



les études du CNC
juin 2016

Le marché du
documentaire
en 2015

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



Centre national du cinéma et de l'image animée

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, Fanny Beuré, Benoît Danard, Sylvain Dandine, Louis Gauthier, Sophie Jardillier, Alice Landrieu, Cindy Pierron, Laurence Peyré, Linda Zidane.

Sommaire

Objectifs	4
Méthodologie	5
Synthèse	7
1. Cinéma	10
1.1. La production française de longs métrages documentaires.....	11
1.2. La distribution.....	23
1.3. Les résultats des films documentaires en salles.....	38
1.4. Le public des films documentaires en salles	45
2. Audiovisuel	47
2.1. La production audiovisuelle de documentaire.....	48
2.2. Les films documentaires à la télévision	68
2.3. Le documentaire audiovisuel à la télévision	74
2.4. L'audience des documentaires audiovisuels à la télévision	77
2.5. Le documentaire en télévision de rattrapage (TVR)	82
3. Vidéo	84
3.1. Le documentaire en vidéo physique.....	85
3.2. Le documentaire en vidéo à la demande.....	96
4. International	97
4.1. L'exportation des programmes audiovisuels documentaire	98
4.2. Les entrées des films documentaires français à l'étranger	105
5. Les aides du CNC	108
5.1. Les aides au cinéma	109
5.2. Les aides aux œuvres audiovisuelles et à la création numérique	113
5.3. Images de la diversité	116
5.4. Les aides transverses à la production, à la vidéo et aux industries techniques	117
5.5. L'exportation, la promotion	120
5.6. Le documentaire au CNC : contacts.....	122

Objectifs

Le Centre national du cinéma et de l'image animée a réalisé, pour la septième année consécutive, une étude sur le marché du documentaire en France. Cette étude analyse l'évolution de la production audiovisuelle et de la production cinématographique d'œuvres documentaires. Elle met en lumière les caractéristiques spécifiques de la diffusion de ces œuvres dans les salles de cinéma, à la télévision, en vidéo, en vidéo à la demande et à l'exportation. Elle dresse un bilan de l'ensemble des aides du CNC au secteur du documentaire.

Méthodologie

Pour réaliser cette étude qui examine tous les segments de la production et de la diffusion des œuvres documentaires, le CNC s'est appuyé sur de multiples sources d'information.

Les données sur la production et le financement des longs métrages documentaires sont issues de l'agrément des investissements. Les informations sur les coûts de production des films documentaires s'appuient sur les dossiers d'agrément de production de ces films.

Les résultats des films documentaires dans les salles de cinéma sont issus des déclarations de recettes transmises par les exploitants au CNC. Les informations sur les coûts de distribution des films documentaires sont extraites de l'étude du même nom, qui s'appuie sur les données du soutien automatique à la distribution, sur celles de la contribution Canal+ à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des distributeurs de films d'initiative française en salles.

Les analyses sur les coûts de promotion des films sont issues des piges publicitaires réalisées par Kantar Média. En 2014, Kantar Media a modifié le suivi des investissements publicitaires sur internet. Ce changement ne permet pas de restituer des données exhaustives sur ce média. Par conséquent, les investissements publicitaires sur internet sont exclus. Les montants mentionnés correspondent donc à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur six médias analysés (hors internet). Il s'agit des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support.

Les données sur la composition du public des films documentaires proviennent de deux enquêtes : *Publixiné* de l'institut Harris Interactive et *Cinexpert* de l'institut Vertigo.

Les données sur la production audiovisuelle sont issues des dossiers relatifs aux aides à l'audiovisuel du fonds de soutien du CNC. Elles peuvent donc présenter des écarts avec d'autres sources, notamment celles présentées par les chaînes ou le Conseil supérieur de l'audiovisuel. Pour cette nouvelle édition, cette étude a fait l'objet de modifications méthodologiques :

Les analyses sur l'offre de documentaires à la télévision n'ont pas pour objet d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont ainsi pas comparables avec celles qui émanent du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Pour ce qui concerne les informations sur l'offre télévisuelle de documentaires, les sources sont variées : Médiamétrie, Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Guide des chaînes numérique, CNC. Les informations spécifiques sur la diffusion des longs métrages documentaires à la télévision sont issues d'une base de données commune au CSA et au CNC. L'ensemble des données d'audience sont fournies par Médiamétrie.

En ce qui concerne les données sur l'offre de télévision de rattrapage (TVR), le CNC a mis en place, à partir du mois d'octobre 2010, un nouveau baromètre mensuel, réalisé par TV-replay.fr. Il présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (18 chaînes

jusqu'en novembre 2012, 22 chaînes depuis décembre 2012 et 23 chaînes à partir de février 2014 avec la prise en compte de Numéro 23) disponibles en TVR sur internet en nombre de vidéos et en volume horaire.

Le CNC a également mis en place en 2011 un baromètre mensuel sur la consommation de télévision de rattrapage, réalisé par NPA Conseil et GfK. En 2011, le baromètre est constitué par les résultats concernant les chaînes suivantes : Canal+, i>Télé ; 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô ; M6, W9, Paris Première, Teva ; TF1, LCI. Il est complété par TMC et NT1 à partir de janvier 2012 et par D8 et D17 à compter d'octobre 2012 (soit 18 chaînes à fin 2012), de Gulli, HD1 et 6ter à partir de janvier 2014. En 2014, le baromètre est donc constitué des résultats de 21 chaînes.

Les dépenses des ménages en achats de vidéo physique de documentaires sont évaluées par le CNC et l'institut GfK. Par ailleurs, les éditeurs vidéo déclarent au CNC, pour chaque œuvre cinématographique éditée, le nombre d'unités vendues et le chiffre d'affaires net facturé, ce qui permet des analyses par titre.

Les résultats des programmes audiovisuels documentaires français à l'exportation sont issus d'une enquête conduite par le CNC et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Synthèse

A l'occasion du marché international du documentaire Sunny Side of the Doc, le CNC a réalisé pour la septième année consécutive une étude sur le marché du documentaire. Cette étude présente une analyse approfondie de la production et de la diffusion (salles de cinéma, télévision, vidéo physique, vidéo à la demande, télévision de rattrapage et exportation) des documentaires de création, qu'ils soient cinématographiques ou audiovisuels.

En 2015, production record de longs métrages documentaires

2015 est une année record en termes de nombre de films documentaires produits avec 47 documentaires agréés (15,7 % de l'ensemble des films agréés de l'année), soit 10 titres de plus qu'en 2014 pour un devis total de 27,0 M€. En 2015, le devis moyen des documentaires est de 573,5 K€, contre 4,4 M€ pour l'ensemble des films agréés, soit le plus bas niveau de la décennie après 2014 (570,0 K€). En 2015, les films documentaires mobilisent 2,2 % des investissements dans la production cinématographique agréée.

Une offre de documentaires français toujours abondante en salles

En 2015, l'offre de long métrage documentaire en salles continue de s'enrichir avec un total de 104 documentaires proposés, soit le niveau le plus élevé de la décennie. Ils représentent 15,9 % de l'ensemble des films sortis dans l'année. En 2015, 70 films français inédits sont sortis en salles, soit 67,3 % de l'ensemble des films documentaires inédits.

En 2015, un film documentaire sort en moyenne dans 22 établissements cinématographiques ce qui est peu par rapport à l'ensemble des films (136 établissements pour l'ensemble des films). Les films circulent beaucoup entre les établissements ce qui explique que la durée d'exploitation des documentaires soit plus longue que celle des films de fiction ou d'animation. Ainsi, un film documentaire sorti en 2015 réalise en moyenne 80,4 % de ses entrées au cours des onze premières semaines de son exploitation, contre 98,5 % pour l'ensemble des films.

Un peu plus de de la moitié des longs métrages documentaires bénéficient d'une exposition publicitaire

Même si les films documentaires bénéficient de moins d'investissements publicitaires que les autres films, ils progressent de façon régulière depuis dix ans. En moyenne, l'investissement publicitaire brut pour un film documentaire s'élève à 325,6 K€ en 2015, contre 771,7 K€ tous genres confondus en 2015. 53,3 % des films documentaires sortis en salles en 2015 (58 films sur 104) bénéficient d'une exposition publicitaire, contre 77,8 % de l'ensemble des films.

En 2015, 2,2 millions d'entrées pour les films documentaires inédits

Les films documentaires sortis en 2015 réalisent 2,2 millions d'entrées dans les salles de cinéma, soit une progression de 9,0 % par rapport à 2014 alors que les entrées réalisées par l'ensemble des films tous genres confondus sont en baisse de 1,8 %. En 2015, 1,0 million d'entrées sont réalisées par les films documentaires français, ce qui porte leur part de marché à 47,1 %, contre 57,3 % en 2014. En 2015, trois des cinq films documentaires ayant

réalisé le plus d'entrées sont des films français : *Demain* (246 000 entrées), *En quête de sens* (102 000 entrées) et *le Grand Jour* (100 000 entrées). La hausse des entrées des films documentaires en 2015 s'accompagne d'une progression des recettes plus importante encore (+12,7 %). La recette moyenne par entrée TTC des documentaires augmente (+3,5 %), passant de 5,79 € en 2014 à 6,00 € en 2015.

2 480 heures de documentaire audiovisuel produites en 2015

Le documentaire représente le volume le plus important de la production audiovisuelle française en 2015, soit 50,2 % des heures de programmes audiovisuels aidées par le CNC. En 2015, la production de documentaires audiovisuels diminue de 4,3 % pour atteindre 2 480 heures et un total des devis de 409,0 M€ (+2,6 %). Le coût horaire moyen de production augmente de 7,2 % à 165,0 K€. L'apport du CNC s'élève à 82,1 M€ (+2,0 % par rapport à 2014) et représente 20,1 % du financement du documentaire. Les investissements étrangers augmentent de 28,6 % à 19,4 M€ et représentent 4,8 % du devis des programmes documentaires.

En 2015, les chaînes augmentent leurs investissements dans le documentaire audiovisuel

Les investissements des télévisions dans le documentaire augmentent de 2,7 % à 209,7 M€ et couvrent 51,3 % des devis. En 2015, les commandes des chaînes nationales gratuites dans le documentaire augmentent de 1,8 % en volume pour s'établir à 1 659 heures. Arte est la première chaîne commanditaire de documentaires en 2015 avec 293 heures pour un investissement de 41,5 M€. Les chaînes publiques nationales sont à l'origine de 1 194 heures de documentaire en 2015 (+0,7 %), soit 48,1 % du volume de production. Après deux années de baisse consécutive, le volume horaire de documentaires commandé par les chaînes nationales privées gratuites progresse de 4,9 % à 465 heures.

Les chaînes du câble, du satellite et de la TNT payante (y compris Canal+) initient 639 heures de documentaire (-5,7 %), soit 25,8 % des volumes pour un montant total de 29,0 M€. 33 chaînes locales initient 145 heures (-102 heures par rapport à 2014) pour un investissement quasiment divisé par 2 par rapport à 2014 à 3,7 M€, réalisé à 63,2 % sous forme d'apport en industrie.

Plus de 26 000 heures de documentaires sur les chaînes nationales gratuites

En 2015, le volume de documentaires proposés sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6 ter, Numéro 23, RMC Découverte) s'élève à 26 442 heures selon Médiamétrie. En 2015, la part du documentaire dans l'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites s'établit à 15,9 %. RMC Découverte, Arte et France 5 sont les principaux diffuseurs de documentaires parmi les chaînes nationales gratuites. En termes de consommation, les téléspectateurs âgés de quatre ans et plus consacrent 8,8 % de leur temps d'écoute au genre documentaire.

Le documentaire de société représente 42,9 % de l'offre et 51,8 % de la consommation de documentaires à la télévision

En 2015, trois thèmes dominent l'offre de documentaires diffusés sur les chaînes nationales gratuites : société (42,9 % du volume horaire), tourisme / loisirs / sport / géographie (13,8 %) et nature / animaux (12,8 %). En termes de consommation, le documentaire de société représente 51,8 % de la consommation de documentaire sur les chaînes nationales gratuites, l'histoire 9,3 % et les documentaires nature / animaux et tourisme / loisirs / sport / géographie chacun 8,7 %.

En 2015, les cinq meilleures audiences des documentaires diffusés à la télévision sont toutes réalisées par des programmes français

En 2015, les cinq meilleures audiences de chaque chaîne des documentaires diffusés à la télévision sont toutes réalisées par des programmes français. *Le Plus Beau Pays du monde, opus 2*, diffusé sur France 2, se situe en première position (5,2 millions de téléspectateurs et 20,3 % de part d'audience) devant deux documentaires sur la fin de la Seconde Guerre mondiale : *la Chute du Reich* sur France 2 (3,9 millions et 15,5 %) et *Délivrance* sur TF1 (3,8 millions et 16,0 %).

Les documentaires audiovisuels français restent performants en vidéo

En 2015, les documentaires audiovisuels représentent 4,9 % du marché hors film en vidéo physique, avec des recettes de 12,2 M€. Depuis de nombreuses années, les œuvres françaises dominent le marché du documentaire audiovisuel en vidéo physique. Ainsi, en 2015, les documentaires français réalisent 73,6 % du volume des ventes et 74,0 % du chiffre d'affaires de ce segment.

Progression des ventes de programmes audiovisuels documentaire à l'exportation

Pour la cinquième année consécutive, les ventes de documentaires français à l'international progressent, de 13,2 % à 34,9 M€ en 2014. Les documentaires génèrent 22,7 % des ventes de programmes télévisuels à l'étranger en 2014. Les ventes et préventes atteignent 40,1 M€. En 2014, l'Europe de l'Ouest reste le premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux, avec une part de marché à 41,9 % devant l'Asie/Océanie (14,6 %), l'Amérique du Nord (22,0 %), et l'Europe centrale et orientale (13,3 %).

1. Cinéma

Le documentaire en 2015 :

La production française de longs métrages documentaires



47 films produits
15,7 % des films agréés



27,0 M€ investis
2,2 % du total



4,0 M€ d'apports étrangers
15,0 % des devis des films

La distribution des documentaires



104 films en première exclusivité
15,9 % de l'offre totale



83 films Art et Essai
20,4 % de l'offre totale A&E



22 cinémas en 1^{ère} semaine
136 cinémas tous films confondus

Les résultats en salles



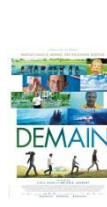
2,2 millions
d'entrées



de recettes



en moyenne par
entrée



2

1

3

Le public des films documentaires

3-14 ans



13,4 %

15-24 ans



16,1 %

25-49 ans



34,4 %

50 ans et plus



36,1 %

1.1. La production française de longs métrages documentaires

Cette partie analyse le financement et les coûts de production des longs métrages documentaires français agréés par le CNC.

Les films documentaires agréés

Remarque méthodologique

L'analyse de la production des documentaires français s'appuie sur les œuvres ayant reçu l'agrément du CNC entre 2006 et 2015. Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes et les films dits « sauvages » (sans financement encadré ni soutien financier du CNC) dont la production n'est pas terminée sont exclus de cette analyse.

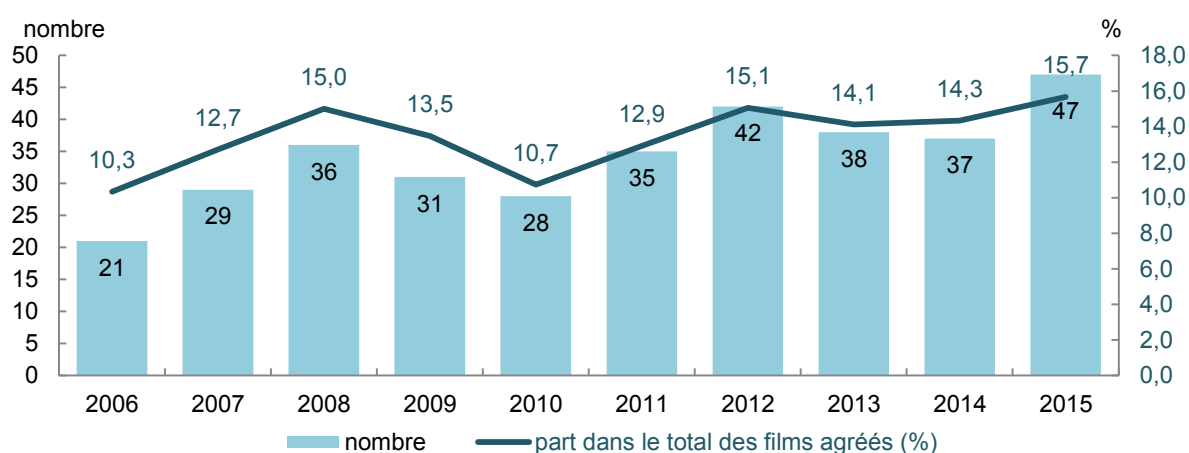
Le nombre de films agréés

Entre 2006 et 2015, le nombre de documentaires agréés augmente en moyenne de 9,4 % par an. Au total, 344 films documentaires ont été agréés sur la période. Le genre représente 13,5 % de l'ensemble des longs métrages agréés sur la décennie.

47 documentaires sont agréés en 2015, soit 10 titres de plus qu'en 2014. 2015 est une année record en termes de nombre de films documentaires agréés au regard des dix dernières années. Le documentaire représente 15,7 % de l'ensemble des films agréés en 2015 (14,3 % en 2014), soit le plus haut niveau de la décennie.

Sur la période 2006-2015, 149 documentaires agréés sont des premiers films et 69 sont des deuxièmes films. 21 documentaires agréés en 2015 sont des premiers films et huit sont des deuxièmes films.

Nombre de longs métrages documentaires agréés



Source : CNC.

Sur les 344 documentaires agréés depuis 2006, 267 sont des productions 100 % françaises et 77 des coproductions internationales (48 coproductions majoritaires et 29 coproductions minoritaires) engageant 24 partenaires différents France comprise.

Parmi les longs métrages documentaires agréés en 2015, 32 productions sont 100 % françaises. 15 documentaires agréés en 2015 sont des coproductions internationales engageant 10 pays différents France incluse : 10 coproductions d'initiative française et cinq coproductions où la France est un partenaire minoritaire.

Longs métrages documentaires agréés en 2015

titre	réalisateur	pays coproducteurs	devis (M€)
<i>Voyage à travers le cinéma français</i>	TAVERNIER Bertrand	France-100	2,03
<i>Sainte-Rita</i>	HINANT Yves / LIBON Jean	France-79 / Belgique-21	1,80
<i>Habitants (Les)</i>	DEPARDON Raymond	France-100	1,56
<i>Opéra de Paris (L')</i>	BRON Jean-Stéphane	France-75 / Suisse-25	1,38
<i>Ennemi invisible (L')</i>	LITTELL Jonathan	France-58 / Allemagne-32 / Belgique-10	1,27
<i>Demain</i>	LAURENT Mélanie / DION Cyril	France-100	1,26
<i>Adolescente (L')</i>	LIFSHITZ Sébastien	France-100	1,26
<i>Paroles de salafistes</i>	MARGOLIN François / OULD SALEM Lemine	France-100	0,95
<i>Where is Rocky II ?</i>	BISMUTH Pierre	France-53 / Allemagne-23 / Belgique-14 / Italie-10	0,86
<i>Past in the Present</i>	WANG Bing	France-90 / Suisse-10	0,76
<i>Avec les loups</i>	BERTRAND Jean-Michel	France-100	0,75
<i>M et le 3ème secret</i>	BARNERIAS Pierre	France-100	0,71
<i>Vienne avant la nuit</i>	BOBER Robert	France-56 / Allemagne-25 / Autriche-19	0,70
<i>Et les mistral gagnants...</i>	JULLIAND Anne-Dauphine	France-100	0,68
<i>Humour à mort (L')</i>	LECONTE Daniel / LECONTE Emmanuel	France-100	0,64
<i>Ecos de Jerico</i>	MESA Catalina	France-72 / Colombie-28	0,64
<i>En attache</i>	THEROND Emilie	France-100	0,63
<i>Swagger</i>	BABINET Olivier	France-100	0,61
<i>Docteur jack</i>	HIROZ Pierre-Antoine / LANGE Benoit	Suisse-82 / France-18	0,57
<i>The Other Side</i>	MINERVINI Roberto	France-57 / Italie-43	0,53
<i>Testicules de tarzan (les)</i>	SOLOMON Alexandru	Roumanie-69 / France-31	0,53
<i>Enfance d'un maître (L')</i>	MASCOLO DE FILIPPIS Jeanne / VIENNE Bruno	France-100	0,51
<i>Des vérités désagréables</i>	OPHULS Marcel / SIVAN Eyal	France-100	0,50
<i>Dormez petites merveilles, il fera jour demain</i>	SCHILLACI Rossella	Italie-50 / France-50	0,48
<i>The Man who Loved Women</i>	WORONIECKI Hubert	France-100	0,48
<i>Un village de Calabre</i>	CATELLA Catherine / AIELLO Shu	France-61 / Suisse-26 / Italie-13	0,38
<i>Mon amour</i>	TEBOUL David	France-100	0,37
<i>Manuel de libération</i>	KUSNETSOV Alexander	France-100	0,36
<i>Cendres</i>	GUIRO Idrissa / PAVY Mélanie	France-100	0,35
<i>Bricks</i>	RAVELLI Quentin	France-100	0,35
<i>I paisani</i>	MASSART Guillaume	France-100	0,33
<i>In art we trust</i>	ROSSEL Benoit	Suisse-69 / France-31	0,32
<i>Spartacus & Cassandra</i>	NUGUET Ioanis	France-100	0,31
<i>Troisième partie de la Gaule (La)</i>	GREEN Eugene	France-100	0,29
<i>Little Go Girls</i>	DE LATOUR Eliane	France-100	0,26
<i>Caravage (Le)</i>	CAVALIER Alain	France-100	0,23
<i>El dorado - la rinconada</i>	LAMAS Salome	Portugal-55 / France-45	0,23
<i>Femmes en cuisine(s)</i>	FREDIANI Verane	France-100	0,20
<i>Athènes, les éclats</i>	DANIS Antoine	France-80 / Grece-20	0,18
<i>Feu sacré (Le)</i>	JOFFE Arthur	France-100	0,16
<i>Parole de kamikaze</i>	SAWADA Masa	France-100	0,10
<i>Limite(s)</i>	LANDRON Franck	France-100	0,10
<i>Vie des gens (La)</i>	DUCRAY Olivier	France-100	0,09
<i>Cité muette (La)</i>	VAN TASSEL Sabrina	France-100	0,09
<i>Potager de mon grand-père (Le)</i>	LOUGE ESPOSITO Martin	France-100	0,07
<i>New Territoires</i>	DESCHAMPS Fabianny	France-100	0,05
<i>East Punk Memories</i>	CHAUFOUR Lucile	France-100	0,05

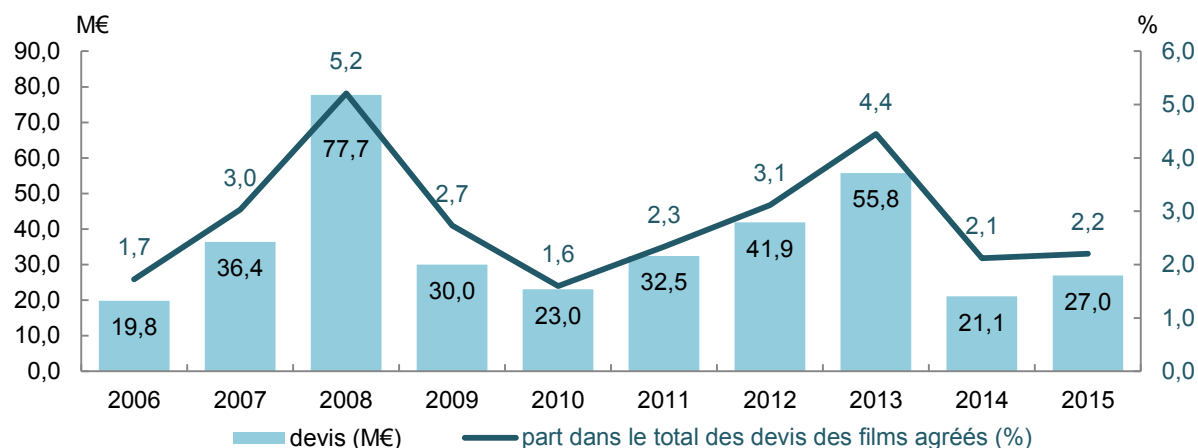
Source : CNC.

Les devis des longs métrages documentaires

Le total des devis des documentaires agréés entre 2006 et 2015 s'élève à 365,0 M€. Le documentaire concentre 2,9 % des investissements réalisés dans la production cinématographique française sur la période. En 2015, cette part s'élève à 2,2 %.

L'ensemble des devis des longs métrages documentaires agréés s'élève à 27,0 M€ en 2015, soit une hausse de 27,8 % par rapport à 2014. Ce chiffre reste toutefois très inférieur à la moyenne constatée sur la décennie. En moyenne, la somme des devis des documentaires agréés chaque année atteint 36,5 M€.

Devis des longs métrages documentaires agréés

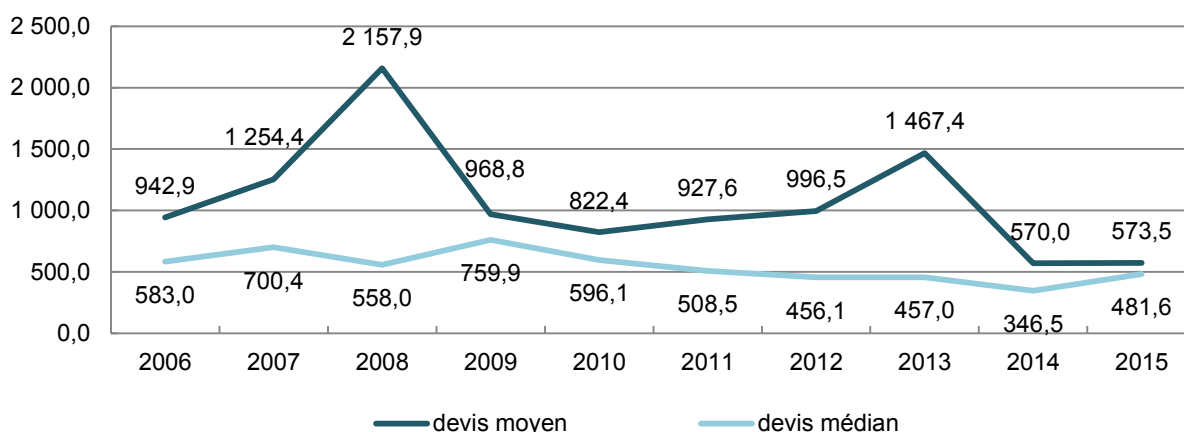


Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, le devis moyen (total des devis / nombre de films) des documentaires s'établit à 1,1 M€.

La production de documentaires mobilise des devis, en moyenne, beaucoup moins importants que les autres films. En 2015, le devis moyen des documentaires est de 573,5 K€, soit le plus bas niveau de la décennie après 2014 (570,0 K€). Le devis médian (montant pour lequel 50 % des films présentent un devis supérieur et 50 % des films un devis inférieur) des longs métrages documentaires agréés en 2015 s'élève à 481,6 K€.

Devis moyen et devis médian des longs métrages documentaires agréés (K€)



Source : CNC.

Sur la période 2006-2015, sept longs métrages documentaires présentent un devis supérieur à 5 M€. Parmi eux, quatre films affichent un budget supérieur à 10 M€ : *Home* de Yann Arthus-Bertrand (agrée en 2007), *Océans* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (agrée en 2008), *African Safari 3D* de Ben Stassen (agrée en 2012) et *les Saisons* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (agrée en 2013).

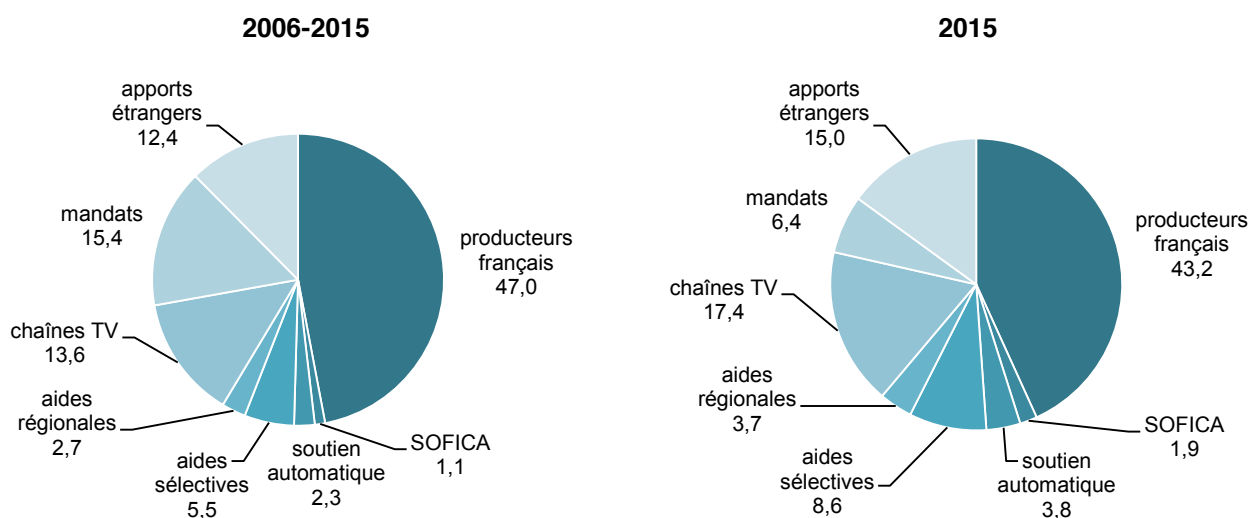
A l'inverse, 273 documentaires ont un devis inférieur à 1 M€ (79,4 % de l'ensemble des documentaires agréés sur la période).

Le financement des longs métrages documentaires agréés

Sur l'ensemble de la période 2006-2015, les mandats d'exploitation (en salles, en vidéo ou à l'étranger, y compris part étrangère) représentent 16,2 % du financement des longs métrages documentaires agréés. Les apports des chaînes de télévision constituent également une importante source de financement assurant, en moyenne, 13,6 % du total des devis sur la période. La part des apports étrangers en coproduction dans le financement de longs métrages documentaires s'élève à 12,4 % entre 2006 et 2015.

En 2015, 6,6 % des sommes investies dans les longs métrages documentaires émanent des mandats, soit le plus bas niveau de la décennie après 2009 (5,7 %). Les apports étrangers composent 15,0 % des financements des documentaires agréés en 2015 et ceux des chaînes de télévision 17,4 % (soit le niveau le plus haut de la décennie après 2006 – 18,0 %).

Répartition du financement des longs métrages documentaires agréés (%)



Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, les SOFICA sont intervenues dans le financement de 25 longs métrages documentaires agréés, soit 7,3 % des documentaires agréés sur la période, pour un montant total de 4,2 M€. L'investissement moyen par film s'établit à 167,2 K€. Sur la période, les apports des SOFICA couvrent 10,3 % du devis des documentaires soutenus.

En 2015, trois documentaires sont soutenus par au moins une SOFICA à hauteur de 515,0 K€, soit 171,7 K€ par œuvre en moyenne.

Financement des longs métrages documentaires agréés (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
apports français	18,3	34,7	74,4	26,1	18,2	25,8	29,3	51,0	19,1	22,9
apports des producteurs français ¹	7,1	16,7	43,3	17,8	8,4	14,1	14,1	27,3	11,3	11,6
apports des SOFICA	0,4	0,8	0,1	0,2	0,1	0,2	1,0	0,1	0,8	0,5
soutien automatique ²	2,5	0,4	1,2	1,2	0,4	0,2	0,8	0,2	0,3	1,0
aides sélectives	1,0	1,9	2,9	1,6	2,5	2,4	2,1	2,3	1,1	2,3
aides régionales ³	0,7	0,7	1,3	0,6	1,4	0,8	1,1	1,1	1,1	1,0
chaînes TV	3,6	4,7	11,2	3,1	3,8	4,8	4,4	7,5	1,8	4,7
mandats	3,1	9,5	14,4	1,7	1,6	3,3	5,6	12,5	2,6	1,7
apports étrangers	1,5	1,7	3,3	4,0	4,8	6,7	12,6	4,8	2,0	4,0
dont mandat étranger (part étrangère)	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,6	1,5	0,5	-	0,0
total	19,8	36,4	77,7	30,0	23,0	32,5	41,9	55,8	21,1	27,0

¹ Le poste des apports des producteurs français est calculé par déduction : devis – somme des financements identifiés.

² Soutien automatique du CNC mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

Source : CNC.

Les aides publiques (soutien automatique et sélectif du CNC + aides des collectivités territoriales) couvrent 10,5 % du devis total des longs métrages documentaires agréés entre 2006 et 2015.

Parmi les 344 documentaires agréés sur la période, 84 ont mobilisé du soutien automatique pour le financement de leur production, pour un montant total de 12,4 M€. Huit longs métrages documentaires agréés en 2015 mobilisent 1,0 M€ de soutien automatique. Le montant moyen mobilisé par film s'élève à 126,9 K€.

Entre 2006 et 2015, 124 longs métrages documentaires agréés ont bénéficié de l'aide d'au moins une collectivité territoriale, soit 36,0 % des films documentaires agréés sur la période. Le montant versé par les collectivités territoriales au documentaire entre 2006 et 2015 s'élève à 9,7 M€, soit un apport moyen par film de 78,6 K€. En 2015, 16 longs métrages documentaires ont bénéficié de l'aide d'au moins une collectivité territoriale pour un montant total de 1,0 M€.

La couverture des devis des documentaires agréés depuis 2006 est assurée à 87,6 % par des financements français et à 12,4 % par des financements étrangers. Entre 2006 et 2015, 77 longs métrages documentaires agréés ont bénéficié d'un financement étranger. Parmi ces films, 48 sont des coproductions majoritaires et 29 sont des coproductions minoritaires. Sur la période, les financements étrangers représentent un total de 45,4 M€ dont 19,2 M€ ont été investis dans des coproductions majoritaires et 26,2 M€ dans des coproductions minoritaires.

En 2015, 2,6 M€ sont apportés par des partenaires étrangers pour la production de 10 documentaires majoritairement français et 1,4 M€ pour la production de cinq documentaires minoritairement français.

Financement des longs métrages documentaires agréés (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
apports français	92,3	95,3	95,8	86,8	79,2	79,4	69,9	91,5	90,4	85,0
apports des producteurs français ¹	35,6	45,9	55,7	59,4	36,4	43,4	33,8	48,9	53,6	43,2
apports des SOFICA	1,8	2,3	0,1	0,7	0,5	0,6	2,5	0,1	3,7	1,9
soutien automatique ²	12,8	1,1	1,6	3,9	1,6	0,7	1,8	0,4	1,6	3,8
aides sélectives	4,8	5,1	3,7	5,2	11,0	7,5	5,1	4,2	5,4	8,6
aides régionales ³	3,4	1,9	1,7	1,9	6,0	2,4	2,7	2,0	5,2	3,7
chaînes TV	18,0	12,8	14,4	10,3	16,6	14,7	10,6	13,4	8,6	17,4
mandats	15,9	26,2	18,5	5,6	7,0	10,3	13,4	22,5	12,3	6,4
apports étrangers	7,7	4,7	4,2	13,2	20,8	20,6	30,1	8,5	9,6	15,0
dont mandat étranger (part étrangère)	0,3	0,1	0,0	0,1	0,7	1,9	3,6	0,8	-	0,1
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le poste des apports des producteurs français est calculé par déduction : devis – somme des financements identifiés.

² Soutien automatique du CNC mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.

³ Aides régionales incluant les apports du CNC.

Source : CNC.

Le financement par les chaînes des longs métrages documentaires agréés

Sur la période 2006-2015, 95 documentaires agréés ont été financés par au moins une chaîne de télévision (27,6 % de la production de documentaires). Les chaînes payantes participent à la production de 72 documentaires agréés entre 2006 et 2015 (75,8 % des longs métrages documentaires financés par au moins une chaîne de télévision), contre 58 pour les chaînes gratuites (61,1 %). La chaîne payante la plus active sur le segment de la production de documentaires est Canal+ avec 51 films financés entre 2006 et 2015. La chaîne gratuite la plus active est Arte avec 31 films financés sur la période.

En 2015, les chaînes de télévision financent 16 documentaires (34,0 % de l'ensemble des documentaires agréés), soit le niveau le plus élevé de la décennie. Elles apportent 3,7 M€, soit 231,3 K€ par film.

Au global sur la période 2006-2015, 37 longs métrages documentaires sont financés par plusieurs chaînes : 25 par deux diffuseurs, 11 par trois diffuseurs et un par quatre diffuseurs (*Océans* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud, agréé en 2008). 35 documentaires agréés entre 2006 et 2015 sont financés simultanément par au moins une chaîne payante et une chaîne gratuite. 14 films sont financés par deux chaînes payantes et un film est financé par deux chaînes gratuites (*Océans*).

Sur la période 2006-2015, 249 documentaires agréés ne bénéficient de l'apport d'aucune chaîne de télévision, soit 72,4 % des documentaires agréés sur la période. En 2015, 31 films sont dans ce cas (66,0 %).

Longs métrages documentaires financés par les chaînes

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	6	7	13	9	8	6	7	3	4	9
Canal+	6	5	9	6	5	5	4	3	3	5
Ciné+	-	-	2	2	2	1	3	1	2	3
OCS	-	-	-	1	2	1	2	1	-	1
TPS	1	2	5	1	-	1	-	-	-	-
TV5 monde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
chaînes gratuites	4	6	6	5	6	7	5	5	2	12
chaînes publiques	3	5	6	5	6	6	5	5	2	11
France 2	1	2	3	1	1	1	-	1	-	3
France 3	1	-	1	1	-	-	2	1	2	2
France 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Arte	1	3	3	3	5	5	3	3	-	5
chaînes privées	1	1	-	-	-	1	-	-	-	1
TF1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
M6	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D8	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1
total	7	10	15	10	9	9	9	6	4	16

Source : CNC.

Les chaînes de télévision ont investi 48,5 M€ dans la production de longs métrages documentaires agréés entre 2006 et 2015. Les chaînes payantes cumulent 56,6 % des apports totaux des diffuseurs, contre 43,4 % pour les chaînes gratuites. A 22,3 M€, Canal+ est la chaîne payante pour laquelle l'investissement dans la production de documentaires est le plus élevé. Pour les chaînes gratuites, il s'agit de France 2 (8,5 M€).

Sur la période, les chaînes de télévision apportent, en moyenne, 510,8 K€ par film financé. Cet investissement moyen s'élève à 381,3 K€ pour les chaînes payantes et 363,3 K€ pour les chaînes gratuites. Parmi les chaînes payantes, Canal+ est celle qui dégage l'apport moyen par film le plus élevé (436,3 K€). Parmi les chaînes gratuites, c'est France 2 qui tient la première place en termes d'investissement moyen par film avec 650,8 K€.

Apports des chaînes dans la production de longs métrages documentaires (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	2,3	1,7	6,2	1,8	1,8	2,6	2,3	5,2	1,3	2,2
Canal+	2,3	0,9	5,2	1,1	1,3	2,4	1,8	4,5	1,1	1,7
Ciné+	-	-	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2	0,6	0,1	0,2
OCS	-	-	-	0,3	0,4	0,0	0,3	0,0	-	0,3
TPS	0,1	0,8	0,9	0,4	-	0,2	-	-	-	-
TV5 monde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,0
chaînes gratuites	1,2	2,9	5,0	1,3	2,1	2,1	2,1	2,3	0,6	1,5
chaînes publiques	0,8	2,4	5,0	1,3	2,1	2,1	2,1	2,3	0,6	1,4
France 2	0,2	1,7	2,9	0,3	0,6	0,7	-	1,5	-	0,7
France 3	0,3	-	1,6	0,3	-	-	1,2	0,2	0,6	0,6
France 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0,1
Arte	0,3	0,8	0,6	0,8	1,5	1,4	0,9	0,7	-	0,1
chaînes privées	0,4	0,5	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
TF1	-	0,5	-	-	-	-	-	-	-	-
M6	0,4	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D8	-	-	-	-	-	0,0	-	-	-	0,1
total	3,6	4,7	11,2	3,1	3,8	4,8	4,4	7,5	1,8	3,7

Source : CNC.

En moyenne, les apports des chaînes de télévision couvrent 21,8 % des devis des documentaires agréés entre 2006 et 2015 financés par au moins un diffuseur. Le taux de couverture atteint 14,3 % pour les chaînes payantes et 12,0 % pour les chaînes gratuites.

Canal+ est la chaîne payante pour laquelle le taux de couverture est le plus élevé (13,8 %), Arte pour les chaînes gratuites (22,6 %).

Part des chaînes dans le total des devis des longs métrages documentaires financés (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
chaînes payantes	20,3	15,2	9,4	12,4	16,5	18,2	16,2	16,1	19,8	21,0
Canal+	19,6	16,5	8,6	13,3	15,7	18,0	17,1	14,1	21,6	25,0
Ciné+	-	-	3,8	3,6	3,3	6,3	2,3	2,0	3,2	9,1
OCS	-	-	-	22,9	16,8	0,7	9,7	2,6	-	21,8
TPS	3,0	14,0	1,7	8,5	-	2,1	-	-	-	-
TV5 monde	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,4
chaînes gratuites	20,8	14,2	8,9	16,2	21,9	13,9	19,2	6,7	18,7	13,1
chaînes publiques	24,4	15,1	8,9	16,2	21,9	14,5	19,2	6,7	18,7	13,1
France 2	22,8	13,4	5,2	14,6	21,2	7,4	-	5,0	-	15,5
France 3	20,7	-	3,2	11,3	-	-	14,0	13,2	18,7	20,0
France 5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14,8
Arte	31,7	20,5	32,0	19,8	22,2	28,1	38,0	20,4	-	3,5
chaînes privées	16,0	11,0	-	-	-	2,4	-	-	-	12,6
TF1	-	11,0	-	-	-	-	-	-	-	-
M6	16,0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
D8	-	-	-	-	-	2,4	-	-	-	12,6
total	28,6	18,8	16,8	18,9	33,2	27,5	28,2	21,1	28,4	23,0

Source : CNC.

Les documentaires bénéficiaires de l'avance sur recettes

78 longs métrages documentaires agréés entre 2006 et 2015 ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation, soit 22,7 % des documentaires agréés sur la période, pour un montant total de 13,2 M€. Le montant moyen d'avance sur recettes accordé pour un long métrage documentaire agréé sur la période est de 169,7 K€. Entre 2006 et 2015, l'avance sur recettes avant réalisation couvre, en moyenne, 12,1 % des devis des documentaires bénéficiaires.

En 2015, l'avance sur recettes avant réalisation est accordée à huit documentaires agréés pour une enveloppe totale de 1,5 M€.

Longs métrages documentaires agréés ayant bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nombre de documentaires	5	9	11	4	8	10	10	10	3	8
montant accordé (M€)	0,7	1,3	2,1	0,7	1,5	1,7	1,7	1,5	0,5	1,5

Source : CNC.

Compte tenu de leurs spécificités de production, les documentaires bénéficient davantage que les autres genres des avances sur recettes après réalisation. 43 longs métrages documentaires agréés entre 2006 et 2015 obtiennent l'avance sur recettes après réalisation, soit 12,5 % des documentaires agréés sur la période. Au total, 3,2 M€ leur sont attribués, soit 75,2 K€ par film en moyenne. L'avance après réalisation couvre, en moyenne, 21,9 % du devis de ces 43 films.

Trois films documentaires agréés en 2015 bénéficient de l'avance sur recettes après réalisation pour un montant total de 187,0 K€.

Longs métrages documentaires agréés ayant bénéficié de l'avance sur recettes après réalisation

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nombre de documentaires	1	5	4	6	7	5	5	5	2	3
montant accordé (K€)	75,0	342,3	208,6	558,3	492,6	552,0	280,0	387,9	150,0	187,0

Source : CNC.

Les coûts de production des films documentaires

Remarques méthodologiques

L'analyse des coûts de production des films documentaires est construite à partir des données de l'agrément de production. Elle appréhende les coûts définitifs de production. Les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements, avant tournage, peuvent en effet subir des évolutions non négligeables.

