



BILAN 2025

ÉDITORIAL

3

1. CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

- 1.1 Les dépenses en programmes audiovisuels et l'équipement des Français 5
- 1.2 Les usages audiovisuels des Français 11

2. CINÉMA

- 2.1 La fréquentation des films en salles 19
- 2.2 La distribution 47
- 2.3 Le public du cinéma 64
- 2.4 L'exploitation 78
- 2.5 La production cinématographique 90

3. AUDIOVISUEL

- 3.1 L'audience de la télévision 111
- 3.2 Les films à la télévision 119
- 3.3 Les fictions à la télévision 133
- 3.4 La production audiovisuelle aidée 141
- 3.5 Les industries techniques 154

4. VIDÉO

- 4.1 Le marché de la vidéo 164
- 4.2 La vidéo physique 167
- 4.3 La vidéo à la demande (VàD payante) 175
- 4.4 La vidéo gratuite 190

5. JEU VIDÉO

- 5.1 Le marché du jeu vidéo 200
- 5.2 Le public du jeu vidéo 215

6. INTERNATIONAL

- 6.1 Les flux financiers en provenance de l'étranger 226
- 6.2 L'attractivité 230
- 6.3 L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques 235
- 6.4 Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger 246
- 6.5 Le cinéma dans le monde 253

7. ACTION PUBLIQUE

- 7.1 Les financements publics 268
- 7.2 L'égalité femmes / hommes 297
- 7.3 L'emploi 314
- 7.4 La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel 327

Éditorial

2025 restera une année contrastée – une année qui a mis notre modèle à l'épreuve mais qui en a aussi confirmé la solidité.

Côté cinéma, la fréquentation a reculé : 156,2 millions d'entrées, soit une baisse de 14 % par rapport à 2024. Le manque de grands films fédérateurs s'est clairement fait sentir. Mais ces chiffres ne doivent pas masquer l'essentiel : la part de marché du cinéma français reste très élevée à 37,9 %, bien au-dessus de son niveau d'avant crise. L'Art et Essai affiche sa deuxième meilleure performance depuis 2005 et les premières œuvres singulières ont su trouver leur public. Le réseau de salles, lui, continue de s'étoffer : 6 401 écrans actifs, 37 nouvelles ouvertures. Ce tissu unique n'a d'équivalent nulle part ailleurs en Europe.

L'audiovisuel confirme sa puissance : 98 des 100 meilleures audiences de fiction sont françaises et les investissements dans la production audiovisuelle aidée atteignent 1,9 milliard d'euros.

Nos œuvres continuent de séduire bien au-delà de nos frontières : 42,5 millions d'entrées pour les films français à l'étranger et une fiction qui reste le premier genre exporté avec 75,2 millions d'euros de ventes.

Au-delà des œuvres, ce que le CNC soutient, c'est une industrie qui emploie 260 000 personnes – dans la production, la distribution, l'exploitation, l'animation, le jeu vidéo –, une industrie ancrée dans nos régions, créatrice d'emplois qualifiés, porteuse de savoir-faire reconnus dans le monde entier. La filière de l'image animée dans son ensemble affiche de solides performances : la vidéo à la demande dépasse 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires, le jeu vidéo pèse 5,9 milliards, les industries techniques représentent 1,3 milliard.

C'est cette puissance industrielle qui fait de la France un acteur incontournable sur la scène internationale. Et 2025 l'a une nouvelle fois démontré. *Flow* a remporté l'Oscar du meilleur film d'animation – un exploit pour une coproduction européenne. Et sur les 86 films en lice pour l'Oscar du meilleur film international en 2026, un tiers étaient des coproductions françaises, dont les cinq finalistes soutenus par le CNC. La France est devenue le premier hub mondial de coproduction et un partenaire de confiance pour les cinéastes du monde entier.

Ces résultats sont d'autant plus précieux qu'ils s'inscrivent dans un contexte difficile. La bataille pour l'attention s'intensifie : les plateformes sociales et gratuites captent une part croissante des audiences, en particulier chez les jeunes. Les équilibres géopolitiques se reconfigurent brutalement. Notre modèle de financement a fait l'objet, pour la première fois depuis longtemps, d'attaques frontales

qui ont partiellement porté leurs fruits. Face à tout cela, nous devons tenir bon et convaincre.

Car ce que montre l'année 2025, c'est que notre modèle fonctionne, même dans l'adversité. La création française résiste, s'adapte, rayonne. Elle le fait parce qu'un système vertueux, patiemment construit depuis 80 ans, lui en donne les moyens. Renoncer à ce modèle aujourd'hui, alors que d'autres investissent massivement pour imposer leurs récits et capter la valeur mondiale de l'image animée, serait un désarmement unilatéral.

Ce bilan est celui d'une année exigeante – et d'une filière qui mérite d'être défendue avec la même exigence.

Gaëtan Bruel,
Président du CNC



chapitre un

CONSOMMATION DES MÉNAGES DANS LA FILIÈRE

1.1

Les dépenses en programmes audiovisuels et l'équipement des Français

En 2025 :

11,6 Md€ de dépenses des ménages en programmes audiovisuels et jeux vidéos
(+1,9 % par rapport à 2024)



33,0 %

télévision payante



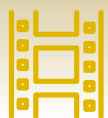
32,0 %

jeu vidéo



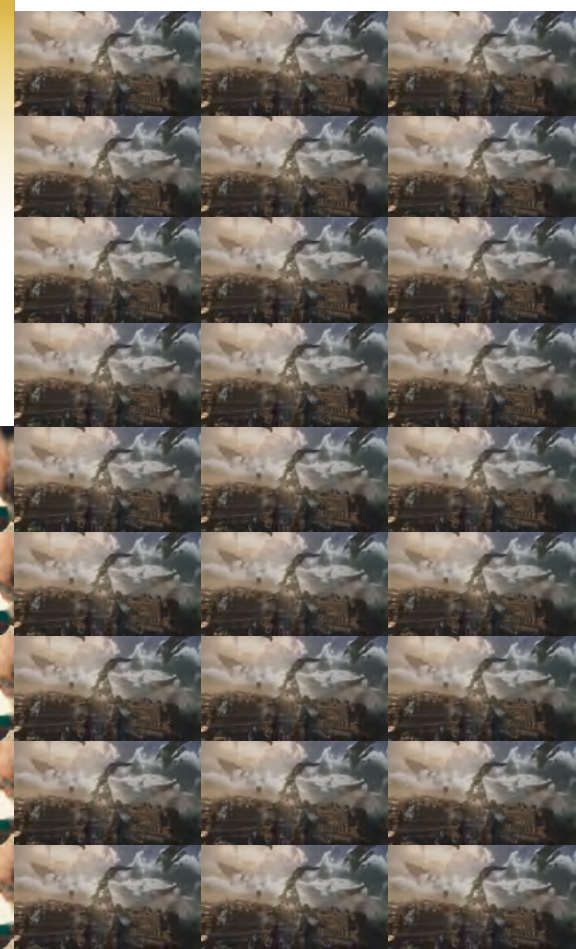
25,0 %

vidéo



10,0 %

cinéma



Les dépenses en programmes audiovisuels des Français

Les dépenses des Français en programmes audiovisuels de nouveau en croissance

En 2025, les dépenses des ménages en programmes audiovisuels (hors matériel) progressent de 1,9 % par rapport à 2024, à 11,6 Md€ (toutes taxes comprises). Les dépenses pour la télévision sont en hausse de 3,5 % à 3 817,0 M€. Pour rappel, la contribution à l'audiovisuel public a été supprimée en 2022 pour tous les contribuables et a été compensée par l'affectation d'une fraction de la TVA au financement de l'audiovisuel public. En 2025, et pour la quatrième année consécutive, les dépenses pour la télévision ne concernent donc que les abonnements TV. Les dépenses en vidéo augmentent à 2 899,1 M€ (+7,1 % par rapport à 2024), portées par la vidéo à la demande ; les dépenses en jeu vidéo progressent de 2,3 % à 3 708,5 M€. À l'inverse, les dépenses pour le cinéma reculent de 14,1 % à 1 158,1 M€.

En 2025, chaque foyer français (29,9 millions en 2025, contre 29,7 millions en 2024) dépense, en moyenne, 387 € en programmes audiovisuels (+1,2 % par rapport à 2024). Les dépenses consacrées à la télévision représentent, en moyenne, 124 € par foyer (+2,8 %), contre 123 € pour le jeu vidéo (+1,6 %). Par ailleurs, chaque foyer français dépense, en moyenne, 97 € pour la vidéo (+6,4 %) et 39 € pour le cinéma (-14,7 %).

Dépenses en programmes audiovisuels des Français¹ (M€)

	2021	2022	2023	2024³	2025
cinéma	672,6	1 094,7	1 334,3	1 348,3	1 158,1
télévision	5 940,8	3 512,1	3 742,2	3 687,4	3 817,0
abonnements TV	3 604,9	3 512,1	3 742,2	3 687,4	3 817,0
contribution audiovisuel public²	2 335,9	-	-	-	-
vidéo	2 149,3	2 314,7	2 454,9	2 707,3	2 899,1
vidéo à la demande⁴	1 903,8	2 079,8	2 257,1	2 525,4	2 746,3
vidéo physique	245,5	234,9	197,9	181,9	152,8
jeu vidéo	3 406,8	3 521,0	3 731,8	3 625,1	3 708,5
jeu vidéo dématérialisé	2 801,4	2 896,0	3 116,0	3 172,3	3 310,0
jeu vidéo physique	605,4	625,0	615,8	452,8	398,5
total	12 169,4	10 442,5	11 263,2	11 368,1	11 582,7
total hors contribution audiovisuel public	9 833,5	10 442,5	11 263,2	11 368,1	11 582,7

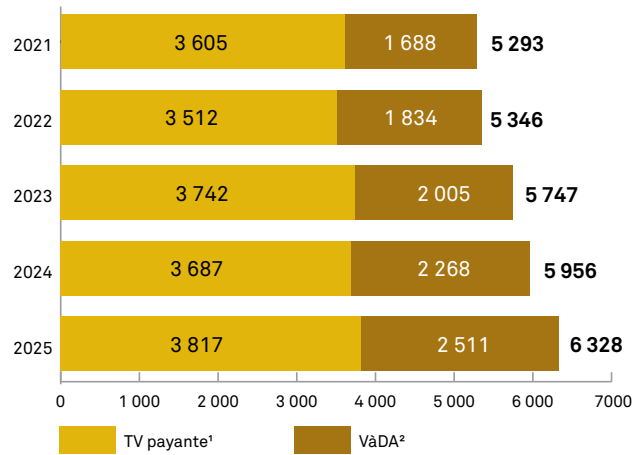
¹ Estimation hors matériel, dépenses toutes taxes comprises (TTC).
² Part télévisuelle, hors audiovisuel extérieur.
³ Données mises à jour.
⁴ Inclut la vidéo à la demande transactionnelle (location + achat) et la vidéo à la demande par abonnement.
Sources : CNC, AQA, GfK, SELL.

Les programmes dématérialisés représentent plus de la moitié des dépenses totales

En 2025, la télévision demeure le premier poste de dépenses des foyers français en programmes audiovisuels pour la troisième année consécutive (33,0 % des dépenses, +0,5 point), juste devant les jeux vidéo (32,0 %, +0,1 point). La part des dépenses pour la vidéo atteint 25,0 %, en hausse par rapport à 2024 (+1,2 point), dont 23,7 % pour la vidéo à la demande (+1,5 point) qui porte par ailleurs cette croissance, et 1,3 % pour la vidéo physique (-0,3 point). La part des dépenses consacrée au cinéma recule à 10,0 % en 2025 (-1,9 point).

Les dépenses en programmes dématérialisés (vidéo à la demande et jeu vidéo dématérialisé) progressent de 6,3 % en 2025, à 6,1 Md€. Elles représentent plus de la moitié des dépenses totales des foyers français en programmes audiovisuels pour la deuxième année consécutive (52,3 %, contre 50,1 % en 2024).

Dépenses totales des Français pour la télévision payante et la VàDA² (M€)



¹ Données mises à jour
² Vidéo à la demande par abonnement.
Source : CNC.

Les dépenses pour le cinéma en salles en net recul

En 2025, la consommation cinématographique des foyers français (France hexagonale) s'établit à 1 158,1 M€, en fort recul par rapport à 2024 (-14,1 %). Elle reste en baisse de 16,6 % par rapport au niveau d'avant crise (1 388,7 M€ en moyenne entre 2017 et 2019). En 2025, le nombre d'entrées en salles s'établit à 156,2 millions (-14,0 % par rapport à 2024) et le prix moyen de la place de cinéma s'élève à 7,42 € (-0,1 %). Les dépenses pour le cinéma en salles correspondent, en moyenne, à 5,22 entrées par foyer (6,11 en 2024) et à 2,32 entrées par habitant (2,70 en 2024).

La VàDA porte l'augmentation des dépenses en abonnements audiovisuels

En incluant la vidéo à la demande par abonnement, les dépenses des ménages en matière d'abonnements audiovisuels progresse, à 6 328,0 M€ (+6,3 % par rapport à 2024). Cette hausse est portée par les dépenses d'abonnement à des services de vidéo à la demande (VàDA), qui s'élèvent à 2 511,0 M€ (+10,7 % par rapport à 2024). La croissance de la VàDA provient notamment en 2025 de la généralisation des offres avec publicité et des nouvelles hausses tarifaires. Selon NPA / Harris Interactive, en moyenne, les Français de 15 ans et plus utilisent 2,1 services de VàDA (1,8 en 2021). Les dépenses des ménages en matière de télévision payante progressent de 3,5 % en 2025 à 3 817,0 M€. Ces dépenses n'intègrent pas les revenus de l'accès aux services de base de télévision par ADSL/fibre. Selon l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (Arcep), au quatrième trimestre 2025, les trois quarts des abonnements internet à haut et très haut débit (76,9 %, +0,3 point en un an) disposent également d'un abonnement au service audiovisuel du fournisseur d'accès internet. Cela représente 25,4 millions d'abonnements, un chiffre en hausse de 1,6 % par rapport à 2024.

Hausse des dépenses pour la vidéo et le jeu vidéo

En 2025, le marché de la vidéo (physique et dématérialisée) progresse de 7,1 % par rapport à 2024, à 2 899,1 M€. Le marché de la vidéo à la demande (transactionnelle et par abonnement) est estimé à 2 746,3 M€. En hausse de 8,7 % par rapport à 2024, il est porté par la croissance des services par abonnement, qui captent 91,4 % des dépenses en vidéo à la demande. Le marché de la vidéo à la demande par abonnement progresse ainsi de 10,7 % à 2 511,0 M€, tandis que celui de la vidéo à la demande transactionnelle (achat ou location) recule de 8,5 % à 235,3 M€. Le marché de la vidéo physique poursuit son recul, à 152,8 M€ (-16,0 % par rapport à 2024).

Après une année 2024 en baisse, les dépenses des ménages pour le jeu vidéo (physique et dématérialisé) repartent à la hausse à 3 708,5 M€ (+2,3 %), à un deuxième plus haut niveau. Les dépenses en jeux vidéo physiques baissent fortement, à 398,5 M€ (-12,0 %), alors que les dépenses en jeux vidéo dématérialisés progressent de 4,3 % à 3 310,0 M€. Ce segment reflète la dynamique des jeux mobiles (sur smartphones, tablettes, télévision en ligne). Avec des dépenses estimées à 1 792,0 M€ (+10,8 %), ces jeux représentent 54,1 % des dépenses en jeux dématérialisés et 48,3 % des dépenses totales en jeux vidéo (hors matériel).

L'équipement audiovisuel des Français

En 2025, selon GfK, les foyers français ont dépensé 15,3 Md€ en équipements audiovisuels (téléviseurs, lecteurs DVD ou Blu-ray, consoles de jeu, smartphones, ordinateurs, tablettes et passerelles multimédia), un montant stable par rapport à 2024 (-0,1 %).

9 foyers sur 10 équipés d'un téléviseur, un équipement de plus en plus connecté et de qualité

Au deuxième semestre 2025, selon l'Arcom (Autorité de régulation de la communication audiovisuelle et numérique), chaque foyer est équipé en moyenne de 5,8 écrans (en prenant en compte les téléviseurs, ordinateurs, tablettes et smartphones), un chiffre stable par rapport à 2024 (5,7) et en légère progression sur dix ans (5,5 écrans en moyenne en 2016).

Selon GfK, la proportion de foyers équipés d'au moins un écran de télévision s'établit à 91,8 %, une part stable sur un an et en baisse de 3,1 points par rapport à 2016. En 2025, les ventes de téléviseurs en France reculent à 3,8 millions d'unités, soit -3,1 % par rapport à 2024 (3,9 millions d'unités), le plus bas niveau des 15 dernières années. Le taux d'équipement en écran 4K poursuit sa croissance à un rythme comparable aux années précédentes : 65,4 % des foyers français en sont équipés en 2025, contre 61,0 % en 2024 (+4,5 points), une part qui a dépassé les 50 % en 2022 (50,3 %).

68,0 % des foyers sont équipés d'une Smart TV en 2025, en hausse de 5,8 points sur un an.

En 2025, 68,0 % des foyers sont équipés d'une Smart TV, soit une progression de 5,8 points sur un an. Avec 727 000 unités vendues en 2025, les ventes de passerelles multi-média (boîtier ou clé OTT) baissent pour la quatrième année consécutive (-26,2 % par rapport à 2024). Les réseaux filaires (ADSL, fibre, câble) constituent depuis 2017 le premier mode de réception de la télévision en France. Selon l'Arcom, au deuxième semestre 2025, 74,0 % des foyers français équipés d'un téléviseur reçoivent la télévision par l'ADSL, la fibre ou le câble (+1,4 point par rapport au deuxième semestre 2024), 34,7 % par la TNT (-2,4 points) et 10,4 % par le satellite (-0,5 point).

Moins d'un quart des foyers équipés d'un lecteur de DVD / Blu-ray

En 2025, le volume des ventes de lecteurs de vidéos (lecteurs de DVD ou Blu-ray) atteint un nouveau point bas. Avec 275 000 unités vendues tous produits confondus, il diminue de 10,8 % par rapport à 2024. Les ventes de lecteurs de DVD baissent à 169 000 unités (-5,6 %), celles de lecteurs de Blu-ray à 86 000 unités (-18,6 %) et celles de lecteurs portables à 20 000 unités (-14,9 %). La part des foyers français équipés en lecteur DVD continue de reculer : en 2025, moins d'un foyer sur quatre dispose d'un tel équipement (22,3%, soit -3,3 points par rapport à 2024).

L'équipement en home cinéma reste très marginal (2,9 %, contre 3,0 % en 2024).

Equipement audiovisuel des foyers français

	millions de foyers équipés					% des foyers				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
téléviseur	27,0	26,9	27,1	27,3	27,4	93,0	92,6	92,1	91,8	91,8
Smart TV	13,2	14,9	17,2	18,5	20,3	45,5	51,1	58,5	62,2	68,0
lecteur de vidéodisques	11,6	10,2	8,6	7,6	6,7	40,1	34,9	29,1	25,6	22,3
dont lecteur de Blu-ray	7,1	6,3	6,3	6,4	6,4	24,6	21,8	21,5	21,4	21,4
home cinema	1,7	1,4	1,0	0,9	0,9	6,0	4,8	3,5	3,0	2,9
ordinateur	22,1	22,2	22,4	22,6	22,8	76,2	76,2	76,1	76,0	76,1
console de jeux	15,4	15,5	15,8	16,1	16,2	53,1	53,2	53,7	54,1	54,3
tablette	12,6	12,5	12,4	12,5	12,4	43,6	43,0	42,2	42,0	41,5
smartphone¹	24,8	25,2	25,6	25,9	26,2	85,6	86,5	87,0	87,3	87,5

¹ % des individus de 11 ans et plus.
Source : GfK - Référence des équipements connectés.

Croissance sensible du taux d'équipement en smartphone 5G

En 2025, 87,5 % des individus de 11 ans et plus sont équipés d'un smartphone (+0,2 point sur un an) et 46,7 % possèdent un smartphone 5G (+8,8 points). En 2025, le volume des ventes recule de nouveau. Il demeure toutefois le produit audiovisuel le plus vendu (14,0 millions d'unités vendues en 2025, contre 14,9 millions en 2024 et 18,2 millions en 2020). En parallèle, le volume de ventes de smartphones reconditionnés progresse à 3,2 millions d'unités (+10,3 % par rapport à 2024).

Les tablettes équipent 41,5 % des foyers français en 2025 (-0,5 point par rapport à 2024). Les ventes de tablettes progressent néanmoins pour la troisième année consécutive, à 2,9 millions d'unités en 2025 (+9,6 % par rapport à 2024), potentiellement portées par les évolutions technologiques proposées par les nouveaux modèles.

Le taux d'équipement des foyers français en ordinateurs est stable, à 76,1 % (76,0 % en 2024), pour un volume de ventes qui progresse très légèrement à 3,0 millions d'unités (+1,5 %).

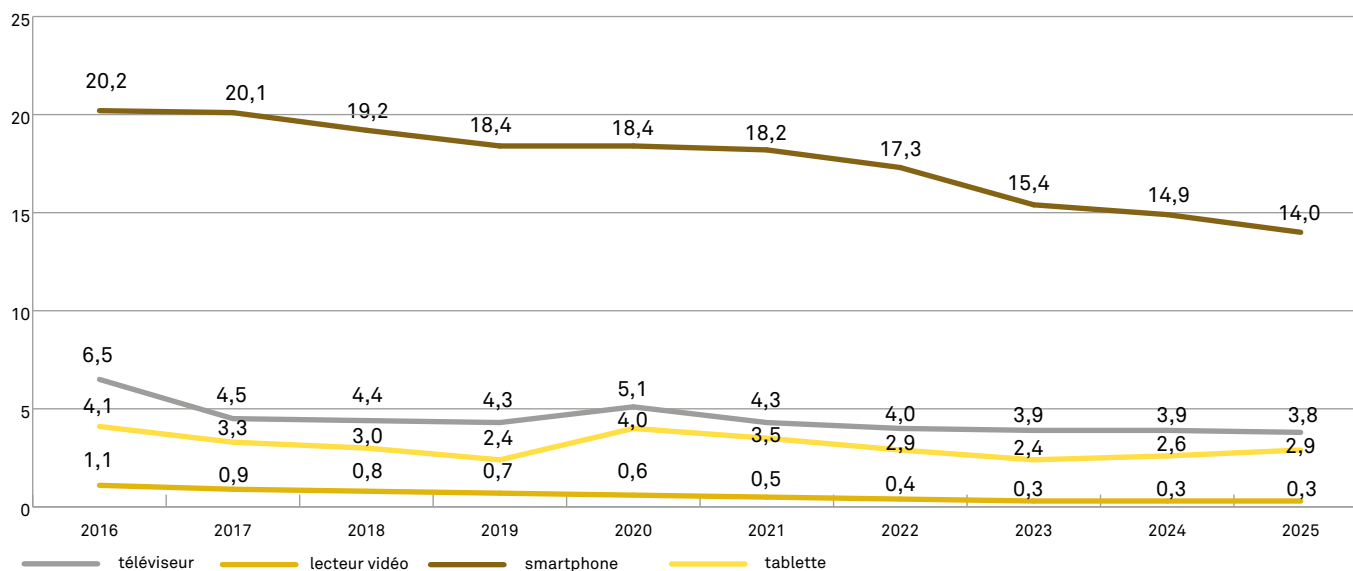
Le taux d'équipement des foyers français en consoles de jeux (tous types confondus) est également stable, à 54,3 % (+0,2 point). Il s'élève à 51,3 % pour les consoles de salon (+0,2 point) et 11,6 % pour les consoles portables (-0,1 point). Après un pic en 2023, porté par le succès de la PS5, le volume des ventes de consoles de jeux (tous types confondus) baisse à nouveau en 2025, à 1,6 million d'unités vendues (-1,9 % par rapport à 2024).

Le recul des ventes sur plusieurs catégories d'équipements depuis 2015, en particulier les téléviseurs et les smartphones, est également à considérer au regard de la loi du 17 août 2015 en France sur la transition énergétique, qui fait de l'obsolescence programmée un délit. Par ailleurs, une loi de lutte contre le gaspillage et pour l'économie circulaire a rendu obligatoire pour un certain nombre de produits (dont les smartphones, ordinateurs

portables et téléviseurs) l'affichage d'un indice de réparabilité depuis le 1er janvier 2021, indice évaluant la facilité de réparation d'un produit en cas d'un dysfonctionnement survenu en dehors de la période de garantie légale.

Par ailleurs, le règlement européen (UE) 2019/2021 entré en vigueur fin 2019 prévoit pour certaines catégories de produits une obligation de mise à disposition de certaines pièces détachées pendant la durée de commercialisation et pendant une période minimale complémentaire après la date de mise sur le marché de la dernière unité du modèle du produit. Concernant les dispositifs d'affichage électroniques (y compris les téléviseurs) et les smartphones, cette durée a été fixée à 7 ans.

Ventes de matériels audiovisuels (millions d'unités)



Source : GfK.

54,3 % des foyers disposent d'au moins une console de jeux en 2025.

1.2

Les usages audiovisuels des Français

En 2025 :

4h14

de durée quotidienne de visionnage
de contenus vidéo
(-9 minutes par rapport à 2024)



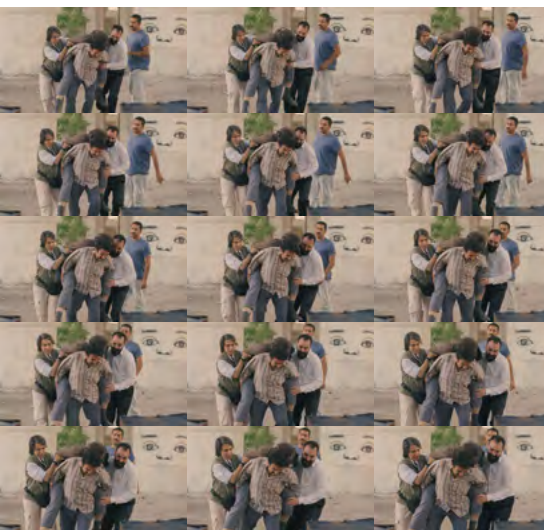
3h01

de temps passé quotidiennement
sur internet
(+21 minutes par rapport à 2024)



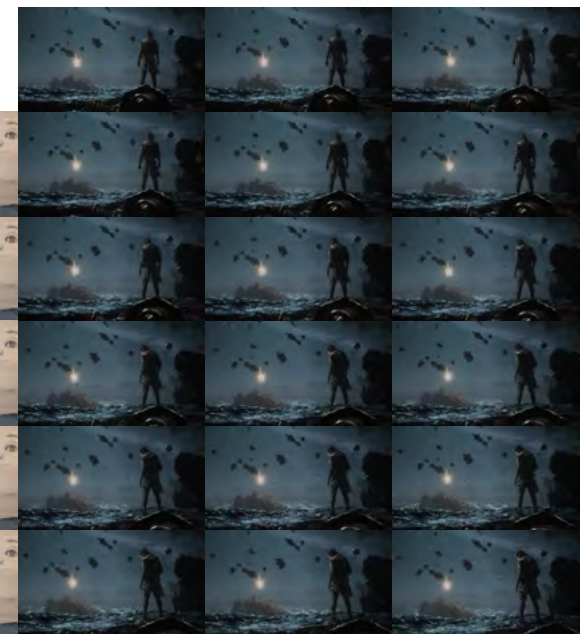
80,1 %

du temps internet sur téléphone
mobile
(+0,5 point par rapport à 2024)



87,1 %

de la consommation vidéo
des 18-24 ans délinéarisée
(-1,2 point par rapport à 2024)



Remarques méthodologiques

Le CNC a mis en place un suivi mensuel des usages des sites de partage de vidéos sur internet via un sondage en ligne réalisé par l'institut Vertigo auprès de 1 200 personnes âgées de 3 ans et plus.

L'analyse d'audience de ces réseaux sociaux numériques, et plus globalement des audiences Internet, s'appuie sur les données de l'outil Médiamétrie NetRatings, collectées auprès d'un panel de plus de 25 000 personnes âgées de 2 ans et plus dont tous les écrans du foyer sont équipés d'un logiciel de tracking, Netsight, pour la mesure des sites et des applications. Les réseaux sociaux du panel sont BeReal, Bluesky, Dailymotion, Deezer, Discord, Facebook, Instagram, LinkedIn, Messenger, Pinterest, Reddit, Skype, SnapChat, SoundCloud, Spotify, Telegram, TikTok, Tumblr, Twitch, WhatsApp, X (ex-Twitter) et YouTube.

Les données Ampere Analysis sont extraites d'une enquête menée deux fois par an (au premier trimestre et au troisième trimestre) sur 30 pays, auprès d'un panel de 2 000 personnes par pays, âgées de 18 à 64 ans, représentatif des foyers disposant d'internet.

Record historique du temps passé sur internet à plus de 3h par jour en moyenne

En 2025, selon Médiamétrie, 48,5 millions de Français, en moyenne, se sont rendus chaque jour sur internet, soit 75,5 % de la population. Un nombre d'internautes quotidiens qui poursuit sa progression : 886 000 internautes supplémentaires par rapport à 2024 (47,6 millions). Pour la première fois depuis la mesure, la durée quotidienne moyenne passée sur internet par les 2 ans et plus, tous écrans confondus (ordinateur, tablette et téléphone), dépasse les 3h. En 2025, les Français passent ainsi 3h01 par jour sur Internet, soit une hausse de 21 minutes par rapport à 2024. Ce temps passé progresse pour toutes les tranches d'âges et est largement plus important pour les 15-24 ans, à 4h53 par jour (+32 minutes en un an).

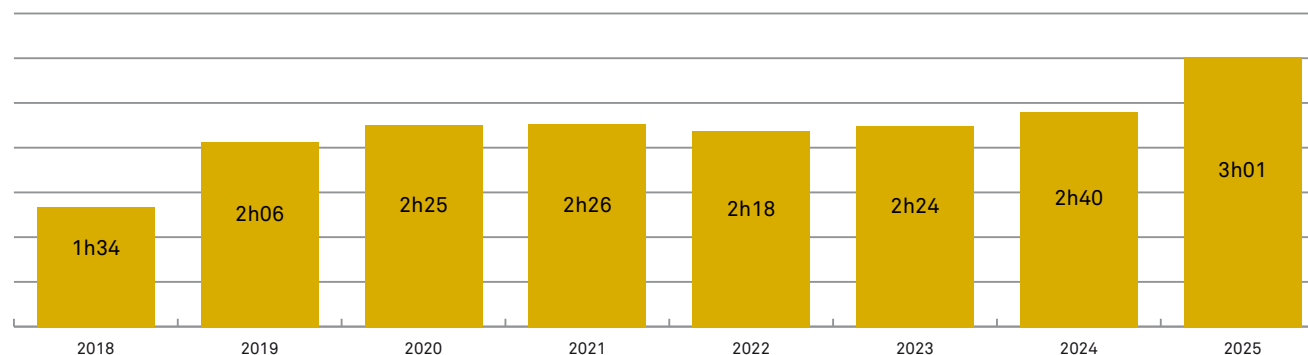
À l'exception des 50-64 ans dont la durée quotidienne moyenne passée sur internet baisse par rapport à 2020

(-7 minutes), toutes les tranches d'âges ont dépassé leur temps quotidien de l'année de crise sanitaire et de confinements : +31 minutes pour les 15-24 ans, +50 minutes pour les 25-49 ans et +28 minutes pour les 65 ans et plus.

Le téléphone mobile est, depuis 2019, le principal support de consommation d'internet. En 2025, il représente 80,1 % du temps passé par l'ensemble du public (+0,5 point par rapport à 2024). Des différences s'opèrent entre les tranches d'âges puisque ce support atteint 91,8 % chez les 15-24 ans. Les moins de 15 ans présentent une part plus importante du temps passé sur la tablette (14,1 % de leur consommation internet, contre 9,4 % de l'ensemble). À l'inverse, les 50 ans et plus se distinguent par leur plus forte utilisation de l'ordinateur pour se rendre sur internet (16,5 % du temps passé contre 10,5 % pour l'ensemble) bien que ces derniers s'emparent de plus en plus du téléphone mobile (68,6 %, +1,9 point en un an).

En 2025, les 15-24 ans passent près de 5 heures par jour en moyenne sur internet (+32 minutes par rapport à 2024).

Temps moyen quotidien passé sur internet



Base : Français de 2 ans et plus.

Source : Médiamétrie - Mediametrie//NetRatings-Audience Internet Global.

Une adoption rapide de l'intelligence artificielle (IA)

Cette année 2025 est marquée par l'essor de l'intelligence artificielle dans les usages : d'après Médiamétrie NetRatings, 28,1 millions d'internautes ont discuté avec une IA conversationnelle en décembre 2025, soit 43,7 % des Français. Une pratique qui s'est intensifiée tout au long de l'année puisqu'en décembre 2024 seulement 19,0 % de la population s'était rendu sur le site internet ou l'application d'une IA conversationnelle (12,2 millions d'internautes). Cette croissance se généralise auprès de toutes les tranches d'âges : 78,4 % des 15-24 ans en décembre 2025 (53,6 % en décembre 2024), 57,8 % des 25-49 ans (21,7 %), 40,2 % des 50-64 ans (14,2 %) et 24,2 % des 65 ans et plus (6,3 %).

Facebook, 1^{er} réseau social en termes de pénétration et TikTok, 1^{er} réseau social en temps passé

En 2025, 92,2 % des internautes, en moyenne, consultent, chaque jour, des réseaux sociaux ou des sites et applications de partage de vidéo (+0,7 point en un an) selon Médiamétrie. Les plateformes qui réunissent le plus d'internautes sont Facebook (65,7 % d'internautes quotidiens, +1,6 point par rapport à 2024), WhatsApp (63,1 %, +8,1 points), Instagram (49,3 %, +4,9 points), YouTube (41,3 %, +1,0 point), Snapchat (40,4 %, -2,4 points), Messenger (38,4 %, +6,3 points) et TikTok (21,3 %, -4,4 points). Bien qu'utilisé quotidiennement par moins d'un quart des internautes, et un taux de pénétration en recul, TikTok est le réseau social sur lequel ces derniers passent, en moyenne, le plus de temps chaque jour, soit 1h03 (+4 minutes par rapport à 2024). Il est suivi de Snapchat (56 minutes, +8 minutes) et de YouTube (42 minutes, +4 minutes).

Snapchat, Instagram et WhatsApp, sont les trois réseaux sociaux avec la plus forte pénétration quotidienne chez les 15-24 ans. Snapchat attire, en moyenne chaque jour, 87,4 % d'internautes de 15-24 ans (-1,4 point sur un an), Instagram 85,8 % (+4,6 points) et WhatsApp 64,3 % (+11,0 points). Outre la progression de WhatsApp auprès de cette tranche d'âge mais aussi auprès de l'ensemble de la population, la messagerie instantanée Messenger progresse également : +6,3 points en un an pour les 2 ans et plus à 38,4 % des internautes et +10,5 points pour les 15-24 ans à 40,8 %.

Auprès des 15-24 ans, Snapchat est le réseau social sur lequel les internautes passent le plus de temps (1h41 en moyenne par jour, +20 minutes par rapport à 2024), suivi de TikTok (1h15, +1 minute) et Instagram (1h02, +19 minutes). Snapchat occupe également la première place auprès des moins de 15 ans à 1h45 en moyenne par jour (+20 minutes) et double TikTok avec 1h08 (-20 minutes). Le réseau social chinois résiste néanmoins auprès des tranches d'âges plus âgées en se plaçant en première position en temps passé : 1h03 par jour en moyenne chez les 25-34 ans (+9 minutes sur un an), 53 minutes chez les 35-49 ans (+7 minutes) et 48 minutes chez les 50 ans et plus (+15 minutes).

Selon Vertigo, en 2025, 47,5 % des utilisateurs de sites de partage de vidéos et de réseaux sociaux s'y rendent au moins une fois par jour (stable par rapport à 2024). Cette fréquence est davantage marquée chez les 15-24 ans avec 67,5 % qui consultent ces plateformes quotidiennement et près d'un sur deux qui se connecte plusieurs fois par jour (48,1 %), des niveaux également stables sur un an. Les 25-34 ans se démarquent par la plus forte évolution sur un an puisque 61,3 % d'entre eux s'y rendent au moins une fois par jour en 2025 contre 56,4 % en 2024 (+4,9 points).

TikTok, 1^{er} réseau social en temps passé pour l'ensemble des internautes, Snapchat pour les moins de 25 ans.**4h14 de contenus vidéo en moyenne par jour**

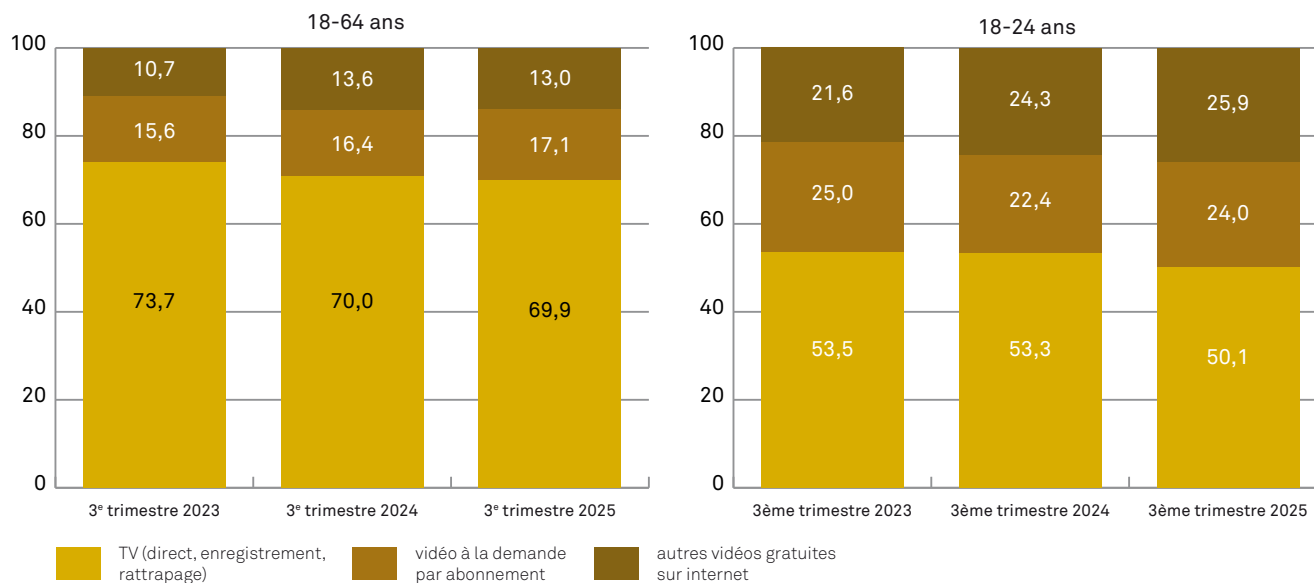
En 2025, selon Médiamétrie, les Français regardent, en moyenne, 4h14 de vidéo par jour quel que soit l'écran (-9 minutes par rapport à 2024). Cette durée englobe les programmes diffusés sur les chaînes de télévision, qu'ils soient regardés en direct ou en BVoD (Broadcaster Video on Demand, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande des groupes audiovisuels), ainsi que les contenus disponibles sur d'autres services de vidéo à la demande ou sur les réseaux sociaux. 60,6 % de ce temps de consommation concerne la télévision en direct contre 39,4 % pour la vidéo dite « à la carte » (+3,0 points sur un an) avec comme répartition 24,4 % du temps de visionnage consacré aux vidéos en ligne et 15,0 % en BVoD/VàDA.

87,1 % de la consommation vidéo des 18-24 ans est délinéarisée

Selon Ampere Analysis, en prenant en compte l'ensemble des services audiovisuels (chaînes de télévision, vidéo à la demande par abonnement, autres vidéos gratuites sur internet) sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone), les chaînes de télévision restent prépondérantes dans la consommation vidéo totale déclarée par les Français. Au troisième trimestre 2025, les chaînes de télévision (incluant la BVoD) représentent 69,9 % de la durée d'écoute totale de vidéos des 18-64 ans (-0,1 point en un an), contre 17,1 % pour la vidéo à la demande par abonnement (VàDA) (+0,7 point) et 13,0 % pour les autres vidéos gratuites sur internet (-0,6 point). Chez les 18-24 ans, la part de la télévision s'établit à 50,1 % (-3,2 points), contre 24,0 % pour la VàDA (+1,6 point) et 25,9 % pour les autres vidéos gratuites sur internet (+1,6 point).

La consommation à la demande, quel que soit le type de services (payant ou gratuit), représente au total 59,4 % de la consommation vidéo des 18-64 ans (-0,9 point en un an) et 87,1 % de celle des 18-24 ans (-1,2 point). Avec 40,6 % pour les 18-64 ans au troisième trimestre 2025, la consommation linéaire reste plus importante en France que dans les autres pays européens et aux États-Unis. En effet, elle représente 29,6 % de la consommation vidéo des 18-64 ans en Italie, 26,3 % en Allemagne, 23,4 % en Espagne, 17,2 % au Royaume-Uni et seulement 12,5 % aux États-Unis. Bien que minoritaire par rapport aux autres modes de consommation vidéo, et notamment à la demande, chez les 18-24 ans, la consommation linéaire est également plus importante chez les jeunes Français que chez certains de leurs voisins européens et les Américains de cette même tranche d'âge. Elle représente ainsi 12,9 % de la consommation vidéo des jeunes en France, contre 8,5 % en Allemagne, 6,7 % au Royaume-Uni et 4,3 % aux États-Unis. La consommation linéaire des 18-24 ans est proche de celle observée en Italie, à 12,8 % et inférieure à celle observée en Espagne, à 14,4 %.

Répartition du temps de visionnage vidéo en France selon le type de service et l'âge (%)¹



¹ Sur tous les écrans (téléviseur, ordinateur, tablette, téléphone).
Source : Ampere Analysis.

En France, les sites d'AVoD (LG Channels, Plex, Pluto TV, Rlaxx, Samsung TV Plus) captent 2,7 % du temps de visionnage vidéo des 18-64 ans au troisième trimestre 2025. Cette part est relativement proche de celle des Italiens (2,6 %), des Espagnols (2,8 %) et des Allemands (3,1 %). Néanmoins, le niveau observé en France est inférieur à celui du Royaume-Uni (4,1 %) mais aussi et surtout à celui des États-Unis (7,2 %).

L'AVoD est une pratique plus prononcée chez les 18-24 ans. En France, ces sites représentent 4,7 % de leur temps vidéo. De manière plus générale, au troisième trimestre 2025, 25,9 % du temps de visionnage vidéo des 18-24 ans concernent des vidéos gratuites (+1,6 point en un an) soit via des services d'AVoD, soit via des sites et applications de partages de vidéos (à respectivement 4,6 % et 21,3 %).

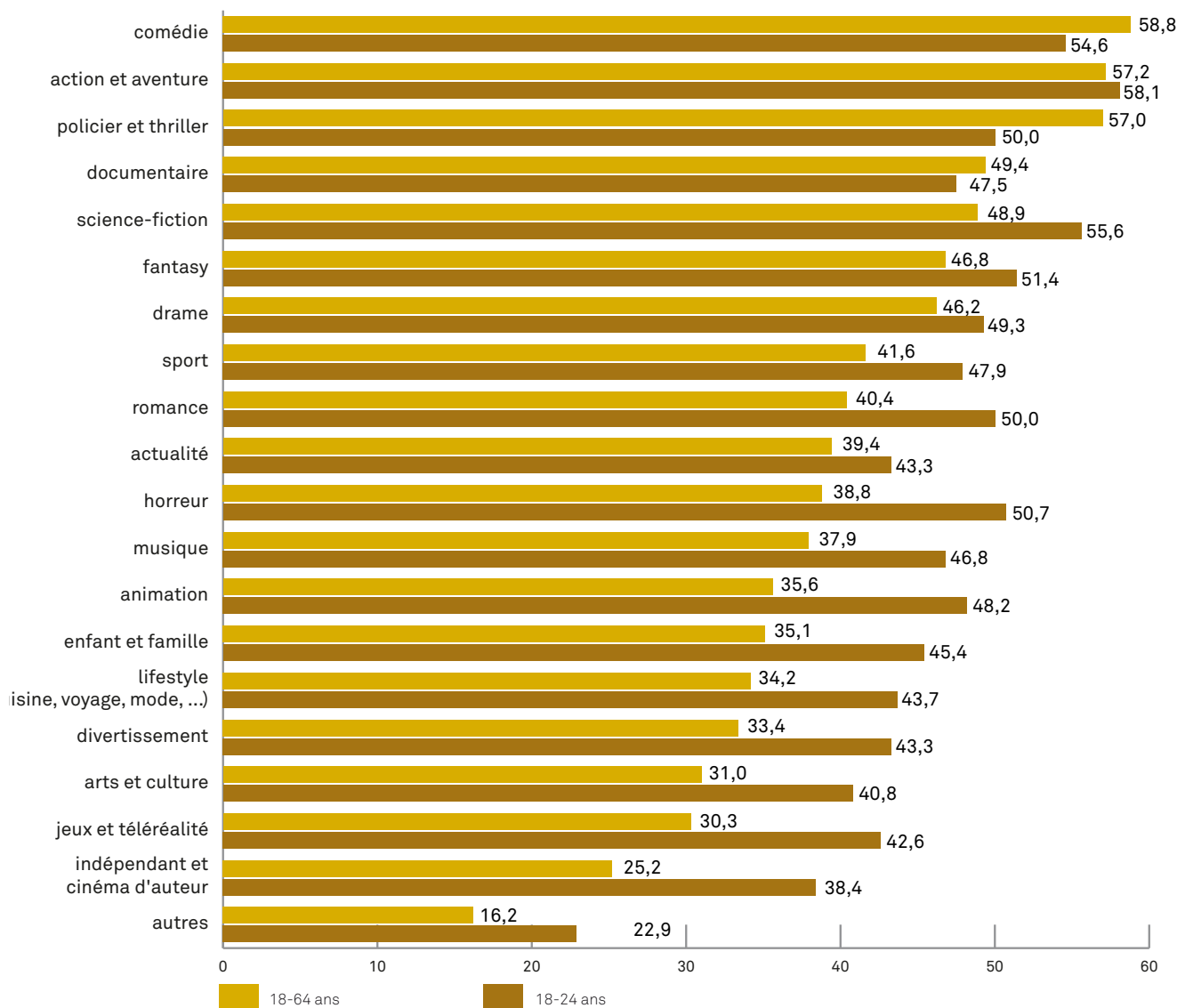
En 2025, un quart du temps de visionnage vidéo des jeunes de 18 à 24 ans se fait sur les services d'AVoD ou sur les sites de partage de vidéos (25,9 %).

Une préférence pour les films et séries comiques, policières et d'action

Selon une étude d'Ampere Analysis sur les films et séries, la comédie est, au troisième trimestre 2025, le genre le plus apprécié par les Français de 18 à 64 ans (58,8 %) suivi par l'action/aventure (57,2 %) et le policier/thriller (57,0 %). Des préférences stables sur un an, à l'exception du policier/thriller qui accuse une baisse de 2,8 points. La comédie, le policier/thriller et l'action/aventure sont également les trois genres les plus cités aux Etats-Unis et dans d'autres pays européens comme l'Allemagne, l'Espagne ou l'Italie. Les Britanniques se distinguent par leur préférence plus marquée pour le drame, qui arrive en troisième position à 55,2 % (46,2 % en France à la septième place).

Ces classements diffèrent chez les jeunes de 18 à 24 ans. En France, ils préfèrent, en premier lieu, l'action/aventure (58,1 %, +9,2 points par rapport au troisième trimestre 2024), suivi par la science-fiction (55,6 %, +1,8 point) et la comédie (54,6 %, -2,5 points). Les jeunes Français se démarquent de l'ensemble de la population par leur goût plus prononcé pour certains genres tels que l'horreur (50,7 % contre 38,8 % pour les 18-64 ans), l'animation (48,2 % contre 35,6 %) ou bien encore les jeux et la télé-réalité (42,6 % contre 30,3 %). Par rapport aux autres pays européens et aux Etats-Unis, les Français de 18 à 24 ans citent davantage le documentaire (47,5 % contre par exemple 41,0 % en Allemagne ou 38,2 % aux Etats-Unis), l'actualité (43,3 % contre moins de 40 % voire moins de 30 % pour les autres pays) ou bien encore le cinéma indépendant et d'auteurs (38,4 % contre 22,5 % au Royaume-Uni ou 25,3 % aux Etats-Unis). La comédie et le policier/thriller sont des genres largement cités par les 18-24 ans en France, mais ils le sont encore davantage en Espagne (respectivement 65,6 % et 60,6 % contre 54,6 % et 50,0 % pour les jeunes Français) et en Italie (56,3 % et 56,8 %). Enfin, la romance est souvent citée en France (50,0 %) comme en Espagne (55,5 %) et davantage qu'en Allemagne ou aux Etats-Unis (42,7 % pour les deux pays).

Types de contenus appréciés pour les films et les séries selon l'âge au troisième trimestre 2025 (%)



Source : Ampere Analysis.

