	63,8	61,0	61,0	61,4
	EOF	58,7	63,3	62,9	52,2	53,6	46,5	53,0	57,7	60,0
France 2	européen	68,9	74,5	74,9	75,4	81,8	76,7	84,2	75,5	81,4
	EOF	54,7	62,0	61,3	63,7	69,8	56,3	62,0	60,8	70,5
France 3	européen	84,5	86,3	91,0	92,2	91,5	91,7	93,5	90,6	98,0
	EOF	69,8	72,5	85,2	83,5	87,8	84,3	76,2	79,2	83,0
Canal+	européen	71,3	66,3	63,0	60,8	65,5	62,4	63,9	64,2	62,4
	EOF	63,5	52,5	42,2	42,0	42,2	44,0	44,8	44,9	45,3
France 5	européen	-	-	-	82,2	86,6	87,8	92,9	88,5	92,9
	EOF	-	-	-	63,0	67,7	77,0	78,3	75,4	75,9
M6	européen	62,0	61,3	60,9	62,1	60,8	60,9	67,9	64,6	74,2
	EOF	42,8	42,5	40,7	41,0	41,5	44,7	56,6	56,6	66,5
chaînes historiques	européen	68,3	69,3	70,3	72,7	74,2	73,9	78,4	74,6	80,2
	EOF	53,2	55,0	55,5	56,5	59,7	59,2	63,9	64,3	69,4
Direct 8	européen	-	-	-	98,0	78,2	81,6	49,7	64,9	86,7
	EOF	-	-	-	96,0	76,2	81,6	49,2	60,1	59,1
W9	européen	-	-	-	61,3	60,8	61,3	60,0	61,1	61,7
	EOF	-	-	-	43,4	42,4	44,3	44,5	46,8	49,5
TMC	européen	-	-	-	55,4	63,2	61,4	61,7	62,7	60,0
	EOF	-	-	-	33,8	40,4	40,0	45,0	41,9	45,4
NT1	européen	-	-	-	51,8	52,4	60,6	60,4	62,3	60,3
	EOF	-	-	-	31,9	35,4	42,3	43,1	40,4	41,7
NRJ12	européen	-	-	-	37,0	34,5	27,6	28,5	57,2	60,4
	EOF	-	-	-	23,4	28,6	21,7	19,6	40,3	45,3
France 4	européen	-	-	-	67,3	61,6	62,3	60,9	70,4	68,9
	EOF	-	-	-	48,1	43,4	51,5	55,0	60,0	56,4
Direct Star	européen	-	-	-	58,6	58,2	59,0	56,3	60,5	51,9
	EOF	-	-	-	40,6	41,2	44,6	45,5	48,7	43,9
Gulli	européen	-	-	-	98,6	94,9	73,7	72,5	79,9	80,2
	EOF	-	-	-	98,6	93,8	66,8	68,5	76,9	75,8
chaînes TNT ²	européen	-	-	-	57,6	59,4	59,1	57,2	64,0	63,1
	EOF	-	-	-	40,1	44,2	44,9	45,5	50,0	49,8
total	européen	68,3	69,3	70,3	61,5	62,1	62,1	61,5	66,3	66,8
	EOF	53,2	55,0	55,5	44,4	47,1	47,8	49,3	53,1	54,0

¹ EOF : expression originale française. Un chiffre en rouge indique que la proportion se situe en-deçà des seuils réglementaires, fixés à 60 % d'œuvres européennes et 40 % d'œuvres EOF. NT1 bénéficie, au cours de ses deux premiers exercices, d'une montée en charge de ces taux, fixés respectivement à 55 % et 30 % en 2005, à 58 % et 35 % en 2006. Les heures de grande écoute sont comprises entre 18h et 23h sauf le mercredi (14h-23h) pour TF1, France 2, France 3, France 5, M6 (avant 2008, 17h-23h sauf le mercredi 14h-23h pour M6), Direct 8, TMC, France 4 ; pour Canal+, entre 20h30 et 22h30 ; pour W9, entre 7h et 24h et, à partir du 24/06/2008, entre 10h et 12h30 et entre 17h et 23h ; pour NT1, entre 12h et 24h ; pour NRJ12, les lundi, mardi, jeudi, vendredi, entre 18h et 23h et les mercredi, samedi, dimanche, entre 14h et 23h ; pour Direct Star, entre 7h et 24h et, à partir du 24/06/2008, entre 9h et 12h et entre 15h et 23h ; pour Gulli, entre 6h30 et 9h et entre 17h et 20h.