Il convient de rappeler que l'agrément de production est délivré soit lorsque l'entreprise de production a reçu des sommes au titre de l'agrément des investissements pour le tournage du film (il permet ainsi de rendre cet octroi définitif), soit directement au titre de la production d'œuvres cinématographiques achevées, lorsque l'agrément des investissements n'est pas requis. Cette analyse s'appuie uniquement sur les films documentaires d'initiative française, c'est-à-dire financés intégralement ou majoritairement par des investissements français.

Répartition des coûts de production des films documentaires

28 films documentaires d'initiative française ont reçu un agrément de production en 2015, soit trois films de moins qu'en 2014. Le coût total de ces films s'élève à 9,9 M€, soit une diminution de 72,5 % par rapport à 2014. Cette baisse s'explique par la présence, en 2014, du documentaire *Amazonia*, au coût exceptionnellement élevé de 12,7 M€. Par conséquent, le coût moyen des documentaires diminue très fortement en 2015 (-69,5 %), pour s'établir à 0,35 M€, tandis que le coût médian progresse légèrement (+2,6 %, à 0,30 M€).

Coûts totaux de production des films documentaires (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
rémunérations	2,9	10,0	10,3	11,0	43,5	12,9	8,2	9,4	16,0	5,2
droits artistiques	0,8	3,1	2,7	2,7	5,7	4,1	2,7	2,9	2,7	1,6
personnel	1,2	3,8	4,2	4,3	25,0	4,6	2,8	3,5	7,4	1,9
rémunération producteur	0,2	0,9	0,9	1,2	2,8	1,5	1,0	1,1	2,0	0,6
interprétation	0,0	0,3	0,1	0,2	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0
charges sociales	0,7	1,8	2,4	2,6	9,6	2,6	1,6	1,8	3,9	1,0
technique	2,1	6,1	5,4	6,8	21,0	5,6	3,3	4,2	8,3	2,5
moyens techniques	1,1	3,0	2,7	3,4	15,9	3,6	2,1	2,8	6,7	1,8
pellicules-laboratoires	0,9	3,1	2,7	3,3	5,1	1,9	1,2	1,4	1,6	0,6
tournage	1,7	4,1	5,4	6,0	23,2	5,0	3,1	3,2	11,6	2,2
décors et costumes	0,2	0,1	0,2	0,1	3,6	0,2	0,3	0,1	0,8	0,1
transports, défraiements, régie	0,7	2,0	2,5	3,3	11,8	2,3	1,3	1,4	5,6	1,0
assurances et divers	0,4	1,1	1,3	1,2	4,0	1,1	0,6	0,7	2,8	0,5
divers ¹	0,4	1,0	1,5	1,4	3,9	1,5	1,0	1,0	2,4	0,6
total	6,7	20,2	21,1	23,7	87,7	23,5	14,6	16,9	36,0	9,9

¹ Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF documentaires (12 films en 2006, 20 films en 2007, 23 films en 2008, 31 films en 2009, 26 films en 2010, 30 films en 2011, 31 films en 2012, 27 films en 2013, 31 films en 2014, 28 films en 2015).

Source : CNC.

Répartition des coûts de production des films documentaires (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
rémunérations	43,5	49,3	48,8	46,3	49,6	55,0	56,3	55,9	44,6	52,6
droits artistiques	12,4	15,4	12,7	11,2	6,6	17,6	18,6	17,3	7,4	15,8
personnel	17,2	18,8	20,0	18,1	28,6	19,5	19,2	20,8	20,5	19,6
rémunération producteur	3,6	4,4	4,1	5,2	3,2	6,5	6,9	6,4	5,6	6,5
interprétation	0,3	1,6	0,6	0,9	0,4	0,4	0,8	0,8	0,4	0,4
charges sociales	9,9	9,0	11,3	10,9	10,9	11,1	10,8	10,6	10,8	10,4
technique	30,9	30,4	25,6	28,5	23,9	23,7	22,6	25,1	23,1	24,9
moyens techniques	17,0	15,1	12,9	14,5	18,2	15,4	14,4	16,8	18,7	18,4
pellicules-laboratoires	13,9	15,3	12,7	14,0	5,8	8,2	8,1	8,3	4,4	6,4
tournage	25,6	20,3	25,6	25,2	26,5	21,3	21,1	18,9	32,3	22,5
décors et costumes	3,1	0,5	0,8	0,5	4,1	0,9	1,8	0,5	2,3	0,6
transports, défraiements, régie	10,6	9,7	11,9	14,1	13,4	9,6	8,9	8,4	15,6	10,2
assurances et divers	5,6	5,2	6,0	4,9	4,5	4,5	4,0	4,4	7,7	5,2
divers ¹	6,2	4,9	7,0	5,8	4,4	6,3	6,5	5,6	6,6	6,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF documentaires (12 films en 2006, 20 films en 2007, 23 films en 2008, 31 films en 2009, 26 films en 2010, 30 films en 2011, 31 films en 2012, 27 films en 2013, 31 films en 2014, 28 films en 2015).

Source : CNC.

Coûts moyens de production des films documentaires (K€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
rémunérations	241,6	497,8	447,2	354,5	1 672,9	430,3	265,7	349,6	517,5	186,0
droits artistiques	69,1	155,7	116,9	86,0	221,1	137,7	87,7	108,4	86,0	55,9
personnel	95,8	189,7	183,5	138,6	963,0	152,6	90,7	130,2	237,5	69,2
rémunération producteur	19,8	44,7	37,5	40,2	108,9	50,5	32,7	40,0	64,7	22,8
interprétation	1,6	16,6	5,8	6,6	12,0	3,0	3,7	4,8	4,3	1,3
charges sociales	55,3	91,1	103,5	83,2	367,9	86,4	50,9	66,2	125,1	36,8
technique	171,9	307,1	234,9	218,3	807,2	185,1	106,7	157,0	267,8	87,9
moyens techniques	94,5	152,4	118,3	111,0	612,7	120,7	68,2	105,0	217,0	65,2
pellicules-laboratoires	77,4	154,7	116,6	107,2	194,4	64,4	38,5	52,0	50,8	22,7
tournage	142,4	204,4	235,0	193,2	892,2	166,5	99,8	118,4	374,6	79,7
décors et costumes	17,4	4,7	6,9	3,7	138,5	7,1	8,3	3,0	27,0	2,1
transports, défraiements, régie	59,1	97,6	108,9	108,0	453,0	75,1	41,9	52,6	181,3	36,2
assurances et divers	31,3	52,8	55,3	37,2	152,4	35,1	18,7	27,6	89,7	18,4
divers ¹	34,6	49,4	63,9	44,3	148,2	49,1	30,8	35,2	76,6	23,1
total	555,9	1 009,3	917,0	766,0	3 372,3	781,9	472,1	625,0	1 159,9	353,6

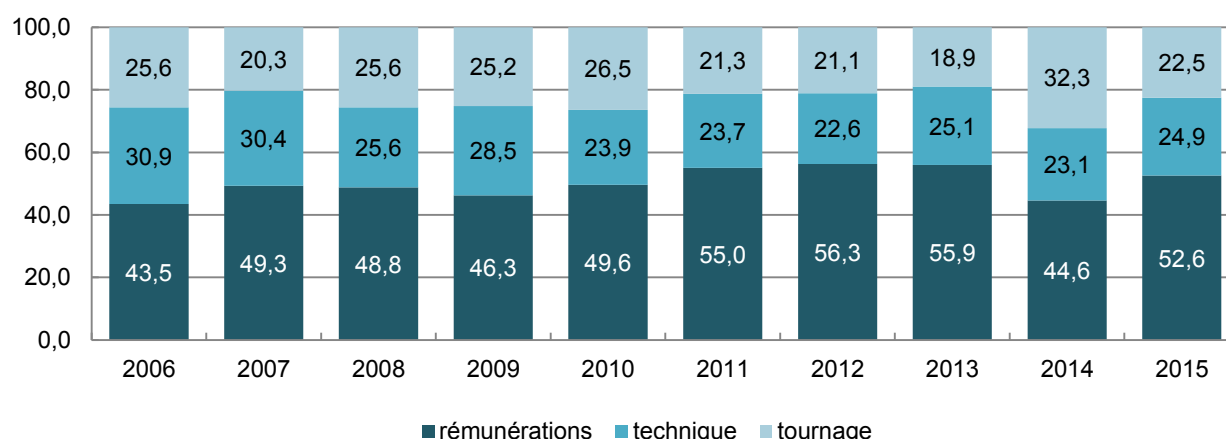
¹ Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF documentaires (12 films en 2006, 20 films en 2007, 23 films en 2008, 31 films en 2009, 26 films en 2010, 30 films en 2011, 31 films en 2012, 27 films en 2013, 31 films en 2014, 28 films en 2015).

Source : CNC.

En 2015, les postes liés aux rémunérations captent 52,6 % des dépenses, soit une part plus forte que celle observée en 2014 (44,6 %). Les dépenses techniques constituent la deuxième catégorie de coûts en 2015, avec 24,9 % des dépenses totales du genre (23,1 % en 2014), devant les dépenses de tournage (22,5 % du total en 2015 et 32,3 % en 2014).

Principaux postes de coût de production des films documentaires (%)



Base : FIF documentaires.

Source : CNC.

Les dépenses de personnel et celles relatives aux moyens techniques sont les deux plus gros postes de coût de production des documentaires agréés en 2015, avec respectivement 19,6 % et 18,4 % du coût total du genre (20,5 % et 18,7 % en 2014). Les dépenses de droits artistiques pèsent également de façon significative dans le coût des documentaires en 2015 (15,8 %, contre 7,4 % en 2014). Ceci est lié à la présence du film *le Sel de la Terre*, qui alloue plus d'un quart (25,7 %) de ses dépenses à ce poste.

Localisation des dépenses de production des films documentaires

15 des 28 documentaires d'initiative française agréés en 2015 enregistrent des dépenses à l'étranger (19 en 2014), ce qui représente 53,6 % des documentaires agréés (61,3 % en 2014). Ces dépenses extranationales représentent 8,4 % des coûts totaux du genre, soit une part largement inférieure à celle de 2014. En valeur, les dépenses extranationales diminuent de 9,7 % en 2015, à 0,84 M€. Là encore, il s'agit du contrecoup de la présence d'*Amazonia* (tourné au Brésil) parmi les documentaires agréés en 2014.

Part des dépenses de production effectuées en France pour les films documentaires selon les postes de coût (%)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
rémunérations	droits artistiques	75,0	53,9	78,9	93,2	89,4	95,3	90,7	80,6	75,9	93,6
	personnel	83,7	80,3	96,5	92,3	66,5	84,2	84,8	90,1	82,3	85,3
	rémunération producteur	83,1	95,4	97,6	85,8	95,5	87,0	77,3	95,3	82,0	90,2
	interprétation	95,1	22,6	100,0	97,6	86,6	56,3	57,7	77,1	92,4	86,9
	charges sociales	98,2	98,5	98,3	97,3	99,6	91,8	96,1	99,2	95,8	99,1
technique	moyens techniques	69,9	77,2	94,5	89,8	75,6	95,1	83,7	93,8	81,8	97,4
	pellicules-laboratoires	97,7	92,0	94,9	95,8	93,9	92,3	84,2	96,6	92,7	99,2
tournage	décors et costumes	67,7	31,4	72,0	91,6	46,7	65,3	78,4	51,0	51,8	96,5
	transports, défraiements, régie	79,4	64,2	83,2	69,9	60,0	56,7	71,4	69,6	45,5	71,4
	assurances et divers	88,7	93,7	98,9	93,9	96,7	90,3	83,0	90,2	68,3	94,3
	divers ¹	93,2	95,7	99,6	93,5	96,5	90,3	89,7	95,2	79,0	99,9
total	83,6	78,6	92,7	89,8	76,9	87,2	85,1	89,2	75,9	91,6	

¹ Le poste « divers » comprend les frais généraux et les imprévus.

Base : FIF documentaires (12 films en 2006, 20 films en 2007, 23 films en 2008, 31 films en 2009, 26 films en 2010, 30 films en 2011, 31 films en 2012, 27 films en 2013, 31 films en 2014, 28 films en 2015).

Source : CNC.

En 2015, les dépenses les plus délocalisées sont celles relatives aux coûts de « transports, défraiements et régie » (28,6 %). Deux films, *le Sel de la Terre* et *National Gallery*, cumulent 46,5 % des dépenses effectuées à l'étranger sur ce poste en 2015. Le deuxième poste avec la plus forte part de dépenses à l'étranger pour les longs métrages documentaires est le personnel, avec 14,7 % de dépenses extranationales. *National Gallery* est à l'origine de plus de la moitié (50,4 %) des dépenses effectuées à l'étranger sur ce poste en 2015. Par ailleurs, 13,1 % des dépenses relatives à l'interprétation sont délocalisées en 2015, contre 7,6 % en 2014. Le film *Une Histoire Birmane* est à l'origine de 89,2 % de ces dépenses extranationales.

Il est difficile d'appréhender l'impact du crédit d'impôt sur les films documentaires. En effet, plus encore que pour les fictions, la localisation des tournages de documentaires est très étroitement liée à leur sujet.

Depuis 2006, 75 longs métrages documentaires ont bénéficié du crédit d'impôt. Le montant total de crédit d'impôt alloué s'élève à 10,38 M€, soit 138 352 € par film en moyenne. Le crédit d'impôt représente en moyenne 6,2 % du coût total des documentaires bénéficiaires sur la période 2006-2015. En 2015, 5 films documentaires bénéficient du crédit d'impôt, pour un montant total de 0,42 M€. Le crédit d'impôt permet en moyenne de financer 13,3 % du coût total des films qui en sont bénéficiaires en 2015.

1.2. La distribution

La diffusion des longs métrages documentaires dans les salles de cinéma présente des caractéristiques particulières, notamment en termes de performances, d'exposition, de conditions de promotion et de durée de vie.

Le nombre de films

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

Entre 2006 et 2015, 798 documentaires sont sortis sur les écrans français, soit 13,2 % de l'ensemble des films sortis sur la période. Parmi ces 798 documentaires figurent 527 films français, 88 films américains, 149 films européens non français et 34 films non européens et non américains.

En 2015, 104 documentaires font l'objet d'une première sortie commerciale en France. L'offre de documentaires atteint en 2015 son plus haut niveau sur la décennie et se situe très au-dessus de la moyenne annuelle constatée sur la période (80 documentaires en première exclusivité en moyenne par an). Ils représentent 15,9 % de l'ensemble des films sortis dans l'année.

Nationalité des documentaires en première exclusivité en salles

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films français	32	42	34	46	52	54	64	61	72	70
100% français	24	38	32	37	42	47	55	49	60	59
majoritairement français	4	3	-	7	5	4	6	10	8	7
minoritairement français	4	1	2	2	5	3	3	2	4	4
films américains	5	13	8	12	8	10	11	8	8	5
films européens non français¹	11	11	12	13	14	20	13	16	17	22
allemands	-	1	1	-	1	4	2	3	3	3
britanniques	3	4	3	5	4	4	2	4	2	5
espagnols	-	1	1	1	1	4	3	1	2	3
italiens	1	-	3	1	3	1	-	1	1	-
autres films	4	1	4	1	2	6	4	2	3	7
canadiens	2	1	1	-	1	-	-	1	1	2
total	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC.

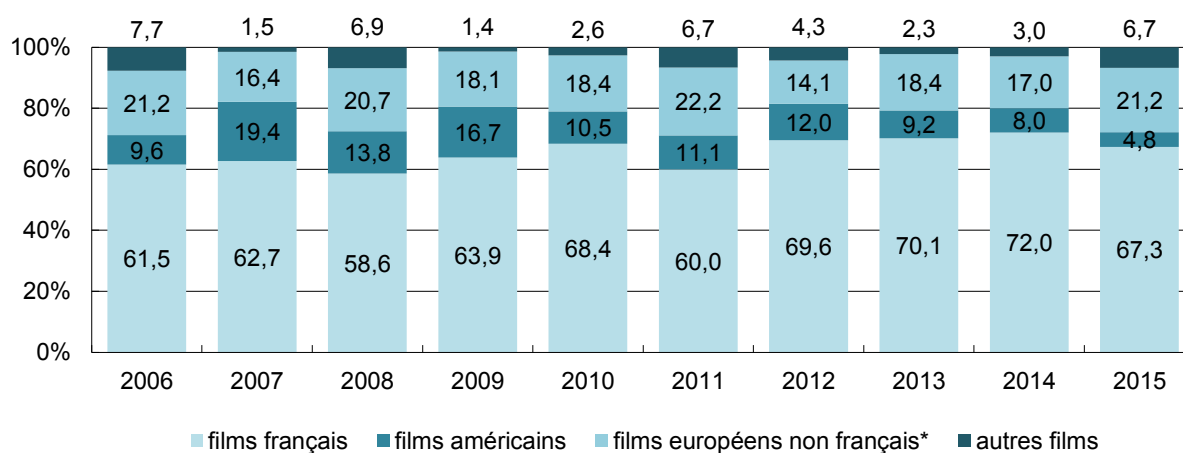
Parmi les 527 documentaires français sortis en salles entre 2006 et 2015, 84,1 % sont des films 100 % français. 10,2 % des documentaires français sortis ces dix dernières années sont des coproductions majoritaires (54 films) et 5,7 % des coproductions minoritaires (30 films). Les films français représentent 66,0 % de l'offre totale de documentaires en première exclusivité sur ces dix dernières années, 67,3 % en 2015.

Entre 2006 et 2015, la part des films américains dans le total des documentaires sortis en première exclusivité s'élève à 11,0 %. En 2015, les films d'Outre-Atlantique représentent 4,8 % des documentaires sortis dans l'année, soit le plus bas niveau de la décennie.

En moyenne, 15 documentaires européens non français sortent sur les écrans français chaque année entre 2006 et 2015, soit 18,7 % de l'offre totale de documentaires. 36 documentaires en première exclusivité sont britanniques. En 2015, l'offre inédite de documentaires européens non français progresse, passant de 17 films en 2014 à 22 films en 2015. Ils représentent 21,2 % des documentaires en première exclusivité.

Entre 2006 et 2015, trois films non européens et non américains sortent en salles chaque année en moyenne. Ils représentent 4,3 % de l'offre totale de documentaires en première exclusivité sur la période. Le Canada assure 26,5 % des documentaires non européens et non américains sortis pour la première fois sur les écrans sur les dix dernières années, soit neuf films. Sept films non européens et non américains sont en première exclusivité en 2015, soit le plus haut niveau de la décennie (6,7 % des documentaires de l'année).

Répartition des documentaires en première exclusivité en salles selon la nationalité (%)



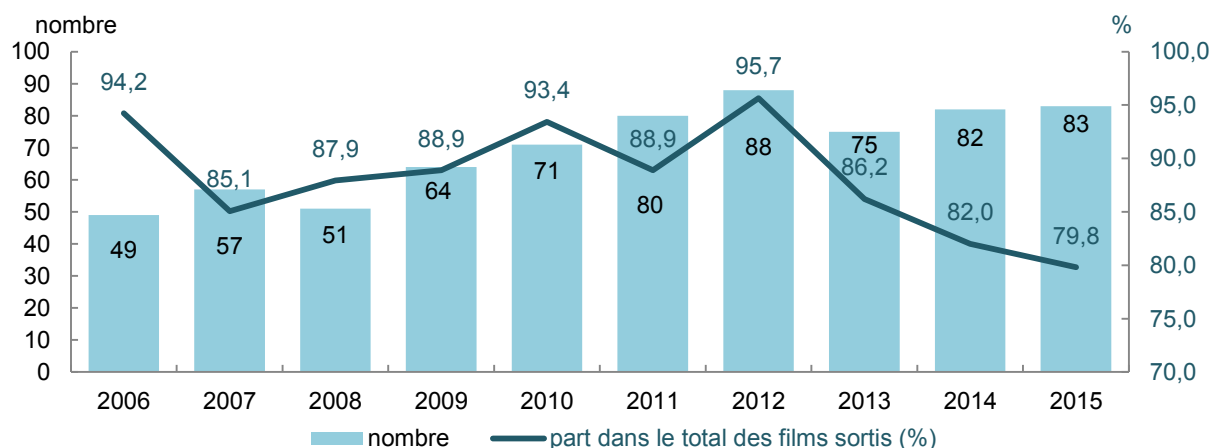
* Europe au sens continental.

Source : CNC.

La majorité des documentaires sortis en salles sont recommandés Art et Essai. Depuis 2006, les films Art et Essai composent 87,7 % des documentaires sortis en salles. En 2015, ils en représentent 79,8 %, soit le plus bas niveau de la décennie.

Sur les 700 documentaires Art et Essai sortis en première exclusivité sur la période 2006-2015, 66,1 % sont français, 10,4 % sont américains, 18,9 % sont européens non français et 4,6 % sont non européens et non américains. La recommandation concerne ainsi 87,9 % des documentaires français sortis sur la période, 83,0 % des documentaires américains, 88,6 % des documentaires européens non français et 94,1 % des documentaires non européens et non américains.

Documentaires recommandés Art et Essai en première exclusivité



Source : CNC.

Au total, huit documentaires sont disponibles en 3D entre 2011 et 2015 dont quatre français, deux américains, un britannique et un australien. Le documentaire représente 4,1 % des films disponibles en 3D sur la période.

En 2015, aucun documentaire en première exclusivité n'est disponible en 3D dans les salles de cinéma.

Documentaires en première exclusivité disponibles en 3D selon la nationalité

	2011	2012	2013	2014	2015
films français	1	-	1	2	-
films américains	1	-	1	-	-
films européens non français ¹	-	-	-	1	-
autres films	-	-	-	1	-
total	2	-	2	4	-

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC.

Les combinaisons de sortie

Depuis 2006, 1,5 % des documentaires sortis en salles sont distribués dans 300 établissements ou plus. A l'inverse, 59,4 % sont projetés dans moins de 10 établissements en première semaine.

En 2015, 99 documentaires sont distribués dans moins de 100 établissements en première semaine d'exploitation, soit 95,2 % de l'ensemble des documentaires sortis. 56 le sont dans moins de 10 établissements. Ils représentent 53,8 % des documentaires en première exclusivité en 2015. Cinq documentaires sont distribués dans 100 établissements ou plus dont un dans plus de 300 établissements : *Human* de Yann Arthus-Bertrand sorti le 12 septembre.

Documentaires en première exclusivité en salles selon le nombre d'établissements en première semaine

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
moins de 10 établissements	33	39	36	37	38	57	63	57	58	56
10 à 29 établissements	13	19	10	20	19	25	21	18	25	37
30 à 49 établissements	1	3	2	9	11	4	6	6	6	4
50 à 99 établissements	1	2	7	2	5	2	1	1	7	2
100 à 299 établissements	3	2	2	3	2	1	-	2	4	4
300 établissements et plus	1	2	1	1	1	1	1	3	-	1
total	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104

Source : CNC.

Entre 2006 et 2015, un documentaire est distribué, en moyenne, dans 23 établissements en première semaine. Un documentaire français l'est dans 22 établissements, contre 34 pour un film américain, 25 pour un film européen non français et 14 pour un film non européen et non américain.

En 2015, les documentaires sortent, en moyenne, dans six fois moins d'établissements (22 établissements) que les films tous genres confondus (136 établissements).

En moyenne, un documentaire français est distribué dans 22 établissements en première semaine en 2015, soit cinq établissements de plus qu'en 2014. Le nombre moyen d'établissements par documentaire américain progresse à 59 établissements en 2015, contre 17 établissements en 2014. Cette augmentation résulte du fait qu'un documentaire américain est distribué dans au moins 100 établissements en 2015 (*Au royaume des singes* de Alastair Fothergill et Mark Linfield sorti le 11 novembre), alors qu'il n'y en avait aucun en 2014. Le nombre moyen d'établissements en première semaine atteint 12 établissements pour un documentaire européen non français (31 cinémas de moins par rapport à 2014) et 31 établissements pour un documentaire non européen et non américain (deux cinémas de plus). Le recul observé pour les films européens non français s'explique par le fait que deux films britanniques, *Nature* et *Grizzly*, étaient distribués dans près de 300 établissements en première semaine en 2014. En 2015, aucun film européen non français ne dépasse 40 établissements en première semaine.

A leur sortie, les documentaires Art et Essai sont programmés dans un nombre d'établissements trois fois inférieur à celui des documentaires non recommandés. Un documentaire Art et Essai est distribué dans 16 établissements en moyenne en 2015, contre 47 établissements pour un documentaire non recommandé.

Nombre moyen d'établissements en première semaine par documentaire en première exclusivité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nationalité										
films français	32	27	23	20	34	16	10	24	18	22
films américains	33	20	2	61	18	30	48	69	17	59
films européens non français ¹	8	55	72	17	18	8	7	10	43	12
autres films	7	11	29	23	1	16	3	2	29	31
Art et Essai										
films Art et Essai	27	14	14	17	26	11	10	18	16	16
films non recommandés	2	117	150	100	63	52	102	70	52	47
documentaires	25	30	31	26	28	16	14	25	22	22
tous genres confondus	138	140	145	141	140	142	134	139	137	136

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC.

Les distributeurs

Entre 2006 et 2015, 238 distributeurs participent à la sortie des 798 documentaires en première exclusivité. Les dix plus actifs assurent la distribution de 21,6 % de ces films. Shellac, est la société qui distribue le plus de documentaires inédits sur la période : 33 films, soit 4,1 % des documentaires projetés pour la première fois en salles entre 2006 et 2015. Aucune autre société ne distribue plus de 20 documentaires sur les dix dernières années.

Sur la période 2006-2015, The Walt Disney Company est premier au classement des distributeurs en termes d'encaissements sur les documentaires. La distribution de *Sur le chemin de l'école* de Pascal Plisson (sorti le 25 septembre 2013), *Félins* de Alastair Fothergill (sorti le 1^{er} février 2012), *Chimpanzés* de Alastair Fothergill (sorti le 20 février 2013) et *Grizzly* de Alastair Fothergill et Keith Scholey (sorti le 5 novembre 2014), entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 14,2 % sur la période.

Pathé Distribution capte 11,5 % des encaissements distributeurs entre 2006 et 2015. La société distribue *Océans* de Jacques Perrin et Jacques Cluzaud (sorti le 27 janvier 2010) qui génère 88,0 % des encaissements de la société sur les documentaires.

Sony Pictures Releasing enregistre une part de marché de 7,2 % entre 2006 et 2015, en raison du succès de *Michael Jackson's this is it* de Kenny Ortega (sorti le 28 octobre 2009).

Gaumont occupe la quatrième place du classement, notamment grâce au film *Un jour sur Terre* de Alastair Fothergill (sortie le 10 octobre 2007).

Sur ces dix dernières années, les dix premiers distributeurs réalisent 57,5 % de l'ensemble des encaissements sur le documentaire. Les cinq premiers en captent 41,3 %.

Les 10 premiers distributeurs de documentaires entre 2006 et 2015¹

distributeurs	part de marché (%)	films en première exclusivité
1 The Walt Disney Company	14,2	12
2 Pathé Distribution	11,5	10
3 Sony Pictures Releasing	7,2	4
4 Gaumont	4,5	1
5 Les Films du Losange	4,0	15
6 Le Pacte	3,6	9
7 Paramount Pictures	3,4	5
8 Sophie Dulac Distribution	3,1	20
9 Memento Films Distribution	3,1	6
10 Ad Vitam	3,0	12

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

En 2015, 71 distributeurs participent à la sortie des 104 documentaires sortis en salles. Les trois premières sociétés en termes d'encaissements distributeurs sont Memento Films Distribution avec 21,9 % de part de marché (*Taxi Téhéran* de Jafar Panahi sorti le 15 avril 2015), Mars Films avec 18,2 % de part de marché (*Demain* de Mélanie Laurent et Cyril Dion sorti le 2 décembre 2015 et *Amy* de Asif Kapadia sorti le 8 juillet 2015) et Pathé Distribution avec 6,3 % de part de marché (*le Grand jour* de Pascal Plisson sorti le 23 septembre 2015). Ils assurent la distribution de 5,8 % des documentaires en première exclusivité en salles en 2015.

Les 10 premiers distributeurs de documentaires

2015		part de marché (%)	films inédits distribués	2014		part de marché (%)	films inédits distribués
1	Memento Films Distribution	21,9	1	1	The Walt Disney Company	20,7	2
2	Mars Films	18,2	2	2	Sophie Dulac Distribution	12,0	5
3	Pathé Distribution	6,3	3	3	Le Pacte	11,0	1
4	The Walt Disney Company	3,8	1	4	Pyramide	6,4	1
5	Kamea Meah	3,6	1	5	Id Unlimited	5,6	4
6	Pyramide	3,2	2	6	Metropolitan FilmExport	4,1	1
7	Haut et Court Distribution	3,1	2	7	Paramount Pictures	4,1	1
8	Sophie Dulac Distribution	2,7	3	8	Jour 2 Fête	2,8	3
9	ARP	2,6	2	9	Jupiter Communication	1,8	2
10	Metropolitan FilmExport	2,6	-	10	StudioCanal	1,7	1

[†] En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

Les frais de promotion des films

L'institut Kantar Media pige la publicité sur sept grands médias : affichage, cinéma, presse, radio, télévision, internet et les médias tactiques. En 2014, Kantar Media a modifié le suivi des investissements publicitaires sur internet. Ce changement ne permet pas de restituer des données exhaustives sur ce média. Par conséquent, les investissements publicitaires sur internet sont exclus de cette partie.

Les montants mentionnés ci-après correspondent donc à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur six médias analysés (hors internet). Il s'agit des investissements bruts tarifés qui ne tiennent pas compte des rabais, remises, ristournes propres à chaque média et à chaque support. Ces données doivent donc être considérées avec précaution.

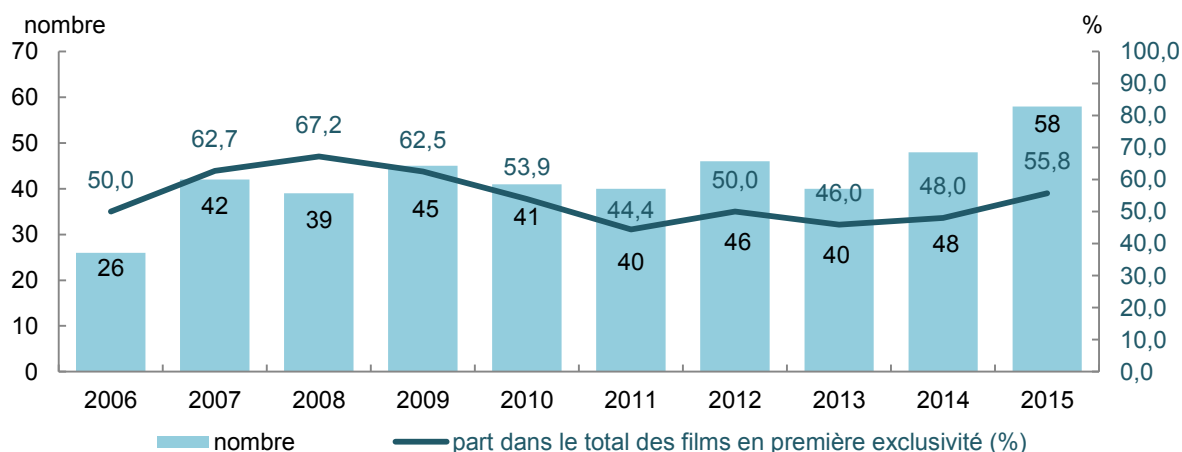
Les données concernant la nationalité des films proviennent du CNC. L'année de référence des tableaux est l'année de sortie en salles des films.

Investissements publicitaires des documentaires

Depuis 2006, 53,3 % des documentaires sortis en salles sont présents sur au moins un média.

Parmi les 104 documentaires inédits sortis en salles en 2015, 58 films font l'objet d'une campagne publicitaire sur au moins un des cinq grands médias (55,8 %). A titre de comparaison, 77,8 % des 654 films inédits sortis en salles en 2015 tous genres confondus font l'objet d'une campagne publicitaire.

Documentaires ayant fait l'objet d'une campagne publicitaire



Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Entre 2006 et 2015, les investissements publicitaires bruts en faveur des documentaires ont été multipliés par 3,4. Sur la période, les investissements publicitaires bruts totaux consacrés aux documentaires s'élèvent à 89,7 M€, soit 2,7 % du total des investissements publicitaires des films sortis tous genres confondus. Cette part atteint 3,4 % pour les films de 2015.

Entre 2006 et 2015, la presse est le premier média avec 50,8 % des investissements bruts destinés à la promotion des documentaires devant le cinéma (18,6 %) et l'affichage (18,5 %).

L'ensemble des investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des documentaires de 2015 s'élèvent à 18,9 M€, en hausse de 69,4 % par rapport aux investissements publicitaires des documentaires de 2014.

La presse est le premier support de communication publicitaire pour les longs métrages documentaires. Avec 13,0 M€ de recettes brutes, ce média capte 69,1 % des investissements publicitaires totaux des films de 2015 (57,1 % pour les films de 2014).

La radio est le deuxième média utilisé après la presse pour la promotion des documentaires de 2015. Les investissements publicitaires bruts sur ce média s'établissent à 2,1 M€. La radio capte ainsi 11,2 % des investissements publicitaires bruts totaux en faveur des documentaires de 2015, contre 9,4 % pour les documentaires de 2014.

Les investissements publicitaires consacrés aux campagnes d'affichage des documentaires de 2015 augmentent de 96,8 % pour atteindre 1,9 M€, soit 10,1 % des investissements totaux sur les documentaires de 2015.

Investissements publicitaires bruts tarifés en faveur des documentaires selon le média (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	1,0	3,2	1,7	1,8	0,6	1,3	0,9	3,3	1,0	1,9
cinéma	1,8	1,4	0,4	0,3	3,3	0,0	1,7	3,4	2,7	1,6
presse	2,1	2,9	2,5	4,4	3,8	2,4	3,2	5,0	6,4	13,0
radio	0,7	0,7	0,9	1,6	0,8	0,3	0,9	1,3	1,1	2,1
télévision	-	-	-	0,1	-	-	-	-	0,1	0,2
total	5,6	8,3	5,5	8,2	8,4	3,9	6,7	13,0	11,1	18,9

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Sur les 425 documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 ayant fait l'objet d'une publicité sur au moins un des cinq grands médias, 401 ont bénéficié d'au moins un encart dans la presse (94,4 %), 166 d'au moins un spot radiophonique (39,1 %), 72 d'au moins une affiche dans l'espace public (16,9 %), 33 d'au moins une annonce en salles de cinéma (7,8 %) et six d'au moins un spot télévisuel (1,4 %).

Cinq films ont fait l'objet d'une campagne publicitaire sur les cinq grands médias (1,2 % des documentaires sortis entre 2006 et 2015 ayant fait l'objet d'une promotion) : *Michael Jackson's this is it* de Kenny Ortega (sorti le 28 octobre 2009), *Match retour* de Corneliu Porumboiu (sorti le 2 juillet 2014), *le Grand jour* de Pascal Plisson sorti le 23 septembre 2015, *la Glace et le ciel* de Luc Jacquet (sorti le 21 octobre 2015) et *Amy* de Asif Kapadia (sorti le 8 juillet 2015). 3,3 % ont bénéficié d'une publicité sur quatre médias, 6,6 % sur trois médias, 31,8 % sur deux médias et 57,2 % sur un seul média.

Le média le plus plébiscité en 2015 est la presse. Sur les 58 documentaires sortis en 2015 ayant fait l'objet d'une publicité, 53 ont bénéficié d'une campagne presse (91,4 %), 22 d'une campagne radiophonique (37,9 %). La promotion de huit films s'est fait via l'affichage public (13,8 % des documentaires de 2015), six ont bénéficié d'une annonce en salles de cinéma (10,3 % des documentaires de 2015). Trois documentaires de 2015 font l'objet d'une promotion télévisuelle : *le Grand jour*, *la Glace et le ciel* et *Amy*.

Trois documentaires sortis en 2015 utilisent les cinq grands médias comme support de promotion (*le Grand jour*, *la Glace et le ciel* et *Amy*). 1,7 % fait l'objet d'une campagne sur quatre médias, 1,7 % sur trois médias, 29,3 % sur deux médias et 62,1 % sur un seul média.

Documentaires selon le média

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	17	22	21	18	23	26	26	26	28	36
cinéma	5	14	13	22	12	13	16	9	14	17
presse	2	4	4	4	5	1	3	1	3	1
radio	2	2	1	-	1	-	1	4	2	1
télévision	-	-	-	1	-	-	-	-	1	3
total	26	42	39	45	41	40	46	40	48	58

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Sur les dix dernières années, la promotion d'un documentaire en première exclusivité atteint 211,1 K€ en moyenne (695,4 K€ par film tous genres confondus). L'investissement moyen par film est de 504,8 K€ pour la promotion dans les salles de cinéma, 230,8 K€ pour une campagne d'affichage, 113,6 K€ pour une campagne presse, 75,0 K€ pour une campagne télévisuelle et 62,7 K€ pour une campagne radiophonique.

En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé d'un documentaire de 2015 s'élève à 325,6 K€.

Les salles de cinéma sont les médias pour lesquels l'investissement publicitaire moyen par documentaire est le plus important. L'investissement publicitaire moyen par documentaire dans les salles de cinéma enregistre toutefois un recul important par rapport à 2014 (-40,3 %). Un documentaire de 2015 bénéficie de 267,3 K€ d'investissement publicitaire sur ce média, contre 447,5 K€ pour un documentaire de 2014.

En moyenne, la valorisation publicitaire brute d'une campagne d'affichage d'un documentaire de 2015 s'élève à 237,6 K€, soit deux fois plus que pour un documentaire de 2014.

Investissement publicitaire moyen par documentaire selon le média (K€)

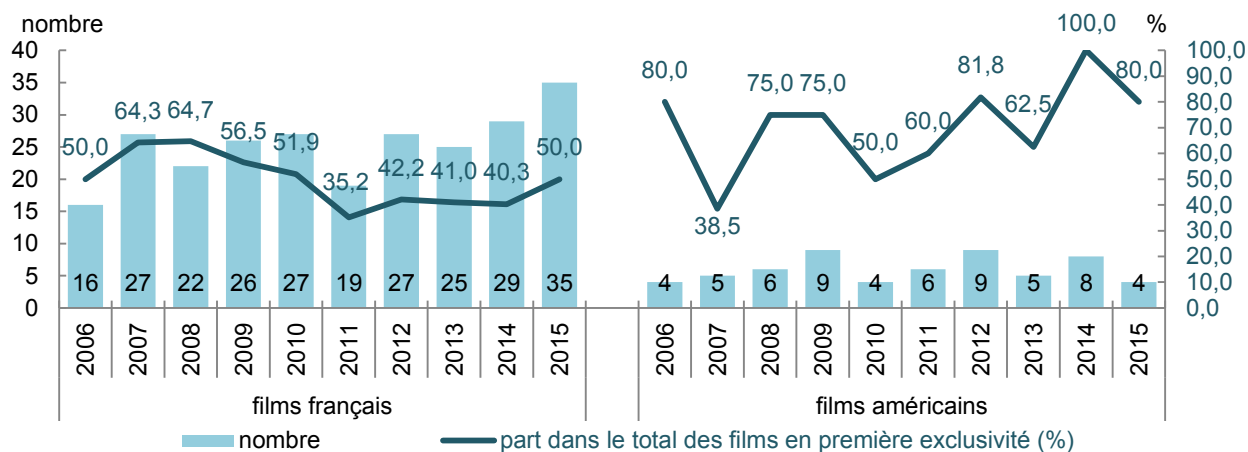
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
affichage	194,2	456,4	279,8	219,9	76,4	213,7	91,3	556,3	120,8	237,6
cinéma	440,8	481,7	146,7	158,0	1 098,0	5,0	1 687,0	854,8	447,5	267,3
presse	80,4	68,9	71,1	107,3	96,6	67,1	71,5	130,6	135,3	246,1
radio	122,7	40,6	48,7	60,1	47,8	22,0	57,1	87,7	70,1	96,3
télévision	-	-	-	147,0	-	-	-	-	42,5	72,7
total	213,9	196,7	141,8	183,2	205,8	98,1	145,1	325,8	232,3	325,6

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Investissements publicitaires des documentaires selon la nationalité

Sur la période 2006-2015, 253 documentaires français ont fait l'objet d'une publicité sur au moins un média, soit 48,0 % des documentaires français sortis en salles au cours des dix dernières. 60 des 88 documentaires américains sortis entre 2006 et 2015 (68,2 %) ont bénéficié d'une campagne publicitaire.

Documentaires ayant fait l'objet d'une campagne publicitaire selon la nationalité



Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Sur la période 2006-2015, les films nationaux captent 52,6 % des investissements publicitaires consacrés aux documentaires, contre 26,9 % pour les films américains, 15,4 % pour les films européens non français et 5,1 % pour les autres films.

Les films français de 2015 captent 51,2 % des investissements publicitaires bruts tarifés consacrés aux documentaires pour 60,3 % des films. La promotion des documentaires américains de 2015 représente 21,3 % du total des investissements publicitaires bruts pour 6,9 % des films.

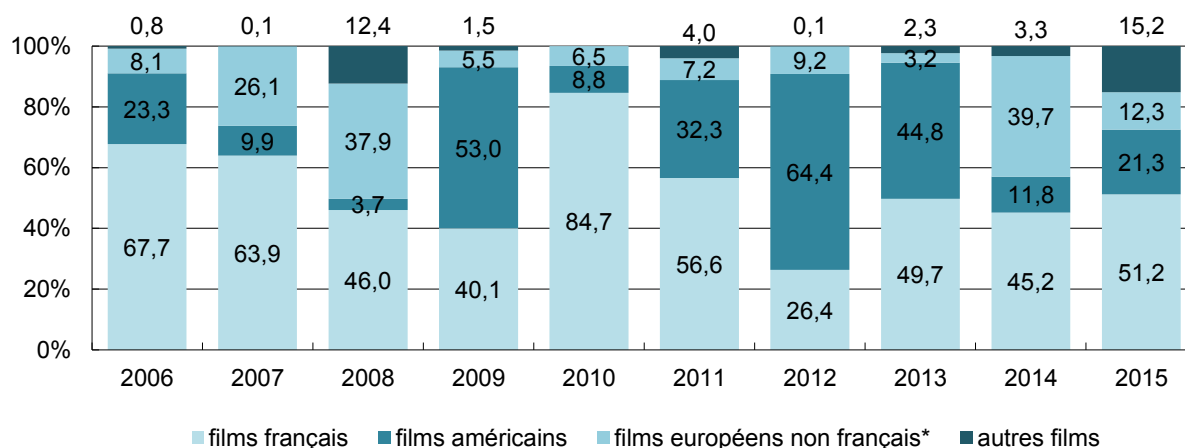
Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité des documentaires (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films français	3,8	5,3	2,5	3,3	7,1	2,2	1,8	6,5	5,0	9,7
films américains	1,3	0,8	0,2	4,4	0,7	1,3	4,3	5,8	1,3	4,0
films européens non français ¹	0,5	2,2	2,1	0,5	0,6	0,3	0,6	0,4	4,4	2,3
autres films	0,0	0,0	0,7	0,1	-	0,2	0,0	0,3	0,4	2,9
total	5,6	8,3	5,5	8,2	8,4	3,9	6,7	13,0	11,1	18,9

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Répartition des investissements publicitaires selon la nationalité des documentaires (%)



*Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

En moyenne, l'investissement publicitaire brut tarifé pour un documentaire sorti en salles entre 2006 et 2015 s'établit à 211,1 K€. Il s'élève à 186,5 K€ pour un film français, 402,8 K€ pour un film américain, 144,9 K€ pour un film européen non français et 268,4 K€ pour un film non européen et non américain.

En moyenne, la publicité d'un documentaire français de 2015 est valorisée 276,2 K€ bruts, contre 1 006,5 K€ pour un documentaire américain, 154,7 K€ pour un documentaire européen non français et 718,0 K€ pour un documentaire non européen et non américain.