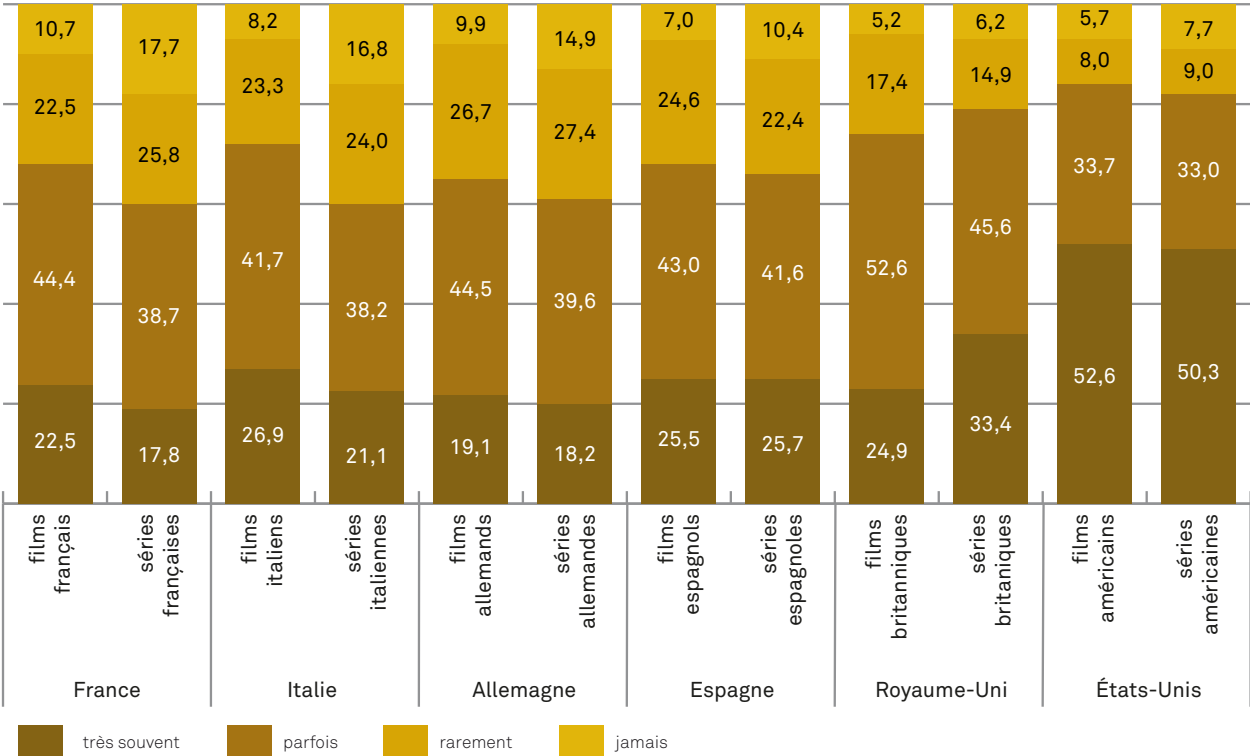
Plus de 60 % des 18-64 ans regardent régulièrement des séries ou des films français

Selon Ampere Analysis, au troisième trimestre 2025 en France, 66,9 % des 18-64 ans déclarent regarder parfois ou très souvent des films français (-1,0 point sur un an) et 56,5 % des séries françaises (-3,8 points). Ces proportions sont moindres chez les 18-24 ans mais en hausse par rapport au troisième trimestre 2024, à 59,9 % pour les films (+7,1 points) et stable à 50,0 % pour les séries. Les jeunes Français manifestent un intérêt plus prononcé que l'ensemble de la population pour les productions coréennes (39,8 % contre 27,8 % chez les 18-64 ans) et espagnoles (32,4 % contre 26,9 %). Ils se démarquent également par un visionnage plus important de productions étrangères sous-titrées : 53,2 % pour les films (39,3 % chez les 18-64 ans) et 47,9 % pour les séries (35,6 %).

Parmi les 18-64 ans, les utilisateurs de services de BVoD sont davantage enclins à regarder régulièrement des productions françaises : 75,5 % pour les films (stable sur un an) et 65,3 % pour les séries (-5,1 points). Une pratique nettement moins répandue chez les 18-64 ans qui ne regardent pas de contenus en linéaire, à respectivement 43,7 % (stable sur un an) et 35,4 % (-4,3 points).

La fréquence de visionnage de productions nationales est comparable chez les 18-64 ans français et chez leurs voisins européens tels que les Italiens (68,6 % regardent parfois ou très souvent des films locaux et 59,3 % des séries), les Allemands (63,5 % et 57,7 %) ou bien encore les Espagnols (68,5 % et 67,3 %). Ces proportions sont plus importantes au Royaume-Uni (77,4 % pour les films locaux et 78,9 % pour les séries) et encore davantage aux Etats-Unis (86,3 % et 83,3 %). A noter également que les productions américaines sont très appréciées dans les pays européens (entre 60,1 % et 72,8 % pour les films et 66,8 % et 72,9 % pour les séries).

Fréquence de visionnage de productions nationales par les 18-64 ans selon le pays au troisième trimestre 2025 (%)



Lecture : au troisième trimestre 2025, 22,5 % des Français interrogés ont déclaré regarder très souvent des films français.
Source : Ampere Analysis.

chapitre deux

CINÉMA



2.1

La fréquentation des films en salles

En 2025 :

156,2 millions d'entrées¹

(-14,0 % par rapport à 2024)

¹ Entrées payantes : long métrage + court métrage + hors film

² Calculé sur la fréquentation long métrage (entrées payantes)

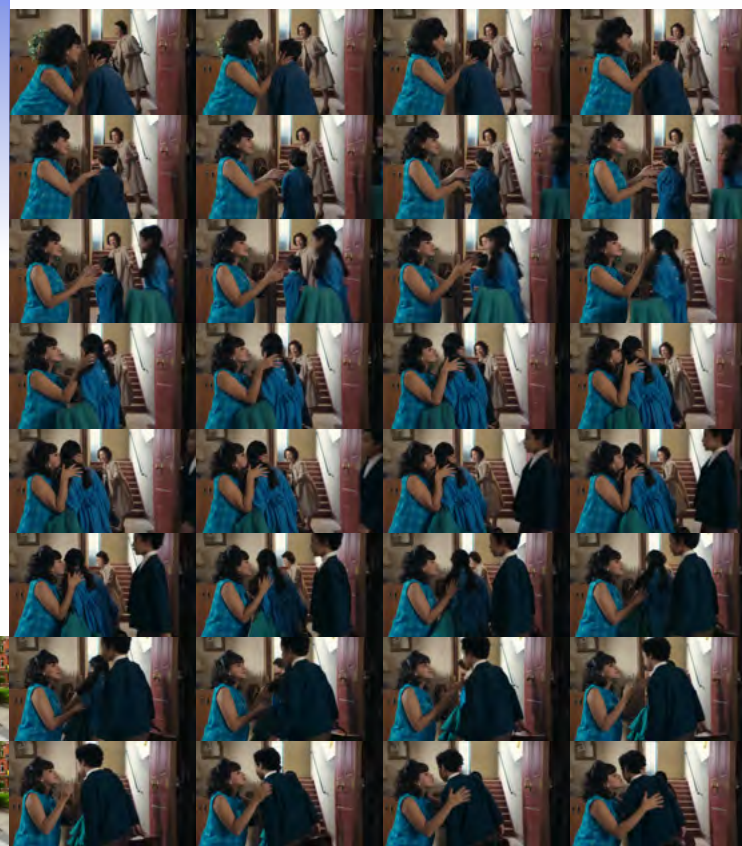


57,4 millions d'entrées
pour les films français
(-27,9 % par rapport à 2024),
soit une part de marché de 37,9 %²



52,9 millions d'entrées
pour les films américains
(-17,9 % par rapport à 2024),
soit une part de marché de 34,9 %²

3,4 millions d'entrées
dans les DROM
(-6,1 % par rapport à 2024),
soit une fréquentation France entière
à 159,6 millions d'entrées (-13,9 %)¹



Remarques méthodologiques

La fréquentation dans les salles de cinéma relève de la projection de films de long métrage, de films de court métrage et de programmes hors film (captations de spectacles, programmes audiovisuels, etc.). Certaines analyses sont présentées sur l'ensemble des programmes, d'autres uniquement sur le long métrage.

Les recettes s'entendent toutes taxes comprises (TTC). La recette moyenne par entrée (RME) résulte de la division des recettes aux guichets des salles par les entrées payantes déclarées par les exploitants. La RME tient compte à la fois des entrées payantes hors abonnements illimités et des entrées réalisées dans le cadre de ces abonnements, pour lesquelles les recettes sont valorisées conformément au prix de référence. Les entrées gratuites font l'objet d'une analyse à part.

Les données présentées ici portent essentiellement sur la France hexagonale. La fréquentation dans les DROM fait l'objet d'analyses spécifiques dans ce chapitre.

2025, une fréquentation en repli

Avec 156,2 millions de billets vendus en 2025 en France hexagonale, les entrées en salles baissent sensiblement par rapport à 2024 (-14,0 %) et représentent les ¾ de la fréquentation d'avant crise (207,9 millions par an en moyenne sur la période 2017-2019). Le nombre d'entrées enregistrées en 2025 est au plus bas depuis 1999 (153,6 millions), hors années de crise sanitaire et devant 2022 (148,5 millions).

En 2025, l'Allemagne est parmi les grands marchés européens celui qui enregistre l'écart de fréquentation le moins important par rapport à la période prépandémique (-20,4 %). Avec des entrées en recul de 14,0 % sur un an, la France creuse son écart par rapport à la moyenne 2017-2019 (-24,9 %). Le Royaume-Uni enregistre, quant à lui, un recul de 29,3 % par rapport à la période prépandémique, l'Italie, -30,6 % et l'Espagne, -34,2 %.

En 2025, les 23 cinémas des départements et régions d'Outre-mer (DROM) cumulent 3,4 millions d'entrées, en baisse par rapport à 2024 (-6,1 %), une baisse toutefois moins marquée que celle observée en France hexagonale (-14,0 %). La fréquentation dans les cinémas ultra-marins reste, en 2025, inférieure de 10,6 % au niveau d'avant crise (3,8 millions d'entrées en moyenne par an sur la période 2017-2019).

Au global, sur l'ensemble du territoire français, 159,6 millions d'entrées payantes ont été enregistrées aux guichets des salles de cinéma, en baisse de 13,9 % par rapport à 2024 et en retrait de 24,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019.

156,2 millions d'entrées en 2025 en France hexagonale (-14,0 % par rapport à 2024).

Des recettes en recul pour la première fois depuis la crise sanitaire

En 2025, la recette aux guichets des salles de cinéma diminue et atteint 1 158,1 M€ (-14,1 % par rapport à 2024), stoppant la dynamique observée depuis la sortie de crise et constituant le plus bas niveau depuis 2008 (1 142,9 M€), hors années de crise sanitaire et devant 2022 (1 094,7 M€).

Une recette moyenne par entrée stable, à un plus haut niveau historique

Par rapport à 2024, la baisse des recettes (-14,1 %) est tout juste supérieure à celle des entrées (-14,0 %). Par conséquent, la recette moyenne par entrée (RME) est stable et atteint 7,42 € TTC en 2025 (-0,1 %). Sur la période 2017-2019, la RME s'élevait à 6,68 €, en 2025, elle progresse de 11,1 %. En euros constants, soit en éliminant les effets de l'inflation et sur une base 100 en 2019, la RME diminue de 5,9 % sur une période (2019-2025) de forte inflation, à 16,0 %. Les cinémas n'ont donc que partiellement répercuté la hausse générale des prix sur leurs spectateurs.

En 2025, la stabilité de la RME cache des réalités bien différentes selon le type de films. Les films français et les films européens non français enregistrent une baisse de leur RME, de respectivement -4,0 % par rapport à 2024 à 6,75 € en 2025, repassant sous la barre des 7 € dépassée pour la première fois en 2024, et -2,3 % à 7,59 €. La RME des films américains progresse et repasse au-dessus des 8 € (niveau dépassé une première fois en 2023), à 8,11 € (+3,5 % par rapport à 2024), à son plus haut niveau historique. Les films américains dégagent une RME toujours plus élevée que les films français, avec une différence à nouveau supérieure à 1 € (1,35 € exactement), pour la troisième fois de la décennie (1,24 € en 2023 et 1,45 € en 2022). Cet écart résulte, en partie, de la sortie en salles de films en 3D, majoritairement américains (10 films sur les 16 sortis en 2025), mais également à la sortie en salles d'*Avatar : de feu et de cendres*, programmé en 3D mais également massivement dans les salles premium, dont la place est sur-tarifée. Par ailleurs, la RME des films non européens et non américains augmente de 5,6 % entre 2024 et 2025 à 7,65 €, un plus haut niveau historique.

En ce qui concerne les établissements, la RME est relativement stable quel que soit le type de cinémas. Au sein des multiplexes, elle recule légèrement à 8,34 €, soit -0,5 % par rapport à 2024 (7,94 € et -0,5 % pour les cinémas de 8 à 11 écrans et 8,60 € et -0,7 % pour les 12 écrans et plus). Pour les établissements plus petits, la RME est en légère progression pour les 4 et 5 écrans (+0,2 % à 6,58 €) et pour les 2 et 3 écrans (+0,4 % à 5,89 €) et en hausse légèrement plus prononcée pour les 6 et 7 écrans (+0,8 % à 7,23 €) et pour les mono-écrans (+1,0 % à 4,94 €).

La recette moyenne par entrée s'élève à 7,42 € TTC (-0,1 % par rapport à 2024).

À noter que sur 10 ans, les hausses sont nettement plus importantes pour les multiplexes (+18,8 %, dont +14,4 % pour les établissements de 8 à 11 écrans et +21,8 % pour ceux de 12 écrans et plus) que pour les autres établissements (de +3,3 % pour les mono-écrans à +10,8 % pour les cinémas de 6 et 7 écrans, +13,9 % tous cinémas confondus). Pour les films, la hausse sur 10 ans est plus prononcée pour les films non américains et non européens (+38,9 %) et pour les films américains (+20,4 %), reste élevée pour les films européens non français (+16,4 %) et est plus contenue pour les films français (+8,3 %).

Moins de 20 entrées par séance en moyenne, des performances en berne

En 2025, la programmation cinématographique progresse légèrement par rapport à 2024 (+0,7 % en nombre de séances), de retour au niveau de 2019 à 8,6 millions de séances. La baisse des entrées entraîne un recul sensible des performances par séance. Une séance enregistre, en moyenne, 18,1 entrées en 2025, contre 21,2 entrées en 2024 (-14,6 %), au deuxième plus bas niveau historique avec 2022 et devant 2020 (15,4). Le nombre moyen d'entrées par séance se maintenait au-dessus des 20 avant la crise sanitaire, dépassait régulièrement les 30 avant 2011 et y était systématiquement supérieur avant 2004.

Tous les types de programmes (long métrage, court métrage ou hors film) sont impactés : -14,9 % sur un an à 17,9 entrées par séance pour le long métrage, -14,9 % à 50,4 pour le hors film et -10,6 % à 24,4 pour le court métrage.

Le hors film, une baisse de la fréquentation en 2025 légèrement moins marquée

Le hors film (retransmissions d'opéras, spectacles, événements sportifs, conférences, etc.) occupe une place très marginale dans les salles de cinéma : 0,1 % des séances, 0,4 % des entrées et 1,0 % des recettes totales en 2025. Ce segment totalise 0,6 million d'entrées (-9,0 % par rapport à 2024) et 11,7 M€ de recettes guichets (-9,0 %).

Le hors film est encore loin de son niveau d'avant crise, les entrées restant inférieures de 28,6 % à la moyenne 2017-2019 (0,9 million). Les recettes, elles, s'en rapprochent davantage (-14,1 %). La recette moyenne TTC par entrée du hors film est totalement stable en 2025, à 18,92 €, se maintenant à son plus haut niveau historique. En 2025, les trois meilleures performances sont réalisées par : *Ferrari Tsamère Lecaplain le trio en direct au cinéma* (captation du spectacle des trois humoristes au Zénith de Paris - 119 600 entrées), *Jul le concert du stade de France* au cinéma (captation du concert du chanteur au stade de France - 66 900 entrées) et *On en parle, Patrick Bruel : le concert au cinéma* (captation du dernier concert du chanteur au Zénith de Toulouse - 39 700 entrées). À noter que le premier programme hors film de 2024, *Mylène Farmer Nevermore le film*, enregistrait 202 600 entrées. En 2025, plus de 40 % des entrées du hors film sont assurées par la retransmission de concerts, à 42,1 % (51,3 % en 2024), au plus bas depuis la crise sanitaire.

Fréquentation des salles de cinéma¹

	entrées (millions)		recettes guichets² (M€)		recette moyenne par entrée² (€)		séances (millions)	
	ensemble³	dont long métrage	ensemble³	dont long métrage	ensemble³	dont long métrage	ensemble³	dont long métrage
2016	213,2	209,7	1 388,4	1 366,4	6,51	6,52	8,0	7,9
2017	209,4	205,9	1 380,6	1 357,9	6,59	6,60	8,2	8,1
2018	201,2	197,2	1 336,9	1 310,7	6,64	6,65	8,5	8,3
2019	213,2	209,4	1 448,7	1 422,7	6,79	6,80	8,6	8,5
2020	65,3	63,8	432,8	424,0	6,63	6,65	4,2	4,2
2021	95,5	93,7	672,6	663,8	7,04	7,08	5,0	5,0
2022	152,1	148,5	1 094,7	1 074,8	7,20	7,24	8,4	8,3
2023	180,5	176,5	1 334,3	1 311,9	7,39	7,43	8,3	8,2
2024	181,6	177,6	1 348,3	1 322,1	7,42	7,44	8,6	8,4
2025	156,2	151,5	1 158,1	1 130,1	7,42	7,46	8,6	8,5

¹ Données provisoires pour 2025.
² Recettes toutes taxes comprises (TTC).
³ Ensemble des programmes : long métrage + court métrage + hors film.
Source : CNC

À l'inverse, le spectacle vivant, 2° genre en termes d'entrées, en totalise 24,5 %, au plus haut de la décennie (12,2 % en 2024). L'opéra est le 3° genre avec 18,8 % de la fréquentation, relativement stable par rapport à 2024 (18,2 %).

Une fréquentation à son plus haut niveau historique pour le court métrage

Les programmes composés exclusivement de courts métrages occupent 1,9 % des séances en 2025, plus haut niveau historique. Ils cumulent 4,0 millions d'entrées (+20,3 % par rapport à 2024) et 16,2 M€ de recettes (+22,6 %), aux plus hauts niveaux historiques. La recette moyenne TTC par entrée des programmes de courts métrages continue de progresser et repasse la barre des 4 €, à 4,06 € en 2025 (+1,7 % par rapport à 2024), au deuxième plus haut niveau historique derrière 2018 (4,11 €).

Le long métrage, moins de 98 % des recettes pour la première fois

8,5 millions de séances de long métrage ont été organisées en 2025 (8,4 millions en 2024, soit +0,2 %). Ces longs métrages génèrent 151,5 millions d'entrées (-14,7 % par rapport à 2024) et 1 130,1 M€ de recettes (-14,5 %). Pour la quatrième année consécutive, les longs métrages totalisent moins de 98 % des entrées (97,0 %, contre 97,8 % en 2024), au plus bas niveau historique. Ils représentent 97,6 % des recettes totales (98,1 % en 2024), également au plus bas niveau historique et pour la première fois sous les 98 %. En 2025, la recette moyenne TTC par entrée des films de long métrage est relativement stable à 7,46 € (7,44 € en 2024, soit +0,2 %).

Une part de marché des films français en recul mais qui reste supérieure au niveau de 2019

Dans un contexte de fréquentation cinématographique en recul pour le long métrage (-14,7 % par rapport à 2024), les films français enregistrent une baisse nettement plus importante de leurs entrées en salles après avoir atteint un niveau exceptionnel en 2024 : -27,9 %, à 57,4 millions d'entrées en 2025, à son plus bas niveau depuis 2000 (47,2 millions d'entrées), hors années de crise sanitaire. La baisse est exclusivement portée par les films 100 % français qui totalisent 40,3 millions d'entrées, soit -38,6 % par rapport à 2024, en lien avec les très belles performances en salles en 2024 de trois films, *Un p'tit truc en plus* (1^{er} au classement des films avec 10,72 millions d'entrées), *Le Comte de Monte-Cristo* (2^e avec 9,39 millions) et *L'Amour ouf* (5^e avec 4,83 millions), succès qui ne se retrouvent pas en 2025. Le premier film français est 5^e, *God save the Tuche*, et réunit 3,00 millions d'entrées. À noter la fréquentation en hausse pour les films majoritairement français (+14,7 % à 10,7 millions d'entrées), notamment grâce au succès en salles de *Ma mère, Dieu et Sylvie Vartan* (coproduction franco-canadienne, 18^e avec 1,51 million d'entrées), et pour les films minoritairement français (+40,5 % à 6,4 millions) qui enregistrent un plus haut niveau depuis 2016 (7,7 millions),

résultat entre autres des belles performances de *Hopper et le secret de la marmotte* (coproduction belgo-française, 43^e avec 0,82 million d'entrées).

La part de marché des films français diminue de 6,9 points, à 37,9 % en 2025, repassant pour la première fois sous la barre des 40 % depuis la crise sanitaire, à un niveau toutefois supérieur à 2019 (34,8 %) et même à l'avant crise (37,2 % sur la période 2017-2019).

Une part de marché des films français en repli, à 37,9 %, niveau toutefois supérieur à 2019 (34,8 %).

Une part de marché des films américains au plus bas depuis 1982

Les films américains enregistrent 52,9 millions d'entrées (-17,9 % par rapport à 2024), plus bas niveau enregistré depuis 1979 (52,1 millions d'entrées), hors années de crise sanitaire. Les films américains continuent de pâtir d'une offre plus limitée : 101 films américains en première exclusivité en 2025, contre 127 en moyenne chaque année sur la période 2017-2019, toutefois en hausse par rapport à 2024 (95) et 2023 (86).

La part de marché du cinéma américain s'établit à 34,9 % en 2025 (-1,4 point par rapport à 2024), au plus bas depuis 1982 (30,1 %) et pour la deuxième fois sous la barre des 40 % depuis 1985 (39,2 %).

Entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (millions)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films français	75,6	77,1	77,8	72,8	28,7	38,1	60,9	70,7	79,6	57,4
100 % français	48,7	54,3	63,3	52,0	19,6	28,7	45,1	54,5	65,7	40,3
majoritaires français	19,2	19,2	9,4	16,7	7,2	7,6	10,0	12,0	9,3	10,7
minoritaires français	7,7	3,6	5,1	4,1	1,9	1,8	5,9	4,2	4,5	6,4
films américains	111,0	99,4	88,0	113,2	26,5	40,3	61,1	74,1	64,4	52,9
films européens²	19,3	23,7	27,2	17,2	5,9	13,1	18,7	22,9	27,1	31,7
allemands	2,7	0,7	1,7	1,4	0,5	0,9	1,2	1,1	0,8	2,0
britanniques	13,2	18,8	21,1	10,5	3,9	10,0	14,6	17,4	20,7	25,7
espagnols	1,4	0,9	1,2	1,5	0,2	0,6	1,1	1,3	0,4	0,9
italiens	0,2	0,3	0,4	0,4	0,1	0,1	0,3	0,2	1,2	0,5
films d'autres nationalités	3,9	5,6	4,2	6,2	2,7	2,3	7,8	8,8	6,5	9,6
total	209,7	205,9	197,2	209,4	63,8	93,7	148,5	176,5	177,6	151,5

¹ Données provisoires pour 2025.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

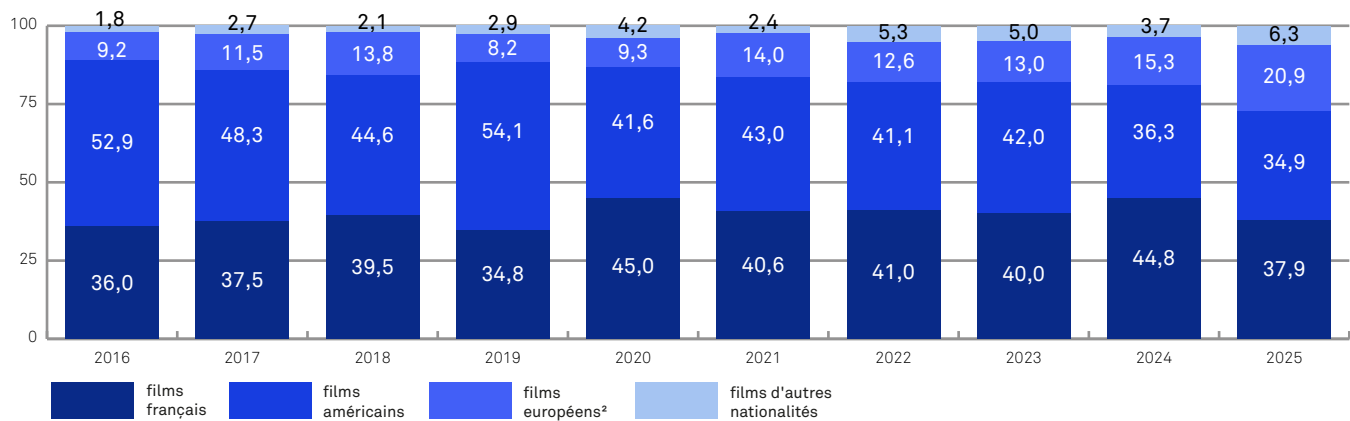
Source : CNC.

Les films européens non français, une fréquentation au plus haut niveau depuis 1980

Les entrées des films européens non français progressent de 39,5 % en 2025 par rapport à 2024, pour s'établir à 31,7 millions, au deuxième plus haut niveau depuis 1980 (première année du suivi de la fréquentation des films européens). Leur part de marché progresse de 5,6 points par rapport à 2024 à 20,9 %, également plus haut niveau depuis 1980. Les belles performances enregistrées par *Lilo & Stitch* (3^e avec 4,97 millions d'entrées) et *F1 le film* (4^e avec 3,32 millions), deux films britanniques, expliquent cette dynamique, la hausse étant essentiellement portée par les films britanniques (+24,4 %, soit +5,0 millions d'entrées à 25,7 millions). La fréquentation des films italiens est divisée par plus de 2 entre 2024 et 2025 à 0,5 million d'entrées. Le recul s'explique par le succès en salles en 2024 de *Il reste encore demain* (54^e au classement des films de l'année, 678 000 entrées), le niveau de 2025 restant supérieur à la moyenne de la décennie (0,4 million). À noter les belles performances des films allemands à 2,0 millions d'entrées (multipliés par 2,4 par rapport à 2024), à un plus haut niveau depuis 2016 (2,7 millions, année de sortie en salles de *Heidi*, 74^e avec 0,71 million d'entrées), grâce aux bons résultats de *Super Grand Prix*, film d'animation, 84^e au classement des films avec 0,43 million d'entrées.

Les entrées réalisées par les films non européens et non américains bondissent de 79,7 % par rapport à 2024, à 9,6 millions d'entrées en 2025, soit la plus forte hausse toutes nationalités confondues. Elles atteignent un plus haut niveau depuis 2014 (9,9 millions, année de la sortie en salles du film néozélandais *Le Hobbit la bataille des cinq armées* à 4,07 millions d'entrées). La part de marché des films non européens et non américains atteint 6,3 % (3,7 % en 2024 et 2,6 % entre 2017 et 2019), au plus haut depuis 2003 (7,4 %, année de sortie en salles du film néozélandais *Le Retour du roi* à 5,15 millions d'entrées). Le premier film non européen et non américain en termes d'entrées en 2025 est le film d'aventures néozélandais *Minecraft, le film* (7^e avec 2,64 millions d'entrées).

Répartition des entrées selon la nationalité des films de long métrage¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2025.
² Europe au sens continental, hors France.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Lilo & Stitch, 1^{er} film européen non français en termes d'entrées en 2025 (3^e au classement général), à 4,97 millions.

Une part de marché des films français en recettes en recul sensible

En 2025, les films français réalisent 387,8 M€ de recettes guichets (-30,8 % par rapport à 2024), les films américains 428,9 M€ (-15,0 %), les films européens non français 240,2 M€ (+14,2 %) et les films d'autres nationalités 73,1 M€ (+55,3 %).

Les films français et américains enregistrent des recettes largement inférieures à l'avant crise, à respectivement -19,9 % et -38,6 %. A l'inverse, elles augmentent de manière significative pour les films européens non français (+60,7 %) et pour les films non européens et non américains (+131,1 %).

Les films français captent 34,3 % des recettes pour 37,9 % des entrées des films de long métrage en 2025. La part de marché du cinéma américain s'établit à 38,0 % des recettes pour 34,9 % des entrées. Le différentiel de part de marché entre recettes et entrées résulte d'une recette moyenne par entrée plus élevée pour les films américains (8,11 € en 2025) que pour les films français (6,75 €).

Recettes selon la nationalité des films de long métrage (M€)¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films français	471,4	491,9	493,5	467,7	180,7	256,4	398,5	482,2	560,1	387,8
films américains	747,9	675,2	611,0	808,5	185,4	295,9	487,9	597,8	504,6	428,9
films européens ²	125,9	157,5	182,1	108,9	41,2	96,9	135,3	167,8	210,4	240,2
autres films	21,2	33,3	24,0	37,6	16,6	14,6	53,1	64,1	47,1	73,1
total	1 366,4	1 357,9	1 310,7	1 422,7	424,0	663,8	1 074,8	1 311,9	1 322,1	1 130,1

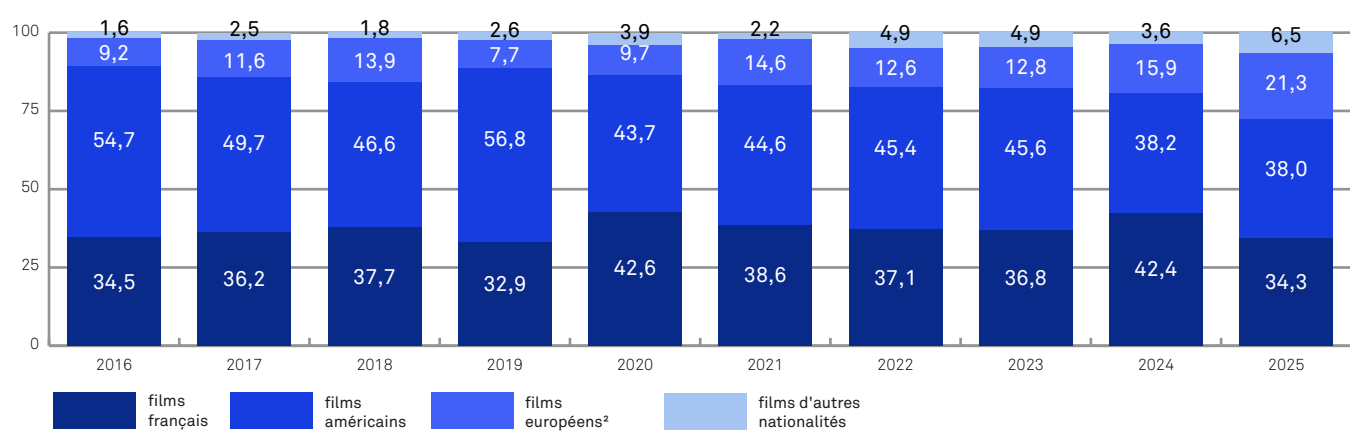
¹ Données provisoires pour 2025.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

Répartition des recettes selon la nationalité des films de long métrage (%)¹



¹ Données provisoires pour 2025.

² Europe au sens continental, hors France.

Base : long métrage.

Source : CNC.

Près de 11 000 films dans les salles

L'offre totale de films dans les salles en France est largement plus riche qu'avant la pandémie avec 10 509 films projetés en 2025 (10 034 en 2024), un nouveau record. 812 longs métrages sont projetés pour la première fois sur les écrans français en 2025 (743 en 2024), au plus haut niveau historique et pour la première fois supérieur à 800. Ces films en première exclusivité concentrent 86,9 % du total des entrées des films de long métrage enregistrées au cours de l'année, contre 87,9 % en 2024, au deuxième plus bas niveau depuis 1997 (86,8 %), devant 2020 (82,0 %, année particulièrement impactée par la crise sanitaire avec moins de nouveautés et la reprise de films de catalogue au moment de la réouverture des salles). La part des entrées réalisées par les films sortis l'année précédente, comme *Mufasa : le roi lion*, *Sonic 3 le film*, *Vaiana 2* ou *En fanfare* (tous les quatre sortis en fin d'année 2024 et ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2025), atteint 7,3 % en 2025, un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (6,0 % sur la période 2016-2025) et au plus haut depuis 2010 (7,4 %), derrière 2020 (12,9 %). La part des films plus anciens est, quant à elle, en hausse à 5,8 %, contre 5,3 % en 2024, au plus haut depuis 1997 (6,5 %).

Résultats des nouveaux films et des reprises¹
(% des entrées des films de long métrage)

	films sortis dans l'année	films sortis l'année précédente	autres films	total
2016	91,7	5,4	2,9	100,0
2017	92,2	4,7	3,2	100,0
2018	89,4	6,5	4,1	100,0
2019	91,5	5,0	3,6	100,0
2020	82,0	12,9	5,1	100,0
2021	93,4	3,0	3,6	100,0
2022	88,7	5,9	5,3	100,0
2023	88,3	6,5	5,1	100,0
2024	87,9	6,7	5,3	100,0
2025	86,9	7,3	5,8	100,0

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Les entrées 3D, près de 15 % de la fréquentation des films concernés

En 2025, 16 films inédits sont intégralement ou partiellement sortis en 3D (13 en 2024). Les projections en 3D de ces films inédits représentent 14,5 % des entrées (5,21 millions d'entrées) et 21,3 % des recettes (64,38 M€) des films concernés. Un film enregistre plus de 200 000 entrées 3D et dépasse même les 3 millions : *Avatar : de feu et de cendres*. En 2024, quatre films cumulaient plus de 200 000 entrées 3D mais aucun plus de 3 millions.

Une concentration des entrées sur le top 10 au plus bas depuis 2018

La concentration des entrées sur quelques titres se réduit nettement en 2025. Les 10 films les plus performants totalisent 23,8 % des entrées annuelles, contre 32,4 % en 2024, au plus bas depuis 2018 (22,7 %) et en deçà de la moyenne de la décennie (24,8 %). Le constat est tout aussi marqué sur le top 20 : 34,8 % en 2025, contre 43,2 % en 2024 et au plus bas depuis 2017 (34,1 %). Sur le top 100, la concentration est au plus bas niveau depuis 1992 (première année de suivi de la concentration), à 70,0 %, contre 75,2 % en 2024 (74,9 % sur la décennie). En ce qui concerne les films français, la concentration des entrées sur les titres les plus performants recule également en 2025 par rapport à 2024. Les 10 films français les plus performants génèrent 22,9 % des entrées totales des films français de long métrage en 2025, contre 44,7 % en 2024 et 34,3 % sur la décennie, au plus bas niveau depuis 1996 (première année de suivi de la concentration sur les films français). Les mêmes évolutions s'observent sur les 30 premiers films (45,1 % en 2025, contre 60,8 % en 2024 et 56,4 % sur les 10 dernières années). La concentration atteint un plus bas niveau sur les 100 premiers films depuis 1996 (76,8 % en 2025, contre 83,8 % en 2024 et 84,3 % sur la décennie).

Résultats des films les plus performants¹
(% des entrées des films de long métrage)

	top 10	top 20	top 30	top 50	top 100
2016	19,2	32,6	42,5	55,9	73,3
2017	20,3	34,1	43,9	57,3	74,7
2018	22,7	36,2	45,4	57,0	73,2
2019	26,1	37,7	46,6	58,9	76,3
2020	25,9	40,1	51,2	64,1	81,2
2021	29,2	45,4	56,1	68,1	83,5
2022	26,9	41,0	49,2	59,5	74,4
2023	25,8	37,7	46,4	58,4	75,2
2024	32,4	43,2	50,6	60,9	75,2
2025	23,8	34,8	43,0	54,5	70,0

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage.
Source : CNC.

36 films cumulent plus de 1 million d’entrées, comme en 2024

Le nombre de films à 4 millions d’entrées ou plus est inférieur à son niveau d’avant crise (3 films en 2025, contre 5 par an en moyenne entre 2017 et 2019 et 7 en 2024) et le nombre de films à plus de 2 millions d’entrées y est très largement en retrait. 11 films atteignent ce seuil en 2025, contre 23 en moyenne annuelle sur la période 2017-2019 (13 en 2024). 36 dépassent le million d’entrées, au même niveau que 2024, soit un écart de 14 films par rapport à la moyenne d’avant crise (50 films par an entre 2017 et 2019). L’écart se creuse encore davantage par rapport à l’avant crise sur les films à 500 000 entrées ou plus (-30 films, à 67 en 2025) et, bien que plus contenue, sur les films à 100 000 entrées ou plus (-18 films, à 234 en 2025, 227 en 2024).

Six films français réalisent plus d’un million d’entrées en 2025, contre 11 en 2024 (15 par an en moyenne sur la période 2017-2019). Un seul film français franchit le seuil des deux millions d’entrées et aucun celui des quatre millions d’entrées. Le premier film français en termes d’entrées est *God save the Tuche* (3,00 millions), 5^e au classement général.

En 2025, 21 films américains enregistrent plus d’un million d’entrées (17 en 2024 et 30 par an en moyenne sur les trois années avant crise) dont 4 dépassent le seuil des 2 millions (7 en 2024 et 16 avant crise) et deux celui des 4 millions (4 en 2024 et 3 avant crise). Le premier film américain en termes d’entrées est *Zootopie 2* (6,55 millions), 1^{er} au classement général.

Sept films européens non français franchissent le seuil du million d’entrées, contre huit en 2024 et trois par an en moyenne entre 2017 et 2019. Le premier film européen non français du classement 2025 est britannique, *Lilo & Stitch* (4,97 millions d’entrées), à la 3^e place.

Deux titres non européens et non américains réalisent au moins 1 million d’entrées en 2025 (aucun en 2024 et un en moyenne annuelle sur la période 2017-2019) et un dépasse les 2 millions d’entrées, pour la première fois depuis 2015 (*Mad Max Fury Road* à 2,36 millions). Le

premier film non européen et non américain en termes d’entrées est 7^e, *Minecraft, le film* (film néozélandais avec 2,64 millions d’entrées).

Hausse de la part de films en première exclusivité réalisant moins de 10 000 entrées

Chaque année, plus de 90 % des films réalisent moins de 10 000 entrées (93,5 % en 2025). Au sein de ces films, moins de 5 % sont des films en première exclusivité (3,7 % en 2025).

Sur les 812 films en première exclusivité en 2025, 359 réalisent moins de 10 000 entrées, soit 44,2 %, une part en hausse par rapport à 2024 (41,9 %) et à la moyenne d’avant crise (38,0 % sur la période 2017-2019). À noter que ces films représentent moins de 1,5 % des séances des films en première exclusivité (1,3 % en 2024). Les films français représentent près de la moitié des films à moins de 10 000 entrées : 46,5 % en 2025, au plus bas niveau de la décennie et seule fois sous la barre des 50 % (54,8 % entre 2016 et 2025). Les films d’initiative française agréés par le CNC en représentent moins d’un septième (13,8 %) tandis que les films américains en représentent 7,0 %. Toutefois, au sein de ces nationalités de films, la part des films réalisant moins de 10 000 entrées varie sensiblement : 41,3 % pour les films français, 21,6 % pour les films d’initiative française agréés et 24,8 % pour les films américains en 2025. Par rapport à la moyenne 2017-2019, la part des films français à moins de 10 000 entrées est stable (41,3 %), en léger recul pour les films d’initiative française agréés (22,0 %) quand celle des films américains double presque (12,6 %).

Zootopie 2, 1^{er} film au classement général en termes d’entrées en 2025 à 6,55 millions.

Films de long métrage selon le seuil d’entrées¹

	plus de 4 millions	plus de 2 millions	plus d'un million	plus de 500 000	plus de 100 000
tous films					
2021	1	7	25	43	136
2022	2	17	29	61	207
2023	6	16	43	82	226
2024	7	13	36	73	227
2025	3	11	36	67	234
films français					
2021	-	3	10	13	72
2022	-	4	8	27	119
2023	2	3	12	31	127
2024	3	4	11	27	123
2025	-	1	6	27	131
films américains					
2021	1	3	13	23	42
2022	2	10	17	23	46
2023	3	10	25	38	57
2024	4	7	17	29	61
2025	2	4	21	26	55

¹Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Deux films américains en tête du classement des films en 2025, 1^{ère} fois depuis 2022

En 2025, la première place du box-office est occupée par le film d’animation américain *Zootopie 2*, sorti le 26 novembre 2025, avec 6,55 millions d’entrées. Le film de science-fiction américain, *Avatar : de feu et de cendres*, sorti le 17 décembre, prend la deuxième place du classement, avec 5,10 millions d’entrées. Le film d’aventures britannique, *Lilo & Stitch*, sorti le 21 mai, occupe la 3^e place avec 4,97 millions d’entrées. Ces trois films cumulent 16,61 millions d’entrées, soit 11,0 % du total annuel réalisé par les films de long métrage.

Un seul film français est présent dans le top 10 en 2025, *God save the Tuche* à la 5^e place avec 3,00 millions d’entrées, situation déjà observée deux fois dans la décennie en 2019 et 2016. À noter qu’en 2022, aucun film français ne figurait dans le top 10.

Parmi les 36 films ayant réalisé plus d’un million d’entrées en 2025, figurent 14 films exploités partiellement ou intégralement en 3D (10 sur 36 en 2024), dont le premier est *Zootopie 2* (1^{er}), et quatre films recommandés Art et Essai (comme en 2024) avec, en tête, *Une bataille après l’autre* (film d’aventures américain, 19^e avec 1,50 million d’entrées).

God save the Tuche, 1^{er} film français au classement des films et 5^e au classement général en 2025 avec 3,00 millions d’entrées.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2025 (1/2)

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
1	ZOOTOPIE 2	US	26/11/25	6,55
2	AVATAR : DE FEU ET DE CENDRES	US	17/12/25	5,10
3	LILO & STITCH	GB	21/05/25	4,97
4	F1 LE FILM	GB	25/06/25	3,32
5	GOD SAVE THE TUCHE	FR	05/02/25	3,00
6	JURASSIC WORLD : RENAISSANCE	GB / US	04/07/25	2,91
7	MINECRAFT, LE FILM	NZ	02/04/25	2,64
8	MUFASA : LE ROI LION	US	18/12/24	2,59
9	DRAGONS	GB	11/06/25	2,53
10	MISSION IMPOSSIBLE - THE FINAL RECKONING	US	21/05/25	2,42
11	CONJURING : L'HEURE DU JUGEMENT	GB	10/09/25	2,31
12	PADDINGTON AU PEROU	GB	05/02/25	1,85
13	DEMON SLAYER : KIMETSU NO YAIBA - LA FORTERESSE INFINIE	JP	17/09/25	1,69
14	LES SCHTROUMPFS LE FILM	US	16/07/25	1,60
15	SUPERMAN	US	09/07/25	1,59
16	LES 4 FANTASTIQUES : PREMIERS PAS	US	23/07/25	1,57
17	CAPTAIN AMERICA : BRAVE NEW WORLD	US	12/02/25	1,52
18	MA MERE, DIEU ET SYLVIE VARTAN	FR / CA	19/03/25	1,51
19	UNE BATAILLE APRES L'AUTRE	US	24/09/25	1,50
20	UN OURS DANS LE JURA	FR	01/01/25	1,46
21	LES BAD GUYS 2	US	30/07/25	1,45
22	LA FEMME DE MENAGE	US	24/12/25	1,40
23	SONIC 3 - LE FILM	US	25/12/24	1,38
24	CHIEN 51	FR	15/10/25	1,38
25	ELIO	US	18/06/25	1,22
26	MICKEY 17	GB	05/03/25	1,18
27	BLANCHE NEIGE	US	19/03/25	1,15
28	VAIANA 2	US	27/11/24	1,14
29	THUNDERBOLTS	US	30/04/25	1,07
30	EN FANFARE	FR	27/11/24	1,05
31	DESTINATION FINALE BLOODLINES	US	14/05/25	1,05
32	SINNERS	US	16/04/25	1,04

¹ CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / JP : Japon / NZ : Nouvelle-Zélande / US : Etats-Unis.
² Arrêtées au 30 décembre 2025.
Source : CNC.

15 films à plus de trois millions d'entrées depuis janvier 2024

Depuis janvier 2024, 15 films ont réalisé plus de trois millions d'entrées, *Un p'tit truc en plus*, *Le Comte de Monte-Cristo*, *Vice-versa 2*, *Vaiana 2*, *Zootopie 2*, *Mufasa : le roi lion* et *Avatar : de feu et de cendres* dépassant le seuil des cinq millions d'entrées sur ces deux dernières années. Sept films américains dépassent les 3 millions d'entrées ainsi que quatre films français et quatre films britanniques. Aucun film recommandé Art et Essai ne dépasse ce seuil sur les deux dernières années.

Films de long métrage ayant réalisé plus d'un million d'entrées en 2025 (2/2)

rang	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
33	UN PARFAIT INCONNU	US	29/01/25	1,04
34	INSAISSABLES 3	US	12/11/25	1,04
35	KAAMELOTT - DEUXIÈME VOLET - PREMIÈRE PARTIE	FR	22/10/25	1,02
36	EVANOUIS	US	06/08/25	1,01

¹ CA : Canada / FR : France / GB : Grande-Bretagne / JP : Japon / NZ : Nouvelle-Zélande / US : Etats-Unis.
² Arrêtées au 30 décembre 2025.
Source: CNC.

Films ayant réalisé plus de trois millions d'entrées entre janvier 2024 et décembre 2025

	titre	nationalité ¹	sortie	entrées ² (millions)
1	UN P'TIT TRUC EN PLUS	FR	01/05/24	10,75
2	LE COMTE DE MONTE-CRISTO	FR	28/06/24	9,46
3	VICE-VERSA 2	US	19/06/24	8,31
4	VAIANA 2	US	27/11/24	7,82
5	ZOOTOPIE 2	US	26/11/25	6,55
6	MUFASA : LE ROI LION	US	18/12/24	5,13
7	AVATAR : DE FEU ET DE CENDRES	US	17/12/25	5,10
8	LILO & STITCH	GB	21/05/25	4,97
9	L'AMOUR OUF	FR	16/10/24	4,95
10	MOI, MOCHE ET MECHANT 4	US	10/07/24	4,38
11	DUNE : DEUXIEME PARTIE	US	28/02/24	4,15
12	DEADPOOL & WOLVERINE	GB / US	24/07/24	3,63
13	F1 LE FILM	GB	25/06/25	3,32
14	GLADIATOR II	GB / US / MLT	13/11/24	3,01
15	GOD SAVE THE TUCHE	FR	05/02/25	3,01

¹ FR : France / GB : Grande-Bretagne / MLT : Malte / US : Etats-Unis.
² Arrêtées au 30 décembre 2025.
Source: CNC.

Les films d'aventures, à nouveau premier genre en termes d'entrées

Les résultats des films selon le genre se réfèrent aux seuls films en première exclusivité. Leur poids est donc à rapporter à la part de marché des films inédits.

En 2025, comme depuis 2018 (2020 mise à part), les films d'aventures cumulent le plus d'entrées, à 34,9 millions, au plus haut depuis 2019 (51,4 millions) et en hausse de 20,6 % par rapport à 2024. 15 films relevant de ce genre totalisent au moins un million d'entrées dont *Lilo & Stitch* (3^e, 4,97 millions d'entrées). Quatre genres enregistrent une hausse de fréquentation sur un an dans un contexte de baisse des entrées des films en première exclusivité au global (-15,7 %) : les comédies dramatiques (+53,3 % à 9,5 millions grâce notamment aux succès de *Ma mère, Dieu et Sylvie Vartan* à 1,51 million d'entrées et *En Fanfare* à 1,05 million), les films d'aventures, les drames (+6,3 % à 16,5 millions, lié en partie au nombre de films en première exclusivité relevant du genre, 247 en 2025, nombre record, et aux bons résultats de *L'Attachement*, 44^e avec 0,78 million d'entrées) et les films fantastiques (+6,3 % à 18,1 millions dont 1,57 million d'entrées pour *Les 4 Fantastiques : premiers pas*).

A l'inverse, trois genres enregistrent des reculs sensibles : les comédies (-43,7 % par rapport à 2024), les films d'animation (-35,5 %) et les films policiers (-28,8 %). Les 85 comédies sorties dans l'année (10,5 % de l'offre de films en première exclusivité) réalisent ainsi 19,6 millions d'entrées (14,9 % des entrées des films en première exclusivité), contre 34,9 millions en 2024 en lien avec, d'une part une baisse de l'offre de films (-12,4 %) et d'autre part, les très bons résultats de *Un p'tit truc en plus* en 2024 (10,72 millions d'entrées, soit 30,8 % des entrées des comédies en 2024). Trois comédies dépassent le million d'entrées en 2025, contre sept en 2024, toutes françaises. Les films français représentent d'ailleurs une part importante des entrées des comédies, à plus de 80 % chaque année, sauf en 2023 (78,7 %) ; celle-ci dépasse les 90 %

en 2025 (91,6 %). Par ailleurs, 36,1 % des entrées des films français relèvent de la comédie en 2025 (pour 14,1 % de l'offre), un niveau bien inférieur à la moyenne de la décennie (46,0 % sur la période 2016-2025) et au plus bas depuis 2007 (26,9 %).

Les films policiers cumulent 5,4 millions d'entrées pour 52 films en première exclusivité (4,1 % des entrées de l'ensemble des films inédits et 6,4 % de l'offre), une offre pourtant en hausse de 26,8 % par rapport à 2024. Aucun film policier ne dépasse le million d'entrées en 2025 (deux en 2024, *Juré n°2*, 20^e avec 1,61 million d'entrées, et *Emilia Perez*, 33^e avec 1,08 million). En moyenne, ces films sont parmi ceux qui enregistrent le moins d'entrées, à 104 000 en moyenne par film en 2025 (186 000 en 2024), contre 162 000 tous films en première exclusivité confondus (210 000 en 2024).

La comédie, genre incontournable du cinéma français, avec 36,1 % des entrées des films français en 2025, toutefois au plus bas niveau de la décennie.