² Hors TMC en 2005.

Lecture : En 2010, 61,4 % des œuvres audiovisuelles (en volume horaire) diffusées aux heures de grande écoute sur TF1 sont des programmes européens.

Source : CSA.

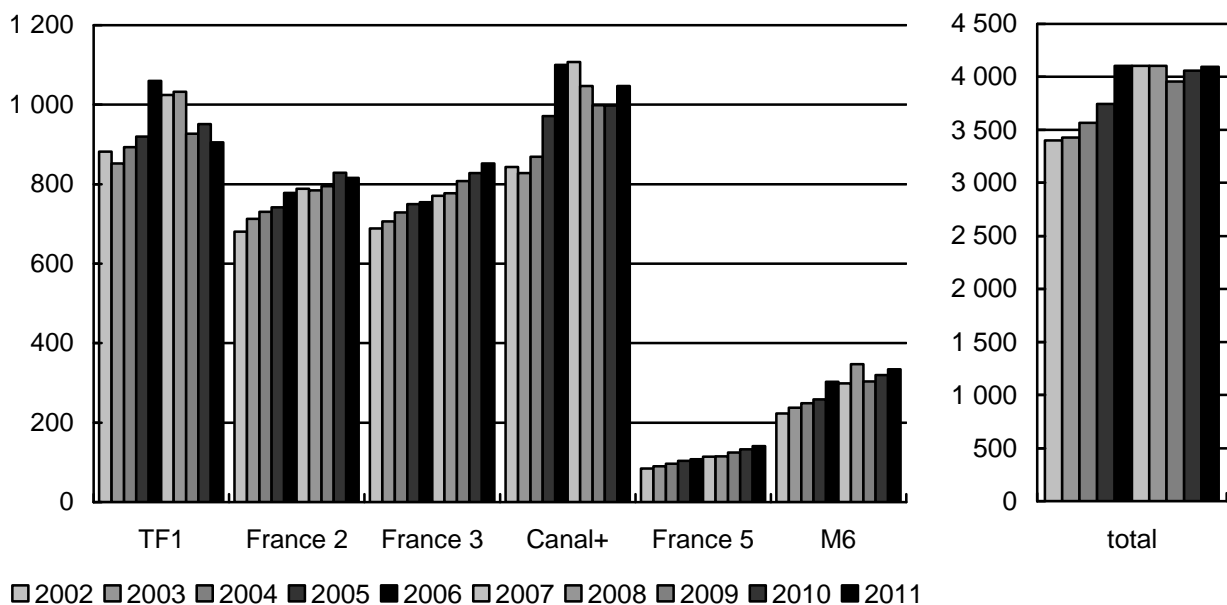
IV. Les dépenses de programmes

A. Les coûts de grilles des chaînes

En 2011, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6) dépensent 4 094,9 M€ pour alimenter leurs antennes (3 401,1 M€ en 2002). Le coût des programmes diffusés sur ces chaînes retrouve ainsi le niveau auquel il plafonnait entre 2006 et 2008. Au cours des dix dernières années, le coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques est en croissance de 20,4 % : +2,7 % sur TF1, +19,9 % sur France 2, +23,7 % sur France 3, +24,2 % sur Canal+, +49,9 % sur M6 et +66,5 % sur France 5.

En 2011, Canal+ affiche le coût de grille des programmes le plus élevé du paysage audiovisuel français (1 047,0 M€). Depuis 2005, les dépenses de programmes de Canal+ dépassent celles de TF1 (905,5 M€ en 2011). Le coût de grille de TF1 est tendanciellement en baisse après 2006 alors que celui de M6 est en croissance régulière au cours des dix dernières années. M6 est la chaîne généraliste historique dont le coût de grille est le moins élevé (333,9 M€ en 2011).

Coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques (M€)



Source : sociétés.

Coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques (M€)

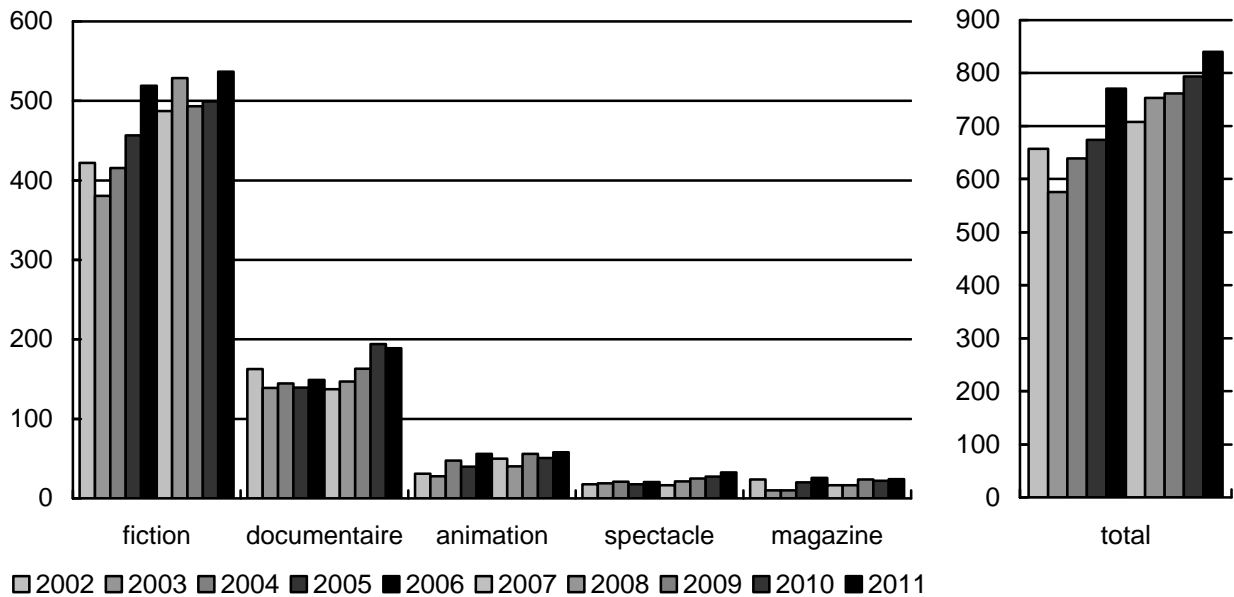
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	881,6	852,0	893,2	919,4	1 060,1	1 024,2	1 032,1	926,9	951,2	905,5	+2,7%	+0,3%
France 2	680,6	712,8	730,7	741,9	778,0	788,6	784,8	794,9	828,7	815,7	+19,9%	+2,0%
France 3	688,7	706,3	728,5	749,8	755,0	771,0	776,8	807,6	827,7	852,1	+23,7%	+2,4%
Canal+	843,0	828,0	869,0	971,0	1 100,0	1 107,0	1 047,0	999,0	998,0	1 047,0	+24,2%	+2,4%
France 5	84,5	90,2	96,7	103,7	107,8	114,7	115,0	125,0	133,1	140,7	+66,5%	+5,8%
M6	222,7	237,3	248,6	258,4	302,5	299,1	347,0	303,5	319,8	333,9	+49,9%	+4,6%
total	3 401,1	3 426,6	3 566,7	3 744,2	4 103,4	4 104,6	4 102,7	3 956,9	4 058,5	4 094,9	+20,4%	+2,1%

Source : sociétés.

B. Les investissements dans la production audiovisuelle

En 2011, l'investissement des chaînes de télévision dans la production audiovisuelle aidée par le CNC atteint 840,4 M€. Il progresse de 28,0 % par rapport à 2002. En 2011, la fiction capte 63,9 % des investissements totaux (64,2 % en 2002), le documentaire 22,5 % (24,7 % en 2002), l'animation 6,9 % (4,7 % en 2002), le spectacle vivant 3,9 % (2,7 % en 2002) et le magazine d'intérêt culturel 2,9 % (3,6 % en 2002). L'animation est le genre qui enregistre la plus forte croissance au cours des dix dernières années (+87,3 %) devant le spectacle vivant (+85,7 %), la fiction (+27,2 %), le documentaire (+16,3 %) et le magazine d'intérêt culturel (+0,5 %).

Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€)



Source : CNC.

Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€)

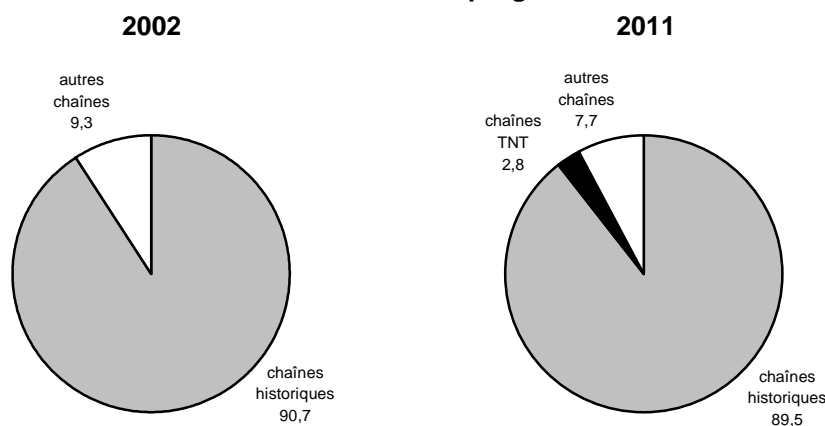
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
fiction	421,9	380,6	415,6	456,8	519,1	487,3	528,6	493,4	499,3	536,8
documentaire	162,5	139,1	144,6	139,2	148,8	137,3	147,1	163,1	194,0	189,0
animation	30,9	27,6	47,6	39,7	56,1	50,0	40,1	56,0	50,7	57,9
spectacle	17,7	18,8	21,1	17,8	20,7	16,6	21,2	25,0	27,3	32,8
magazine	23,8	10,1	10,1	20,3	25,8	16,4	16,6	23,9	22,1	24,0
total	656,8	576,1	639,1	673,9	770,4	707,5	753,4	761,3	793,5	840,4

Source : CNC.

En 2011, l'investissement des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) dans la production audiovisuelle aidée par le CNC s'élève à 752,5 M€. Il augmente de 26,3 % au cours des dix dernières années (+26,8 % hors Arte), soit une progression légèrement supérieure à celle du coût de grille de ces chaînes. L'investissement des chaînes de la TNT atteint 23,1 M€ en 2011. Les autres chaînes apportent 64,7 M€ en 2011, contre 61,1 M€ en 2002 (+6,0 %). Leur investissement était en baisse entre 2002 et 2006 avant de progresser jusqu'en 2011. Le développement de l'audience des chaînes de la TNT n'est pas suivi d'effet sur la structure du financement des programmes audiovisuels. Les chaînes historiques demeurent les principaux contributeurs avec 89,5 % des investissements totaux en 2011 (90,7 % en 2002). L'apport des chaînes de la TNT constitue 2,8 % des investissements de

l'ensemble des chaînes dans la production audiovisuelle aidée. En 2011, France 3 présente l'apport le plus élevé (188,5 M€), devant France 2 (177,8 M€) et TF1 (160,5 M€). L'investissement dans la production audiovisuelle aidée est tendanciellement en croissance pour France 3, Canal+, France 5, M6 et Arte au cours des dix dernières années. Il apparaît en revanche en retrait pour TF1 depuis 2009 et pour France 2 depuis 2007.

Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (%)



Source : CNC.

Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	201,1	158,8	164,1	175,9	178,8	174,9	183,8	168,3	163,0	160,5	-20,2%	-2,5%
France 2	143,9	135,3	157,7	157,2	198,9	179,5	194,0	183,0	192,4	177,8	+23,6%	+2,4%
France 3	108,2	119,1	132,4	135,5	158,2	146,2	142,8	146,6	167,8	188,3	+74,0%	+6,4%
Canal+	8,3	7,8	20,2	30,8	45,9	50,6	48,0	57,4	44,5	71,2	+759,1%	+27,0%
France 5	35,4	25,6	25,4	29,2	37,1	28,5	29,6	29,1	42,0	40,1	+13,3%	+1,4%
M6	43,3	28,3	32,1	54,0	51,6	35,2	36,0	51,8	48,4	47,1	+8,7%	+0,9%
Arte	55,5	43,2	56,6	41,1	49,6	44,6	62,8	59,5	57,3	67,5	+21,7%	+2,2%
chaînes historiques	595,7	517,9	588,6	623,6	720,1	659,5	696,9	695,7	715,4	752,5	+26,3%	+2,6%
Direct 8	-	-	-	-	-	-	0,0	0,3	0,5	1,6	-	-
W9	-	-	-	0,1	0,0	0,0	0,2	0,4	0,6	1,8	-	-
TMC	-	-	-	0,2	0,0	0,0	-	0,7	2,0	4,2	-	-
NT1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,0	-	-
NRJ12	-	-	-	-	0,5	0,2	1,3	2,3	2,3	3,6	-	-
LCP AN	-	-	-	0,2	0,3	0,2	0,4	0,5	0,3	0,7	-	-
Public Sénat	-	-	-	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2	0,2	0,2	-	-
France 4	-	-	-	5,6	6,4	3,4	4,4	6,3	5,8	5,7	-	-
Direct Star	-	-	-	-	-	0,0	-	0,6	0,2	0,6	-	-
Gulli	-	-	-	0,2	0,8	0,9	0,4	1,9	2,6	3,7	-	-
chaînes TNT	-	-	-	6,4	8,2	4,9	6,8	13,2	14,5	23,1	-	-
autres chaînes	61,1	58,2	50,5	43,8	42,2	43,1	49,8	52,5	63,6	64,7	+6,0%	+0,6%
total	656,8	576,1	639,1	673,9	770,4	707,5	753,4	761,3	793,5	840,4	+28,0%	+2,8%