Investissement publicitaire moyen par documentaire selon la nationalité (K€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films français	235,4	195,6	115,7	127,0	264,6	116,8	65,1	259,0	173,7	276,2
films américains	324,0	162,8	34,2	485,0	185,5	211,0	477,8	1 167,6	164,8	1 006,5
films européens non français ¹	90,4	239,4	262,1	50,3	55,2	23,4	67,9	46,8	491,9	154,7
autres films	47,0	12,0	228,3	123,0	#DIV/0!	52,0	4,0	298,0	183,0	718,0
total	213,9	196,7	141,8	183,2	205,8	98,1	145,1	325,8	232,3	325,6

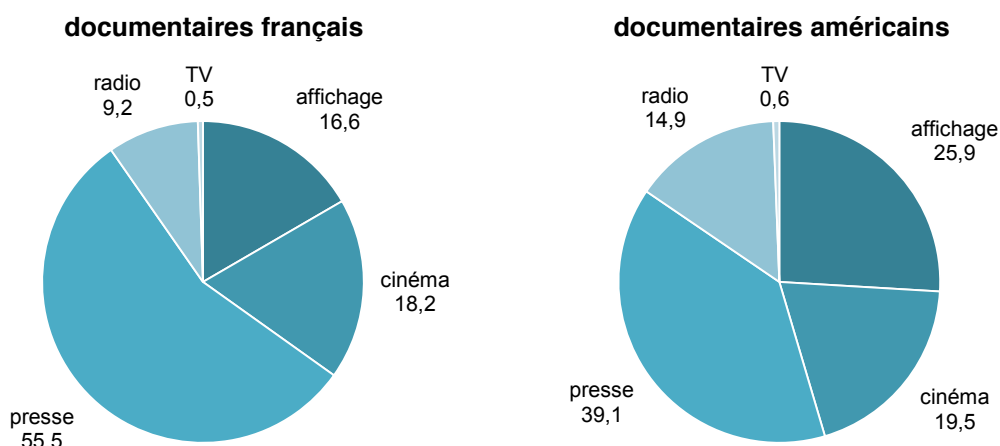
¹ Europe au sens continental.

Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Entre 2006 et 2015, les investissements publicitaires consacrés à la promotion des documentaires français atteint 47,2 M€. La presse capte 55,5 % de ce total, le cinéma 18,2 % et l'affichage 16,6 %.

24,2 M€ ont été investis dans la publicité des documentaires américains sur la période 2006-2015. 39,1 % ont été consacrés aux campagnes de presse, 25,9 % aux campagnes d'affichage et 19,5 % à la promotion dans les salles de cinéma.

Répartition des investissements publicitaires bruts tarifés selon le média et la nationalité entre 2006 et 2015 (%)



Source : CNC – Kantar Média – Données brutes.

Les coûts de distribution des films documentaires d'initiative française

Le CNC réalise chaque année une étude sur les coûts de distribution des films d'initiative française agréés. Il convient d'être prudent dans l'analyse des évolutions constatées compte tenu du faible nombre de films documentaires concernés certaines années.

Remarques méthodologiques

Les informations sur les coûts de distribution des films documentaires sont extraites de l'étude du même nom, qui s'appuie sur les données du soutien automatique à la distribution, sur celles de la contribution Canal+ à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des distributeurs de films d'initiative française en salles.

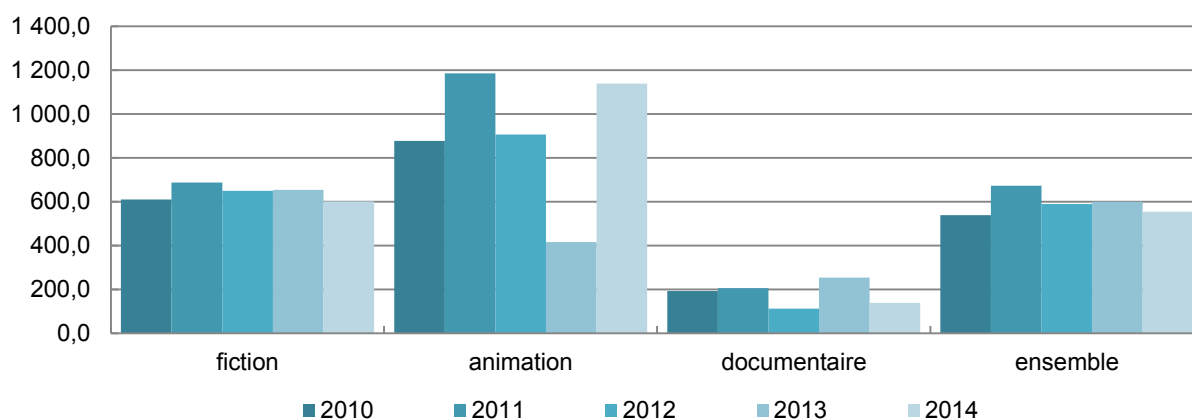
Pour effectuer une analyse homogène des coûts de distribution, ces derniers sont regroupés au sein de quatre catégories :

- les frais techniques de distribution qui comprennent le tirage de copies (argentiques et numériques), le stockage, le transport de copies et les frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce. Ces frais incluent les dépenses liées à la distribution des films en numérique, notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message). Il a donc été possible, dans cette étude, de réaliser la distinction entre les dépenses liées aux copies argentiques et celles liées aux copies numériques. A partir de 2012, les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques ;
- les achats d'espaces publicitaires pour l'affichage, la radio, internet, la presse, le cinéma et la télévision ;
- la conception et la fabrication du matériel publicitaire, c'est-à-dire la conception et la fabrication de l'affiche (photos d'exploitation, infographie, frais de fabrication divers), la création et la réalisation de spots radio, de clips vidéo, de sites internet, etc. ;
- les frais divers de promotion liés notamment aux relations presse : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festival et de représentation, rémunération de l'attaché de presse, voyages et déplacements, etc.

Les données sur le nombre de copies sont établies à partir des bordereaux de recettes transmis par les exploitants au CNC. Elles comptabilisent le nombre d'établissements programmés au cours de la première semaine d'exploitation en salles de chaque film. Par commodité, le nombre d'établissements en première semaine sera assimilé au nombre de copies de sortie dans les analyses qui suivent.

L'analyse par genre révèle une forte disparité des coûts de distribution des films d'initiative française. En 2014, un film documentaire bénéficie en moyenne de 138,4 K€ de dépenses de distribution. Un film de fiction dispose de quatre fois plus (601,0 K€) et un film d'animation de huit fois plus (1 138,8 K€).

Coût moyen de distribution selon le genre des films d'initiative française (K€)



Source : CNC.

Le documentaire est un genre à l'économie maîtrisée avec une combinaison de sortie moyenne de 37 copies en 2014 (58 en 2013), pour un montant moyen de frais d'édition par film de 138,4 K€ (253,4 K€ en 2013). Malgré un nombre de documentaires d'initiative française en hausse en 2014 à 25 titres (+25,0 %), les frais d'édition diminuent, car aucun film ne dépasse un million de frais d'édition en 2014 (3 films en 2013).

Coûts de distribution des films d'initiative française

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
films documentaires										
nombre de films sortis	12	9	26	20	24	34	11	23	20	25
nombre de copies ¹	601	898	1 046	611	751	1 536	580	485	1 158	919
coûts de distribution totaux (M€)	2,5	4,0	5,7	3,4	3,1	6,6	2,3	2,6	5,1	3,5
coûts de distribution moyen par film (K€)	211,2	441,1	217,5	168,5	130,9	193,3	205,1	112,8	253,4	138,4
tous films										
nombre de films sortis	150	159	165	170	175	180	162	177	172	190
nombre de copies ¹	27 299	30 420	29 218	31 745	32 272	27 964	30 939	31 757	33 221	35 555
coûts de distribution totaux (M€)	100,5	114,5	106,2	112,9	113,0	97,0	109,1	104,5	103,1	105,3
coûts de distribution moyen par film (K€)	669,9	720,0	643,4	664,1	645,9	539,1	673,3	590,2	599,4	554,3

¹ Copies = établissements programmés en première semaine.

Source : CNC.

La structure des coûts de distribution des documentaires révèle une part plus importante des coûts divers de promotion (25,8 % en 2014) par rapport à l'ensemble des films (17,3 %). Ce phénomène est lié à la nature même du genre dont l'économie plus restreinte impose davantage un travail de proximité avec les salles et la presse plutôt que des achats d'espaces publicitaires coûteux.

Par rapport à 2013, la part des dépenses d'achats d'espaces publicitaires pour les documentaires diminue (40,5 % en 2014, contre 48,4 % en 2013) et est inférieure à l'ensemble des films (49,1 %).

Sur les dix dernières années, les coûts de distribution par copie des films documentaires sont plus élevés que ceux des films de fiction et d'animation. Ils sont en moyenne 1,3 fois plus élevés que pour les films de fiction et pour les films d'animation. En 2014, les frais d'édition par copie diminuent de 13,9 % par rapport à 2013, pour atteindre 3 766 €.

Coûts moyens de distribution par film documentaire d'initiative française

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
nombre de films	12	9	26	20	24	34	11	23	20	25
nombre de copies ¹	601	898	1 046	611	751	1 536	580	485	1 158	919
coûts de distribution (M€)	2,5	4,0	5,7	3,4	3,1	6,6	2,3	2,6	5,1	3,5
structure des coûts (%)										
<i>frais techniques</i>	32,0	24,0	28,7	34,4	38,5	30,4	32,7	24,4	20,8	19,7
<i>achats d'espaces</i>	39,5	59,1	38,1	31,8	26,1	34,2	36,9	30,7	48,4	40,5
<i>matériel publicitaire</i>	13,6	6,0	9,3	11,2	11,0	11,8	12,6	15,0	9,4	14,0
<i>frais divers de promotion</i>	14,9	10,9	23,9	22,7	24,4	23,7	17,8	29,9	21,5	25,8
moyennes										
nombre moyen de copies par film	50	100	40	31	31	45	53	21	58	37
coûts de distribution par copie ¹ (€)	4 217	4 420	5 407	5 514	4 182	4 278	3 890	5 347	4 377	3 766
coûts de distribution par film (K€)	211,2	441,1	217,5	168,5	130,9	193,3	205,1	112,8	253,4	138,4

¹ Copies = établissements programmés en première semaine.

Source : CNC.

En 2014, l'affichage constitue le premier poste de dépenses des frais de distribution des films documentaires français (14,2 % des dépenses totales, contre 21,1 % tous genres confondus), suivi par la presse (11,5 % des dépenses totales, contre 5,1 % tous genres confondus).

En 2014, le tirage des copies et des films annonces représente 6 % des coûts totaux de distribution d'un film (9,0 % en 2013). Dans cet ensemble, le tirage de copies capte 4,4 % de la totalité des frais d'édition des films documentaires en 2014 (5,6 % en 2013). Après avoir été le premier ou le deuxième poste de dépenses aux cours des années précédentes, le tirage des copies (devenu quasi exclusivement numérique) représente le sixième poste de dépenses en 2014 (neuvième poste tous genres confondus).

Les contributions numériques sont intégrées aux coûts de distribution pour la première fois en 2012. En 2014, elles représentent le troisième poste de dépenses des films documentaires et captent 11,0 % des frais d'édition totaux (16,4 % tous genres confondus).

Répartition détaillée des frais d'édition des films d'initiative française (%)

	documentaire			tous films		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
frais techniques	24,4	20,8	19,7	25,9	23,1	22,8
tirage de copies	12,6	5,6	4,4	8,6	3,9	3,3
contributions numériques	6,4	9,6	11,0	12,0	15,6	16,4
films annonces	3,2	3,4	1,5	3,0	2,2	1,5
transport de copies	1,6	1,1	2,0	1,3	0,7	1,3
stockage de copies	0,2	0,3	0,6	0,7	0,2	0,1
sous-titrage	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
doublage	-	0,8	-	0,1	0,5	0,1
autres frais d'édition	0,3	0,0	0,1	0,2	0,0	0,0
achats d'espaces	30,7	48,4	40,5	46,7	49,9	49,1
affichage	11,3	25,0	14,2	23,9	22,9	21,1
cinéma	3,9	11,0	7,8	9,5	10,8	12,3
internet	3,6	4,8	4,0	4,6	6,1	6,6
presse	10,0	6,2	11,5	5,3	5,1	5,1
radio	1,0	0,8	0,7	1,0	1,4	1,3
télévision	-	0,2	0,6	1,2	0,6	0,7
autres achats d'espaces	0,9	0,3	1,8	1,2	3,0	1,9
matériel publicitaire	15,0	9,4	14,0	11,0	11,1	10,8
création d'affiches	4,2	1,8	3,8	2,2	2,3	2,4
frais techniques affiches (impression...)	3,9	1,4	3,7	2,3	2,2	2,6
création film annonce	3,1	1,3	1,9	0,7	1,2	1,4
création site internet	1,2	1,7	1,0	0,6	0,6	0,6
photos exploitation	-	0,2	0,0	0,2	0,3	0,3
divers matériel	2,6	2,9	3,5	5,0	4,6	3,5
frais divers de promotion	29,9	21,5	25,8	16,4	15,9	17,3
animations & réceptions	2,0	1,2	1,7	3,1	2,0	2,6
documentation	1,0	0,3	0,9	0,3	0,3	0,5
honoraires attaché de presse	11,2	8,0	11,0	2,7	3,0	3,1
impression dossiers de presse	1,6	1,6	0,9	0,7	1,0	0,8
invitations avant-première	1,3	2,1	0,5	0,7	0,8	0,8
invitations presse	0,7	1,8	0,7	0,7	0,6	0,7
location salles de projection	2,2	1,9	2,8	0,9	0,9	0,9
photos de presse	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
frais de tournée - déplacements	5,0	2,6	4,1	3,9	4,3	4,4
divers	4,8	1,9	3,1	3,5	2,8	3,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 177 films sortis en 2012 dont 23 films documentaires, 172 films sortis en 2013 dont 20 films documentaires, 190 films sortis en 2014 dont 25 films documentaires.

Source : CNC.

L'affichage (35,0 %) et la presse (28,4 %) sont les premiers postes d'achats d'espaces publicitaires des films documentaires en 2014. Le poids de la presse est nettement plus important que pour l'ensemble des films (10,4 %). Compte tenu des contraintes économiques liées au genre documentaire, les distributeurs privilégient en effet une communication qualitative sur des cibles plus identifiées en affinité avec le contenu des films. Les salles de cinéma captent 19,2 % des investissements en espaces publicitaires des documentaires en 2014 (25,0 % tous genres confondus).

Répartition détaillée des achats d'espaces publicitaires (%)

	documentaire			tous films		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
affichage	36,8	51,6	35,0	51,2	45,8	43,1
cinéma	12,6	22,7	19,2	20,3	21,6	25,0
internet	11,9	10,0	9,8	9,9	12,2	13,5
presse	32,5	12,8	28,4	11,4	10,2	10,4
radio	3,2	1,7	1,7	2,1	2,8	2,6
télévision	-	0,5	1,5	2,5	1,3	1,5
autres achats d'espaces	3,0	0,7	4,6	2,6	6,0	3,9
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Base : 177 films sortis en 2012 dont 23 films documentaires, 172 films sortis en 2013 dont 20 films documentaires, 190 films sortis en 2014 dont 25 films documentaires.

Source : CNC.

1.3. Les résultats des films documentaires en salles

La diffusion des longs métrages documentaires dans les salles de cinéma présente des caractéristiques particulières, notamment en termes de performance et de durée de vie.

Les entrées et des recettes

Remarque méthodologique

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

Les films documentaires inédits sortis en salles en 2015 cumulent 2,2 millions d'entrées, soit 1,2 % des entrées de l'ensemble des films inédits de l'année. Les entrées réalisées par les films documentaires sont en progression de 9,0 % par rapport à 2014 (205,3 millions d'entrées tous genres confondus en 2015, soit 1,8 % de moins qu'en 2014).

Sur les dix dernières années, la plus forte fréquentation annuelle pour les films documentaires a été enregistrée en 2010 avec 4,8 millions d'entrées, notamment grâce à *Océans*. En moyenne sur la période 2006-2015, les films documentaires représentent 1,4 % des entrées des films inédits tous genres confondus. Depuis 2006, plus de 25 millions d'entrées ont été réalisées par les films documentaires inédits dans les salles.

Entrées et recettes guichets des films documentaires inédits

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
entrées (milliers)	1 665	2 980	1 704	3 007	4 748	1 325	1 779	3 124	2 033	2 215	+9,0%
recettes guichets (K€)	9 172	16 614	9 832	19 034	28 241	7 924	10 531	17 730	11 781	13 281	+12,7%
recette moyenne par entrée (€)	5,51	5,57	5,77	6,33	5,95	5,98	5,92	5,67	5,79	6,00	+3,5%

Source : CNC.

La hausse des entrées des films documentaires en 2015 (+9,0 %) s'accompagne d'une progression des recettes plus importante encore (+12,7 %). Par conséquent, la recette moyenne par entrée TTC des films documentaires augmente (+3,5 %), passant de 5,79 € en 2014 à 6,00 € en 2015. La recette moyenne par entrée HT des films documentaires passe, quant à elle, de 4,85 € en 2014 à 5,02 € en 2015 (+3,5 %).

L'évolution de la recette moyenne par entrée varie selon la nationalité des films documentaires. Pour les documentaires français, la recette moyenne par entrée TTC reste quasiment stable à 5,72 € (5,73 € en 2014), tandis qu'elle diminue de 5,8 % pour les films américains (5,63 € en 2015, contre 5,97 € en 2014).

Entre 2006 et 2015, un seul film documentaire, *Océans*, dépasse les deux millions d'entrées. Quatre autres titres franchissent le seuil du million d'entrées : *la Marche de l'Empereur* (sorti en 2005), *Michael Jackson's This Is It* (sorti en 2009), *Un jour sur terre* (sorti en 2007) et *Sur le chemin de l'école* (sorti en 2013). La grande majorité des films documentaires réalise moins de 20 000 entrées : c'est le cas de 80,6 % des documentaires sortis en salles ces dix dernières années.

Films documentaires inédits selon le nombre d'entrées en salles

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
moins de 20 000 entrées	39	52	45	56	54	80	78	73	81	85
de 20 000 à 50 000 entrées	9	7	5	8	13	5	8	6	11	8
de 50 000 à 100 000 entrées	2	3	4	3	3	1	4	1	3	7
de 100 000 à 500 000 entrées	1	4	4	4	5	4	1	6	5	3
plus de 500 000 entrées	1	1		1	1		1	1		1
total	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104

Source : CNC.

En 2015, 1,0 million d'entrées sont réalisées par les films documentaires français, ce qui porte leur part de marché à 47,1 %, contre 57,3 % en 2014. En 2015, trois des cinq films documentaires ayant réalisé le plus d'entrées sont des films français : *Demain* (246 000 entrées), *En Quête de Sens* (102 000 entrées) et *le Grand Jour* (100 000 entrées).

Les films documentaires américains de 2015 enregistrent 106 000 entrées, contre 154 000 entrées en 2014. La part de marché du cinéma américain diminue de 2,8 points par rapport à 2014 et s'établit à 4,8 %. Cette baisse est liée à l'absence de gros succès de documentaire américain en 2015. Le documentaire américain cumulant le plus d'entrées en 2015 est *Au Royaume des Singes* (un peu plus de 80 000 entrées).

Les films documentaires européens non français sortis en 2015 cumulent 429 000 entrées, contre 498 000 entrées en 2014 (-38,5 %). La part de marché des documentaires européens non français baisse de 14,9 points, à 34,1 %. Le film britannique *Amy* (218 000 entrées) occupe en 2015 la deuxième place du box-office des films documentaires.

Les films documentaires non européens et non américains sortis en 2015 cumulent 636 000 entrées, soit un résultat 42 fois supérieur à celui de 2014. Leur part de marché passe de 0,7 % en 2014 à 28,7 % en 2015. Ces résultats exceptionnels sont le fait d'un seul titre : le film iranien *Taxi Téhéran*. Avec 557 000 entrées, il est le documentaire qui enregistre la plus forte fréquentation en 2015.

Sur la période 2006-2015, la part de marché des films documentaires français s'élève à 56,5 % des entrées, contre 20,1 % pour les films américains, 18,0 % pour les films européens non français et 3,5 % pour les films d'autres nationalités.

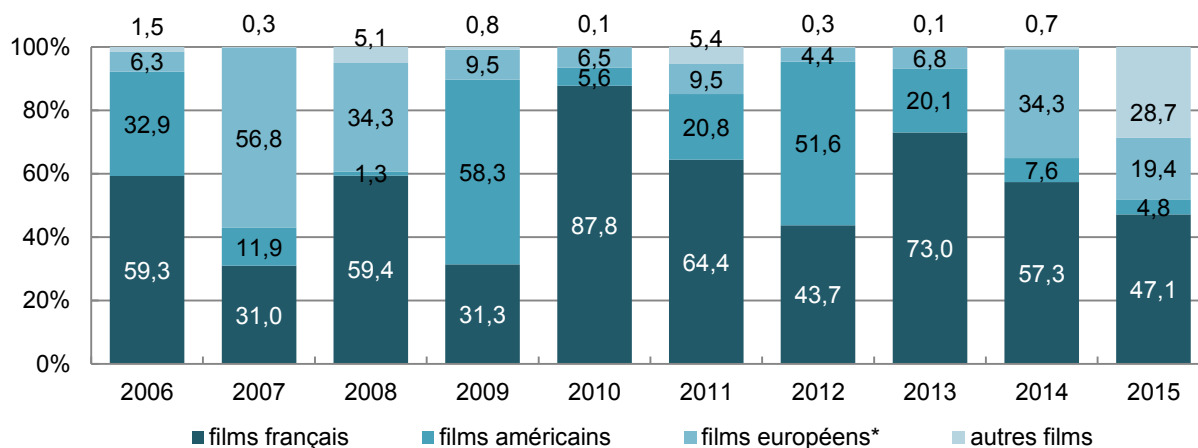
Entrées selon la nationalité des films documentaires inédits (milliers)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
films français	987	923	1 012	942	4 167	853	777	2 281	1 166	1 044	-10,4%
films américains	549	355	22	1 753	267	275	919	629	154	106	-31,6%
films européens ¹	105	1 694	584	286	310	125	78	211	698	429	-38,5%
autres films	25	8	87	26	5	71	5	3	15	636	+4142,4%
total	1 665	2 980	1 704	3 007	4 748	1 325	1 779	3 124	2 033	2 215	+9,0%

¹ Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

Répartition des entrées des films documentaires inédits selon la nationalité (%)



* Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

La part de marché pour les films documentaires recommandés Art et Essai progresse en 2015. Elle s'établit à 80,8 % des entrées de l'ensemble des films documentaires inédits, contre 69,3 % en 2014. 83 des 104 films documentaires inédits de 2015 sont recommandés Art et Essai (contre 82 des 100 films documentaires inédits de 2014).

Entrées selon la recommandation des films documentaires inédits (milliers)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
films Art et Essai	1 657	1 160	884	1 197	4 442	1 116	1 020	2 278	1 409	1 790	+27,1%
autres films	8	1 820	821	1 810	307	209	760	847	624	425	-31,9%
total	1 665	2 980	1 704	3 007	4 748	1 325	1 779	3 124	2 033	2 215	+9,0%

Source : CNC.

En moyenne, un film documentaire français sorti en 2015 réalise 15 000 entrées, contre 16 000 en 2014. Le nombre moyen d'entrées par film pour une œuvre américaine passe de 19 000 entrées en 2014 à 21 000 en 2015. Un film documentaire européen enregistre, en moyenne, 20 000 entrées en 2015 (41 000 en 2014) et un film d'une autre nationalité 91 000 entrées (5 000 en 2014).

Un film documentaire Art et Essai sorti en 2015 enregistre, en moyenne, 22 000 entrées (17 000 entrées en 2014), contre 20 000 entrées pour un film documentaire non recommandé (35 000 entrées en 2014).

Nombre moyen d'entrées par film documentaire inédits (milliers)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nationalité										
films français	31	22	30	20	80	16	12	37	16	15
films américains	110	27	3	146	33	28	84	79	19	21
films européens ¹	10	154	49	22	22	6	6	13	41	20
autres films	6	8	22	26	2	12	1	1	5	91
Art et Essai										
films Art et Essai	34	20	17	19	63	14	12	30	17	22
autres films	3	182	117	226	61	21	190	71	35	20
entrées										
moins de 20 000 entrées	5	4	5	6	5	5	4	4	4	4
de 20 000 à 50 000 entrées	33	36	39	35	35	36	30	33	36	27
de 50 000 à 100 000 entrées	67	70	74	82	65	92	70	100	77	72
de 100 000 à 500 000 entrées	499	226	248	155	195	170	220	228	211	188
plus de 500 000 entrées	563	1 402	-	1 548	2 855	-	754	1 166	-	557
ensemble	32	44	29	42	62	15	19	36	20	21

¹ Europe au sens continental, hors France.

Source : CNC.

La concentration de la fréquentation des films documentaires inédits est très variable selon les années. En 2015, elle progresse légèrement. Les cinq films documentaires les plus performants de 2015 totalisent 55,2 % des entrées annuelles, contre 51,8 % en 2014. Elle se réduit également pour les trois premiers films, qui cumulent 46,1 % des entrées en 2015, contre 39,7 % en 2014.

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

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
les trois premiers films	67,8	67,0	46,7	64,3	70,6	43,4	60,1	61,4	39,7	46,1
les cinq premiers films	74,7	77,3	63,6	72,1	77,7	58,2	67,1	74,2	51,8	55,2

Source : CNC.

Classement des 20 premiers films documentaires sortis en salles entre 2011 et 2015

	titre	distributeur	nationalité	date de sortie	entrées ¹ (millions)
1	<i>Océans</i>	Pathé Distribution	France	27-janv-10	2,88
2	<i>Sur le chemin de l'école</i>	Walt Disney Pictures France	France	25-sept-13	1,41
3	<i>Félins</i>	Walt Disney Pictures France	Etats-Unis	01-févr-12	0,77
4	<i>Taxi Téhéran</i>	Memento Films	Iran	15-avr-15	0,56
5	<i>Chimpanzés</i>	Walt Disney Pictures France	Etats-Unis	20-févr-13	0,46
6	<i>Grizzly</i>	Walt Disney Pictures France	Grande-Bretagne	05-nov-14	0,39
7	<i>Il était une forêt</i>	Walt Disney Pictures France	France	13-nov-13	0,37
8	<i>Pina</i>	Les Films du Losange	France	06-avr-11	0,36
9	<i>Les Rêves dansants, sur les pas de Pina Bausch</i>	Jour 2 Fête	Grande-Bretagne	13-oct-10	0,33
10	<i>Benda Bilili !</i>	Sophie Dulac Distribution	France	08-sept-10	0,32
11	<i>Amazonia</i>	Le Pacte	France	27-nov-13	0,31
12	<i>le Sel de la Terre</i>	Le Pacte	France	15-oct-14	0,28
13	<i>Bébé(s)</i>	StudioCanal	France	16-juin-10	0,28
14	<i>Tous au Larzac</i>	Ad Vitam	France	23-nov-11	0,25
15	<i>Demain</i>	Mars Films	France	15-oct-14	0,25
16	<i>Solutions locales pour un désordre global</i>	Memento Films	France	07-avr-10	0,24
17	<i>Les nouveaux chiens de garde</i>	Epicentre Films	France	11-janv-12	0,22
18	<i>Amy</i>	Mars Films	Grande-Bretagne	08-juil-15	0,22
19	<i>Sugar Man</i>	ARP	Grande-Bretagne	26-déc-12	0,21
20	<i>la Cour de Babel</i>	Pyramide	France	12-mars-14	0,19

¹ Entrées arrêtées à fin 2015.

Source : CNC.

Classement des 20 premiers films documentaires sortis en 2015

titre	distributeur	nationalité	date de sortie	entrées ¹
1 <i>Taxi Téhéran</i>	Memento Films	Iran	15-avr-15	556 776
2 <i>Demain</i>	Mars Films	France	02-déc-15	245 764
3 <i>Amy</i>	Mars Films	Grande-Bretagne	08-juil-15	217 813
4 <i>En quête de sens</i>	Kamea Meah	France	28-janv-15	101 772
5 <i>le Grand Jour</i>	Pathé Distribution	France	23-sept-15	99 730
6 <i>Citizenfour</i>	Haut et Court Distribution	Allemagne	04-mars-15	83 095
7 <i>Au Royaume des singes</i>	Walt Disney Pictures France	Etats-Unis	11-nov-15	80 350
8 <i>le Bouton de nacre</i>	Pyramide	France	28-oct-15	70 962
9 <i>la Glace et le Ciel</i>	Pathé Distribution	France	21-oct-15	61 393
10 <i>Spartacus & Cassandra</i>	Nour Films	France	11-févr-15	55 546
11 <i>le Prix à payer</i>	ARP	Canada	04-févr-15	53 769
12 <i>Human</i>	Paname Distribution	France	12-sept-15	35 529
13 <i>Une Jeunesse allemande</i>	UFO Distribution	France	14-oct-15	30 441
14 <i>Francofonía : le Louvre sous l'occupation</i>	Sophie Dulac Distribution	France	11-nov-15	28 411
15 <i>Howard Zinn, une histoire populaire américaine</i>	Les Films des Deux Fives	France	29-avr-15	28 124
16 <i>Paco de Lucia : légende du flamenco</i>	Bodega Films	Espagne	28-oct-15	24 758
17 <i>Compostelle, le chemin de la vie</i>	Les Films Saint André des Arts	France	01-avr-15	23 339
18 <i>le Caravage</i>	Pathé Distribution	France	28-oct-15	21 899
19 <i>Irvin Yalom, la thérapie du bonheur</i>	Sophie Dulac Distribution	Suisse	20-mai-15	20 584
20 <i>les Optimistes</i>	Jour 2 Fête	Norvège	29-avr-15	19 863

¹ Entrées arrêtées à fin 2015.

Source : CNC.

Durée de vie en salles

Remarques méthodologiques

La durée de vie des films en salles est examinée au regard de la répartition hebdomadaire des entrées des films dans le temps. Les analyses, réalisées à partir des données issues des déclarations de recettes transmises au CNC par les exploitants de salles de cinéma, portent sur les 798 films documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015. Elle s'appuie sur les entrées réalisées par chaque œuvre au cours des 17 premières semaines de son exploitation en salles (s1 à s17), soit sur la totalité de la durée d'exclusivité de la salle (depuis le 1^{er} juillet 2009, la durée d'exclusivité est passée de six mois -26 semaines- à quatre mois -17 semaines). Elle inclut également les éventuelles entrées réalisées lors des avant-premières (s0).

Rappel : 798 films documentaires sortis entre 2006 et 2015

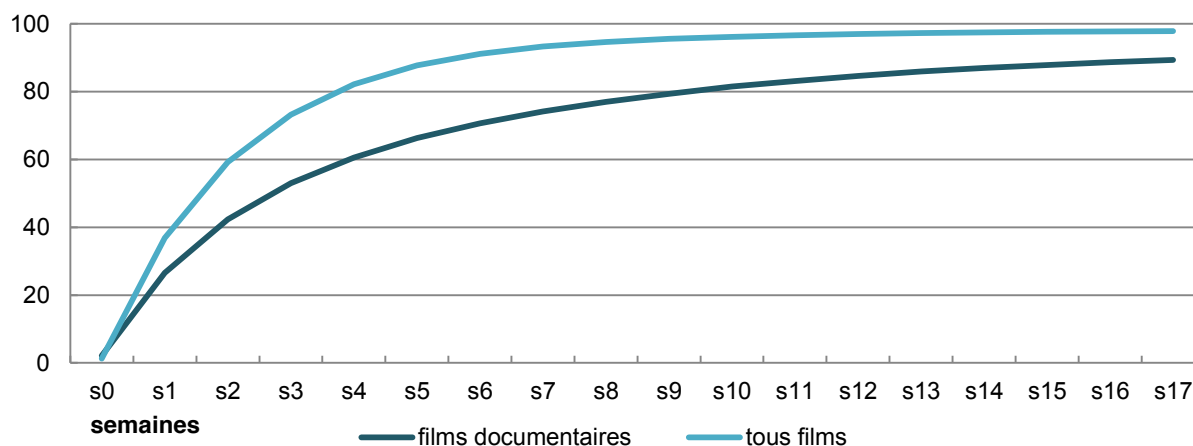
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	total
nombre de films	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104	798

Source : CNC.

D'une manière générale, les longs métrages documentaires bénéficient d'une durée de vie en salle supérieure à celle de l'ensemble des films. Ainsi, en 2015, les films documentaires réalisent 80,4 % de leurs entrées au cours des onze premières semaines de leur exploitation, contre 98,5 % pour l'ensemble des films. En moyenne, pour les films documentaires sortis entre 2006 et 2015, 66,3 % des entrées sont réalisées au cours des cinq premières semaines d'exploitation (87,7 % tous films). Ce taux se situe à 81,5 % après 10 semaines (96,2 % tous films). A l'issue des quatre premiers mois d'exploitation en salles (17 semaines), 10,6 % des entrées en moyenne n'ont toujours pas été réalisées par les films

documentaires sortis entre 2006 et 2015, contre seulement 2,1 % pour les films tous genres confondus.

Cumul des entrées des films documentaires sortis entre 2006 et 2015 au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)



Source : CNC.

Cumul des entrées des films documentaires inédits au fil des semaines d'exploitation (% des entrées totales)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	moyenne 2006-2015	moyenne tous films 2006-2015
s0	0,9	1,3	4,6	1,2	2,2	2,4	1,7	1,7	2,6	2,7	2,1	1,3
s1	23,5	25,0	25,6	42,8	24,8	25,2	22,7	24,0	31,1	20,7	26,6	36,9
s2	37,8	42,4	40,4	65,1	41,6	39,1	38,2	37,1	46,0	32,8	42,3	59,3
s3	46,6	55,7	50,6	76,4	54,1	47,9	49,5	46,2	54,8	42,4	53,0	73,2
s4	52,0	65,1	56,1	82,2	64,4	55,1	58,0	53,2	62,0	49,4	60,6	82,1
s5	56,5	71,7	60,2	85,3	71,4	60,4	64,3	58,7	68,1	56,4	66,3	87,7
s6	60,4	76,7	64,1	87,2	76,0	64,6	68,6	62,9	73,4	62,4	70,7	91,1
s7	63,8	80,5	67,1	88,7	79,0	68,2	72,0	67,4	77,6	67,2	74,1	93,3
s8	67,1	83,2	69,8	89,9	81,5	71,5	74,6	71,4	79,9	71,0	77,0	94,6
s9	70,1	85,3	72,5	90,8	83,4	74,3	77,0	74,7	81,9	74,5	79,4	95,5
s10	72,4	87,7	75,4	91,5	84,9	76,8	79,1	77,1	83,7	77,7	81,5	96,2
s11	74,0	89,9	77,3	92,2	85,9	78,3	81,0	79,4	85,1	80,4	83,2	96,6
s12	75,3	90,7	79,1	92,7	86,7	79,7	82,7	82,4	86,1	82,9	84,6	97,0
s13	76,7	91,3	81,4	93,2	87,3	80,9	84,1	85,0	87,1	85,3	86,0	97,3
s14	78,6	91,9	82,7	93,6	87,9	82,0	85,5	85,7	87,9	87,6	87,0	97,5
s15	80,4	92,4	83,8	94,1	88,3	82,9	86,6	86,3	88,6	89,3	87,9	97,6
s16	82,2	92,8	84,8	94,5	88,7	83,7	87,6	87,2	89,2	91,1	88,7	97,8
s17	83,5	93,1	85,7	94,8	89,1	84,2	88,4	88,1	89,8	92,4	89,4	97,9

Base : 798 films documentaires sortis entre 2006 et 2015.

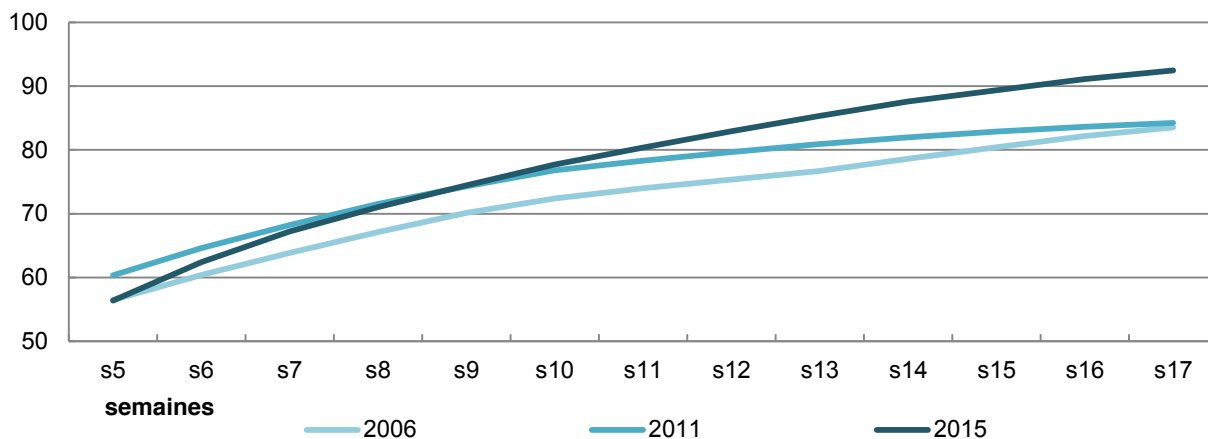
Lecture : En 10 semaines d'exploitation, un film documentaire sorti en 2015 réalise en moyenne 77,7 % de ses entrées totales.

Source : CNC.

L'étalement des entrées dans le temps semble se réduire d'année en année. Après dix semaines d'exploitation, les films documentaires de 2006 ont réalisé 72,4 % de leurs entrées, ceux de 2011 76,8 % et ceux de 2015 77,7 %. Après quatre mois (17 semaines), d'exploitation en salles, ce phénomène se poursuit.

Cependant, en fonction des années, un rallongement de la durée de vie des films documentaires peut apparaître. En effet, l'étalement des entrées dans le temps des films documentaires est très dépendant du succès de ces films en salles.

Evolution du cumul des entrées réalisées par les films documentaires inédits après 5 à 17 semaines d'exploitation (% des entrées totales)



Source : CNC.

1.4. Le public des films documentaires en salles

Remarques méthodologiques

Le CNC et Médiavision se sont associés pour mettre en place une enquête sur le public du cinéma : Publixiné. Mise en œuvre par l'institut Harris Interactive, l'enquête est administrée sur internet auprès de 800 à 1 000 individus deux fois par mois. Elle permet de recueillir des données sur les spectateurs de 3 ans et plus. Cet outil barométrique a pour principal objectif la mesure de la composition du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède 50 copies). Les données sur les films sortis en salles entre janvier 2005 et novembre 2015 sont issues de l'enquête Publixiné.

Par ailleurs, l'institut Vertigo a lancé Cinexpert, un nouveau dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et Canal+ régie. Cette étude en ligne, administrée chaque semaine, permet de qualifier très précisément le public hebdomadaire du cinéma et des films. Les données sur les films sortis en salles en décembre 2015 sont issues de l'enquête Cinexpert.

Définitions

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

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

L'analyse du public des films documentaires en salles met en évidence une réelle segmentation par rapport aux autres genres de films. Cependant, en raison du faible nombre de films analysés, les résultats qui suivent sont à considérer avec précaution.

Parmi les 798 films documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015, seuls 7,8 %, soit 62 films (5 films en 2006, 6 films en 2007, 9 films en 2008, 6 films en 2009, 8 films en 2010, 4 films en 2011, 2 films en 2012, 6 films en 2013, 10 films en 2014 et 6 films en 2015) composent l'échantillon de films dont le public peut être analysé. En effet, 92,2 % des films documentaires sortis en salles sur la période ont une combinaison inférieure à 50 copies, seuil en deçà duquel les films ne sont pas analysés dans les enquêtes *Publixiné* et *Cinexpert*.

Entre 2006 et 2015, le public des films documentaires est composé à 70,5 % d'adultes (34,4 % de 25-49 ans et 36,1 % de 50 ans et plus). La part des moins de 25 ans est donc relativement faible dans le public de ces films (29,5 %, contre 37,4 % tous films confondus), en raison des sujets généralement traités dans les documentaires, qui sont moins ciblés vers un public jeune.

En termes d'activité professionnelle, la population inactive (collégiens, lycéens et étudiants, retraités, autres personnes sans activité professionnelle) est la plus largement représentée

dans le public des films documentaires (plus de 50 % entre 2006 et 2015), notamment les retraités. Parallèlement, les catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) représentent 28,7 % du public des films documentaires (26,6 % tous films confondus), alors que les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-) en composent 19,9 % (24,7 % tous films confondus).

Par ailleurs, le public des films documentaires compte une plus forte population de femmes (52,5 %, contre 51,3 % tous films confondus entre 2006 et 2015) et d'habitants de Paris ou sa région (30,3 %, contre 28,2 % tous films).

Entre 2006 et 2015, la part des spectateurs assidus dans le public des films documentaires est légèrement plus élevée que celle des occasionnels. Ces derniers composent 25,8 % du public des films documentaires, contre 24,7 % tous films confondus, tandis que les assidus en composent 26,6 % (26,7 % tous films confondus). Les spectateurs réguliers représentent près de la moitié du public des documentaires (47,6 %, contre 48,5 % tous films confondus) entre 2006 et 2015.

Public des films documentaires sortis entre 2006 et 2015 (%)

	public des documentaires	public tous films 2006-2015
nombre de films	62	2 944
sexe		
hommes	47,5	48,7
femmes	52,5	51,3
âge		
enfants (3-14 ans)	13,4	11,7
jeunes (15-24 ans)	16,1	25,7
adultes (25-49 ans)	34,4	37,5
seniors (50 ans et plus)	36,1	25,2
profession		
CSP+	28,7	26,6
CSP-	19,9	24,7
inactifs	51,4	48,7
habitat		
région parisienne	30,3	28,2
autres régions	69,7	71,8
habitudes de fréquentation cinéma		
assidus	26,6	26,7
réguliers	47,6	48,5
occasionnels	25,8	24,7
total	100,0	100,0

Base : films documentaires sortis en salles sur plus de 50 copies : 5 films en 2006, 6 films en 2007, 9 films en 2008, 6 films en 2009, 8 films en 2010, 4 films en 2011, 2 films en 2012, 6 films en 2013, 10 films en 2014 et 6 films en 2015.

Source : *Publixiné* - Harris Interactive ; *Cinexpert* - Vertigo.

2. Audiovisuel

Le documentaire en 2015 :

La production audiovisuelle de documentaire



2 480 heures produites



409,0 M€ de devis



537 sociétés de production

Les films documentaires à la télévision



93 films différents diffusés
donnant lieu à 171 diffusions



68,8 % de
films inédits



29,9 % de films français sur les
chaînes nationales gratuites

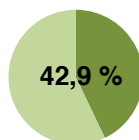


film le plus diffusé
en 10 ans

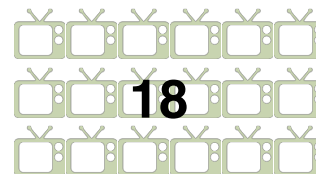
Le documentaire à la télévision



26 442 heures de documentaires sur
les chaînes nationales gratuites

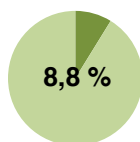


part du documentaire de société
dans l'offre



nombre de chaînes thématiques
dédiées au genre

L'audience du documentaire



part du documentaire
dans la consommation TV



2



1



3

Les documentaires en télévision de rattrapage



768 heures disponibles par mois

48,3 millions

nombre de vidéos vues de
documentaires en TVR

2.1. La production audiovisuelle de documentaire

Remarques méthodologiques

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

Panorama de la production audiovisuelle de documentaire

	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume horaire (heures)	2 665	2 921	3 092	2 590	2 480	-4,3%
devis (M€)	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0	+2,6%
coût horaire (K€/heure)	145,6	149,9	158,3	153,9	165,0	+7,2%
apports des diffuseurs (M€)	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7	+2,7%
apports du CNC ¹ (M€)	80,2	87,9	95,9	80,5	82,1	+2,0%
apports étrangers (M€)	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4	+28,6%

¹ Y compris les compléments d'aide.