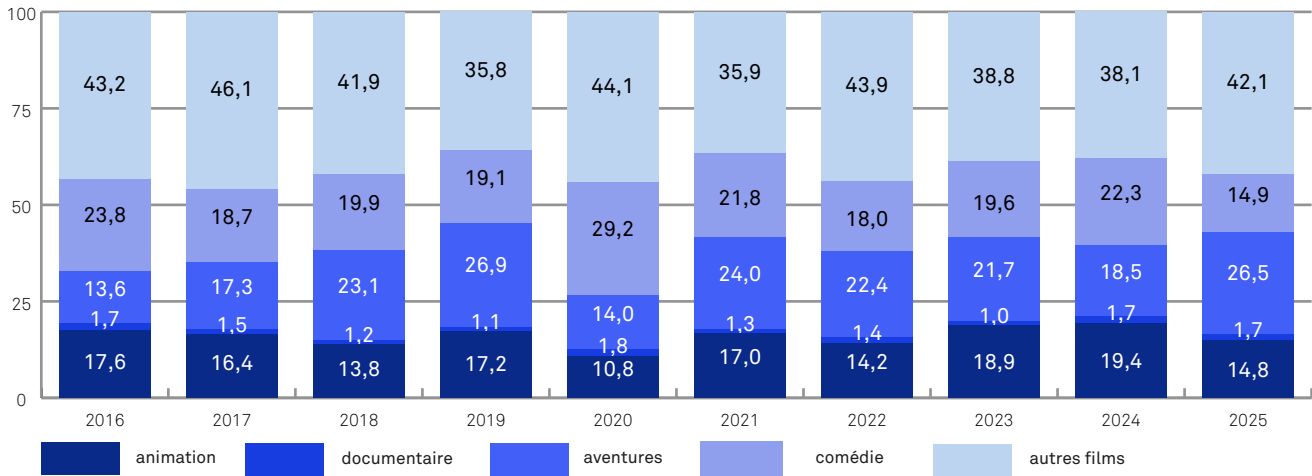
L'animation, un recul sensible de la fréquentation malgré la première place du classement des films pour *Zootopie 2*

En 2025, l'offre de films d'animation recule après le niveau record de 2024 (60 titres) à 54 titres inédits, toutefois au troisième plus haut niveau historique derrière 2024 et 2023 (59). Ils représentent 6,7 % des films en première exclusivité et totalisent 14,8 % des entrées, au troisième plus bas niveau de la décennie devant 2022 (14,2 %) et 2018 (13,8 %). A 19,5 millions d'entrées, la fréquentation du genre diminue de 35,5 % par rapport à 2024 alors même que la première place du classement des films en 2025 est occupée par un film d'animation, *Zootopie 2* avec 6,55 millions d'entrées. Six films d'animation réalisent plus d'un million d'entrées en 2025 (cinq en 2024), cinq sont américains et un est japonais, *Demon Slayer : Kimetsu No Yaiba – la forteresse infinie* (13^e avec 1,69 million d'entrées).

Le documentaire, seul genre proche de son niveau d'avant crise

Le documentaire est le seul à se rapprocher de son niveau d'avant crise, à 2,21 millions d'entrées en 2025, soit -6,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (-29,1 % sur l'ensemble des films en première exclusivité). Le premier documentaire au classement est *Sacré Cœur* (72^e avec 0,47 million d'entrées), film 100 % français. À noter que l'offre de documentaires en première exclusivité progresse à 143 films (136 en 2024), au deuxième plus haut niveau historique derrière 2019 (153 films). Ils représentent 17,6 % des films en première exclusivité, deuxième genre le plus représenté derrière le drame (30,4 % avec 247 films), et génèrent 1,7 % des entrées, avant-dernier genre en entrées, avant le film musical (1,3 %).

Répartition des entrées selon le genre du film¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage en première exclusivité, soit entre 82 % et 94 % de la fréquentation selon l'année.
Source : CNC.

Les films recommandés Art et Essai, une meilleure résilience

En 2025, les entrées des films Art et Essai reculent de seulement 2,5 % par rapport à 2024 à 43,4 millions, tandis que celles des films non recommandés diminuent de 18,8 % à 108,1 millions d'entrées. La baisse de la fréquentation des films recommandés par rapport à l'avant crise est également plus contenue : -10,2 %, contre -30,6 % pour les films non recommandés (-25,8 % tous films de long métrage confondus). La part de marché des films Art et Essai atteint 28,6 % en 2025 (25,1 % en 2024), à un niveau bien supérieur à l'avant crise (23,7 % en moyenne sur 2017-2019) et au deuxième plus haut niveau depuis 2005 (34,8 %) derrière 2020 (34,0 %). 5 578 films recommandés Art et Essai sont projetés sur les écrans français en 2025 (5 358 en 2024 et 4 635 par an en moyenne entre 2017 et 2019), dont 449 films inédits (419 en 2024 et 405 par an en moyenne sur la période 2017-2019). Quatre films recommandés Art et Essai réalisent plus d'un million d'entrées en 2025 (comme en 2024) avec, en tête, *Une bataille après l'autre* à 1,50 million (1^{er} au classement des films Art et Essai et 19^e au classement général des films). En 2024, le film recommandé qui réalisait le plus d'entrées était *Juré n°2* (20^e avec 1,61 million d'entrées).

Une bataille après l'autre, 1^{er} film recommandé Art et Essai en termes d'entrées en 2025 et 19^e au classement général à 1,50 million.

Sur le segment des films en première exclusivité, les films Art et Essai réalisent 32,9 millions d'entrées en 2025 (75,7 % des entrées totales des films Art et Essai et 24,9 % des entrées totales des films en première exclusivité), contre 35,0 millions en 2024 (respectivement 78,7 % et 22,4 %), dans la moyenne de la décennie, à 32,8 millions d'entrées par an (respectivement 80,7 % et 22,4 %). 65,4 % des entrées enregistrées par les films recommandés résultent de l'exploitation des films français en 2025 (61,2 % en 2024 et 57,8 % en moyenne sur la décennie). Comme

chaque année, la part de marché des films français est plus élevée sur le segment des films recommandés (65,4 % en 2025) que sur l'ensemble des films en première exclusivité (37,8 %). 261 films recommandés Art et Essai français sortent pour la première fois sur les écrans en 2025, contre 252 en 2024 (+3,6 %) et 223 par an en moyenne sur la décennie (+13,0 %). Ils cumulent 21,5 millions d'entrées, contre 21,4 millions en 2024 (+0,2 %) et 19,0 millions en moyenne annuelle sur la période 2016-2025 (+13,3 %). *La Femme la plus riche du monde* est le film français Art et Essai en première exclusivité qui réalise le plus d'entrées (0,91 million, 5^e au classement des films Art et Essai et 40^e au classement général). En 2024, *En fanfare* était le premier film français Art et Essai en première exclusivité en termes d'entrées avec 1,60 million (2^e au classement des films Art et Essai et 21^e au classement général). 32 films américains recommandés Art et Essai sont exploités pour la première fois sur les écrans en 2025, contre 33 en 2024 (-3,0 %), à un niveau légèrement supérieur à la moyenne de la décennie (30 films en moyenne par an). Ils cumulent 4,2 millions d'entrées, en recul de 25,3 % par rapport à 2024, et bien loin de la moyenne annuelle observée sur la période 2016-2025 (7,7 millions, soit -44,7 %). Le premier film Art et Essai au classement est pourtant américain, *Une bataille*

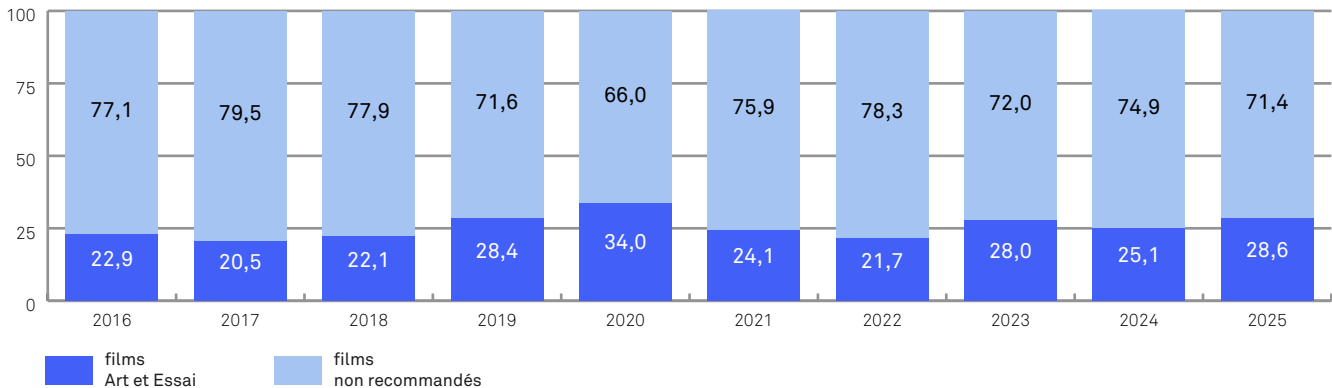
après l'autre (1,50 million d'entrées), 19^e au classement général. En 2024, le premier film américain Art et Essai en première exclusivité était *Juré n°2* (1,61 million d'entrées, 1^{er} au classement des films Art et Essai et 20^e au classement général). Les films américains sont à l'origine de 12,9 % des entrées des films recommandés en 2025 (15,7 % en 2024 et 23,4 % en moyenne sur la décennie), au deuxième plus bas niveau de la décennie devant 2022 (8,1 %).

Entrées selon la recommandation du film¹ (millions)

	films Art et Essai	films non recommandés	total
2016	48,1	161,7	209,7
2017	42,1	163,7	205,9
2018	43,5	153,7	197,2
2019	59,4	149,9	209,4
2020	21,7	42,1	63,8
2021	22,6	71,1	93,7
2022	32,3	116,3	148,5
2023	49,4	127,1	176,5
2024	44,5	133,1	177,6
2025	43,4	108,1	151,5

¹Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Répartition des entrées selon la recommandation du film¹ (%)



¹Données provisoires pour 2025.
Base : long métrage.
Source : CNC.

Demon Slayer : Kimetsu No Yaiba – la forteresse infinie, 1^{er} en termes d’entrées en version originale

En 2025, 19,2 % des entrées sont réalisées par des œuvres projetées en version originale en langue étrangère (16,5 % en 2024), soit le 2^e plus haut niveau depuis 2009 (20,2 %, porté par quatre films totalisant plus d’1 million d’entrées en VO dont *Slumdog millionnaire* à 1,74 million), derrière 2020 (19,6 %, porté par deux films avec plus de 500 000 entrées en VO dont *1917* à 900 000). En valeur absolue, les entrées des films en version originale étrangère sont stables (+0,1 %), à 30,0 millions, dans un contexte de baisse de la fréquentation globale (-14,0 %). *Demon Slayer : Kimetsu No Yaiba – la forteresse infinie* est le premier film en termes d’entrées en version originale avec 1,13 million (67,0 % des entrées totales du film en 2025); les fans de films japonais semblent très attachés à la VO, ces films totalisant 71,1 % de leurs entrées sur des séances en VO. Il est suivi par *Une bataille après l’autre* (854 000 entrées en VO, soit 57,0 % de ses entrées totales) et *After* (691 000 entrées en VO, soit 97,4 % de ses entrées totales). En 2024, *Dune : deuxième partie* prenait la première place de ce classement avec 1,65 million d’entrées en VO (39,8 % des entrées totales du film en 2024).

Une année en baisse avec un deuxième et un troisième trimestres très en retrait

L’année 2025 commençait bien avec un mois de janvier en relative stabilité (+0,9 %), à 13,8 millions d’entrées, en comparaison toutefois à un mois de janvier 2024 particulièrement faible, au plus bas niveau depuis 1999 (12,7 millions), devant 2022 (10,7 millions) et hors 2021 (année au cours de laquelle les salles étaient fermées en janvier). Le mois de février affichait une première baisse de 5,1 % (14,3 millions d’entrées), un recul encore plus marqué sur le mois de mars, à -16,3 % (12,7 millions d’entrées). La fréquentation au premier trimestre atteint au total 40,9 millions d’entrées, 3^e plus bas niveau depuis 1997 (36,4 millions sur le premier trimestre et 149,3 millions sur l’année) hors années de crise sanitaire et 2022, en baisse de 7,1 % par rapport à

2024. Il convient cependant de rappeler que le *Printemps du cinéma* totalise 2,3 millions d’entrées sur les 3 jours, un résultat bien supérieur à celui de 2024 (+33,4 %) mais encore nettement inférieur aux standards de l’opération (3,0 millions d’entrées en moyenne chaque année entre 2017 et 2019, soit -24,5 %). Huit films sortis au premier trimestre atteignent un million d’entrées, et notamment un film français, *God save the Tuche* (5^e au classement avec 3,00 millions d’entrées). A noter que quatre films de 2024 cumulent plus d’un million d’entrées sur le début d’année, et notamment *Mufasa : le roi lion* (8^e au classement avec 2,59 millions d’entrées). L’écart entre 2024 et 2025 se creuse au deuxième trimestre malgré un mois d’avril qui renoue avec le niveau de 2024 à 11,8 millions d’entrées, soit -0,7 %. Le mois de mai enregistre, quant à lui, une fréquentation en chute (-28,5 % à 11,2 millions d’entrées), au plus bas niveau depuis 2001 (10,7 millions) hors années de crise sanitaire et 2022,

et enregistrant la deuxième plus forte baisse de l’année derrière août (-29,5 %). À noter qu’en 2024, la sortie en salles le 1^{er} mai d’*Un p’tit truc en plus* (1^{er} au classement des films de l’année avec 10,72 millions d’entrées) avait largement porté la fréquentation en salles, faisant de mai 2024 un plus haut niveau depuis 2014. L’écart se réduit au mois de juin mais reste sensible (-19,5 %) avec une fréquentation à 11,4 millions d’entrées, toutefois en ligne avec la moyenne de la décennie (11,4 millions). Le recul résulte ici de la sortie en salles en juin 2024 de *Le Comte de Monte-Cristo* (2^e au classement des films 2024 avec 9,39 millions), faisant de ce mois le plus haut depuis 2012. Au total, 34,5 millions d’entrées ont été enregistrées au deuxième trimestre en 2025, soit 17,5 % de moins qu’en 2024, au plus bas depuis 1999 (31,7 millions), hors années de crise sanitaire. Neuf films sortis sur cette période réalisent plus d’un million d’entrées en 2025 dont *Lilo & Stitch* (3^e avec 4,97 millions) et *F1 le film* (4^e avec 3,32 millions).

Entrées mensuelles¹ (millions)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
janvier	16,8	16,6	18,3	18,3	14,7	0,0	10,7	14,8	13,7	13,8
février	26,0	24,9	22,5	22,0	17,6	0,0	13,0	18,0	15,1	14,3
mars	19,7	19,4	20,9	18,8	5,9	0,0	13,3	15,8	15,2	12,7
avril	18,3	19,4	18,1	18,1	0,0	0,0	13,8	18,6	11,9	11,8
mai	14,2	13,0	13,9	15,5	0,0	3,5	11,2	13,8	15,7	11,2
juin	11,9	11,6	10,0	12,5	1,1	8,6	11,1	10,2	14,1	11,4
juillet	17,6	17,9	13,9	18,3	4,8	14,3	13,8	18,3	17,9	14,3
août	15,5	16,2	14,6	16,1	6,7	11,3	10,5	15,4	14,1	10,0
septembre	10,0	11,3	10,9	11,2	5,6	9,3	7,6	9,0	10,1	9,6
octobre	21,3	18,0	18,3	19,9	8,8	14,3	14,4	14,0	15,3	12,5
novembre	17,5	17,3	18,7	20,4	0,0	14,1	14,5	15,2	17,8	13,6
décembre	24,3	23,8	21,1	22,2	0,0	20,2	18,2	17,4	20,6	20,9
total	213,2	209,4	201,2	213,2	65,3	95,5	152,1	180,5	181,6	156,2

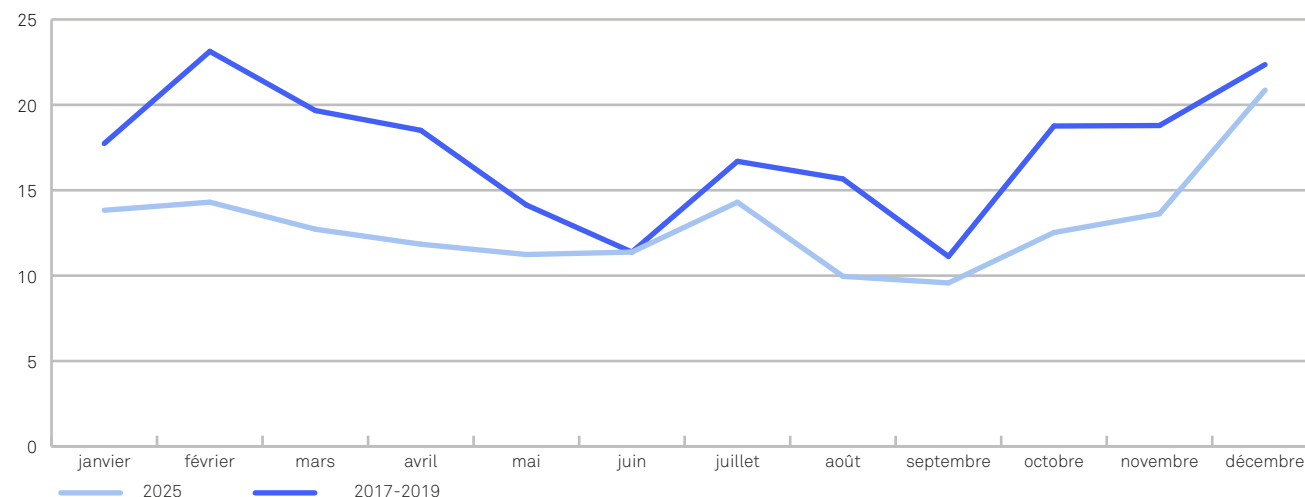
¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

La baisse s'accroît encore un peu plus au troisième trimestre, à 33,8 millions d'entrées (-19,7 % par rapport à 2024), au 3^e plus bas niveau depuis 2000 (33,1 millions) devant 2022 (31,8 millions) et 2020 (17,1 millions). Le mois de juillet accuse un net retrait, -20,2 % à 14,3 millions, toutefois à un niveau supérieur à celui de 2018 (13,9 millions). Les très bons résultats de l'édition 2024 de la *Fête du cinéma* (4,7 millions d'entrées, soit +56,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019) expliquent en partie la baisse sur le mois de juillet. En effet, en 2025, l'opération n'a rassemblé que 3,0 millions de spectateurs, soit -37,3 % par rapport à 2024 mais en ligne avec la moyenne d'avant crise (-1,9 %). Août est le mois de l'année 2025 qui enregistre la plus forte baisse: -29,5 % pour atteindre 10,0 millions d'entrées, soit au niveau le plus bas depuis 1996 (9,8 millions), devant 2020 (6,7 millions). Enfin, le recul observé en septembre est bien plus contenu à -4,9 % pour un total de 9,6 millions d'entrées. Neuf titres sortis au troisième trimestre enregistrent plus d'un million d'entrées dont *Jurassic World : Renaissance* (6^e avec 2,91 millions d'entrées) et *Conjuring : l'heure du jugement* (11^e avec 2,31 millions d'entrées).

En fin d'année, la fréquentation cinématographique affiche une baisse moins marquée que les deuxième et troisième trimestres pour atteindre 47,0 millions d'entrées (-12,5 % par rapport à 2024). Le retrait est sensible en octobre (-18,4 % à 12,5 millions d'entrées, au 2^e plus bas niveau depuis 2007 à 11,6 millions et devant 2020 à 8,8 millions) et encore davantage en novembre (-23,7 % à 13,6 millions, au 2^e plus bas niveau depuis 2007 à 13,1 millions et hors année 2020 où les salles étaient fermées). La dynamique reprend en décembre avec une fréquentation légèrement supérieure à 2024 à 20,9 millions (+1,5 %), au plus haut niveau depuis la crise sanitaire mais encore en-deçà des standards d'avant crise (22,4 millions en moyenne annuelle sur la période 2017-2019). Ces belles performances sont notamment liées au succès en salles de deux films qui prennent la tête du classement de l'année : le film d'animation américain, *Zootopie 2* (1^{er} avec 6,55 millions

d'entrées) et le film de science-fiction américain, *Avatar : de feu et de cendres* (2^e avec 5,10 millions). Six films sortis sur la période enregistrent plus d'un million d'entrées.

Saisonnalité de la fréquentation¹ (millions d'entrées)



¹ Données provisoires pour 2025.

Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).

Source : CNC.

Une année en demi-teinte mais un mois de décembre qui renoue avec la croissance (+1,5 % par rapport à 2024).

Plus de la moitié des recettes le week-end, une part en ligne avec l'avant crise

Comme chaque année, les spectateurs privilégient la sortie cinéma le week-end. 53,8 % des entrées s'effectuent entre le vendredi et le dimanche en 2025 (53,6 % en 2024 et 53,5 % sur la décennie). Le poids du mercredi s'établit à 12,5 % des entrées, plus bas niveau de la décennie.

La concentration des recettes sur le week-end est encore plus élevée que pour les entrées. En 2025, 55,9 % des recettes sont réalisées entre le vendredi et le dimanche (55,7 % en 2024), une part au niveau de la décennie (55,4 %). À l'inverse, le mercredi pèse légèrement moins dans les recettes (12,3 % en 2025) que dans les entrées (12,5 %). La RME est, d'ailleurs, moins élevée en semaine (entre 6,83 € le mardi et 7,31 € le mercredi) que le week-end (de 7,30 € le vendredi à 8,03 € le samedi, seul jour à dépasser les 8 € de RME).

Répartition des entrées et des recettes par jour¹ (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
entrées										
lundi	10,0	9,9	10,1	9,8	9,4	10,7	10,8	10,7	11,0	10,9
mardi	12,2	12,2	12,2	12,2	12,3	12,8	12,0	11,5	11,7	11,8
mercredi	13,0	13,1	12,6	13,1	12,9	14,3	13,2	12,7	12,7	12,5
jeudi	11,0	10,8	11,2	11,2	12,1	11,8	11,7	11,2	11,0	11,0
vendredi	13,3	12,8	12,9	12,9	13,3	12,5	14,1	13,4	13,3	13,4
samedi	20,4	20,7	20,3	20,1	20,4	18,7	19,8	20,2	19,7	19,6
dimanche	20,2	20,5	20,7	20,8	19,6	19,2	18,5	20,3	20,7	20,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
recettes										
lundi	9,4	9,5	9,6	9,2	8,9	10,4	10,1	10,2	10,4	10,3
mardi	11,4	11,4	11,5	11,3	11,4	12,3	11,0	10,6	10,7	10,8
mercredi	12,5	12,7	12,2	12,9	12,6	14,1	12,9	12,4	12,4	12,3
jeudi	10,8	10,5	11,0	11,1	11,7	11,4	11,5	10,8	10,8	10,7
vendredi	13,3	12,8	12,7	12,7	13,0	12,2	14,0	13,2	13,1	13,2
samedi	21,8	22,1	21,8	21,5	21,9	19,8	21,6	21,8	21,3	21,2
dimanche	20,7	21,0	21,2	21,2	20,5	19,8	18,9	21,0	21,3	21,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC.

Un recul de la fréquentation moins important en Ile-de-France qu'en régions

En 2025, les évolutions de la fréquentation ne sont pas homogènes selon les zones géographiques. Elle recule toutefois dans toutes les zones. La baisse est moins importante en Ile-de-France (-8,5 % à 39,1 millions) que dans les autres régions (-15,7 % à 117,1 millions). Plus précisément, elle s'élève à -4,2 % à Paris (16,6 millions) et va jusqu'à -18,2 % dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants et les zones rurales (20,8 millions). Aucune zone ne retrouve son niveau d'avant crise. L'écart est plus réduit dans les unités urbaines de moins de 20 000 habitants et les zones rurales (-14,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019), en lien sans doute avec un développement du parc de salles (+6,4 %, soit +86 écrans) à 1 419 écrans actifs en 2025, accroissement qui permet d'améliorer l'accès aux salles de cinéma dans ces zones sous-équipées. Dans la grande couronne, l'écart par rapport à l'avant crise est également réduit (-19,1 % à 11,8 millions d'entrées) ; la zone est la plus dynamique en termes d'expansion cinématographique (+10,3 %, soit +42 salles à 446 écrans actifs). Il est particulièrement marqué dans la petite couronne (-33,4 % à 10,7 millions), une des zones dont le parc de salles, déjà dense, progresse moins (+6,4 %, soit +22 salles à 358 écrans actifs). À noter que Paris compte 11 salles de moins en 2025 que la moyenne 2017-2019 à 400 écrans actifs pour une fréquentation inférieure de 27,0 %.

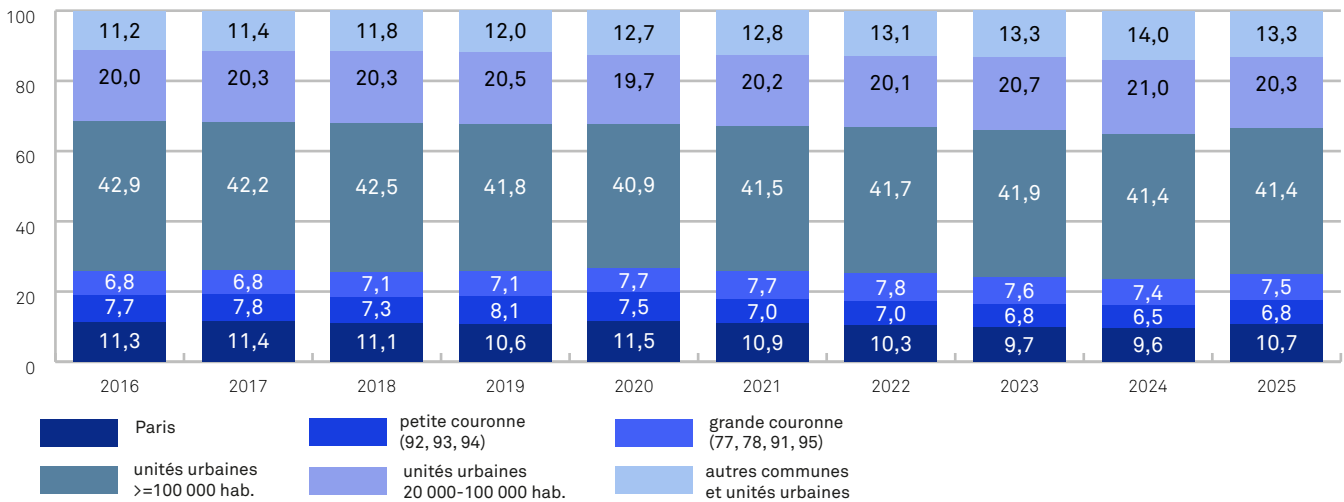
La part de marché des petites agglomérations et des zones rurales (13,3 %) diminue mais reste au niveau de 2023 et au deuxième plus haut niveau historique derrière 2024 (14,0 %). La part de marché des salles franciliennes remonte à 25,0 % mais se situe encore en-dessous de la moyenne 2017-2019 (25,7 %).

Entrées selon les zones géographiques¹ (millions)

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >=100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2016	55,2	24,2	16,5	14,5	158,0	91,4	42,6	23,9	213,2
2017	54,5	23,9	16,3	14,3	154,9	88,4	42,5	24,0	209,4
2018	51,2	22,2	14,8	14,2	150,0	85,5	40,8	23,7	201,2
2019	54,8	22,6	17,2	15,1	158,4	89,2	43,6	25,6	213,2
2020	17,4	7,5	4,9	5,0	47,9	26,7	12,9	8,3	65,3
2021	24,4	10,4	6,7	7,3	71,1	39,6	19,3	12,2	95,5
2022	38,2	15,7	10,6	11,8	113,9	63,4	30,6	19,9	152,1
2023	43,6	17,6	12,2	13,8	136,9	75,6	37,4	24,0	180,5
2024	42,7	17,4	11,9	13,5	138,9	75,3	38,2	25,4	181,6
2025	39,1	16,6	10,7	11,8	117,1	64,6	31,7	20,8	156,2

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2023.

Répartition des entrées selon les zones géographiques¹ (%)



¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2023.

Une part de marché à son deuxième plus haut niveau historique pour les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales (13,3 % des entrées en 2025).

2,3 entrées par habitant en 2025, de retour au niveau de 2022

La fréquentation cinématographique moyenne atteint 2,32 entrées par habitant en France en 2025, en recul par rapport à 2024 (2,70) et à un niveau toujours très en retrait par rapport à l'avant crise (3,09 entre 2017 et 2019). Il s'agit du plus bas niveau enregistré depuis 1995 (2,23), hors années de crise sanitaire et 2022 (2,26). Cet indice reste nettement plus élevé dans la capitale (7,85) que dans le reste du territoire ; il affiche cependant à Paris une plus forte baisse sur un an (-0,35 entrée) et tombe à un plus bas niveau historique, hors années de crise sanitaire et 2022. La baisse de l'indice de fréquentation est la plus élevée dans les unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants (-0,75 entrée à 3,64 entrées en moyenne par habitant) et la moins importante dans la petite couronne (-0,25 à 2,22 entrées).

Les communes densément peuplées, la baisse la moins importante de la fréquentation

La grille communale de densité définie par l'INSEE (<https://www.insee.fr/fr/information/6439600>) permet de classer les communes en fonction du nombre d'habitants et de la répartition de ces habitants sur leur territoire. Plus la population est concentrée et nombreuse, plus la commune est considérée comme dense. L'appartenance à un niveau de la grille n'est pas simplement liée à la densité moyenne de population calculée sur l'ensemble de la commune (incluant les surfaces non habitées comme les forêts, la montagne et les champs), elle prend en compte la présence au sein de la commune de zones concentrant un grand nombre d'habitants sur une faible surface. Selon le recensement 2023, 33,3 % de la population française vit dans des communes peu peuplées (grille de densité de 5 à 7). Ces zones abritent 673 établissements (32,7 % du parc), soit 810 écrans (12,7 % des écrans actifs), et totalisent 8,6 millions d'entrées en 2025 (5,5 % de la fréquentation totale). La fréquentation recule de 17,3 % par rapport à 2024 (-14,0 % sur l'ensemble du territoire).

Indice de fréquentation selon les zones géographiques¹

	Ile-de-France	Paris	petite couronne (92, 93, 94)	grande couronne (77, 78, 91, 95)	autres régions	unités urbaines >=100 000 hab.	unités urbaines 20 000-100 000 hab.	autres communes et unités urbaines	total France
2016	4,39	11,41	3,43	2,58	2,88	2,64	4,89	2,08	3,17
2017	4,33	11,27	3,38	2,54	2,83	2,56	4,88	2,08	3,11
2018	4,08	10,50	3,06	2,53	2,74	2,47	4,68	2,06	2,99
2019	4,36	10,65	3,56	2,68	2,89	2,58	5,00	2,23	3,17
2020	1,38	3,53	1,02	0,89	0,87	0,77	1,47	0,72	0,97
2021	1,94	4,91	1,39	1,30	1,30	1,15	2,21	1,06	1,42
2022	3,04	7,43	2,20	2,10	2,08	1,83	3,51	1,73	2,26
2023	3,47	8,29	2,54	2,44	2,50	2,19	4,29	2,08	2,68
2024	3,40	8,19	2,47	2,39	2,54	2,18	4,39	2,21	2,70
2025	3,11	7,85	2,22	2,09	2,14	1,87	3,64	1,81	2,32

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film).
Source : CNC/INSEE — recensement 2023.

Les 905 écrans des cinémas localisés dans les communes de densité intermédiaire (grille de densité de 3 à 4), situés dans 386 cinémas, enregistrent 19,2 millions d'entrées, soit -17,6 % par rapport à 2024. Enfin, les communes densément peuplées (grille de densité 1 et 2) abritent 1 001 établissements et 4 686 écrans en 2025 pour un total d'entrées à 128,4 millions, en baisse de 13,2 % par rapport à 2024.

Plus de 40 % des entrées supérieures à 7,00 €

Un large éventail de prix est pratiqué par les établissements cinématographiques mais la proportion la plus importante de billets est vendue entre 5 € et 7 €. En 2025, 46,4 % des entrées payantes sont vendues (ou valorisées) dans cette fourchette de prix, une part relativement stable par rapport à 2024 (46,0 %), au plus haut depuis la crise sanitaire. Cette tranche de prix comprend aussi bien les entrées des cartes illimitées, les tarifs pleins de certains cinémas indépendants que certains tarifs réservés aux jeunes. 11,6 % des billets vendus affichent un tarif inférieur à 5 €, stable par rapport à 2024 (11,8 %), en large baisse par rapport à la moyenne de la période 2017-2019 (18,2 %). En 2025, 42,0 % des entrées font référence à des billets vendus à 7 € ou plus, contre 42,2 % en 2024 (34,3 % avant crise).

Les entrées à 10 € ou plus, en recul sur un an mais au-dessus du niveau d'avant crise

Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 25,4 millions d'entrées en 2025, en recul de 16,3 % par rapport à 2024, dans un contexte de baisse moins prononcée de la fréquentation au global (-14,0 %), un niveau toutefois au-dessus de celui d'avant crise (+4,3 %). Seule cette tranche de tarifs, et celle de 3,00 € à 3,99 € (+10,1 %), dépassent leur niveau d'avant crise ; les entrées vendues entre 8,00 € et 8,99 € s'en rapprochent très sensiblement (-0,4 %). Les billets vendus à 10 € ou plus représentent 16,3 % des entrées totales en 2025 (16,7 % en 2024 et 11,7 % en moyenne sur la période 2017-2019).

Le nombre de billets vendus entre 20 € et 30 € recule de 3,2 % par rapport à 2024 pour atteindre 1,2 million d'entrées en 2025 (multiplié par 2,9 par rapport à la moyenne 2017-2019). Ces entrées concernent notamment le hors film, et plus précisément les captations d'opéras, mais également les billets pour la projection de films dans les salles premium.

Légère baisse de la part des entrées à 10,00 € ou plus, à 16,3 % en 2025 (16,7 % en 2024).**Une baisse des entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités moins sensible**

Les entrées réalisées dans le cadre des abonnements illimités sont valorisées conformément au prix de référence. Celui-ci a évolué sur la période pour la carte UGC (5,10 € jusqu'à février 2016, 5,23 € jusqu'à mars 2018 puis 5,12 €) et pour la carte CinéPass (5,10 € jusqu'à octobre 2016, 5,19 € jusqu'à octobre 2017 puis 5,08 €). Depuis 2016, le Cinéma des cinéastes propose une carte à entrées illimitées valorisées 5,50 €, et depuis 2023, Megarama a également lancé sa propre carte dont les entrées sont valorisées 4,80 €. A noter que Pathé Cinémas et Megarama ont également des tarifs rehaussés dans le cadre de séances spéciales (3D, nouvelles technologies, etc.) qui ne sont pas inclus dans ce périmètre.

En 2025, les entrées des cartes illimitées dans les cinémas propriétaires s'élèvent à 13,7 millions, en baisse de 3,8 % par rapport à 2024 (-14,0 % sur l'ensemble des entrées) et de 3,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (-24,9 % sur l'ensemble des entrées). Toutefois, la carte Megarama n'ayant été lancée qu'en février 2023, le recul par rapport à l'avant crise est légèrement sous-estimé. A périmètre constant, hors Megarama, la diminution est de 4,4 %.

Au global, les entrées réalisées dans le cadre de ces cartes illimitées représentent 8,7 % de la fréquentation totale (7,8 % en 2024 et 6,8 % en moyenne sur la période 2017-2019), au plus haut de la décennie après 2020 (8,8 %).

Moins de 5 % des entrées dans les salles premium

3,8 % des entrées sont réalisées dans les salles premium en 2025, qu'il s'agisse d'une projection premium ou non (3,0 % en 2024), à un niveau supérieur à celui observé avant la crise sanitaire (1,8 % en moyenne sur la période 2017-2019). En valeur absolue, les entrées des salles premium progressent par rapport à 2024 (+6,2 %) à 5,9 millions. Les recettes de ces salles augmentent également à 86,9 M€ mais de manière moins prononcée (+4,4 %). 7,5 % des recettes globales sont ainsi le fait des salles premium (6,2 % en 2024 et 3,3 % en moyenne sur la période 2017-2019).

La RME des salles premium est deux fois plus élevée que pour l'ensemble des salles et atteint 14,80 € en 2025 (-1,7 % par rapport à 2024 et +18,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019), contre 7,42 € pour l'ensemble du parc (respectivement -0,1 % et +11,1 %).

Plus de 4 millions d'entrées gratuites

Il convient de préciser que la fréquentation annuelle des salles est augmentée d'un certain nombre d'entrées gratuites.

En 2025, 4,0 millions d'entrées gratuites sont enregistrées (4,3 millions en 2024 et 5,0 millions par an en moyenne entre 2017 et 2019), ce qui porte la fréquentation totale des salles en France hexagonale à 160,1 millions (-13,9 % par rapport à 2024 et -24,8 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Les entrées gratuites représentent 2,5 % de l'ensemble des entrées en 2025 (2,3 % en 2024 et 2,3 % avant crise). En incluant les entrées gratuites, la RME TTC s'établit à 7,23 € (7,25 € en 2024).

1,2 million d'entrées entre 20 € et 30 € en 2025 (-3,2 % par rapport à 2024), qui incluent notamment les entrées pour la projection de films dans les salles premium et le hors film.

Répartition des entrées selon le prix du billet vendu¹ (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
moins de 3,00 €	2,8	2,9	3,0	2,9	3,1	2,7	3,8	3,1	2,3	2,4
3,00 € à 3,99 €	2,0	2,0	2,0	1,9	2,4	1,9	2,2	2,1	2,7	2,9
4,00 € à 4,99 €	17,7	14,6	13,2	12,1	10,7	12,3	11,7	7,4	6,9	6,3
5,00 € à 5,99 €	25,5	28,5	29,6	28,7	32,6	26,2	24,8	26,5	26,8	27,1
6,00 € à 6,99 €	18,0	18,0	18,1	19,4	19,6	18,7	17,2	18,0	19,2	19,3
7,00 € à 7,99 €	11,8	11,4	10,7	10,6	9,9	9,7	10,6	11,4	11,0	10,8
8,00 € à 8,99 €	5,7	5,4	5,8	5,9	5,3	7,3	7,5	8,3	8,5	7,5
9,00 € à 9,99 €	6,3	6,6	6,0	5,4	4,8	5,2	4,6	5,0	6,0	7,5
10,00 € et plus	10,2	10,6	11,5	13,1	11,6	15,9	17,6	18,2	16,7	16,3
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Données provisoires pour 2025.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film), hors entrées gratuites.
Source : CNC

40,8 % de la recette guichets conservée par l'exploitant

La recette aux guichets des salles de cinéma est assujettie à deux taxes : la TVA à taux réduit (5,5 %) et la taxe spéciale additionnelle (TSA) qui alimente le fonds de soutien du CNC (10,72 %). Déduction faite de ces taxes, la recette (appelée base film) est partagée entre l'exploitant et le distributeur, selon un taux de location négocié de gré à gré pour chaque film et chaque établissement. La rémunération du distributeur est calculée en multipliant le taux de location par la « base film ». En 2025, le taux moyen de location s'établit à 46,1 % (45,3 % en 2024 et 46,3 % en moyenne sur la décennie). La rémunération des exploitants s'élève à 40,8 % de la recette guichets (41,6 % en 2024 et 40,7 % en moyenne sur la décennie).

La SACEM perçoit parallèlement une rémunération au titre de la représentation publique de la musique de film. Conformément à un accord entre la Fédération Nationale des Cinémas Français (FNCF) et la SACEM, l'exploitant rémunère cette dernière selon les pourcentages suivants : 1,515 % de la « base film » lorsque l'exploitant est adhérent à la FNCF et 2,02 % de la « base film » lorsque l'exploitant n'est pas adhérent. Pour la répartition de la recette guichets telle qu'elle est calculée dans ce document, un pourcentage unique est appliqué (1,515 %).

Répartition de la recette guichets¹

	2021	2022	2023	2024	2025
(M€)					
recettes guichets	672,57	1 094,65	1 334,28	1 348,25	1 158,08
T.S.A.	72,10	117,35	143,03	144,53	124,15
T.V.A.	35,53	57,80	70,44	71,14	61,09
Sacem ²	8,55	13,93	16,98	17,15	14,73
recettes HT	556,39	905,58	1 103,84	1 115,43	958,11
rémunération distributeurs ³	284,74	455,83	557,41	554,39	485,11
rémunération exploitants ⁴	271,65	449,75	546,43	561,04	473,00
(%)					
recettes guichets	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
T.S.A.	10,72	10,72	10,72	10,72	10,72
T.V.A.	5,28	5,28	5,28	5,28	5,27
Sacem ²	1,27	1,27	1,27	1,27	1,27
rémunération distributeurs ³	42,3	41,6	41,8	41,1	41,9
rémunération exploitants ⁴	40,4	41,1	41,0	41,6	40,8
taux de location ⁵	46,6%	45,8%	46,0%	45,3%	46,1%

¹ Données provisoires pour 2025.
² 1,515 % de la recette guichets hors TVA et hors TSA.
³ Toutes taxes comprises avec une TVA à 10,0 %
⁴ Rémunération exploitants = recette guichet-TSA-TVA-Sacem-rémunération distributeurs.
⁵ Taux de location = (encaissement distributeur HT + part Sacem distributeur)/base film.
Base : ensemble des programmes (long métrage + court métrage + hors film)
Source : CNC.

Les 200 plus grands succès du cinéma depuis 1945

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
1	<i>Titanic</i>	J. Cameron	1998	US	22,32
2	<i>Bienvenue chez les Ch'tis</i>	D. Boon	2008	FR	20,45
3	<i>Intouchables</i>	E. Tolédano, O. Nakache	2011	FR	19,53
4	<i>La Grande Vadrouille</i>	G. Oury	1966	FR/GB	17,34
5	<i>Autant en emporte le vent</i>	V. Fleming	1950	US	16,73
6	<i>Avatar</i>	J. Cameron	2009	US	15,35
7	<i>Il était une fois dans l'Ouest</i>	S. Leone	1969	IT	14,91
8	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	A. Chabat	2002	FR	14,83
9	<i>Le Livre de la jungle</i>	W. Reitherman	1968	US	14,82
10	<i>Les 101 Dalmatiens</i>	W. Disney	1961	US	14,71
11	<i>Les Dix Commandements</i>	C.B. DeMille	1958	US	14,24
12	<i>Avatar, la voie de l'eau</i>	J. Cameron	2022	US	13,97
13	<i>Ben Hur</i>	W. Wyler	1960	US	13,86
14	<i>Les Visiteurs</i>	J.M. Poiré	1993	FR	13,68
15	<i>Le Pont de la rivière Kwaï</i>	D. Lean	1957	GB	13,48
16	<i>Cendrillon</i>	W. Disney	1950	US	13,27
17	<i>Le Petit Monde de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1952	IT/FR	12,79
18	<i>Les Aristochats</i>	W. Reitherman	1971	US	12,76
19	<i>Qu'est-ce qu'on a fait au bon dieu ?</i>	P. De Chauveron	2014	FR	12,36
20	<i>Le Jour le plus long</i>	Collectif	1962	US	11,93
21	<i>Le Corniaud</i>	G. Oury	1965	FR/IT	11,75
22	<i>La Belle et le clochard</i>	W. Disney	1955	US	11,26
23	<i>Le Roi lion</i>	R. Aller, R. Minkoff	1994	US	10,76
24	<i>Un p'tit truc en plus</i>	Artus	2024	FR	10,75
25	<i>Bambi</i>	W. Disney	1948	US	10,72
26	<i>Star Wars : Episode 7, le réveil de la force</i>	J. J. Abrams	2015	US	10,35
27	<i>Taxi 2</i>	G. Krawczyk	2000	FR	10,30
28	<i>Trois hommes et un couffin</i>	C. Serreau	1985	FR	10,25
29	<i>Les Bronzés 3 - amis pour la vie</i>	P. Leconte	2006	FR	10,23
30	<i>Les Canons de Navarone</i>	J. Lee Thompson	1961	US	10,18
31	<i>E.T. l'extra-terrestre</i>	S. Spielberg	1982	US	10,07
32	<i>La Guerre des boutons</i>	Y. Robert	1962	FR	10,06
33	<i>Les Misérables</i>	J.P. Le Chanois, J.P. Dreyfus	1958	FR/IT	9,97
34	<i>Le Roi Lion</i>	J. Favreau	2019	US	9,86

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
35	<i>Docteur Jivago</i>	D. Lean	1966	US	9,82
36	<i>Vingt mille lieues sous les mers</i>	R. Fleischer	1955	US	9,63
37	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	C. Colombus	2001	US	9,61
38	<i>Sous le plus grand chapiteau du monde</i>	C.B. DeMille	1953	US	9,49
39	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	M. Delaporte, A. de la Patellière	2024	FR	9,46
40	<i>Le Monde de Nemo</i>	A. Stanton, L. Unkrich	2003	US	9,45
41	<i>Le Dîner de cons</i>	F. Veber	1998	FR	9,26
42	<i>Le Grand Bleu</i>	L. Besson	1988	FR	9,21
43	<i>L'Ours</i>	J.J. Annaud	1988	FR	9,14
44	<i>Harry Potter et la chambre des secrets</i>	C. Colombus	2002	US	8,90
45	<i>Emmanuelle</i>	J. Jaeckin	1974	FR	8,89
46	<i>La Vache et le prisonnier</i>	H. Verneuil	1959	FR/IT	8,85
47	<i>West Side Story</i>	R. Wise, J. Robbins	1962	US	8,79
48	<i>Astérix et Obélix contre César</i>	C. Zidi	1999	FR/DE/IT	8,78
49	<i>La Grande Evasion</i>	R. Walsh	1963	US	8,76
50	<i>Le Bataillon du ciel</i>	A. Esway	1947	FR	8,65
51	<i>Le Fabuleux Destin d'Amélie Poulain</i>	J.P. Jeunet	2001	FR/DE	8,57
52	<i>Les Choristes</i>	C. Barratier	2004	FR/CH	8,54
53	<i>Le Dictateur</i>	C. Chaplin	1945	US	8,48
54	<i>Vice-versa 2</i>	K. Mann	2024	US	8,31
55	<i>Pour qui sonne le glas ?</i>	S. Wood	1947	US	8,27
56	<i>Rien à déclarer</i>	D. Boon	2011	FR/BE	8,14
57	<i>Violettes impériales</i>	R. Pottier	1952	FR/ES	8,13
58	<i>Les Couloirs du temps - les visiteurs 2</i>	J.M. Poiré	1998	FR	8,04
59	<i>Un Indien dans la ville</i>	H. Palud	1994	FR	7,89
60	<i>Le Boulanger de Valorgue</i>	H. Verneuil	1953	FR	7,89
61	<i>Star Wars : épisode 1 - la menace fantôme</i>	G. Lucas	1999	US	7,89
62	<i>Pinocchio</i>	W. Disney	1946	US	7,86
63	<i>L'Âge de glace 3 - le temps des dinosaures</i>	C. Saldanha	2009	US	7,84
64	<i>Tarzan</i>	C. Buck, K. Lima	1999	US	7,82
65	<i>Vaiana 2</i>	D.G. Derrick Jr., J. Hand, D. Ledoux Miller	2024	US	7,82
66	<i>Le Gendarme de Saint-Tropez</i>	J. Girault	1964	FR/IT	7,81
67	<i>Le Comte de Monte Cristo</i>	R. Vernay	1955	FR/IT	7,78
68	<i>Harry Potter et la coupe de feu</i>	M. Newell	2005	GB	7,75
69	<i>Sixième Sens</i>	M. Night Shyamalan	2000	US	7,74

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
70	<i>Ratatouille</i>	B. Bird, J. Pinkava	2007	US	7,74
71	<i>Le Cinquième Élément</i>	L. Besson	1997	FR	7,73
72	<i>la famille Bélier</i>	É. Lartigau	2014	FR	7,71
73	<i>Orange mécanique</i>	S. Kubrick	1972	GB	7,65
74	<i>La Reine des neiges 2</i>	C. Buck, J. Lee	2019	US	7,53
75	<i>Le Seigneur des anneaux - le retour du roi</i>	P. Jackson	2003	NZ	7,49
76	<i>Jour de fête</i>	J. Tati	1949	FR	7,49
77	<i>Les Bidasses en folie</i>	C. Zidi	1971	FR	7,46
78	<i>Le Retour de Don Camillo</i>	J. Duvivier	1953	IT/FR	7,43
79	<i>La Vérité si je mens 2</i>	T. Gilou	2001	FR	7,41
80	<i>Aladdin</i>	J. Musker	1993	US	7,36
81	<i>Star Wars : épisode 3 - la revanche des Sith</i>	G. Lucas	2005	US	7,36
82	<i>Les Aventures de Peter Pan</i>	W. Disney	1953	US	7,36
83	<i>Spider-Man: No Way Home</i>	J. Watts	2021	US	7,34
84	<i>Les Aventures de Rabbi Jacob</i>	G. Oury	1973	FR/IT	7,31
85	<i>Danse avec les loups</i>	K. Costner	1991	US	7,28
86	<i>Super Mario Bros. le film</i>	A. Horvath, M. Jelenic	2023	US	7,27
87	<i>Les Aventures de Bernard et Bianca</i>	Collectif	1977	US	7,25
88	<i>Jean de Florette</i>	C. Berri	1986	FR	7,23
89	<i>Le Seigneur des anneaux - les deux tours</i>	P. Jackson	2002	NZ	7,20
90	<i>Harry Potter et le prisonnier d'Azkaban</i>	A. Cuaron	2004	GB	7,19
91	<i>Shrek 2</i>	A. Adamson, V. Jenson	2004	US	7,15
92	<i>Samson et Dalila</i>	C.B. DeMille	1951	US	7,12
93	<i>Star Wars les derniers Jedi</i>	R. Johnson	2017	US	7,10
94	<i>Le Seigneur des anneaux - la communauté de l'anneau</i>	P. Jackson	2001	NZ	7,09
95	<i>Jeanne d'Arc</i>	V. Fleming	1949	US	7,09
96	<i>La Chèvre</i>	F. Veber	1981	FR/MX	7,08
97	<i>Monsieur Vincent</i>	M. Cloche	1947	FR	7,06
98	<i>Les Sept Mercenaires</i>	J. Sturges	1961	US	7,04
99	<i>Skyfall</i>	S. Mendes	2012	GB	7,01
100	<i>Si Versailles m'était conté</i>	S. Guitry	1954	FR	6,99
101	<i>Les Grandes Vacances</i>	J. Girault	1967	FR/IT	6,99
102	<i>Le Salaire de la peur</i>	H.G. Clouzot	1953	FR/IT	6,95
103	<i>Michel Strogoff</i>	C. Gallone	1956	FR/IT	6,87
104	<i>Le Gendarme se marie</i>	J. Girault	1968	FR/IT	6,83
105	<i>Avengers : Endgame</i>	A. Russo, J. Russo	2019	US	6,83