Source : CNC.

L'investissement dans la production audiovisuelle selon le CSA

Les chaînes de télévision sont soumises à des obligations de production (décret n°2010-416 du 27 avril 2010 et décret n°2010-747 du 2 juillet 2010) qui correspondent à un pourcentage de leur chiffre d'affaires de l'année précédente, dans l'objectif de contribuer au développement de la production d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes. A ce titre, le Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) prend en compte les sommes investies par les chaînes en préachats, coproductions, achats de droits, pour le financement de travaux d'écriture et de développement, l'adaptation des programmes aux personnes malvoyantes, le financement de la formation des auteurs et la promotion des œuvres.

Les données du CSA sont différentes de celles du CNC pour deux raisons principales. Premièrement, elles portent sur les œuvres audiovisuelles, dont la définition (cf. chapitre III. D.) est plus large que les seuls programmes aidés par le CNC. Deuxièmement, les dates de prise en compte d'une production ne sont pas les mêmes : il s'agit de la date d'attribution de l'aide pour le CNC et de la date de début de tournage pour le CSA.

En 2010, la contribution de l'ensemble des chaînes de télévision à la production audiovisuelle s'établit à 774,0 M€ selon le CSA (797,0 M€ en 2009). Le groupe France Télévisions réalise près de la moitié des investissements totaux (49,4 %). Une nouvelle réglementation est entrée en vigueur en 2009-2010, les obligations étant recentrées principalement sur les « œuvres patrimoniales » (fiction, animation, documentaire de création, vidéomusique et captation ou recreation de spectacle vivant) en contrepartie d'une diminution du pourcentage global d'investissement. Depuis cette date, il n'est plus possible de connaître l'évolution des investissements par chaîne sur dix ans, la plupart des groupes audiovisuels ayant choisi dans le même temps de mutualiser les obligations de leurs différentes chaînes (gratuites et payantes). En 2008, l'investissement des chaînes nationales s'élevait à 838,4 M€, contre 674,4 M€ en 2002.

Investissement global dans la production audiovisuelle (M€)¹

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TF1	218,6	219,5	225,5	240,6	241,0	251,0	250,1	-	-
groupe TF1	-	-	-	-	-	-	-	179,5	176,7
France 2	159,4	170,7	177,1	184,7	194,2	191,2	191,2	-	-
France 3	110,1	117,1	120,7	124,7	131,3	133,5	140,2	-	-
France 5	32,2	32,3	36,9	45,4	48,0	47,5	42,7	-	-
groupe France Télévisions	-	-	-	-	-	-	-	362,0	382,0
Canal+	65,0	70,8	69,6	72,2	75,4	80,0	85,8	-	-
groupe Canal+	-	-	-	-	-	-	-	66,3	70,2
M6	89,2	90,6	91,7	95,5	99,6	103,8	94,6	93,3	80,0
Direct 8	-	-	-	-	-	-	1,2	2,5	3,0
W9	-	-	-	1,4	0,5	1,1	2,6	5,3	9,6
TMC	-	-	-	2,1	2,9	2,4	4,2	8,8	-
NT1	-	-	-	3,3	1,5	1,1	2,5	11,5	-
NRJ12	-	-	-	0,2	2,4	5,8	9,9	8,4	5,6
France 4	-	-	-	5,2	4,3	6,4	9,5	-	-
Direct Star	-	-	-	1,0	3,1	3,3	2,4	4,1	1,0
Gulli	-	-	-	3,9	0,2	0,5	1,4	3,2	-
groupe Lagardère Active	-	-	-	-	-	-	-	-	11,1