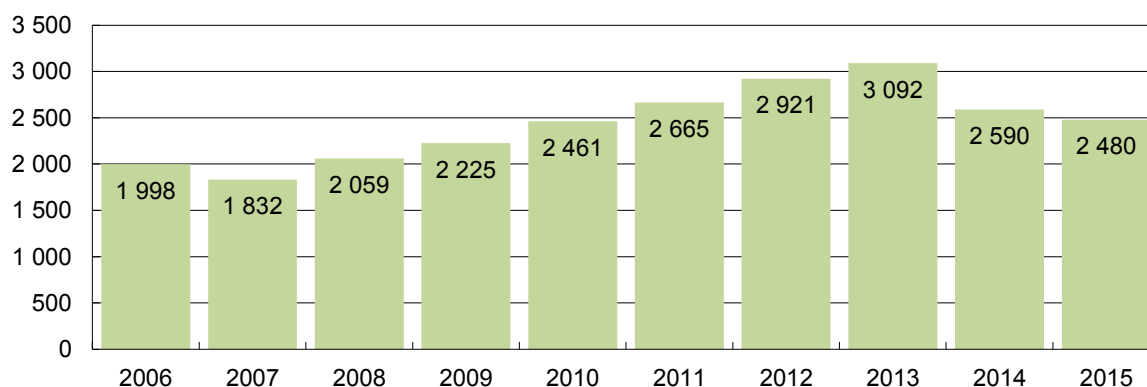
Source : CNC.

Le volume de production de documentaire

Pour la deuxième année consécutive, le volume de documentaire est en diminution pour revenir à son niveau de 2010. Avec un total de 2 480 heures aidées, le nombre d'heures de documentaires aidées diminue de 4,3 % par rapport à 2014. Ce recul s'explique notamment par la baisse des commandes des chaînes locales (-102 heures) et de celles des chaînes thématiques payantes (-39 heures).

En 2015, le documentaire représente 50,2 % des heures totales de programmes audiovisuels aidées par le CNC, contre 53,6 % en 2014 et 47,4 % en moyenne depuis 2006.

Heures aidées de documentaire



Source : CNC.

Le financement du documentaire audiovisuel

Les financements français

Les financements français destinés à la production de programmes documentaires progressent légèrement de 1,6 % à 389,6 M€ en 2015. Les engagements des diffuseurs augmentent de 2,7 % à 209,7 M€ et couvrent plus de la moitié (51,3 %) des devis totaux du genre (+0,1 point). L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 84,6 K€ en 2015 (+7,2 % par rapport à 2014). Entre 2006 et 2015, l'apport horaire des diffuseurs augmente de 1,4 % par an en moyenne. En 2015, les apports des producteurs français sont stables (+0,6 %), à 61,3 M€. Depuis 2006, leurs apports progressent de 1,1 % par an en moyenne. Les subventions versées par le CNC aux producteurs français de documentaire s'élèvent à 82,1 M€ en 2015 (+2,0 % par rapport à 2014). L'apport horaire du CNC est en hausse de 7,5 % à 33,0 K€. En 2015, les préventes en France enregistrent une hausse de 26,4 % à 5,5 M€. Les financements français couvrent 95,2 % des devis des programmes documentaires aidés par le CNC (96,2 % en 2014).

Financement du documentaire (M€)

	2011	2012	2013	2014	2015
financements français	371,2	418,3	463,5	383,6	389,6
producteurs français	61,8	67,5	74,8	60,9	61,3
préventes en France	4,6	4,5	6,1	4,4	5,5
diffuseurs	189,4	223,3	243,0	204,3	209,7
SOFICA	0,1	0,3	0,9	0,9	1,3
CNC	79,7	86,7	92,5	79,6	81,9
compléments CNC ¹	0,5	1,2	3,4	0,9	0,3
autres	35,1	34,9	42,8	32,7	29,6
financements étrangers	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4
coproductions étrangères	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0
préventes à l'étranger	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4
total des financements	388,1	437,9	489,5	398,7	409,0

¹ Aides accordées après la première décision.

Source : CNC.

Financement du documentaire (%)



¹ Y compris les compléments d'aide.

Source : CNC

Les financements étrangers

Les financements étrangers représentent 4,8 % du financement des programmes documentaires en 2015, contre 3,8 % en 2014. Ils augmentent, en 2015, de 28,6 % à 19,4 M€, dont 6,4 M€ au titre des préventes (+22,7 %) et 13,0 M€ au titre des apports en coproduction (+31,8 %). 371 heures de documentaire correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2015, pour un total d'apports étrangers de 12,4 M€ répartis entre apports en coproduction (8,6 M€) et préventes (3,8 M€). 35 heures de programmes minoritaires français sont financés par des partenaires étrangers, à hauteur de 7,0 M€ dont 4,4 M€ d'apports en coproduction et 2,6 M€ de préventes.

Politique d'investissement des chaînes en documentaire

Commandes des diffuseurs en documentaire

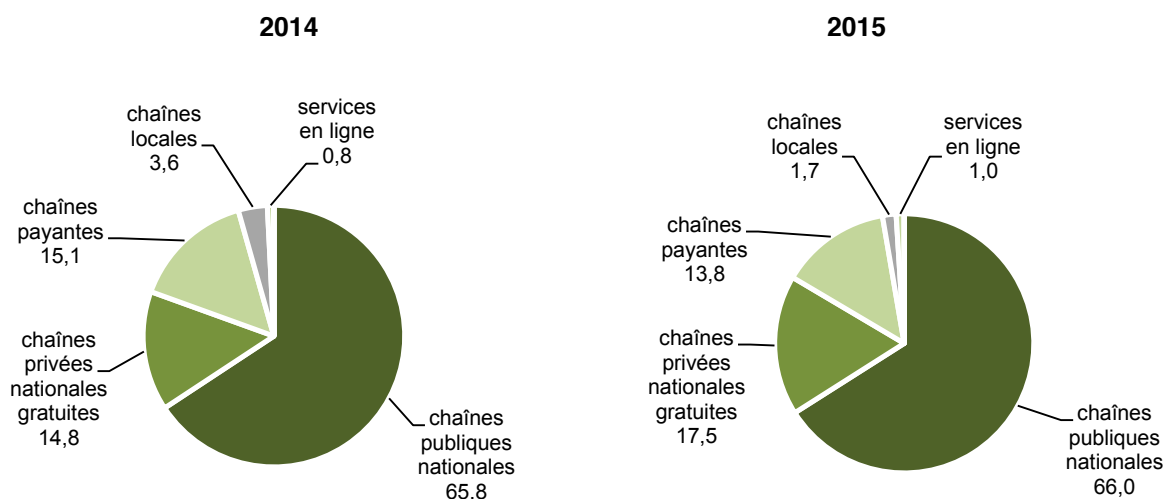
	heures initiées ¹		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
chaînes publiques nationales	1 186	1 194	134,41	138,30	211,4	222,6	110,5	113,4	52,3	50,9
chaînes privées nationales gratuites	443	465	30,14	36,67	112,9	131,0	66,7	76,7	59,1	58,6
chaînes payantes	678	639	30,84	29,01	101,6	99,3	41,7	42,5	41,1	42,8
chaînes locales	247	145	7,27	3,66	102,0	99,3	23,6	20,9	23,1	21,0
services en ligne	36	37	1,58	2,03	110,4	123,6	34,8	49,7	31,5	40,2
autres chaînes	-	-	0,04	0,03	-	-	-	-	-	-
total	2 590	2 480	204,3	209,7	638,3	675,8	277,3	303,2	43,4	44,9

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Répartition des apports des diffuseurs en documentaire selon le type de chaînes (%)



Source : CNC.

Les chaînes nationales gratuites

En 2015, le niveau de commande des chaînes nationales gratuites dans le genre documentaire augmente de 1,8 % pour s'établir à 1 659 heures. Cette hausse résulte à la fois de la progression des commandes des chaînes privées nationales gratuites (+22 heures en tant que premiers diffuseurs) et de celles des chaînes publiques nationales gratuites (+8 heures).

Les chaînes nationales gratuites investissent 175,0 M€ dans la production de documentaires audiovisuels en 2015 (+6,3 % par rapport à 2014).

Commandes des chaînes nationales gratuites en documentaire

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
France 2	185	173	190	180	33,7	27,6	285,0	258,4	179,8	158,0	63,1	61,2
France 3	200	168	225	197	26,7	27,3	225,5	262,4	130,7	160,1	58,0	61,0
France 3 Régions	163	160	186	189	9,4	9,0	139,3	135,4	52,6	51,3	37,8	37,9
France 4	15	17	17	22	0,8	0,9	99,0	110,1	50,5	49,7	51,0	45,1
France 5	237	257	244	270	23,6	27,2	189,4	204,1	98,1	103,2	51,8	50,6
France Ô et 1 ^{ère}	101	94	118	104	4,2	3,7	105,3	99,7	36,9	36,5	35,0	36,6
France Télévisions	900	870	938	901	98,3	95,7	197,1	200,3	106,3	107,3	53,9	53,5
Arte	250	288	257	293	35,0	41,5	279,1	304,8	138,1	142,7	49,5	46,8
LCP-AN	19	17	40	44	0,6	0,6	89,0	93,1	20,0	24,2	22,4	26,0
Public Sénat	17	18	33	30	0,5	0,6	100,0	108,2	23,7	27,4	23,6	25,4
chaînes publiques nationales³	1 186	1 194	1 230	1 223	134,4	138,3	211,4	222,6	110,5	113,4	52,3	50,9
6ter	-	-	1	5	0,0	0,1	-	-	-	-	-	-
Chérie 25	11	7	12	8	0,6	0,4	91,2	114,8	53,6	58,8	58,8	51,3
D8	55	57	58	57	2,9	3,3	87,8	97,4	51,8	58,3	59,0	59,9
Gulli	11	3	11	3	0,5	0,1	91,2	80,0	49,7	47,7	54,5	59,6
HD1	-	1	-	1	-	0,2	-	202,3	-	107,9	-	53,3
L'Equipe 21	2	3	3	3	0,0	0,1	54,6	74,8	25,4	27,5	46,5	36,8
NRJ 12	73	6	73	6	3,6	0,3	81,6	83,7	49,7	47,6	60,9	56,9
NT1	3	41	3	41	0,2	4,1	111,5	149,3	78,0	99,7	70,0	66,8
Numéro 23	50	31	50	31	1,4	0,9	64,2	57,6	28,0	29,1	43,6	50,5
RMC Découverte	20	55	24	97	0,9	3,7	106,5	123,2	40,5	56,9	38,0	46,1
TMC	34	56	42	56	2,3	3,7	97,9	100,5	60,3	65,4	61,5	65,1
W9	32	34	32	37	1,2	1,5	89,0	88,8	38,8	42,9	43,6	48,3
TNT privée gratuite⁴	289	293	306	343	13,8	18,3	85,0	105,2	46,0	60,0	54,1	57,0
M6	117	112	117	112	11,6	12,0	152,2	181,9	99,8	107,5	65,6	59,1
TF1	37	60	39	81	4,7	6,3	207,0	162,0	124,6	101,2	60,2	62,5
chaînes privées nationales gratuites⁵	443	465	454	512	30,1	36,7	112,9	131,0	66,7	76,7	59,1	58,6
total	1 629	1 659	1 677	1 728	164,6	175,0	184,6	196,9	98,6	103,1	53,4	52,4

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

³ France Télévisions + Arte + LCP-AN + Public Sénat.

⁴ 6ter + Chérie 25 + D8 + Gulli + HD1 + L'Equipe 21 + NRJ12 + NT1 + Numéro 23 + RMC Découverte + TMC + W9.

⁵ TNT privée gratuite + M6 + TF1.

Source : CNC.

Les chaînes publiques nationales

Les chaînes publiques nationales sont à l'origine de 1 194 heures de documentaire en 2015, contre 1 186 heures en 2014 (+0,7 %). Leurs investissements totaux progressent de 2,9 %, à 138,3 M€ tous rangs de diffusion confondus. L'apport horaire moyen en tant que premier diffuseur augmente de 2,6 % par rapport à 2014 et atteint 113,4 K€ par heure commandée.

En 2015, les chaînes publiques nationales sont à l'initiative de 48,1 % du total des heures de documentaire aidées et de 66,0 % des apports totaux de l'ensemble des diffuseurs dans le genre (respectivement 45,8 % et 65,8 % en 2014). Le taux de financement des chaînes publiques nationales des documentaires qu'elles ont commandés atteint 50,9 % des devis de production du genre (52,3 % en 2014). Les programmes documentaires financés par les chaînes publiques nationales en tant que premiers diffuseurs affichent un coût horaire de 222,6 K€ en moyenne, en hausse de 5,3 % par rapport à 2014.

En 2015, les aides du CNC versées aux producteurs pour la production de documentaires commandés par les chaînes publiques nationales en tant que premiers diffuseurs s'élèvent à 46,1 M€ (56,4 % des aides totales versées au genre au titre de l'année 2015), en hausse de 11,2 % par rapport à 2014.

Les chaînes privées nationales gratuites

Après deux années de baisse consécutive, le volume horaire total de documentaires financé par les chaînes privées nationales gratuites progresse de 12,6 % à 512 heures, dont 465 en tant que premiers diffuseurs (+4,9 %). Leur participation financière affiche une hausse de 21,7 %, à 36,7 M€. Leur niveau de financement horaire progresse de 15,0 % à 76,7 K€ en moyenne (66,7 K€ en 2014). Le coût horaire des programmes commandés par les diffuseurs privés nationaux gratuits augmente également de 16,0 % à 131,0 K€, pour un taux de couverture en tant que premiers diffuseurs à 58,6 % des devis de production en 2015 (59,1 % en 2014).

Au total, 14,4 M€ ont été versés par le CNC pour la production de documentaires financés par les chaînes privées nationales gratuites en 2015 (+15,9 % par rapport à 2014). 17,5 % des aides totales allouées au genre sont ainsi versées aux producteurs concernés.

Les chaînes payantes

En 2015, le volume horaire total d'œuvres documentaires financé par les chaînes payantes diminue de 3,2 % à 819 heures, dont 639 en tant que premiers diffuseurs (846 heures dont 678 en tant que premiers diffuseurs en 2014), soit son niveau le plus bas depuis 2008. Ces chaînes financent leurs programmes pour un montant global de 29,0 M€ (-5,9 % par rapport à 2014). L'ensemble des chaînes payantes est à l'initiative de 25,7 % du total des heures commandées par les diffuseurs en 2015 et de 13,8 % des investissements de ces derniers (respectivement 26,2 % et 15,1 % en 2014). Leur taux de couverture en tant que premiers diffuseurs progresse de 1,7 point à 42,8 % des devis de production. En tant que premiers diffuseurs, les chaînes payantes apportent en moyenne 42,5 K€ par heure de documentaire (+1,9 % par rapport à 2014).

Les aides du CNC versées pour la production de programmes financés par les chaînes payantes sont en baisse de 11,3 % à 16,7 M€ et représentent 20,3 % des aides totales accordées au documentaire (-3,3 points par rapport à 2014).

Commandes des chaînes payantes en documentaire

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Canal+	72	34	76	36	8,97	4,67	214,9	207,8	122,2	134,8	56,9	64,9
chaînes thématiques	605	604	793	790	21,86	24,34	88,1	93,2	32,1	37,3	36,5	40,0
13ème Rue Universal	23	21	23	22	0,98	0,86	88,3	83,0	42,3	40,6	47,9	49,0
AB Moteurs	6	1	7	1	0,23	0,04	89,7	94,8	31,5	51,8	35,1	54,6
AB1	9	11	9	14	0,44	0,37	102,0	75,5	46,9	32,1	45,9	42,5
Animaux	8	3	10	4	0,36	0,14	100,0	89,1	41,2	50,8	41,2	57,0
Berbère Télévision	2	-	2	-	0,05	-	121,5	-	29,1	-	24,0	-
Campagnes TV	20	18	23	39	0,64	0,48	58,1	49,6	32,0	24,6	55,0	49,7
Canal J	-	0	-	0	-	0,02	-	89,9	-	43,8	-	48,8
Chasse et Pêche	3	3	3	3	0,13	0,12	109,0	85,8	50,8	45,7	46,6	53,2
Ciné+	15	18	17	25	0,40	0,58	83,8	91,0	25,5	26,0	30,5	28,5
Ciné+ Classic	10	13	13	15	0,30	0,29	131,0	92,8	26,9	20,4	20,5	21,9
Ciné+ Club	-	1	-	1	-	0,03	-	130,7	-	34,2	-	26,2
Ciné+ Emotion	1	-	1	-	0,01	-	78,5	-	9,2	-	11,8	-
Ciné+ Frisson	1	1	1	1	0,02	0,02	75,4	61,3	24,2	27,1	32,1	44,3
Comédie+	1	2	2	2	0,02	0,14	77,3	93,8	6,7	84,4	8,7	90,0
Cuisine+	16	2	16	2	0,37	0,03	44,0	54,1	22,8	13,5	51,9	25,0
Demain TV	6	6	8	8	0,20	0,22	75,9	85,1	30,5	33,1	40,2	39,0
Disney Channel	2	-	2	-	0,17	-	133,5	-	86,4	-	64,7	-
Equidia Life	30	50	31	57	0,90	1,35	61,2	56,9	29,5	26,0	48,2	45,7
France 24	-	-	1	-	0,02	-	-	-	-	-	-	-
Game one	2	3	2	3	0,07	0,10	80,2	68,3	39,8	37,3	49,7	54,6
Histoire	14	10	30	22	0,42	0,29	103,7	94,5	17,2	16,5	16,6	17,5
KTO	28	29	29	29	0,77	0,83	81,8	80,4	27,4	28,8	33,5	35,8
Maison+	1	-	2	-	0,02	-	77,1	-	19,4	-	25,2	-
MCE	-	-	1	1	0,01	0,00	-	-	-	-	-	-
MCM	2	-	2	-	0,12	-	135,5	-	69,2	-	51,1	-
Mezzo	2	1	8	1	0,05	0,02	72,8	95,5	19,2	24,1	26,4	25,2
Montagne TV	27	6	34	7	0,59	0,15	73,5	75,4	19,2	22,7	26,1	30,1
Motors TV	10	6	10	6	0,43	0,26	96,2	99,4	43,2	40,4	44,9	40,6
OCS	27	14	27	14	0,91	0,39	91,7	66,0	33,7	27,8	36,8	42,1
OITO TV	-	11	-	11	-	0,38	-	75,2	-	34,4	-	45,8
OL TV	-	1	-	1	-	0,02	-	56,1	-	21,7	-	38,7
Paris Première	26	23	27	24	0,74	0,69	70,8	79,6	27,8	29,3	39,2	36,8
Planète+	21	56	63	81	2,82	6,40	218,5	242,3	98,7	111,9	45,2	46,2
Planète+ Justice	36	28	55	37	1,24	0,97	72,2	65,9	33,6	34,3	46,5	52,1
Planète+ No Limit	6	4	13	11	0,35	0,19	102,9	97,3	53,4	40,4	51,9	41,5
Planète+ Thalassa	17	18	31	28	0,71	0,85	107,1	115,7	38,5	45,6	36,0	39,4
Science et Vie TV	12	12	14	14	0,50	0,59	93,0	118,1	39,2	43,3	42,1	36,7
Seasons	71	55	72	55	1,64	1,34	56,1	56,3	22,7	24,2	40,5	43,0
Stylia	14	3	20	3	0,21	0,05	73,7	77,6	11,9	18,3	16,2	23,6
Télé Mélody	3	-	3	0	0,08	0,01	80,6	-	30,7	-	38,1	-
Téva	15	20	17	20	0,55	0,56	76,8	63,5	30,5	28,2	39,7	40,4
TF6	5	-	5	-	0,29	-	108,2	-	65,0	-	60,1	-
Toute L'Histoire	32	19	42	37	1,46	0,94	108,2	105,3	42,2	42,6	39,0	40,4
Trace Urban	5	1	5	2	0,16	0,03	81,8	58,2	30,0	28,8	36,7	49,6
Trek	16	7	16	7	0,64	0,35	111,1	113,2	38,9	50,8	35,0	44,8
TV5 Monde	3	21	66	96	0,49	0,72	539,8	61,1	8,7	12,7	1,6	20,8
Ushuaïa TV	30	37	64	89	0,77	1,13	70,6	87,0	13,8	18,6	19,6	21,4
Voyage	28	70	29	80	0,60	2,40	85,3	87,5	21,1	33,2	24,8	37,9
total	678	639	846	819	30,84	29,01	101,6	99,3	41,7	42,5	41,1	42,8

¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les chaînes locales

En 2015, 33 diffuseurs locaux investissent 3,7 M€ dans la production de 176 heures de documentaire, dont 145 en tant que premiers diffuseurs. 38 diffuseurs avaient investi 7,3 M€ pour 299 heures de documentaire dont 247 en tant que premiers diffuseurs en 2014. Les chaînes locales sont à l'origine de 5,9 % des volumes de documentaires produits en 2015 (9,5 % en 2014). Leur taux de couverture en tant que premiers diffuseurs baisse de 2,1 points par rapport à 2014, à 21,0 % des devis de production. Les subventions du CNC versées aux producteurs pour ces programmes s'élèvent à 3,7 M€ (6,0 M€ en 2014) et représentent 4,5 % des aides totales accordées au documentaire, contre 7,3 % en moyenne entre 2011 et 2015.

L'apport des chaînes locales dans le documentaire se compose très majoritairement d'apports en industrie. Différent de l'apport en numéraire ou en nature, l'apport en industrie correspond à un apport en prestations techniques. En 2015, l'apport en industrie des chaînes locales s'élève à 2,3 M€ et représente 63,2 % de l'apport total des chaînes locales dans la production de documentaire (5,9 M€ et 80,5 % en 2014).

Commandes des chaînes locales en documentaire (1/2)

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
2 Rives TV ³	0	3	7	6	0,09	0,08	69,3	94,0	22,7	17,0	32,7	18,1
Alsace 20	3	5	4	5	0,12	0,15	117,4	109,3	34,8	29,6	29,6	27,1
ASTV (Grande Synthe)	-	1	-	1	-	0,01	-	88,5	-	6,5	-	7,4
BIP TV (Issoudun)	8	18	9	20	0,20	0,29	117,6	115,2	24,0	15,2	20,4	13,2
Canal Antilles	-	-	1	1	0,00	0,02	-	-	-	-	-	-
Canal Réunion	4	4	6	5	0,42	0,16	164,6	93,8	100,5	36,8	61,1	39,2
Céla TV	1	-	4	-	0,06	-	50,4	-	20,8	-	41,2	-
Cinaps TV (Saint-Michel-sur-Orge)	46	1	58	3	1,01	0,01	86,6	130,4	18,0	11,5	20,8	8,8
GIE Grand Ouest	4	1	4	1	0,19	0,03	114,4	155,9	42,2	30,8	36,9	19,7
Huit Mont Blanc (Chambéry)	10	9	22	22	0,29	0,24	68,4	72,4	16,6	12,8	24,3	17,7
iC1 (Clermont-Ferrand)	1	-	1	-	0,03	-	73,0	-	19,1	-	26,1	-
IDF1 (Ile de France)	-	-	-	7	-	0,01	-	-	-	-	-	-
La Locale (Paris)	-	-	2	-	0,02	-	-	-	-	-	-	-
LCM (Marseille)	-	-	1	2	0,01	0,02	-	-	-	-	-	-
LM TV Sarthe	4	1	4	4	0,09	0,05	81,4	101,2	20,7	27,4	25,4	27,1
Lyon TV	24	12	30	16	0,52	0,20	104,6	98,2	18,0	14,5	17,2	14,7
Maritima TV (Bouches-du-Rhône)	1	2	1	2	0,02	0,03	98,8	95,1	24,8	17,7	25,0	18,6
Mirabelle TV (Moselle)	4	1	11	1	0,18	0,03	87,5	111,5	19,9	31,6	22,8	28,4
Mosaïk (Sarreguemines)	2	-	3	-	0,05	-	94,2	-	24,5	-	26,0	-
NCTV Nouvelle-Calédonie	-	1	-	1	-	0,03	-	115,6	-	30,8	-	26,6
Normandie TV	7	-	12	1	0,27	0,01	113,3	-	32,3	-	28,5	-
Opal TV	2	-	2	-	0,05	-	100,3	-	26,3	-	26,2	-
Tahiti Nui TV	-	4	-	4	-	0,11	-	85,5	-	25,5	-	29,8
Tebeo (Bretagne Ouest)	14	7	16	9	0,37	0,19	92,7	106,0	24,7	25,2	26,6	23,7
Télé Bocal (Paris)	9	8	9	9	0,20	0,22	78,2	136,6	20,5	27,0	26,2	19,8
Télé Grenoble	3	3	5	4	0,08	0,07	97,0	95,9	20,3	18,8	20,9	19,6
Télé Paese (Corse)	6	4	10	6	0,17	0,16	114,0	80,1	18,3	9,3	16,1	11,6
Télé Nantes	2	-	6	1	0,05	-	238,3	-	19,5	-	8,2	-
Télessonne	4	-	8	-	0,13	-	77,6	-	19,8	-	25,5	-
Télim TV	3	3	3	3	0,09	0,08	100,7	125,5	32,6	30,4	32,4	24,2

Commandes des chaînes locales en documentaire (2/2)

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
TL7 (Andrézieux-Bouthéon)	3	3	8	4	0,14	0,05	80,9	88,3	26,6	16,0	32,9	18,1
TLM (Télé Lyon Métropole)	3	2	3	2	0,02	0,02	69,0	83,8	8,5	9,9	12,3	11,8
TLT Toulouse	7	0	8	0	0,21	0,02	110,9	176,7	29,7	44,8	26,8	25,3
TV 7 Bordeaux	2	2	2	3	0,05	0,06	130,7	84,2	30,8	21,7	23,5	25,7
TV Fil 78 (St-Quentin-en-Yveline)	1	4	2	4	0,02	0,05	97,4	78,2	8,6	11,7	8,8	14,9
TV Rennes	13	10	18	12	0,48	0,28	115,1	97,4	30,7	25,8	26,7	26,5
TV Sud Camargue Cevennes	2	-	2	-	0,05	-	84,3	-	26,6	-	31,6	-
TV Sud Montpellier	3	2	6	2	0,08	0,05	104,6	91,3	17,5	27,6	16,7	30,2
TV Tours	5	3	9	8	0,17	0,08	104,0	120,3	20,2	11,2	19,4	9,3
TVM Est Parisien	11	3	14	6	0,24	0,07	105,9	86,0	19,2	12,5	18,2	14,6
Vosges TV	30	17	50	24	0,93	0,46	117,9	95,4	24,9	21,4	21,1	22,5
Wéo	7	12	8	15	0,18	0,44	131,9	86,0	24,7	31,1	18,7	36,1
total	247	145	299	176	7,27	3,66	102,0	99,3	23,6	20,9	23,1	21,0

¹ En tant que premier diffuseur.

² tous rangs de diffusion confondus.

³ 2 Rives TV était une chaîne locale jusqu'en aout 2015, date à laquelle elle a changé de convention avec le CSA pour devenir une chaîne thématique.

Source : CNC.

Les services en ligne

En 2015, 10 services en ligne investissent dans la production de documentaires aidés par le CNC (15 en 2014). Ils financent un volume total en hausse de 3,2 % par rapport à 2014 (53 heures dont 37 en tant que premiers diffuseurs, contre 51 heures dont 36 en tant que premiers diffuseurs en 2014), pour un montant total de 2,0 M€ (1,6 M€ en 2014). **Francetv.fr** est le diffuseur en ligne le plus impliqué en 2015 en termes de montant total investi. Il finance 16 heures de programmes, dont 11 en tant que premier diffuseur, pour un apport total de 0,82 M€ (+86,7 % par rapport à 2014). Avec 17 heures de programmes dont 6 en tant que premier diffuseur (12 heures dont 11 en tant que premier diffuseur en 2014), **Universcience** se classe, pour sa part, premier service en ligne en termes de volume horaire en 2015.

Commandes des services en ligne en documentaire

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Arte Concert	-	1	5	1	0,05	0,01	-	124,8	-	15,0	-	12,0
Arte France	6	8	6	8	0,27	0,44	138,2	114,2	47,1	55,6	34,1	48,7
Canal Street	1	-	1	-	0,05	-	110,3	-	67,5	-	61,2	-
Canal+ Distribution	-	-	2	-	0,00	-	-	-	-	-	-	-
Cinefeel.tv	4	8	8	8	0,19	0,39	89,6	148,1	20,0	50,3	22,3	34,0
Classical.tv	1	-	3	-	0,09	-	358,1	-	69,2	-	19,3	-
Dailymotion	0	-	0	-	0,02	-	82,3	-	33,3	-	40,5	-
Dramateek.tv	2	-	2	-	0,03	-	82,9	-	21,3	-	25,7	-
Europe1.fr	-	-	1	-	0,02	-	-	-	-	-	-	-
France4.tv	-	1	-	1	-	0,04	-	98,9	-	42,0	-	42,5
France.tv.fr	9	11	9	16	0,44	0,82	128,2	138,8	49,8	70,1	38,8	50,5
Jazzee.tv	1	-	1	-	0,03	-	118,6	-	24,6	-	20,7	-
L'Harmatan.fr	-	1	-	1	-	0,02	-	89,5	-	22,5	-	25,1
liberation.fr	1	-	1	-	0,01	-	59,9	-	5,0	-	8,3	-
Museec	-	1	-	1	-	0,01	-	55,5	-	12,0	-	21,6
Radio France	2	-	2	1	0,10	0,02	110,8	-	54,0	-	48,7	-
Show Must Go On	-	2	-	2	-	0,03	-	92,0	-	15,4	-	16,7
Touscoprod.com	-	-	2	-	0,05	-	-	-	-	-	-	-
Universcience	11	6	12	17	0,28	0,26	78,5	106,0	19,6	28,7	25,0	27,1
total	36	37	51	53	1,58	2,03	110,4	123,6	34,8	49,7	31,5	40,2

¹ En tant que premier diffuseur.

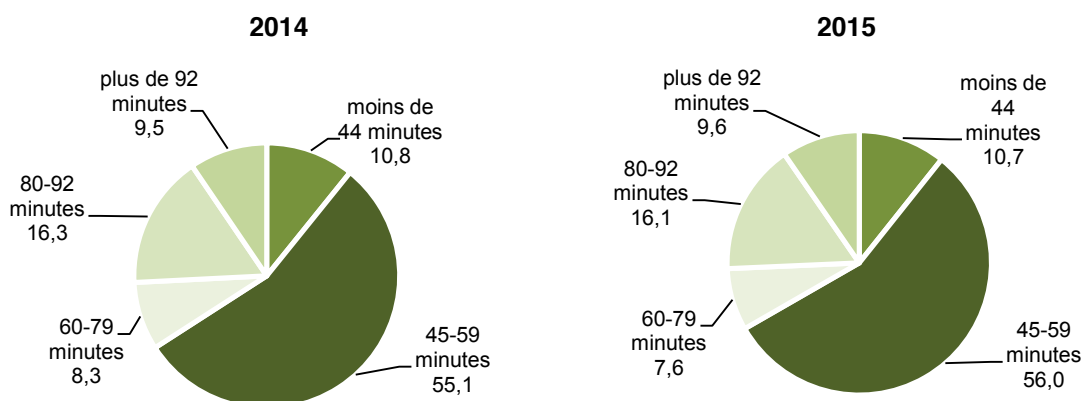
² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les formats de documentaire

En 2015, 91,3 % des projets de documentaires soutenus par le CNC sont des programmes unitaires (90,7 % en 2014). Traditionnellement, le format dominant en termes de volume horaire reste le 52 minutes. Il représente 47,1 % du volume horaire total de documentaires aidé en 2015. Les œuvres dont la durée par épisode est comprise entre 80 et 92 minutes (399 heures en 2015, soit -5,2 %), composées à 96,4 % d'unitaires en volume horaire, constituent le deuxième format des documentaires (16,1 % du volume horaire total aidé 2015). Avec 12 heures produites, les documentaires de moins de 24 minutes par épisode sont les seuls à voir leur volume global de commandes légèrement progresser en 2015 (+9,7 %). Ils sont composés à 97,8 % de séries.

Structure des formats de documentaire en volume horaire (%)



Source : CNC.

En 2015, 1 217 œuvres documentaires unitaires de 45-59 minutes sont aidées (soit -6,8 % par rapport à 2014), pour un coût horaire moyen de 144,0 K€ (139,5 K€ en 2014). 92 œuvres de ce format sont des séries, dont le coût horaire moyen est de 155,1 K€.

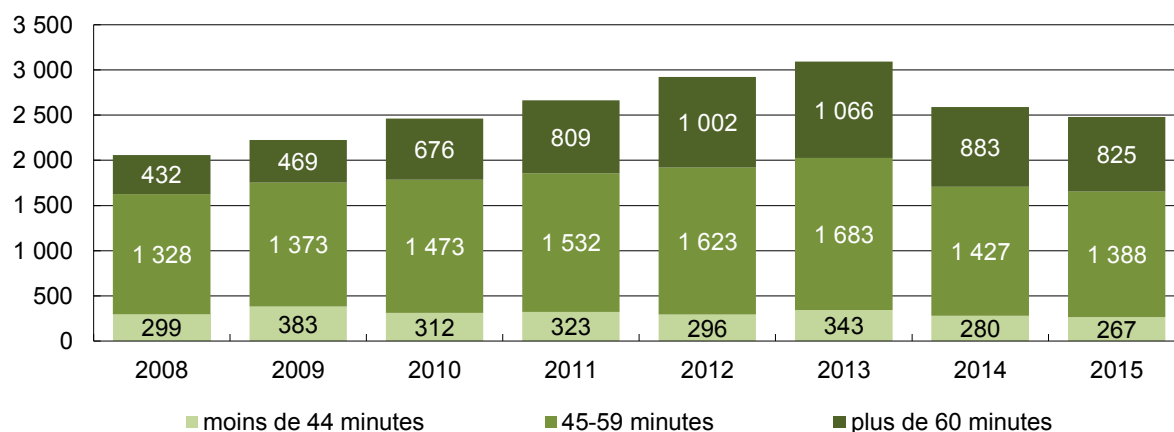
Le coût horaire des documentaires augmente avec la durée de l'œuvre. Les programmes de plus de 92 minutes atteignent un coût horaire nettement plus important que les autres formats : 218,1 K€ en moyenne, dont 124,6 K€ pour les séries et 221,3 K€ pour les unitaires en 2015. A l'inverse, les œuvres de moins de 44 minutes (179 en 2015, dont 41,9 % sont des séries), affichent un coût horaire de 141,3 K€, soit le coût horaire le plus faible.

Formats de documentaires

	unitaires		séries		total	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
heures						
moins de 24 minutes	0	0	11	12	11	12
24 minutes à 44 minutes	56	48	212	206	268	254
45 minutes à 59 minutes	1 135	1 060	292	328	1 427	1 388
60 minutes à 79 minutes	193	158	23	29	216	187
80 minutes à 92 minutes	357	385	64	14	421	399
plus de 92 minutes	220	231	26	8	246	238
total	1 962	1 882	628	597	2 590	2 480
coût horaire (K€)						
moins de 24 minutes	349,3	120,1	233,3	116,0	235,9	116,1
24 minutes à 44 minutes	138,5	129,6	131,5	175,3	133,0	166,6
45 minutes à 59 minutes	139,5	144,0	139,7	155,1	139,5	146,6
60 minutes à 79 minutes	156,9	163,0	208,3	173,6	162,4	164,7
80 minutes à 92 minutes	185,2	198,8	134,9	166,9	177,6	197,6
plus de 92 minutes	201,7	221,3	272,6	124,6	209,1	218,1
total	156,5	165,9	146,0	162,1	153,9	165,0

Source : CNC.

Volume selon les formats de documentaire (heures)



Source : CNC.

Le documentaire selon le coût horaire

En 2015, 57,4 % du volume total de documentaire aidé présente un coût horaire inférieur à 150 K€ (62,7 % en 2014). Les devis de ces programmes représentent 32,4 % des devis totaux (37,3 % en 2014). Ils captent 31,2 % des apports globaux des diffuseurs (34,2 % en 2014) et 44,9 % des financements totaux du CNC dans le genre (52,6 % en 2014).

La part des documentaires les plus coûteux dans le total des heures aidées progresse pour la troisième année consécutive. 26,5 % du volume de documentaire aidé affiche ainsi un coût horaire supérieur à 200 K€, contre 23,5 % en 2014. Ces programmes coûteux, en majorité destinés à la première partie de soirée, captent 50,6 % du devis total du documentaire en 2015 (47,2 % en 2014). Ils mobilisent 49,7 % du total des apports des diffuseurs (49,3 % en 2014) et 38,2 % des aides du CNC affectées au genre (31,5 % en 2014).

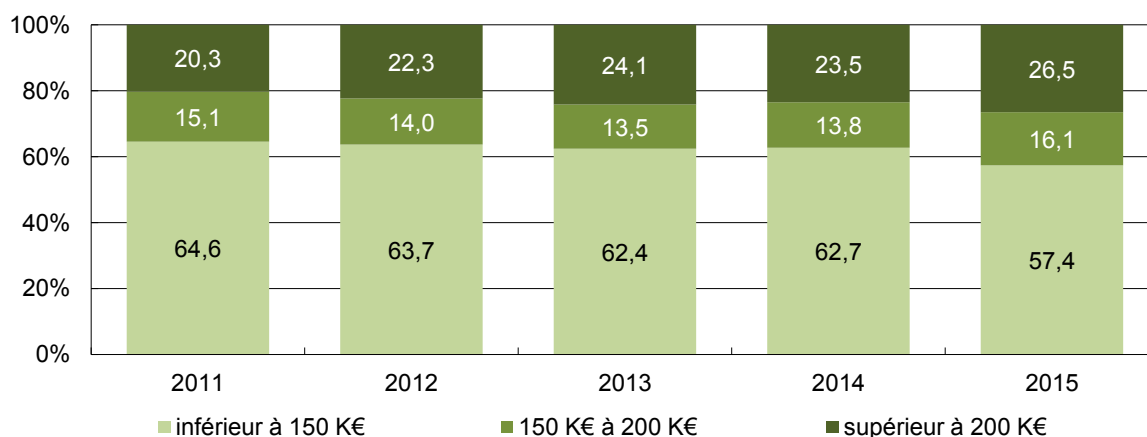
Production aidée de documentaire selon le coût horaire

	heures		devis (M€)		diffuseurs (M€)		CNC (M€) ¹	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
inférieur à 70 K€	405	355	22,9	19,8	10,1	8,9	7,6	6,8
70 K€ à 90 K€	457	342	36,5	27,5	15,7	12,4	11,9	9,0
90 K€ à 120 K€	458	412	47,9	42,9	22,6	21,5	12,5	11,1
120 K€ à 150 K€	305	314	41,5	42,5	21,5	22,8	9,7	9,9
150 K€ à 170 K€	166	176	26,4	28,1	14,0	15,4	5,7	5,9
170 K€ à 200 K€	192	224	35,3	41,1	19,7	24,5	6,9	7,9
200 K€ à 300 K€	394	390	95,7	93,7	56,6	51,8	14,6	17,2
300 K€ à 450 K€	161	200	56,6	71,0	28,7	35,9	7,3	10,5
450 K€ et plus	53	66	35,8	42,5	15,3	16,6	3,2	3,6
total	2 590	2 480	398,7	409,0	204,3	209,7	79,6	81,9

¹ Hors compléments d'aide.

Source : CNC.

Heures aidées de documentaire selon le coût horaire (%)



Source : CNC.

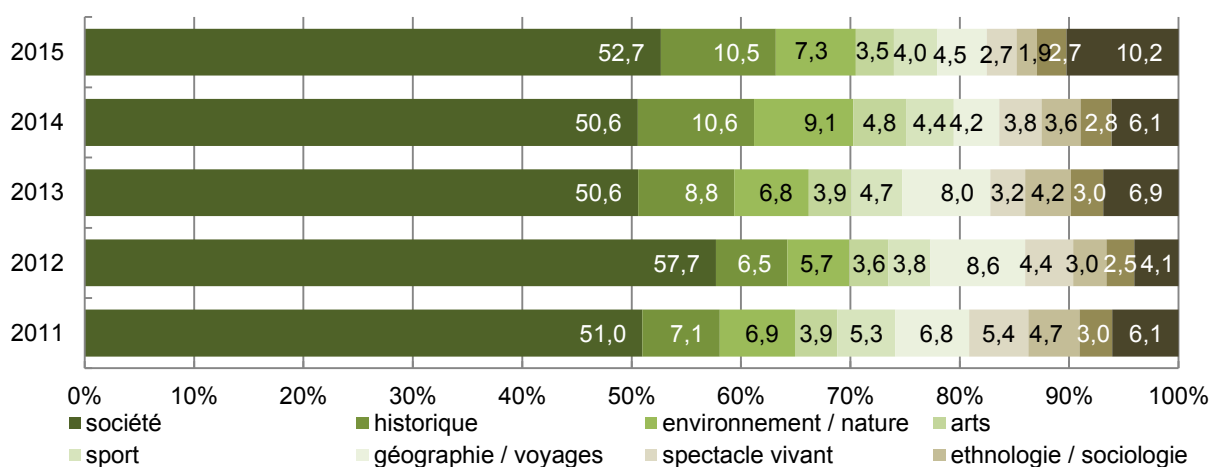
Les genres de documentaires

Le documentaire selon le genre (heures)

Rang 2015		2011	2012	2013	2014	2015
1	société	1 359	1 686	1 564	1 310	1 306
2	histoire	188	190	272	275	260
3	environnement / nature	183	166	211	236	182
4	sciences	21	17	45	61	134
5	géographie / voyages	180	253	249	108	112
6	sport	141	112	144	113	98
7	arts	104	104	120	125	87
8	spectacle vivant	144	129	99	100	68
	dont :					
	<i>musique</i>	123	105	70	77	59
	<i>danse</i>	13	16	20	14	5
	<i>théâtre</i>	7	5	9	4	4
	<i>cirque</i>	1	3		4	
9	cinéma	79	74	91	73	67
10	animalier	73	52	81	43	59
11	ethnologie / sociologie	125	88	130	93	46
12	cuisine	30	13	44	24	31
13	éducation	21	20	22	12	16
14	autres spectacles	12	10	12	14	6
15	arts de la rue	2	3	9	4	6
16	jeunesse	4	2	-	-	2
	total	2 665	2 921	3 092	2 590	2 480

Source : CNC.

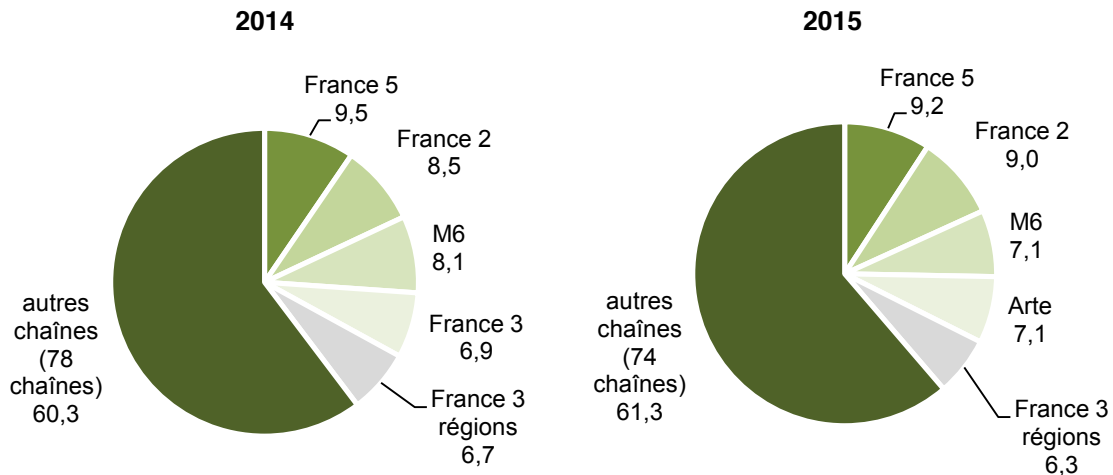
Répartition du volume horaire de documentaire selon le genre (%)



Source : CNC.

Avec un volume de commandes stable entre 2014 et 2015 (-0,3 %), le documentaire de **société** conserve sa prééminence avec 52,7 % du volume total du genre en 2015 (en hausse par rapport à 2014). Avec 120 heures commandées en 2015 (125 en 2014), France 5 arrive en tête sur le segment, devant France 2 (117 heures en 2015, contre 111 en 2014) et M6 (93 heures en 2015, soit -12,3 % par rapport à 2014).