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
106	<i>Le Bossu de Notre-Dame</i>	K. Wise, G. Trousdale	1996	US	6,82
107	<i>Astérix aux Jeux Olympiques</i>	F. Forestier, T. Langmann	2008	FR/DE/ ES/IT	6,81
108	<i>Mission spéciale</i>	M. de Canonge	1946	FR	6,78
109	<i>Jurassic Park</i>	S. Spielberg	1993	US	6,77
110	<i>L'Exorciste</i>	W. Friedkin	1974	US	6,75
111	<i>Fanfan la Tulipe</i>	Christian-Jaque	1952	FR/IT	6,74
112	<i>Top Gun: Maverick</i>	J. Kosinski	2022	US	6,73
113	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon dieu ?</i>	P. de Chauveron	2019	FR/BE	6,72
114	<i>Rox et Rouky</i>	A. Stevens	1981	US	6,72
115	<i>Goldfinger</i>	G. Hamilton	1965	GB	6,68
116	<i>Les Trois Frères</i>	D. Bourdon, B. Campan	1995	FR	6,67
117	<i>les Minions</i>	P. Coffin, K. Balda	2015	US	6,67
118	<i>Nous irons à Paris</i>	J. Boyer	1950	FR	6,66
119	<i>Manon des sources</i>	C. Berri	1986	FR	6,65
120	<i>l'Age de glace 4 : la dérive des continents</i>	M. Thurmeier, S. Martino	2012	US	6,64
121	<i>Sissi</i>	E. Marischka	1956	AT	6,64
122	<i>L'Age de glace 2</i>	C. Saldanha	2006	US	6,63
123	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 2e partie</i>	D. Yates	2011	GB	6,63
124	<i>Le Cercle des poètes disparus</i>	P. Weir	1989	US	6,61
125	<i>La Belle au bois dormant</i>	W. Disney	1959	US	6,60
126	<i>Zootopie 2</i>	B. Howard / R. Moore	2025	US	6,55
127	<i>Pirates des Caraïbes - le secret du coffre maudit</i>	G. Verbinski	2006	US	6,52
128	<i>Robin des bois</i>	W. Reitherman	1974	US	6,49
129	<i>Taxi</i>	G. Pires	1998	FR	6,49
130	<i>Rain Man</i>	B. Levinson	1989	US	6,48
131	<i>La Guerre des étoiles</i>	G. Lucas	1977	US	6,47
132	<i>Les Dents de la mer</i>	S. Spielberg	1976	US	6,44
133	<i>Sissi impératrice</i>	E. Marischka	1957	AT	6,43
134	<i>Les Aventuriers de l'arche perdue</i>	S. Spielberg	1981	US	6,41
135	<i>Spider-Man</i>	S. Raimi	2002	US	6,41
136	<i>Tant qu'il y aura des hommes</i>	F. Zinnemann	1954	US	6,40
137	<i>Arthur et les Minimoys</i>	L. Besson	2006	FR	6,40
138	<i>La Cuisine au beurre</i>	G. Grangier	1963	FR/IT	6,40
139	<i>La Symphonie pastorale</i>	J. Delannoy	1946	FR	6,37
140	<i>Ivanhoé</i>	R. Thorpe	1952	US	6,36

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
141	<i>Le Bon, la brute et le truand</i>	S. Leone	1968	IT	6,36
142	<i>Spider-Man 3</i>	S. Raimi	2007	US	6,34
143	<i>Quo Vadis</i>	M. Le Roy	1953	US	6,31
144	<i>La Gloire de mon père</i>	Y. Robert	1990	FR	6,30
145	<i>Le Gendarme et les extra-terrestres</i>	J. Girault	1979	FR	6,28
146	<i>Indiana Jones et la dernière croisade</i>	S. Spielberg	1989	US	6,26
147	<i>Harry Potter et l'ordre du Phénix</i>	D. Yates	2007	GB	6,25
148	<i>Harry Potter et le Prince de sang-mêlé</i>	D. Yates	2009	GB	6,17
149	<i>Marche à l'ombre</i>	M. Blanc	1984	FR	6,17
150	<i>Merlin l'enchanteur</i>	W. Reitherman	1964	US	6,17
151	<i>Pas si bête</i>	A. Berthomieu	1946	FR	6,17
152	<i>La Chartreuse de Parme</i>	Christian-Jaque	1948	FR	6,15
153	<i>Germinal</i>	C. Berri	1993	FR/BE	6,15
154	<i>Le Père tranquille</i>	R. Clément	1946	FR	6,14
155	<i>Les Feux de la rampe</i>	C. Chaplin	1952	US	6,14
156	<i>Harry Potter et les reliques de la mort - 1re partie</i>	D. Yates	2010	GB	6,13
157	<i>Oscar</i>	E. Molinaro	1967	FR	6,12
158	<i>Taxi 3</i>	G. Krawczyk	2003	FR	6,11
159	<i>Star Wars : épisode 9, l'ascension de Skywalker</i>	J.J. Abrams	2019	US	6,07
160	<i>Terminator 2 - le jugement dernier</i>	J. Cameron	1991	US	6,01
161	<i>Midnight Express</i>	A. Parker	1978	GB	5,98
162	<i>Les Dieux sont tombés sur la tête</i>	J. Uys	1983	ZA	5,95
163	<i>Qui veut la peau de Roger Rabbit ?</i>	R. Zemeckis	1988	US	5,91
164	<i>Mourir d'aimer</i>	A. Cayatte	1971	FR/IT	5,91
165	<i>Crocodile Dundee</i>	P. Faiman	1987	AU	5,89
166	<i>Guerre et Paix</i>	K. Vidor	1956	US	5,89
167	<i>Barbie</i>	G. Gerwig	2023	GB	5,88
168	<i>Les Ripoux</i>	C. Zidi	1984	FR	5,88
169	<i>Les Vacances de Monsieur Hulot</i>	J. Tati	1953	FR	5,87
170	<i>L'Odyssée du Docteur Wassel</i>	C.B. DeMille	1946	US	5,87
171	<i>Rambo 2 - la mission</i>	G.P. Cosmatos	1985	US	5,85
172	<i>Le Bossu</i>	A. Hunebelle	1959	FR/IT	5,85
173	<i>L'Aile ou la Cuisse</i>	C. Zidi	1976	FR	5,84
174	<i>Sissi face à son destin</i>	E. Marischka	1958	AT	5,79
175	<i>Mulan</i>	T. Bancroft, B. Cook	1998	US	5,79
176	<i>Quatre mariages et un enterrement</i>	M. Newell	1994	GB	5,78

rang	titre	réalisateur	année de sortie	nationalité ¹	entrées (millions) ²
177	<i>Grease</i>	R. Kleiser	1978	US	5,77
178	<i>Men in Black</i>	B. Sonnenfeld	1997	US	5,76
179	<i>Le train sifflera trois fois</i>	F. Zinnemann	1952	US	5,76
180	<i>Moi, moche et méchant 3</i>	K. Balda, P. Coffin, E. Guillon	2017	US	5,75
181	<i>Les Indestructibles 2</i>	B. Brad	2018	US	5,75
182	<i>Les Fous du stade</i>	C. Zidi	1972	FR	5,74
183	<i>Le Troisième Homme</i>	C. Reed	1949	GB	5,74
184	<i>Opération tonnerre</i>	T. Young	1965	GB	5,74
185	<i>Andalousie</i>	R. Vernay	1951	FR/ES	5,74
186	<i>Les Anges gardiens</i>	J.M. Poiré	1995	FR	5,73
187	<i>Les Valseuses</i>	B. Blier	1974	FR	5,73
188	<i>La Bataille du rail</i>	R. Clément	1946	FR	5,73
189	<i>Lawrence d'Arabie</i>	D. Lean	1963	GB	5,72
190	<i>A nous les petites Anglaises</i>	M. Lang	1976	FR	5,70
191	<i>La Vérité</i>	H.G. Clouzot	1960	FR/IT	5,70
192	<i>Notre-Dame de Paris</i>	J. Delannoy	1956	FR/IT	5,70
193	<i>Indiana Jones et le temple maudit</i>	S. Spielberg	1984	US	5,69
194	<i>Les Tuche 3</i>	O. Baroux	2018	FR	5,69
195	<i>Matrix Reloaded</i>	L. Wachowski, A. Wachowski	2003	US	5,67
196	<i>Pocahontas, une légende indienne</i>	M. Gabriel, E. Goldberg	1995	US	5,64
197	<i>Pirates des Caraïbes - jusqu'au bout du monde</i>	G. Verbinski	2007	US	5,64
198	<i>La Ch'tite Famille</i>	D. Boon	2018	FR	5,63
199	<i>Star Wars : épisode 2 - l'attaque des clones</i>	G. Lucas	2002	US	5,63
200	<i>Bons baisers de Russie</i>	T. Young	1964	GB	5,63

¹ AT : Autriche / AU : Australie / BE : Belgique / CH : Suisse / DE : Allemagne / ES : Espagne / FR : France / GB : Grande-Bretagne / IT : Italie / MX : Mexique / NZ : Nouvelle Zélande / US : Etats-Unis / ZA : Afrique du Sud.

² Entrées cumulées de la sortie en salles jusqu'au 30 décembre 2025.

Source : CNC.

2.2

La distribution

En 2025 :

812 films inédits

sur 10 509 films projetés au total



161

films d'autres nationalités



146

films européens



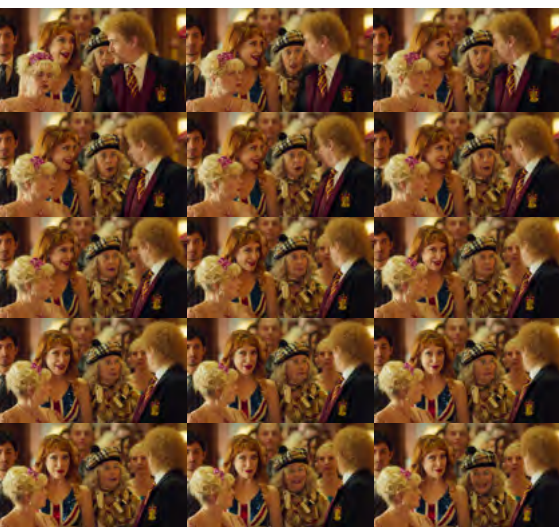
101

films américains



404

films français



Remarques méthodologiques

Sont considérés comme nouvellement sortis en France les longs métrages inédits en salles. L'ensemble des films nouveaux regroupe les œuvres ayant fait l'objet d'une sortie commerciale. Les films bénéficiant d'un visa exceptionnel ayant fait l'objet d'une sortie nationale sont également présents au sein du périmètre. Les genres qui figurent dans ce chapitre sont issus des bases de données du CNC.

Typologie des films inédits

Les films en première exclusivité : 7,7 % des films projetés en salles

En 2025, 812 films font l'objet d'une première sortie commerciale en France (+9,3 % par rapport à 2024), plus haut niveau historique et pour la première fois au-dessus du seuil de 800 films.

Au total, 10 509 films ont été projetés dans les salles de cinéma en 2025 (10 034 en 2024). Les films en première exclusivité représentent ainsi 7,7 % de l'offre de films en salles (7,4 % en 2024).

812 films inédits, plus haut niveau historique, dont 49,8 % de films français et 12,4 % de films américains.

Plus de 400 films français en première exclusivité pour la 4^e année consécutive

Le nombre de films français sortis pour la première fois en salles en 2025 est relativement stable, à 404 titres (+3 titres par rapport à 2024) et à son troisième plus haut niveau historique derrière 2023 et 2022 (405 films chacune). Les œuvres 100 % françaises représentent près des deux tiers des films français : 251 films en 2025 (263 en 2024). L'offre de coproductions majoritaires recule à 66 films (75 en 2024), se maintenant toutefois à un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (59 films par an), et celle de coproductions minoritaires atteint 87 films (63 en 2024), atteignant un plus haut niveau historique.

La part des films agréés dans l'offre de films français s'établit à 70,8 % en 2025, en hausse sur un an (67,6 % en 2024, plus bas niveau historique). Cela représente 286 films (+15 films par rapport à 2024). 118 films français non agréés sortent également en salles en 2025 (-12 films par rapport à 2024, plus haut niveau historique). Par rapport à la moyenne 2017-2019, le nombre de films agréés est en hausse de 7,5 % (266 films en moyenne par

an sur la période 2017-2019), alors que le nombre de films non agréés augmente de 14,6 % (+15 films).

La part des films français parmi les films en première exclusivité en 2025 diminue par rapport à 2024 : -4,2 points à 49,8 %, à un plus bas niveau depuis 2015 (49,4 %). Depuis 1975, la part des films français dans l'offre de films en première exclusivité a augmenté progressivement, passant de 35,8 % en moyenne entre 1975 et 1999, à 42,6 % entre 2000 et 2009 et 50,3 % entre 2010 et 2019. Depuis 2020, cette part est en moyenne de 54,6 %.

Un nombre de films américains en première exclusivité qui repasse la barre des 100, sans retrouver les niveaux d'avant crise

En 2025, les films américains représentent 12,4 % du total des films sortis en première exclusivité, troisième plus bas niveau historique derrière 2023 (12,0 %) et 2022 (10,5 %). Le nombre de films américains sortis pour la première fois sur les écrans en France augmente à 101 films (+6 films, soit +6,3 % par rapport à 2024), restant néanmoins inférieur de 20,7 % à la moyenne 2017-2019 (127 films par an).

Depuis 1975, l'offre de films américains en première exclusivité atteint, en moyenne, 139 titres chaque année (25,5 % de l'offre globale). Elle repasse la barre des 100 titres en 2025 pour la première fois depuis la crise sanitaire.

Une offre de films européens inédits à un plus haut niveau historique

L'offre inédite de films européens non français augmente en 2025 à 146 films (+31 titres par rapport à 2024), au-dessus de la moyenne 2017-2019 (116 films) et à un plus haut niveau historique. 35 films britanniques sortent pour la première fois sur les écrans français en 2025 (24,0 % des films européens), stable par rapport à la moyenne 2017-2019. Les nombres de films allemands, italiens et espagnols augmentent, quant à eux, à respectivement 18, 13 et 13 titres en 2025 (+4, +4 et +3 films par rapport à la moyenne 2017-2019).

Une offre de films d'autres nationalités à un niveau jamais atteint

En 2025, 161 films d'autres nationalités sortent en première exclusivité, record historique, surpassant de 29 titres le précédent record de 2024 (132 films) et à un niveau supérieur à celui des films européens non français pour la troisième année consécutive. Entre 2016 et 2025, le nombre de films d'autres nationalités atteignait, en moyenne, 98 films chaque année. 63 films indiens sortent en 2025 (41 titres en 2024), 28 films japonais (27 en 2024), 16 films chinois (10 en 2024) ou encore 14 films canadiens (comme en 2024), atteignant tous leur plus haut niveau historique.

Les films indiens représentent, en 2025, 39,1 % de l'offre des films d'autres nationalités et l'Inde est le troisième pays le plus représenté dans l'offre globale de films inédits (derrière la France et les États-Unis).

Nombre de films sortis en première exclusivité

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films français	364	361	355	391	194	245	405	405	401	404
100 % français ¹	208	251	234	270	130	175	278	256	263	251
majoritairement français ¹	81	61	53	56	32	41	51	77	75	66
minoritairement français ¹	75	49	68	65	32	29	76	72	63	87
films américains	150	124	127	131	55	77	68	86	95	101
films européens²	118	122	124	103	58	79	117	98	115	146
allemands	12	12	13	16	8	13	16	12	12	18
britanniques	37	36	37	34	12	20	31	25	30	35
espagnols	11	9	10	8	4	7	11	12	9	13
italiens	8	7	15	8	4	7	10	5	8	13
films d'autres nationalités	84	86	77	121	57	53	86	126	132	161
canadiens	12	9	5	12	4	4	6	13	14	14
sud-coréens	5	6	9	3	6	-	6	6	11	7
indiens	17	12	14	42	12	4	8	32	41	63
japonais	5	12	12	19	7	13	25	29	27	28
chinois	5	1	5	4	6	4	3	7	10	16
total	716	693	683	746	364	454	676	715	743	812

¹ Films intégralement, majoritairement ou minoritairement financés par la France.
² Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

143 documentaires, un deuxième plus haut niveau historique

En 2025, la part des documentaires en première exclusivité est relativement stable à 17,6 %, contre 18,3 % en 2024. 143 films documentaires sortent ainsi pour la première fois dans les salles françaises en 2025 (137 en 2024), soit le deuxième plus haut niveau historique derrière 2019 (153 titres). Les trois quarts des documentaires sont français (75,5 % en 2025, contre 76,6 % en 2024 et 72,6 % en moyenne sur la décennie), soit 108 films, 21 sont européens non français (dont six britanniques), huit sont américains et six sont d'autres nationalités. 43 des 108 documentaires français sont agréés. Les films non agréés représentent ainsi 60,2 % de l'offre de documentaires français.

54 films d'animation sortis en 2025, à un 3^e plus haut niveau historique.

Un nombre de films d'animation en baisse mais qui se maintient à un haut niveau

En 2025, 54 films d'animation sont projetés pour la première fois sur les écrans français, soit six de moins qu'en 2024 (60 films, record historique), mais à un troisième plus haut niveau historique (59 films en 2023). 16 films d'animation français sont distribués pour la première fois sur les écrans (13 en 2024), à un plus haut niveau historique, dont *Arco*, *Amélie et la métaphysique des tubes* ou encore *Marcel et Monsieur Pagnol*. Huit films d'animation américains sortent en 2025 (10 en 2024), dont notamment : *Zootopie 2*, *Les Bad Guys 2* ou *Les Schtroumpfs le film*. 13 films d'animation sont européens (12 en 2024), dont notamment *Ozi, la voix de la forêt* (film britannique) et *Panique à Noël* (film allemand). 12 sont japonais (18 en 2024), dont *Demon Slayer : Kimetsu No Yaiba – La Forteresse infinie*, *L'Attaque des Titans : la dernière attaque* ou *Detective Conan : la mémoire retrouvée*. Le premier distributeur de films d'animation est Sony Pictures avec six films, suivi de deux distributeurs français ex æquo avec cinq films distribués : KMBO et Eurozoom.

Les films d'aventures à un plus haut niveau historique

247 drames, dont 132 français et 20 américains, sont distribués pour la première fois sur les écrans français (222 en 2024, soit 25 titres de plus). Ils représentent 30,4 % de l'offre en 2025 (29,9 % en 2024 et 30,2 % avant crise). Le drame est le genre le plus courant quelle que soit la nationalité du film.

Le nombre de films d'aventures augmente à 65 films (+21 films par rapport à 2024), et atteint un plus haut niveau historique ; ils représentent 8,0 % des films en première exclusivité (5,9 % en 2024 et 6,4 % en moyenne sur 2017-2019).

En 2025, le nombre de comédies baisse à 85 films (-12 films par rapport à 2024), et leur part s'élève à 10,5 % des films sortis, soit la plus faible part historique. À noter que sur les 85 comédies, 57 sont françaises (68 en 2024).

Le nombre de films fantastiques (incluant également les films d'horreur et de science-fiction) est de 53 en 2025 (47 en 2024), soit le plus haut niveau historique depuis le relevé des données.

Genre des films en première exclusivité

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
animation	35	36	36	52	25	38	52	59	60	54
aventures	31	39	53	44	13	15	20	54	44	65
comédie	111	89	84	99	63	48	90	86	97	85
comédie dramatique	65	74	55	68	14	32	56	61	54	70
documentaire	118	119	127	153	74	89	135	114	136	143
drame	235	215	212	222	120	161	229	233	222	247
fantastique	45	34	36	38	16	20	36	35	47	53
musical	3	7	2	4	3	5	5	1	5	6
policier	51	43	44	38	22	31	33	44	41	52
autres genres	22	37	34	28	14	15	20	28	37	37
total	716	693	683	746	364	454	676	715	743	812

Source : CNC.

Le drame reste le premier genre avec 247 films en première exclusivité.

Les films Art et Essai à un plus haut niveau historique

En 2025, 55,3 % des films en première exclusivité sont recommandés Art et Essai, soit une baisse de 1,1 point par rapport à 2024 (56,4 %). A 449, le nombre de films recommandés Art et Essai est cependant à son plus haut niveau historique. C’est la septième fois depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité) que le nombre de films recommandés passe la barre des 400 films, toutes depuis 2015. Le nombre de films américains recommandés est relativement stable, avec 32 films en 2025 (33 en 2024), et se rapproche de son niveau d’avant crise, à 36 films par an sur la période 2017-2019.

La part de films recommandés est, chaque année, bien plus importante au sein de l’offre de films français que de films américains. En 2025, 64,6 % des nouveaux films français (261 films) sont recommandés Art et Essai, contre 31,7 % des nouveaux films américains (32 films). Par ailleurs, l’offre de films recommandés est majoritaire au sein des films européens non français (67,1 %, soit 98 films, un nombre record) et continue sa baisse au sein des films d’autres nationalités en 2025 avec seulement 36,0 % de films recommandés (58 films) quand cette part était en moyenne de 60,4 % sur la dernière décennie.

Sur les 449 films recommandés Art et Essai, 24,9 % (112 films) disposent d’au moins un label, en légère baisse par rapport à 2024 (26,0 %) et par rapport à la moyenne de la décennie (28,6 %). 94 films disposent d’un label Recherche et Découverte (83 en 2024 et 90 en moyenne par an sur la décennie), 11 d’un label Jeune Public (13 en 2024 et 11 en moyenne par an sur la décennie) et 9 d’un label Patrimoine et Répertoire (9 en 2024 et 6 en moyenne par an sur la décennie). Deux films font l’objet d’un double label : *La Piscine* et *La Vie s’écoule silencieusement* (tous deux des films bulgares de Binka Zhelazkova) bénéficient à la fois du label Recherche et Découverte et du label Patrimoine et Répertoire, datant respectivement de 1977 et 1957 mais étant exploités pour la première fois dans les salles françaises en 2025.

Films Art et Essai en première exclusivité

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films français	227	211	230	246	117	162	259	269	252	261
films américains	34	36	32	41	24	23	18	26	33	32
films européens ¹	73	75	82	72	44	52	80	67	78	98
autres films	59	59	59	71	32	44	51	67	56	58
total	393	381	403	430	217	281	408	429	419	449

¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Plus de 22 % des films assortis d’un avertissement ou d’une interdiction, à un plus haut niveau historique

En 2025, 713 films bénéficient d’un visa d’exploitation tous publics (87,8 %), soit la part la plus basse observée depuis 2006 (87,6 %). 380 de ces films sont français (94,1 % de l’offre de films français) et 70 sont américains (69,3 % de l’offre de films américains).

89 films font l’objet d’une interdiction aux moins de 12 ans (dont 24 films français et 30 films américains) et 10 films sont interdits aux moins de 16 ans en 2025 (un film américain, trois films européens non français et six films d’autres nationalités), dont *Black Phone 2* et *28 ans plus tard*. Aucun film n’est interdit aux moins de 18 ans en 2025 (un en 2024, *Terrifier 3*).

En 2025, la part des films assortis d’un avertissement ou d’une interdiction est de 22,5 %, soit la part la plus importante jamais observée. Pour 119 films, le visa d’exploitation est assorti d’un avertissement, soit 14,7 % des films en première exclusivité en 2025, plus haut niveau historique, et pour 35 films, l’avertissement accompagne une interdiction (4,3 % de l’offre de films en 2025, 2,4 % en 2024).

449 films recommandés Art et Essai, un nombre record, dont 261 films français.

Moins de 88 % des films bénéficient d’un visa d’exploitation tous publics, plus bas niveau depuis 2006.

16 nouveaux films chaque semaine

En 2025, 68 films en moyenne sortent chaque mois en salles, soit 16 films par semaine, des chiffres en légère hausse par rapport à ceux de 2024 (62 films par mois et 16 par semaine) et au-dessus de la moyenne de la période 2017-2019 (59 par mois et 14 par semaine). Les deux mois les plus chargés en termes de sortie sont les mois d'avril (100 films) et d'octobre (76 films) en 2025 (comme en 2024). Avant crise, les mois avec le plus grand nombre de sorties étaient, en moyenne entre 2017 et 2019, les mois de mars (71 films en moyenne) et novembre (69 films).

En moyenne, huit films français sortent chaque semaine en 2025 (comme en 2024), contre deux films américains (comme en 2024), trois films européens (deux en 2024) et trois films d'autres nationalités (comme en 2024). Les films français représentent entre 34,5 % (août) et 61,3 % (septembre) des sorties mensuelles, contre entre 6,4 % (mai) et 19,7 % (octobre) pour les films américains.

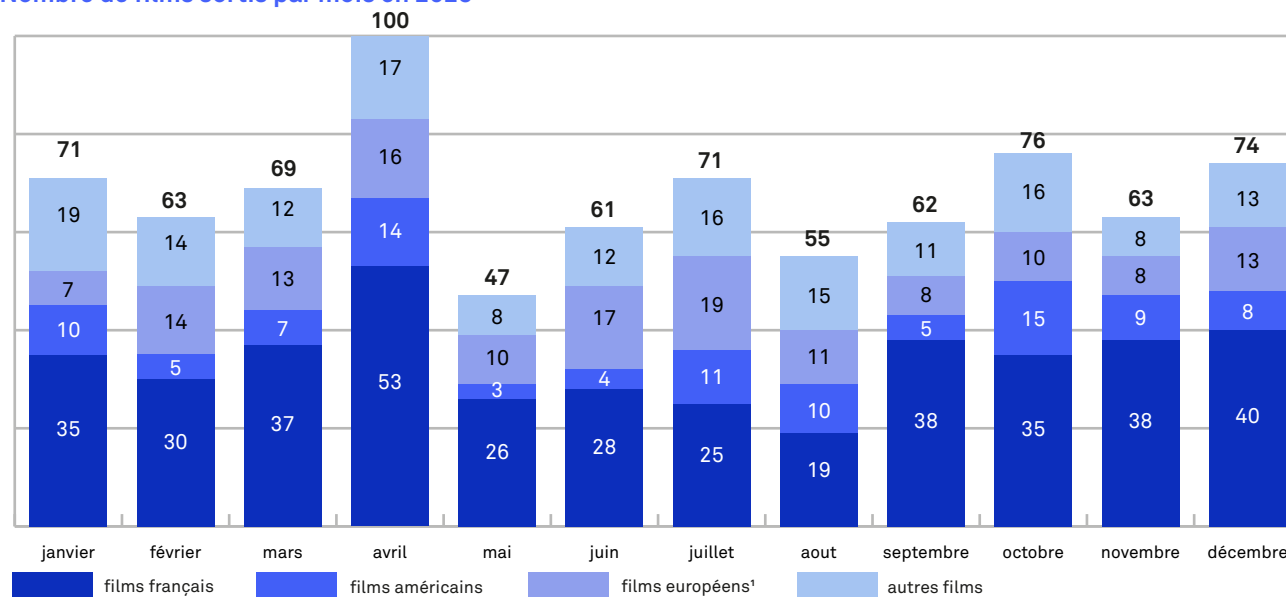
Stabilisation du nombre de films disponibles en 3D depuis 2021 à moins de 20 films par an

En 2025, 16 films inédits sont disponibles en numérique 3D, contre 13 en 2024 et 32 en moyenne par an sur la période 2017-2019. 10 de ces 16 films sont américains, quatre britanniques, un néo-zélandais (*Minecraft, le film*) et un japonais (*Chainsaw Man – le film : l'arc de Reze*).

13 des 16 films en 3D sont diffusés dans 500 établissements ou plus dès la première semaine d'exploitation en salles, et notamment *Avatar : de feu et de cendres* avec 794 établissements en première semaine. Trois films en 3D sont présents dans 200 à 499 établissements : *Wicked : partie II* (477 établissements), *Predator : Badlands* (389) et *Chainsaw Man – le film : l'arc de Reze* (242).

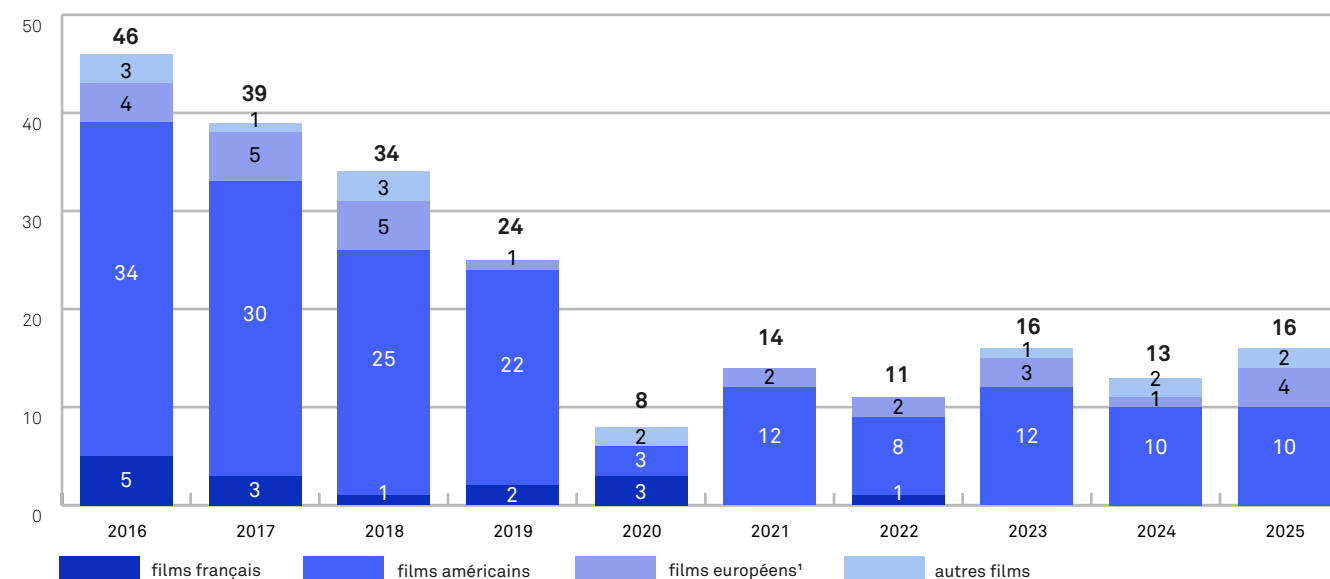
Parmi les 16 films projetés en 3D en 2025, sept sont des films d'aventures, quatre des films d'animation, deux des films fantastiques, deux des films de science-fiction et un film musical (*Wicked : Partie II*).

Nombre de films sortis par mois en 2025



¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Films en première exclusivité projetés en 3D numérique



¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

Exposition des films inédits

Un nombre de films sortant dans moins de 5 établissements en première semaine à son plus haut niveau historique

En 2025, 56 films sont distribués dans 500 établissements ou plus en première semaine d'exploitation (64 films en 2024 et 56 films en moyenne par an sur la période 2017-2019). 25 sont des films français (-6 par rapport à 2024 et +2 par rapport à la moyenne 2017-2019), 19 des films américains (-3 par rapport à 2024 et -9 par rapport à la moyenne 2017-2019), 10 des films européens (-1 par rapport à 2024 et +5 par rapport à la moyenne 2017-2019) et deux d'autres nationalités (comme en 2024 et +1 par rapport à la moyenne 2017-2019), *Minecraft, le film* (film néo-zélandais) et *Better Man* (film australien). La part des films sortis dans 500 établissements ou plus en première semaine atteint 6,9 %, en baisse sur un an (8,6 % en 2024) et à un plus bas niveau depuis 2015 (6,5 %). Parmi ces titres, un seul a été distribué dans plus de 800 établissements (-2 par rapport à 2024), il s'agit du film français *God save the Tuche* (860 établissements).

La part des films distribués dans 250 établissements ou plus en première semaine est en légère baisse sur un an, à 21,9 % (22,7 % en 2024, 21,1 % en moyenne sur la période 2017-2019).

En 2025, 277 films (34,1 % de l'offre de films en première exclusivité) disposent d'une combinaison de sortie restreinte (moins de 25 établissements), contre 241 en 2024 (32,4 % de l'offre), dépassant son niveau d'avant crise (256 en moyenne entre 2017 et 2019, soit 36,2 % de l'offre). Le nombre de films avec une combinaison de sortie très restreinte (moins de 5 établissements) atteint, lui, un plus haut niveau historique en 2025 avec 120 films (99 en 2024), représentant 14,8 % du total (13,3 % en 2024). Sur un an, cette hausse est quasi intégralement portée par les films d'autres nationalités, dont le nombre de films à combinaison très restreinte augmente de 21 films (47 en 2025, 26 en 2024), particulièrement par les films indiens dont le nombre augmente de 14 films au sein de cette tranche (29 en 2025, 15 en 2024).

44,1 % des documentaires sortent dans moins de 10 établissements en première semaine

En 2025, 44,1 % des documentaires sont distribués dans moins de 10 établissements en première semaine, à savoir 63 titres, contre 64 en 2024 (46,7 %). Ces 63 documentaires composent 36,0 % des films projetés dans moins de 10 établissements, contre 41,8 % en 2024 et 47,1 % entre 2017 et 2019.

48,1 % des films d'animation programmés pour la première fois sur les écrans en 2025 sont projetés dans 250 établissements ou plus, soit 26 titres sur 54 (43,3 % en 2024). Ils représentent 14,6 % de l'ensemble des films projetés dans 250 cinémas ou plus en première semaine (-0,8 point par rapport à 2024).

Un seul film Art et Essai sort dans 500 établissements ou plus en première semaine

59 films recommandés Art et Essai sont distribués dans moins de 10 établissements en 2025 (13,1 % des films recommandés). Ces 59 films représentent 33,7 % des films présents dans moins de 10 établissements en première semaine. À l'inverse, 43 films Art et Essai sortent dans 250 établissements ou plus en première semaine, soit 9,6 % des films Art et Essai (12,4 % en 2024, soit 52 films). Cette année, un seul film Art et Essai est programmé dans 500 établissements ou plus en première semaine (5 en 2024), soit le plus bas niveau depuis 2015 (1 également) : *Le Répondeur* (590 établissements).

Films en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
moins de 5	89	98	80	118	46	46	68	66	99	120
5 à 9	68	45	56	61	29	28	33	47	53	55
10 à 24	107	112	90	110	46	51	82	105	89	102
25 à 79	158	142	159	162	77	98	173	142	138	159
80 à 124	56	54	59	39	27	44	57	72	72	85
125 à 174	36	41	41	49	18	25	43	49	57	51
175 à 249	60	55	49	54	28	42	48	69	66	62
250 à 499	84	90	95	94	54	72	99	89	105	122
500 à 799	52	50	48	54	39	42	66	71	61	55
800 et plus	6	6	6	5	-	6	7	5	3	1
total	716	693	683	746	364	454	676	715	743	812

¹ Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.
Source : CNC.

Des plans de sortie moins importants et qui reviennent à leur niveau d'avant crise

Après avoir fortement augmenté à la faveur de la crise sanitaire et d'une offre moins porteuse, le nombre moyen d'établissements par film en première semaine a reflué progressivement et diminue à nouveau en 2025 à 146 établissements (-9 par rapport à 2024 et -33 par rapport à 2021, niveau record à 179 établissements première semaine). Celui-ci revient ainsi aux niveaux qui étaient observés avant la crise (144 établissements en première semaine en moyenne par film entre 2017 et 2019). En moyenne, un film français est distribué dans 151 établissements (3 de plus qu'en 2024 et 19 de plus par rapport à la moyenne 2017-2019), un film agréé dans 200 établissements (6 de moins qu'en 2024, 24 de plus qu'avant crise) et un film non agréé dans 31 établissements (3 de plus qu'en 2024, 13 de plus qu'avant crise). En 2025, 128 films français sortent dans moins de 25 établissements en première semaine (31,7 % de l'offre de films français, 35,7 % en 2024), dont 42 films agréés (14,7 % de l'offre de films agréés, contre 13,9 % en 2024) et 86 films non agréés (78,9 % des films non agréés, 70,4 % en 2024). Un film américain sort, en moyenne, dans 275 cinémas (22 de moins par rapport à 2024) et repasse sous son niveau d'avant crise (292), après avoir atteint un plus haut niveau historique en 2023 (341). En 2025, 51 films américains sortent dans 250 établissements ou plus en première semaine (50,5 % de l'offre), contre 48 en 2024 (50,5 % également).

Le nombre moyen d'établissements en première semaine pour un film européen non français baisse à 137, malgré tout au 4^e plus haut niveau historique derrière 2021 (154 établissements), 2023 (153) et 2024 (150). 25 films européens non français sont programmés dans 250 établissements ou plus en première semaine en 2025 (24,8 % des films européens), contre 24 en 2024 (25,3 %).

Un film non européen et non américain sort, en moyenne, dans 61 établissements en 2025 (78 en 2024) et reste ainsi à un niveau élevé par rapport à l'avant crise (38 établisse-

ments en moyenne). En fonction de l'offre, ce chiffre peut fortement varier d'une année sur l'autre.

Le film cumulant le plus grand nombre d'établissements en première semaine en 2025 est une comédie française : *God save the Tuche* avec 860 établissements (*Moi, moche et méchant 4* avec 890 établissements en 2024). Dans le classement des 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine, cinq sont américains (huit en 2024), trois sont français (un en 2024) et deux britanniques (un en 2024).

Nombre moyen d'établissements en première semaine par film¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ensemble	140	145	148	140	163	179	170	166	155	146
nationalité										
films français	116	136	134	128	175	171	168	163	148	151
films américains	298	291	280	303	259	316	318	342	297	275
films européens ²	90	100	118	103	111	154	130	152	150	137
autres films	36	37	43	36	81	53	113	69	78	61
Art et Essai										
films recommandés	69	70	76	82	107	100	96	103	108	95
films non recommandés	228	237	253	221	247	307	282	260	216	209
genre										
animation	349	343	339	322	351	361	323	311	282	293
aventures	326	318	309	303	324	528	402	320	278	273
comédie	232	262	273	239	285	408	317	271	252	273
comédie dramatique	125	118	138	160	222	166	186	189	145	129
documentaire	21	28	23	22	30	31	31	29	37	33
drame	67	73	73	80	85	93	102	103	95	90
fantastique	286	355	277	239	283	298	249	226	240	202
musical	140	198	173	106	108	276	171	13	432	256
policier	155	141	159	120	228	204	256	146	162	134

¹ Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.
² Europe au sens continental, hors France.
Source : CNC.

En moyenne, un film sort dans 146 établissements en première semaine, de retour au niveau d'avant crise.

chapitre 2 : cinéma

2.2 La distribution

sommaire

56

Même avec un plan de sortie moyen à son deuxième plus bas niveau en 20 ans, les films d'animation sont les plus exposés

En 2025, les films d'animation disposent de la plus large exposition en première semaine, à 293 établissements en moyenne pour 54 films, soit le deuxième plus faible niveau depuis 2004 (272), devant 2024 (282). Trois films d'animation disposent cette année de plus de 700 établissements en première semaine : *Les Schtroumpfs le film* (777 établissements), *Les Bad Guys 2* (740) et *Zootopie 2* (729). Les films d'aventures et les comédies suivent à égalité avec 273 établissements en moyenne (278 en 2024 pour les films d'aventures et 252 pour les comédies). Cinq films d'aventures dépassent les 700 établissements en première semaine, notamment *Mission Impossible - The Final Reckoning* (781 établissements) ; cinq comédies dépassent également ce seuil, dont quatre françaises, avec notamment *God save the Tuche* (860 établissements) À l'inverse, les documentaires et les drames sont projetés, en moyenne, dans un nombre d'établissements plus limité à respectivement 33 et 90 établissements (37 et 95 en 2024), à un troisième plus haut niveau historique pour les premiers, et un cinquième plus haut niveau pour les seconds.

Au classement des 10 premiers films en termes de nombre d'établissements en première semaine, sont présents en 2025, trois films d'animation, trois films d'aventures, trois comédies et un film de science-fiction (*Avatar : de feu et de cendres*).

Avec une moyenne de 151 établissements en première semaine, les films français se situent sensiblement au-dessus de leur niveau d'avant crise, dans un contexte global de retour à ce niveau.

Deux fois moins d'établissements en première semaine pour les films Art et Essai

En 2016, les films Art et Essai présentaient une combinaison de sortie en moyenne trois fois moins importante que les films non recommandés. En 2025, cet écart se réduit : les films Art et Essai présentent une combinaison de sortie deux fois inférieure à celle des films non recommandés. Un film Art et Essai est ainsi projeté dans 95 établissements en 2025 (-13 établissements par rapport à 2024, +26 par rapport à 2016), contre 209 établissements pour un film non recommandé, plus bas niveau historique (-7 par rapport à 2024, -19 par rapport à 2016).

Les films français recommandés sont, en moyenne, distribués dans 108 établissements en première semaine, contre 118 établissements pour les films américains recommandés.

Les 10 premiers films en nombre d'établissements en première semaine en 2025

titre	nationalité¹	distributeur	sortie	étab.²	copies³
<i>God save the Tuche</i>	FR	Pathé Films	05/02/25	860	734
<i>Avatar : de feu et de cendres</i>	US	The Walt Disney Company	17/12/25	794	728
<i>Mission Impossible - The Final Reckoning</i>	US	Paramount Pictures	21/05/25	781	801
<i>Les Schtroumpfs le film</i>	US	Paramount Pictures	16/07/25	777	685
<i>Kaamelott – 2^{ème} volet - première partie</i>	FR	SND	22/10/25	741	732
<i>Les Bad Guys 2</i>	US	Universal Pictures	30/07/25	740	674
<i>Paddington au Pérou</i>	GB	StudioCanal	05/02/25	732	633
<i>Zootopie 2</i>	US	The Walt Disney Company	26/11/25	729	645
<i>Dragons</i>	GB	Universal Pictures	11/06/25	724	702
<i>Chasse gardée 2</i>	FR	UGC Distribution	10/12/25	720	697

¹ FR = France / GB = Grande-Bretagne / US = Etats-Unis.

² Etablissements programmant les films inédits au cours de la première semaine d'exploitation.

³ Source distributeurs.

Source : CNC.

La première œuvre Art et Essai en termes de nombre d'établissements en première semaine est la comédie française *Le Répondeur* (31° avec 590 établissements en première semaine). En 2024, le premier film Art et Essai était le film musical américain *Joker : folie à deux* (10° avec 741 établissements en première semaine) et en 2016 le documentaire français *Les Saisons* (45° avec 599 établissements en première semaine).

Classement des distributeurs

Remarque méthodologique

Définition des groupes de distributeurs :

- **Les majors américaines** : Paramount Pictures, Sony Pictures Entertainment, Universal Pictures International, The Walt Disney Company, Warner Bros. Entertainment
- **Les distributeurs intégrés/TV** (intégrés à un groupe d'exploitation ou appartenant à un groupe audiovisuel) : Apollo Films Distribution, Gaumont, MK2 films, Pathé Films, SND, StudioCanal, UGC Distribution, etc.
- **Les distributeurs très actifs** : sociétés indépendantes distribuant au moins 10 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période
- **Les distributeurs moyennement actifs** : sociétés indépendantes distribuant entre 5 et 9 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période
- **Les distributeurs peu actifs** : sociétés indépendantes distribuant entre 1 et 4 films en première exclusivité en moyenne par an sur la période
- **Les autres distributeurs** : sociétés actives seulement une année sur la période

À noter que la catégorisation des distributeurs est revue chaque année, notamment les groupes basés sur l'activité annuelle des distributeurs. Ces groupes peuvent varier sensiblement selon le panel d'années sur lesquelles la catégorisation est appuyée. En 2025, cette catégorisation repose sur les années 2017 à 2019 et 2022 à 2025.

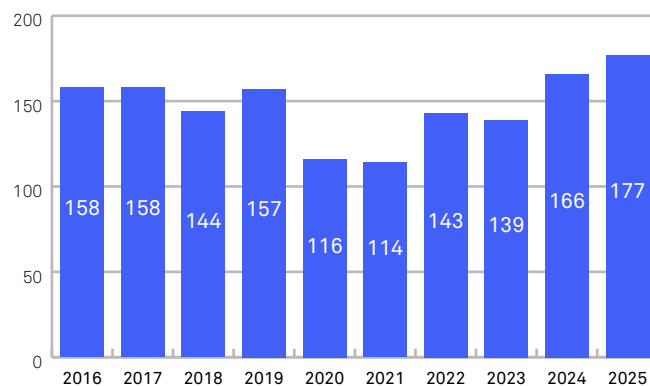
44,6 % des distributeurs ne distribuent qu'un seul film en 2025 (45,8 % en 2024), un taux qui se maintient à un haut niveau.

177 distributeurs actifs en 2025, un nombre record

En 2025, 177 distributeurs (+11 par rapport à 2024) participent à la sortie des 812 nouveaux films. Il s'agit d'un plus haut niveau historique, dépassant ainsi le niveau moyen d'avant crise (148 distributeurs entre 2017 et 2019). 28 distributeurs distribuent 10 films ou plus chacun (23 en 2024) et totalisent 51,6 % de l'offre totale de films inédits (44,7 % en 2024) et quatre distributeurs (Friday Entertainment, distributeur actif quasi-uniquement sur les films indiens, Metropolitan FilmExport, Sony Pictures Entertainment et Universal Pictures International) distribuent 20 films ou plus chacun, soit 14,5 % de l'offre totale (3 distributeurs en 2024, soit 9,6 %, composés de Friday Entertainment, Metropolitan FilmExport et Sony Pictures Entertainment). En moyenne par an, 20 distributeurs assuraient plus de 10 sorties chacun entre 2017 et 2019 totalisant 46,3 % de l'offre totale de films inédits, et 5 distributeurs plus de 20 sorties, représentant 17,1 % des films inédits.

Parmi les distributeurs, 79 ne distribuent qu'un seul film dans l'année soit 44,6 % des distributeurs actifs en 2025 (45,8 % en 2024), plus haut niveau historique en nombre et troisième plus haut niveau historique en part (derrière 2024 et 2011 à 46,5 %).

Evolution du nombre de distributeurs actifs¹



¹ Distributeurs de films inédits / Données mises à jour.
Source : CNC.

177 distributeurs actifs en 2025, plus haut niveau historique.

The Walt Disney Company : 1^{er} au classement des distributeurs

En 2025, The Walt Disney Company reste en tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements. La distribution des suites de films à succès tels que *Avatar : de feu et de cendres* (1^{er} en termes d'encaissement) ou *Zootopie 2* (2^e), ainsi que la sortie d'adaptations ou de reboots de franchises comme *Lilo & Stitch* (3^e) ou *Les 4 Fantastiques : premiers pas* (14^e) lui permet de réaliser une part de marché de 23,1 % (16,7 % en 2024). En deuxième place, Warner Bros. Entertainment totalise 12,5 % des encaissements distributeurs en 2025 (13,4 % en 2024), notamment grâce à *F1 le film* (4^e en termes d'encaissements) ainsi que *Conjuring : l'heure du jugement* (7^e). Universal Pictures International se place en troisième position avec 8,6 % des encaissements en 2025 (7,5 % en 2024) en distribuant entre autres *Jurassic World : Renaissance* (5^e en termes d'encaissements) ou encore *Les Bad Guys 2* (20^e). StudioCanal, premier distributeur français, occupe la 4^e place (8^e en 2024, derrière Pathé films, 4^e et Pan Distribution, 7^e) avec 5,5 % de parts de marché (5,4 % en 2024). La société distribue notamment *Paddington au Pérou* (16^e en termes d'encaissements) ou *Chien 51* (19^e). En 2025, les dix premiers distributeurs réalisent 74,2 % de l'ensemble des encaissements (74,1 % en 2024 et 76,5 % sur la période 2017-2019). Les cinq premiers en captent 55,0 % en 2025, contre 49,3 % en 2024 et 53,7 % sur la période 2017-2019.

L'encaissement moyen par entrée à un plus haut niveau historique

En moyenne, l'encaissement par entrée perçu par les distributeurs atteint 3,09 € en 2025, soit une légère hausse par rapport à 2024 (3,04 €, +1,6 %), dans un contexte de stabilité de la recette moyenne par entrée à 7,42 € (-0,1 % par rapport à 2024). Pour un film français, il s'élève à 2,78 € (-0,2 % par rapport à 2024), contre 3,47 € pour un film américain (+3,6 %), 2,99 € pour un film européen non français (-3,6 %) et 3,19 € pour un film d'autres nationalités (+11,0 %, plus haut niveau historique).

Plus de la moitié des encaissements réalisés par les majors américaines, se rapprochant des niveaux d'avant crise

En 2025, 54,7 % des encaissements sont perçus par les majors américaines (+5,3 points par rapport à 2024, -1,2 point par rapport à la moyenne 2017-2019) ; celles-ci distribuent 82 films, soit 10,1 % des films en première exclusivité (-2,5 points par rapport à l'avant crise). Les distributeurs intégrés/TV représentent, eux, 22,5 % des encaissements (-5,5 points comparé à l'avant crise) pour 9,9 % des films (-7,6 points). À l'inverse, les distributeurs

indépendants progressent par rapport à l'avant crise tant en encaissements qu'en nombre de films. Les distributeurs très actifs réalisent ainsi 13,4 % des encaissements totaux (+3,9 points par rapport à 2017-2019) pour 26,1 % des films (+6,2 points) et les distributeurs moyennement actifs perçoivent 8,2 % des encaissements (+2,7 points) pour 29,6 % des films (+4,1 points). Les résultats sont plus stables pour les distributeurs peu actifs avec 1,1 % des encaissements (+0,1 point) et 19,0 % des films (-1,4 point).

Les 10 premiers distributeurs en 2025

	part de marché ¹ (%)	films en exploitation	dont films inédits
1 The Walt Disney Company	23,1	247	16
2 Warner Bros. Entertainment	12,5	356	13
3 Universal Pictures International	8,6	288	22
4 StudioCanal	5,5	110	15
5 Paramount Pictures	5,3	69	9
6 SND	4,9	130	13
7 Sony Pictures Entertainment	4,2	80	22
8 Pathé Films	4,1	270	10
9 Gaumont	3,1	334	9
10 Metropolitan FilmExport	2,8	218	24

¹ En termes d'encaissements distributeurs.
Source : CNC.

La promotion des films

Remarques méthodologiques

L'institut Kantar Media pige la publicité sur cinq grands médias : affichage, cinéma, presse, radio, télévision. Les investissements publicitaires sur internet sont exclus. Les montants mentionnés ci-après correspondent à la valorisation financière de l'exposition des publicités sur ces cinq médias (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.

347,9 M€ d'investissements publicitaires bruts pour les films de 2025, à un plus bas niveau depuis 2012 (336,3 M€).