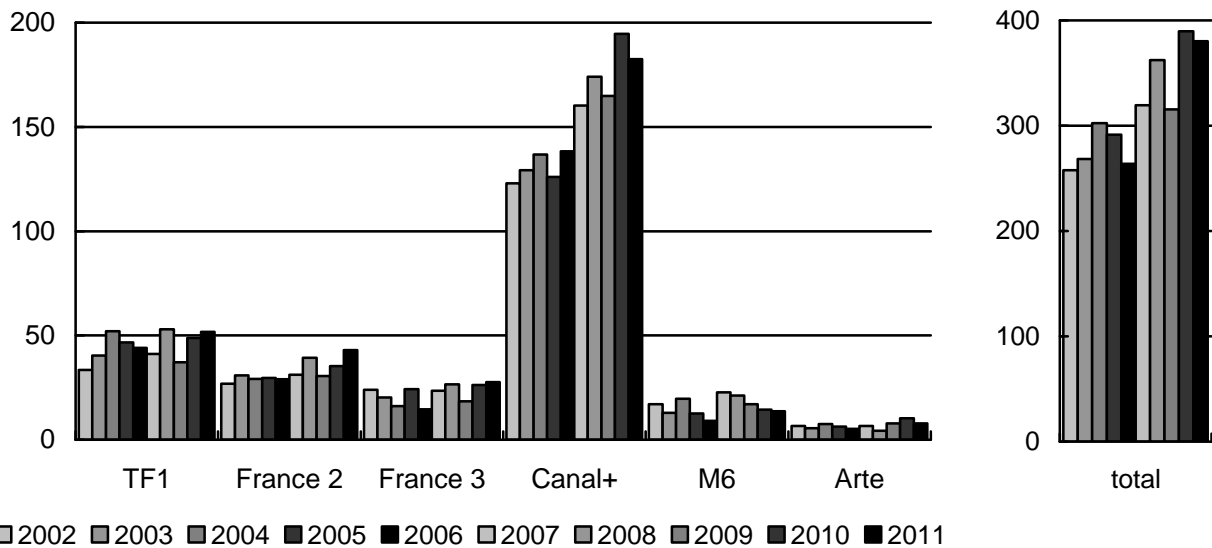
¹ Une nouvelle réglementation est entrée en vigueur en 2009-2010. Les obligations sont mutualisées au niveau des groupes à partir de 2009 pour TF1, France 2, France 3, France 4, France 5 et Canal+ et à partir de 2010 pour TMC, NT1 (groupe TF1) et Gulli (groupe Lagardère Active).

Source : CSA.

C. Les investissements dans la production cinématographique

En 2011, l'apport des chaînes de télévision dans le financement des films agréés s'établit à 380,3 M€. Il est en croissance de 47,7 % par rapport à 2002. L'investissement des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, M6, Arte) augmente de 41,3 % à 326,3 M€ et l'apport des chaînes payantes hors Canal+ est en hausse de 97,2 % à 52,2 M€. En 2011, les chaînes de la TNT investissent 1,8 M€ dans la production cinématographique. Le nombre de films qui bénéficient d'un financement d'au moins une chaîne de télévision est en croissance au cours des dix dernières années. Il s'élève à 174 en 2011, contre 135 en 2002. En 2011, 64,0 % des films agréés intègrent la participation d'une chaîne de télévision, contre 67,5 % en 2002. L'apport moyen des chaînes par film atteint 2,2 M€ en 2011 (2,0 M€ en moyenne entre 2002 et 2011). En 2011, les chaînes de télévision couvrent 27,4 % des investissements totaux dans les films agréés. Cette proportion s'échelonne entre 22,7 % et 29,9 % selon l'année entre 2002 et 2011 (26,0 % en moyenne).

Apport des chaînes dans le financement des films agréés (M€)



Source : CNC.

En 2011, Canal+ est la chaîne qui présente l'investissement le plus élevé dans le financement des films agréés (182,5 M€), devant TF1 (51,8 M€) et France 2 (43,0 M€).