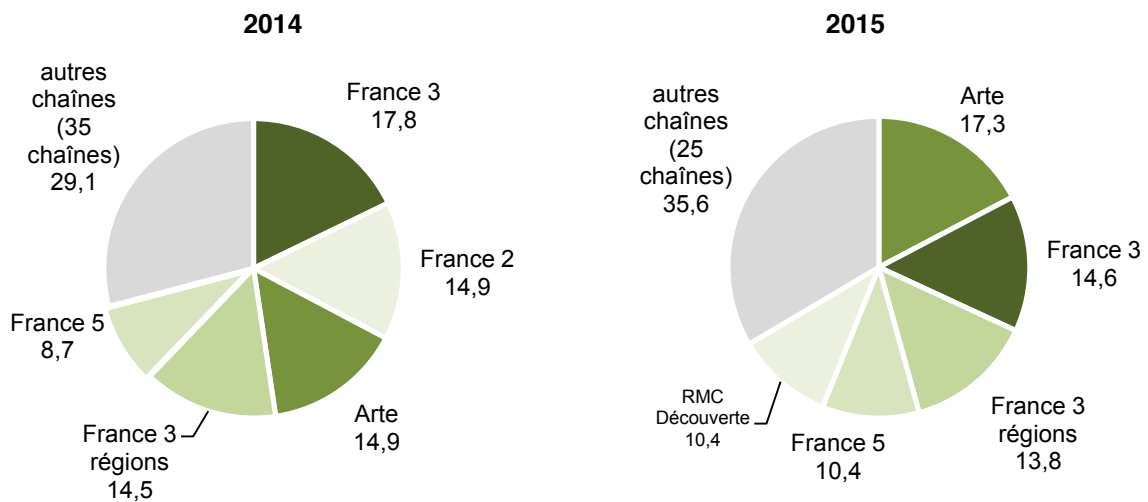
Volume horaire de documentaire de société selon la chaîne (%)



Source : CNC.

Les **programmes historiques** représentent le deuxième genre le plus commandé. Sa part reste stable à 10,5 % en 2015, pour un nombre d'heures en baisse par rapport à 2014 (260 heures, contre 275 en 2014). Arte se classe premier commanditaire en 2015 avec 45 heures (41 heures en 2014), devant France 3 (38 heures) et France 3 Régions (36 heures).

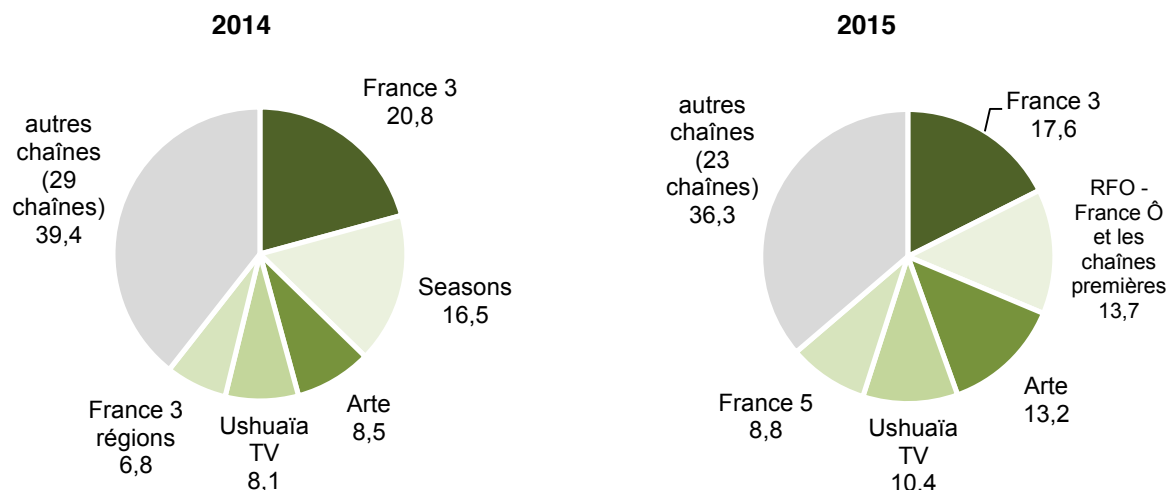
Volume horaire de documentaire historique selon la chaîne (%)



Source : CNC.

En 2015, les commandes de documentaires sur **l'environnement et la nature** enregistrent une baisse de 22,8 % à 182 heures, contre 236 en 2014. Leur poids dans le volume total des heures aidées passe de 9,1 % en 2014 à 7,3 % en 2015. France 3 (32 heures), France Ô et 1^{ère} (25 heures) et Arte (24 heures) sont les trois principaux commanditaires sur ce segment.

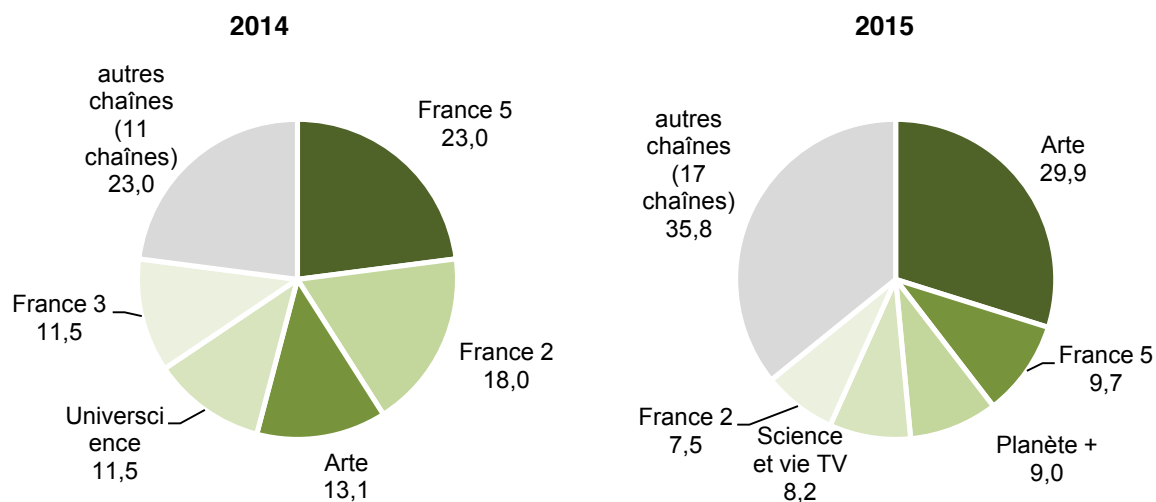
Volume horaire de documentaire environnement et nature selon la chaîne (%)



Source : CNC.

Quatrième genre le plus produit en 2015, le volume de **documentaire scientifique** a plus que doublé, passant de 61 heures en 2014 à 134 heures en 2015. Première chaîne commanditaire, Arte finance ainsi 40 heures en 2015 (soit cinq fois plus qu'en 2014), suivie par France 5 (13 heures), Planète+ (12 heures), Science et Vie TV (11 heures) et France 2 (10 heures).

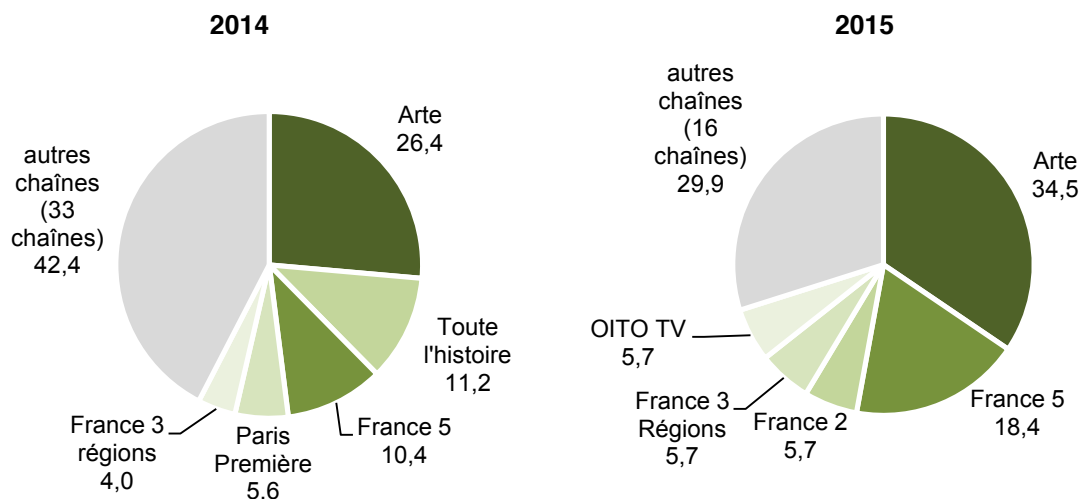
Volume horaire de documentaire scientifique selon la chaîne (%)



Source : CNC.

Les diffuseurs participent au financement de 87 heures de documentaires autour des **arts** en 2015, contre 125 heures en 2014. Arte détient le plus gros volume de commandes sur ce thème, avec un total de 30 heures initiées en 2015.

Volume horaire de documentaire artistique selon la chaîne (%)



Source : CNC.

Les diffuseurs participent au financement de 98 heures de documentaires consacrés au **sport**, contre 113 heures en 2014. Seasons (30 heures), Equidia Life (28 heures) et France 3 Régions (6 heures) sont les principaux commanditaires.

112 heures de documentaires traitant de **géographie et de voyages** sont commandées en 2015 contre 108 heures en 2014, soit une hausse de 3,8 %. France 5 (38 heures) est le premier commanditaire.

Le **spectacle vivant** (musique, cirque, danse et théâtre) représente 2,7 % des heures de documentaires aidées en 2015, contre 3,8 % en 2014. Le volume global de commandes sur le segment est en forte baisse à 68 heures (-32 heures par rapport à 2014). Parmi les heures de documentaires de spectacle vivant, 86,9 % sont consacrées à la **musique** (2,4 % du volume total de documentaires aidés).

En 2015, la chaîne commanditaire des documentaires aux genres les plus variés est Arte, qui apparaît dans 13 des 25 genres du tableau ci-après. Elle devance France 5 (11 genres commandés en 2015).

Entre 2014 et 2015, plusieurs genres de documentaire enregistrent de fortes baisses. Ainsi, les commandes de documentaires traitant d'**ethnologie/sociologie** reculent de 50,1 % à 46 heures, tandis que les commandes de documentaires de **spectacle vivant** diminuent de 31,9 % à 68 heures et celles de documentaires d'**arts** de 30,5 % à 87 heures. Seules 6 heures de documentaires sur les **arts de rue** sont commandées en 2015 (4 heures en 2014) et 2 heures de documentaire sur la **jeunesse** (aucune en 2014).

Parmi les documentaires consacrés au spectacle vivant, les commandes sont en diminution aussi bien pour les documentaires musicaux (-23,7 % à 59 heures) que le jazz (-81,2 % à 1 heure), ou la danse (aucune heure commandée en 2015). Au global, le genre est en baisse de 31,9 % par rapport à 2014.

Les dépenses de production de documentaire

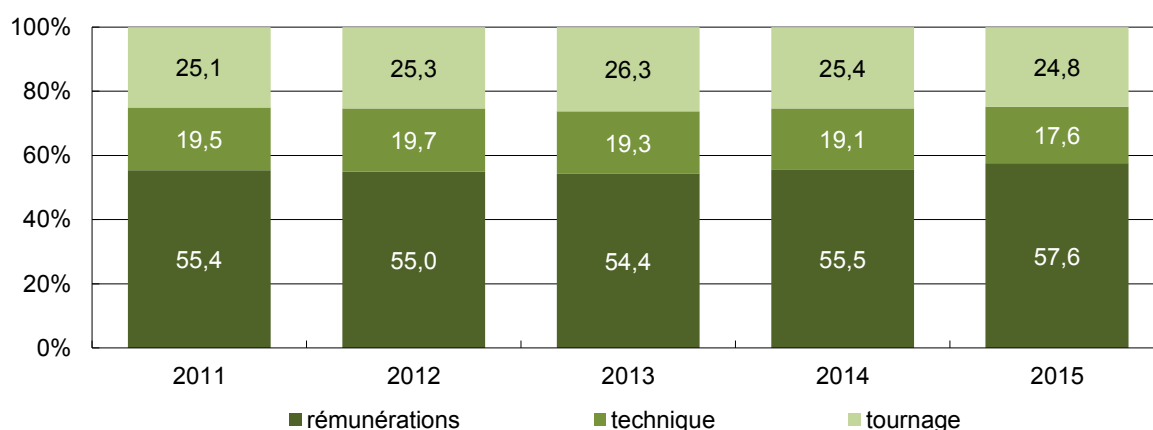
En 2015, les investissements dans le documentaire en France progressent de 1,1 % à 377,2 M€ et ceux à l'étranger de 24,6 % à 31,8 M€. La part des dépenses de production de documentaire réalisées en France diminue en 2015. Elle représente 92,2 % des devis totaux du genre, contre 93,6 % en 2014. Les coûts de personnel mobilisent 29,1 % de l'ensemble des dépenses de production en 2015. Ils sont suivis par le poste « moyens techniques, laboratoires », qui capte 17,6 % des dépenses totales (19,1 % en 2014). Les charges sociales représentent le troisième poste de coût pour les producteurs de documentaire, avec une part des devis totaux en hausse à 15,5 % (15,3 % en 2014). Le poste des décors et costumes est celui qui a connu la plus forte augmentation sur les 10 dernières années. Il est passé de 1,5 M€ en 2006 à 2,3 M€ en 2015, pour une progression de 10,9 % par an en moyenne.

Postes de dépenses de production de documentaire (M€)

	France		étranger		total	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
droits artistiques	39,4	43,8	4,4	6,8	43,8	50,6
personnel	109,4	113,3	4,5	5,8	113,9	119,0
interprétation	2,2	2,1	0,1	0,2	2,3	2,3
charges sociales	60,7	62,9	0,5	0,6	61,2	63,6
total rémunérations	211,8	222,1	9,4	13,4	221,2	235,5
moyens techniques, laboratoires	73,8	68,3	2,4	3,7	76,2	72,0
décors et costumes	1,8	1,7	0,3	0,5	2,1	2,3
transport, défraiement, régie	26,6	25,6	11,2	11,2	37,8	36,7
assurance, divers	11,5	11,7	0,5	0,8	12,0	12,5
frais généraux	28,2	29,7	0,7	1,1	29,0	30,8
imprévus	19,6	18,2	0,9	1,1	20,4	19,3
total tournage	87,6	86,9	13,7	14,7	101,3	101,6
total	373,2	377,2	25,5	31,8	398,7	409,0

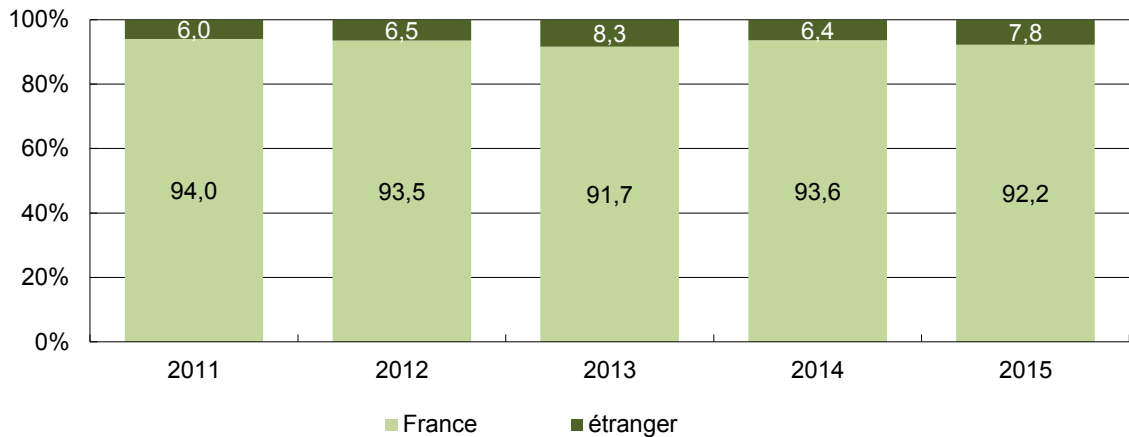
Source : CNC.

Répartition des dépenses de production de documentaire par grand poste¹ (%)



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

Répartition des dépenses de production de documentaire selon leur localisation géographique (%)



Source : CNC.

Les entreprises de production de documentaire audiovisuel

En 2015, 537 entreprises sont actives sur le secteur du documentaire, contre 610 en 2014. 91,3 % du volume horaire de documentaire est produit (ou coproduit) par des producteurs indépendants. 13,3 % du volume horaire est coproduit par plusieurs sociétés (329 heures sur 2 480).

Entreprises de production actives¹ dans le documentaire



¹ Entreprise de production ayant produit au moins un programme audiovisuel aidé par le CNC dans l'année.

Source : CNC.

Sur les cinq dernières années (2011-2015), Capa Presse se classe en tête des producteurs de documentaire avec 383 heures de programmes, devant TF1 Production (382 heures) et Morgane Production (270 heures).

Les 10 premiers producteurs de documentaire entre 2011 et 2015

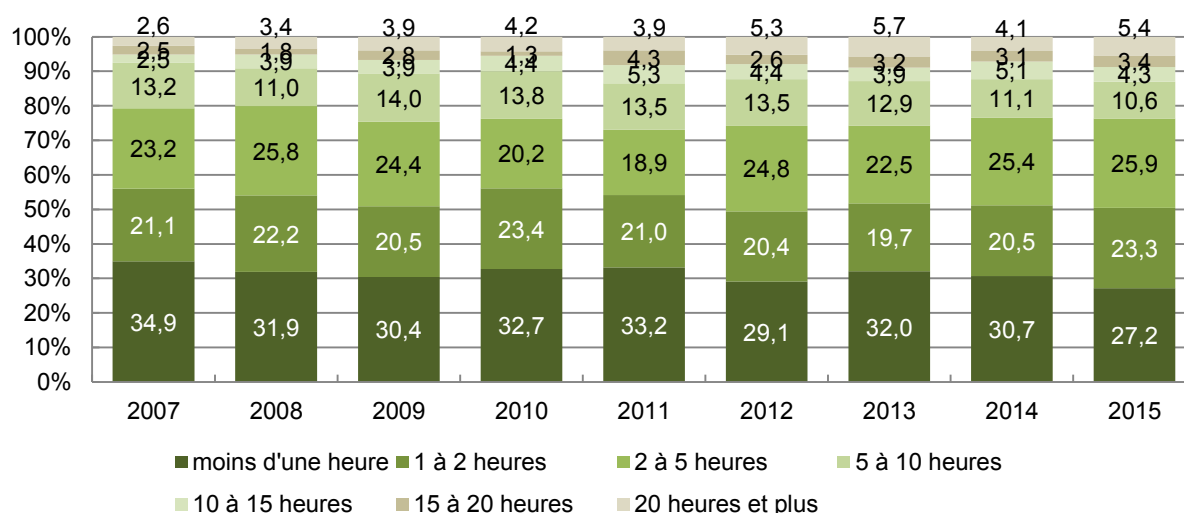
	total		exclusivité		coproduction ¹	
	heures		heures	% du total	heures	% du total
1 CAPA PRESSE	383		368	96,2	15	3,8
2 TF1 PRODUCTION	382		170	44,6	212	55,4
3 MORGANE PRODUCTION	270		229	84,9	41	15,1
4 PATRICK SPICA PRODUCTIONS	254		223	87,8	31	12,2
5 AB PRODUCTION	247		166	67,1	81	32,9
6 MARIA ROCHE PRODUCTIONS	246		246	100,0	0	0,0
7 PRODUCTION TONY COMITI	242		211	87,1	31	12,9
8 GEDEON PROGRAMMES	205		178	87,0	27	13,0
9 17 JUIN MEDIA	195		155	79,6	40	20,4
10 POINT DU JOUR	190		168	88,5	22	11,5

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

Source : CNC

En 2015, 87,0 % des entreprises produisent moins de 10 heures de documentaire (87,7 % en 2014). 27,2 % des entreprises produisent moins d'une heure de documentaire (30,7 % en 2014). 29 sociétés affichent une production supérieure à 20 heures (25 en 2014).

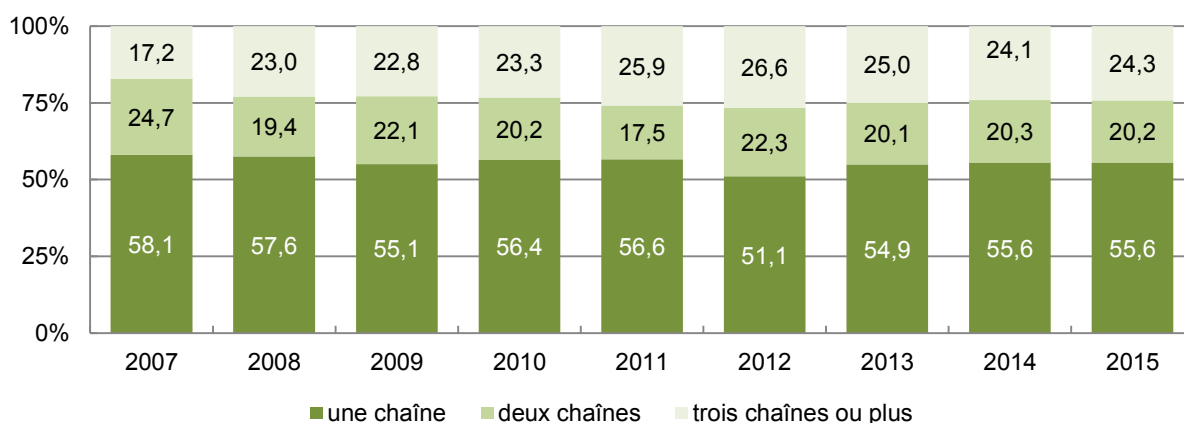
Répartition des producteurs selon le nombre d'heures de documentaire produites (%)



Source : CNC.

En 2015, 55,6 % des entreprises (soit 300 entreprises) produisent des documentaires pour une seule chaîne et 44,4 % (soit 240 entreprises) produisent des documentaires pour deux chaînes ou plus.

Répartition des producteurs selon le nombre de chaînes commanditaires¹ de documentaire (%)



¹ En tant que premier diffuseur.

Source : CNC.

France 2 collabore avec 63 producteurs de documentaire dont 61 sont indépendants et contribuent à 88,7 % du volume total commandé par la chaîne. Deux producteurs sont liés à un diffuseur et totalisent 9,0 % du volume total de la chaîne. 22 œuvres (29 heures) font l'objet d'une coproduction entre plusieurs entreprises, dont six programmes (4 heures) entre un producteur dépendant et un producteur indépendant.

France 3 (hors France 3 Régions) collabore avec 81 producteurs de documentaire en 2015. 77 d'entre eux sont indépendants et produisent 92,2 % du volume commandé par la chaîne. Sept producteurs indépendants appartiennent à un groupe et participent à la production de 29 heures de documentaires, soit 17,4 % du volume commandé par France 3. Au total, 11 œuvres (14 heures) sont des coproductions entre deux producteurs au moins, dont trois (cinq heures) entre un producteur dépendant et un producteur indépendant.

France 5 est la chaîne qui compte le plus de partenaires sur le segment du documentaire en 2015. Elle travaille avec 120 producteurs différents dont 116 indépendants. Ces derniers fournissent 96,3 % (247 heures) de l'ensemble des heures commandées par la chaîne. Les groupes indépendants (douze producteurs) totalisent 10,8 % des heures de documentaire de France 5 (28 heures). 35 œuvres produites par la chaîne (41 heures) font l'objet d'une coproduction entre plusieurs producteurs, aucune entre un producteur dépendant et un producteur indépendant.

Arte travaille avec 114 producteurs dont 113 indépendants. Ces derniers sont à l'origine de 99,4 % des heures de documentaire commandées par la chaîne. Dix heures, soit 3,4 % du volume total de la chaîne, résultent de groupes indépendants (quatre producteurs). En 2015, 16 œuvres produites par Arte (27 heures) font l'objet d'une coproduction entre deux producteurs au moins, aucune entre un producteur dépendant et un producteur indépendant.

TF1 travaille avec 24 producteurs de documentaire en 2015, dont 22 indépendants à l'origine de 93,0 % des heures commandées par la chaîne (55 heures). Les deux producteurs dépendants initient quatre heures (7,0 % du volume total commandé par TF1). Deux œuvres (2 heures) font l'objet d'une coproduction entre plusieurs producteurs. Aucune ne fait l'objet d'un partenariat dépendant/indépendant.

M6 travaille avec 24 producteurs dont 23 indépendants. Le seul producteur dépendant est à l'origine de 4,1 % des heures de documentaires commandées par la chaîne en 2015 (5 heures) tandis que les producteurs indépendants fournissent 95,9 % des heures. Au total, 17 œuvres (22 heures) sont coproduites par plusieurs producteurs. Aucune ne fait l'objet d'un partenariat dépendant/indépendant.

En 2015, **Canal+** collabore avec 17 producteurs différents dont 17 indépendants qui fournissent 100,0 % du volume total commandé par la chaîne (34 heures). Au total, 3 œuvres (3 heures) font l'objet d'une coproduction entre plusieurs entreprises en 2015, aucune entre un producteur dépendant et un producteur indépendant.

2.2. Les films documentaires à la télévision

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

Remarques méthodologiques

Les résultats sont issus d'une base de données commune au Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA) et au Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes nationales privées gratuites (TF1, M6 et les chaînes privées de la TNT gratuite) et sur Canal+ (chaîne historique, hors Canal+ Cinéma, Canal+ Sport, Canal+ Family et Canal+ Décalé).

L'offre de films à la télévision

93 films documentaires différents sont diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) en 2015, en baisse de 8,8 % par rapport à 2014 (102 films en 2014). 82,8 % de ces films sont programmés par les chaînes nationales gratuites qui diffusent 77 œuvres, soit 7 titres de moins qu'en 2014. Les chaînes nationales publiques (France Télévisions, Arte et LCP-AN) diffusent 68 films documentaires différents en 2015 (-6 films par rapport à 2014) et les chaînes nationales privées gratuites (TF1, M6 et les chaînes privées gratuites de la TNT) seulement 9 films (-1 film par rapport à 2014).

Le nombre de films documentaires diffusés sur les chaînes du groupe France Télévisions est stable par rapport à 2014 à 7 œuvres cinématographiques en 2015. Au total, 7,5 % de l'offre de films documentaires est proposée par France Télévisions en 2015 (6,9 % en 2014).

L'offre cinématographique d'Arte en films documentaires est la plus importante de l'ensemble des chaînes avec 61 films en 2015. Toutefois, la chaîne réduit son offre de 4 documentaires entre 2014 et 2015. A elle seule, Arte propose 65,6 % de l'offre de films documentaires en 2015 (63,7 % en 2014).

Entre une et neuf œuvres cinématographiques documentaires sont diffusées chaque année entre 2006 et 2015 sur les chaînes de la TNT privée gratuite. En 2015, elles programment 6 films. L'offre de ces chaînes représente 6,5 % de l'offre totale de films documentaires à la télévision en 2015 (8,8 % en 2014). En 2015, seules L'équipe 21 (2 films pour 4 diffusions), Gulli (2 films pour 3 diffusions), NRJ12 (2 films pour 4 diffusions) et RMC Découverte (1 film pour 1 diffusion) ont programmé des films documentaires.

TF1 et M6 n'ont pas une offre cinématographique documentaire importante. Au cours des dix dernières années, TF1 a diffusé trois fois *Serbie, année zéro* de Goran Markovic (une fois en 2009, une fois en 2011 et une fois en 2012) et deux fois *les Ailes pourpres : le mystère des flamants* de Leander Ward et Matthew Aeberhard (une fois en 2014 et une fois en 2015). Après avoir diffusé, pour la première fois, trois films documentaires en 2011, puis aucun entre 2012 et 2014, M6 en programme deux en 2015, lors de la même soirée : *Félins* de Alastair Fothergill et Keith Scholey et *Chimpanzés* de Alastair Fothergill et Mark Linfield.

En 2015, l'offre de films documentaires de Canal+ est relativement stable. La chaîne programme 17 films documentaires en 2015 (18 films en 2014), soit 18,3 % de l'offre.

Nombre de films documentaires diffusés à la télévision

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹	2013	2014	2015
France 2	4	1	2	3	4	2	6	5	3	1
France 3	0	2	3	0	1	1	0	1	1	2
France 4	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1
France 5	1	0	2	2	2	5	1	0	2	1
France Ô ²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1	1	2
France Télévisions³	6	4	7	5	7	8	8	7	7	7
Arte	32	32	48	42	51	62	58	86	65	61
LCP-AN	2	0	2	1	1	0	2	2	2	0
chaînes nationales publiques⁴	40	36	56	48	59	70	68	95	74	68
6ter	-	-	-	-	-	-	1	3	2	0
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
D8	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D17	0	1	4	2	0	1	0	0	0	0
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	3	4	2
Gulli	0	0	0	1	1	0	0	1	3	2
HD1	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
NRJ12	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
NT1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
TMC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
W9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TNT privée gratuite⁵	2	1	4	3	1	2	2	6	9	6
TF1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1
M6	0	0	0	0	0	3	0	0	0	2
chaînes nationales privées gratuites⁶	2	1	4	4	1	6	4	7	10	9
chaînes nationales gratuites⁶	42	37	60	52	59	76	72	102	84	77
Canal+	21	20	17	27	23	19	24	18	18	17
total³	63	57	77	79	82	95	96	119	102	93

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

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

³ Total hors double compte.

⁴ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

⁵ TNT privée gratuite + TF1 + M6 (total hors double compte).

⁶ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites (total hors double compte).

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

Source : CNC-CSA.

L'offre de films inédits

Au total, 68,8 % des films documentaires diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) sont inédits (62,7 % en 2014). Toutes chaînes confondues, la part de films inédits français s'élève à 37,5 %. En 2015, les documentaires américains représentent 17,2 % de l'offre de films inédits à la télévision.

La part de documentaires inédits, c'est-à-dire programmés pour la première fois en clair, atteint 64,7 % sur les chaînes nationales publiques.

Seulement 33,3 % des films documentaires diffusés par les chaînes nationales privées gratuites sont inédits (3 films en 2015).

Canal+ programme 17 documentaires inédits en 2015, soit l'intégralité de son offre (94,4 % en 2014).

La multidiffusion

L'ensemble des chaînes programme 93 films documentaires différents qui donnent lieu à 171 diffusions (102 films et 211 diffusions en 2014). Un film documentaire est diffusé en moyenne 1,8 fois (2,1 fois en 2014). Canal+ est la chaîne rediffusant le plus. Chaque film documentaire y est programmé en moyenne 3,6 fois.

Nombre de diffusions de films documentaires à la télévision

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012 ¹	2013	2014	2015
France 2	4	1	2	3	4	2	6	5	3	1
France 3	0	2	3	0	1	1	0	1	1	3
France 4	2	2	0	0	0	0	1	0	0	1
France 5	1	0	4	4	2	9	2	0	2	2
France Ô ²	nd	nd	nd	nd	nd	nd	nd	1	1	3
France Télévisions	7	5	9	7	7	12	9	7	7	10
Arte	45	69	106	98	109	118	103	127	102	84
LCP-AN	5	0	5	4	5	0	10	9	10	0
chaînes nationales publiques³	57	74	120	109	121	130	122	143	119	94
6ter	-	-	-	-	-	-	2	6	4	0
Chérie 25	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
D8	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
D17	0	2	14	7	0	1	0	0	0	0
L'Equipe 21	-	-	-	-	-	-	0	10	14	4
Gulli	0	0	0	2	2	0	0	2	4	3
HD1	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
NRJ12	0	0	0	0	0	1	3	0	0	4
NT1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Numéro 23	-	-	-	-	-	-	0	0	0	0
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	0	0	0	1
TMC	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
W9	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TNT privée gratuite	3	2	14	9	2	2	5	18	22	12
TF1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1
M6	0	0	0	0	0	3	0	0	0	2
chaînes nationales privées gratuites⁴	3	2	14	10	2	6	7	19	23	15
chaînes nationales gratuites⁵	60	76	134	119	123	136	129	162	142	109
Canal+	60	61	46	83	87	74	101	79	69	62
total	120	137	180	202	210	210	230	241	211	171

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

² Le comptage des films sur France Ô débute le 1er janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

³ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

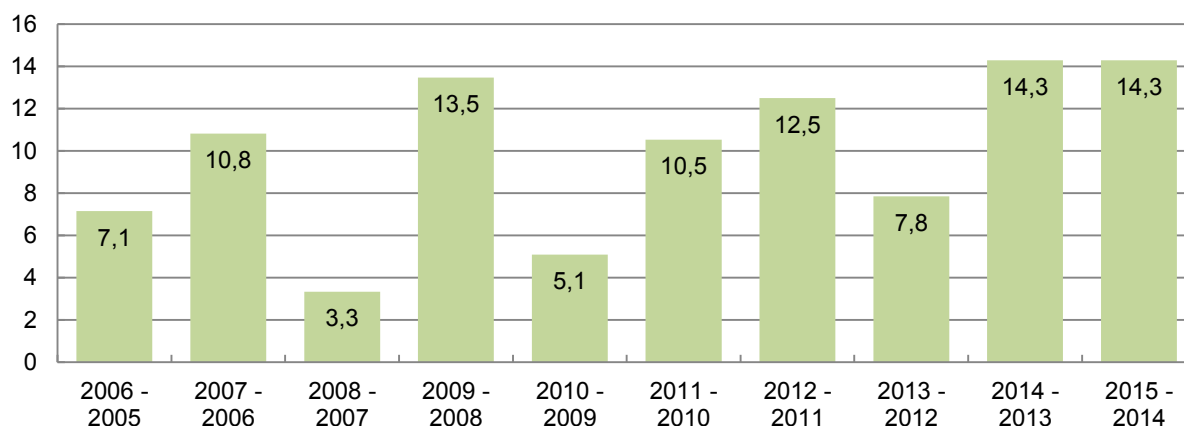
⁴ TNT privée gratuite + TF1 + M6 (total hors double compte).

⁵ Chaînes nationales publiques + chaînes nationales privées gratuites (total hors double compte).

Source : CNC-CSA.

De plus en plus souvent, les chaînes nationales gratuites rediffusent les mêmes films d'une année sur l'autre. Ainsi, 14,3 % des films documentaires programmés par les chaînes nationales gratuites en 2015 étaient-ils déjà diffusés en 2014 (comme entre 2013 et 2014).

Part des films diffusés deux années de suite sur les chaînes nationales gratuites¹ (%)



¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

Source : CNC-CSA.

Films documentaires les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites entre 2006 et 2015¹

titre	réalisateurs	année de production	pays ²	nombre de diffusions	année de dernière diffusion
1 <i>Microcosmos, le peuple de l'herbe</i>	Nuridsany Claude / Perennou Marie	1993	FR / CH	6	2015
2 <i>La Marche de l'Empereur</i>	Jacquet Luc	2005	FR	5	2014
3 <i>Le Peuple migrateur</i>	Debats Michel	1998	FR / IT	5	2015
4 <i>Téléphone public</i>	Perier Jean-Marie	1980	FR	5	2013
5 <i>Cahiers de souvenirs : pour que tu ne m'oublies pas</i>	Graf Christa	2008	DE	4	2013
6 <i>Etre et avoir</i>	Philibert Nicolas	2001	FR	4	2012
7 <i>La Famille Suricate</i>	Honeyborne James	2007	GB	4	2015
8 <i>Muhammad Ali The Greatest</i>	Klein William	1974	FR	4	2015
9 <i>La Planète blanche</i>	Piantanida Thierry	2004	FR / CA	4	2013
10 <i>Rhythm is it</i>	Grube Thomas / Sanchez Lansch Enrique	2004	DE	4	2010

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.

² CA : Canada, CH : Suisse, DE : Allemagne, FR : France, GB : Grande-Bretagne, IT : Italie.

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

Source : CNC-CSA.

Diffusion selon la nationalité sur les chaînes nationales gratuites

Sur les chaînes nationales gratuites (toutes chaînes sauf Canal+), 23 films documentaires français sont programmés en 2015, soit trois films de plus qu'en 2014. Par ailleurs, ces chaînes diffusent 7 films américains (-5 films par rapport à 2014), 47 films européens (-3 films) et aucun film d'une autre nationalité (-2 films). En 2015, 61,0 % de la programmation de films documentaires est européenne (59,5 % en 2014). Les films documentaires français représentent 29,9 % de l'offre en 2015 et les films américains 9,1 %.

Films documentaires diffusés sur les chaînes nationales gratuites selon la nationalité (hors double compte)

	films français		films américains		films européens ¹		autres films		total
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	
2006	13	31,0%	6	14,3%	22	52,4%	1	2,4%	42
2007	8	21,6%	5	13,5%	23	62,2%	1	2,7%	37
2008	19	31,7%	12	20,0%	28	46,7%	1	1,7%	60
2009	12	23,1%	6	11,5%	34	65,4%	0	-	52
2010	17	28,8%	8	13,6%	32	54,2%	2	3,4%	59
2011	20	26,3%	5	6,6%	51	67,1%	0	-	76
2012 ²	21	29,2%	11	15,3%	37	51,4%	3	4,2%	72
2013	31	30,4%	10	9,8%	60	58,8%	1	1,0%	102
2014	20	23,8%	12	14,3%	50	59,5%	2	2,4%	84
2015	23	29,9%	7	9,1%	47	61,0%	0	-	77

¹ Europe au sens continental, hors France.

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

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

Source : CNC-CSA.

Diffusion selon l'horaire sur les chaînes nationales gratuites

La majorité des films documentaires est programmée la nuit. Ainsi, 52,3 % des films documentaires diffusés en 2015 sur les chaînes nationales gratuites sont-ils programmés entre minuit et 07h00 (44,4 % en 2014). La programmation en deuxième partie de soirée est également importante. 27,5 % des diffusions de films documentaires sont programmées en deuxième partie de soirée en 2015 (18,3 % en 2014).

En 2015, les chaînes nationales gratuites diffusent 14 films documentaires en première partie de soirée, soit 8 films de moins qu'en 2014. Les films documentaires en première partie de soirée composent 12,8 % de l'offre en 2015 (15,5 % en 2014).

Depuis 2006, les chaînes nationales gratuites diffusent toujours plus de 20 % des films documentaires en journée. En 2015, cette part diminue fortement pour ne représenter que 7,3 %.

Diffusions des films documentaires sur les chaînes nationales gratuites selon l'horaire¹

	jour		1 ^{re} partie de soirée		2 ^e partie de soirée		nuit		total
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure	
2006	12	20,0%	19	31,7%	11	18,3%	18	30,0%	60
2007	16	21,1%	7	9,2%	26	34,2%	27	35,5%	76
2008	29	21,6%	24	17,9%	35	26,1%	46	34,3%	134
2009	29	24,4%	12	10,1%	28	23,5%	50	42,0%	119
2010	36	29,3%	16	13,0%	29	23,6%	42	34,1%	123
2011	38	27,9%	15	11,0%	31	22,8%	52	38,2%	136
2012 ²	33	25,6%	15	11,6%	24	18,6%	57	44,2%	129
2013	35	21,6%	23	14,2%	33	20,4%	71	43,8%	162
2014	31	21,8%	22	15,5%	26	18,3%	63	44,4%	142
2015	8	7,3%	14	12,8%	30	27,5%	57	52,3%	109

¹ Jour : de 07h00 à 20h29 ; 1^{re} partie de soirée : de 20h30 à 22h20 ; 2^e partie de soirée : de 22h30 à 23h59 ; nuit : de 00h00 à 06h59.

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

Source : CNC-CSA.

Saisonnalité de la diffusion

La diffusion des films documentaires sur les chaînes nationales publiques est relativement homogène en 2015. Les films documentaires représentent entre 3,2 % (mars) et 12,8 % (novembre) de l'offre totale de ces chaînes selon les mois de diffusion, alors qu'ils en représentent entre 0,0 % (janvier à mars et juin à octobre) et 73,3 % (décembre) sur les chaînes nationales privées gratuites. Sur Canal+, les mois de novembre, décembre et janvier concentrent 37,1 % des diffusions des films documentaires en 2015.

Diffusions mensuelles de films documentaires à la télévision en 2015

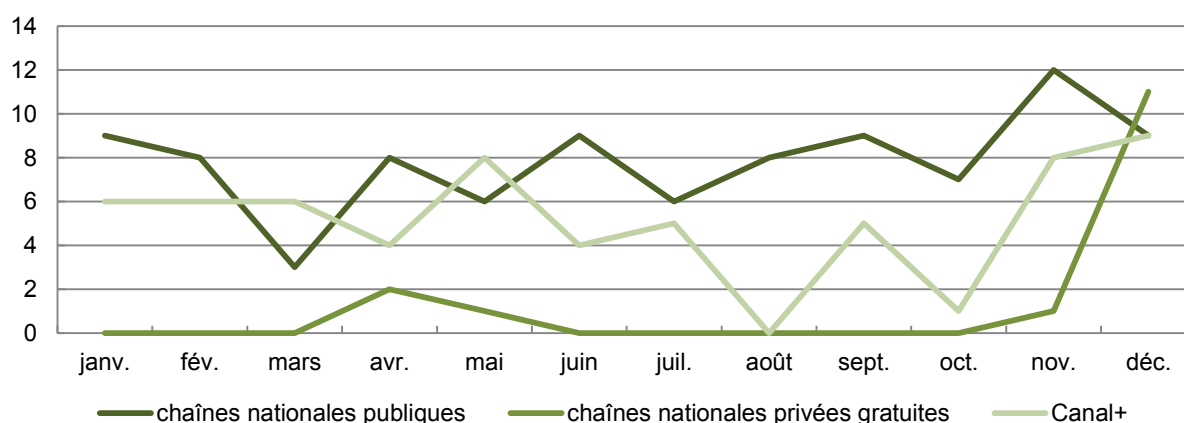
	chaînes nationales publiques ¹		chaînes nationales privées gratuites ²		Canal+	
	nombre	structure	nombre	structure	nombre	structure
janvier	9	9,6%	0	-	6	9,7%
février	8	8,5%	0	-	6	9,7%
mars	3	3,2%	0	-	6	9,7%
avril	8	8,5%	2	13,3%	4	6,5%
mai	6	6,4%	1	6,7%	8	12,9%
juin	9	9,6%	0	-	4	6,5%
juillet	6	6,4%	0	-	5	8,1%
août	8	8,5%	0	-	0	-
septembre	9	9,6%	0	-	5	8,1%
octobre	7	7,4%	0	-	1	1,6%
novembre	12	12,8%	1	6,7%	8	12,9%
décembre	9	9,6%	11	73,3%	9	14,5%
total	94	100,0%	15	100,0%	62	100,0%

¹ France Télévisions + Arte + LCP-AN.

² TNT privée gratuite + TF1 + M6.

Source : CNC – CSA.

Nombre de diffusions mensuelles de films documentaires à la télévision en 2015



Source : CNC – CSA.

2.3. Le documentaire audiovisuel à la télévision

Dans cette partie, l'analyse de l'offre de documentaires à la télévision couvre uniquement les programmes audiovisuels (c'est-à-dire hors films cinématographiques).

Remarques méthodologiques

Les analyses sur l'offre de documentaires à la télévision n'ont pas pour objet d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont ainsi pas comparables avec celles qui émanent du Conseil supérieur de l'audiovisuel. Pour ce qui concerne les informations sur l'offre télévisuelle de documentaires, les sources sont variées : Médiamétrie, Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA), Guide des chaînes numérique, CNC.

L'offre de documentaires des chaînes nationales gratuites

En 2015, 26 442 heures de documentaires sont diffusés sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte) selon Médiamétrie. La part du documentaire dans l'offre de programmes de l'ensemble des chaînes nationales gratuites atteint 15,9 % en 2015, contre 14,7 % en 2014. Il convient de préciser que France Ô a été intégrée à l'analyse en 2015 et que la notion de documentaire utilisée par Médiamétrie recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

RMC Découverte, Arte et France 5 sont les principaux diffuseurs de documentaires parmi les chaînes nationales gratuites.