53,4 % des films en première exclusivité font l'objet d'une promotion, plus bas niveau historique

Au total, 434 films sortis pour la première fois sur les écrans en 2025 font l'objet d'une promotion sur au moins un grand média, hors internet (453 en 2024). En 2025, la part des films promus dans le total des films inédits atteint son plus bas niveau historique à 53,4 % (61,0 % pour les films de 2024, 71,4 % en moyenne en 2017-2019). Sur les 404 films français sortis pour la première fois en salles en 2025, 59,2 % font l'objet d'une promotion sur au moins un média, à un plus bas niveau depuis 1999 (première année du suivi statistique de la promotion des films). 73,3 % des films américains en première exclusivité en 2025 sont également dans ce cas, au deuxième plus bas niveau, derrière 2020 (72,7 % des films américains promus). Les investissements publicitaires bruts tarifés pour la promotion des films sortis en 2025 s'élèvent à 347,9 M€, en baisse de 4,8 % par rapport à 2024, loin derrière les niveaux d'avant crise (504,4 M€ pour 504 films en moyenne chaque année entre 2017 et 2019) et au plus bas depuis 2012 (336,3 M€ pour 462 films).

Un investissement moyen par film stable sur un an

Les films français captent 42,0 % des investissements publicitaires bruts relatifs à la promotion des films en première exclusivité en 2025 pour 55,1 % des films, contre respectivement 38,4 % et 17,1 % pour les films américains. Au global, l'investissement promotionnel moyen pour un film est de 801,6 K€ en 2025, contre 807,0 K€ en 2024 (-0,7 %) et 1 000,6 K€ entre 2017 et 2019 (-19,9 %). Un film français bénéficie, en moyenne, de 611,8 K€ d'investissements publicitaires (-0,7 % par rapport aux films français de 2024 et -21,8 % par rapport à ceux sortis entre 2017 et 2019). L'investissement publicitaire moyen pour un film américain s'élève à 1,8 M€, en légère hausse de 1,0 % par rapport à 2024 et en baisse de 7,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. L'investissement moyen pour un film français est 3,0 fois moins élevé que pour un film américain (2,9 fois en 2024 et 2,5 fois sur la période 2017-2019). L'investissement publicitaire moyen pour un film européen s'élève à 621,0 K€, en baisse de 16,4 % sur un an (742,9 K€ en 2024) et celui des films d'autres nationalités est de 434,5 K€, à un plus haut niveau historique, porté cette année par le film néo-zélandais *Minecraft, le film* dont le budget promotionnel est le plus élevé jamais atteint pour un film d'une autre nationalité.

Investissements publicitaires bruts tarifés selon la nationalité des films et l'année de sortie en salles (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films français	163,7	204,6	195,7	212,9	110,2	126,2	214,7	211,8	160,8	146,2
films américains	287,1	219,8	215,5	251,6	52,2	119,5	113,2	150,2	134,1	133,6
films européens ¹	49,2	66,1	73,6	39,9	18,0	40,7	56,0	53,0	57,9	51,5
autres films	10,1	11,0	8,1	14,1	6,6	4,1	14,2	17,0	12,8	16,5
total	510,1	501,5	492,8	518,6	187,0	290,5	398,1	431,9	365,6	347,9

¹ Europe au sens continental, hors France.
Source : Kantar Media – CNC.

Mission impossible - The Final Reckoning, 1^{er} au classement des films

Mission impossible - The Final Reckoning (film d'aventures américain) est premier au classement des films en termes d'investissements publicitaires bruts en 2025, suivi d'*Avatar : de feu et de cendres* (film de science-fiction américain) et *Bob l'éponge le film : un pour tous, tous pirates !* (film d'animation américain). 14 films américains, quatre films britanniques, un film français (*Chien 51*) et un film néo-zélandais (*Minecraft, le film*) figurent parmi les 20 premiers du classement. Ce top 20 compte par ailleurs 11 films d'aventures, cinq films d'animation, une comédie dramatique (*La Guerre des Rose*), un film fantastique (*Les 4 Fantastiques : premiers pas*), un film de science-fiction (*Avatar : de feu et de cendres*) et un thriller (*La Femme de ménage*). Le premier documentaire, *Lumière, l'aventure continue* (film français), est 147^e.

Stabilité des investissements publicitaires dans le cinéma et l’affichage en 2025

Les investissements publicitaires bruts dans le cinéma sont relativement stables, à -0,6 % par rapport à 2024 (-27,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019) et atteignent 174,3 M€ pour les films en première exclusivité de 2025. La part du cinéma dans les investissements totaux s’élève à 50,1 % pour ces films (48,0 % en 2024 et 47,6 % en moyenne pour les films sortis entre 2017 et 2019), deuxième plus haut niveau derrière 2019 (51,7 %).

Les investissements publicitaires bruts tarifés en faveur de l’affichage sont stables également, à 77,6 M€ en 2025 (-0,4 % par rapport à 2024 et -41,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019). L’affichage capte 22,3 % des dépenses publicitaires totales des films de 2025 (21,3 % pour les films de 2024 et 26,1 % pour les films sortis entre 2017 et 2019).

En revanche, les investissements publicitaires baissent pour la télévision (-20,2 % par rapport à 2024), la radio (-19,4 %) et la presse, dans une moindre mesure (-5,5 %). A 41,0 M€ en 2025, les investissements publicitaires dans la télévision descendent à un plus bas niveau depuis l’ouverture de la publicité en faveur du cinéma sur ce média en août 2020. A 14,5 M€, la radio atteint, elle, un plus bas niveau historique, tout comme la presse à 40,5 M€.

Plus de la moitié des films promus font l’objet d’une campagne publicitaire en salles de cinéma

En moyenne, la promotion d’un film sorti pour la première fois en salles en 2025 coûte 801,6 K€ (-0,7 % par rapport à 2024), plus bas niveau de la décennie, mais au-dessus du niveau moyen des années antérieures à 2014 (499,4 K€ en moyenne entre 1999, première année de relevé des données, et 2013). L’investissement moyen est très différent selon les médias. Il s’échelonne entre 131,0 K€ pour une publicité dans la presse et 792,3 K€ pour une campagne publicitaire en salles de cinéma.

La presse est le média le plus largement utilisé. 309 films font l’objet d’un encart dans la presse (71,2 % des films

faisant l’objet d’une promotion, au deuxième plus bas niveau historique, derrière 2024 à 69,8 %), notamment parce que les tarifs pratiqués par les titres de presse sont abordables, à 131,0 K€ pour un film de 2025 en moyenne (-3,3 % par rapport à 2024), au plus bas niveau depuis 2004 (109,8 K€). À noter que les distributeurs concluent régulièrement des partenariats à des tarifs négociés avec certains titres de presse.

220 films font l’objet d’une promotion au cinéma en 2025, soit 50,7 % des films promus, deuxième plus haut niveau historique après 2024 (53,4 %). L’investissement moyen par film y est, en moyenne, de 792,3 K€, en hausse de 9,3 % sur un an, seul support à enregistrer une hausse, mais à un troisième plus bas niveau depuis 2012 (686,1 K€) devant 2022 (789,3 K€) et 2024 (724,9 K€).

La publicité classique en faveur du cinéma était interdite à la télévision jusqu’en août 2020. Depuis, un décret l’a autorisée à titre expérimental jusqu’en avril 2024, date à laquelle elle a été pérennisée. En 2025, 104 films ont bénéficié d’une campagne publicitaire sur les chaînes de télévision. 24,0 % des films sortis en salles en 2025 bénéficient ainsi d’une promotion télévisuelle (25,4 % pour les films de 2024 et 20,1 % pour les films de 2019). En 2025, l’investissement moyen par film réalisé sur ce média est de 394,5 K€, en baisse de 11,8 % par rapport à 2024 mais malgré tout multiplié par 2,2 par rapport à 2019 (+120,6 %), période où la publicité à la télévision en faveur du cinéma était uniquement autorisée sur les chaînes payantes ou sous la forme de parrainage.

Investissements publicitaires bruts tarifés selon le média et l’année de sortie en salles (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
affichage	150,5	146,0	126,6	122,4	47,9	67,0	87,8	96,3	77,9	77,6
cinéma	208,8	217,5	235,4	268,0	71,9	118,9	185,5	198,0	175,4	174,3
presse	100,6	92,7	78,1	75,5	36,4	38,6	53,3	55,4	42,8	40,5
radio	40,8	37,5	35,5	34,8	13,7	19,4	22,5	25,9	18,0	14,5
télévision	9,4	7,8	17,2	17,9	17,1	46,6	49,0	56,3	51,4	41,0
total	510,1	501,5	492,8	518,6	187,0	290,5	398,1	431,9	365,6	347,9

Source : Kantar Media – CNC.

Les frais d'édition des films d'initiative française sortis en salles en 2024

Remarques méthodologiques

Plusieurs sources d'information sont utilisées pour collecter les données détaillées des frais d'édition des films d'initiative française : le soutien automatique à la distribution, la contribution CANAL+ à la distribution, la contribution OCS à la distribution, la contribution CNC à la distribution et les données déclarées par les éditeurs de films via un questionnaire pour les films qui ne sont pas couverts par au moins un de ces quatre dispositifs.

Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pas pu être recensées.

Les frais d'édition sont répartis en quatre catégories :

- les frais techniques de distribution : tirage de copies (argentiques et numériques), stockage et transport de copies, frais liés à la conception et à la fabrication du film annonce, dépenses liées à la distribution des films en numérique (notamment les DCP (Digital Cinema Package) et les KDM (Key Delivery Message)). Les frais techniques prennent également en compte les contributions numériques (VPF – Virtual Print Fee) qui ont pris fin le 31 décembre 2021 ;

- les achats d'espaces publicitaires : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision ;

- les dépenses liées à la conception et à la fabrication du matériel publicitaire : conception et fabrication des affiches, création et réalisation de spots radio, clips vidéo, contenus internet, etc. ;

- les frais divers de promotion : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festivals et de représentation, honoraires, frais de tournée et déplacements, etc.

Nouvelle baisse des frais d'édition moyens en 2024, avec moins de films à frais d'édition élevés

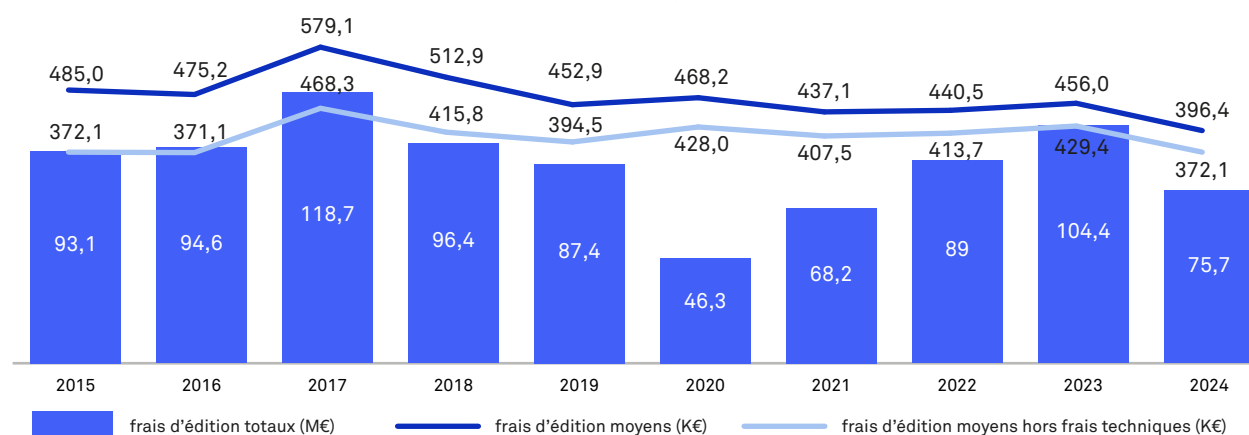
L'échantillon compte 191 films d'initiative française agréés sortis en salles en 2024 (84,9 % des films d'initiative française sortis). Ce nombre de films étudiés se situe au-dessus de la moyenne observée sur 20 ans (178 films). Malgré ce nombre de films élevé, la hausse plus sensible de l'offre de films d'initiative française agréés sortis en salles (d'un total de 225 films), entraîne une moindre représentativité de l'échantillon, à un niveau en-deçà de la moyenne des 20 dernières années (91,1 %). À noter qu'avec un taux supérieur à 80 %, le panel reste représentatif. Cette baisse du nombre de films au sein de l'échantillon entraîne une baisse des frais d'édition totaux : 75,7 M€, contre 104,4 M€ en 2023.

Inscrits dans une tendance à la baisse sur vingt ans, les frais moyens d'édition par film reculent à nouveau en 2024, après un léger rebond en 2023, pour atteindre leur plus bas niveau historique à 396,4 K€, soit -13,1 % sur un an. Cette baisse résulte d'une diminution du nombre de films avec des frais d'édition très élevés, supérieurs à 2 M€ : 11 films en 2005, contre un seul en 2024 (4 en moyenne par an en 2017-2019 et 5 en 2023). La baisse sur longue période des frais d'édition (669,9 K€ par film

en moyenne en 2005, soit -40,8 %) touche tous les types de films, quels que soient leur genre, leur recommandation ou leur combinaison de sortie. Cette baisse est largement imputable à la chute des frais techniques (24,3 K€ par film en 2024, contre 210,5 K€ en 2005). La généralisation de la projection numérique a permis aux éditeurs de faire une économie d'échelle grâce à des coûts de copie bien moins importants. En 2010, des VPF (Virtual Print Fee - contribution des éditeurs à destination des exploitants afin de les accompagner dans le financement de leur matériel de projection numérique) ont été mis en place. Ceux-ci ont été réduits au gré des amortissements des différents exploitants et ont été totalement supprimés fin 2021. Hors frais techniques, les frais moyens d'édition par film atteignent 372,1 K€ en 2024, en baisse par rapport à 2023 (-13,3 %) et au troisième plus bas niveau des 10 dernières années. Hors frais techniques, ils reculent également par rapport à 2005 (-19,0 %) mais de façon beaucoup plus modérée que tous frais confondus (-88,4 %).

La baisse des frais techniques mène les frais d'édition moyens à leur plus bas niveau historique (396,4 K€).

Frais d'édition totaux et moyens des films d'initiative française



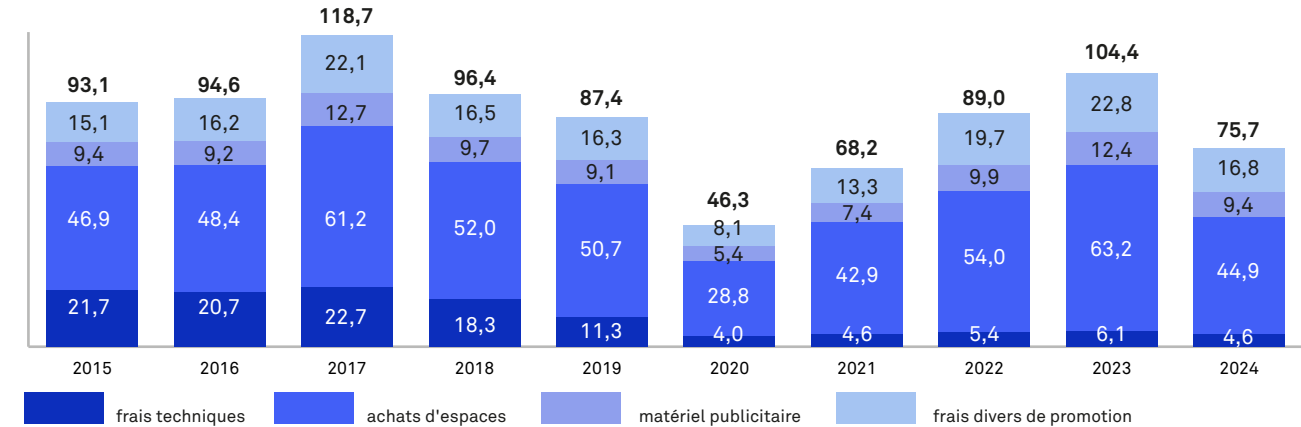
Source : CNC.

Une baisse généralisée des frais d'édition sur un an, mais différente selon les postes de dépenses sur 20 ans

La répartition des frais d'édition des films a subi d'importants changements depuis 2005. Jusqu'en 2014, les achats d'espaces publicitaires représentaient entre 44 % et 50 % des frais d'édition ; entre 2015 et 2019, cette part dépassait 50 %. Depuis 2020, c'est environ 60 % des coûts de distribution qui sont alloués chaque année à l'achat d'espaces publicitaires (59,3 % en 2024 contre 60,5 % en 2023). Quant à la part des frais divers de promotion, elle dépasse 20 % pour la troisième année consécutive pour atteindre 22,2 % en 2024, un plus haut niveau historique (à égalité avec 2022). De son côté, la part du matériel publicitaire s'établit à 12,4 % en 2024, un plus haut niveau historique également. A l'inverse, la part des frais techniques se stabilise à un très faible niveau depuis 2021, en lien avec l'arrêt des VPF cette année-là, et s'établit à 6,1 % en 2024 (5,8 % en 2023, 31,4 % en 2005).

En moyenne, 87,9 K€ par film ont été investis en frais divers de promotion en 2024, soit une baisse de 13,3 % par rapport à 2023 et de 5,9 % par rapport à 2017-2019. Ces frais sont majoritairement captés par les dépenses liées à la communication événementielle autour des films : 19,7 % pour les frais de tournée et de déplacement, 17,2 % pour les honoraires d'attachés de presse, 16,9 % pour les animations et réceptions et 14,6 % pour les autres honoraires (community manager, web manager) en 2024. Au total, ces frais liés à l'évènementiel représentent 13,9 M€ en 2024, troisième plus haut niveau depuis 2010 (première année où le détail des dépenses sur ces postes est disponible) derrière 2023 (18,1 M€) et 2022 (15,6 M€). Les frais divers de promotion tiennent une place plus importante dans les frais d'édition des films avec une petite combinaison de sortie (47,0 % des frais d'édition pour les films sortis dans moins de 25 établissements en première semaine en 2024) au détriment de l'achat d'espaces (21,5 %). Ces films font en effet davantage l'objet d'un travail de proximité avec les salles et le public, les achats d'espaces leur étant moins accessibles.

Frais d'édition des films d'initiative française selon le poste de dépenses (M€)



Source : CNC.

La part des frais d'édition consacrée aux frais divers de promotion atteint un plus haut niveau historique, à 22,2 %.

Le cinéma, premier dans les plans média pour la deuxième année consécutive

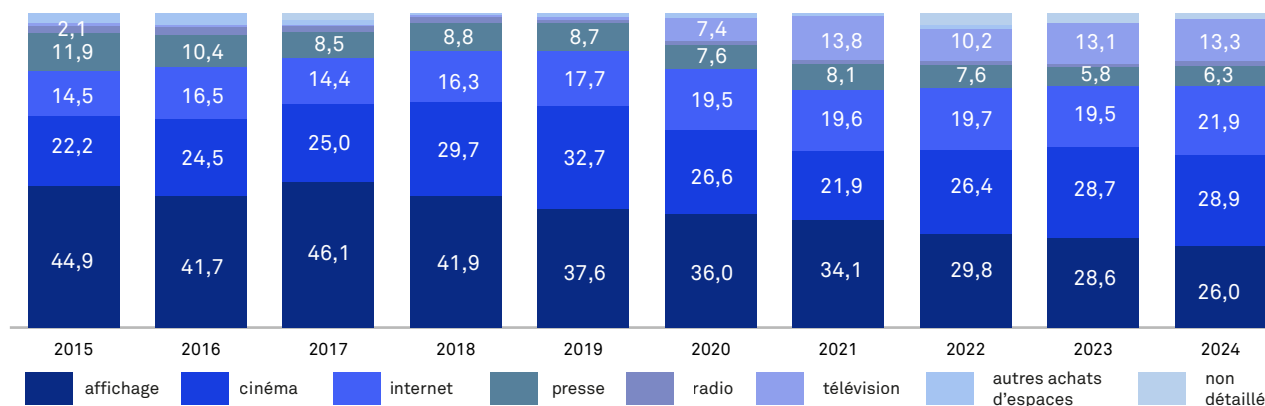
Depuis 2015, les achats d'espaces cumulent chaque année plus de la moitié des frais d'édition (59,3 % en 2024). En moyenne, les éditeurs consacrent 235,3 K€ nets par film à l'achat d'espaces publicitaires en 2024 (-19,5 % par rapport à 2007, première année où le détail des dépenses par poste est disponible), une baisse plus modérée sur la période que pour les frais techniques (-87,9 %) et comparable à celle observée sur le matériel publicitaire (-15,0%). Les frais divers de promotion enregistrent, de leur côté, un léger recul de 5,0 % par rapport à 2007 à 87,9 K€ en moyenne en 2024.

La part du cinéma dans les achats d'espaces publicitaires est en nette hausse sur la période, passant de 13,5 % en 2007 à 28,9 % en 2024. Le cinéma est ainsi le premier média en 2024, dépassant pour la deuxième année consécutive les dépenses en affichage. L'affichage représente 26,0 % des dépenses en 2024, bien loin des standards d'avant crise (37,6 % en 2019) et du début de la décennie (44,9 % en 2015).

Depuis 2007, Internet est venu bousculer les grands équilibres, les éditeurs lui consacrant une part croissante de leurs investissements sur la période. L'achat d'espaces Internet dépasse pour la première fois les 20 % et s'établit à 21,9 % en 2024. Par ailleurs, la part considérée ici doit être appréhendée comme un niveau plancher, de nombreux éditeurs assurant en interne la promotion de leurs films sur leurs réseaux sociaux (non valorisée ici).

Autre facteur qui a impacté la répartition des investissements sur les différents médias, l'ouverture de la publicité à la télévision pour la promotion des sorties en salles. Le média totalise 13,3 % des achats d'espaces en 2024, contre 0,9 % en 2019, année précédant cette ouverture. À noter que cela ne concerne pas tous les films (69 films promus à la télévision en 2024, soit 36,1 %, et 80 en 2023, soit 34,9 %).

Répartition des dépenses en achats d'espaces publicitaires (%)



Source : CNC.

7,7 % des coûts définitifs alloués aux frais d'édition

En moyenne, le coût définitif (coût de production + frais d'édition) d'un film d'initiative française sorti en salles entre 2005 et 2024 s'établit à 5,57 M€. En 2024, il atteint 5,28 M€ (5,85 M€ en 2023, soit -9,7 %). Sur longue période, ce coût définitif est dans une tendance baissière. Par rapport à 2005, il recule de 7,6 %. Sur la même période, les frais d'édition moyens des films concernés reculent de 40,2 % et les coûts de production moyens également, quoique dans une moindre mesure (-3,2 %).

Sur la période 2005-2024, les frais d'édition d'un film d'initiative française représentent, en moyenne, 10,0 % de son coût définitif. En 2024, cette part s'élève à 7,7 %, soit le niveau le plus faible enregistré sur la période. À noter qu'entre 2008 et 2022, cette part était toujours comprise entre 9,0 % et 10,5 % (9,8 % en moyenne).

Voir aussi sur www.cnc.fr

- l'étude *Les frais d'édition des films français sortis en salles en 2024*

- les séries statistiques sur les frais d'édition des films

2.3

Le public du cinéma

En 2025 :

40,9 millions de spectateurs (-0,9 million par rapport à 2024)

62,9 % des Français vont au cinéma



3-14 ans

16,5 %

des spectateurs de cinéma
13,7 % de la population
française



15-24 ans

15,9 %

des spectateurs de cinéma
12,2 % de la population
française



25-49 ans

33,4 %

des spectateurs de cinéma
31,3 % de la population
française



50 ans et plus

34,1 %

des spectateurs de cinéma
42,7 % de la population
française



Remarques méthodologiques

Depuis 2016, l'institut Vertigo réalise l'enquête *CinExpert*, un dispositif d'étude et de mesure de l'audience du cinéma en partenariat avec le CNC, Médiavision et CANAL+ régie. Le dispositif s'appuie sur deux études complémentaires : une étude hebdomadaire réalisée en ligne auprès d'environ 2 000 spectateurs âgés de 3 ans et plus, sur les 7 derniers jours, tout au long de l'année, pour qualifier chaque semaine le profil du public du cinéma et des films et une étude annuelle de cadrage réalisée par téléphone permettant de connaître la pénétration du média cinéma, la structure du public et les habitudes de fréquentation cinéma du public. Cette étude de cadrage est réalisée par téléphone (CATI) auprès de 5 000 individus âgés de 3 ans et plus chaque année, pendant les mois de janvier et de février, et porte sur la fréquentation de l'année précédente. Le public des films porte sur les films sortis en salles en 2025 et exploités dans au moins 50 établissements en première semaine.

Le public des salles de cinéma en 2025

Définitions

La population cinématographique comprend l'ensemble des individus âgés de 3 ans et plus étant allés au cinéma au moins une fois dans l'année.

Le taux de pénétration du cinéma pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :

- population cinématographique de ce groupe / population totale de ce groupe.

La part d'un groupe d'individus dans la structure du public est le résultat de l'opération :

- individus concernés / population cinématographique totale.

La part d'un groupe d'individus dans la structure des entrées est le résultat de l'opération :

- entrées réalisées par les individus concernés / total des entrées.

Le nombre moyen d'entrées pour un groupe d'individus est le résultat de l'opération :

- entrées réalisées par les individus concernés / population cinématographique de ce groupe.

Les spectateurs assidus vont au cinéma au moins une fois par semaine, 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.

41 millions de spectateurs en 2025 : une population cinématographique en légère baisse

L'année 2025 recense 40,9 millions de spectateurs, en baisse par rapport à 2024 qui en comptait 41,8 millions. La population cinématographique compte ainsi 0,9 million d'individus de moins qu'en 2024 (-2,3 %) et 2,1 millions de moins qu'en 2019 (-4,8 %).

La population cinématographique représente 62,9 % de la population totale des 3 ans et plus en 2025, contre 64,9 % en 2024 et 68,3 % en 2019. Alors que ce taux était en hausse constante depuis la fin de la crise sanitaire, illustrant un retour progressif des spectateurs en salles de cinéma, il observe en 2025 un recul de 2,0 points par rapport à 2024.

Chaque spectateur s'est rendu, en moyenne, 3,8 fois dans les salles de cinéma au cours de l'année 2025, un nombre inférieur à 2024 (4,3 entrées en moyenne) et bien en-deçà de celui observé au cours des années précédant la crise sanitaire (5,0 entrées en moyenne en 2019).

62,9 % des Français sont allés au moins une fois au cinéma en 2025, soit 40,9 millions.

La population cinématographique

	population totale (millions)	spectateurs (millions)	pénétration (%)	nombre moyen d'entrées
2016	62,7	42,5	67,8	5,0
2017	62,9	42,6	67,7	4,9
2018	62,7	41,0	65,3	4,9
2019	62,8	43,0	68,3	5,0
2020	63,2	27,6	43,6	2,4
2021	63,6	32,7	51,4	2,9
2022	63,9	39,9	62,5	3,8
2023	64,2	40,9	63,7	4,4
2024	64,5	41,8	64,9	4,3
2025	65,0	40,9	62,9	3,8

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Des entrées en baisse quel que soit le genre, bien que plus importante pour les spectateurs que pour les spectatrices

En 2025, le public des salles de cinéma demeure majoritairement féminin. Les femmes représentent 53,1 % du public, alors qu'elles constituent 51,4 % de la population française âgée de 3 ans et plus.

Au sein de la population cinématographique, le nombre de femmes et d'hommes sont tous deux en légère baisse par rapport à 2024 : respectivement -2,7 %, soit -0,6 million de spectatrices et -1,9 %, soit -0,4 million de spectateurs. Les femmes sont toutefois plus nombreuses à s'être rendues en salles : 64,9 % d'entre elles y sont allées au moins une fois au cours de l'année (67,0 % en 2024), contre 60,7 % des hommes (62,6 % en 2024). Ces taux de pénétration sont inférieurs au niveau d'avant crise quel que soit le genre (69,3 % pour les femmes et 67,3 % pour les hommes en 2019), mais avec un écart plus marqué pour les hommes (-6,6 points, contre -4,4 points pour les femmes).

En 2025, les spectatrices continuent de générer plus d'entrées en salles (57,3 %) que les spectateurs (42,7 %). À l'exception de 2019 (48,9 % des entrées générées par les femmes), elles totalisent toujours plus d'entrées. En 2025, elles représentent plus de 60 % des entrées de films qui ont rencontré un large succès en salles : *La Femme de ménage* (1,4 million d'entrées en 2025), *Conjuring, l'heure du jugement* (2,3 millions d'entrées) ou encore *Bridget Jones, folle de lui* (0,9 million). D'autres films à succès présentent, de leur côté, un public plus masculin avec plus de 60 % des entrées réalisées par des hommes : *F1, le film* (3,3 millions d'entrées), *Minecraft, le film* (2,6 millions) ou encore *Mission : Impossible - the final reckoning* (2,4 millions). L'année 2025 enregistre une baisse du nombre d'entrées, quel que soit le genre des spectateurs. Les hommes ont généré 17,5 % d'entrées en moins qu'en 2024 (66,6 millions d'entrées, contre 80,7 millions en 2024), et les femmes 11,3 % de moins (89,5 millions, contre 100,9 millions).

En 2025, les spectatrices sont allées, en moyenne, 4,1 fois au cinéma dans l'année (4,5 en 2024), contre 3,5 fois pour les spectateurs (4,1 en 2024).

Fréquentation selon le genre en 2025

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
femmes	51,4	64,9	53,1	57,3	4,1
hommes	48,6	60,7	46,9	42,7	3,5
ensemble	100,0	62,9	100,0	100,0	3,8

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les 15-24 ans réalisent 22,6 millions d'entrées en 2025 (-30,1 % par rapport à 2024).

Une appétence pour le cinéma plus importante chez les jeunes...

En termes de pénétration, le cinéma touche toujours davantage les jeunes : 78,6 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2025, contre 67,1 % des 25-49 ans et 50,2 % des 50 ans ou plus. Le taux de pénétration est le plus important chez les 15-19 ans (85,4 %) et les 11-14 ans (80,6 %), et le plus bas chez les 60 ans et plus (44,8 %). De manière générale, les individus se rendent moins au cinéma qu'avant crise, avec un taux de pénétration de 62,9 % en 2025, contre 68,3 % en 2019 (-5,5 points). Le taux de pénétration du cinéma chez les 35-49 ans est celui qui recule le plus (-11,2 points), passant de 76,7 % à 65,5 %. Au contraire, les 20-24 ans maintiennent un taux de pénétration à 78,1 % (78,5 % en 2019).

Au total, 13,3 millions de Français de moins de 25 ans se sont rendus dans les salles de cinéma en 2025, un nombre en baisse : -4,6 % par rapport à 2024 (13,9 millions) et -6,4 % par rapport à 2019 (14,2 millions). La part des moins de 25 ans dans le public du cinéma s'établit à 32,5 %, au plus bas niveau depuis 2015 (lancement de l'étude CinExpert), bien que la baisse soit faible : -0,8 point par rapport à 2024.

...mais une baisse de fréquentation notable chez les 15-24 ans

Au global, les moins de 25 ans sont à l'origine de 28,0 % des entrées, soit la plus faible part depuis le lancement de l'étude *CinExpert* (32,4 % en 2024 et 30,5 % en 2019). Ils réalisent 43,7 millions d'entrées en 2025, soit -25,7 % par rapport à 2024 (58,8 millions) et -32,9 % par rapport à 2019 (65,1 millions).

Plus précisément, 6,5 millions de 15-24 ans sont allés au cinéma, un nombre inférieur à 2024 (6,7 millions), mais en hausse par rapport à 2019 (6,3 millions). 81,7 % des 15-24 ans sont ainsi allés au moins une fois au cinéma en 2025 (83,6 % en 2024 et 82,9 % en 2019). Leur part dans le public du cinéma est identique à celle de 2024, à 15,9 %, et en hausse par rapport à 2019 (14,7 %). La proportion des entrées qu'ils réalisent est cependant en forte baisse et s'établit à 14,4 % (17,8 % en 2024 et 15,8 % en 2019). Ils réalisent 22,6 millions d'entrées, en recul de 30,1 % par rapport à 2024 (32,2 millions) et de 32,9 % par rapport à 2019 (33,6 millions d'entrées). Les 15-24 ans se sont rendus 3,4 fois dans les salles en 2025 (4,8 fois en 2024 et 5,3 fois en 2019). À noter que les 15-19 ans affichent un nombre d'entrées très légèrement supérieur au nombre moyen tous spectateurs confondus (4,0 entrées, contre 3,8 tous âges confondus) et les 20-24 ans le nombre moyen d'entrées le plus faible de toutes les tranches d'âge, à 2,9 entrées par spectateur (4,7 entrées en 2024 et 5,0 en 2019).

En 2025, les 15-24 ans ont constitué plus d'un tiers du public de films comme *Conjuring, l'heure du jugement* (2,3 millions d'entrées), *Demon Slayer Kimetsu no yaiba, la forteresse infinie* (1,7 million) ou encore *Five Nights at Freddy's 2* (0,5 million).

Une part croissante des 25-49 ans dans les entrées en salles

En 2025, les 25-49 ans représentent 33,4 % du public du cinéma, contre 32,8 % en 2024 (34,8 % en 2019). Par ailleurs, ils génèrent davantage d'entrées qu'en 2024 : avec 44,7 millions d'entrées, soit +5,6 % (42,3 millions en 2024), ils comptent pour 28,6 % des entrées (23,3 % en 2024). En moyenne, ils sont allés 3,3 fois au cinéma au cours de l'année (3,1 fois en 2024) et se démarquent comme la seule tranche d'âge avec un nombre moyen d'entrées à la hausse.

Plus précisément, le taux de pénétration des 25-34 ans augmente en 2025 : 69,6 % d'entre eux sont allés au cinéma, contre 67,2 % en 2024. Avec 16,3 millions d'entrées, ils comptent pour 10,4 % des entrées, une part stable par rapport à l'année précédente (10,5 % en 2024) et légèrement inférieure à l'avant crise (13,9 %).

De leur côté, les 35-49 ans se démarquent comme la seule tranche d'âge avec un nombre moyen d'entrées en hausse sur un an : ils se sont rendus 3,4 fois en salles en 2025, contre 2,7 fois en 2024. Ils comptent ainsi pour 18,2 % des entrées, une part nettement supérieure à 2024 (12,8 %), au niveau d'avant crise (18,2 % en 2019), à 28,4 millions (+22,5 % sur un an et -26,9 % par rapport à 2019). Ils ont notamment été attirés par des films comme *Kaamelott, deuxième volet partie 1* (1,0 million d'entrées) ou *28 ans plus tard* (0,5 million).

Les seniors, spectateurs les plus assidus

Les seniors (50 ans ou plus) représentent 34,1 % de la population cinématographique en 2025 (33,9 % en 2024). Cette part est légèrement supérieure à celle observée avant crise : +1,9 point par rapport à 2019 (32,2 %). Ils sont ainsi 13,9 millions à s'être rendus au cinéma en 2025, en légère baisse par rapport à 2024 (14,2 millions, -1,8 %) et au niveau de 2019 (13,8 millions, +0,9 %).

En 2025, ils génèrent 43,4 % des entrées (44,3 % en 2024 et 37,4 % en 2019). Au total, les seniors réalisent 67,8 millions d'entrées en 2025, en baisse de 15,8 % par

rapport à 2024 (80,5 millions), et en-deçà de leur niveau d'avant crise de 14,9 % (79,7 millions en 2019).

Au total, les seniors comptent pour 40,6 % des spectateurs habitués (assidus + réguliers). Les 60 ans et plus, notamment, sont les spectateurs les plus assidus, à 5,2 entrées en moyenne par spectateur (4,4 en moyenne pour les 50-59 ans et 3,8 tous spectateurs confondus), soit le nombre moyen le plus élevé toutes tranches d'âge confondues et la seule à dépasser les 5 entrées par spectateur. Les 60 ans et plus génèrent, à eux seuls, 28,3 % des entrées en salles en 2025 (-2,1 points par rapport à 2024 mais +2,2 points par rapport à 2019).

En 2025, les seniors composent plus de 60 % des entrées d'*Un ours dans le Jura* (1,5 million d'entrées), de *Le Chant des forêts* (0,4 million), de *La Femme la plus riche du monde* (0,9 million) ou encore de *La Venue de l'avenir* (0,9 million).

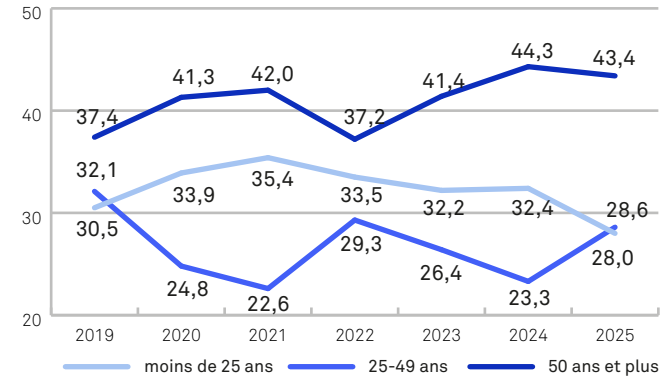
78,6 % des moins de 25 ans sont allés au cinéma en 2025, contre 67,1 % des 25-49 ans et 50,2 % des 50 ans et plus.

Fréquentation selon l'âge en 2025

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
3-10 ans	8,8	72,9	10,2	8,5	3,2
11-14 ans	5,0	80,6	6,4	5,0	3,0
15-19 ans	6,4	85,4	8,6	9,0	4,0
20-24 ans	5,9	78,1	7,3	5,5	2,9
25-34 ans	12,0	69,6	13,3	10,4	3,0
35-49 ans	19,3	65,5	20,1	18,2	3,4
50-59 ans	13,2	62,3	13,1	15,1	4,4
60 ans et plus	29,5	44,8	21,0	28,3	5,2
ensemble	100,0	62,9	100,0	100,0	3,8

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Parts des jeunes, des adultes et des seniors dans les entrées (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les CSP+ surreprésentées dans le public du cinéma

Bien que toujours en-deçà des niveaux d'avant crise, la pratique cinématographique reste plus répandue au sein des catégories socioprofessionnelles supérieures (CSP+) : 73,1 % d'entre eux sont allés au moins une fois au cinéma en 2025 (-7,3 points par rapport à 2019), contre 62,4 % pour les catégories socioprofessionnelles inférieures (CSP-, -2,8 points) et 58,7 % pour les inactifs (-5,9 points). Les CSP+ représentent 27,7 % du public en 2025 (27,8 % en 2024 et 27,1 % en 2019), une part supérieure à celle qu'ils occupent au sein de la population française (23,9 % en 2025). Il s'agit de la catégorie socioprofessionnelle la plus représentée tant en termes de public que d'entrées, comme cela était déjà le cas avant la crise sanitaire. Les CSP- comptent pour 20,1 % de la population cinématographique (22,4 % en 2024 et 22,2 % en 2019), une part proche de celle qu'ils occupent au sein de la population française (20,3 % en 2025). Quant aux inactifs, ils représentent la majorité du public : 52,1 % en 2025 (49,8 % en 2024 et 50,7 % en 2019), une part toutefois inférieure à celle qu'ils ont dans l'ensemble de la population française (55,9 %).

Concernant la fréquentation, les CSP+ représentent 27,9 % des entrées, une part en légère hausse par rapport à 2024 (24,6 %, +3,3 points), et stable par rapport à l'avant crise (28,7 % en 2019, -0,9 point). Ils enregistrent 43,5 millions d'entrées (44,6 millions en 2024, -2,5 % et 61,3 millions en 2019, -29,0 %) et sont allés, en moyenne, 3,8 fois au cinéma, comme en 2024 (5,3 fois en 2019). Les CSP- se sont, quant à eux, rendus en salles plus souvent qu'en 2024 : 3,5 fois en moyenne en 2025, contre 3,0 fois l'année précédente (3,8 en 2019). Ils représentent 18,2 % des entrées (15,4 % en 2024 et 16,9 % en 2019), à 28,5 millions, se démarquant comme la seule catégorie socioprofessionnelle avec un nombre d'entrées supérieur à 2024 (27,9 millions et 36,1 millions en 2019). Les inactifs enregistrent, de leur côté, plus de la moitié des entrées avec 84,2 millions d'entrées en 2025 (53,9 % de la fréquentation totale), une part en baisse par rapport

à 2024 (60,0 %, soit 109,0 millions) et 2019 (54,3 %, soit 115,9 millions). Ils se rendent, en moyenne, 3,9 fois au cinéma, contre 5,2 fois en 2024 et 5,3 fois en 2019. En 2025, les CSP+ représentent notamment plus d'un tiers des entrées de films recommandés Art et Essai, tels que *Dossier 137* (0,7 million d'entrées), *Sirât* (0,7 million) ou *Un simple accident* (0,6 million). Les CSP-, eux, sont particulièrement attirés par les films d'horreur et représentent plus de 40 % des entrées de films tels que *Conjuring, l'heure du jugement* (2,3 millions), *Destination finale bloodlines* (1,0 million), *Sinners* (1,0 million) ou encore *Evanouis* (1,0 million).

Une part croissante d'inactifs dans la population cinématographique

Les inactifs représentent la majorité du public du cinéma : ils comptent pour 52,1 % des spectateurs en 2025 (49,8 % en 2024 et 50,7 % en 2019). Parmi les inactifs, les élèves et étudiants sont les plus nombreux à aller au cinéma : ils sont 78,1 % à fréquenter les salles de cinéma en 2025, le taux le plus élevé de toutes les catégories socioprofessionnelles (80,5 % en 2024 et 85,4 % en 2019). Les élèves et étudiants représentent 28,5 % du public du cinéma en 2025, une part en ligne avec celle de 2024 (28,0 %) et celle d'avant crise (27,1 %).

À l'inverse, le taux de pénétration du cinéma chez les retraités est le plus faible de toutes les catégories socioprofessionnelles : ils sont 43,7 % à s'être rendus au cinéma en 2025 (45,2 % en 2024 et 48,0 % en 2019). Ils représentent 18,4 % du public cinématographique, une part croissante par rapport à 2024 (15,8 %) et à l'avant crise (16,7 % en 2019), bien qu'inférieure au poids qu'ils représentent au sein de la population française (26,4 % en 2025). Par ailleurs, cette croissance est à mettre en corrélation avec l'augmentation de la proportion de retraités au sein de la population française (22,8 % en 2024 et 23,8 % en 2019). Pour autant, leur part dans les entrées est plus élevée, à 24,9 % (26,9 % en 2024 et 24,3 % en 2019). Les retraités qui vont au cinéma y vont donc de manière

assidue : 5,2 entrées en moyenne par an en 2025 (7,4 en 2024 et 7,2 en 2019). Il s'agit de la catégorie socioprofessionnelle qui se rend le plus souvent en salles en 2025, comme en 2024 et en 2019.

Fréquentation selon l'activité professionnelle en 2025

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
CSP +	23,9	73,1	27,7	27,9	3,8
chefs d'entreprises, cadres...	10,3	76,7	12,6	15,5	4,7
professions intermédiaires	11,0	72,4	12,7	10,5	3,2
artisans, commerçants	2,5	61,4	2,5	1,8	2,8
CSP -	20,3	62,4	20,1	18,2	3,5
employés	11,4	68,4	12,4	13,0	4,0
ouvriers	7,9	55,4	7,0	5,2	2,8
agriculteurs	0,9	49,4	0,7	0,0	0,0
inactifs	55,9	58,7	52,1	53,9	3,9
retraités	26,4	43,7	18,4	24,9	5,2
élèves, étudiants	22,9	78,1	28,5	25,0	3,3
autres inactifs (chômeurs,...)	6,5	51,0	5,3	4,1	3,0
ensemble	100,0	62,9	100,0	100,0	3,8

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les retraités, les spectateurs les plus assidus avec 5,2 entrées en moyenne par spectateur en 2025.

Une fréquentation à la hausse dans les agglomérations de taille moyenne

La pénétration du cinéma diminue, par rapport à 2024, quelle que soit la taille des agglomérations, sauf dans celles de moins de 20 000 habitants (61,6 % en 2025, contre 60,2 % en 2024) et celles entre 50 000 et 100 000 habitants (63,4 %, contre 62,2 %). Ces dernières sont également les seules qui présentent un taux de pénétration équivalent à l'avant crise (62,4 % en 2019 pour les agglomérations de 50 000 à 100 000 habitants). Toutes les autres tailles d'agglomérations enregistrent une diminution de la part d'habitants s'étant rendus au cinéma en 2025, allant jusqu'à -8,1 points pour les agglomérations de 20 000 à 50 000 habitants, zones où la population est la moins allée au cinéma (55,1 % des habitants, contre 63,2 % en 2024 et 66,3 % en 2019).

Les agglomérations de 100 000 habitants ou plus, y compris l'agglomération parisienne, concentrent près de la moitié du public (49,3 % en 2025, 49,5 % en 2024 et 47,7 % en 2019), devant les zones rurales et les unités urbaines de moins de 20 000 habitants (37,6 % du public, contre 37,1 % en 2024 et 39,8 % en 2019) et les agglomérations de 20 000 à 100 000 habitants (13,1 %, contre 13,3 % en 2024 et 12,6 % en 2019).

En termes de fréquentation, les plus grandes agglomérations totalisent plus de la moitié des entrées : leurs habitants sont à l'origine de 52,3 % des entrées en 2025 alors qu'ils représentent 49,3 % du public. Leur fréquentation diminue néanmoins à 81,4 millions d'entrées (105,7 millions en 2024, -22,7 %, et 122,0 millions en 2019, -33,0 %). La part des unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants dans le total des entrées progresse sur un an, à 13,5 % en 2025, contre 10,8 % en 2024 (11,2 % en 2019) pour une fréquentation globale à 21,1 millions d'entrées, en hausse de 7,2 % sur un an et en recul de 11,8 % par rapport à 2019. A 34,2 % en 2025, les agglomérations de moins de 20 000 habitants et les zones rurales occupent une place plus importante que les années précédentes (31,0 % en 2024 et 31,6 % en 2019). 53,4 millions d'entrées

sont ainsi réalisées par les habitants de ces zones, en baisse de 5,2 % par rapport à 2024 et de 20,7 % par rapport à 2019.

À noter que les habitants de l'agglomération parisienne représentent plus de 30 % des entrées de certains films Art et Essai comme *Un simple accident* (0,6 million d'entrées en 2025), *Zion* (0,5 million) ou *La Petite Dernière* (0,4 million), tandis que les habitants des agglomérations de moins de 100 000 habitants représentent plus de 50 % du public de blockbusters américains tels qu'*Avatar : de feu et de cendres* (5,1 millions), *Lilo & Stitch* (5,0 millions) ou encore *Jurassic World : Renaissance* (2,9 millions).

Le nombre moyen d'entrées annuelles le plus important est enregistré par les habitants des agglomérations de 100 000 habitants et plus, y compris l'agglomération parisienne, à 4,1 entrées par spectateur en 2025, malgré une nette baisse par rapport à 2024 (5,1 entrées) et à l'avant crise (6,0 entrées en 2019). Cette baisse est particulièrement marquée au sein de l'agglomération parisienne, où le nombre d'entrées moyen est à 3,6 en 2025, alors qu'il était à 5,3 en 2024 et à 7,4 en 2019. À l'inverse, la fréquentation des habitants des unités urbaines de 20 000 à 100 000 habitants progresse à 3,9 entrées en moyenne par spectateur, contre 3,5 en 2024 (4,4 en 2019). Celle des unités urbaines les plus petites et des zones rurales est stable à 3,5 entrées en moyenne par spectateur (3,6 en 2024 et 3,9 en 2019).

Fréquentation selon la taille de l'agglomération de résidence en 2025

	poids dans la population (%)	pénétration (%)	structure du public (%)	structure des entrées (%)	nombre moyen d'entrées
zones rurales ¹	21,2	58,5	19,7	15,7	3,0
UU < 20 000 hab.	18,2	61,6	17,8	18,5	4,0
UU de 20 000 à 50 000 hab.	6,2	55,1	5,4	4,6	3,2
UU de 50 000 à 100 000 hab.	7,6	63,4	7,7	8,9	4,4
UU >= 100 000 hab.	30,3	65,2	31,4	35,5	4,3
UU de Paris	16,5	68,3	17,9	16,8	3,6
ensemble	100,0	62,9	100,0	100,0	3,8

¹ Communes n'appartenant ni à une agglomération multicommunale, ni à une ville isolée (commune dont le nombre d'habitants de la plus grande zone bâtie de la commune atteint au moins 2 000 habitants).
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus

Une part de spectateurs occasionnels en hausse, à son deuxième plus haut niveau historique

En 2025, les spectateurs occasionnels représentent 73,6 % du public, une part en légère hausse par rapport à 2024 (72,1 %) et à son deuxième plus haut niveau historique (depuis 2015), après 2023 (74,1 %). Au total, 30,1 millions des spectateurs sont des occasionnels (30,2 millions en 2024 et 29,7 millions en 2019).

Les habitués (spectateurs assidus et réguliers) représentent un quart du public (26,4 %), une part en légère baisse par rapport à 2024 (27,9 %). En 2025, ils sont 10,8 millions, contre 11,7 millions en 2024. Les réguliers comptent pour 23,4 % du public et les assidus pour 3,0 %, contre respectivement 24,6 % et 3,3 % en 2024.

Le nombre de spectateurs réguliers atteint l'un de ses plus bas niveaux historiques, à 9,6 millions, après 2021 (7,7 millions) et 2023 (9,1 millions). En 2025, 1,2 million de spectateurs sont assidus, en baisse de 11,0 % par rapport à 2024 et au plus bas après 2021 (0,9 million).

Les habitués (spectateurs réguliers et assidus) concentrent toujours la majorité de la fréquentation, malgré une part à son plus bas niveau historique. Ils génèrent ainsi 56,9 % des entrées totales de l'année, soit 13,9 points de moins qu'en 2024 (70,8 %) et 16,7 points de moins qu'avant crise (73,6 % en 2019), à 88,9 millions (-30,9 % par rapport à 2024 et -43,4 % par rapport à 2019). La diminution du nombre d'entrées des habitués est le fait des spectateurs assidus, comme des réguliers. Les assidus génèrent 28,7 millions d'entrées, soit 34,8 % de moins qu'en 2024 (44,0 millions) et 43,4 % de moins qu'avant crise (50,7 millions en 2019). Ils sont à l'origine de 18,4 % des entrées, contre 24,2 % en 2024 et 23,8 % en 2019. La fréquentation des spectateurs réguliers chute de 28,9 % sur un an (60,2 millions d'entrées en 2025, contre 84,7 millions en 2024) et de 43,3 % par rapport à l'avant crise (106,2 millions en 2019). Ils comptent ainsi pour 38,6 % des entrées, une part inférieure de 8,1 points par rapport à 2024 (46,6 %) et de 11,3 points par rapport à 2019 (49,8 %). Par ailleurs, les habitués se rendent moins

souvent au cinéma qu'avant : 8,2 fois en moyenne en 2025, contre 11,0 fois en 2024 et 11,9 fois en 2019. Cette baisse de fréquentation moyenne concerne aussi bien les assidus que les spectateurs réguliers, qui sont allés respectivement 23,1 fois et 6,3 fois au cinéma en 2025, contre 31,6 fois et 8,2 fois en 2024.