Apport des chaînes dans le financement des films agréés (M€)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	évol. 02-11	tcam
TF1	33,4	40,3	52,0	46,6	44,1	41,1	52,9	37,2	48,8	51,8	+55,3%	+5,0%
France 2	26,9	30,8	29,2	29,7	29,0	31,1	39,3	30,6	35,3	43,0	+59,6%	+5,3%
France 3	24,0	20,2	16,1	24,2	14,6	23,5	26,6	18,4	26,3	27,6	+14,8%	+1,5%
Canal+	123,0	129,3	136,7	126,0	138,3	160,3	174,0	164,8	194,6	182,5	+48,4%	+4,5%
M6	17,1	12,9	19,6	12,6	9,0	22,7	21,2	17,0	14,5	13,7	-20,0%	-2,5%
Arte	6,6	5,6	7,5	6,3	5,2	6,6	4,3	7,8	10,3	7,9	+19,6%	+2,0%
chaînes historiques	231,0	239,1	261,1	245,5	240,2	285,2	318,2	275,7	329,8	326,3	+41,3%	+3,9%
Direct 8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,2	-	-
W9	-	-	-	-	-	-	-	0,4	0,7	0,6	-	-
TMC	-	-	-	-	-	-	-	0,1	-	-	-	-
NRJ12	-	-	-	-	-	-	-	-	0,2	-	-	-
chaînes TNT	-	-	-	-	-	-	-	0,5	0,9	1,8	-	-
autres chaînes	26,5	29,1	41,3	46,0	23,3	34,2	44,0	39,1	59,1	52,2	+97,2%	+7,8%
total	257,4	268,2	302,3	291,4	263,5	319,4	362,2	315,3	389,7	380,3	+47,7%	+4,4%

Source : CNC.

L'investissement dans la production cinématographique selon le CSA

Les chaînes de télévision qui diffusent plus de 52 films par an ont des obligations d'investissement dans la production cinématographique. Selon la réglementation générale, les chaînes gratuites doivent consacrer au minimum 3,2 % de leur chiffre d'affaires net de l'année précédente à des dépenses contribuant au développement de la production des films européens et au moins 2,5 % au développement de la production des films d'expression originale française (EOF). A ce titre, le CSA prend en compte les sommes investies en préachats, coproductions, achats de droits (pour les éditeurs dont le chiffre d'affaires est inférieur à 150 M€), les versements à un fonds participant à la distribution en salles des œuvres agréées et les dépenses d'adaptation des œuvres aux personnes malvoyantes. De son côté, Canal+ doit consacrer au moins 12,5 % de ses ressources totales annuelles de l'exercice en cours à l'acquisition de films européens et au moins 9,5 % à l'acquisition de films EOF. Arte, qui ne relève pas du droit français, n'a pas d'obligation de production et n'apparaît donc pas dans les statistiques du CSA.

Les données du CNC intègrent les investissements dans les films dont la production a débuté (agrément des investissements) ou s'est achevée durant l'année (agrément de production) s'agissant des films pour lesquels l'agrément des investissements n'était pas requis. Ce calendrier explique les éventuelles différences avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA.

En 2010, la contribution de l'ensemble des chaînes de télévision à la production cinématographique s'établit à 455,0 M€ selon le CSA (434,0 M€ en 2009). L'apport des chaînes nationales (historiques et de la TNT) au développement de la production cinématographique atteint 355,3 M€ en 2010, contre 290,2 M€ en 2002. L'investissement de France 2, de France 3 et de Canal+ est en croissance régulière entre 2002 et 2010 alors que la participation de TF1 et de M6 est en baisse depuis 2008.

Investissement global dans la production cinématographique (M€)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
TF1	43,6	43,6	44,7	47,7	48,0	50,1	50,0	47,8	41,3
France 2	29,0	29,9	30,9	32,2	32,1	32,1	34,2	34,1	37,0
France 3	19,8	20,4	20,3	21,7	20,4	20,9	22,5	22,8	23,6
Canal+	182,4	175,7	175,6	182,4	191,4	198,5	203,8	192,8	224,5
M6 ¹	15,3	16,0	16,0	16,7	14,5	21,2	18,8	18,3	17,1
Direct 8	-	-	-	0,5	0,8	1,7	0,5	0,4	0,7
W9	-	-	-	0,1	0,1	0,3	0,9	1,6	2,1
TMC	-	-	-	1,2	0,3	0,8	2,6	2,4	3,9
NT1	-	-	-	0,8	0,2	1,0	1,2	0,7	1,5
NRJ12	-	-	-	-	-	-	1,5	2,1	2,1
France 4	-	-	-	-	0,6	0,7	1,2	1,4	1,5

¹ En 2007, M6 a rattrapé le déficit engendré sur l'exercice 2006 en raison de l'abandon, au cours du 1^{er} trimestre 2007, de la production d'un film à laquelle la chaîne avait apporté une contribution de 3,1 M€.