Le documentaire dans l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites¹ (%)



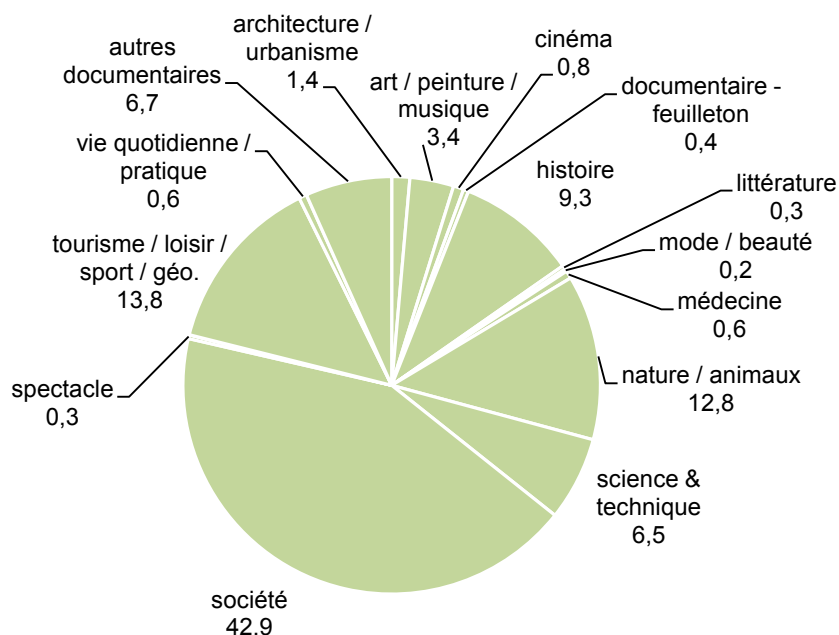
¹ TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et, en 2015, France Ô.

Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat.

Trois thèmes dominent l'offre de documentaires diffusés sur les chaînes nationales gratuites : société (42,9 % du volume horaire en 2015), tourisme / loisir / sport / géographie (13,8 %) et nature / animaux (12,8 %). L'histoire représente 9,3 % du volume de diffusion. Les sciences et techniques composent 6,5 % de l'offre.

Structure de l'offre de documentaire selon le thème sur les chaînes nationales gratuites en 2015¹ (% en volume horaire)



¹ TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte.

Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat.

Structure de l'offre de documentaire selon le thème sur les chaînes nationales gratuites¹ (% en volume horaire)

	2011	2012	2013	2014	2015
architecture / urbanisme	5,2	5,0	1,0	1,2	1,4
art / peinture / musique	9,5	10,2	7,3	3,1	3,4
cinéma	1,8	1,6	1,1	0,9	0,8
documentaire-feuilleton	1,0	1,1	1,4	0,8	0,4
histoire	10,4	9,7	9,2	10,0	9,3
littérature	1,0	0,7	0,6	0,3	0,3
mode / beauté	0,5	0,3	0,3	0,2	0,2
médecine	1,1	1,1	0,8	0,6	0,6
nature / animaux	15,4	14,2	13,7	17,8	12,8
science & technique	4,9	4,3	3,7	5,9	6,5
société	30,1	29,1	32,4	32,6	42,9
spectacle	0,2	0,2	0,3	0,2	0,3
théâtre	0,2	0,1	0,1	0,0	0,0
tourisme / loisir / sport / géo.	12,3	14,2	15,8	12,8	13,8
vie quotidienne / pratique	0,8	0,2	0,5	0,8	0,6
autres documentaires	5,4	8,1	11,7	12,6	6,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli avec, en 2014, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et, en 2015, France Ô.

Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat.

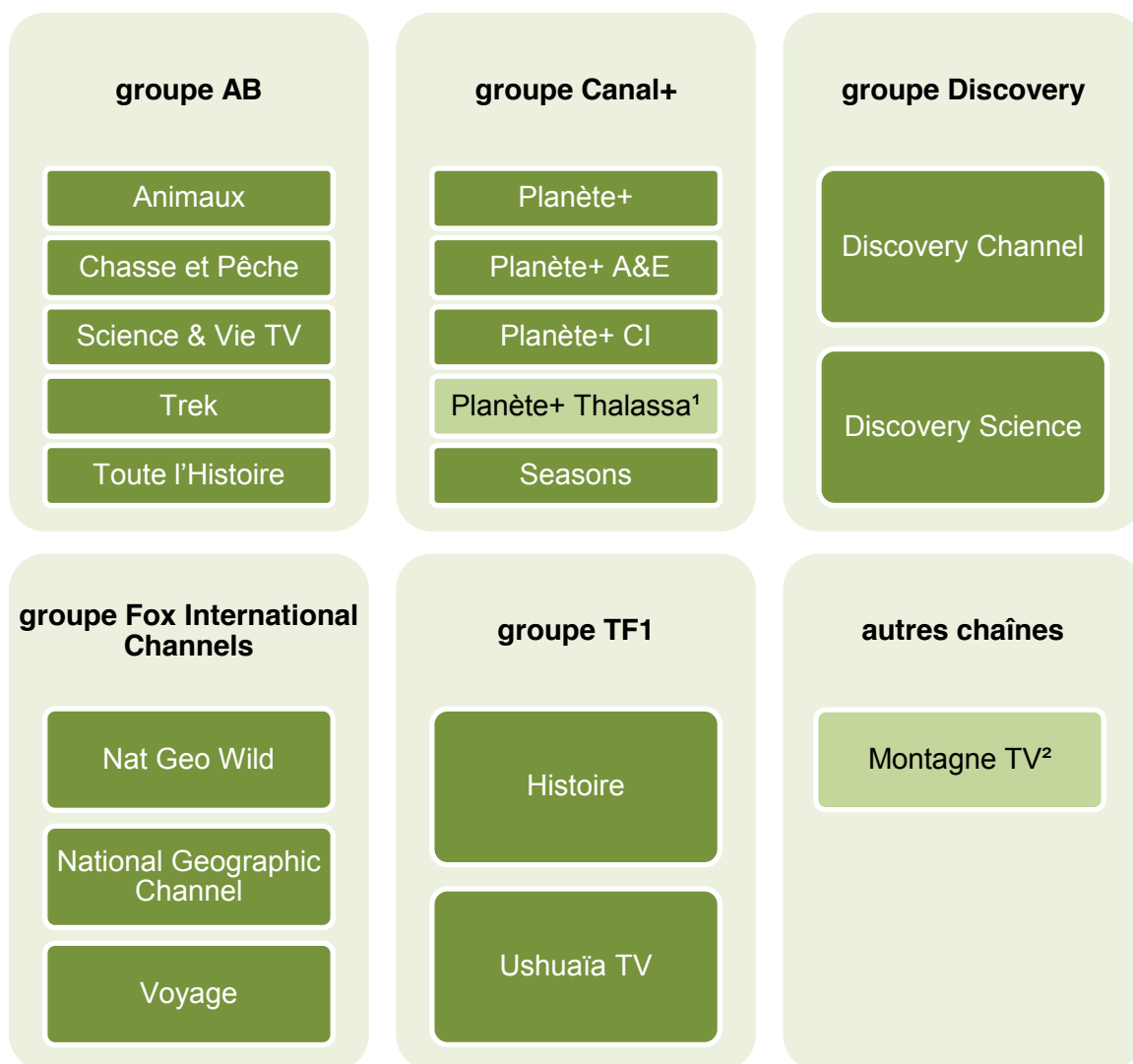
L'offre de documentaires des chaînes thématiques

A l'offre des chaînes nationales gratuites, s'ajoute l'offre de documentaires des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL.

Le documentaire est l'un des genres les mieux représentés dans l'univers des chaînes thématiques. En 2015, dix-huit chaînes couvrent la thématique documentaire d'après le *Guide des chaînes numériques* (disponible sur www.cnc.fr). Deux chaînes ont toutefois cessé d'émettre dans l'année. La diffusion de la chaîne Planète+ Thalassa, codétenue par le groupe Canal+ (66 %) et France Télévisions (34 %), s'est arrêtée le 31 décembre 2015. Montagne TV a cessé sa diffusion le 9 novembre 2015.

Les chaînes documentaires proposent des thématiques variées : le monde animalier pour Animaux et Nat Geo Wild, la science pour Science & Vie TV et Discovery Science, l'histoire pour Histoire et Toute l'Histoire, la nature pour Ushuaïa TV, la police et la justice pour Planète+ CI, etc.

Chaînes thématiques documentaires par groupe



¹ La chaîne a été arrêtée le 31 décembre 2015.

² La chaîne a cessé sa diffusion le 9 novembre 2015.

Source : *Guide des chaînes numériques*.

2.4.L'audience des documentaires audiovisuels à la télévision

L'audience du documentaire sur les chaînes nationales gratuites

En 2015, les téléspectateurs âgés de quatre ans et plus consacrent 8,8 % de leur temps d'écoute au genre documentaire sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte). Cette proportion apparaît en hausse par rapport à 2014, notamment en raison de l'intégration de France Ô. Le documentaire est sous-consommé par rapport à son poids dans l'offre de programmes (15,9 % de l'offre en 2015).

Le documentaire dans la consommation des téléspectateurs¹ (%)



¹ Sur les chaînes nationales gratuites : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et, en 2015, France Ô.

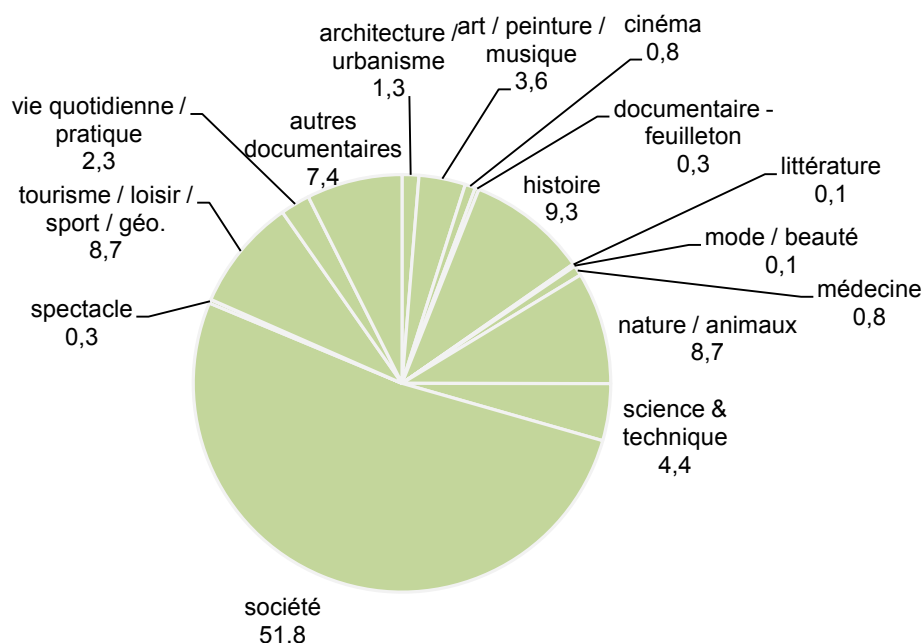
Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

En 2015, le documentaire de société représente 51,8 % de la consommation de documentaire sur les chaînes nationales gratuites. L'histoire constitue 9,3 % de la durée d'écoute. Les thèmes nature / animaux et tourisme / loisir / sport / géographie composent chacun 8,7 % de la consommation. Les sciences et techniques constituent 4,4 % de la durée d'écoute.

Deux thèmes présentent une proportion dans la consommation de documentaire significativement plus élevée que leur poids dans l'offre : société et vie quotidienne / pratique. Cette part est notamment moins élevée pour les thèmes nature / animaux, tourisme / loisir / sport / géographie et science & technique.

Structure de la consommation de documentaire selon le thème sur les chaînes nationales gratuites en 2015¹ (% en volume horaire)



¹ TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli, France Ô, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte.

Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

Structure de la consommation de documentaire selon le thème sur les chaînes nationales gratuites¹ (% en volume horaire)

	2011	2012	2013	2014	2015
architecture / urbanisme	6,5	4,1	0,4	0,8	1,3
art / peinture / musique	4,2	3,6	3,8	2,7	3,6
cinéma	1,4	0,9	0,6	0,9	0,8
documentaire-feuilleton	0,8	0,6	0,6	0,6	0,3
histoire	10,8	9,9	7,9	9,9	9,3
littérature	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1
mode / beauté	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
médecine	0,9	1,0	0,5	0,7	0,8
nature / animaux	13,1	12,2	10,0	11,6	8,7
science & technique	3,8	3,3	2,5	3,9	4,4
société	40,0	41,9	47,6	44,0	51,8
spectacle	0,3	0,2	0,2	0,3	0,3
théâtre	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
tourisme / loisir / sport / géo.	10,9	11,8	11,3	10,1	8,7
vie quotidienne / pratique	1,9	1,8	2,6	3,1	2,3
autres documentaires	4,8	8,4	11,6	11,1	7,4
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, D17, Gulli avec, en 2014, HD1, 6ter, Numéro 23, RMC Découverte et, en 2015, France Ô.

Nota bene : le genre documentaire recouvre un périmètre plus large que le seul documentaire de création.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

En 2015, les cinq meilleures audiences des documentaires diffusés à la télévision sont toutes réalisées par des programmes français. *Le Plus Beau Pays du monde, opus 2*, diffusé sur France 2, se situe en première position (5,2 millions de téléspectateurs et 20,3 % de part d'audience) devant deux documentaires sur la fin de la Seconde Guerre mondiale : *la Chute du Reich* sur France 2 (3,9 millions et 15,5 %) et *Délivrance* sur TF1 (3,8 millions et 16,0 %).

Meilleures audiences des documentaires à la télévision en 2015

rang	date	heure	chaîne	programme	nationalité	téléspectateurs (millions)	pda ¹ (%)
1	14 avril	20h55	France 2	<i>Le Plus Beau Pays du monde, opus 2</i>	France	5,2	20,3
2	8 mai	20h55	France 2	<i>La Chute du Reich</i>	France	3,9	15,5
3	7 mai	21h00	TF1	<i>Délivrance</i>	France	3,8	16,0
4	30 décembre	20h56	France 3	<i>Je m'présente, je m'appelle Daniel</i>	France	3,6	14,7
5	29 décembre	20h56	France 2	<i>Le Dernier Gaulois</i>	France	3,5	13,7

¹ pda : part d'audience.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

Sur France 5, le documentaire français *Cholestérol, le coupable idéal*, diffusé le 6 octobre en première partie de soirée, réalise la meilleure audience des documentaires en 2015 (1,5 million de téléspectateurs et 5,6 % de part d'audience). Il se place en troisième position du classement des meilleures audiences annuelles de la chaîne.

Meilleures audiences des documentaires sur France 5

année	titre	date	heure	téléspectateurs (millions)	pda ¹ (%)
2011	<i>102 minutes qui ont changé le monde</i>	11 septembre	20h40	1,6	6,2
2012	<i>Le Grand Méchant Lait</i>	23 octobre	20h41	1,8	6,2
2013	<i>Nourriture low cost : à qui profitent les prix ?</i>	15 septembre	20h38	2,0	7,4
2014	<i>Le Canal du Midi</i>	19 octobre	20h41	1,7	6,4
2015	<i>Cholestérol, le coupable idéal</i>	6 octobre	20h45	1,5	5,6

¹ pda : part d'audience.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

Sur Arte, le documentaire français *Daech, naissance d'un Etat terroriste*, diffusé le 10 février en première partie de soirée, constitue la meilleure audience des documentaires en 2015 (1,4 million de téléspectateurs et 5,3 % de part d'audience). Il se place en cinquième position du classement des meilleures audiences annuelles de la chaîne.

Meilleures audiences des documentaires sur Arte

année	titre	date de diffusion	heure	téléspectateurs (millions)	pda ¹ (%)
2011	<i>Looking for Nicolas Sarkozy</i>	21 décembre	20h40	1,3	4,7
2012	<i>Titanic, l'ultime scénario</i>	31 mars	20h45	1,3	5,3
2013	<i>Un tour du monde à vol d'oiseau</i>	21 décembre	20h48	1,4	5,6
2014	<i>Australie : l'aventure des premiers hommes</i>	1 ^{er} février	20h48	1,0	4,0
2015	<i>Daech, naissance d'un Etat terroriste</i>	10 février	20h56	1,4	5,3

¹ pda : part d'audience.

Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

Audiovisuel

Sur RMC Découverte, la meilleure audience des documentaires est enregistrée, en 2015, par le programme français *la Révélation des pyramides* (0,7 million de téléspectateurs et 2,8 % de part d'audience). Ce documentaire se place en deuxième position du classement des meilleures audiences annuelles de la chaîne.

Meilleures audiences des documentaires sur RMC Découverte

année	titre	date de diffusion	heure	téléspectateurs (millions)	pda ¹ (%)
2013	<i>Hitler : du charisme au chaos</i>	13 décembre	22h30	0,3	1,9
2014	<i>Nazi Megastructures</i>	5 septembre	21h35	0,4	1,8
2015	<i>La Révélation des pyramides</i>	22 décembre	21h56	0,7	2,8

¹ pda : part d'audience.

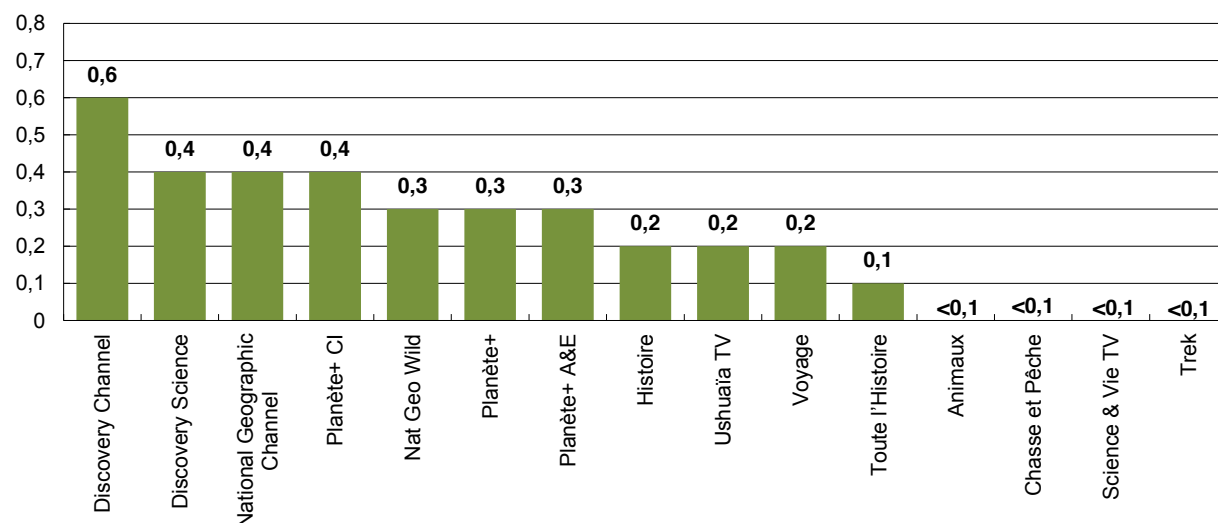
Source : Médiamétrie-Médiamat (4 ans et plus).

L'audience des chaînes thématiques dédiées au documentaire

D'après les derniers résultats d'audience des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite et l'ADSL, les chaînes documentaires recueillent 3,4 % de part d'audience entre septembre 2015 et février 2016 parmi les abonnés à une offre payante âgés de 4 ans et plus, contre 3,5 % un an plus tôt. En 2016, l'échantillon compte une chaîne de moins par rapport à 2015.

Discovery Channel est la première chaîne thématique documentaire avec 0,6 % de part d'audience. Elle devance Discovery Science, National Geographic Channel et Planète+ CI (0,4 % chacune). En évolution annuelle, deux chaînes enregistrent une augmentation de leur part d'audience : Planète+ CI et Histoire (+0,1 point chacune). Une chaîne présente au contraire une part d'audience en baisse : Discovery Channel (-0,1 point). Les autres chaînes affichent une part d'audience stable. Le groupe Canal+ et le groupe Discovery se partagent la place de premier groupe sur la thématique documentaire avec 1,0 % de part d'audience chacun.

Part d'audience des chaînes thématiques documentaires – sept. 2015-févr. 2016 (%)



Source : Médiamétrie – Médiamat¹Thématik (univers payant) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

Part d'audience des chaînes thématiques documentaires (%)

	sept. 2011 – févr. 2012	sept. 2012 – févr. 2013	sept. 2013 – févr. 2014	sept. 2014 – févr. 2015	sept. 2015 – févr. 2016
groupe AB	<0,5	<0,5	<0,5	<0,5	<0,5
Animaux	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1
Chasse et Pêche	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1
Encyclo	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	-
Escales	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	-
Science & Vie TV	-	-	-	-	<0,1
Toute l'Histoire	<0,1	<0,1	0,1	0,1	0,1
Trek	-	-	-	-	<0,1
groupe Canal+	1,2	1,2	1,1	1,1	1,0
Planète+	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3
Planète+ A&E	0,3	0,2	0,3	0,3	0,3
Planète+ CI	0,3	0,3	0,3	0,3	0,4
Planète+ Thalassa	0,2	0,3	0,2	0,2	-
groupe Discovery	0,4	0,7	1,1	1,1	1,0
Discovery Channel	0,4	0,4	0,6	0,7	0,6
Discovery Science	-	0,3	0,5	0,4	0,4
groupe Fox International	0,4	0,6	0,7	0,9	0,9
Nat Geo Wild	0,1	0,2	0,3	0,3	0,3
National Geographic Channel	0,2	0,3	0,3	0,4	0,4
Voyage	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
groupe TF1	<0,4	<0,4	<0,4	0,3	0,4
Histoire	0,2	0,2	0,2	0,1	0,2
Stylia	<0,1	<0,1	<0,1	-	-
Ushuaïa TV	0,1	0,1	0,1	0,2	0,2
total	2,3	2,8	3,3	3,5	3,4

Source : Médiamétrie – Médiamat^{Thématique} (univers payant) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

2.5. Le documentaire en télévision de rattrapage (TVR)

L'offre de documentaires en TVR

Remarques méthodologiques

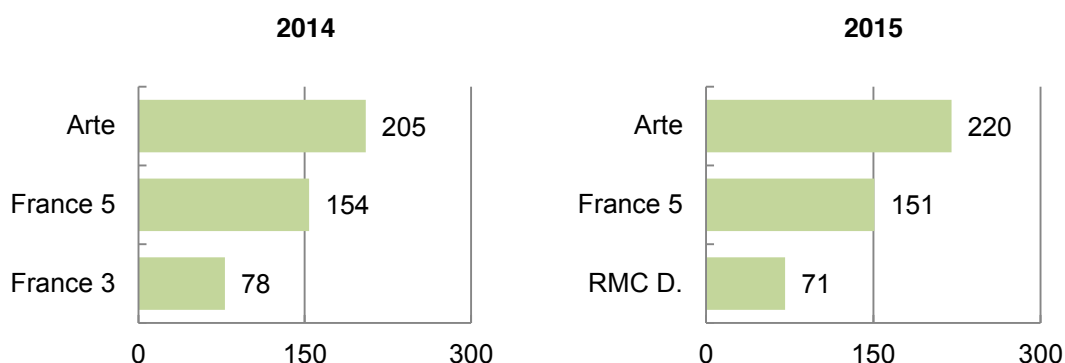
L'étude de l'offre de télévision de rattrapage, réalisée par www.tv-replay.fr pour le CNC depuis octobre 2010, présente l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites disponible en TVR sur internet, en nombre de vidéos et en volume horaire. L'analyse de l'offre porte sur 18 chaînes jusqu'en novembre 2012 (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, LCP Assemblée Nationale, Public Sénat, France 4, D17, Gulli et France Ô) puis sur 22 chaînes à partir de décembre 2012 (les quatre chaînes supplémentaires étant HD1, 6ter, RMC Découverte et Chérie 25) et sur 23 chaînes à partir de février 2014 (avec la prise en compte de Numéro 23).

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

L'offre de TVR sur internet des chaînes nationales gratuites est composée en moyenne de 768 heures de documentaires par mois en 2015, contre 699 heures en 2014 (+9,8 %). Le documentaire constitue ainsi 4,5 % de l'offre de programmes mis à disposition en TVR sur internet par les chaînes nationales gratuites en 2015 (4,6 % en 2014).

En 2015, les principales offres de documentaires en télévision de rattrapage sont proposées par Arte (220 heures par mois en moyenne) devant France 5 (151 heures) et RMC Découverte (71 heures).

Principales offres de documentaires en TVR sur internet (volume horaire moyen mensuel)



Source : www.tv-replay.fr.

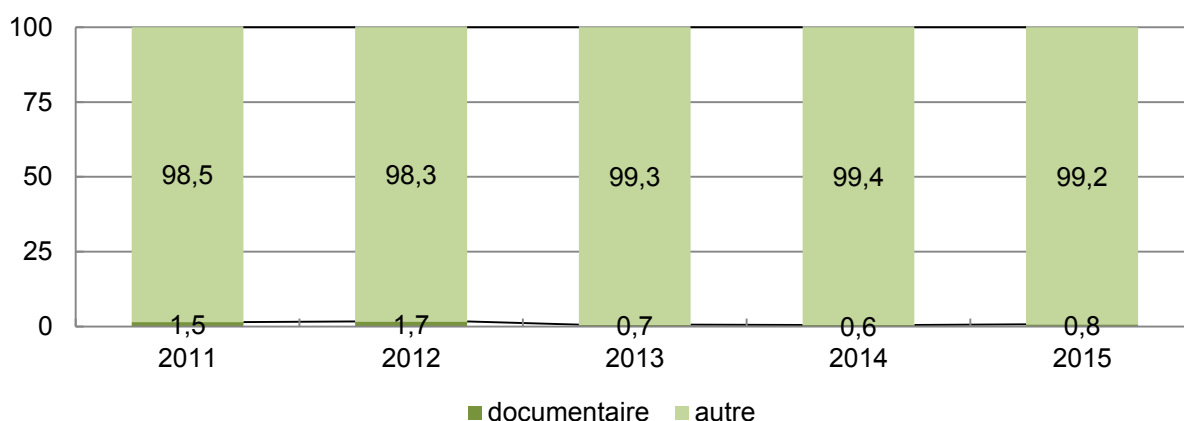
La consommation de documentaires en TVR

Remarques méthodologiques

L'analyse de la consommation, en nombre de vidéos vues, sur tous les supports (ordinateur, téléviseur, téléphone mobile et tablette), est réalisée depuis janvier 2011 à la demande du CNC par NPA Conseil et GfK, associées à Canal+ Régie, France Télévisions Publicité, Lagardère Publicité, M6 Publicité Digital, TF1 Publicité Digital et TMC Régie à partir des données de Médiamétrie eStat streaming, Nedstats, Comscore, Omniture, Flurry Analytics, A&T Internet et des données des opérateurs. En 2011, le baromètre était constitué par les résultats concernant 14 chaînes dont les 6 chaînes nationales historiques : Canal+, iTELE pour le groupe Canal+ ; 1ère, France 2, France 3, France 4, France 5, France Ô pour le groupe France Télévisions ; M6, W9, Paris Première, Teva pour le groupe M6 ; TF1, LCI pour le groupe TF1. L'analyse de la consommation est complétée par les résultats de TMC et NT1 à partir de janvier 2012, de D8 et D17 à partir d'octobre 2012, de Gulli, HD1 et 6ter à partir de janvier 2014. Depuis 2014, le baromètre est donc constitué des résultats de 21 chaînes.

En 2015, les documentaires totalisent 48,3 millions de vidéos vues, contre 27,8 millions en 2014 (+73,6 %). Ils représentent 0,8 % de la consommation totale de télévision en ligne en 2015 (0,6 % en 2014).

Consommation de télévision en ligne selon le genre¹ (%)

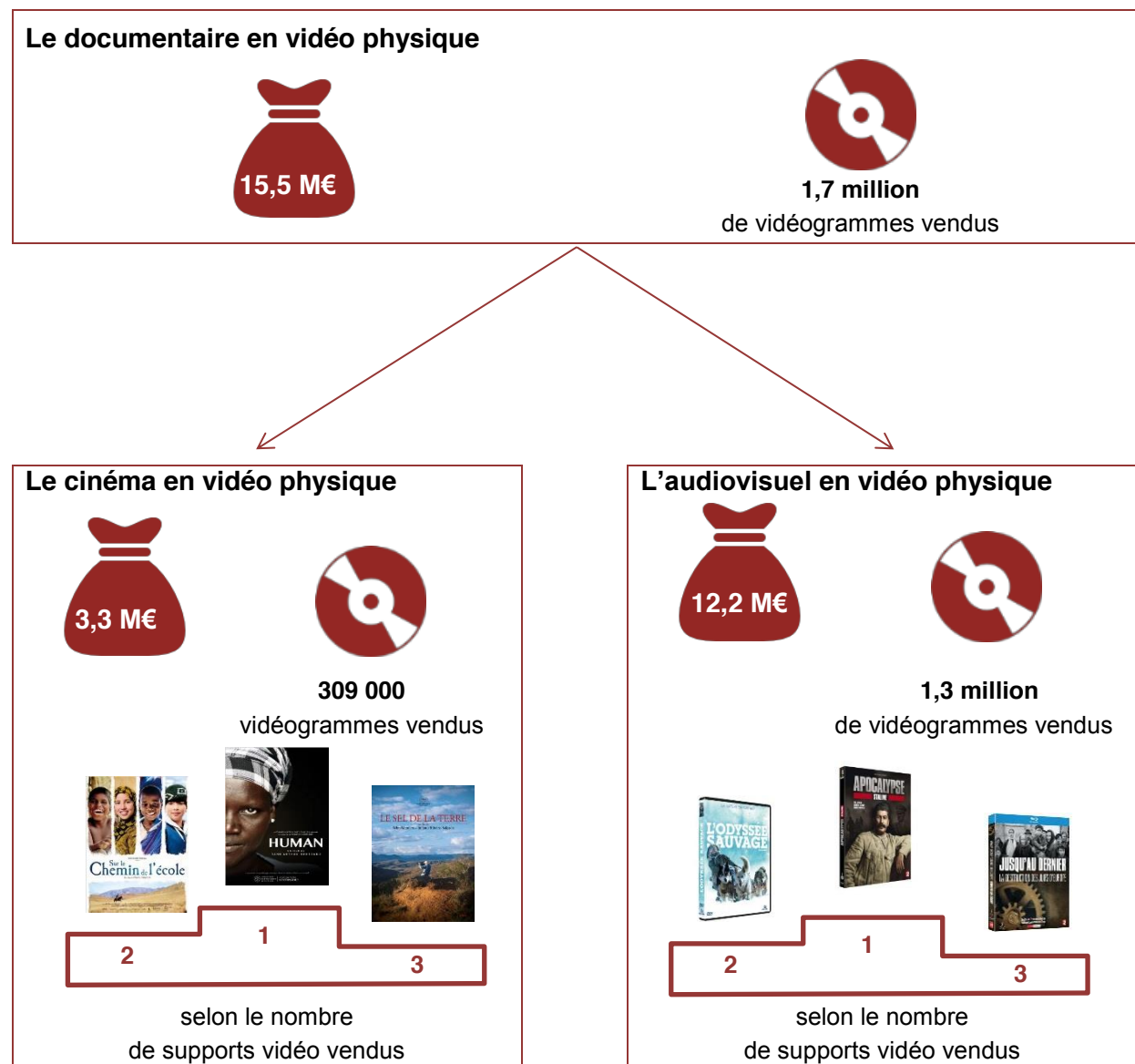


¹ En nombre de vidéos visionnées.

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

3. Vidéo

Le documentaire en 2015 :



3.1. Le documentaire en vidéo physique

Les documentaires, qu'ils soient cinématographiques ou audiovisuels, représentent un segment réduit du marché de la vidéo physique.

Remarques méthodologiques

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, de la vente par correspondance et des ventes sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location. Les évaluations de GfK sur les dépenses des ménages français en vidéo physique s'entendent hors films ou programmes pour adultes. Toutes les données s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

A chaque support (DVD, Blu-ray) sont associés un genre (film ou hors film, parmi lesquels fiction, animation, documentaire, humour,...) et une nationalité. Ce rapprochement est effectué à partir des données du CNC. Sont considérées comme « films cinématographiques » toutes les œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation en salles en France, préalable à l'exploitation sur le marché de la vidéo. Les nationalités et les genres retenus pour les œuvres cinématographiques sont ceux enregistrés par le CNC.

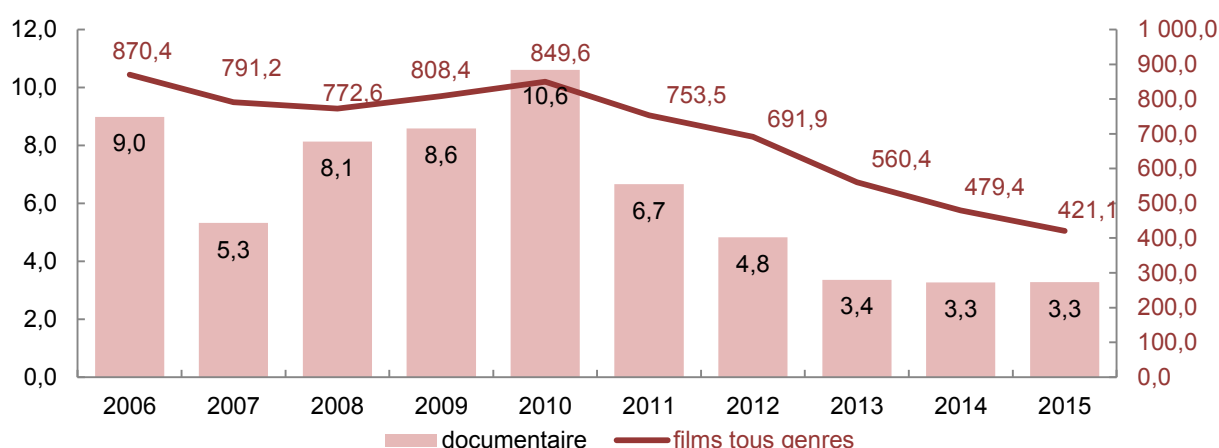
Depuis 2007, les données de GfK présentent deux modifications par rapport aux années précédentes. Le segment de la VHS est exclu du périmètre d'analyse car il ne génère quasiment plus de recettes et les supports haute définition sont inclus. Le Blu-ray, support développé par Sony, est depuis 2008 le support de référence pour la haute définition.

En 2015, le chiffre d'affaires total du documentaire en vidéo physique (comprenant les films documentaires et les documentaires audiovisuels) s'élève à 15,5 M€, contre 21,0 M€ en 2014. Les films documentaires représentent 21,2 % du chiffre d'affaires total du documentaire en vidéo physique en 2015, et les programmes audiovisuels 78,7 % (contre respectivement 15,5 % et 84,3 % en 2014).

Les documentaires cinématographiques en vidéo

En 2015, les longs métrages documentaires réalisent 0,8 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo physique, contre 0,7 % en 2014. Les recettes associées au genre sont stables (+0,3 %) par rapport à 2014 à 3,3 M€.

Sur les dix dernières années, 2015 enregistre la deuxième plus faible performance du genre en valeur (derrière 2014), en recul de 63,6 % par rapport à 2006 (-51,6 % pour l'ensemble du marché du film en vidéo physique entre 2006 et 2015). En moyenne, les ventes de documentaires reculent de 10,6 % par an sur la période 2006-2015 (-7,8 % pour l'ensemble des films cinématographiques).

Evolution des ventes¹ de documentaires cinématographiques en vidéo physique² (M€)

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

En 2015, 309 000 vidéogrammes de longs métrages documentaires sont vendus au grand public, soit 0,8 % du volume total des films cinématographiques. Dans un contexte de baisse générale du marché (-3,5 % en volume pour l'ensemble des films cinématographiques par rapport à 2014), les ventes en volume de longs métrages documentaires progressent de 14,6 %. Elles diminuent en revanche de 41,0 % par rapport à 2006, soit -5,7 % par an en moyenne (-4,4 % tous genres confondus).

Résultats des films en vidéo physique selon le genre¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
fiction	51 766	50 988	51 172	57 690	61 802	54 690	50 092	40 615	33 422	32 576	-2,5 %
animation	7 329	7 083	6 797	8 061	8 827	9 379	9 276	7 336	7 357	6 745	-8,3 %
documentaire	523	360	484	979	720	503	380	253	270	309	+14,6 %
total	59 619	58 432	58 453	66 730	71 350	64 572	59 748	48 204	41 048	39 630	-3,5 %
part de marché (%)	0,9	0,6	0,8	1,5	1,0	0,8	0,6	0,5	0,7	0,8	
valeur (M€)²											
fiction	736,1	676,5	654,7	681,3	720,8	615,9	566,9	462,2	380,5	342,2	-10,1 %
animation	125,3	109,4	109,7	118,5	118,2	131,0	120,2	94,9	95,7	75,6	-21,0 %
documentaire	9,0	5,3	8,1	8,6	10,6	6,7	4,8	3,4	3,3	3,3	+0,3 %
total	870,4	791,2	772,6	808,4	849,6	753,6	691,9	560,4	479,4	421,1	-12,2 %
part de marché (%)	1,0	0,7	1,1	1,1	1,2	0,9	0,7	0,6	0,7	0,8	

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Les supports haute définition (Blu-ray), commercialisés depuis 2006, assurent 11,9 % des ventes en volume et 16,9 % du chiffre d'affaires du genre en 2015. En 2015, les ventes de documentaires cinématographiques sur Blu-ray augmentent en volume (+11,2 % par rapport à 2014) et reculent en valeur (-7,7 %).

En 2015, le poids du DVD sur le segment du documentaire progresse à la fois en volume et en valeur. Le support capte ainsi 88,1 % du volume de documentaires vendus en vidéo physique (+0,4 point par rapport à 2014) et 83,1 % du chiffre d'affaires du genre (+1,4 point).

Entre 2006 et 2015, les revenus du documentaire en vidéo physique atteignent 63,0 M€. 86,9 % de ce total est assuré par les ventes de documentaires en DVD, 13,0 % par les ventes en Blu-ray et 0,1 % par les ventes en VHS. Au total, 4,8 millions de supports de documentaires sont vendus sur la période : 89,8 % en DVD, 10,1 % en Blu-ray et 0,1 % en VHS.

Résultats des documentaires cinématographiques en vidéo physique selon le support¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
DVD	520	360	458	894	608	410	321	218	236	272	-15,1 %
Blu-ray ²	-	1	25	85	112	93	59	36	33	37	+11,2 %
VHS	4	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	523	360	484	979	720	503	380	253	270	309	14,6 %
valeur (M€)³											
DVD	8,9	5,3	7,4	7,4	8,4	5,4	3,8	2,7	2,7	2,7	+2,1 %
Blu-ray ²	-	0,0	0,7	1,1	2,3	1,3	1,0	0,7	0,6	0,6	-7,7 %
VHS	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
total	9,0	5,3	8,1	8,6	10,6	6,7	4,8	3,4	3,3	3,3	+0,3 %

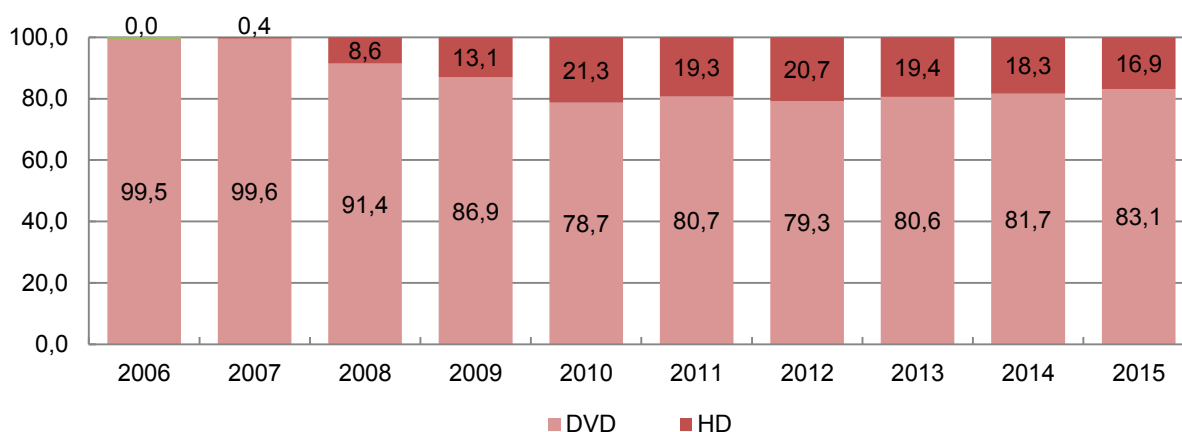
¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Part de marché des supports des documentaires en valeur (%)



Source : CNC – GfK.

Le marché du long métrage documentaire en vidéo physique est dominé par les œuvres françaises. En 2015, elles représentent 78,7 % des volumes (+10,7 points par rapport à 2014) et 72,3 % du chiffre d'affaires du genre (+4,0 points). Les ventes de documentaires français atteignent 2,4 M€ en 2015, en hausse de 6,1 % par rapport à 2014.

En 2015, les documentaires européens non français enregistrent des ventes en baisse de 3,6 % à 0,4 M€, soit une part de marché de 13,1 % (-0,5 point par rapport à 2014). Les

Vidéo

documentaires américains enregistrent un recul plus marqué, de 22,8 % à 0,4 M€. Ils réalisent 13,6 % du chiffre d'affaires global du genre (17,6 % en 2014).

Au global, l'ensemble du segment des longs métrages documentaires en vidéo enregistre des recettes en baisse de 63,6 % entre 2006 et 2015 (-10,6 % par an en moyenne). Les films français sont ceux qui enregistrent la baisse la plus importante sur la période (-67,6 %, soit -11,8 % par an en moyenne). Ils sont suivis par les films américains (-64,6 %, soit -10,9 % par an en moyenne). Les films européens non français affichent une légère progression (+1,2 %, soit +0,1 % par an en moyenne). Les films non européens et non américains affichent également des ventes en hausse (+41,9 % par an en moyenne), mais leurs revenus restent marginaux (0,04 M€ en 2015, soit 1,1 % des revenus totaux du genre).

Sur la période 2006-2015, le volume des ventes de longs métrages documentaires recule de 41,0 % (-5,7 % par an en moyenne). Le volume de documentaires américains vendus en vidéo physique est celui qui enregistre le recul le plus important (-57,8 % par rapport à 2006, soit -9,1 % par an en moyenne). Les ventes de documentaires français diminuent de 39,8 % par rapport à 2006 (-5,5 % par an en moyenne) et celles des films européens non français de 24,2 % (-3,0 % par an en moyenne). Seuls les volumes de films non européens et non français sont en augmentation par rapport à 2006 (+50,5 % par an en moyenne). Ils représentent 0,8 % des volumes de documentaires vendus en 2015.

Les films français représentent 65,7 % des volumes vendus et 61,4 % du chiffre d'affaires réalisé sur les ventes de documentaires en vidéo physique entre 2006 et 2015, contre respectivement 18,3 % et 20,4 % pour les films américains, 15,5 % et 17,7 % pour les films européens non français et 0,5 % et 0,5 % pour les films non européens et non français.