À l'inverse, les spectateurs occasionnels enregistrent un nombre d'entrées en forte hausse : ils sont à l'origine de 67,3 millions d'entrées en 2025, soit +27,1 % sur un an (53,0 millions en 2024) et +19,5 % par rapport à l'avant crise (56,3 millions en 2019). Leur part dans les entrées est au plus

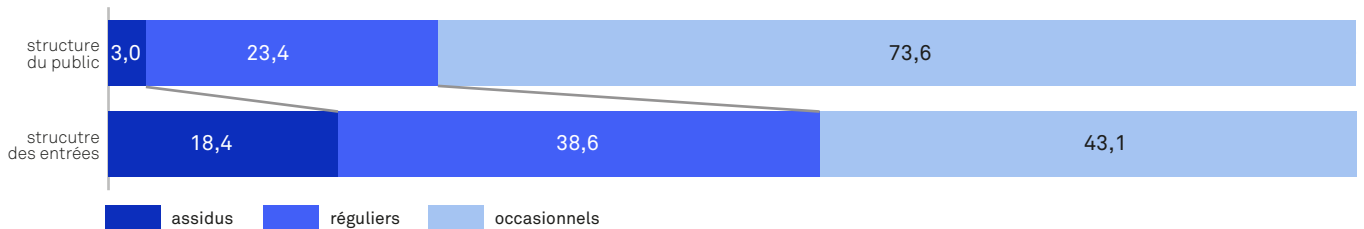
haut niveau historique, à 43,1 % (29,2 % en 2024 et 26,4 % en 2019). Les spectateurs occasionnels vont davantage au cinéma : 2,2 fois en 2025 en moyenne, contre 1,8 fois en 2024 et 1,9 fois en 2019. Ce constat peut s'expliquer par le fait que certains réguliers sont sans doute devenus des occasionnels en 2025. Les occasionnels représentent notamment plus de 45 % des entrées des films familiaux américains tels que *Zootopie 2* (6,5 millions d'entrées), *Lilo & Stitch* (5,0 millions), *Minecraft le film* (2,6 millions) ou *Dragons* (2,5 millions). *Avatar : de feu et de cendres* (5,1 millions) cumule également une part d'occasionnels proche de 50 %.

Habitudes du public du cinéma

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
structure du public (%)										
habitués	35,2	35,0	31,0	30,8	47,0	26,6	28,2	25,9	27,9	26,4
assidus	4,2	3,8	3,1	3,8	6,7	3,0	3,9	3,7	3,3	3,0
réguliers	31,0	31,2	27,9	27,0	40,3	23,6	24,2	22,3	24,6	23,4
occasionnels	64,8	65,0	69,0	69,2	53,0	73,4	71,8	74,1	72,1	73,6
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
structure des entrées (%)										
habitués	67,1	67,0	65,1	73,6	68,6	66,8	58,1	62,1	70,8	56,9
assidus	23,0	22,2	22,5	23,8	23,0	20,8	20,9	24,0	24,2	18,4
réguliers	44,1	44,8	42,6	49,8	45,6	46,0	37,2	38,1	46,6	38,6
occasionnels	32,9	33,0	34,9	26,4	31,4	33,2	41,9	37,9	29,2	43,1
ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Structure du public et des entrées selon les habitudes de fréquentation en 2025 (%)



Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Les habitudes de fréquentation des spectateurs sont, en partie, corrélées aux critères sociodémographiques. En 2025, 40,6 % des spectateurs habitués ont 50 ans ou plus (31,8 % pour les occasionnels). 56,4 % sont des inactifs (50,6 % pour les occasionnels), et 54,7 % habitent une unité urbaine de 100 000 habitants ou plus (y compris l'unité urbaine de Paris, 47,4 % pour les occasionnels), en lien notamment avec l'accès à un parc cinématographique plus dense.

Structure du public du cinéma selon les habitudes de fréquentation en 2025 (%)

	habitués	occasionnels	ensemble
genre			
femmes	54,2	52,7	53,1
hommes	45,8	47,3	46,9
âge			
3-14 ans	10,6	18,7	16,5
15-24 ans	18,2	15,1	15,9
25-49 ans	30,5	34,5	33,4
50 ans et plus	40,6	31,8	34,1
activité professionnelle			
CSP+	25,1	25,3	27,7
CSP-	18,5	24,1	20,1
inactifs	56,4	50,6	52,1
agglomération de résidence			
zones rurales	14,3	21,7	19,7
UU <20 000 hab.	17,2	18,1	17,8
UU de 20 000 à 50 000 hab.	5,1	5,6	5,4
UU de 50 000 à 100 000 hab.	8,7	7,3	7,7
UU >=100 000 hab.	33,0	30,9	31,4
UU de Paris	21,7	16,5	17,9

Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 12 derniers mois, 3 ans et plus.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- les séries statistiques sur le profil du public des salles de cinéma
- l'étude *Le public du cinéma en 2024*

Le public des films en 2025

À la différence du public du cinéma, le public des films est plus masculin. Cela semblerait montrer que les femmes sont plus présentes dans le public et les entrées des films sortis dans moins de 50 établissements en première semaine, films exclus de cette analyse.

Un public traditionnellement plus âgé pour les films français

En 2025, les films français demeurent les plus plébiscités par les spectateurs de 50 ans et plus. Les seniors composent 46,4 % du public des films français, une part stable sur un an (47,4 % en 2024) et légèrement en dessous de la moyenne sur 10 ans (49,5 %). La répartition par âge observée en 2025 évolue peu par rapport à 2024. Toutefois, comparée à 2019, la part des 50 ans et plus recule de 4,2 points (50,6 % en 2019), seule année où les seniors représentaient plus de la moitié du public des films nationaux. Cette baisse se fait tant au profit des 3-14 ans (+2,9 points à 10,4 % en 2025) que des 15-24 ans (+1,1 point à 14,0 %).

À noter que certains films français sont appréciés des plus jeunes, et notamment *Une Nuit au zoo* (film d'animation avec 66,6 % de moins de 25 ans), *Falcon Express* (animation, 64,0 %), *Hopper et le secret de la marmotte* (animation, 63,6 %), *Les Condés* (comédie, 56,1 %), *Moon le panda* (aventures, 51,3 %) et *À la poursuite du Père Noël !* (comédie, 50,4 %).

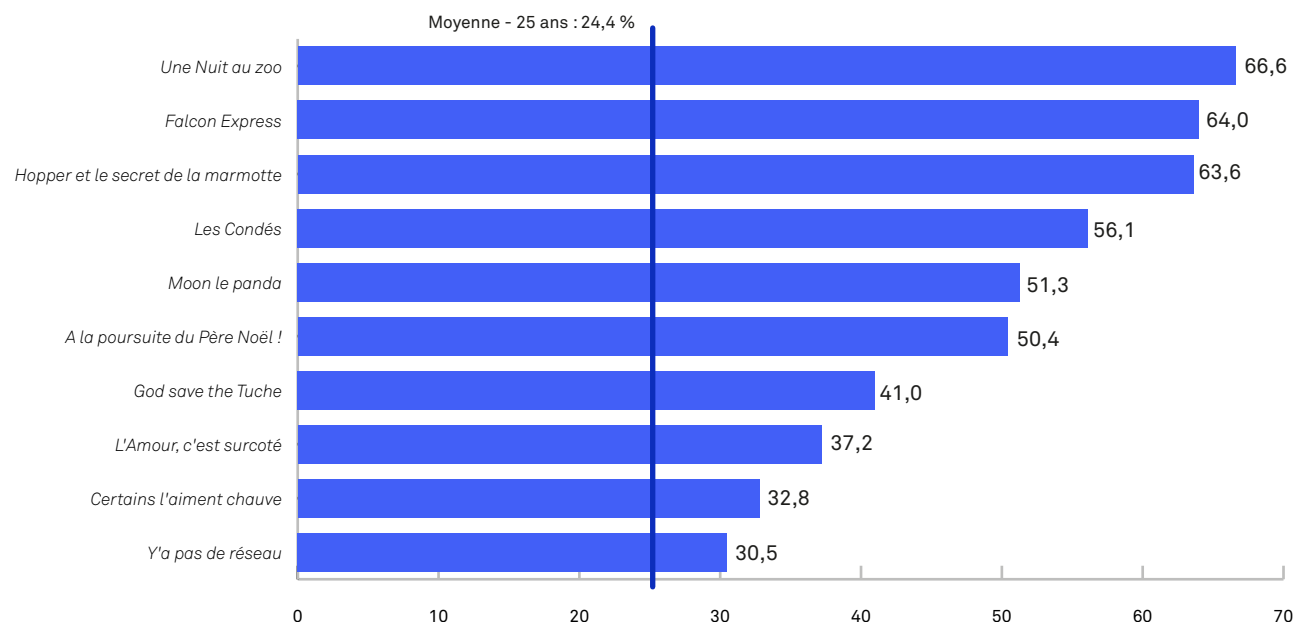
Toutefois, la part des moins de 25 ans dans les entrées des films français est nettement inférieure qu'au sein du public de l'ensemble des films : 24,4 %, contre 37,6 % toutes nationalités confondues, soit 13,2 points de moins (-9,1 points pour les 3-14 ans et -4,1 points pour les 15-24 ans). À l'inverse, la part des seniors dans les entrées des films nationaux est significativement plus élevée (46,4 % contre 27,6 %, soit +18,8 points). Les drames et les comédies, qui occupent une place non négligeable dans l'offre de films français chaque année et qui attirent un

public plus âgé, peuvent notamment expliquer ces écarts (50,9 % des entrées réalisées par les seniors contre 20,5 % par les moins de 25 ans pour les drames, et 42,6 % contre 25,7 % pour les comédies). Les seniors représentent ainsi plus de 65 % des entrées de films français tels que *La Femme la plus riche du monde* (73,9 %, comédie dramatique), *Vie privée* (73,8 %, drame) ou encore *Un Ours dans le Jura* (65,5 %, comédie). À noter toutefois que certaines comédies françaises ont attiré un public jeune, à l'image de *Les Condés* (56,1 % de moins de 25 ans) ou de *God save the Tuche* (41,0 %).

Par ailleurs, les films français réalisent une part légèrement plus importante de leurs entrées auprès des CSP+ (28,7 %, contre 25,8 % tous films) et des assidus du cinéma (23,1 %, contre 17,8 %).

Les entrées de six films français majoritairement réalisées par les moins de 25 ans en 2025.

Les 10 premiers films français selon la part de moins de 25 ans dans leurs entrées en 2025 (%)



Base : films français sortis en salles en 2025 dans 50 établissements ou plus en première semaine et pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.
Source : CNC - Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Un attrait pour les films européens chez le public jeune et féminin

Le public des films européens non français se distingue par la part de femmes la plus importante, toutes nationalités confondues (49,3 %, contre 46,5 % pour l'ensemble des films). Elles représentent ainsi jusqu'à 73,4 % du public de *Bridget Jones, folle de lui* (comédie britannique). La part de spectateurs de moins de 25 ans est également nettement plus élevée que la moyenne (43,5 %, contre 37,6 %) pour ces films. La fréquentation du public jeune est notamment portée par celle des 3-14 ans (24,3 %, contre 19,5 % toutes nationalités confondues), qui composent la majorité du public de films d'animation tels qu'*Ozi, la voix de la forêt* (60,6 %, britannique) ou *Super grand prix* (59,7 %, allemand). À noter que cette répartition est relativement fluctuante d'une année sur l'autre, la fréquentation étant souvent portée par un ou deux films à gros succès.

Des films américains toujours attractifs pour les jeunes

Le public des films américains demeure plus jeune que la moyenne : 41,1 % des entrées sont réalisées par des moins de 25 ans, contre 37,6 % pour l'ensemble des films, toutes nationalités confondues. Ce sont avant tout les films d'animation américains, ou plus largement les films mêlant prises de vues réelles et animation, qui attirent le public jeune en 2025 : *Dog Man* (66,0 % des entrées réalisées par les moins de 25 ans), *Elio* (60,7 %), *Gabby et la maison magique – Le film* (58,7 %) ou encore *Les Bad Guys 2* (58,5 %). Les films d'horreur d'Outre-Atlantique sont également prisés des jeunes, notamment *The Monkey* (48,1 % de 15-24 ans) ou *Five Nights at Freddy's 2* (44,8 %). Au contraire, les seniors sont moins représentés dans les entrées du cinéma américain (21,6 % contre 27,6 % tous films confondus).

Le public des films non européens et non américains est de loin le plus jeune (49,2 % de moins de 25 ans, contre 37,6 % en moyenne), étant le plus largement composé à la fois de 3-14 ans (25,5 %, contre 19,5 % en moyenne) et de 15-24 ans (23,7 %, contre 18,1 %). Le film d'animation japonais *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba - La Forteresse Infinie* a un public composé à 52,0 % de moins de 25 ans. À noter que cette répartition est relativement fluctuante d'une année sur l'autre, la fréquentation étant souvent portée par un ou deux films à gros succès.

Public des films selon la nationalité en 2025 (%)

	films français	films américains	films européens ¹	autres films	tous films
genre					
femmes	46,9	45,9	49,3	36,8	46,5
hommes	53,1	54,1	50,7	63,2	53,5
âge					
3-14 ans	10,4	21,9	24,3	25,5	19,5
15-24 ans	14,0	19,2	19,2	23,7	18,1
25-49 ans	29,2	37,3	36,0	37,3	34,8
50 ans et plus	46,4	21,6	20,5	13,5	27,6
activité professionnelle					
CSP+	28,7	25,3	24,0	23,0	25,8
CSP-	29,1	31,6	31,1	31,0	30,7
inactifs	42,2	43,1	45,0	46,0	43,5
habitat					
région parisienne	21,5	17,8	19,2	19,8	19,3
autres régions	78,5	82,2	80,8	80,2	80,7
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	23,1	14,6	16,6	19,3	17,8
réguliers	51,5	48,7	49,3	50,3	49,6
occasionnels	25,7	36,7	34,1	30,4	32,5

¹ Europe au sens continental, hors France.
Base : échantillon de 375 films en 2025 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Les films américains ont un public plus jeune, grâce aux films d'animation et films de genre.

L’animation, un public essentiellement jeune et féminin

Parmi les principaux genres de longs métrages, l’animation présente un public très spécifique. Les enfants (3-14 ans) totalisent 43,6 % des entrées de ces films, contre 19,5 % de celui de l’ensemble des films. Les 3-14 ans représentent jusqu’à 60,6 % des entrées du film britannique *Ozi, la voix de la forêt*. Au sein du public des films d’animation, 41,3 % sont des occasionnels, contre 32,5 % de ceux de l’ensemble des films. Les assidus y sont nettement moins représentés (12,5 %, contre 17,8 % tous genres confondus). Par ailleurs, l’animation est le seul genre cinématographique avec un public majoritairement composé de femmes (50,3 %, contre 46,5 % pour l’ensemble des films). Elles représentent jusqu’à 69,6 % du public d’un film comme *Gabby et la maison magique – Le film*.

Les films d’animation demeurent plébiscités par les 3-14 ans, les films d’horreur par les 15-49 ans et les drames, ainsi que les comédies, par les seniors.

Le documentaire, un public senior et assidu

L’analyse du public des documentaires fait apparaître une part importante de seniors (51,0 % des entrées, contre 27,6 % tous films confondus), à son plus haut niveau depuis le lancement de l’étude en 2015 (42,2 % en moyenne sur 10 ans). Les assidus demeurent également surreprésentés dans le public des documentaires (20,5 %, contre 17,8 %), bien que leur part soit à son plus faible niveau (-12,2 points par rapport à 2024, à 32,7 % et -8,5 par rapport à la moyenne sur 10 ans, à 29,0 %). En 2025, le public des documentaires compte ainsi 30,1 % d’occasionnels (19,0 % en 2024), grâce notamment à des sorties comme *Sacré Cœur* (45,7 % d’occasionnels) et *Le Chant des forêts* (32,0 %). Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici, ce qui exclut de nombreux documentaires dont la combinaison de sortie est généralement limitée : 33 établissements en première semaine en moyenne pour les documentaires sortis en 2025. Au global, 143 documentaires sont sortis en salles dans l’année et seuls 31 dépassent le seuil des 50 établissements en première semaine (21,7 %).

Un public éclectique pour les films de genre

Si les films de fiction dans leur globalité attirent un profil de spectateurs proche de celui de l’ensemble des films, certains genres se démarquent avec des publics spécifiques. Les drames, et dans une moindre mesure, les comédies, ont ainsi un public plus âgé (respectivement 50,9 % et 42,6 % des entrées réalisées par des seniors en 2025, contre 27,6 % tous films confondus), les films d’aventures, un public plus masculin (58,0 %, contre 53,5 %) et les films d’horreur, une part importante de 15-49 ans (79,5 %, contre 52,9 %).

Public des films selon le genre en 2025 (%)

	animation	docu- mentaire	fiction	dont comédie	tous films
genre					
femmes	50,3	46,5	45,6	48,4	46,5
hommes	49,7	53,5	54,4	51,6	53,5
âge					
3-14 ans	43,6	9,2	14,2	10,4	19,5
15-24 ans	13,5	9,0	19,2	15,3	18,1
25-49 ans	34,4	30,8	35,0	31,6	34,8
50 ans et plus	8,6	51,0	31,6	42,6	27,6
activité professionnelle					
CSP+	18,0	32,5	27,5	26,9	25,8
CSP-	24,4	28,9	32,2	32,4	30,7
inactifs	57,6	38,6	40,3	40,6	43,5
habitat					
région parisienne	15,9	21,4	19,8	16,6	19,3
autres régions	84,1	78,6	80,2	83,4	80,7
habitudes de fréquentation cinéma					
assidus	12,5	20,5	18,6	18,7	17,8
réguliers	46,2	49,3	50,2	49,8	49,6
occasionnels	41,3	30,1	31,3	31,5	32,5

Base : échantillon de 375 films en 2025 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Un public d'assidus, de CSP+ et de seniors pour les films recommandés Art et Essai

Le public des films recommandés Art et Essai présente des caractéristiques particulières. En 2025, il se compose à 50,4 % de seniors (27,6 % tous films confondus), à 32,8 % de CSP+ (25,8 %), à 27,3 % de Franciliens (19,3 %) et à 29,5 % d'assidus (17,8 %). Les 50 ans et plus représentent ainsi plus de 70 % des spectateurs de *La Femme la plus riche du Monde* et de *Vie privée* (respectivement 73,9 % et 73,8 %). Les assidus comptent jusqu'à 38,4 % du public de *La Chambre d'à côté* et les CSP+ composent 40,2 % de celui de *Dossier 137*.

À l'inverse, la structure du public des films non recommandés est plus jeune, plus occasionnelle et avec un poids plus important des régions. À noter que ces différences se vérifient chaque année avec des écarts plus ou moins importants.

Quelques films recommandés Art et Essai présentent une part importante de 15-24 ans, notamment *Sirāt* (23,1 % des entrées réalisées par des 15-24 ans, contre 13,6 % tous films Art et Essai confondus), *Mickey 17* (20,7 %) ou encore *L'Etranger* (18,0 %).

Il convient de préciser que seuls les films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine sont étudiés ici, ce qui exclut de facto ceux dont la combinaison de sortie est plus limitée : 95 établissements en première semaine en moyenne pour les films recommandés Art et Essai sortis en 2025. Au global, sur les 449 films Art et Essai sortis en salles dans l'année, 250 dépassent le seuil des 50 établissements en première semaine, soit 55,7 % de l'offre.

Sirāt, *Mickey 17* et *L'Etranger*, films Art et Essai avec la plus grande proportion de 15-24 ans en 2025.

Public des films selon la recommandation Art et Essai en 2025 (%)

	films Art et Essai	films non recommandés	tous films
genre			
femmes	43,9	46,9	46,5
hommes	56,1	53,1	53,5
âge			
3-14 ans	7,1	21,8	19,5
15-24 ans	13,6	18,9	18,1
25-49 ans	29,0	35,9	34,8
50 ans et plus	50,4	23,5	27,6
activité professionnelle			
CSP+	32,8	24,5	25,8
CSP-	26,0	31,6	30,7
inactifs	41,2	43,9	43,5
habitat			
région parisienne	27,3	17,6	19,3
autres régions	72,7	82,4	80,7
habitudes de fréquentation cinéma			
assidus	29,5	15,3	17,8
réguliers	53,0	48,9	49,6
occasionnels	17,4	35,8	32,5

Base : échantillon de 375 films en 2025 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Le succès populaire d'un film toujours porté par les occasionnels et les jeunes

De façon corrélée, la part des assidus et celle des occasionnels au sein du public d'un film varient en fonction de ses performances en salles. Plus le nombre d'entrées d'un film est faible, plus la part d'assidus est importante : 31,7 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2025, contre 17,8 % tous films confondus. À l'inverse, plus le nombre d'entrées réalisées par un film est élevé, plus le poids des occasionnels est important au sein de son public : 42,1 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus, contre 32,5 % tous films confondus.

Les occasionnels se laissent en effet davantage porter par le bouche-à-oreille et séduire par les films familiaux américains et autres films à fort potentiel commercial. Les trois films ayant réalisé plus de 4 millions d'entrées en salles comptent plus de 45 % d'occasionnels au sein de leur public, tous trois américains : *Zootopie 2* (animation, 54,4 %, contre 32,5 % en moyenne), *Avatar : de feu et de cendres* (science-fiction, 49,3 %) et *Lilo & Stitch* (aventures, 47,4 %). Parallèlement, plus un film réalise d'entrées, plus son public est jeune (28,3 % des entrées réalisées par des moins de 25 ans pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées en 2025, contre 46,0 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus) et réside en régions (74,2 % pour les films ayant réalisé moins de 100 000 entrées, contre 85,1 % pour les films à 2 millions d'entrées ou plus).

Près de la moitié du public des films à plus de 2 millions d'entrées âgée de moins de 25 ans (46,0 %).

Public des films selon le nombre d'entrées en 2025 (%)

	moins de 100 000	100 000 à 500 000	500 000 à 1 million	1 million à 2 millions	2 millions et plus	tous films
genre						
femmes	41,3	46,3	49,1	44,6	47,6	46,5
hommes	58,7	53,7	50,9	55,4	52,4	53,5
âge						
3-14 ans	11,8	12,0	12,9	16,7	26,8	19,5
15-24 ans	16,5	16,0	13,5	20,1	19,2	18,1
25-49 ans	33,2	31,8	30,5	37,7	35,8	34,8
50 ans et plus	38,5	40,2	43,1	25,5	18,2	27,6
activité professionnelle						
CSP+	29,1	27,9	27,4	27,7	23,1	25,8
CSP-	31,0	30,1	29,3	32,1	30,6	30,7
inactifs	39,8	42,0	43,2	40,3	46,3	43,5
habitat						
région parisienne	25,8	23,2	20,9	20,9	14,9	19,3
autres régions	74,2	76,8	79,1	79,1	85,1	80,7
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	31,7	26,3	20,3	16,4	11,6	17,8
réguliers	53,2	51,2	51,4	52,0	46,3	49,6
occasionnels	15,1	22,6	28,3	31,6	42,1	32,5

Base : échantillon de 375 films en 2025 dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine.
Source : CNC – Vertigo, enquête *CinExpert*, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus. Données provisoires.

2.4

L'exploitation

En 2025 :

2 060 établissements actifs

(+7 par rapport à 2024)

dont :



1 114

établissements mono-écran
(54,1 % des établissements)

692

établissements de 2 à 7 salles
(33,6 % des établissements)



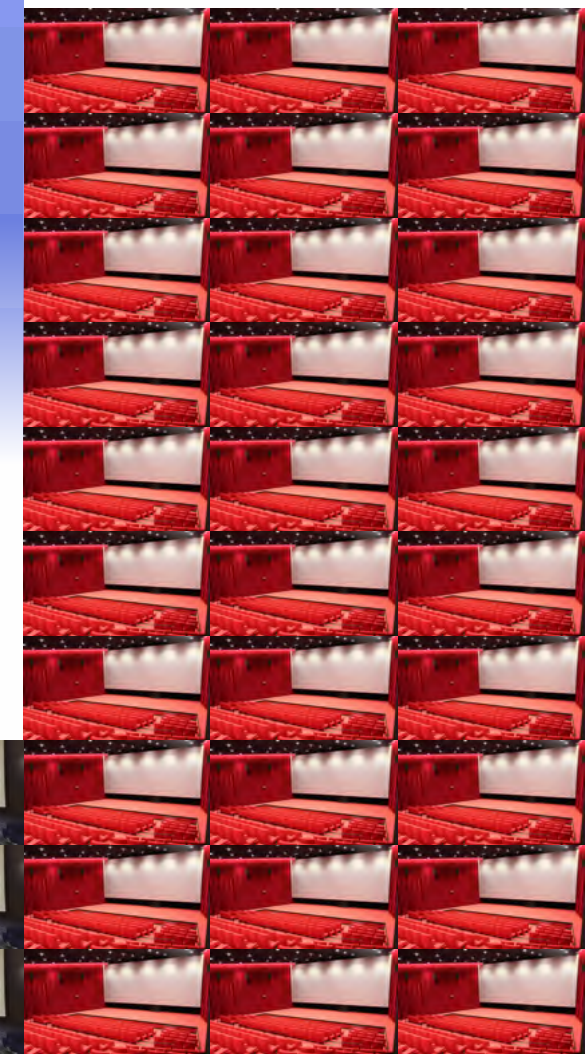
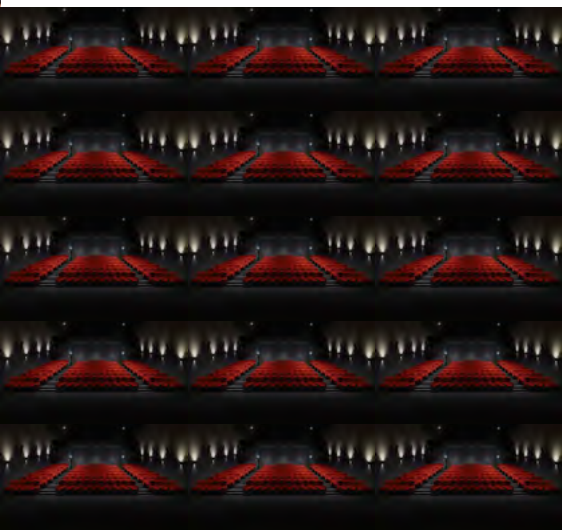
254

multiplexes
(12,3 % des établissements)



6 401

écrans actifs
(+46 par rapport à 2024)



Définition d'une salle active

Afin de mesurer l'évolution de l'activité des salles de cinéma sur le territoire, le CNC recense le nombre annuel de salles actives, c'est-à-dire celles qui effectuent, au cours de l'année, au moins une projection ayant donné lieu à une déclaration de recettes. Cette déclaration est effectuée auprès du CNC par les exploitants de salles. Elle fait foi pour le contrôle des recettes, le calcul de la TSA et celui du soutien automatique. C'est à partir de ces déclarations que sont produites l'ensemble des statistiques de l'exploitation des films en salles. Les exploitants sont tenus d'effectuer, depuis le 1^{er} juillet 2023, une déclaration de recettes pour chaque séance (chaque semaine auparavant), chaque écran et chaque film. Ils y inscrivent notamment le titre du film diffusé au cours de la séance, le jour et l'horaire de la séance, les entrées et la recette réalisées.

Nombre de fauteuils des circuits itinérants

Le nombre de fauteuils des circuits itinérants pouvant fortement varier d'une projection à une autre, il est neutralisé dans les chiffres publiés par le CNC. Le nombre total de fauteuils mais également le nombre de fauteuils par établissement ou par écran concerne uniquement les cinémas fixes.

Le parc cinématographique

Un nombre d'établissements actifs qui se stabilise à un haut niveau

En 2025, le nombre d'établissements actifs en France hexagonale s'élève à 2 060, soit 7 de plus qu'en 2024 et au deuxième plus haut niveau depuis 2009 (2 073 établissements), derrière 2022 (2 061). 37 cinémas ouvrent ou rouvrent, tandis que 30 ferment, provisoirement (pour travaux notamment) ou définitivement, dont 18 mono-écrans. 59,5 % des établissements ouverts en 2025 comptent un écran (22 établissements). Deux sont des multiplexes et comptent huit écrans ou plus, un niveau inférieur à la moyenne décennale (4 établissements par an). Ouvrent également, en 2025, un cinéma de deux écrans, deux de trois, cinq de quatre, deux de cinq, un de six et deux de sept écrans.

Parc cinématographique français¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	nombre moyen de fauteuils par établissement	nombre moyen de fauteuils par écran
2016	2 044	5 842	1 098 281	566	191
2017	2 046	5 913	1 106 167	570	190
2018	2 040	5 983	1 113 563	575	189
2019	2 045	6 114	1 128 422	583	188
2020	2 041	6 127	1 121 514	580	186
2021	2 030	6 192	1 123 669	585	185
2022	2 061	6 298	1 136 960	584	184
2023	2 059	6 328	1 136 844	584	183
2024	2 053	6 355	1 128 689	583	181
2025	2 060	6 401	1 129 286	581	180

¹ Données provisoires pour 2025.
² Hors circuit itinérant.
Source : CNC – France hexagonale.

2 060 établissements actifs en 2025, deuxième plus haut niveau depuis 2009 (2 073), derrière 2022 (2 061).

Plus de 6 400 salles actives

6 401 salles sont actives en France hexagonale en 2025, soit 46 de plus qu'en 2024 (+0,7 %). Ce solde résulte de l'ouverture ou réouverture de 112 écrans et de la fermeture, provisoire ou définitive, de 66 écrans, soit un niveau en-deçà de la moyenne de la décennie pour les ouvertures (129 en moyenne par an), mais dans la moyenne pour les fermetures (63 par an).

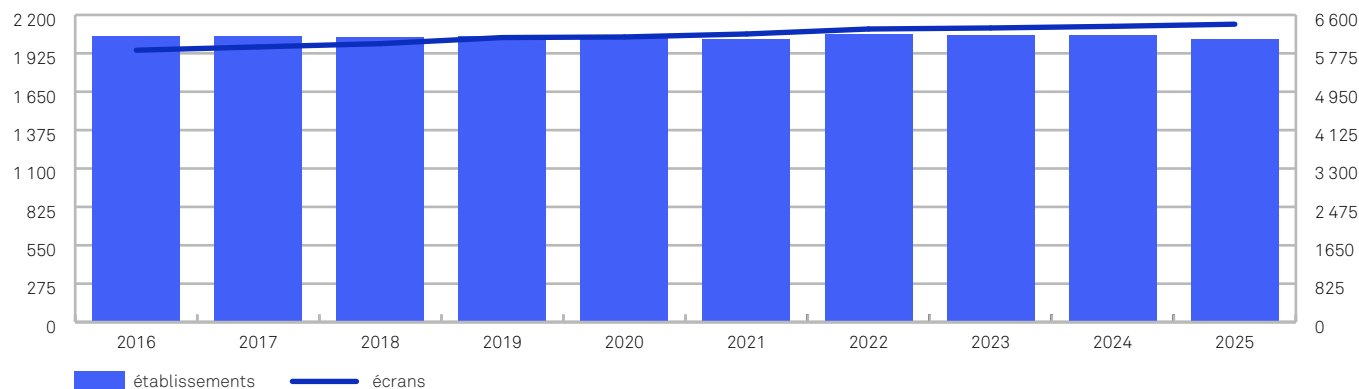
En 2025, 44,6 % des nouveaux écrans se situent dans des établissements comprenant 4 à 7 écrans (43,2 % en 2024, 27,3 % sur la décennie), 26,8 % des nouveaux écrans font partie d'établissements comprenant 1 à 3 écrans (27,4 % en 2024, 21,8 % sur la décennie) et 17,0 % se situent dans des établissements de 8 écrans et plus (23,2 % en 2024, 34,5 % sur la décennie). Parmi les 112 écrans ouverts en 2025, 13 résultent de l'extension de cinémas préexistants, soit 11,6 % (6,3 % en 2024 et 16,4 % entre 2016 et 2025). Trois écrans relèvent de l'extension d'un multiplexe (2,7 % en 2025, contre 1,1 % en 2024 et 7,4 % entre 2016 et 2025). 2025 reste ainsi à un bas niveau s'agissant de l'ouverture ou l'extension de multiplexes.

115 circuits itinérants actifs en France hexagonale en 2025.

Parmi les 6 401 écrans actifs en 2025 figurent 115 circuits itinérants (116 en 2024), le deuxième plus haut niveau depuis 2013 (117 circuits).

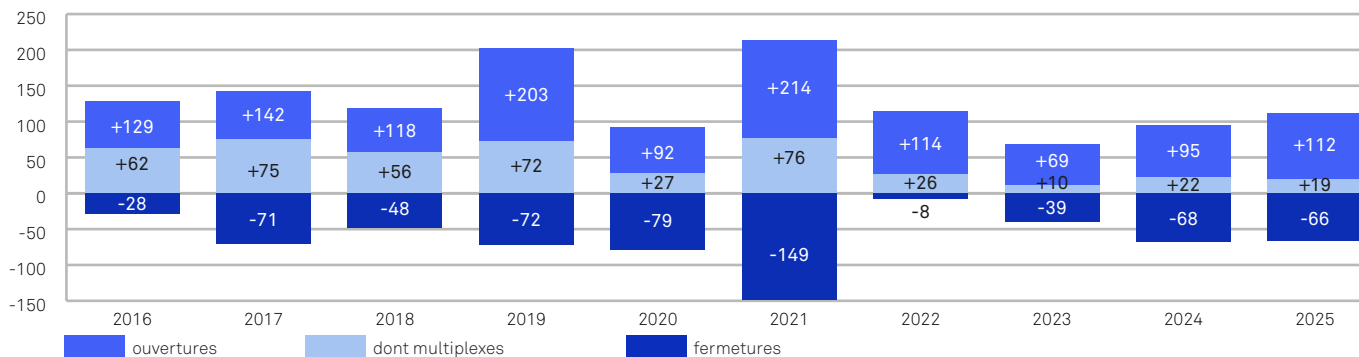
En moyenne, en 2025 en France hexagonale, une salle de cinéma fixe possède 180 fauteuils, une capacité en baisse quasi constante depuis le début du relevé des données en 1975 (406 fauteuils par salle, 191 en 2016) et qui atteint cette année son plus bas niveau historique.

Évolution du nombre d'établissements et d'écrans actifs¹



¹Données provisoires pour 2025.
Source : CNC – France hexagonale.

Évolution des ouvertures et fermetures d'écrans¹



¹Données provisoires pour 2025.
Source : CNC – France hexagonale.

79 établissements à Paris

En 2025, le nombre de salles actives à Paris s'élève à 400 (401 en 2024, 404 en moyenne chaque année entre 2016 et 2025). Deux cinémas ouvrent, rouvrent ou sont de nouveaux actifs en 2025 : la Grande Halle Boris Vian (mono-écran) dans le XIX^e arrondissement et le Saint-Germain-des-Prés (mono-écran) dans le VI^e arrondissement. À l'inverse, un cinéma ferme définitivement : l'UGC Normandie (4 écrans) dans le VIII^e arrondissement.

Le parc parisien compte 79 établissements dont 14 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus). Le VII^e arrondissement est le seul à ne pas abriter de cinéma depuis la fermeture de la Pagode en 2015 pour travaux. Le VI^e et le XIX^e arrondissement sont les mieux dotés avec respectivement 47 écrans regroupés dans 14 établissements et 44 écrans regroupés dans six établissements.

La capitale dispose de 63 100 fauteuils cinématographiques en 2025. Un cinéma parisien compte, en moyenne, 799 fauteuils en 2025 (906 en 2016, soit -11,8 % en 10 ans) et une salle en contient 158 (188 en 2016, soit -16,1 % en 10 ans).

Depuis 2016, le parc parisien a perdu 8 établissements, 19 écrans et 15 726 fauteuils.

Parc cinématographique parisien¹

	établissements	écrans	fauteuils
2016	87	419	78 826
2017	84	406	74 939
2018	85	417	76 081
2019	82	411	74 052
2020	78	400	70 700
2021	75	389	68 533
2022	77	400	68 663
2023	78	401	68 400
2024	78	401	65 378
2025	79	400	63 100

¹ Données provisoires pour 2025.
Source : CNC.

Près de 76 000 entrées en moyenne par établissement

En 2025, corrélé à la baisse de fréquentation (-14,0 % sur un an), le nombre moyen d'entrées par établissement baisse et atteint 75 802 entrées, soit -14,3 % par rapport à 2024. Le nombre moyen d'entrées par écran est également en recul, à 24 395 entrées (-14,6 % par rapport à 2024). Les performances par établissement (-25,5 %) et par écran (-29,6 %) restent très en-deçà de celles observées sur la période 2017-2019.

En moyenne, un multiplexe enregistre 349 132 entrées en 2025 (410 206 en 2024, soit -14,9 %), à un niveau qui reste nettement inférieur à celui d'avant crise (-37,0 % par rapport à la moyenne 2017-2019). Un mono-écran, lui, réalise 12 610 entrées en moyenne en 2025 (14 797 en 2024, soit -14,8 %), un recul par rapport au niveau d'avant crise bien moins important (-19,6 %). Les cinémas de 2 à 3 écrans sont ceux qui sont les plus proches de leur niveau d'avant crise : 45 292 entrées par cinéma en 2025 (53 015 en 2024), contre 54 405 en moyenne en 2017-2019, soit -16,8 %.

Nombre moyen d'entrées¹

	par établissement	par écran
2016	104 308	36 495
2017	102 352	35 416
2018	98 634	33 631
2019	104 266	34 875
2020	31 976	10 652
2021	47 046	15 424
2022	73 785	24 146
2023	87 650	28 519
2024	88 455	28 576
2025	75 802	24 395

¹ Données provisoires pour 2025.
Source : CNC – France hexagonale.

Net recul post-crise sanitaire des cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus tant en nombre d'établissements qu'en entrées

75,6 % des établissements cinématographiques réalisent moins de 80 000 entrées en 2025 ; ils totalisent 36,0 % des écrans actifs, 35,8 % des fauteuils et 20,2 % des entrées. De leur côté, les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus représentent 2,4 % des établissements (plus bas niveau depuis le début du relevé des données, hors crise sanitaire), 11,4 % des écrans, 13,5 % des fauteuils et 21,8 % de la fréquentation globale.

La part des établissements à moins de 80 000 entrées annuelles dans le parc actif augmente par rapport à 2024 (+1,7 point), et est désormais légèrement au-dessus du niveau d'avant crise (74,4 % en 2019). Dans le même temps, la part des cinémas réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées par an baisse de 0,5 point par rapport à 2024 à 21,9 % (19,3 % en 2019), deuxième plus haut niveau de la décennie, tandis que celle des cinémas à 450 000 entrées annuelles et plus baisse de 1,2 point sur un an à 2,4 % (6,3 % en 2019). En termes d'entrées, la part assumée par les cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus baisse de 6,1 points à 21,8 %, creusant l'écart avec le niveau d'avant crise (45,6 % en 2019). Cette part de marché augmente pour les établissements enregistrant entre 80 000 et 450 000 entrées (+4,6 points en un an à 57,9 %, et 38,1 % en 2019) et, dans une moindre proportion, pour les cinémas à moins de 80 000 entrées annuelles (+1,4 point à 20,2 %, et 16,3 % en 2019).

À périmètre constant, 85,3 % des cinémas actifs en 2019 (1 745 cinémas sur 2 045) sont toujours dans la même tranche d'entrées en 2025. 6,6 % (135 établissements) sont devenus inactifs, 7,1 % (146 établissements) sont passés dans une tranche inférieure d'entrées et 0,9 % (19 établissements) ont progressé dans une tranche supérieure. Dans le détail, sur les 129 cinémas réalisant 450 000 entrées ou plus en 2019, 81 sont aujourd'hui dans la tranche inférieure de 80 000 à 450 000 entrées en 2025 (62,8 %), et un est inactif. Sur les 1 522 établissements réalisant moins de 80 000 entrées en 2019, 17 sont depuis

passés dans la tranche supérieure (1,1 %) et 107 sont inactifs (7,0 %). Sur les 394 établissements réalisant entre 80 000 et 450 000 entrées en 2019, 65 passent dans la tranche inférieure (16,5 %) et deux dans la tranche supérieure (0,5 %).

Une part des établissements réalisant moins de 80 000 entrées légèrement au-dessus du niveau d'avant crise, à 75,6 % des cinémas actifs (74,4 % en 2019).

Établissements selon le nombre d'entrées¹

	établissements	écrans	fauteuils²	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
moins de 80 000 entrées					
2023	1 533	2 163	389 986	32,72	21 346
2024	1 517	2 142	383 776	34,12	22 490
2025	1 558	2 307	404 846	31,56	20 260
de 80 000 à 450 000 entrées					
2023	439	2 978	498 009	89,37	203 571
2024	461	3 194	533 118	96,78	209 932
2025	452	3 364	571 694	90,48	200 173
450 000 entrées et plus					
2023	87	1 187	248 849	58,38	671 025
2024	75	1 019	211 795	50,70	676 038
2025	50	730	152 746	34,11	682 180

¹ Données provisoires pour 2025.
Source : CNC – France hexagonale..

Les multiplexes enregistrent un recul de leur fréquentation sur un an, dans les mêmes proportions que l'ensemble du parc

En 2025, 254 multiplexes (cinémas de 8 écrans et plus) sont actifs en France (251 en 2024), dont deux ont ouvert dans l'année, le Majestic de Dole (39) de 10 écrans et le Mégarama Les Ulis (91) de 9 écrans ; et une extension d'établissement qui fait passer le Cinéville de Vern-sur-Seiche (35) dans la catégorie des multiplexes, avec 8 écrans. Le nombre d'ouvertures est inférieur à la moyenne des 10 dernières années (deux en 2025, contre quatre ouvertures en moyenne chaque année). Aucun multiplexe ne ferme en 2025, ni même depuis 2021.

12,3 % des établissements français sont ainsi des multiplexes en 2025. Ces derniers regroupent 44,9 % des écrans et 47,6 % des fauteuils. Les spectateurs fréquentent massivement les multiplexes : 56,8 % des entrées sont assurées par ces établissements en 2025 (56,7 % en 2024, 60,2 % en 2019). Au total, leur fréquentation atteint 88,7 millions d'entrées en 2025, en baisse de 13,9 % par rapport à 2024 (-29,1 % par rapport à la moyenne 2017-2019), contre -14,0 % pour l'ensemble des cinémas (156,2 millions en 2025, -24,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

En moyenne, en 2025, un multiplexe compte 11 écrans (constant sur la décennie) et 2 115 fauteuils (2 126 en 2024 et 2 291 en 2016).

Plus de la moitié des établissements sont des mono-écrans

Le parc cinématographique français regroupe 1 114 mono-écrans en 2025 (17,4 % des écrans et 54,1 % des établissements). Ces salles totalisent 19,3 % des fauteuils et réalisent 14,1 millions d'entrées, soit -14,7 % par rapport à 2024 (-21,9 % comparé à la moyenne 2017-2019). La part des entrées réalisées par les mono-écrans est en ligne avec la moyenne de la décennie (9,0 % en 2025, 8,8 % en moyenne sur la période 2016-2025). Les 692 cinémas de 2 à 7 écrans représentent 37,7 % des écrans et 33,1 % des fauteuils en 2025. Ils réalisent 53,4 millions d'entrées, en baisse de 14,1 % sur un an et en recul de 17,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Ils génèrent ainsi 34,2 % des entrées de l'année, restant au plus haut niveau de la décennie (32,6 % en moyenne sur la période).

Multiplexes (8 écrans et plus) ouverts en 2025

enseigne	opérateur	commune	agglomération	inauguration	écrans	fauteuils
Majestic	Majestic	Dole	Dole	19-mars-25	10	1 568
Mégarama Les Ulis	Mégarama	Les Ulis	Paris	17-déc.-25	9	1 373

Source : CNC – France hexagonale.

Résultats d'exploitation des multiplexes (8 écrans et plus)¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	entrées (millions)	nombre moyen d'entrées par établissement
2016	209	2 405	478 754	127,23	608 762
2017	219	2 505	495 876	125,75	574 210
2018	226	2 582	505 840	121,08	535 753
2019	232	2 666	519 431	128,43	553 558
2020	233	2 677	518 905	37,35	160 312
2021	240	2 746	528 484	56,48	235 316
2022	247	2 812	537 620	88,77	359 386
2023	249	2 830	537 931	105,04	421 831
2024	251	2 849	533 541	102,96	410 206
2025	254	2 877	537 152	88,68	349 132

¹ Données provisoires pour 2025.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France hexagonale.

Établissements selon le nombre d'écrans en 2025¹

	établissements	écrans	fauteuils ²	entrées	nombre moyen d'entrées par établissement
1 écran	1 114	1 114	217 939	9,0%	12 610
2 à 3 écrans	434	1 043	167 999	12,6%	45 292
4 à 5 écrans	155	692	101 915	10,4%	104 330
6 à 7 écrans	103	675	104 281	11,3%	170 840
8 à 11 écrans	142	1 311	227 479	22,9%	251 406
12 écrans et plus	112	1 566	309 673	33,9%	473 035
total	2 060	6 401	1 129 286	100,0%	75 802

¹ Données provisoires.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France hexagonale.

Près des 2/3 des établissements classés Art et Essai

En 2025, 1 301 cinémas sont classés Art et Essai (63,2 % des établissements cinématographiques actifs), soit 2 962 écrans (46,3 % des écrans) et plus de 483 000 fauteuils (42,8 % du nombre total de fauteuils). Depuis 2010, l'Art et Essai représente plus de 50 % des cinémas actifs (plus de 60 % depuis 2020) et plus de 40 % des écrans. Excepté pour la part d'établissements classés qui avait déjà atteint un niveau record en 2021 (63,5 %), l'Art et Essai en termes d'écrans et de fauteuils, tant en nombre qu'en part du parc total, atteint des records historiques en 2025.

Par rapport à 2016, le parc Art et Essai compte 138 cinémas, 522 écrans et 65 186 fauteuils supplémentaires. En 2025, 15 cinémas classés Art et Essais ferment (13 en moyenne sur dix ans) et 33 autres perdent leur classement (29 en moyenne sur dix ans), quand aucun n'ouvre (6 en moyenne sur dix ans) et 59 autres déjà en activité obtiennent le classement (50 en moyenne sur dix ans).

Parc cinématographique Art et Essai¹

	établissements		écrans		fauteuils ²	
	nombre	% du parc total	nombre	% du parc total	nombre	% du parc total
2016	1 163	56,9	2 440	41,8	418 033	38,1
2017	1 204	58,8	2 558	43,3	435 356	39,4
2018	1 179	57,8	2 526	42,2	428 039	38,4
2019	1 217	59,5	2 606	42,6	440 021	39,0
2020	1 237	60,6	2 709	44,2	456 166	40,7
2021	1 290	63,5	2 863	46,2	476 674	42,4
2022	1 274	61,8	2 843	45,1	471 192	41,4
2023	1 294	62,8	2 916	46,1	478 552	42,1
2024	1 290	62,8	2 860	45,0	468 967	41,5
2025	1 301	63,2	2 962	46,3	483 219	42,8

¹ Données provisoires pour 2025.

² Hors circuit itinérant.

Source : CNC – France hexagonale.

Le parc cinématographique Art et Essai est composé de 708 mono-écrans en 2025, représentant 54,4 % des établissements classés (54,1 % dans l'ensemble du parc) et 23,9 % des salles (17,4 % au global). Les cinémas de 2 à 7 écrans composent, eux, 41,6 % des établissements du parc Art et Essai (59,0 % des salles) quand cette part est de 33,6 % (37,7 % des salles) au global, soit une large sur-représentation de ces cinémas dans le parc Art et Essai. A l'inverse, les multiplexes sont sous-représentés, à 4,0 % des établissement Art et Essai (17,1 % des salles), contre 12,3 % des cinémas au global (44,9 % des salles).

En moyenne, un cinéma Art et Essai réalise 48 557 entrées en 2025, soit 35,9 % de moins que le nombre d'entrées moyen tous établissements confondus (75 802). Par rapport à 2024, ce nombre recule légèrement moins pour les cinémas classés (-11,5 %) que tous cinémas confondus (-14,3 %) et que les cinémas non classés (-18,1 %). Par ailleurs, les cinémas Art et Essai affichent

une meilleure résilience post-crise avec des performances moins éloignées de la moyenne 2017-2019 (-15,3 %), que tous cinémas confondus (-25,5 %) et que les cinémas non classés (-26,8 %).

63,2 % des établissements actifs sont classés Art et Essai.

Plus de la moitié des établissements équipés pour la projection numérique 3D

En 2025, 1 130 établissements actifs disposent d'au moins un équipement de projection numérique 3D en France, soit 54,9 % du parc total d'établissements cinématographiques (55,6 % en 2024). En 2025, 22 cinémas itinérants sont équipés pour ce type de projection (19,1 % du parc itinérant), contre 23 en 2024 (19,8 % du parc).

18,8 % des établissements équipés d'au moins un projecteur numérique 3D en 2025 sont des multiplexes (18,7 % en 2024) et 44,4 % sont des mono-écrans (44,5 % en 2024). Si 83,9 % des multiplexes disposent d'au moins un projecteur numérique 3D à fin 2025, ce taux d'équipement baisse à 57,8 % pour les établissements de 4 à 7 écrans, 61,3 % pour les cinémas de 2 et 3 écrans et 45,1 % pour les mono-écrans.

54,9 % des cinémas actifs en France disposent d'au moins un équipement pour la projection en 3D.

Établissements équipés pour la projection numérique 3D

	établissements	poids dans le total (%)
2016	1 211	59,2
2017	1 221	59,7
2018	1 203	59,0
2019	1 167	57,1
2020	1 160	56,8
2021	1 163	57,3
2022	1 166	56,6
2023	1 159	56,3
2024	1 141	55,6
2025	1 130	54,9

Source : CNC – Cinégo – France hexagonale.

124 établissements disposent d'au moins une salle premium

De nombreuses technologies se déploient aujourd'hui : projection laser, 4K, écrans enveloppants, très grands écrans, son 3D, fauteuils 4DX...