Source : CSA.

Index des tableaux et graphiques

Le financement des chaînes de télévision	7
Le financement des chaînes de télévision en 2011 (%).....	7
Montant annuel de la contribution à l'audiovisuel public (€).....	8
Ressource publique dédiée à l'audiovisuel (M€).....	9
Répartition de la ressource publique dédiée à l'audiovisuel (%).....	9
Répartition de la ressource publique dédiée à l'audiovisuel (M€).....	10
Part de marché publicitaire par média (%).....	10
Investissements publicitaires bruts par média (Md€).....	11
Investissements publicitaires bruts selon le type de chaînes (Md€).....	11
Recettes publicitaires des chaînes de télévision (Md€).....	12
Répartition des recettes publicitaires nettes (%).....	12
Recettes publicitaires nettes des chaînes (M€).....	13
Abonnements à Canal+.....	14
Le financement des chaînes de télévision dans le monde en 2011 (%).....	15
Le financement des chaînes de télévision dans le monde (Md€).....	15
Durée d'écoute quotidienne de la télévision (4 ans et plus, ensemble de la journée).....	16
Durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge (ensemble de la journée).....	16
Durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge en 2011.....	17
Durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (4 ans et plus, ensemble de la journée).....	17
Durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (4 ans et plus, ensemble de la journée).....	18
Evolution de la part d'audience des chaînes (points, 4 ans et plus, ensemble de la journée).....	18
Part d'audience des chaînes (% , 4 ans et plus, ensemble de la journée).....	19
Part d'audience des chaînes (% ,4 ans et plus, ensemble de la journée).....	20
Les 10 meilleures audiences de la télévision (2002-2011).....	21
Les 50 meilleures audiences selon la chaîne.....	22
La meilleure audience et la cinquantième audience annuelle (millions de téléspectateurs).....	22
Les 50 meilleures audiences selon le genre.....	23
Les 50 meilleures audiences selon le genre.....	23
Lancement des chaînes de la TNT.....	24
Offre et consommation télévisuelle selon le genre de programmes (%).....	25
Offre des chaînes de la TNT selon le genre de programmes (%).....	26
Offre de documentaire et magazine des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes).....	26
Offre de cinéma des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes).....	27
Offre de fiction et d'animation des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes).....	27
Offre de divertissement des chaînes de la TNT (% de l'offre de programmes).....	27
Offre de fiction et d'animation sur l'ensemble de la journée (heures).....	28
Offre de fiction et d'animation entre 18 heures et 23 heures (heures).....	29
Diffusion des films sur les chaînes nationales.....	29
Diffusion des films sur les chaînes nationales.....	30
Diffusion des films sur les chaînes nationales (%).....	30
Diffusion des films sur les chaînes nationales historiques gratuites en première partie de soirée.....	31
Diffusion des films sur les chaînes de la TNT en première partie de soirée.....	31
Diffusions des films sur les chaînes nationales en première partie de soirée.....	32
Diffusions des films sur les chaînes nationales gratuites en 1 ^{ère} partie de soirée selon la nationalité (%).....	32
Diffusion des films sur les chaînes nationales gratuites en 1 ^{ère} partie de soirée selon la nationalité.....	33
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (%).....	34
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (heures).....	34
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (%).....	35
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (heures).....	35
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales sur l'ensemble de la journée (%).....	36
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes nationales aux heures de grande écoute (%).....	37
Coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques (M€).....	38
Coût de grille des programmes des chaînes nationales historiques (M€).....	38
Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€).....	39
Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€).....	39
Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (%).....	40
Apport des chaînes dans le financement des programmes audiovisuels aidés (M€).....	40
Investissement global dans la production audiovisuelle (M€).....	41
Apport des chaînes dans le financement des films agréés (M€).....	42
Apport des chaînes dans le financement des films agréés (M€).....	43
Investissement global dans la production cinématographique (M€).....	44

les études du CNC
l'économie de la télévision
financements, audience, programmes

**une publication du Centre national
du cinéma et de l'image animée**
12 rue de Lübeck
75784 Paris Cedex 16
www.cnc.fr

**direction des études, des statistiques
et de la prospective**
3 rue Boissière 75784 Paris Cedex 16
tél. 01 44 34 38 26
fax: 01 44 34 34 55

édité par la direction de la communication

conception graphique couverture
Anaïs Lancrenon & Julien Lelièvre

impression
Stipa

septembre 2012