Résultats des documentaires cinématographiques en vidéo physique selon la nationalité¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
films français	404	166	192	772	520	315	221	128	183	243	+32,6 %
films américains	81	152	134	80	92	68	101	82	50	34	-32,3 %
films européens non français ²	38	42	157	118	105	118	53	43	36	29	-18,6 %
autres films	0	0	1	9	3	2	5	1	1	2	+141,1 %
total	523	360	484	979	720	503	380	253	270	309	+14,6 %
valeur (M€)³											
films français	7,3	2,4	3,0	6,0	7,9	3,8	2,4	1,4	2,2	2,4	+6,1 %
films américains	1,3	2,5	2,1	1,1	1,3	0,9	1,6	1,2	0,6	0,4	-22,8 %
films européens non français ²	0,4	0,5	3,0	1,4	1,4	2,0	0,8	0,8	0,4	0,4	-3,6 %
autres films	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	+152,6 %
total	9,0	5,3	8,1	8,6	10,6	6,7	4,8	3,4	3,3	3,3	+0,3 %

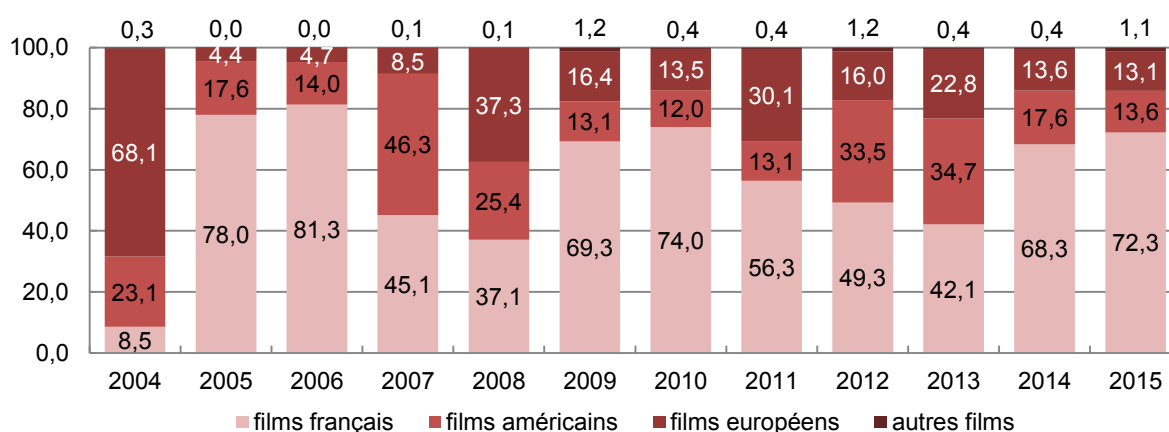
¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Europe au sens continental.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Part de marché des nationalités des documentaires en valeur (%)



Source : CNC – GfK.

Les documentaires audiovisuels en vidéo

En 2015, le segment des documentaires audiovisuels réalise 4,9 % des ventes en valeur du hors film en vidéo physique (6,1 % en 2014). Il affiche des recettes en baisse par rapport à 2014 à 12,2 M€ (soit -31,1 %, contre -14,0 % tous programmes confondus).

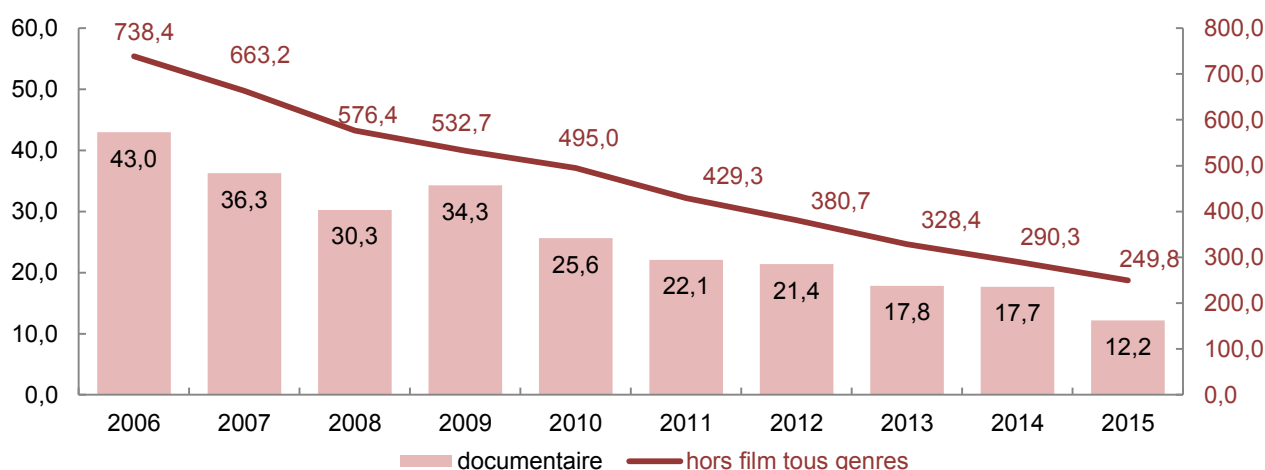
Sur les dix dernières années, le documentaire enregistre une diminution moins importante en volume qu'en valeur. Sur la période, les revenus dégagés par les ventes de documentaires audiovisuels reculent de 71,6 % contre 60,2 % en volume. Tous programmes audiovisuels confondus, les ventes en valeur baissent de 66,2 % entre 2006 et 2015, contre -35,0 % en volume.

Ventes¹ de hors film en vidéo physique selon le genre

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14	
volume (milliers)												
documentaire	3 375	3 184	2 925	3 613	2 651	2 313	2 200	1 946	1 732	1 342	-22,5 %	
enfants	11 255	10 977	10 631	11 285	11 307	10 662	9 418	8 492	7 024	6 745	-4,0 %	
fiction	34 492	37 727	38 975	40 521	41 602	36 418	35 221	32 874	31 488	30 094	-4,4 %	
humour	7 533	5 941	4 808	3 833	3 445	3 042	2 692	1 846	1 821	1 684	-7,5 %	
musique	7 541	6 805	5 188	5 298	4 888	3 876	3 187	2 965	2 334	1 788	-23,4 %	
autres	904	860	944	843	763	694	671	436	655	654	-0,1 %	
total	65 100	65 494	63 471	65 394	64 655	57 005	53 390	48 559	45 054	42 307	-6,1 %	
valeur (M€)												
documentaire	43,0	36,3	30,3	34,3	25,6	22,1	21,4	17,8	17,7	12,2	-31,1 %	
enfants	124,5	108,7	104,2	101,1	97,0	85,9	73,9	64,8	51,5	46,9	-8,8 %	
fiction	317,4	314,4	284,0	266,7	248,6	222,2	205,6	186,1	163,1	145,4	-10,9 %	
humour	109,4	83,2	72,8	50,2	42,9	38,4	36,0	21,4	24,0	22,5	-6,3 %	
musique	130,8	109,7	73,7	71,5	72,8	54,0	38,0	34,2	29,2	19,2	-34,1 %	
autres	13,4	10,9	11,6	9,0	8,0	6,7	5,9	4,1	4,9	3,6	-26,3 %	
total	738,4	663,2	576,4	532,7	495,0	429,3	380,7	328,4	290,3	249,8	-14,0 %	

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

Evolution des ventes¹ de documentaires audiovisuels en vidéo physique² (M€)

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).

² Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Le DVD capte la quasi-totalité des ventes de documentaires audiovisuels en vidéo physique. Le support représente 92,8 % des ventes en volume et 91,5 % du chiffre d'affaires du genre. La part de marché des supports haute définition est nettement moins élevée sur le segment du hors film que sur celui du film.

Entre 2006 et 2015, les revenus des documentaires audiovisuels en vidéo physique s'élèvent à 260,6 M€. 95,8 % de ce total est assuré par les ventes de DVD, 4,2 % par les ventes de Blu-ray. Au total, 25,3 millions de supports de documentaires audiovisuels sont vendus sur la période : 97,1 % en DVD, 2,8 % en Blu-ray et 0,1 % en VHS.

Résultats des documentaires audiovisuels en vidéo physique selon le support¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
DVD	3 362	3 184	2 895	3 540	2 592	2 209	2 074	1 845	1 613	1 245	-22,8 %
Blu-ray ²	-	0	30	72	59	104	131	101	119	97	-18,6 %
VHS	13	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
total	3 375	3 184	2 925	3 613	2 651	2 313	2 205	1 946	1 732	1 342	-22,5 %
valeur (M€)³											
DVD	42,9	36,3	29,8	33,0	24,7	20,4	19,4	16,3	15,9	11,2	-29,7 %
Blu-ray ²	-	0,0	0,5	1,3	1,0	1,7	2,1	1,6	1,8	1,0	-42,7 %
VHS	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
total	43,0	36,3	30,3	34,3	25,6	22,1	21,4	17,8	17,7	12,2	-31,1 %

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

² Ce support, développé par Sony, s'est imposé en 2008 comme le support de référence pour la haute définition.

³ Ventes TTC (toutes taxes comprises)

Source : CNC – GfK.

Le segment du documentaire audiovisuel est largement dominé par les programmes français. En effet, ils représentent 73,6 % des ventes en volume et 74,0 % du chiffre d'affaires total du documentaire audiovisuel en 2015. La part de marché des programmes nationaux recule cependant en valeur (-3,6 points par rapport à 2014), et en volume (-2,2 points).

Entre 2006 et 2015, les recettes des documentaires audiovisuels français reculent de 77,9 %, pour des volumes en baisse de 69,4 %. En moyenne, toutes nationalités confondues, les ventes en valeur de documentaires audiovisuels diminuent de 71,6 % sur les dix dernières années et les ventes en volume de 60,2 %.

Résultats des documentaires audiovisuels en vidéo physique selon la nationalité¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
volume (milliers)											
programmes français	3 229	3 008	2 719	3 211	2 248	1 914	1 770	1 554	1 312	988	-24,7 %
autres programmes	146	176	206	401	403	399	434	392	420	354	-15,6 %
total	3 375	3 184	2 925	3 613	2 651	2 313	2 205	1 946	1 732	1 342	-22,5 %
valeur (M€)											
programmes français	40,8	33,7	27,3	29,2	20,5	17,7	16,1	13,5	13,7	9,0	-34,3 %
autres programmes	2,2	2,6	3,0	5,1	5,1	4,4	5,3	4,4	4,0	3,2	-19,9 %
total	43,0	36,3	30,3	34,3	25,6	22,1	21,4	17,8	17,7	12,2	-31,1 %

¹ Le périmètre d'analyse est modifié à partir de 2007 : la VHS est exclue et les supports haute définition sont inclus.

Source : CNC – GfK.

De la salle à la vidéo

Pour effectuer les analyses qui suivent, un échantillon de films cinématographiques a été défini. Il est constitué des films sortis en salles entre 2006 et 2015. L'échantillon compte ainsi 6 064 films dont 4 970 fictions, 798 documentaires et 296 films d'animation.

Dans cet échantillon, 4 612 œuvres sont sorties en vidéo avant le 12 mai 2016, soit 76,1 % de l'ensemble des films sortis en salles entre 2006 et 2015. La proportion de documentaires sortis en vidéo est nettement moins élevée. En effet, seuls 38,0 % des documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 sont disponibles en vidéo physique au 12 mai 2016, contre 81,2 % des fictions et 91,6 % des films d'animation.

Sur la période de sorties cinématographiques 2006-2015, les documentaires représentent 13,2 % des films sortis en salles et 6,6 % des sorties vidéo. Les deux marchés sont largement dominés par la fiction (82,0 % des films en salles et 87,6 % des films en vidéo).

Films selon l'année de sortie en salles et le genre

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films sortis en salles										
animation	30	24	22	35	24	34	31	33	29	34
documentaire	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104
fiction	507	482	475	481	479	470	492	534	534	516
total	589	573	555	588	579	594	615	654	663	654
films édités en vidéo										
animation	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
documentaire	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
fiction	417	422	402	416	395	390	410	414	404	368
total	465	474	450	477	448	448	469	477	474	430
films non édités en vidéo										
animation	2	2	2	2	2	2	3	3	1	6
documentaire	32	37	30	44	45	64	61	54	58	70
fiction	90	60	73	65	84	80	82	120	130	148
total	124	99	105	111	131	146	146	177	189	224

Source : CNC - GfK.

Vidéo

Parmi les 798 documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015, 527 sont français (66,0 % du total), 88 sont américains (11,0 %), 149 sont européens non français (18,7 %) et 34 sont non européens et non américains (4,3 %). 303 de ces films sont disponibles en vidéo physique au 12 mai 2016, soit 38,0 %, dont 55,1 % de films français, 18,8 % de films américains, 21,5 % de films européens non français et 4,6 % de films non européens et non américains.

En moyenne, 31,7 % des documentaires français sortis en salles sur la période 2006-2015 sont édités en vidéo au 12 mai 2016, contre 64,8 % des films américains, 43,6 % des films européens non français et 41,2 % des films non européens et non américains (38,0 % toutes nationalités confondues).

Documentaires selon l'année de sortie en salles et la nationalité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films sortis en salles										
films français	32	42	34	46	52	54	64	61	72	70
films américains	5	13	8	12	8	10	11	8	8	5
films européens non français ¹	11	11	12	13	14	20	13	16	17	22
autres films	4	1	4	1	2	6	4	2	3	7
total	52	67	58	72	76	90	92	87	100	104
films édités en vidéo										
films français	9	21	15	11	17	9	15	22	28	20
films américains	4	4	5	10	5	7	9	6	5	2
films européens non français ¹	5	5	5	6	9	8	5	5	9	8
autres films	2		3	1	-	2	2	-	-	4
total	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
films non édités en vidéo										
films français	23	21	19	35	35	45	49	39	44	50
films américains	1	9	3	2	3	3	2	2	3	3
films européens non français ¹	6	6	7	7	5	12	8	11	8	14
autres films	2	1	1	-	2	4	2	2	3	3
total	32	37	30	44	45	64	61	54	58	70

¹ Europe au sens continental.

Source : CNC - GfK.

Les résultats présentés ci-après concernent les films de l'échantillon ayant fait l'objet d'une sortie vidéo au 12 mai 2016, soit 4 612 films. Parmi eux, 303 sont des documentaires, soit 6,6 % du total. Peu nombreux, les documentaires enregistrent en outre des résultats limités, en salles comme en vidéo. Ainsi, ils représentent respectivement 1,3 % des entrées en salles tous genres confondus et 1,4 % du total des supports vidéo de films cinématographiques vendus.

En moyenne sur la période 2006-2015, un long métrage documentaire se vend à 14 000 unités vidéo, contre 176 000 unités pour un film d'animation, 63 000 unités pour une œuvre de fiction et 66 000 unités tous genres confondus. Le taux de conversion (rapport entre unités vendues en vidéo et entrées en salles) des films documentaires sortis entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016 est en revanche le plus élevé de l'échantillon : 17,4 % en moyenne, contre 16,5 % pour les films d'animation, 15,9 % pour les fictions et 16,0 % tous genres confondus.

Résultats des films édités en vidéo selon l'année de sortie en salles et le genre

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
titres										
animation	28	22	20	33	22	32	28	30	28	28
documentaire	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
fiction	417	422	402	416	395	390	410	414	404	368
total	465	474	450	477	448	448	469	477	474	430
entrées en salles (millions)										
animation	31,9	26,8	19,1	31,2	32,6	34,9	29,1	28,4	24,7	29,7
documentaire	2,1	2,9	2,3	2,7	4,8	1,1	1,6	3,0	1,9	1,5
fiction	153,9	139,0	161,0	167,8	155,2	176,1	159,5	153,6	173,8	147,6
total	187,9	168,6	182,5	201,6	192,7	212,2	190,3	185,0	200,5	178,8
unités vendues (milliers)										
animation	9 080	5 879	3 119	5 844	6 200	5 552	3 834	4 868	1 814	1 438
documentaire	459	483	205	1 464	715	201	244	251	88	80
fiction	33 286	30 909	32 475	36 472	30 137	27 775	21 179	18 206	15 148	6 946
total	42 824	37 272	35 800	43 780	37 052	33 528	25 257	23 325	17 049	8 464

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

167 documentaires français sortis en salles entre 2006 et 2015 sont disponibles en vidéo au 12 mai 2016, soit 55,1 % de l'échantillon étudié. Ils performent relativement bien, cumulant 13,0 millions d'entrées salles (54,2 % du total) et 2,2 millions de supports vidéo vendus (52,5 % du total). En moyenne sur la période, un documentaire français se vend à 13 000 unités vidéo (14 000 unités toutes nationalités confondues) et bénéficie d'un taux de conversion de 16,9 % (17,4 % toutes nationalités confondues).

Les films américains représentent 18,8 % des œuvres documentaires étudiées, soit 57 titres. Ils enregistrent un total de 5,3 millions d'entrées en salles (22,2 %) pour 1,2 million d'unités vidéo écoulées (29,7 %). Un documentaire américain sorti en salles entre 2006 et 2015 est vendu, en moyenne, à 22 000 exemplaires. Son taux de conversion, le plus élevé de l'échantillon, se situe à 23,3 %.

Les films européens non français sortis en salles entre 2006 et 2015 et édités en vidéo au 12 mai 2016 représentent 21,5 % des titres documentaires de l'échantillon, 20,3 % des entrées réalisées et 17,2 % des supports vidéo vendus. Un film européen se vend, en moyenne, à 11 000 unités, pour un taux de conversion de 14,7 %.

Parmi les 303 documentaires considérés, 14 sont non européens et non américains (4,6 % des titres). Ils totalisent 3,3 % des entrées en salles et 0,6 % des supports vidéo vendus. En moyenne, ils sont écoulés à 2 000 unités et affichent un taux de conversion faible, de 3,2 %.

Résultats des documentaires édités en vidéo selon l'année de sortie en salles et la nationalité

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
titres										
films français	9	21	15	11	17	9	15	22	28	20
films américains	4	4	5	10	5	7	9	6	5	2
films européens non français ¹	5	5	5	6	9	8	5	5	9	8
autres films	2	-	3	1	-	2	2	-	-	4
total	20	30	28	28	31	26	31	33	42	34
entrées en salles (millions)										
films français	0,9	0,9	1,5	0,6	4,0	0,8	0,4	2,3	1,1	0,4
films américains	0,8	0,4	0,0	1,8	0,3	0,2	0,9	0,7	0,1	0,1
films européens non français ¹	0,3	1,6	0,7	0,3	0,6	0,1	0,3	0,0	0,7	0,4
autres films	0,0	-	0,1	0,0	-	0,0	0,0	-	-	0,6
total	2,1	2,9	2,3	2,7	4,8	1,1	1,6	3,0	1,9	1,5
unités vendues (milliers)										
films français	230	162	121	729	538	113	27	167	59	54
films américains	189	23	5	647	109	18	160	83	8	1
films européens non français ¹	39	298	65	85	67	70	56	1	20	18
autres films	1	-	15	2	-	1	1	-	-	6
total	459	483	205	1 464	715	201	244	251	88	80

¹ Europe au sens continental.

Base : 303 films documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Concentration du marché du documentaire en vidéo

Au total, 186 éditeurs sont actifs sur le marché des œuvres cinématographiques sorties en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo physique au 12 mai 2016. 81 éditeurs sont actifs sur le segment du documentaire.

Le marché du documentaire est relativement moins concentré que l'édition de films en vidéo physique tous genres confondus. En moyenne, 10 % des éditeurs réalisent 96,2 % des ventes de vidéo en volume tous genres confondus sur la période. Sur le segment du documentaire, les 10 % d'éditeurs les plus actifs génèrent 69,8 % des unités vendues. 90,6 % des volumes de vente de films documentaires sont réalisés par 20 % des sociétés les plus actives (99,4 % tous genres confondus) et 96,7 % par 30 % des sociétés (99,8 % tous genres confondus).

Concentration des éditeurs en fonction du nombre d'unités vendues (%)

	documentaire	tous genres
10 % des éditeurs	69,8	96,2
20 % des éditeurs	90,6	99,4
30 % des éditeurs	96,7	99,8

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Sur le périmètre des films sortis en salles entre 2006 et 2015, les 10 premiers éditeurs vidéo totalisent 76,9 % des supports vidéo de films documentaires vendus. Sony Pictures Home Entertainment enregistre à lui seul 16,9 % des ventes en volume. La société commercialise entre autres *Michael Jackson's This Is It* (2^e au classement des meilleures ventes). Le premier éditeur français, EuropaCorp Diffusion, arrive en deuxième position avec 16,2 % de part de marché en volume. La société édite notamment le titre *Home* (meilleure vente en

volume des films documentaires considérés). Avec 10,8 % de part de marché en volume, Pathé Distribution se place en troisième position des éditeurs de documentaires.

Classement des éditeurs vidéo selon le nombre d'unités de films documentaires vendus (2006-2015)

éditeur	part de marché ¹ (%)
Sony Pictures Home Entertainment	16,9
EuropaCorp Diffusion	16,2
Pathé Distribution	10,8
Gaumont Vidéo	6,6
Wild Side Vidéo	5,4
France Télévision Distribution	5,0
Paramount Home Entertainment	4,7
TF1	4,3
Bac Films Distribution	4,1
Studiocanal	3,0

¹ En termes d'unités vendues.

Base : 303 films documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

10 % des documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 et édités en vidéo au 12 mai 2016 sont à l'origine de 83,9 % des ventes en volume sur le genre. Tous genres confondus, les 10 % de films les plus performants représentent 68,3 % des supports vidéo vendus. Ainsi, la concentration est nettement plus forte sur le segment du documentaire que sur le marché du cinéma en vidéo physique dans son ensemble.

Concentration des films selon le nombre d'unités vendues (%) (2006-2015)

	documentaire	tous genres
10 % des films	83,9	68,3
20 % des films	93,4	85,5
30 % des films	96,9	93,2

Base : 4 612 films sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

Home est 1^{er} au classement des films sortis en salles entre 2006 et 2015 et édités en vidéo au 12 mai 2016. Le titre cumule 15,8 % des ventes de documentaires en volume, devant *Michael Jackson's This Is It* (14,5 %) et *Océans* (10,0 %).

Classement des documentaires selon le chiffre d'affaires des éditeurs vidéo (2006-2015)

	titre	nationalité ¹	genre	éditeur	sortie vidéo	part de marché ²
1	<i>Home</i>	FR	Film	EuropaCorp Diffusion	2009	15,8%
2	<i>Michael Jackson's This Is It</i>	US	Film	Sony Pictures Home Entertainment	2009	14,5%
3	<i>Océans</i>	FR	Film	Pathé Distribution	2010	10,0%
4	<i>Un jour sur Terre</i>	GB	Film	Gaumont Vidéo	2007	6,5%
5	<i>Une vérité qui dérange</i>	US	Film	Paramount Home Entertainment	2006	4,2%
6	<i>Sur le chemin de l'école</i>	FR	Film	Universal Pictures Vidéo	2013	2,9%
7	<i>Zidane, un portrait du XXI^e siècle</i>	FR/IS	Film	Bac Films Distribution	2006	2,6%
8	<i>Félins</i>	US	Film	Winds Films	2012	2,4%
9	<i>Planète blanche (La)</i>	FR/CA	Film	The Walt Disney Company	2006	2,4%
10	<i>Voyage sous les mers</i>	GB	Film	Wild Side	2009	1,9%

¹ CA = Canada, FR = France, GB = Grande Bretagne, IS = Islande, US = Etats-Unis.

² En termes d'unités vendues.

Base : 303 films documentaires sortis en salles entre 2006 et 2015 et disponibles en vidéo au 12 mai 2016.

Source : CNC - GfK.

3.2. Le documentaire en vidéo à la demande

En mai 2016, 81 services de VàD sont recensés en France. Le nombre s'entend hors hébergeurs de services de VàD, hors services de télévision de rattrapage et hors plateformes spécialisées dans les films ou programmes pour adultes. Si les services sont accessibles par plusieurs types d'accès ou sur plusieurs sites internet en marque blanche, ils ne sont comptabilisés qu'une seule fois.

La composition du catalogue d'un même éditeur peut varier selon son mode de distribution.

Certaines plateformes ne proposent que des documentaires audiovisuels en VàD : 613TV, Africafilms.TV, BreizhVOD, Cinecliq, Disney nature TV, Idylikfilms, INA et INA Premium, Medici TV, Noco, Pointlignepian, Spicce, TFOU MAX, The Museum Channel, VOD Aventure et Vodeo.tv.

D'autres ne proposent que des documentaires cinématographiques en VàD : Afrostream, Disneytek et La Cinetek.

Enfin, certaines plateformes proposent à la fois des documentaires audiovisuels et cinématographiques : Allbrary, Arte VOD, Bbox VOD, Boutique vidéo du PlayStation Store, CanalPlay, CanalPlay VOD, Cinéma(s) à la demande, Club Vidéo SFR, Filmo TV, Films & Documentaires.com, Fnac Play, Google Play, L'Harmattan TV, Iguane, Iminéo, iTunes Store, La VOD d'Orange, Lovemyvod, Médiathèque numérique, Mubi, les Mutins de Pangee, MyTF1VOD, Netflix, Nolim films, Play VOD, Pluzz VAD, Universciné, Vidéofutur, Viewster, VODD, Wuaki et Xbox Video.

Généralement, la catégorie documentaire regroupe aussi bien les œuvres cinématographiques que les programmes audiovisuels. Mais s'y trouvent également des séries de documentaires / reportages (*C'est pas sorcier*, *Rendez-vous en terre inconnue*, *Grandeur Nature*, *Thalassa*, etc.) et des docu-fictions.

Même si le genre est souvent accessible dès le menu de base, certaines plateformes se positionnent de manière significative sur le segment du documentaire en offrant à leurs utilisateurs un découpage thématique très fin. C'est le cas pour Arte VOD (39 thèmes identifiés), Club Video SFR (sept thèmes issus du catalogue Arte), Harmattan TV (15 thèmes), Iminéo (six thèmes et cinq entrées par émissions de télévision à vocation documentaire), la VOD d'Orange (neuf thèmes), Médiathèque numérique (22 thèmes dont deux entrées par festivals de cinéma), Pluzz VAD (23 thèmes et des noms de collections de documentaires diffusés sur les chaînes de France Télévision – *Des racines et des ailes* par exemple) et VOD Aventure (11 thèmes).

Quatre plateformes mettent à disposition des internautes une offre large de documentaires audiovisuels : Films & Documentaires.com (11 thèmes avec sous-thèmes), Medici TV (documentaires et portraits en rapport avec la musique, le reste du catalogue est composé de captations de spectacle vivant), Purescreens (documentaires sur l'art) et Vodeo.tv (neuf thèmes avec sous-thèmes, la plateforme ne commercialise que du documentaire).

4. International

Le documentaire en 2015 :

L'exportation des programmes audiovisuels français de documentaire En 2014



50,0 M€ de flux financiers
(ventes + préventes +
coproductions)

18,8 %

de l'ensemble des flux
financiers à l'international



34,9 M€
de ventes de programmes
de documentaires français

En 2015



Le Canada, 1^{er} partenaire
étranger de coproduction en
documentaire en 2015

16,4 %

du volume total
de documentaire français
financé avec l'étranger, soit
406 heures de programmes



19,4 M€
de financements étrangers
(préventes + coproductions)
investis dans la production
audiovisuelle française de
documentaires

Les entrées des films documentaires français à l'étranger en 2015



2,2 millions d'entrées à
l'étranger



32 films documentaires en
exploitation à l'étranger



2

1

3

4.1. L'exportation des programmes audiovisuels documentaire

Remarques méthodologiques

Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelon national par le CNC et TV France International, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'édition 2015 de *L'exportation des programmes audiovisuels en 2014*, publiée par le CNC en collaboration avec TV France International. Les données relatives aux ventes de programmes audiovisuels pour l'année 2015 ne sont pas encore disponibles au moment de la publication de la présente étude.

Rappel des résultats de l'exportation des programmes audiovisuels en 2014

En 2014, l'ensemble des flux financiers à l'exportation de programmes audiovisuels français représentent 266,6 M€ (+7,1 % par rapport à 2013). Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger augmentent de 12,1 % pour atteindre 153,8 M€, soit le plus haut niveau jamais observé. Au total, les exportations (ventes et préventes) sont en progression de 17,1 % représentant ainsi 210,3 M€, soit le plus haut niveau jamais atteint. Les chaînes étrangères confirment leur intérêt pour les programmes audiovisuels français et renouvellent leurs achats. Cette progression est portée par les chaînes d'Europe de l'Ouest et d'Amérique du Nord, qui se tournent, au-delà de l'offre française d'animation, de plus en plus vers la fiction et le documentaire.

Les exportations de programmes audiovisuels français (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13	2015	évol. 15/14
ventes ¹	115,0	118,8	110,0	100,4	105,6	110,6	127,0	137,1	153,8	+12,1 %	nd	-
préventes ²	42,0	34,0	40,4	35,1	30,5	43,0	38,9	42,4	56,5	+33,3 %	36,8	-34,9 %
total ventes et préventes	157,0	152,8	150,4	135,5	136,1	153,6	165,9	179,5	210,3	+17,1 %	nd	-
coproductions ²	61,3	63,7	53,6	58,6	62,8	77,4	76,5	69,5	56,3	-18,9 %	54,1	-3,9 %
total flux financiers	218,3	216,5	204,0	194,1	198,9	231,0	242,4	249,0	266,6	+7,1 %	nd	-

¹ Y compris les ventes réalisées auprès de TV5 et CFI.

² A partir de 2003, les préventes et les coproductions intègrent le spectacle vivant.

nd : les données sur les ventes en 2015 seront disponibles à partir de septembre 2016.

Source : CNC – TV France International.

Les performances du documentaire audiovisuel français à l'international

Pour la cinquième année consécutive, les ventes de documentaire français à l'international progressent de 13,2 % à 34,9 M€ en 2014. Le genre capte 22,7 % des recettes, contre 22,5 % en 2013. Le documentaire devient le troisième genre audiovisuel à l'exportation.

Les exportations de programmes audiovisuels de documentaire (M€)

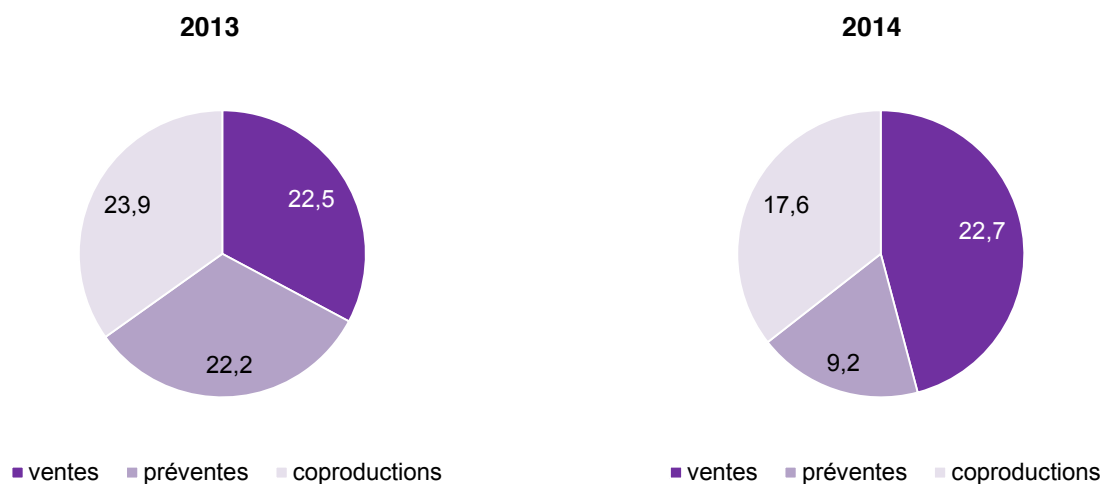
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	évol. 14/13	2015	évol. 15/14
ventes ¹	28,5	30,2	28,7	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9	+13,2 %	nd	-
préventes	9,1	6,5	6,1	7,7	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	-44,1 %	6,4	+22,7 %
total ventes et préventes	37,6	36,7	34,8	30,9	35,4	32,9	34,2	40,2	40,1	-0,2 %	nd	-
coproductions	15,8	9,5	15,5	12,9	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	-40,5 %	13,0	+31,8 %
total flux financiers	53,4	46,2	50,2	43,8	49,0	44,0	49,3	56,8	50,0	-12,0 %	nd	-

¹ Y compris ventes à TV5 et CFI.

nd : les données sur les ventes en 2015 seront disponibles à partir de septembre 2016.

Source : CNC – TV France International.

Poids du documentaire dans l'exportation de la production audiovisuelle française (%)



Source : CNC – TV France International.

Les caractéristiques de l'exportation de programmes documentaires

En termes de genre, les documentaires d'investigation sont très demandés. Par ailleurs, il faut noter l'importance de la thématique scientifique car universelle et déclinable : sciences et société, sciences du futur, sciences et nature... Les chaînes continuent à acheter des séries longues, « art de vivre », voyage et découverte notamment en Europe centrale et orientale ainsi qu'en Asie. Les programmes unitaires historiques de prestige avec des moyens techniques innovants sont également prisés à l'image du *Dernier Gaulois* distribué par France Télévision Distribution qui mixe animation 3D et prise de vue en extérieur. Le documentaire est aussi très demandé par les plateformes VàD spécialisées dans le genre.

En termes de durée, les formats 52 et 26 minutes sont les plus vendus à l'international.

Les financements étrangers dans les documentaires audiovisuels en 2015

Les financements étrangers dans la production française de documentaire sont en hausse de 28,6 % à 19,4 M€ en 2015 dont 6,4 M€ au titre des préventes (+22,7 %) et 13,0 M€ au titre des apports en coproduction (+31,8 %). 371 heures de documentaire aidées par le CNC correspondent à des coproductions majoritaires françaises en 2015, financées par un total d'apports étrangers de 12,4 M€, répartis entre apports en coproduction (8,6 M€) et préventes (3,8 M€). Parallèlement, 35 heures de programmes minoritaires français sont financées par des partenaires étrangers à hauteur de 7,0 M€ dont 4,4 M€ d'apports en coproduction et 2,6 M€ de préventes. En 2015, la part des apports étrangers dans le documentaire atteint 4,8 % des devis totaux, contre 3,8 % en 2014.

Entre 2006 et 2014, les ventes et préventes de programmes de documentaire ont faiblement progressé (+0,7 % par an en moyenne) tandis que les ventes et préventes de programmes tous genres confondus progressaient en moyenne de 3,0 % par an. Les préventes de documentaire représentent 17,5 % des préventes de programmes audiovisuels en 2015, contre 18,1 % en moyenne sur la période 2006-2015.

Parallèlement, les apports étrangers en coproduction dans les programmes français de documentaire ont diminué entre 2006 et 2015 (-2,0 % par an en moyenne), tandis que tous genres confondus, ils reculaient de 1,2 % par an en moyenne. En 2015, le documentaire capte 24,0 % des apports étrangers totaux en coproduction, contre 21,3 % en moyenne sur la période 2006-2015.

Financements étrangers dans les coproductions majoritaires audiovisuelles de documentaires

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	352	427	380	467	428	365	506	392	371
apports en coproduction (M€)	7,3	8,6	7,9	9,9	8,3	11,6	10,5	7,9	8,6
préventes (M€)	5,0	4,6	6,3	8,1	4,5	3,8	6,7	4,8	3,8
total des apports en coproduction et des préventes (M€)	12,3	13,2	14,2	18,0	12,9	15,4	17,2	12,6	12,4
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	4,3%	4,1%	4,1%	4,6%	3,3%	3,5%	3,5%	3,2%	3,0%

Source : CNC.

Financements étrangers dans les coproductions minoritaires audiovisuelles de documentaires

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	15	43	34	20	25	23	30	19	35
apports en coproduction (M€)	2,2	6,9	5,0	3,8	2,8	3,5	6,0	2,0	4,4
préventes (M€)	1,5	1,5	1,4	0,8	1,3	0,7	2,7	0,5	2,6
total des apports en coproduction et des préventes (M€)	3,7	8,4	6,3	4,6	4,1	4,1	8,7	2,5	7,0
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	1,3%	2,6%	1,8%	1,2%	1,1%	0,9%	1,8%	0,6%	1,7%

Source : CNC.

Financements étrangers totaux dans les coproductions audiovisuelles de documentaires

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
heures	367	470	415	487	453	388	536	411	406
apports en coproduction (M€)	9,5	15,5	12,9	13,7	11,1	15,0	16,6	9,9	13,0
préventes (M€)	6,5	6,1	7,7	9,0	5,9	4,5	9,4	5,2	6,4
total des apports en coproduction et des préventes (M€)	16,0	21,5	20,6	22,6	17,0	19,5	26,0	15,1	19,4
part de la coproduction et des préventes dans le total des devis	5,6%	6,7%	6,0%	5,7%	4,4%	4,5%	5,3%	3,8%	2,4%

Source : CNC.

La géographie des financements étrangers dans les documentaires audiovisuels en 2015

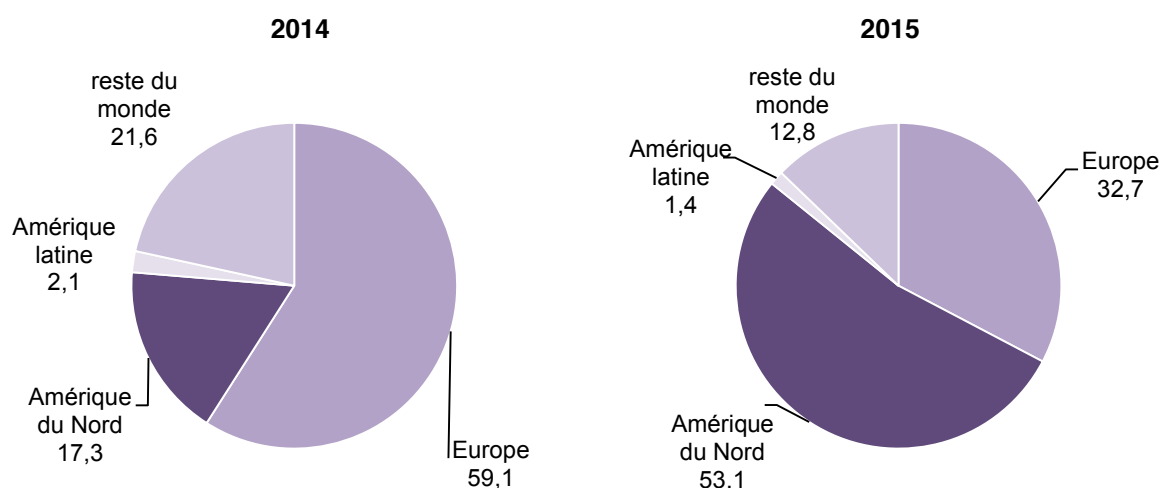
En 2015, les préventes de documentaires français sont majoritairement réalisées en Amérique du Nord avec 3,4 M€ (1,0 M€ en 2014). La zone génère 53,1 % des préachats totaux (17,3 % en 2014). Parallèlement, les investissements nord-américains sous forme d'apports en coproduction progressent de 88,4 % à 2,8 M€ en 2015. Le Canada devient le premier partenaire étranger des producteurs français de documentaire en multipliant ses préachats par deux (passant de 0,5 M€ à 1,0 M€ en 2015) et ses apports en coproduction par quatre (2,1 M€ en 2015, contre 0,6 M€ en 2014).

En 2015, 32,7 % des préventes de documentaires français sont réalisées en Europe (59,1 % en 2014). Le montant des préventes européennes s'élève à 2,1 M€, contre 3,1 M€ en 2014.

La Belgique est le troisième partenaire étranger de la France en préachat (0,5 M€ en 2015) et le 2^e en apport en coproduction (1,6 M€ en 2015). Les territoires européens francophones (Belgique et Suisse) diminuent le niveau de leurs préachats à 0,9 M€ en 2015, soit 14,0 % des préachats totaux (27,5 % en 2014). Les apports en coproduction des pays de la zone Europe progressent pour atteindre 7,5 M€ en 2015 (5,2 M€ en 2014), couvrant ainsi 57,7 % de l'ensemble des apports en coproduction alloués au documentaire français en 2015 (52,5 % en 2014). Les territoires européens francophones sont à l'initiative de 21,9 % de ces financements (18,5 % en 2014).

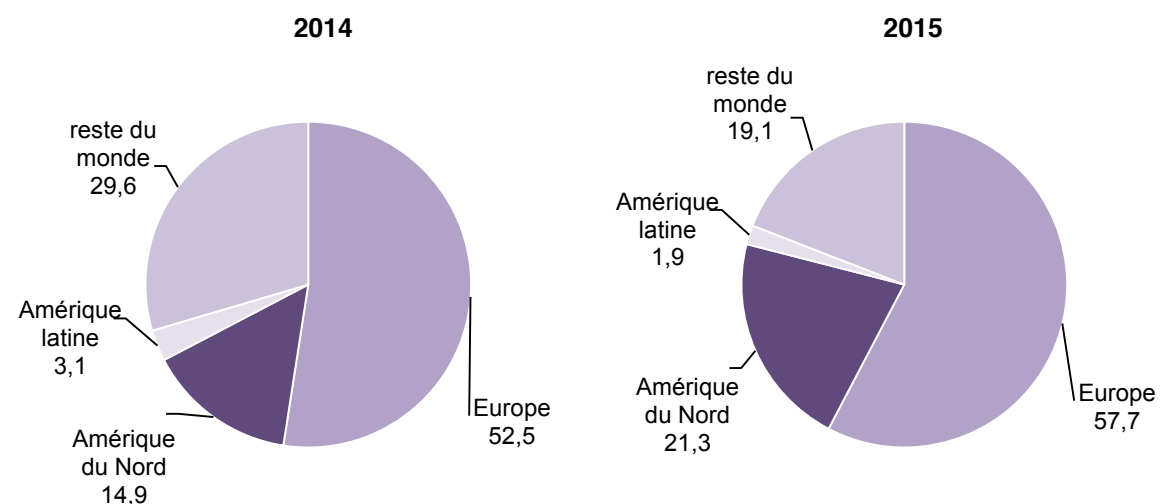
L'ensemble « reste du monde » enregistre une baisse de ses investissements dans les programmes documentaires français en préachats, passés de 1,1 M€ en 2014 à 0,8 M€ en 2015, et de ses apports en coproduction (2,9 M€ en 2014, contre 2,5 M€ en 2015).

Répartition des préventes étrangères de programmes français de documentaire par zone géographique (%)



Source : CNC.

Répartition des apports étrangers en coproduction sur les programmes français de documentaire par zone géographique (%)



Source : CNC.

Répartition des financements étrangers de programmes français d'animation par zone géographique en 2015 (M€)

	coproductions	préventes	total
Europe	7,5	2,1	9,6
<i>Allemagne</i>	<i>1,2</i>	<i>0,1</i>	<i>1,3</i>
<i>Belgique</i>	<i>1,6</i>	<i>0,5</i>	<i>2,1</i>
<i>Suède</i>	<i>0,1</i>	<i>0,1</i>	<i>0,2</i>
<i>Suisse</i>	<i>1,2</i>	<i>0,4</i>	<i>1,6</i>
<i>Italie</i>	<i>0,8</i>	<i>0,0</i>	<i>0,8</i>
Amérique du Nord	2,8	3,5	6,3
reste du monde	2,7	0,8	3,5
total	13,0	6,4	19,4

Source : CNC-TV France International.

La géographie des ventes de documentaires français

En 2014, l'Europe de l'Ouest reste le premier marché étranger pour les documentaires hexagonaux, avec une part de marché à 41,9 % (-5,7 points par rapport à 2013). Parmi tous les genres de programmes, le documentaire est celui qui réalise la plus forte proportion de son chiffre d'affaires en dehors d'Europe de l'Ouest. A l'exception de la Scandinavie et de la Suisse, les achats de documentaire diminuent dans toute la zone. La zone germanophone (Allemagne + Autriche) devient le premier acheteur étranger en 2014, malgré une baisse de ses achats (-3,2 % par rapport à 2013).

Les ventes de documentaires en Amérique du Nord augmentent fortement de 72,7 % à 7,7 M€ en 2014. La zone est à l'origine de 22,0 % des achats en 2014, contre 14,4 % en 2013. Cette hausse repose sur une hausse des recettes aux Etats-Unis. Le Canada diminue son niveau d'acquisition.