En 2025, sept technologies considérées *premium* étaient utilisées en France et suivies par le CNC :

- 4DX (créée en 2009 en Corée, association du mouvement des sièges et d'effets sensoriels),
- ICE (Immersive Cinema Experience, technologie développée par CGR qui associe la projection Laser 4K, le son Dolby Atmos et la technologie LightVibes),
- IMAX (contraction de « image maximum », projection immersive qui conduit le spectateur à oublier les limites de l'écran, créée aux Etats-Unis en 1973),
- Dolby Cinema (utilise les technologies Dolby Vision et Dolby Atmos, sentiment d'être au cœur de l'action avec des sons enveloppants),
- Screen X (système de projection « augmentée », l'image s'étend sur les murs latéraux pour entourer le spectateur à 270 degrés),
- Sphera (utilise les technologies Dolby Atmos, EclairColor et l'ajout de bandes LED sur les murs qui retranscrivent en live les couleurs du film sur les murs),
- Aurore (salle équipée d'une toile de 18 mètres ultra-haute définition non-perforée qui donne aux couleurs tout leur éclat et offre des effets de contraste saisissants et de 84 haut-parleurs pour un rendu sonore plus immersif).

Une autre technologie est suivie par le CNC et présentée ici avec celles précédemment citées, il s'agit des écrans LED (transposition de la qualité d'image de la technologie LED grâce à la technologie HDR), mais qui tendent à ne plus être considérés comme étant *premium*, leur usage étant amené à se développer sans être nécessairement considéré comme un équipement technologique particulièrement haut de gamme, à l'inverse des autres technologies.

En 2025, 124 établissements disposent d'au moins une salle *premium*, soit 6,0 % des cinémas actifs en France (120 en 2024, soit 5,8 %), parmi lesquels 36 établissements en possèdent plusieurs (dont 33 des technologies différentes) : 30 en possèdent deux (dont 21 une combinaison IMAX et 4DX), quatre en ont trois, un en compte 4 (le Pathé Beaugrenelle dans le XV^e arrondissement de Paris) et un autre 7 (le Pathé Palace dans le IX^e arrondissement de Paris). Ils regroupent 1 461 écrans au total, dont 168 sont des salles premium (2,6 % du parc d'écrans actifs en 2025 et 2,5 % en 2024). Seuls sept établissements avaient une salle premium en 2017, première année d'ouverture d'une salle de ce type en France qui se sont ensuite fortement développées. En 2018, ce sont 66 établissements (78 salles) qui en étaient équipés. Entre 2018 et 2025, le nombre d'établissements avec au moins une salle *premium* progresse de 87,9 % et le nombre de salles *premium* fait plus que doubler (+115,4 %).

6,0 % des cinémas actifs en France disposent d'une salle premium.

Établissements équipés de salles premium

	4DX	Dolby	ICE	IMAX	Led	ScreenX	Sphera	Aurore	total	poids dans le total
2021	43	10	40	17	2	6	1	1	96	4,7%
2022	44	11	43	18	3	8	1	1	102	4,9%
2023	50	11	44	22	3	10	1	1	111	5,4%
2024	51	13	45	25	4	14	1	1	120	5,8%
2025	51	13	46	32	5	14	1	1	124	6,0%

Source : CNC.

Les systèmes 4DX et ICE sont les plus répandus avec respectivement 51 et 46 établissements équipés (51 et 45 en 2024). À noter la forte expansion du parc de cinémas équipés d'une salle IMAX, qui atteint 32 établissements en 2025, contre 25 en 2024. Parmi les 124 cinémas équipés d'au moins une salle *premium*, 115 sont des multiplexes. D'autres formats pouvant être considérés comme *premium* ne sont actuellement pas suivis par le CNC mais connaissent un certain essor ces dernières années : les formats *premium* dits « maisons », développés directement par les exploitants, leur permettent de ne pas être dépendant d'un propriétaire de technologie. Comme les formats précédemment cités, les séances réalisées dans ces salles font l'objet d'une sur-tarification, mais reposent davantage sur un confort amélioré (fauteuils inclinables, plus larges...), une prestation de service supplémentaire (service à la place) ou encore d'un design de salle particulier. À noter que certains formats « maisons » mettent en avant des équipements techniques différents, généralement un projecteur Laser 4K et/ou un son plus immersif. Il existe, en 2025, neuf formats "maisons" différents équipant 35 salles.

Les entreprises d'exploitation

Les sept entreprises générant plus de 1 % des recettes guichets chacune en 2025 exploitent 2 792 écrans (2 752 en 2024), soit 43,6 % de l'ensemble des écrans actifs (43,3 % en 2024). Elles concentrent 55,4 % des entrées en 2025, soit 0,8 point de plus qu'en 2024.

Les Cinémas Pathé exploitent 864 salles de cinéma (13,5 % du parc national, de même qu'en 2024). Avec 11,1 % du parc (710 écrans), CGR est le deuxième exploitant (11,2 % en 2024). En troisième position, UGC détient 510 salles (8,0 % des écrans français, contre 8,2 % en 2024).

Les Cinémas Pathé, premier exploitant de salles de cinéma en France hexagonale avec 864 salles.

Principaux exploitants de salles¹

	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
nombre d'écrans										
Cinémas Pathé	899	870	847	857	864	14,5%	13,8%	13,4%	13,5%	13,5%
CGR	705	705	709	710	710	11,4%	11,2%	11,2%	11,2%	11,1%
UGC	507	524	520	518	510	8,2%	8,3%	8,2%	8,2%	8,0%
Megarama	191	179	218	240	249	3,1%	2,8%	3,4%	3,8%	3,9%
Kinépolis	156	156	199	198	198	2,5%	2,5%	3,1%	3,1%	3,1%
Cinéville	122	124	129	158	190	2,0%	2,0%	2,0%	2,5%	3,0%
MK2	71	71	71	71	71	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%	1,1%
sous-total	2 651	2 629	2 693	2 752	2 792	42,8%	41,7%	42,6%	43,3%	43,6%
total	6 192	6 298	6 328	6 355	6 401	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
nombre d'établissements										
Cinémas Pathé	85	81	76	77	78	4,2%	3,9%	3,7%	3,8%	3,8%
CGR	74	74	74	74	74	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%	3,6%
UGC	49	51	50	50	48	2,4%	2,5%	2,4%	2,4%	2,3%
Megarama	23	20	26	28	29	1,1%	1,0%	1,3%	1,4%	1,4%
Kinépolis	14	14	18	18	18	0,7%	0,7%	0,9%	0,9%	0,9%
Cinéville	16	16	17	20	25	0,8%	0,8%	0,8%	1,0%	1,2%
MK2	12	12	12	12	12	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%	0,6%
sous-total	273	268	273	279	284	13,4%	13,0%	13,3%	13,6%	13,8%
total	2 030	2 061	2 059	2 053	2 060	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
entrées										
Cinémas Pathé	21,7	33,2	37,6	35,6	31,6	22,7%	21,8%	20,9%	19,6%	20,3%
CGR	10,8	17,6	21,0	21,1	17,3	11,3%	11,6%	11,6%	11,6%	11,1%
UGC	10,9	17,3	19,9	20,1	18,2	11,4%	11,4%	11,0%	11,0%	11,7%
Megarama	2,9	4,4	5,9	6,2	5,4	3,0%	2,9%	3,3%	3,4%	3,5%
Kinépolis	3,3	5,3	6,8	6,3	5,4	3,4%	3,5%	3,7%	3,5%	3,4%
Cinéville	2,3	3,8	5,0	6,3	5,4	2,5%	2,5%	2,8%	3,5%	3,5%
MK2	2,1	3,1	3,5	3,6	3,2	2,2%	2,0%	2,0%	2,0%	2,1%
sous-total	53,9	84,7	99,7	99,1	86,6	56,4%	55,7%	55,2%	54,6%	55,4%
total	95,5	152,1	180,5	181,6	156,2	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

¹ Exploitants cumulant plus de 1,0 % des recettes guichets en 2025. Données provisoires pour 2025.
Source : CNC – France hexagonale.

Le parc cinématographique dans les DROM

23 établissements actifs

En 2025, 23 établissements sont actifs dans les départements et régions d'Outre-Mer (25 en 2024), dont cinq multiplexes. Ils regroupent 83 écrans (86 en 2024). Deux établissements ont fermé en 2025 : il s'agit du Cinéma Rex, cinéma de 2 écrans situé à La Réunion qui ferme définitivement, et du Cinéma Alpajoe, mono-écran de Mayotte fermé car endommagé par le Cyclone Chido et qui devrait rouvrir en 2026.

Au global, la France compte donc 2 083 cinémas et 6 484 écrans actifs en 2025 ; le parc cinématographique des DROM représentant 1,1 % des établissements et 1,3 % des écrans.

La Réunion est la collectivité la mieux dotée avec dix cinémas, dont trois multiplexes, et 41 écrans, devant la Guadeloupe (cinq établissements dont un multiplexe, et 15 écrans), la Martinique (quatre cinémas dont un multiplexe et un circuit itinérant, et 17 écrans), la Guyane (trois cinémas et neuf écrans) et Mayotte (un mono-écran).

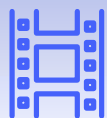
2.5

La production cinématographique

En 2025 :

1 375,0 M€ d'investissements dans la production cinématographique

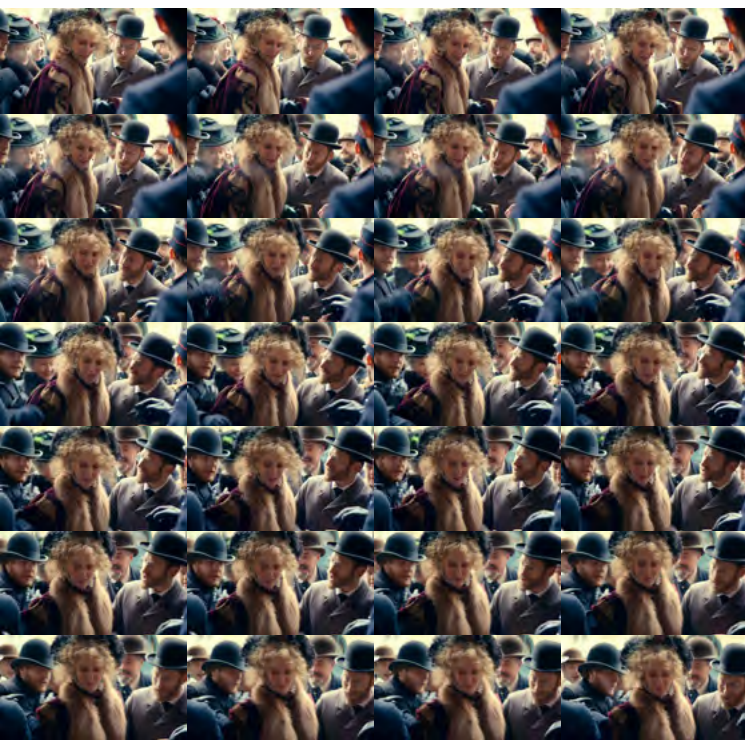
(-4,8 % par rapport à 2024)



290

films agréés

(-19 films par rapport à 2024)



153

films intégralement français

(-26 films par rapport à 2024)



137

films en coproduction internationale

avec 41 pays différents

(+7 films par rapport à 2024)



Le financement de la production

Remarques méthodologiques

Les données présentées portent sur la production de films français ayant obtenu l'agrément du CNC en 2025 (agrément des investissements ou agrément de production pour les films pour lesquels l'agrément des investissements n'est pas requis). Les films financés par un producteur français mais ne pouvant être qualifiés d'œuvres européennes ainsi que les films qui ne font appel à aucun financement encadré ni au soutien financier du CNC et dont la production n'est pas terminée en sont exclus.

Baisse contenue de la production française, qui repasse sous la barre des 300 films

La production agréée atteint 290 films en 2025, soit une baisse de 6,1 % par rapport à 2024 (-19 films) et de 1,6 % par rapport à la moyenne de la décennie (-5 films). Le nombre de films d'initiative française s'établit à 228 titres, en léger recul de 1,3 % par rapport à 2024 (-3 films) et équivalent à la moyenne de la décennie. Dans le détail, ce recul est imputable à une forte baisse des films 100 % français sur un an, à 153 titres (-26 films, soit -14,5 %), un niveau nettement en-deçà de la moyenne de la décennie (171 films par an, soit -10,3 %). À l'inverse, le nombre de coproductions majoritaires augmente significativement en 2025 (+23 films, soit +44,2 %) et atteint 75 films, son troisième plus haut niveau historique derrière 2003 (78 films) et 2015 (76 films), contre 57 films sur l'ensemble de la décennie (+30,9 %).

Au total, 137 coproductions majoritaires ou minoritaires ont été agréées en 2025, un nombre en hausse de 5,4 % (+7 films) et de 10,3 % par rapport à la moyenne de la décennie (+13 films). La proportion de films d'initiative française tournés en langue française est stable, à 93,0 % en 2025, contre 93,5 % en 2024 et 93,8 % entre 2016 et 2025. Sur les 62 coproductions à majorité étrangère, seuls 11 films ont été tournés en langue française, soit 17,7 %, contre 30 films et 38,5 % en 2024 (28,6 % entre 2016 et 2025).

290 films agréés en 2025, en léger retrait par rapport à la moyenne de la décennie (-5 films).

Nombre de films agréés

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films d'initiative française	221	222	237	240	188	265	208	239	231	228
dont films intégralement français	159	177	182	185	151	197	143	180	179	153
et films en coproduction	62	45	55	55	37	68	65	59	52	75
films à majorité étrangère	62	78	63	61	49	75	79	62	78	62
total films agréés	283	300	300	301	237	340	287	301	309	290

Source : CNC.

Recul des investissements dans les films d'initiative française

Les investissements dans la production des films d'initiative française atteignent 1 115,81 M€, en repli de 5,2 % par rapport au niveau élevé de 2024 (1 176,64 M€, troisième plus haut niveau historique après 2008, à 1 259,20 M€, et 2016, à 1 208,79 M€), pour un nombre de films en léger recul de 1,3 %. Par rapport à l'ensemble de la décennie, les investissements dans les films d'initiative française sont en hausse de 8,7 % (-2,2 % en euros constants), pour un nombre de films équivalent. Les films d'initiative française captent 81,2 % des investissements totaux sur les films agréés (81,5 % en 2024 et 82,5 % entre 2016 et 2025). La baisse sur un an des investissements dans la production d'initiative française provient exclusivement des apports français qui atteignent 1 031,06 M€ (-8,0 %). En revanche, les apports étrangers dans la production d'initiative française progressent fortement (+51,0 %, à 84,75 M€, plus haut niveau depuis 2016, à 85,02 M€), portés par la forte augmentation du nombre de coproductions majoritaires (+44,2 %).

Investissements dans les films agréés (M€)

		2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films d'initiative française	investissements français	1 123,8	1 034,3	890,5	820,9	604,9	1 070,1	848,2	1 065,2	1 120,5	1 031,1
	investissements étrangers	85,0	54,6	66,4	82,5	36,4	52,1	66,4	71,7	56,1	84,7
	total	1 208,8	1 088,9	956,9	903,4	641,3	1 122,2	914,6	1 136,8	1 176,6	1 115,8
films à majorité étrangère	investissements français	40,8	53,2	36,1	39,1	24,9	42,7	50,3	48,8	48,3	49,6
	investissements étrangers	138,9	185,8	132,5	174,1	115,4	190,8	217,3	165,9	218,9	209,6
	total	179,7	239,0	168,6	213,2	140,3	233,4	267,6	214,7	267,2	259,1
total films agréés	investissements français	1 164,6	1 087,5	926,7	860,0	629,8	1 112,8	898,5	1 114,0	1 168,8	1 080,6
	investissements étrangers	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	283,7	237,6	275,0	294,3
	total	1 388,5	1 327,9	1 125,5	1 116,6	781,5	1 355,6	1 182,2	1 351,6	1 443,8	1 375,0

Source : CNC.

Des coproductions internationales plus nombreuses en 2025

Le nombre total de coproductions est en hausse de 5,4 % (137 films en 2025, contre 130 en 2024) et de 10,3 % par rapport à la moyenne de la décennie (124 films). Ils représentent 47,2 % des films agréés en 2025, une part en hausse par rapport à 2024 (42,1 %) et le troisième plus haut niveau historique des 20 dernières années, après 2022 (50,2 %) et 2015 (47,3 %). Si le nombre total de coproductions internationales progresse, la situation est néanmoins différente selon le type de coproduction : si les coproductions majoritaires augmentent de manière prononcée (+23 films à 75 titres), le nombre de coproductions minoritaires recule de 20,5 % (-16 films, à 62 titres) après une année 2024 à un niveau particulièrement élevé. Ces dernières retrouvent ainsi

1 115,8 M€ d'investissements dans les films d'initiative française en 2025.

le même niveau qu'en 2023, qui se situe en-deçà de la moyenne de la décennie (67 films par an). En 2025, le devis moyen des coproductions internationales est en hausse, à 4,41 M€, soit +20,5 % par rapport à 2024 et +16,5 % par rapport à la moyenne 2016-2025. La hausse sur un an du devis moyen s'observe quel que soit le type de coproductions, mais il est plus marqué pour les coproductions à majorité étrangère (+22,0 %, à 4,18 M€ en 2025) que pour les coproductions à majorité française (+14,7 %, à 4,60 M€).

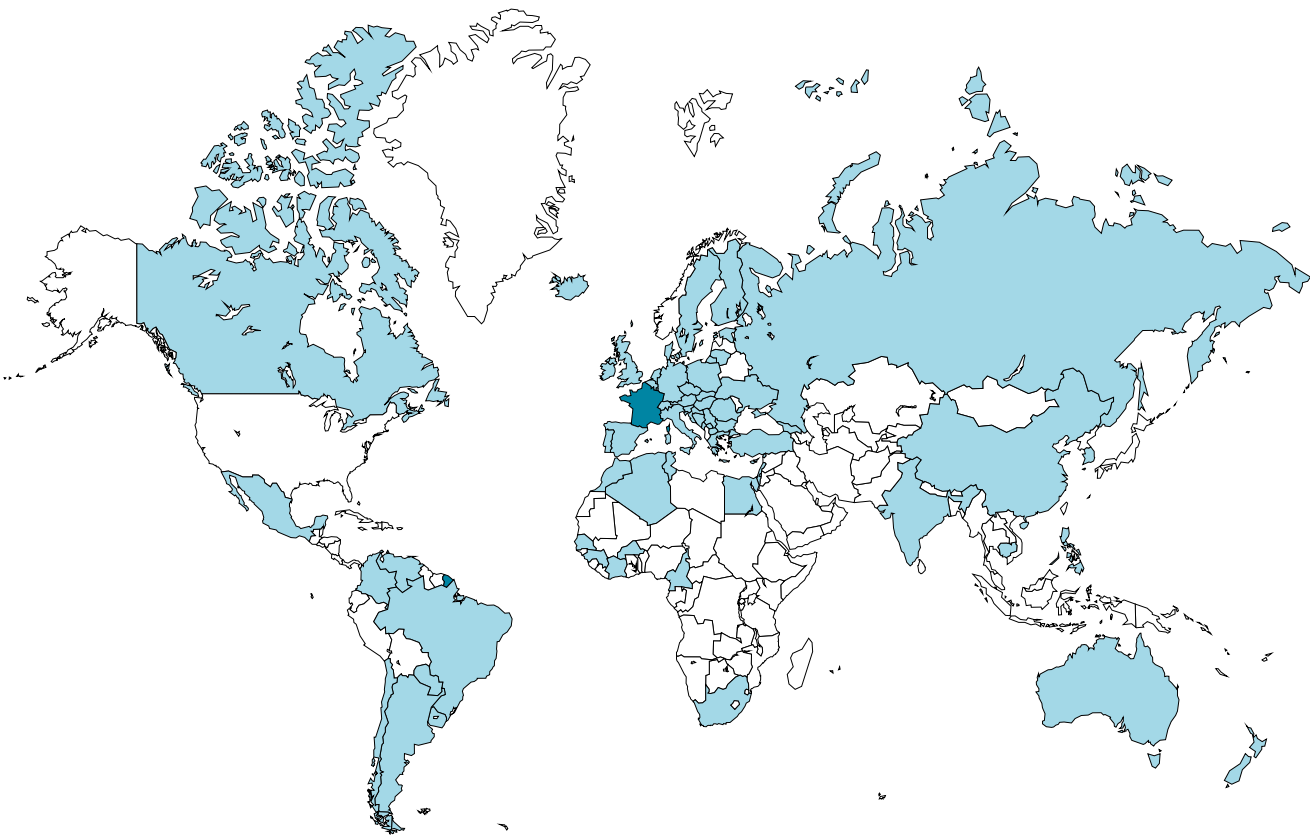
137 films sont coproduits avec 41 partenaires étrangers en 2025.

Coproductions internationales en 2025

	coproductions à majorité française	coproductions à majorité étrangère	total
nombre de films	75	62	137
investissements français (M€)	260,0	49,6	309,5
investissements étrangers (M€)	84,7	209,6	294,3
investissements totaux (M€)	344,7	259,1	603,8

Source : CNC.

Carte des 64 accords de coproduction en 2025



Source : CNC.

Nombre de films coproduits en 2025

Pays disposant d'un accord bilatéral de coproduction avec la France

Europe

Allemagne	21
Autriche	2
Belgique	44
Bulgarie	1
Chypre	1
Croatie	2
Danemark	4
Espagne	14
Géorgie	2
Royaume-Uni	4
Grèce	4
Hongrie	1
Islande	2
Italie	21
Lituanie	2
Luxembourg	11
Pays-Bas	2
Pologne	3
Portugal	10
République Tchèque	1
Roumanie	6
Serbie	2
Slovénie	1
Suède	3
Suisse	4
Ukraine	1

Source : CNC.

Hors Europe

Algérie	2
Argentine	1
Brésil	6
Cameroun	1
Canada	4
Chili	1
Chine	1
Corée du Sud	1
Israël	3
Liban	2
Mexique	1
Maroc	6
Tunisie	1

Source : CNC

Recul du devis moyen, dû à une moindre présence des films à très gros budget

Le devis moyen des films d’initiative française repart à la baisse après trois années de hausse successives et atteint 4,89 M€ en 2025, soit une baisse de 3,9 % par rapport à 2024. Il reste supérieur de 11,1 % par rapport à la moyenne de la décennie en euros constants.

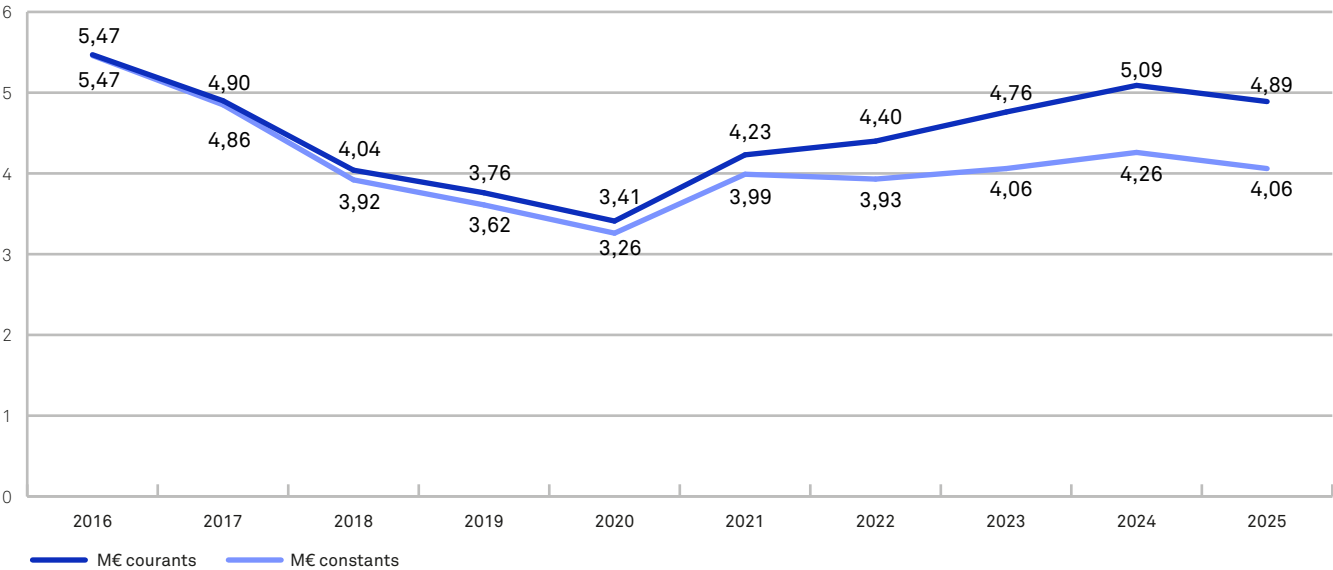
Le recul du devis moyen sur un an est imputable à la baisse du nombre de films présentant un devis supérieur ou égal à 20 M€ (quatre films en 2025, contre huit en 2024). Plus précisément, aucun film ne présente un devis à 40 M€ ou plus, contre deux en 2024 : *Dracula* de Luc Besson (45,2 M€, Luc Besson Productions) et *Chien 51* de Cédric Jimenez (42,0 M€, Chi-Fou-Mi Productions). En excluant les films à 20 M€ ou plus, le devis moyen s’inscrit toujours dans une tendance haussière. Il s’établit à 4,55 M€ en 2025, soit le plus haut niveau depuis 2010 (4,67 M€), contre 4,18 M€ en 2024 (+8,9 %).

Les films 100 % français présentent un devis moyen de 5,04 M€, en baisse de 6,8 % par rapport à 2024 (5,41 M€, plus haut niveau de la décennie) et de 11,0 % par rapport à la moyenne de la décennie.

La production de films d’animation d’initiative française au plus haut, léger recul du nombre de documentaires

La majeure partie des films agréés sont, comme chaque année, des films de fiction (77,9 % en 2025). La production de documentaires avait fortement progressé avant crise et s’était quelque peu contractée depuis, atteignant en 2023 (40 films) son niveau le plus faible depuis 2014 (36 films). Elle est depuis repartie fortement à la hausse, avec 52 films en 2024 et 48 films en 2025 (-7,7 %). Le nombre de films d’animation s’inscrit dans une tendance à la hausse ces dernières années. 16 films d’animation, tous d’initiative française, sont agréés ; il s’agit du deuxième plus haut niveau historique pour les films d’animation agréés, derrière 2023 (18 films), et d’un niveau record pour les seuls films d’animation d’initiative française.

Devis moyen des films d’initiative française (M€)



Source : CNC.

Nombre de films agréés selon le genre

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
fiction	229	252	237	226	173	280	220	243	244	226
dont FIF¹	170	180	184	179	133	214	159	194	180	173
documentaire	44	43	56	65	52	50	54	40	52	48
dont FIF¹	41	37	48	56	48	44	43	33	42	39
animation	10	5	7	10	12	10	13	18	13	16
dont FIF¹	10	5	5	5	7	7	6	12	9	16
total	283	300	300	301	237	340	287	301	309	290
dont FIF¹	221	222	237	240	188	265	208	239	231	228

¹ Films d’initiative française.
Source : CNC.

Une production de films à devis élevé (7 M€ ou plus) au plus haut depuis 2008

En 2025, le nombre de films à 7 M€ ou plus est en forte progression, à 58 films (50 en 2024 et 41 en moyenne entre 2016 et 2025), au plus haut niveau depuis 2008 (59 films). Cette hausse est plus précisément portée par les films présentant un devis compris entre 7 M€ et 10 M€ qui atteignent un niveau record (32 films, contre 23 films en 2024 et 20 films en moyenne sur la décennie) ; le nombre de films à 10 M€ ou plus reste en revanche stable (26 films, contre 27 en 2024), à un niveau qui reste néanmoins très élevé au regard de la décennie (21 films par an en moyenne). Les films à 7 M€ ou plus représentent 25,4 % de la production de films d’initiative française en 2025 (21,6 % en 2024 et 17,8 % entre 2016 et 2025), pour 60,5 % des investissements (60,8 % en 2024 et 53,4 % entre 2016 et 2025). 34 films d’initiative française disposent d’un devis entre 4 M€ et 7 M€ en 2025, en baisse pour la deuxième année consécutive (39 films en 2024 et 57 films en 2023). Ces films, dits ‘du milieu’, représentent 14,9 % des agréments, une part en baisse par rapport à 2024 (16,9 %) et au plus bas depuis 2015 (14,1 %). Ils concentrent 17,3 % des investissements en 2025, contre 18,6 % en 2024 et 24,0 % entre 2016 et 2025.

81 films d’initiative française ont un budget compris entre 1 M€ et 4 M€, contre 86 en 2024 et 82 en moyenne entre 2016 et 2025. Ces films représentent 35,5 % des agréments (37,2 % en 2024, 36,0 % en moyenne entre 2016 et 2025) et 19,6 % des investissements (18,4 % en 2024 et 20,0 % sur la période 2016-2025).

Enfin, 55 films ont un budget inférieur à 1 M€ (56 films en 2024, 60 films par an en moyenne entre 2016 et 2025). Ces films représentent 24,1 % des agréments, contre 24,2 % en 2024 et 26,4 % en moyenne sur la période 2016-2025. Ils ne concentrent en revanche que 2,6 % des investissements en 2025, contre 2,3 % en 2024 et 2,6 % en moyenne sur la période 2016-2025.

Films d’initiative française selon le devis

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
10 M€ ou plus	24	22	15	23	13	19	19	21	27	26
7 M€ à 10 M€	16	27	18	13	13	19	20	16	23	32
5 M€ à 7 M€	37	35	33	34	18	30	20	32	27	26
4 M€ à 5 M€	6	14	23	9	19	29	13	25	12	8
2 M€ à 4 M€	43	52	50	52	41	71	58	77	56	62
1 M€ à 2 M€	28	24	29	35	16	30	25	23	30	19
moins de 1 M€	67	48	69	74	68	67	53	45	56	55
total	221	222	237	240	188	265	208	239	231	228

Source : CNC.

Une part de premiers et deuxièmes films au plus bas depuis le début du suivi en 1994

Les premiers et deuxièmes films représentent, en 2025, 44,3 % de la production d'initiative française (101 films, contre 118 films et 51,1 % en 2024). La part enregistrée en 2025 est la plus basse depuis le début du suivi statistique en 1994 (49,3 % entre 2016 et 2025).

67 films, soit 29,4 % des films d'initiative française agréés en 2025, sont des premiers films, en léger recul par rapport à 2024 (70 films, soit 30,3 %) et par rapport à la production annuelle moyenne de la décennie (71 films, soit 31,0 %). Les 34 deuxièmes films représentent 14,9 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés, contre 20,8 % en 2024 (48 deuxièmes films) et au plus bas niveau de la décennie avec 2016 (42 deuxièmes films en moyenne entre 2016 et 2025, soit 18,3 % des films d'initiative française). En 2025, un premier film présente, en moyenne, un devis de 2,74 M€, en baisse de 24,4 % par rapport au niveau particulièrement élevé observé en 2024 (3,62 M€, plus haut niveau depuis 2010) mais qui reste supérieur à la moyenne de la décennie (2,65 M€, soit +3,4 %). Le devis moyen des deuxièmes films atteint 4,14 M€, en hausse de 12,1 % par rapport à 2024 (+14,8 % par rapport à la moyenne 2016-2025). Alors que le devis moyen des premiers films et celui des deuxièmes films était très proche en 2024 (-2,1 %), l'écart se creuse à nouveau en 2025 (-34,0 %). À noter que le devis moyen des premiers films est toujours inférieur à celui des deuxièmes films, excepté en 2014, année qui compte trois premiers films à plus de 10 M€ : *La Tortue rouge* de Michaël Dudok de Wit, *Papa ou Maman* de Martin Bourboulon et *Les Nouvelles Aventures d'Aladin* d'Arthur Benzaquen.

Par ailleurs, 21 films d'initiative française agréés en 2025 sont des troisièmes films (27 en 2024) et 106 des quatrièmes films ou plus (86 en 2024). Les troisièmes films représentent ainsi 9,2 % de l'ensemble des productions d'initiative française (11,7 % en 2024) et les quatrièmes films et plus, 46,5 % (37,2 % en 2024). En 2025,

le devis moyen des troisièmes films s'établit à 4,38 M€, en baisse de 25,9 % par rapport à 2024 (5,91 M€).

Premiers et deuxièmes films d'initiative française

	premiers films		deuxièmes films	
	nombre	% des FIF ¹	nombre	% des FIF ¹
2016	80	36,2	34	15,4
2017	72	32,4	40	18,0
2018	80	33,8	37	15,6
2019	70	29,2	54	22,5
2020	59	31,4	38	20,2
2021	67	25,3	56	21,1
2022	64	30,8	39	18,8
2023	77	32,2	38	15,9
2024	70	30,3	48	20,8
2025	67	29,4	34	14,9

¹ Films d'initiative française.
Source : CNC.

67 premiers films en 2025, soit 29,4 % des films d'initiative française agréés.

Remarques méthodologiques

Dans la partie qui suit, les « apports des producteurs français » correspondent à la part de financement que les sociétés de production doivent assumer pour couvrir le devis des films. Ils constituent le reste à financer et peuvent être, en partie ou dans leur totalité, couverts soit par l'obtention de financements complémentaires non identifiés au moment de l'agrément des investissements, dont le crédit d'impôt cinéma, soit par un coût de production du film inférieur au devis. Au-delà du pré-financement, les « apports des producteurs français » correspondent à la prise de risque financière assumée par les producteurs sur les futures remontées de recettes issues des différents modes d'exploitation des films. Ils peuvent donc recouvrir aussi bien des dispositifs comme le crédit d'impôt cinéma, que des salaires et frais généraux en participation ou des apports en numéraire.

70 % des devis des films d'initiative française financés par les producteurs et les diffuseurs

En 2025, les producteurs français demeurent les principaux financeurs des films d'initiative française au stade de l'agrément des investissements, devant les diffuseurs. Tandis que l'ensemble des apports français reculent de 8,0 % en 2025, les apports des producteurs diminuent de 11,1 %, pour atteindre 417,06 M€, un niveau qui reste supérieur de 7,3 % à la moyenne de la décennie. Leurs apports représentent 37,4 % des devis, une part en reflux par rapport au record des deux dernières décennies atteint en 2024 (39,9 %) mais qui reste proche de la moyenne de la décennie (37,9 %). En adjoignant le soutien automatique à l'apport des producteurs, l'ensemble représente 39,2 % des devis (42,5 % en 2024, 40,6 % sur la décennie), soit la plus faible part depuis 2017 (38,7 %).

Les investissements des diffuseurs dans le financement des films d'initiative française (préachats et apports en coproduction) atteignent, en 2025, 362,85 M€, en baisse de 11,8 % par rapport au niveau record atteint en 2024 (411,58 M€, première fois au-dessus du seuil des 400 M€). Malgré ce recul, les apports des diffuseurs restent au troisième plus haut niveau de la décennie après 2024 et 2023 (385,93 M€). Au total, les diffuseurs financent les films d'initiative française à hauteur de 32,5 % des devis en moyenne (-2,5 points sur un an, mais +1,7 point par rapport à la moyenne de la décennie).

Les minima garantis (MG - distribution en salles, édition vidéo ou exploitation à l'étranger) en faveur des films d'initiative française apportés par des partenaires français s'établissent à 140,71 M€, en hausse de 15,4 % par rapport à 2024 (121,92 M€) et à un niveau équivalent à la moyenne de la décennie (139,91 M€, soit +0,6 %). L'ensemble des MG, c'est-à-dire la part française ainsi que les MG pour la vente des films sur les marchés étrangers apportés par les pays coproducteurs, couvre 13,1 % des devis des films d'initiative française en 2025, en hausse de 2,6 points par rapport à 2024, et à un niveau proche de la moyenne de la décennie (13,9 %).

La part des SOFICA dans le financement des films d'initiative française s'élève à 3,2 % en 2025, en hausse de 0,8 point par rapport à 2024. En valeur, les apports des SOFICA augmentent, à 35,27 M€ en 2025, soit +24,1 % par rapport à 2024 (28,41 M€) et +6,9 % par rapport à la moyenne de la décennie (33,01 M€).

Les apports étrangers, à 84,75 M€, sont en forte progression (+51,0 %) et atteignent leur plus haut niveau depuis 2015 (100,07 M€), portés par la hausse du nombre de coproductions majoritaires (+23 films). Ces apports assurent 7,6 % du financement des films d'initiative française, en hausse de 2,8 points par rapport à 2024 et de 1,2 point par rapport à la moyenne de la décennie.

Les financements publics (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides des collectivités territoriales) s'établissent en 2025 à 75,18 M€, en baisse de 15,7 % par rapport à 2024 (89,23 M€) et de 9,6 % par rapport à la moyenne de la décennie (83,14 M€). Ce recul des financements publics intervient dans un contexte de baisse moins marquée des investissements dans la création cinématographique d'initiative française (-5,2 % sur un an), d'où un taux de couverture par les aides publiques qui décroît : 6,7 % des devis des films d'initiative française en 2025 (le plus faible niveau depuis 2016, avec 6,4 %) contre 7,6 % en 2024 et 8,1 % entre 2016 et 2025. Dans le détail, ce recul est d'abord le fait des soutiens automatiques (-33,3 %, à 20,54 M€), et, dans une moindre mesure, des aides des collectivités territoriales (-13,4 %, à 21,31 M€).

En 2025, les financements publics atteignent 75,18 M€, en baisse de 15,7 % par rapport à 2024.

Un poids plus prononcé des diffuseurs et des MG dans le financement des œuvres à gros budget

La structure de financement des films d'initiative française est étroitement corrélée au montant total des devis. Les aides publiques (soutien automatique et soutiens sélectifs du CNC + aides des collectivités territoriales) assurent 12,8 % du financement des films à moins de 4 M€ en 2025, contre 4,3 % des films au devis supérieur ou égal à 7 M€. À l'inverse, la part des MG est plus élevée pour les films à devis élevé (15,4 % des financements en 2025 pour les films de 7 M€ et plus) que pour les films dont le devis est inférieur à 4 M€ (6,9 % des financements).

Le financement des films à moins de 1 M€ est principalement assuré par les producteurs français, à 64,5 % des devis, contre 37,2 % pour les films avec un devis de 7 M€ ou plus. Hors apports des producteurs, l'apport des diffuseurs est la source de financement qui varie le plus fortement selon la tranche de devis. Leur part est particulièrement faible dans le financement des films à moins de 1 M€ (4,4 %) comparée aux films des autres tranches de devis : 26,7 % pour les films entre 1 M€ et 4 M€, et jusqu'à 35,7 % pour les films à 7 M€ ou plus.

Financement prévisionnel des films d'initiative française (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
investissements français	93,0	95,0	93,1	90,9	94,3	95,4	92,7	93,7	95,2	92,4
apport des producteurs français ¹	38,1	34,9	37,8	37,1	38,2	37,1	39,5	38,7	39,9	37,4
apports des SOFICA	2,4	3,8	3,6	3,6	4,5	3,2	3,1	3,1	2,4	3,2
soutien automatique du CNC ²	2,2	3,8	3,9	3,5	2,1	3,6	2,1	2,1	2,6	1,8
aides sélectives du CNC et aides régionales ³	4,2	4,6	5,4	5,5	5,9	6,4	5,8	6,1	5,0	4,9
diffuseurs ⁴	25,4	31,9	28,6	29,1	31,4	30,1	29,7	33,9	35,0	32,5
minima garantis ⁵	20,7	16,0	13,8	12,0	12,3	15,0	12,5	9,7	10,4	12,6
investissements étrangers	7,0	5,0	6,9	9,1	5,7	4,6	7,3	6,3	4,8	7,6
minima garantis sur mandats étrangers (part étrangère)	0,3	0,3	0,2	0,9	0,1	0,3	0,3	0,2	0,1	0,5
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Les apports des producteurs français sont calculés par déduction : devis – somme des financements identifiés.
² Soutien automatique mobilisé sur les films au cours de l'année de leur agrément.
³ Aides régionales incluant les apports du CNC.
⁴ Apports en coproduction + préachats.
⁵ Salles + vidéo + étranger.
Source : CNC.

Remarques méthodologiques

Seuls apparaissent dans ces résultats les investissements dans les films ayant obtenu l'agrément du CNC au cours de l'année étudiée (agrément des investissements ou agrément de production quand l'agrément des investissements n'est pas requis). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les diffuseurs à l'Arcom. Les évolutions sont donc à considérer avec les précautions d'usage, notamment au regard des obligations de production des diffuseurs.

Une part de films financés par les diffuseurs en baisse par rapport à 2024

Deux nouveaux accords structurants entre les diffuseurs et les organisations professionnelles du secteur ont été conclus en début d'année 2025. Le premier, signé par Disney+, engage l'entreprise à investir 25 % de son chiffre d'affaires réalisé en France dans la production cinématographique et audiovisuelle entre 2025 et 2027, dont une part croissante consacrée à la production cinématographique : 12,5 % du chiffre d'affaires en 2025, 13,25 % en 2026 et 14,0 % en 2027. Pendant cette période de trois ans, Disney+ financera un minimum de 70 films pour un montant garanti de 115 M€. En parallèle, CANAL+ a signé un nouvel accord avec la filière, par lequel le groupe s'engage à investir au moins 480 M€ sur trois ans dans la production cinématographique, dont 150 M€ en 2025, contre 200 M€ en moyenne par an dans le cadre du précédent accord en vigueur entre 2022 et 2024. La mise en œuvre de ces accords se traduit par une évolution des investissements de ces deux acteurs observée en 2025 au stade de l'agrément des investissements ; leurs effets ne se font toutefois pas encore pleinement ressentir, certains films agréés aux investissements en 2025 relevant des anciens accords, en vigueur jusqu'au 31 décembre 2024.

En 2025, les diffuseurs (payants et gratuits) ont financé 174 films (60,0 % des films agréés, 60,5 % sur l'ensemble de la décennie), soit -9,4 % par rapport à 2024 et -3,4 % par rapport à la moyenne de la décennie (180 films par an). En particulier, 156 films d'initiative française ont bénéficié d'apports de diffuseurs : 68,4 % des films d'initiative française agréés, soit -5,6 points par rapport à 2024 et une part inférieure à celle observée entre 2016 et 2025 (70,0 %). La chaîne CANAL+ reste de loin le premier financeur, tant en nombre de films d'initiative française préfinancés (104 en 2025) qu'en apports (134,67 M€), représentant 37,1 % du total des investissements des diffuseurs. Parmi les chaînes gratuites, le groupe France Télévisions est le premier financeur (61 films d'initiative française financés à hauteur de 58,91 M€) devant le groupe TF1 (20 films pour un total de 36,88 M€) et le groupe M6 (14 films pour un total de 28,79 M€). Le volume de films préfinancés par les services de V&DA continue de progresser, à 54 films d'initiative française, contre 45 films en 2024 ; en revanche, le montant de leurs investissements se stabilise à 76,15 M€ (-0,3 % sur un an).

Les diffuseurs financent 156 films d'initiative française, soit 68,4 % des films d'initiative française agréés.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
nombre de films	105	128	116	108	90	126	91	136	125	122
dont FIF ²	98	117	107	99	85	115	84	123	113	109
préachats (M€)	80,7	99,4	75,4	76,7	56,6	89,1	72,0	98,3	109,7	93,6
coproductions (M€)	43,9	52,4	45,8	44,9	35,8	54,9	39,3	57,8	49,7	42,6
total des apports (M€)	124,7	151,8	121,2	121,6	92,4	144,0	111,2	156,1	159,5	136,1
apport moyen par film (M€)	1,2	1,2	1,0	1,1	1,0	1,1	1,2	1,2	1,3	1,1
devis moyen des films concernés (M€)	9,2	7,4	6,8	6,8	6,2	7,0	7,2	7,2	7,9	7,6
% du devis des films concernés	13,0	16,1	15,4	16,6	16,6	16,2	16,9	16,1	16,1	14,6

¹ Chaînes en clair dont les investissements sont recensés : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, France 4, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, France Ô.

² Films d'initiative française.
Source : CNC.

Reflux de l'apport des chaînes en clair après un niveau record atteint en 2024

En 2025, la part des chaînes en clair dans le total des investissements des diffuseurs (gratuits et payants) est en léger recul, à 36,5 % (37,9 % en 2024 et 37,8 % entre 2016 et 2025). Elles investissent à hauteur de 136,08 M€ en 2025, soit -14,7 % par rapport à 2024 (159,45 M€, un record) et +3,2 % par rapport à la moyenne de la décennie (131,85 M€). Dans le détail, la baisse des investissements des chaînes en clair dans la production agréée provient exclusivement des chaînes privées (-28,8 %, à 65,75 M€, après un record enregistré en 2024, à 92,35 M€), tandis que les investissements des chaînes publiques progressent sur un an (+4,8 %, à 70,33 M€). Ces investissements sont constitués à 68,8 % de préachats de droits de diffusion et à 31,2 % d'apports en coproduction, une répartition identique à celle de 2024.

En 2025, les chaînes en clair (TF1, France 2, France 3, M6, Arte, C8, Gulli, TMC et W9) financent 122 films au total, dont 109 d'initiative française, soit 42,1 % des films agréés et 47,8 % des films d'initiative française, un niveau légèrement supérieur à la moyenne de la décennie (38,9 % des films agréés et 46,1 % des films d'initiative française). En moyenne, ces chaînes apportent 1,12 M€ aux films qu'elles financent en 2025 (1,28 M€ en 2024, soit -12,6 %) : 1,20 M€ pour les films d'initiative française (1,37 M€ en 2024, soit -12,6 %) et 394,6 K€ pour les coproductions minoritaires (342,5 K€ en 2024, soit +15,2 %).

Les chaînes en clair financent 122 films au total, soit 42,1 % des films agréés.

Participation des chaînes en clair au financement des films agréés en 2025 : détail par chaîne¹

	TF1	France 2	France 3	M6	Arte	TNT ²	total ³
nombre de films	17	25	31	13	25	29	122
total des apports (M€)	32,8	27,9	29,7	24,5	10,1	8,4	136,1
préachats (M€)	24,7	17,4	18,6	18,8	3,1	8,4	93,6
coproductions (M€)	8,1	10,4	11,1	5,7	7,0	0,0	42,5
apport moyen par film (M€)	1,9	1,1	1,0	1,9	0,4	0,3	1,1
devis moyen des films concernés (M€)	9,2	8,0	7,9	12,0	5,6	10,4	7,6
% du devis des films concernés	21,0	14,0	12,2	15,8	7,3	2,8	14,6

¹ 28 films sont financés simultanément par deux chaînes en clair en 2025.
² Quatre chaînes de la TNT gratuite investissent en 2025 : C8, Gulli, TMC et W9.
³ Incluent les apports du groupe France TV (sans précision de la chaîne).
Source : CNC.

Les investissements des chaînes en clair s'établissent à 136,1 M€, soit 36,5 % de l'ensemble du financement des diffuseurs.

Remarque méthodologique

Les données sur les diffuseurs payants n'incluent ni les indexations de prix calculées sur les recettes en salles, ni les films financés par un diffuseur payant et sans financements encadrés qui ne sont pas comptabilisés dans ces statistiques. Depuis 2021, les apports des services de vidéo à la demande sont inclus dans le total des diffuseurs payants.

Recul des investissements des chaînes payantes et stabilité côté services de VàDA

Les diffuseurs payants (chaînes et services de vidéo à la demande) représentent 63,5 % des apports des diffuseurs en 2025 dans la production agréée, en hausse de 1,4 point par rapport à 2024 et le plus haut niveau depuis 2013 (65,2 %). En volume, toutefois, les dépenses des diffuseurs payants diminuent en 2025 (-9,5 %, à 236,58 M€) ; leur poids plus important dans l'ensemble des apports diffuseurs est donc exclusivement dû à une baisse encore plus marquée des diffuseurs gratuits (-14,7 %, à 136,08 M€). Dans le détail, la baisse en valeur des apports provenant de diffuseurs payants est imputable aux chaînes payantes (-13,6 %, à 159,69 M€), tandis que les investissements des services de VàDA restent stables (+0,6 %, à 76,90 M€), la hausse des investissements de Disney+ (+20,08 M€) compensant la baisse de ceux de Netflix (-21,60 M€). Les apports des services de VàDA représentent 20,6 % des apports diffuseurs (+2,4 points sur un an).

Le nombre de films préachetés par les diffuseurs payants diminue de 13,9 % par rapport à 2024, pour s'établir à 155 films au total (53,4 % des films agréés), dont 146 d'initiative française (64,0 % des films d'initiative française agréés). Le devis moyen des films d'initiative française préachetés atteint 6,70 M€ en 2025, en hausse de 4,2 % par rapport à 2024. Les diffuseurs payants apportent, en moyenne, 1,59 M€ aux films d'initiative française qu'ils financent (1,55 M€ en 2024) et couvrent 23,7 % de leur devis (24,2 % en 2024). Les services de VàDA (Disney+, Netflix, Prime Video, HBO

Max et Paramount+) financent 55 films (45 en 2024 et 41 en 2023), dont 54 d'initiative française (45 en 2024 et 40 en 2023). Cela correspond à 19,0 % des films agréés dans l'année. Pour 17 de ces 55 films, un seul diffuseur payant a participé au financement (20 films en 2024) et pour sept d'entre eux, dont quatre préachetés par Disney+ et trois par Netflix, le seul diffuseur au global (six films en 2024). Pour la première fois en 2025, huit films sont préachetés par deux services de VàDA, tous impliquant Disney+.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films	150	177	164	160	120	209	152	195	180	155
dont FIF ²	141	154	154	147	109	190	135	181	165	146
préachats (M€)	190,4	211,5	160,5	151,6	113,0	205,5	169,5	243,4	261,3	236,6
apport moyen par film (M€)	1,3	1,2	1,0	0,9	0,9	1,0	1,1	1,2	1,5	1,5
devis moyen des films concernés (M€)	8,1	6,2	5,8	5,8	5,4	5,5	5,6	5,9	6,4	6,9
% du devis des films concernés	15,7	19,3	17,0	16,4	17,3	17,9	20,0	21,0	22,5	22,0

¹ Diffuseurs payants dont les investissements sont recensés : Altice, CANAL+, Ciné+, OCS, TV5 Monde, UniversCiné et les services de VàDA Disney+, Netflix, Prime Video, HBO Max et Paramount+.
² Films d'initiative française.
Source : CNC.