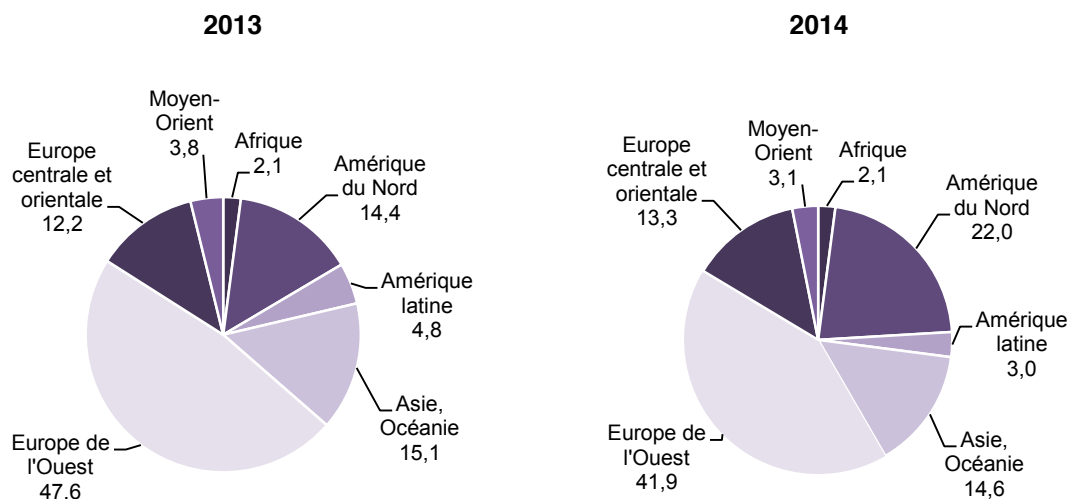
En Asie, les ventes de documentaires français progressent de 9,4 % pour atteindre 5,1 M€ en 2014. Traditionnellement, la NHK au Japon cherche des thématiques histoire et science. La Chine s'impose de plus en plus et se tourne vers le spectacle vivant et les sujets « life style » sur la mode et l'art de vivre à la française.

En Europe centrale et orientale, les achats de documentaires connaissent une augmentation en 2014 (+23,7 % à 4,6 M€), soit une part de marché en hausse de 1,1 point à 13,3 % des ventes totales. La Russie augmente ses achats (+11,4 %). Les pays de la région comme la République Tchèque (Ceska TV) ou la Slovénie (RTV Slovenija) apprécient les documentaires historiques.

Avec des recettes en baisse en 2014 de 30,0 % à 1,0 M€, l'Amérique latine diminue ses achats de documentaires français. La zone demeure encore marginale pour l'exportation de documentaires français.

Au Moyen-Orient, les ventes de documentaires français s'élèvent à 1,1 M€ en 2014, contre 1,2 M€ en 2013. Les sujets d'investigation en rapport avec l'actualité sont particulièrement recherchés.

Répartition des ventes de documentaire français par zone géographique (%)



Source : CNC-TV France International.

La concentration du secteur de l'exportation de documentaires audiovisuels français

Le degré de concentration relatif à l'exportation de documentaire est en légère progression, puisque les cinq sociétés les plus actives captent 42,9 % des ventes internationales du genre (+1,0 point). Le poids des dix premières sociétés progresse également à 61,4 % des ventes totales en 2014 (+2,3 points).

Concentration du secteur de la vente de programmes français de documentaire à l'étranger

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
recettes des 5 premières sociétés (M€)	10,0	14,1	15,4	10,2	11,5	11,4	11,5	12,9	15,0
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>35,2</i>	<i>46,9</i>	<i>53,6</i>	<i>44,1</i>	<i>43,5</i>	<i>42,1</i>	<i>38,7</i>	<i>41,9</i>	<i>42,9</i>
recettes des 10 premières sociétés (M€)	15,9	19,8	20,8	15,1	16,6	16,0	17,7	18,2	21,4
<i>part des recettes totales (%)</i>	<i>55,9</i>	<i>65,5</i>	<i>72,7</i>	<i>65,3</i>	<i>62,9</i>	<i>59,0</i>	<i>59,4</i>	<i>59,1</i>	<i>61,4</i>
recettes de l'ensemble des sociétés (M€)	28,5	30,2	28,7	23,2	26,4	27,1	29,7	30,8	34,9

Source : CNC-TV France International.

4.2. Les entrées des films documentaires français à l'étranger

Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par UniFrance dans le cadre de sa mission de suivi économique du cinéma français à l'étranger. Ces données proviennent d'organismes officiels et sont ensuite recoupées avec celles des distributeurs et des attachés audiovisuels, pour obtenir des résultats plus complets. Elles prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 57 territoires. Les films se classent en deux catégories : les films à financement majoritaire français (films dits d'initiative française) et les films à financement minoritaire français. Les résultats des films minoritaires français ne sont pas pris en compte dans le pays où ils sont majoritaires. Les données 2015 présentées ici sont arrêtées à mai 2016.

Les résultats des films documentaires français à l'étranger depuis 2006

Entre 2006 et 2015, 103 films documentaires français inédits dont 91 d'initiative française sont sortis dans les salles étrangères. En intégrant les reprises de titres sortis avant 2006, 118 films documentaires français sont exploités en salles à l'international sur la période. Ces œuvres cumulent 20,1 millions d'entrées, soit 2,4 % du total des entrées du cinéma français à l'international entre 2006 et 2015.

En 2010, grâce au succès du film *Océans*, l'ensemble des documentaires français cumulent plus de 8,3 millions d'entrées hors de l'Hexagone, soit 13,8 % des entrées générées par le cinéma français à l'étranger cette année. Depuis 2006, les deux plus grands succès à l'export pour les documentaires français sont *Océans* (7,7 millions d'entrées sur 35 territoires) et *la Marche de l'empereur* (2,9 millions d'entrées sur 27 territoires sur la période et 20,0 millions d'entrées cumulées). Cinq documentaires français (dont quatre d'initiative française) ont réalisé plus d'un million d'entrées dans les salles étrangères entre 2006 et 2015, soit 3,4 % des documentaires français exploités à l'international. Il s'agit des films *Océans*, *la Marche de l'empereur*, *Pina*, *le Sel de la terre* et *Bébés*.

Résultats des films documentaires français à l'international

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
nombre de films sortis ¹	7	7	8	13	10	9	8	12	15	14
nombre de films en exploitation ²	19	16	20	24	29	25	29	25	33	32
entrées (millions)	3,4	0,3	0,2	0,4	8,3	2,2	0,9	0,5	1,8	2,2

¹ La date qui fait foi est celle de la première sortie à l'international.

² Compte tenu de la durée d'exploitation des films, des films peuvent être comptabilisés plusieurs années de suite.

Source : UniFrance.

Sur la période 2006-2015, la concentration des entrées des films documentaires français à l'étranger est élevée. Les trois premiers films cumulent 61,2 % du total des entrées du genre, dont plus d'un tiers (38,3 %) pour *Océans*. Cette proportion atteint 86,3 % pour les 10 premiers films du classement.

Entre 2006 et 2015, 527 documentaires français inédits sont sortis sur le territoire national, contre 103 titres sortis dans les salles étrangères. Moins d'un documentaire sur cinq sorti en France connaît donc une carrière en salles à l'international (19,5 %). Les documentaires français distribués en France et à l'étranger réalisent, en moyenne, un peu plus de la moitié de leurs entrées à l'étranger (56,7 %). En effet, les 103 films documentaires sortis entre 2006 et 2015 ont cumulé sur l'ensemble de leur carrière 16,8 millions d'entrées à l'étranger contre 12,8 millions en France pour ces mêmes films.

Les films documentaires français ayant réalisé plus de 100 000 entrées à l'étranger sur la période 2006-2015

film	date 1 ^{ère} sortie étrangère	type ¹	entrées à l'étranger 2006-2015 (milliers) ²	nb territoires ²	cumul entrées à l'étranger (milliers) ²	cumul entrées France (milliers) ²	part des entrées à l'étranger
<i>Océans</i>	01/01/10	FIF	7 711	35	7 711	2 880	72,8%
<i>La Marche de l'empereur</i>	20/01/05	FIF	2 908	45	19 964	1 910	91,3%
<i>Pina</i>	17/03/11	mino	1 687	37	1 687	357	82,5%
<i>Le Sel de la terre</i>	15/10/14	FIF	1 416	34	1 416	283	83,4%
<i>Bébés</i>	01/01/10	FIF	1 265	29	1 265	277	82,0%
<i>Amazonia</i>	31/10/13	FIF	828	27	828	310	72,8%
<i>Sur le chemin de l'école</i>	19/09/13	FIF	541	17	541	1 414	27,7%
<i>African Safari 3D</i>	03/10/13	mino	384	16	384	37	91,2%
<i>Dior et moi</i>	05/03/15	FIF	368	21	368	13	96,6%
<i>La Planète blanche</i>	05/04/06	FIF	242	14	242	587	29,2%
<i>La Danse, le ballet de l'Opéra de Paris</i>	10/10/09	FIF	237	17	237	110	68,3%
<i>Il était une forêt</i>	31/10/13	FIF	205	15	205	370	35,6%
<i>Terre des ours (3D)</i>	01/01/14	FIF	156	8	156	102	60,4%
<i>Le Dernier Trappeur</i>	02/12/04	FIF	145	13	451	12	97,3%
<i>National Gallery</i>	08/10/14	FIF	145	14	145	69	67,8%
<i>Yves Saint Laurent - Pierre Bergé, l'amour fou</i>	22/09/10	FIF	135	18	135	28	83,1%
<i>Le Cauchemar de Darwin</i>	21/01/05	FIF	120	17	254	429	37,2%
<i>Les Plages d'Agnès</i>	13/03/09	FIF	112	16	112	242	31,7%
<i>Home</i>	30/01/09	mino	102	17	102	116	46,6%

¹ FIF : film d'initiative française (film 100 % français ou coproduction majoritaire) ; mino : coproduction dans laquelle la France est un partenaire minoritaire.

² Film ayant débuté son exploitation internationale avant le 1er janvier 2006.

Source : UniFrance.

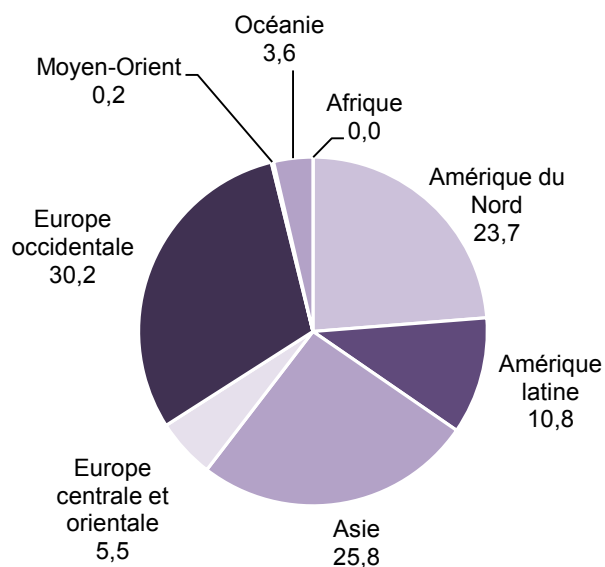
Les résultats des films documentaires français par zone géographique

Sur la période 2006-2015, la zone « Europe occidentale » est à l'origine de 30,2 % des entrées réalisées par le documentaire français à l'international (6,1 millions d'entrées, dont 1,2 million pour *la Marche de l'empereur* et 1,1 million pour *Océans*). Les pays d'Asie représentent un peu plus du quart (25,8 %) de la fréquentation internationale du documentaire français et ceux d'Amérique du Nord 23,7 %.

Plusieurs documentaires réalisent de bonnes performances sur certains territoires, tels que *Pina* (443 000 entrées aux États-Unis et au Canada anglophone, 172 000 en Italie,

104 000 au Brésil) ou *Amazonia* (447 000 entrées en Chine, 85 000 en Russie). Sorti en 2015, *Dior et moi* (122 000 entrées aux États-Unis et au Canada anglophone, 42 000 en Australie) fait son apparition dans le top 10 des dix dernières années. Sorti fin 2014, *le Sel de la terre*, film d'initiative française, occupe la quatrième place de ce classement (338 000 entrées en Italie, 201 000 en Allemagne, plus de 130 000 en Espagne comme au Brésil).

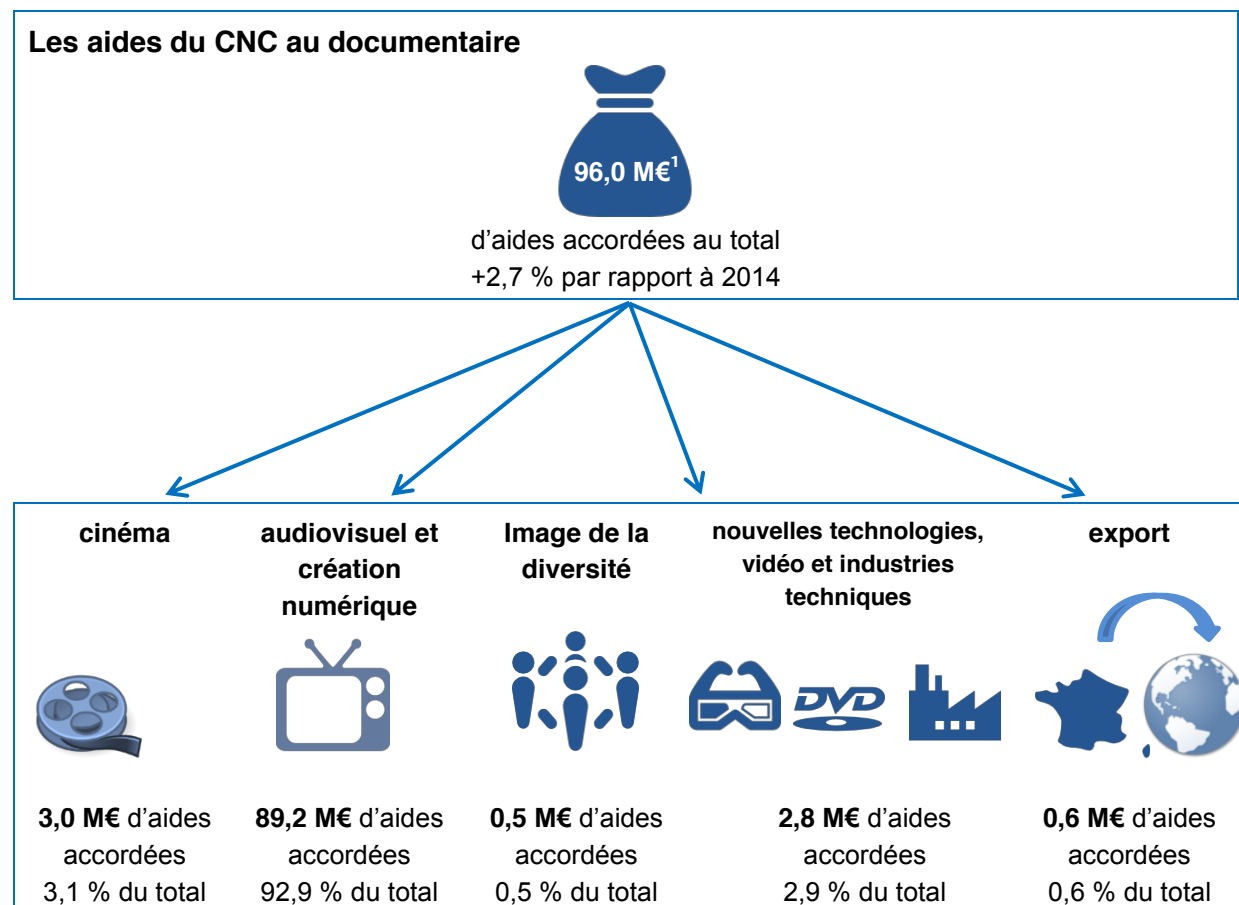
Répartition des entrées étrangères des films documentaires français par zone sur la période 2006-2015 (%)



Source : UniFrance.

5. Les aides du CNC

Le documentaire en 2015 :



¹ A l'exception du soutien sélectif à la production de long métrage cinéma pour les projets non chiffrés à date (juin 2016) et des aides du RIAM.

Sur l'ensemble de l'année 2015, le montant total des interventions du CNC dans le secteur du documentaire s'élève à 96,0 M€¹, en progression de 2,7 % par rapport à l'année précédente. Ces interventions se répartissent entre les aides au cinéma à 3,0 M€ (+29,3 % par rapport à 2014), les œuvres audiovisuelles et à la création numérique à 89,2 M€ (+2,8 % par rapport à 2014), les aides dans le cadre d'Images de la diversité à 0,5 M€ (-3,1 % par rapport à 2014), les aides transverses à 2,8 M€ (-10,0 % par rapport à 2014) et enfin les aides à l'exportation et à la promotion à 0,6 M€ (-32,6 % par rapport à 2014).

5.1. Les aides au cinéma

Les aides à la production cinématographique de long métrage (aide au développement, avance sur recettes, soutien automatique) ainsi que les aides à la distribution (soutien automatique et aide sélective) sont susceptibles d'être accordées pour les longs métrages documentaires.

Le long métrage documentaire

Les aides au scénario

En 2015, quatre aides ont été attribuées dans le cadre du soutien au scénario, pour un montant total de 117 000 € :

- *Nouvelles de l'Empire* de Dominique Marchais
- *Les Equilibristes* de Perrine Michel
- *Berlin Based* de Vincent Dieutre
- *La moitié du monde* de Nathalie Marcault

Les aides au développement

Cette aide est destinée à soutenir les producteurs dans cette phase d'investissement à risque que constitue le travail d'écriture sous ses différents aspects : option ou achat de droits d'adaptation cinématographique, écriture, bible graphique. En 2015, aucun projet de long métrage de documentaire n'a été soutenu dans le cadre de l'aide au développement, comme en 2014.

Les aides à la production

Soutien sélectif (avances sur recettes)

Pour l'avance sur recettes avant réalisation, huit aides ont été attribuées en 2015 (contre six en 2014) à des projets de films documentaires. Il s'agit de :

¹ A l'exception du soutien sélectif à la production de long métrage cinéma pour les projets non chiffrés à date (juin 2016) et des aides du RIAM

- premier collège (1 des 4 projets a été chiffré pour un montant global de 100 000 €) :

A la rencontre de mon père d'Alessane Diago

La moitié du monde de Stéphane Breton

Les coulisses du pouvoir de Dror Moreh

Vert désert de François-Xavier Drouet

- deuxième collège (les 4 projets ont été chiffrés pour un montant global de 740 000 € ; montant moyen : 185 000 €) :

Entre les frontières d'Avi Mograbi

Les habitants de Raymond Depardon

Carré 35 d'Eric Caravaca

Belinda de Marie Dumora

Pour l'avance sur recettes après réalisation, six aides ont été attribuées en 2015 (contre sept en 2014) à des projets de films documentaires (cinq des six films ont été chiffrés, 400 000 €, pour un montant moyen par titre de 80 000 €). Il s'agit de :

- troisième collège :

Un vrai faussaire de Jean-Luc Léon

C'est quoi ce travail ? de Sébastien Jousse et Luc Joule

Pauline s'arrache d'Emilie Brisavoine

Comme des lions de Françoise Davisse

Le bois dont les rêves sont faits de Claire Simon

Dans les pas de Trisha Brown de Marie-Hélène Rebois

Soutien automatique

Le soutien automatique généré par la production cinématographique est calculé au prorata du nombre d'entrées du film en salles de cinéma, du montant des ventes de droits de diffusion sur les chaînes de télévision et du chiffre d'affaires généré par son édition sur support vidéo physique. Le montant calculé sur les résultats de ces différents modes d'exploitation est pondéré par un coefficient fixé en fonction des dépenses en France, appréciées par l'application d'un barème de 100 points. Le montant du soutien ainsi généré est destiné à être réinvesti dans la production d'autres films de long métrage de cinéma. Le calcul de ce soutien est déclenché par l'agrément dont les conditions d'octroi (qualification européenne et barème de calcul du soutien financier) ont été adaptées aux conditions de fabrication des films documentaires.

47 films documentaires dont 42 d'initiative française sont agréés en 2015 (37 films documentaires dont 35 d'initiative française en 2014). Le nombre de documentaires d'initiative française atteint en 2015 son plus haut niveau de la décennie. Parmi les 47 documentaires agréés en 2015, huit ont mobilisé du soutien automatique pour le financement de leur production pour un montant total de 1,0 M€.

Longs métrages documentaires agréés en 2015 ayant mobilisé du soutien automatique

titre	réalisateur	producteur
<i>Demain</i>	Mélanie Laurent et Cyril Dion	Move Movie
<i>Limites</i>	Franck Landron	Les films en Hiver
<i>Le potager de mon grand-père</i>	Martin Louge Esposito	Mother and Son
<i>The man who loved women</i>	Hubert Woroniecki	Realitism Films
<i>L'enfance d'un maître !</i>	Jeanne Mascolo de Filippis et Bruno Vienne	Rhône-Alpes Cinéma
<i>Voyage à travers le cinéma français</i>	Bertrand Tavernier	Little Bear Productions
<i>Les habitants</i>	Raymond Depardon	Palmeraie et Désert
<i>In art we trust</i>	Benoît Rossel	Zadig Films

Par ailleurs, deux documentaires agréés en 2014 ont mobilisé du soutien automatique en 2015 pour un montant total de 30,0 K€ ainsi qu'un documentaire agréé en 2013 pour un montant total de 55,0 K€ et un documentaire agréé en 2011 pour un montant total de 81,0 K€.

Le court métrage documentaire

Le CNC attribue, de manière sélective via des commissions spécialisées, des aides financières à la production de films de court métrage (films d'une durée inférieure à une heure destinés à une diffusion en salles), soit à l'état de projets (contributions financières), soit après leur réalisation (prix de qualité).

L'aide avant réalisation

Elle est attribuée en jugeant de la qualité artistique du projet. Sept aides ont été accordées à des courts métrages documentaires en 2015. Six d'entre eux ont été chiffrés pour un total de 290 000 €, soit une aide moyenne de 48 333 € par projet.

Aides avant réalisation accordées à des courts métrages documentaires en 2015

titre	réalisateur	producteur
<i>Cabane ou les malheurs de Marie</i>	Stefan Mihalachi	Macalube Films
<i>Période Killer</i>	Maxence Stamatiadis	Legato Films
<i>Chroniques impatientes</i>	Béatrice Plumet	Méroé Fukls
<i>Sous le béton</i>	Roy Arida	Stank
<i>Djamilla</i>	Aminatou Echard	529 Dragons
<i>Tijuana Tales</i>	Jean-Charles Hue	Avalon Films
<i>La Demeure d'Astérion</i>	Diego Governatori	Les Films Hatari

En 2015, quatre courts métrages documentaires ont reçu une aide sélective à la réécriture, pour un montant moyen de 2 000 €.

L'aide au programme de production

L'aide au programme de production a pour objectif de favoriser le développement d'entreprises qui produisent régulièrement, assurent la meilleure diffusion possible des films de court métrage et prennent les risques inhérents à l'activité de découverte et d'accompagnement de nouveaux talents. Deux aides concernent des courts métrages documentaires en 2015. Elles ont été chiffrées pour un montant total de 105 000 €, soit une moyenne de 52 500 € par projet documentaire.

Aides au programme de production accordées à des courts métrages documentaires en 2015

titre	réalisateur	producteur
<i>Je ne me souviens de rien</i>	Diane Sara Bouzgarrou	Triptyque Films
<i>Qui n'a pas sa part d'ombre</i>	Léo Favier	Les Films Sauvages

Les aides complémentaires à la musique originale

Cette aide a pour but de donner à la musique originale la place qui doit être la sienne dans le processus de création cinématographique. Elle associe un réalisateur et un compositeur suffisamment en amont du tournage pour leur permettre une véritable collaboration artistique. En 2015, aucun court métrage documentaire n'a bénéficié d'une aide complémentaire à la musique originale.

L'aide après réalisation

L'aide après réalisation permet de distinguer les œuvres qui n'ont pas bénéficié d'aides en tant que projet (aide avant réalisation ou aide au programme de production) et de récompenser la prise de risque du producteur. Six films documentaires ont ainsi été aidés en 2015, pour un montant total de 70 000 €.

Aides après réalisation accordées à des courts métrages documentaires en 2015

titre	réalisateur	producteur
<i>American Dreamer</i>	Thomas Haley	Ceresa Films
<i>Kings of the Wind and Electric Queens</i>	Cédric Dupré / Gaspard Kuentz	Studio Chaiprod
<i>Espace</i>	Eléonor Gilbert	Les Films Cabanes
<i>Le Rappel des oiseaux</i>	Stéphane Batut	Zadig Production
<i>JJA</i>	Gaëlle Boucand	Some Shoes Production
<i>What a Fuck am I doing on this battlefield</i>	Julien Fezans / Nicolas Peltier	

5.2. Les aides aux œuvres audiovisuelles et à la création numérique

S'agissant des documentaires audiovisuels, le CNC intervient aux étapes de l'écriture, du développement et de la production avec plusieurs mécanismes : les soutiens sélectifs et automatiques au développement et à la production et les soutiens sélectifs du fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle.

Les aides à la préparation et à la production

En 2015, les aides apportées aux documentaires audiovisuels augmentent de 3,2 % à 85,0 M€ (82,7 M€ en 2014). Ces aides représentent 36,6 % des apports totaux du CNC aux programmes audiovisuels tous genres confondus. Le documentaire est le principal genre de programmes audiovisuels aidés par le CNC.

Aides audiovisuelles à la préparation et à la production de programmes documentaires¹ (M€)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
aides à la préparation	1,6	1,7	1,8	2,1	1,7	2,4	2,4	2,6	2,2	2,8	+25,6%
aides à la production	58,4	53,0	62,1	67,4	74,4	80,2	87,9	95,9	80,5	82,1	+2,0%
aides totales	60,0	54,7	63,9	69,4	76,1	82,6	90,3	98,5	82,7	85,0	+2,7%

¹ Y compris les compléments de subvention et les aides au titre du « web COSIP », hors aides à la production du fonds d'aide à la création pour les nouveaux médias.

Source : CNC.

Les aides à la préparation (sélectives et automatiques)

Les aides à la préparation sont destinées aux producteurs en vue de favoriser les travaux de préparation et de développement préalables à la mise en production. En 2015, 303 projets ont bénéficié de l'aide au développement pour un montant total de 2,8 M€. En 2014, 240 projets avaient été aidés à hauteur de 2,2 M€.

Les aides audiovisuelles sélectives et automatiques à la préparation¹

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	évol. 15/14
nombre de projets	207	190	229	231	194	279	263	279	240	303	+26,3%
montant attribué (K€)	1 609,8	1 670,3	1 813,8	2 095,1	1 696,3	2 393,3	2 397,9	2 563,7	2 242,0	2 815,3	+25,6%

Source : CNC.

Les aides à la production (sélectives et automatiques)

En 2015, les aides du CNC à la production de documentaires audiovisuels s'élèvent à 82,1 M€ et ont bénéficié à 2 037 projets différents. Elles représentent 36,5 % du total des aides à la production audiovisuelle (tous genres confondus). En moyenne, les aides à la production de documentaire couvrent 20,1 % du devis des œuvres en 2015 (20,2 % en 2014). Hors compléments, ces aides à la production se répartissent entre 7,7 M€ d'aides

sélectives, 61,1 M€ d'aides automatiques et 13,0 M€ d'avances. 0,3 M€ de compléments de subventions sont versés au documentaire en 2015.

Le web COSIP

A la faveur du décret n°2011-364 du 1^{er} avril 2011 modifiant le décret n°95-110 régissant le fonds de soutien audiovisuel, le CNC a étendu le soutien automatique audiovisuel aux productions financées exclusivement par un site web ou un diffuseur internet sans diffuseur télévisuel. Ce décret permet de financer les programmes destinés à des services web et d'accompagner le développement et la production d'œuvres audiovisuelles sur internet (web doc, web fiction, captation pour internet, etc.).

Le « web COSIP » permet aux producteurs disposant d'un compte automatique audiovisuel de le réinvestir sur des œuvres audiovisuelles préachetées par une ou plusieurs plateformes internet seules, selon des modalités proches de celles des projets déjà aidés par le soutien audiovisuel du CNC, à partir du même compte de soutien du producteur et pour les mêmes genres audiovisuels éligibles qu'au soutien automatique.

Les œuvres aidées par le « web COSIP » peuvent être « linéaires » ou « non linéaires » dans leur construction ou leur cheminement. Elles sont caractérisées par une durée cumulée, définie comme la « durée de l'ensemble des séquences d'images animées, sonorisées ou non, composant l'œuvre unitaire ou chacun de ses épisodes tels que mis à disposition du public ».

En 2015, 28 programmes documentaires ont été aidés au titre du « web COSIP » (35 heures), parmi lesquels *Dig It !* (80' – La Maison du Directeur – Camera Talk Production). Ils ont reçu un soutien financier s'élevant à 0,99 M€.

Le Fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle

Le fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle pour le documentaire de création a pour objectif d'accompagner les auteurs et les producteurs d'œuvres cinématographiques et télévisuels qui nécessitent une écriture élaborée, un important travail de développement et proposent une approche innovante au regard des programmes audiovisuels.

Les aides à l'écriture

L'aide à l'écriture, d'un montant fixe de 7 500 €, s'adresse aux auteurs. Elle vient distinguer la qualité de la proposition, le travail déjà accompli et permet de poursuivre l'écriture du projet. En 2015, 51 projets ont bénéficié d'une aide à l'écriture (57 projets aidés en 2014).

Les aides au développement

L'aide au développement, d'un montant moyen de 13 500 €, s'adresse aux entreprises de production pour le financement du développement d'un projet ayant bénéficié d'une aide à l'écriture. Cette aide est accordée pour permettre les repérages, les essais techniques, l'écriture du scénario et la recherche de partenaires financiers.

En 2015, 45 projets ont été soutenus au titre du développement pour un montant total de 611 000 € (45 projets aidés pour 601 000 € en 2014).

Les aides au développement renforcé

L'aide au développement renforcé, d'un montant moyen de 50 000 €, peut être demandée par des auteurs ou des entreprises de production, mais est attribuée aux entreprises de production. Elle permet le financement d'un premier tournage et du pré-montage d'un nombre limité de projets. Son but est d'aider des œuvres particulièrement créatives et ambitieuses qui, pour rencontrer l'adhésion des diffuseurs et convaincre de leur pertinence, ont besoin d'aller au-delà du stade du scénario.

En 2015, 14 aides au développement renforcé ont été octroyées, pour une enveloppe totale de 700 000 €. En 2014, 13 projets avaient bénéficié de l'aide au développement renforcé, pour un montant de 668 000 €.

Le Fonds d'aide aux projets pour les nouveaux médias

Le fonds « nouveaux médias » accompagne les projets les plus innovants portés par des auteurs et des producteurs qui souhaitent intégrer les spécificités de l'internet et/ou des écrans mobiles dans leur démarche artistique.

Sa vocation est double. Sur le plan artistique, il s'agit d'encourager l'exploration de nouvelles écritures et de changer le rapport à l'image, dans la mesure où le spectateur joue un rôle actif dans le déroulement de la narration. Sur le plan économique, le fonds incite les nouveaux diffuseurs à investir dans les projets en amont et il permet d'imaginer de nouveaux modes de financement et de nouveaux modes de diffusion en adéquation avec les nouveaux usages des médias numériques.

A travers des dispositifs d'aide à l'écriture et au développement ou d'aides à la production, le fonds « nouveaux médias » soutient des projets d'œuvres audiovisuelles interactives présentant une dimension transmédia (dont la narration est pensée pour différents supports incluant la télévision ou le cinéma) ou exclusivement destinées à des nouveaux écrans connectés (internet et/ou écrans mobiles).

En 2015, 43 projets documentaires ont été soutenus (53 en 2014) pour un montant total de 1 554,0 K€ (1 668,2 K€ en 2014) dont 8 projets documentaires multisupports. Parmi les 74 projets spécifiquement destinés à internet et / ou aux écrans mobiles, 37 sont des documentaires. Ces chiffres confirment la présence importante du documentaire parmi les projets développant des écritures numériques, mais indiquent également une plus grande diversité de genres par rapport aux années précédentes avec une nette progression de la fiction et de l'animation. 2015 est également l'année de l'émergence de la réalité virtuelle avec 18 projets soutenus, dont 7 documentaires.

5.3. Images de la diversité

La Commission Images de la diversité est un pont entre les missions artistiques et culturelles du CNC et les missions plus sociales du CGET (Commissariat Général à l'Égalité des territoires), anciennement l'Agence nationale pour la cohésion sociale et l'égalité des chances (l'Acsé). Elle ambitionne de repérer et de soutenir des œuvres cinématographiques, audiovisuelles et multimédia qui, à la faveur d'un scénario singulier et d'une réalisation de qualité, témoignent de la diversité de notre société et la valorisent. En 2015, le montant total des aides accordées par le CNC dans le cadre de la Commission Images de la diversité est de 1,52 M€ (1,27 M€ en 2014) dont 496,5 K€ pour des œuvres documentaires (26 œuvres).

5.4. Les aides transverses à la production, à la vidéo et aux industries techniques

Les aides aux nouvelles technologies en production

L'aide aux nouvelles technologies en production accompagne la prise de risque des producteurs d'œuvres cinématographiques ou audiovisuelles qui produisent des œuvres en relief ou qui font appel à des technologies numériques innovantes (effets spéciaux numériques, images de synthèse, mises au point de procédés spécifiques). De manière générale, les subventions sont accordées en considération du caractère innovant des techniques auxquelles il est fait appel et de l'adéquation de l'utilisation de ces techniques au projet artistique proposé. En 2015, 16 projets documentaires ont été soutenus pour un montant global de 839 K€ : un long métrage, un pilote, 9 unitaires et 5 séries.

Les aides à la vidéo physique et à la demande

Le soutien financier à l'édition de vidéogrammes destinés à l'usage privé du public est accordé sous deux formes : automatique ou sélective.

Le soutien automatique à la vidéo physique

Le soutien automatique à l'édition vidéo vise à soutenir les bénéficiaires pour l'achat de droits d'exploitation vidéo de films français récents. Il est généré au prorata du chiffre d'affaires (avec un taux de génération de 4,5 %) que l'éditeur a précédemment réalisé sur des films dits « générateurs », c'est-à-dire des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans ou des programmes de courts métrages. En 2015, quatre documentaires ont mobilisé du soutien automatique à l'édition vidéo pour un montant de 767,0 K€.

L'aide sélective à la vidéo physique

L'aide sélective à la vidéo physique encourage l'édition vidéo sur DVD et Blu-ray. Elle vise à favoriser l'édition d'œuvres à caractère culturel, tous genres et formats confondus (fiction, documentaire, animation, captation de spectacle vivant, long métrage de cinéma, court métrage, etc.) et quelle que soit la nationalité de l'œuvre. L'aide sélective à la vidéo physique comprend deux volets : l'aide unitaire, qui permet aux éditeurs de présenter des projets spécifiques d'édition répondant au mieux aux principaux critères d'attribution de l'aide et l'aide au programme éditorial, qui permet aux éditeurs d'obtenir une aide financière pour l'ensemble de leur ligne éditoriale annuelle.

En 2015, sur les deux volets d'aide confondus, 113 porteurs de projets différents et 968 projets d'édition (unitaires et programmes confondus) ont bénéficié de l'aide sélective à l'édition vidéo, pour un montant total de 4,49 M€. Au global sur les deux volets d'aide, 202 projets DVD/Blu-ray et 13 projets d'édition sur support Blu-ray sont des projets d'édition

d'œuvres documentaires. L'aide financière globale relative à ces dossiers s'élève à 682,8 K€ (contre 775,6 K€ en 2014).

Aide unitaire :

Sur le volet d'aide unitaire, 20,0 % des projets DVD/Blu-ray soutenus sont des projets d'œuvres documentaires, soit 70 projets sur les 347 soutenus. Les œuvres documentaires sur support Blu-ray restent minoritaires et représentent 4 % des projets documentaires soutenus, soit 6 projets sur les 137 soutenus. En valeur, les projets DVD/Blu-ray d'œuvres documentaires ont été soutenus à hauteur de 254,2 K€ (11,0 K€ sur support Blu-ray uniquement).

Aide au programme éditorial annuel :

Sur le volet d'aide au programme éditorial, 21 % des projets DVD/Blu-ray soutenus sont des projets d'œuvres documentaires, soit 132 projets sur les 621 soutenus. Les œuvres documentaires sur support Blu-ray restent minoritaires et représentent 5 % des projets documentaires soutenus, soit 7 projets sur les 133 soutenus. En valeur, les projets DVD/Blu-ray d'œuvres documentaires ont été soutenus à hauteur de 428,7 K€ (17,3 K€ sur support Blu-ray uniquement).

L'aide sélective à la vidéo à la demande (VàD)

En cohérence avec l'aide sélective à la vidéo physique, le CNC encourage le développement du marché de la vidéo à la demande (VàD) à travers deux dispositifs de soutien : une aide sélective au programme éditorial VàD destinée aux détenteurs de droits VàD et aux éditeurs de services de VàD et une aide sélective unitaire à l'exploitation en VàD, uniquement pour les détenteurs de droits VàD.

En 2015, 54 dossiers d'aide au programme éditorial d'un éditeur de service de VàD et détenteurs de droits VàD (18 dossiers en 2014) ont été soutenus pour un montant global de 2,19 M€ (1,13 M€ en 2014). Parmi ces projets, 22 concernaient des catalogues contenant exclusivement ou majoritairement des documentaires (11 projets en 2014). Ils ont été aidés pour un montant global de 461 K€ (443,6 K€ en 2014).

23 documentaires ont fait l'objet d'une aide unitaire à la VàD en 2015 (31 en 2014) pour un montant total de 16,8 K€ (19,3 K€ en 2014).

Le soutien à la recherche et à l'innovation en audiovisuel et multimédia (RIAM)

Le soutien à la recherche et à l'innovation dans les secteurs de l'audiovisuel et du multimédia s'est développé avec la mise en place du réseau RIAM (Réseau recherche et innovation en audiovisuel et multimédia) en 2001. Depuis juillet 2007, l'action du réseau RIAM s'appuie sur un appel à projets commun entre le CNC et Bpifrance, qui a vocation à soutenir les projets de R&D portés par les entreprises du secteur sur l'ensemble des thématiques de l'audiovisuel et du multimédia, et en particulier les traitements innovants des

images et du son, le jeu vidéo, la distribution numérique, la vidéo à la demande et la télévision interactive.

Le RIAM permet de soutenir toutes les phases d'un projet d'innovation, depuis l'étude de faisabilité jusqu'à la phase finale de développement. Les projets retenus bénéficient généralement d'un financement mixte en avance remboursable sur fonds Bpifrance et en subvention sur fonds CNC. En 2015, 35 projets ont été soutenus par le RIAM (33 projets en 2014) dont un concernait spécifiquement le champ du documentaire (deux projets en 2014).

5.5. L'exportation, la promotion

En 1995, le CNC a mis en place une aide permettant aux producteurs et aux distributeurs d'utiliser des outils performants pour commercialiser leurs programmes à l'étranger. Cette aide est accordée à des œuvres audiovisuelles de fiction, d'animation, à des documentaires et à des enregistrements de spectacles éligibles au compte de soutien. Elle est destinée à financer en partie le doublage, le sous-titrage et éventuellement le reformatage des œuvres ainsi que la fabrication d'instruments de promotion (plaquettes, bandes de démonstration, etc.).

Les aides à l'exportation de programmes audiovisuels

Ces aides sont attribuées de manière sélective. Elles concourent notamment au financement des frais de doublage, de sous-titrage en version étrangère, de fabrication de bandes de démonstration et de supports promotionnels y compris sous forme électronique, d'achat d'espaces publicitaires dans la presse professionnelle spécialisée ainsi qu'aux frais de reformatage et de transcodage des œuvres audiovisuelles. En 2015, les projets de documentaires de 30 sociétés de production ou de distribution ont bénéficié de ce mécanisme, pour un montant total de 529 K€ (40 sociétés pour 676 K€ en 2014).

Les aides à l'exportation de films cinématographiques

Les aides sélectives à l'exportation de films cinématographiques s'articulent autour de quatre dispositifs : l'aide à la prospection à l'étranger, l'aide à la distribution, les aides au doublage et au sous-titrage et l'aide aux « overlays » (sous-titrage en espagnol).

L'aide à la prospection des marchés étrangers a pour objectif de soutenir la promotion à l'international des films français mise en place par les exportateurs.

L'aide à la distribution a pour vocation de contribuer au renforcement de la qualité des stratégies de distribution des films français à l'étranger. Selon le film distribué et le territoire concerné, l'aide a vocation à offrir un effet de levier commercial et financier à la présence des films français et à favoriser leur émergence. Les aides au doublage et au sous-titrage ont pour objet de soutenir la réalisation d'un sous-titrage ou d'un doublage en anglais afin de favoriser la prospection des marchés à l'étranger pour un film donné.

Enfin, l'aide aux « overlays » consiste à prendre en charge, pour un film exporté en Amérique latine hispanophone par exemple, la fabrication de l'*overlay band* (bande grande longueur) en espagnol neutre. Cette aide est plafonnée à 10 000 € par *overlay*.

Entre 2006 et 2015, 1 544 films cinématographiques tous genres confondus ont bénéficié d'une ou plusieurs aides sélectives à l'exportation, pour un montant total de 29,9 M€, soit 19 344 € en moyenne par film.

Parmi les 1 544 films aidés à l'exportation entre 2006 et 2015, 145 sont des longs métrages documentaires, soit 9,4 % de l'ensemble. Ces films ont reçu au total 1,2 M€ sur la période.

Ils captent ainsi 4,1 % du total des aides distribuées. En moyenne, les documentaires sont soutenus à hauteur de 8 483 € par titre entre 2006 et 2015.

En 2015, 12 longs métrages documentaires ont bénéficié d'une aide à l'exportation, pour un montant total de 78,8 K€. Le poids du documentaire dans l'attribution des aides à l'exportation diminue tant en nombre de films (4,4 %, contre 8,7 % en 2014) qu'en subventions accordées (2,2 %, contre 6,5 % en 2014).

Les aides à l'exportation de documentaires cinématographiques

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
films aidés	6	10	15	25	23	23	20	27	22	12
% du nombre tous genres	4,4	7,4	8,4	10,9	11,3	10,8	7,6	11,2	8,7	4,4
aides accordées (K€)	22,7	39,3	102,7	150,2	193,6	99,5	82,2	235,3	225,6	78,8
% des aides tous genres	1,1	1,8	3,7	5,0	7,0	3,1	2,2	7,5	6,5	2,2
aide moyenne par film (€)	3 785	3 932	6 849	6 008	8 419	4 327	4 111	8 716	10 254	6 570

5.6. Le documentaire au CNC : contacts

Direction du cinéma

Directeur : Xavier LARDOUX

Directeur adjoint : Lionel BERTINET

Directeur adjoint : Laurent VENNIER

Service du soutien à la production et à la distribution

Chef de service : Jean-Luc DOUAT

12 rue de Lübeck – 75784 Paris cedex 16

Téléphone : 01 44 34 38 39

Service des aides sélectives à la production et à la distribution

Chef de service : Rafaële GARCIA

11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16

Téléphone : 01 44 34 38 06

Direction de l'audiovisuel et de la création numérique

Directeur : Vincent LECLERCQ

Directeur adjoint : Valérie BOURGOIN

Service du soutien au documentaire

Chef de service : Claudine MANZANARES

3 rue Boissière – 75784 Paris Cedex 16

Téléphone : 01 44 34 34 45

Service du jeu vidéo et de la création numérique

Chef de service : Pauline AUGRAIN

11 rue Galilée – 75784 Paris Cedex 16

Téléphone : 01 44 34 34 07

Direction de l'innovation, de la vidéo et des industries techniques

Directeur : Raphaël KELLER

Service des industries techniques et de l'innovation

Chef de service : Baptiste HEYNEMANN

11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16

Téléphone : 01 44 34 35 34

Service de la vidéo physique et en ligne

Chef de service : Laëtitia FACON

11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16

Téléphone : 01 44 34 13 24

Direction de la création, des territoires et des publics

Directrice : Julien NEUTRES

Service de la création

Chef de service : Valentine ROULET
11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16
Téléphone : 01 44 34 34 57

Département Court métrage

Chef du département : Morad KERTOBI
11 rue Galilée – 75784 Paris cedex 16
Téléphone : 01 44 34 36 66


Direction des affaires européennes et internationales

Directeur : Pierre-Emmanuel LECERF

Directeur adjoint : Michel PLAZANET

Département exportation

Catherine JOUEN
3 rue Boissière – 75784 Paris Cedex 16
Téléphone : 01 44 34 38 16



les études du CNC
Le marché
du documentaire
en 2015

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
despro@cnc.fr

édité par la direction
de la communication
conception graphique
couverture : c-album
juin 2016