Participation des diffuseurs payants au financement des films agréés en 2025 : détail par diffuseur¹

	CANAL+	Ciné+	services de VàDA	total ²
films	108	93	55	155
dont FIF ³	104	85	54	146
préachats (M€)	136,9	22,6	76,1	236,6
préachat moyen par film (M€)	1,3	0,2	1,4	1,5
devis moyen des films concernés (M€)	7,2	5,8	8,9	6,9
% du devis des films	17,6	4,2	15,6	22,0

¹ 107 films sont financés simultanément par deux diffuseurs payants en 2025 et trois films par trois chaînes payantes.
² Inclut TV5 Monde.
³ Films d'initiative française.
Source : CNC.

Les diffuseurs payants préachètent 155 films au total, soit 53,4 % des films agréés, et investissent 236,6 M€.

Près d'un tiers des films d'initiative française sans apport diffuseur

En 2025, 72 films d'initiative française ne bénéficient d'aucun financement de diffuseurs, soit 31,6 % des films d'initiative française agréés, contre 26,0 % en 2024 et 30,0 % entre 2016 et 2025. La grande majorité des films d'initiative française sans financement de diffuseur présente des devis inférieurs à 1 M€ (68,1 %). Leur devis moyen s'établit à 1,48 M€ (1,67 M€ en 2024), contre 4,89 M€ pour l'ensemble des films d'initiative française. 31 de ces films sont des documentaires, soit 79,5 % de l'ensemble des documentaires d'initiative française de l'année (77,0 % sur la décennie).

Trois quarts des jours de tournage prévus en France, une part stable

Le nombre de jours de tournage prévisionnels pour les films de fiction d'initiative française agréés en 2025 s'établit à 5 565, en baisse de 3,0 % par rapport à 2024, pour sept films de moins (-3,9 %). Le nombre de jours de tournage est en forte baisse par rapport à la moyenne 2017-2019 (6 307 jours par an en moyenne, soit -11,8 %), pour un nombre de films concernés en baisse de 4,4 %. La durée moyenne de tournage pour un film d'initiative française se stabilise à un niveau inférieur à celui d'avant crise, à 32 jours en 2025, comme en 2024, et trois jours de moins qu'entre 2017 et 2019.

Le nombre de jours de tournage des films d'initiative française sur le territoire français s'élève à 4 179 en 2025, contre 4 289 en 2024 (-2,6 %) et 4 871 en moyenne par an entre 2017 et 2019 (-14,2 %). Cette légère baisse sur un an concerne uniquement les tournages en studio (108 jours de moins par rapport à 2024, à 208 jours, soit -34,2 %), tandis que le nombre de jours de tournage en décors naturels reste stable (-2 jours, à 3 971 jours), à un niveau toutefois nettement inférieur à 2017-2019 (-601 jours, soit -13,1 %).

En 2025, 75,1 % des jours de tournage sont localisés en France, une part stable sur un an (+0,4 point), malgré la hausse du nombre de coproductions majoritaires, mais en baisse par rapport à l'ensemble de la décennie (78,9 %). Malgré une hausse du nombre de fictions partiellement tournées à l'étranger (73 films en 2025 contre 68 en 2024), le nombre de jours de tournage à l'étranger recule sur un an : 1 386 jours en 2025, soit une baisse de 4,3 % par rapport à 2024 et de 3,5 % par rapport à la période 2017-2019.

Nombre de jours de tournage des films de fiction d'initiative française selon le lieu

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
jours de tournage en France	4 473	5 064	4 722	4 827	3 590	5 949	4 136	5 113	4 289	4 179
dont :										
extérieur en France	4 191	4 725	4 456	4 535	3 388	5 730	3 918	4 791	3 973	3 971
studios en France	282	339	266	292	202	219	218	322	316	208
jours de tournage à l'étranger	1 566	1 496	1 524	1 288	651	997	1 216	1 346	1 449	1 386
total	6 039	6 560	6 246	6 115	4 241	6 946	5 352	6 459	5 738	5 565

Source : CNC.

75,1 % des jours de tournage sont réalisés en France, stable sur un an.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *La production cinématographique en 2025*
- les séries statistiques sur la production cinématographique

Les coûts de production

Remarques méthodologiques

Les données présentées ci-après appréhendent les coûts définitifs de production, c'est-à-dire une fois le tournage du film achevé. Elles sont issues de l'agrément de production du CNC. Il s'agit d'un périmètre différent de celui du bilan annuel de la production cinématographique, qui s'appuie sur l'année d'agrément des investissements. En 2025, 41,7 % des films d'initiative française agréés ont bénéficié d'une exploitation commerciale en salles la même année, 48,6 % sont sortis en salles en 2024, neuf films en 2023 ou avant et 12 n'ont pas encore été exploités.

216 films agréés en production, en baisse sur un an mais un volume supérieur à la moyenne de la décennie

En 2025, 216 films d'initiative française ont obtenu un agrément de production, soit 17 de moins que le record atteint en 2024 (233 films) mais 11 de plus que la moyenne de la décennie (205 films par an).

Le total des dépenses effectuées par les films agréés recule de 21,6 % en 2025, à 907,4 M€, un niveau proche de la moyenne 2016-2025 (897,9 M€, soit +1,1 %).

Des dépenses à l'étranger en recul malgré un nombre de films concernés au deuxième plus haut niveau historique

En 2025, 109,6 M€ de dépenses ont été réalisées à l'étranger, tous genres confondus, un montant en très net recul par rapport au record enregistré en 2024 (242,9 M€, soit -54,9 %), porté principalement par le film d'animation *Miraculous le film* qui avait réalisé la majorité de ses dépenses à l'étranger. Le nombre de films ayant eu des dépenses à l'étranger recule, quant à lui, de 4,1 % à 164 films, au deuxième plus haut niveau historique. La part de ces films dans l'ensemble des films d'initiative française agréés augmente en 2025, pour s'établir à 75,9 % (73,4 % en 2024), plus haut niveau historique.

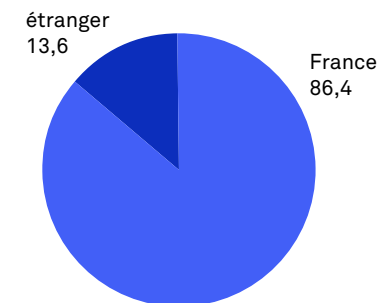
130 fictions agréées en 2025 ont réalisé des dépenses à l'étranger (75,6 % de l'ensemble des fictions), contre 141 en 2024 (73,4 %) et 118 en moyenne chaque année sur les 10 dernières années (71,7 %). Ces films ont généré 101,1 M€ de dépenses à l'étranger, en recul de 39,8 % par rapport à 2024, à un niveau sensiblement inférieur à la moyenne de la décennie (135,8 M€). Ces dépenses représentent 11,9 % des coûts totaux de la fiction (16,6 % en 2024 et 16,7 % sur la période 2016-2025).

28 des 38 documentaires d'initiative française agréés en 2025 enregistrent des dépenses à l'étranger, soit 73,7 % des documentaires agréés, plus haut niveau depuis 2007 (80,0 %). Les dépenses extranationales des documentaires atteignent 4,2 M€ (1,9 M€ en 2024), au deuxième plus haut niveau depuis 2016 (8,6 M€) derrière 2023 (4,7 M€). Elles représentent 14,5 % des coûts totaux des documentaires (10,6 % en 2024 et 14,6 % sur la période 2016-2025). La hausse sur un an des dépenses s'explique par la présence de six documentaires avec des dépenses à l'étranger supérieures ou égales à 300 K€ (aucun en 2024), dont *Dakar Chronicles* dont les dépenses à l'international dépassent 1 M€.

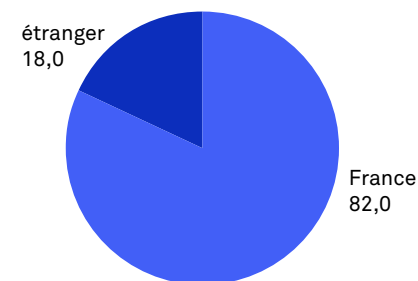
La part de dépenses effectuées à l'étranger pour les films d'animation varie fortement d'une année à l'autre, en fonction de la typologie des films agréés. Après un plus haut niveau historique atteint en 2024 (73,0 M€, soit 57,6 % des coûts totaux, lié à la présence de *Miraculous le film*), le niveau de dépenses chute en 2025 (4,4 M€, soit 15,0 % des coûts totaux), au deuxième plus bas niveau de la décennie après 2019 (5,8 M€, soit 8,1 %).

Dépenses de production en 2025 (%)

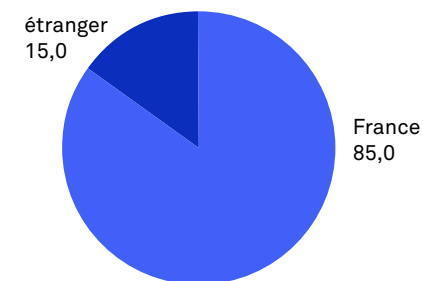
fiction



documentaire



animation



Source : CNC.

Un écart entre les coûts définitifs et les devis des films d'initiative française dans la moyenne de la décennie

Les coûts totaux des films agréés en 2025 sont inférieurs de 5,0 % aux devis, contre -3,9 % en 2024 (hors un film à coût élevé dont le coût définitif a dépassé le devis d'environ 50 %, situation exceptionnelle) et -5,4 % sur la décennie. En 2025, 65 films présentent un coût définitif strictement supérieur au devis prévisionnel, soit 30,1 % des films agréés, un niveau supérieur à la moyenne observée sur la décennie (26,7 %). En particulier, pour 17,1 % d'entre eux, le coût est supérieur d'au moins 5 % au devis (13,8 % sur la décennie). À l'inverse, pour 26,4 % des films agréés en 2025, le coût est inférieur de plus de 10 % au devis, une part qui s'établit à 31,4 % en moyenne sur la décennie. Pour 35,6 % des films de 2025 (34,6 % sur 10 ans), le coût définitif est proche du devis prévisionnel avec un écart de +/- 5 %.

Coût moyen de production d'un film de fiction en 2025 : 4,94 M€

Le coût moyen des films de fiction recule en 2025 à 4,94 M€ (-6,4 % par rapport à 2024), mais reste en ligne avec la moyenne de la décennie (4,94 M€ également). Les dépenses relatives aux rémunérations (hors participations) composent 57,8 % du coût total d'un film de fiction, les dépenses de tournage, 31,9 %, et les dépenses techniques, 10,3 %. Sur longue période, la structure des coûts de production des films de fiction est principalement impactée par la réduction des dépenses techniques (-3,8 points entre 2006 et 2025), tandis que le poids des dépenses de tournage s'accroît (+3,9 points).

Coût moyen de production d'un film documentaire en 2025 : 754,5 K€

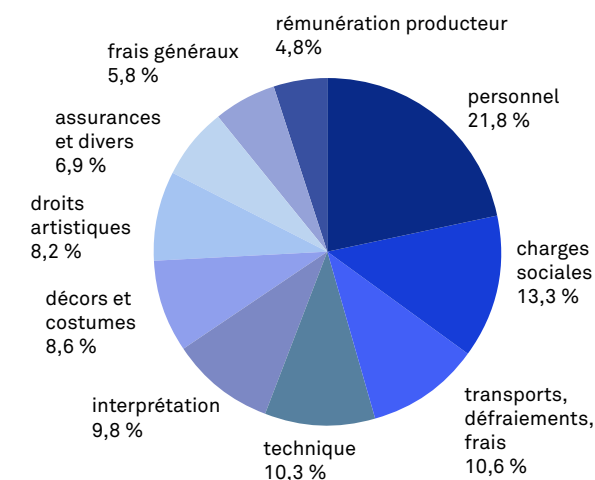
Le coût moyen des films documentaires progresse en 2025 à 754,5 K€, soit +41,7 % par rapport à 2024, et légèrement au-dessus de la moyenne de la décennie (+4,5 %). La part de la technique dans les dépenses s'établit à 13,2 %, en recul sensible par rapport à 2024 (18,5 %) et au plus bas niveau historique. Elle reste toutefois supérieure à celle observée sur les autres genres. La part du tournage est, quant à elle, inférieure à celle de la fiction, à 25,2 % (22,8 % en 2024), au plus haut depuis 2016 (28,8 %). La part consacrée aux dépenses de rémunérations de ces films s'élève à 61,6 % de l'ensemble des coûts de production en 2025 (58,7 % en 2024), à un deuxième plus haut niveau historique derrière 2020 (65,0 %). Les dépenses techniques représentent 13,2 % du coût, en recul sensible par rapport à 2024 (18,5 %) et au plus bas niveau historique. Leur part reste toutefois supérieure à celle observée sur les autres genres. La part du tournage est, quant à elle, inférieure à celle de la fiction à 25,2 % (22,8 % en 2024), au plus haut depuis 2016 (28,8 %).

Coût moyen de production d'un film d'animation en 2025 : 4,86 M€

Le coût moyen des films d'animation s'élève à 4,86 M€ en 2025, soit environ un quart du coût moyen observé en 2024 (18,12 M€, soit -73,2 %). Pour rappel, le niveau exceptionnellement élevé de 2024 était lié au film *Miraculous le film*, qui, avec un coût de 90,5 M€, est le film d'animation le plus cher de l'histoire du cinéma français. Sans ce film, le recul par rapport au coût moyen de 2024 reste toutefois significatif à -19,7 %. Le coût moyen 2025 est également en baisse de 53,7 % par rapport à la moyenne de la décennie, qui compte au total cinq films d'animation au coût supérieur ou égal à 15 M€, mais aucun en 2025.

La structure des dépenses de production des films d'animation pour l'année 2025 est en ligne avec celle observée depuis la fin de la crise sanitaire, avec des dépenses de rémunération qui constituent trois quarts des coûts de production (76,8 %, contre 74,1 % en 2024). 8,4 % des dépenses concernent la technique (14,0 % en 2024), au deuxième plus bas niveau historique derrière 2022 (8,0 %), et 14,9 % le tournage (11,9 % en 2024), à un niveau très inférieur à la moyenne de la décennie (19,4 %).

Répartition des coûts de production des films de fiction en 2025 (%)



Base : films d'initiative française de fiction.
Source : CNC.

Les plans de financement

Remarques méthodologiques

L'analyse qui suit s'appuie sur les plans de financement définitifs des films d'initiative française ayant obtenu l'agrément de production. Ce périmètre de films permet de prendre en compte la réalité de l'ensemble de la diversité des financements et notamment le crédit d'impôt cinéma. Il est différent de celui sur l'analyse des financements prévisionnels des films basés sur l'agrément des investissements (avant le premier jour de tournage).

Les diffuseurs, premiers financeurs des films d'initiative française

Les diffuseurs restent les premiers financeurs des films d'initiative française. Leurs investissements dans le financement de ces films (préachats + apports en coproduction) sont en retrait par rapport à 2024 à 330,5 M€ (-11,7 %), dans un contexte de baisse du nombre de films agréés en 2025 (-7,3 % par rapport à 2024) et de leur coût moyen (-15,5 % sur un an). Leurs apports sont néanmoins en augmentation par rapport à la moyenne 2016-2025 (+15,8 %), une hausse nourrie par l'intégration des services de vidéo à la demande dans l'écosystème français grâce au décret SMAD. Avec 36,4 % du total, la part du financement couverte par les diffuseurs au global atteint son plus haut niveau depuis le début du suivi statistique du financement des films agréés en production (2012). Elle progresse de 4,1 points par rapport à 2024 et de 4,6 points par rapport à la moyenne sur dix ans (31,8 %). Hors services de vidéo à la demande, elle s'établit à 30,6 %, en léger rebond par rapport à 2024 (29,5 %), et dans la moyenne de l'avant crise (30,8 % entre 2017 et 2019 et 30,8 % sur la décennie). En 2025, les producteurs français (hors crédit d'impôt et hors soutien automatique) sont les troisièmes financeurs des films d'initiative française derrière les diffuseurs et les aides publiques, et devant les minima garantis. Les apports des producteurs français reculent de 14,5 % par rapport au niveau élevé de 2024 à 124,1 M€, mais

Financement définitif des films d'initiative française (%)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025 ⁴
apports producteurs français	14,3	12,4	23,5	15,4	13,4	14,7	11,3	10,7	12,5	13,7
crédit d'impôt	7,7	9,9	12,0	12,5	14,4	13,0	15,6	14,8	13,0	14,8
SOFICA	3,5	3,7	3,1	3,5	3,8	4,0	4,6	3,9	2,8	3,2
aides publiques ¹	11,5	10,8	10,7	12,0	15,5	14,0	15,5	16,9	11,9	12,7
apports diffuseurs	31,9	35,2	28,5	28,6	31,0	29,5	32,4	31,0	32,3	36,4
minima garantis France ²	16,5	13,2	15,1	16,7	12,2	11,9	12,2	14,0	15,1	11,7
autres financements français	3,5	1,5	0,8	0,7	1,3	1,3	1,1	1,1	1,6	0,7
financements étrangers ³	11,3	13,3	6,1	10,5	8,4	11,7	7,3	7,7	10,8	6,8
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Aides automatiques, sélectives et régionales.
² Incluent les minima garantis liés à l'exploitation à l'étranger portés par les coproducteurs français.
³ Incluent les apports des coproducteurs étrangers, les aides publiques étrangères, les minima garantis et les apports des chaînes TV étrangères.
⁴ Données 2025 provisoires.
Source: CNC.

restent proches de la moyenne de la décennie (-3,1 %). Leurs apports représentent 13,7 % des coûts, un niveau en rebond de 1,1 point par rapport à 2024 (+0,6 point par rapport à la moyenne sur dix ans).

87,4 M€ d'aides automatiques et sélectives, en léger recul sur la décennie

Les aides publiques (soutien automatique + aides sélectives, hors aides régionales) représentent 87,4 M€ en 2025, un montant en recul de 18,7 % par rapport au niveau élevé de 2024, deuxième plus haut niveau de la décennie après le montant record de 2023 (126,2 M€). La baisse est nettement moins marquée par rapport à la moyenne sur la décennie (-5,7 % par rapport à la période 2016-2025) et par rapport à l'avant crise (-2,8 % comparé à la période 2017-2019). En particulier, les aides sélectives (CNC et autres fonds publics, hors aides des collectivités territoriales) atteignent leur plus haut niveau de la décennie, à 41,2 M€, soit une hausse de 2,4 % sur un an. Elles progressent de 17,5 % par rapport à 2017-2019 et de 15,8 % par rapport à la moyenne sur dix ans. Les aides sélectives du CNC représentent 93,1 % des aides sélectives totales dont ont bénéficié les films d'ini-

tiative française agréés en 2025, les autres aides étant principalement des aides ministérielles ou européennes (Eurimages et Europe Créative-MEDIA). Le montant du soutien automatique mobilisé par les films agréés en 2025 recule de 31,4 % sur un an à 46,1 M€. Il est également en retrait de 15,8 % par rapport à l'avant crise et de 19,1 % par rapport à la moyenne sur la décennie. Il représente 52,8 % du total des aides publiques (61,6 % en moyenne sur 10 ans). 122 films agréés en 2025 ont mobilisé du soutien automatique, soit 56,5 % des films d'initiative française agréés dans l'année. La part des films ayant bénéficié du soutien automatique recule de 10,0 points par rapport à 2024, plus haut niveau enregistré à 66,5 %, et de 2,0 points par rapport à la moyenne sur la décennie. Ces films ont mobilisé, en moyenne, 378,2 K€ de soutien automatique, un montant en recul par rapport à 2024 (-12,8 %) et par rapport à la moyenne observée entre 2016 et 2025 (-20,5 %).

80 films bénéficiaires de l'avance sur recettes en 2025, en hausse sur un an

130 films d'initiative française ont bénéficié d'aides sélectives du CNC en 2025, un volume en baisse par rapport à 2024 (156 films) et dans la moyenne de la décennie (131 films), soit 60,2 % des films agréés en 2025 (67,0 % des films en 2024 et 64,0 % des films sur la décennie). Celles-ci représentent en moyenne un montant de 295,4 K€, en nette hausse par rapport à 2024 (+24,0 %) et par rapport à la moyenne 2016-2025 (+18,4 %), une augmentation liée au volume important de films bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation.

En 2025, 61 films d'initiative française sont produits avec l'avance sur recettes avant réalisation, soit 15 films de plus qu'en 2024 et 13 de plus que la moyenne observée sur la période 2016-2015. Ils représentent 28,2 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés, soit le deuxième plus haut niveau de la décennie derrière 2023 (28,5 %). En moyenne sur la décennie, 23,9 % des films d'initiative français agréés en production ont bénéficié de l'avance sur recette avant réalisation.

19 films d'initiative française agréés en 2025 ont bénéficié de l'avance sur recettes après réalisation, soit huit films de moins qu'en 2024 et cinq de moins que la moyenne 2016-2025. Il s'agit du volume de films bénéficiaires le plus bas depuis 2014 (15 films). Le montant moyen de l'aide s'élève à 111,4 K€, en recul de 2,2 % sur un an, mais en hausse de 10,2 % par rapport à la moyenne sur dix ans.

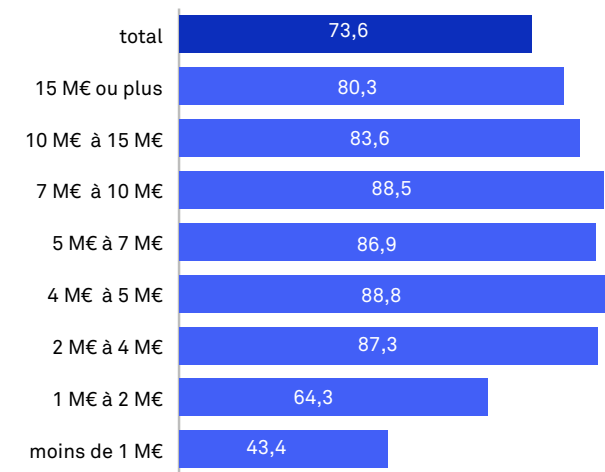
3/4 des films agréés depuis 2016 bénéficiaires du crédit d'impôt

Les films bénéficiant du crédit d'impôt cinéma (CIC) représentent 66,1 % de l'ensemble des films ayant obtenu l'agrément des investissements à partir de 2004. Depuis l'entrée en vigueur de la dernière réforme en 2016, 1 208 films ont bénéficié du crédit d'impôt, soit 73,6 % de l'ensemble des films de cette cohorte, une part en nette hausse par rapport aux versions précédentes du crédit

d'impôt (61,7 % pour la première version et 57,4 % pour les films bénéficiant de la réforme de 2013).

La part des films bénéficiaires du CIC dans l'ensemble de la population des films d'initiative française agréés entre 2016 et 2023 est supérieure à 70 % dans toutes les tranches de coût, à l'exception des films à petit budget (43,4 % pour les films dont le coût est inférieur à 1 M€ et 64,3 % pour les films dont le coût est compris entre 1 M€ et 2 M€).

Part des films bénéficiaires du crédit d'impôt cinéma (CIC) dans le total des films d'initiative française selon le coût (%)



Base : FIF tous genres sur la période 2016-2023.
Source : CNC.

Depuis la mise en place du dispositif en 2004, le montant total de crédit d'impôt cinéma s'élève à 1,6 Md€, soit 23,5 % des dépenses éligibles et 12,2 % du coût total des films bénéficiaires. Le poids du crédit d'impôt augmente en fonction des différentes réformes : le montant total du crédit d'impôt représente ainsi 17,7 % des dépenses éligibles des films ayant obtenu un agrément des investissements entre 2004 et 2012, contre 28,2 % pour ceux bénéficiant de la réforme de 2016, qui voit notamment l'application du taux de 30 % du crédit d'impôt à tous les films en langue française, soit une hausse de 10,5 points entre les deux cohortes.

Pour les films bénéficiant des derniers aménagements du CIC (ayant obtenu un agrément des investissements à partir de 2016), les dépenses éligibles (qui ne peuvent représenter plus de 80 % du budget de production et, en cas de coproduction internationale, plus de 80 % de la part française) représentent 58,0 % du coût total des films concernés sur la période.

Le bénéfice du crédit d'impôt a un réel impact sur la localisation des dépenses : sur l'ensemble de la période, les dépenses réalisées en France représentent 91,9 % des dépenses des films bénéficiaires du crédit d'impôt, contre 57,3 % pour les films non bénéficiaires.

Voir aussi sur www.cnc.fr :
- l'étude *Le financement et les coûts définitifs des films d'initiative française en 2025*
- les séries statistiques sur les coûts de production des films

Les courts métrages aidés en production

Remarques méthodologiques

Cette partie analyse les courts métrages qui ont été terminés en 2024 (c'est-à-dire ceux qui ont transmis leur rendu de compte au CNC) et qui ont perçu une des cinq aides spécifiques du CNC au cours de leur développement/production : l'aide avant réalisation, l'aide au programme de production, l'aide après réalisation, l'aide audiovisuelle (qui était automatique jusqu'en 2021 et est sélective depuis 2022) et l'investissement du fonds de soutien automatique. C'est sur ce périmètre et à partir des éléments transmis par les producteurs que sont basées les analyses de cette partie.

Cette analyse n'inclut pas les aides du CNC non spécifiques mais ouvertes au court métrage comme les aides à l'écriture et au développement documentaire (fonds d'aide à l'innovation documentaire), le fonds Images de la diversité, l'aide aux effets visuels, l'aide aux techniques d'animation, etc.

284 courts métrages terminés en 2024, aidés par le CNC

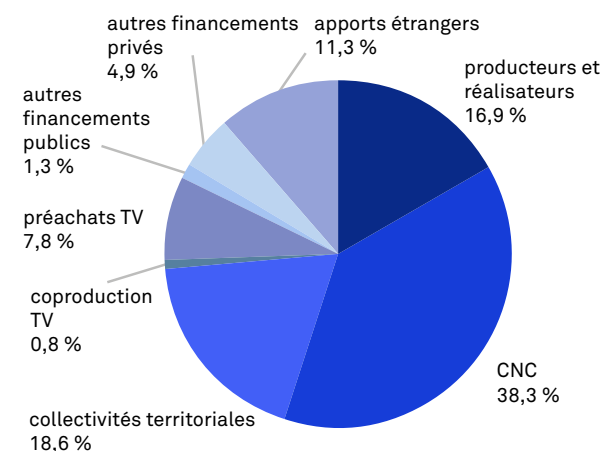
En 2024, 284 courts métrages qui ont bénéficié d'au moins une des cinq aides spécifiques au court métrage du CNC (aide avant réalisation, aide au programme de production, aide après réalisation, aide audiovisuelle et investissement du fonds de soutien automatique) au cours de leur développement/production ont transmis leur rendu de compte au CNC, et sont donc terminés. Ils ont bénéficié de 10,7 M€ d'aides spécifiques de la part du CNC.

Le coût définitif d'un court métrage soutenu par le CNC atteint 113,8 K€ en 2024. Il varie fortement entre les différents mécanismes d'aide et est plus élevé pour les films bénéficiaires de l'aide avant réalisation (176,9 K€) et nettement plus faible pour ceux bénéficiaires de l'aide après réalisation (38,7 K€). Le genre de film constitue également une caractéristique importante dans la

variation du coût définitif d'un court métrage. Les courts métrages d'animation aidés par le CNC ont un coût moyen de 179,0 K€ en 2024, contre 103,2 K€ pour les fictions et 70,1 K€ pour les documentaires de création / films expérimentaux.

Les aides publiques couvrent la majorité du financement des courts métrages (58,3 %). Elles sont composées principalement des aides du CNC (toutes aides confondues, pas seulement les cinq aides spécifiques étudiées précédemment), qui représentent 38,3 % du financement total, puis des aides des collectivités territoriales (18,6 %) et enfin d'autres financements publics (1,3 %). Le reste des financements français est principalement porté par les producteurs (16,9 %), suivis des achats en coproduction et préachats TV (8,6 %) et d'autres financeurs privés (4,9 %). Les apports étrangers représentent, eux, 11,3 % du financement total des courts métrages aidés par le CNC.

Répartition du financement des courts métrages terminés en 2024 (%)



Source : CNC.

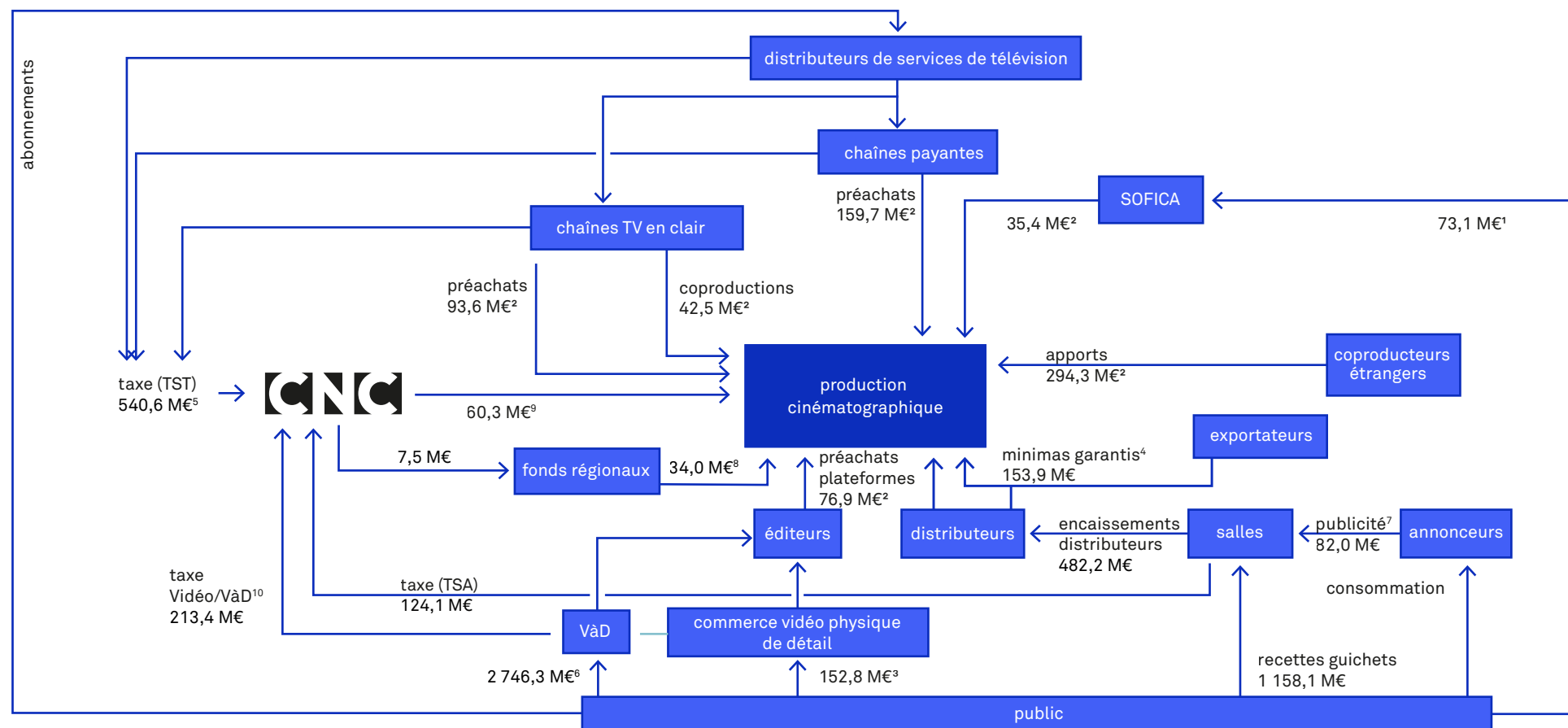
En 2024, 425 aides régionales ont été accordées à 363 courts métrages aidés par le CNC pour un montant total de 8,2 M€. Sur un an, le montant global des aides régionales baisse (-10,0 %) après une année 2023 à un plus haut niveau (9,1 M€, à égalité avec 2020) depuis le suivi des données en 2017. Comparé à la moyenne 2017-2024, les aides régionales se situent légèrement au-dessus en 2024 (+1,2 %). 91,5 % de ces aides régionales sont des aides à la production. La Nouvelle-Aquitaine (1 346,1 K€ pour 74 films), le Grand Est (1 077,0 K€ pour 49 films) et les Hauts-de-France (661,0 K€ pour 36 films) sont les premières régions en termes d'aides attribuées.

En moyenne, le montant d'aide régionale par film s'élève à 22,7 K€ en 2024 (+11,8 % comparé à 2023). Il est le plus élevé en Auvergne-Rhône-Alpes (35,3 K€), en Guyane (30,0 K€) et en Bretagne (28,9 K€), et le moins élevé en Martinique (6,8 K€), à La Réunion (10,7 K€) et en Nouvelle-Aquitaine (18,2 K€).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

-l'étude *Le marché du court métrage en 2024*

Principaux flux financiers de la production cinématographique en 2025



¹ Collecte 2024 correspondant à des investissements réalisés en 2025 et jusqu'à mars 2026 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle.

² Investissements réalisés dans des films agréés en 2025.

³ Ventes au détail d'œuvres cinématographiques (TTC).

⁴ Minimas garantis pour la distribution en salles et l'édition en vidéo (en France et/ou à l'étranger).

⁵ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et distributeurs de services de télévision.

⁶ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en vidéo à la demande sur les plateformes généralistes.

⁷ Recettes publicitaires nettes après remises.

⁸ Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales en 2025.

⁹ Ensemble des aides sélectives du CNC et soutien automatique total mobilisé par les films agréés en 2025.

¹⁰ Taxe sur le chiffre d'affaires final de la vidéo et de la vidéo à la demande, toutes œuvres confondues.

Sources : Agréments des investissements délivrés par le CNC ; Le Baromètre unifié du marché publicitaire – IREP, France Pub, Kantar Media ; Recettes du CNC exécutées 2025 ; Déclarations de recettes des salles au CNC ; Baromètre vidéo CNC-GfK-AQQA-Médiamétrie.

chapitre trois

AUDIOVISUEL

3.1

L'audience de la télévision

En 2025 :

4h14 de durée d'écoute vidéo* en France

* linéaire et non linéaire

Sur le temps d'écoute télévisuelle :



21,1 %
pour les magazines



20,1 %
pour la fiction



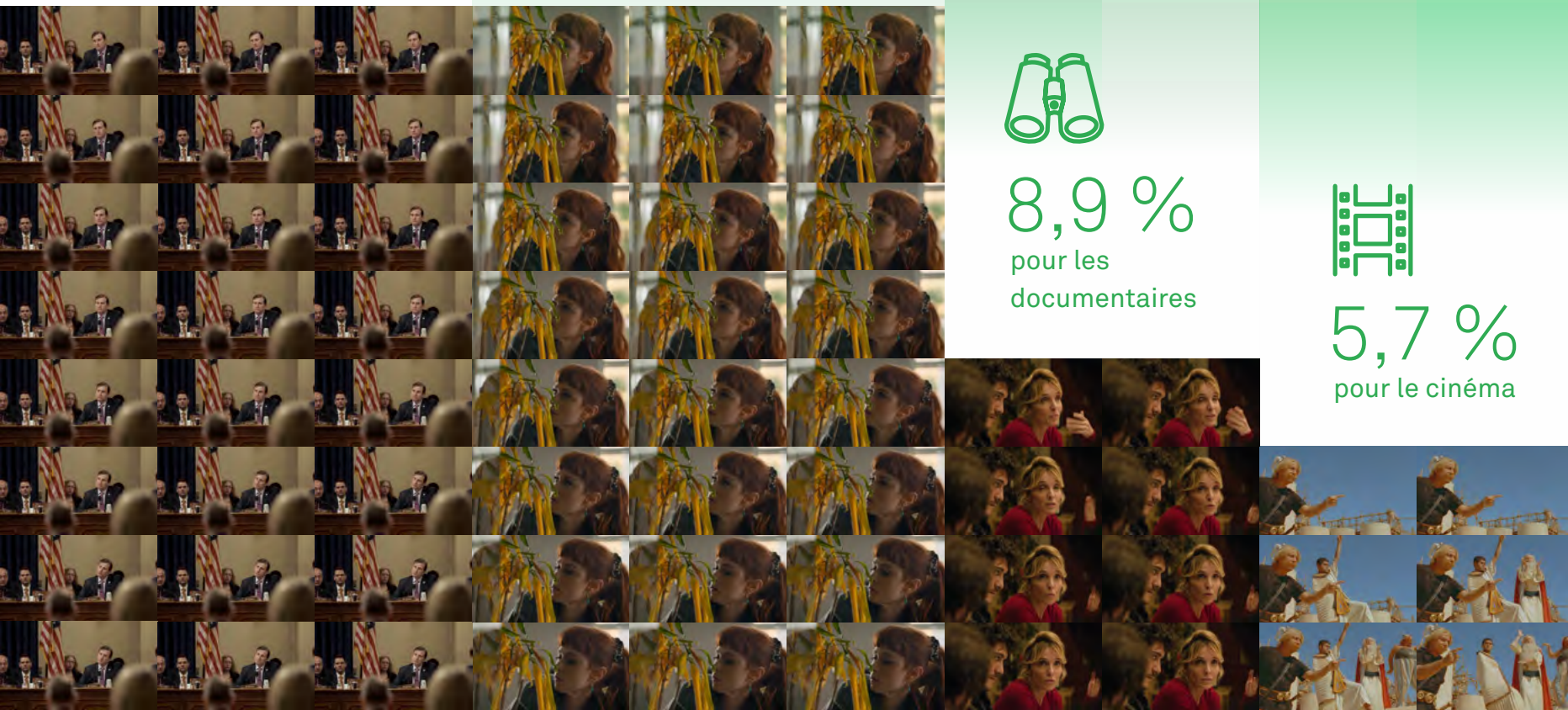
8,9 %
pour les
documentaires



5,7 %
pour le cinéma



1,4 %
pour les
programmes
jeunesse



Remarques méthodologiques

La **durée d'écoute** est un indicateur d'audience mesuré par Médiamétrie auprès des individus de 4 ans et plus (foyers équipés TV avant le 01/01/2024, France entière après cette date) et prend en compte tous les écrans à domicile (téléviseur, ordinateur, tablette et smartphone), et quel que soit le mode de consommation (direct, différé enregistré et rattrapage). Elle correspond à la moyenne du temps passé par un individu à regarder la télévision et est exprimée en minutes. Les résultats d'audience du périmètre du Médiamat intègrent les audiences réalisées sur les chaînes marquées. Depuis 2024, l'indicateur de référence est devenu la **durée d'écoute vidéo**, comportant la consommation de la TV en live et la consommation vidéo sur plateforme en ligne (AVoD, BVoD, VàDA et plateformes sociales), quel que soit le support de visionnage. Cette durée est mesurée à partir de deux sources : le Médiamat TV auprès des individus âgés de 4 ans et plus, tous écrans à domicile et hors domicile, et Global Video de Médiamétrie auprès des individus interrogés entre le 1^{er} avril et le 23 juin 2025, puis entre le 2 septembre et le 22 décembre 2025.

La **mesure d'audience** intègre la consommation en différé sur le téléviseur via un service de télévision de rattrapage, dans la limite de 7 jours après la date de diffusion initiale des programmes depuis le 29 septembre 2014. Elle intègre la consommation en différé via un enregistrement personnel et en rattrapage sur le téléviseur, quelle que soit la date de diffusion initiale des programmes, depuis le 4 janvier 2016. La consommation en direct et en différé sur les autres écrans que le téléviseur (ordinateur, tablette, téléphone) a été intégrée en 2018. Les résultats d'audience du périmètre du Médiamat intègrent les audiences réalisées à domicile sur l'écran de télévision ainsi que hors domicile sur les écrans de télévision et les écrans digitaux depuis le 30 mars 2020. A partir de 2024, la mesure d'audience intègre les foyers non-équipés TV et les écrans internet à domicile. Depuis septembre 2024, Médiamétrie

met également à disposition la mesure d'audience en preview qui permet d'analyser l'audience d'un programme de télévision accessible sur une plateforme avant sa diffusion live.

Répartition des chaînes nationales par groupe* :

Groupe France Télévisions : France 2, France 3, France 4 (exclusion entre 2022 et 2024 du périmètre de mesure d'audience quotidienne de Médiamétrie), France 5, Franceinfo

Groupe TF1 : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries Films, LCI

Groupe M6 : M6, W9, Gulli, 6ter

Groupe CANAL+ : CANAL+, CNEWS, CSTAR

Groupe RMC BFM : BFM TV, RMC Story, RMC Découverte, RMC Life

Autre : Arte, L'Equipe, NOVO19, T18

*C8 et NRJ12, qui ont cessé d'émettre le 28 février 2025 à minuit, ne sont pas comptabilisées dans le calcul des parts d'audience par chaîne et par groupe

Médiamat'Thématik est la mesure d'audience de la télévision auprès des personnes recevant une offre de chaînes via le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique, que ces personnes soient abonnées ou non à des chaînes payantes. Les résultats de l'étude sont publiés deux fois par an et couvrent les périodes suivantes : janvier-juin et septembre-février de l'année suivante.

Une durée d'écoute de la télévision qui continue de diminuer

En 2025, les Français consomment 4h14 de vidéos chaque jour quel que soit l'écran, une durée en baisse de 9 minutes par rapport à 2024, selon Médiamétrie. La télévision live représente 60,6 % de cette consommation, une part moindre par rapport à 2024 (-3 points). La vidéo à la demande compose quant à elle 39,4 % du temps passé. La part de cette dernière n'a cessé de croître : +3 points par rapport à 2024 et +8 points par rapport à 2022. Cette augmentation est notamment portée par les 35-49 ans et par les 50 ans et plus. Selon Médiamétrie dans son

Observatoire des Usages et Comportements de la (S)VoD, la majorité des utilisateurs de vidéo à la demande la plébiscite pour le large choix de films et de séries (respectivement 55,6 % et 52,5 % des répondants).

En parallèle, les Français passent de plus en plus de temps sur Internet : en 2025, le temps de surf quotidien par Français de 2 ans et plus dépasse les 3h, selon Médiamétrie NetRatings (3h01, soit +21 minutes par rapport à 2024).

Les Français regardent 4h14 de vidéos par jour en moyenne : 61 % de ce temps est consacré à la télévision live.

L'âge moyen du public de la télévision atteint 59 ans en 2025, contre 51 ans en 2016. Si l'âge moyen est relativement proche selon qu'il s'agisse d'un visionnage en preview ou en live (respectivement 58 ans et 59 ans), l'audience est plus jeune en différé J+28 (52 ans en moyenne), illustrant l'attrait de ce mode de consommation chez les plus jeunes.

Face à la concurrence des services de streaming et afin de s'adapter aux nouveaux usages vidéo des Français, les chaînes ont développé leurs plateformes, notamment en transformant leurs services de replay (BVoD – Broadcast Video on Demand) en véritables services de streaming avec des programmes disponibles en avant-première (avant leur diffusion en linéaire), mais également des programmes en exclusivité. Ces services de BVoD (TF1+, M6+, france.tv, arte.tv, CANAL+, etc.) sont aujourd'hui bien ancrés dans les usages vidéo des Français : 49 % d'entre eux se sont rendus au moins une fois par mois sur ces plateformes en 2025 selon Médiamétrie, une part identique à 2024.

Une part d'audience des chaînes nationales historiques qui s'effrite légèrement

La part d'audience des chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, CANAL+, France 5, M6, Arte) s'établit à 58,7 %, une part en léger repli par rapport à 2024 (59,0 %, soit -0,3 point). En dix ans, la part d'audience des chaînes nationales historiques recule de 1,8 point. En parallèle, la part d'audience des chaînes TNT (W9, TMC, TFX, BFMTV, CNEWS, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, L'Equipe, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, RMC Life / Chérie 25, LCI, franceinfo et, depuis le 1^{er} septembre 2025, T18 et NOVO19 ; C8 et NRJ12 étant exclues de la mesure en 2025 à cause de leur fermeture, et France 4 faisant à nouveau partie des chaînes suivies cette année) est stable à 31,3 % (30,9 % en 2024, soit +0,4 point sur un an, et 29,3 % en 2016, soit +2,0 points en dix ans). En 2025, la part d'audience des chaînes thématiques s'établit quant à elle à 9,7% (-0,7 point).

Dans l'ensemble, les chaînes nationales affichent des parts d'audience qui s'inscrivent dans la continuité de 2024. Au total, 15 chaînes présentent des variations égales ou inférieures à 0,1 point. C'est le cas de TF1 (18,7 %), France 5 (3,5 %), Gulli (1,1 %) et RMC Découverte (1,8 %) qui ont des parts d'audiences identiques à 2024, ainsi que CANAL+ (1,4 %), M6 (7,9 %), Arte (3,1 %), TMC (3,0 %) et TFX (1,8 %) avec une variation de +0,1 point. BFMTV (2,8 %), TF1 Séries Films (1,7 %), RMC Story (1,7 %) et RMC Life (1,2 %) affichent quant à elles une baisse de 0,1 point. En 2025, le changement de canal de plusieurs chaînes de la TNT a été bénéfique pour certaines d'entre elles, notamment pour les chaînes d'information qui ont été regroupées dans leur numérotation. CNEWS enregistre ainsi la plus forte progression (+0,5 point, à 3,4 %), suivie par LCI (+0,3 point, à 2,0 %). De son côté, W9 (2,5 %) progresse de 0,3 point, et France 3 (9,1 %), CSTAR (1,2 %) et L'Equipe (1,6 %) de 0,2 point. À l'inverse, France 2 enregistre la baisse de part d'audience la plus importante cette année (-0,9 point, à 14,9 %), ce qui s'explique notamment par sa hausse exceptionnelle en 2024 en lien

avec la diffusion des *Jeux Olympiques de Paris* (+0,5 point par rapport à 2023 et +1,0 point par rapport à 2022). Sur la période septembre – décembre 2025, les nouvelles chaînes de la TNT, T18 et NOVO19, enregistrent toutes deux une part d'audience de 0,9 %.

La part d'audience des chaînes nationales historiques s'établit à 58,7 %, soit -1,8 point par rapport à 2016.

Part d'audience nationale des chaînes (%)

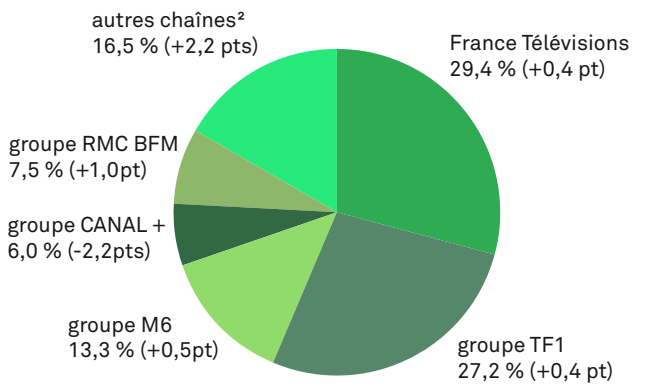
	2021	2022	2023	2024	2025
chaînes nationales¹	90,9	90,9	90,8	91,0	90,0
TF1	19,7	18,7	18,6	18,7	18,7
France 2	14,7	14,8	15,3	15,8	14,9
France 3	9,4	9,4	9,0	8,9	9,1
CANAL+	1,1	1,2	1,2	1,3	1,4
France 5	3,3	3,6	3,5	3,5	3,5
M6	9,1	8,4	8,1	7,8	7,9
Arte	2,9	2,9	2,9	3,0	3,1
C8 ³	2,6	2,8	3,1	3,0	nd
W9	2,5	2,3	2,3	2,2	2,5
TMC	3,0	3,0	3,1	2,9	3,0
TFX	1,5	1,5	1,5	1,7	1,8
NRJ12 ³	1,2	1,1	1,0	0,9	nd
France 4 ⁴	0,8	nd	nd	nd	1,0
BFMTV	2,9	3,3	3,0	2,9	2,8
CNEWS	2,0	2,1	2,3	2,9	3,4
CSTAR	1,1	1,1	1,1	1,0	1,2
Gulli	1,2	1,2	1,0	1,1	1,1
TF1 Séries Films	1,9	1,7	1,7	1,8	1,7
L'Equipe	1,5	1,5	1,6	1,4	1,6
6ter	1,5	1,6	1,6	1,7	1,8
RMC Story	1,6	1,9	1,9	1,8	1,7
RMC Découverte	2,0	1,9	1,7	1,8	1,8
RMC Life /Chérie 25 ⁵	1,2	1,3	1,2	1,3	1,2
T18 ⁶	-	-	-	-	0,9
NOVO19 ⁶	-	-	-	-	0,9
LCI	1,1	1,7	2,0	1,7	2,0
franceinfo	0,7	0,9	0,8	0,8	0,9
autres chaînes²	9,1	9,1	9,2	9,0	10,0
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Y compris chaînes non-souscriptrices à la mesure d'audience.
² Chaînes thématiques, locales et étrangères.
³ C8 et NRJ12 ont cessé d'émettre le 28 février 2025.
⁴ Exclusion entre 2022 et 2024 du périmètre de mesure d'audience quotidienne de Médiamétrie.
⁵ Chérie 25 jusqu'au 30 septembre, puis RMC Life à partir du 1^{er} octobre.
⁶ Les deux nouvelles chaînes de la TNT gratuite, T18 et NOVO19, souscrivent au service Médiamat depuis le 1^{er} septembre 2025. Les données disponibles couvrent la période septembre-décembre.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

France Télévisions (29,4 %) demeure le premier groupe en termes de part d'audience, devant le groupe TF1 (27,2 %).

En 2025, TF1 reste la première chaîne nationale, devant France 2, France 3, M6 et France 5, un top 5 inchangé depuis 2018. En agrégeant l'audience des chaînes nationales par groupe, France Télévisions (29,4 % de part d'audience, soit +0,4 point par rapport à 2024, une hausse provoquée par la réintroduction de France 4 dans le périmètre) renforce son statut de premier groupe audiovisuel français, place occupée chaque année depuis 2013. Il se place devant le groupe TF1 (27,2 %, +0,4 point). Le groupe M6 est troisième au classement, avec 13,3 % de part d'audience (+0,5 point par rapport à 2024). Le groupe CANAL+ accuse la perte de C8, avec une part d'audience de 6,0 %, en baisse de 2,2 points par rapport à 2024.

Part d'audience des chaînes nationales par groupe en 2025 (évolution par rapport à 2024)¹



Meilleure audience par chaîne en 2025

chaîne	programme	genre	date	heure	télespectateurs (millions)
TF1	Au pays des Enfoirés	divertissement	07/03/2025	21h13	8,4
France 2	Rugby : Tournoi des Six Nations	sport	15/03/2025	21h02	9,8
France 3	Tennis : Roland Garros	sport	08/06/2025	19h53	7,1
CANAL+	Football : Ligue des Champions	sport	07/05/2025	21h01	3,3
France 5	Des trains pas comme les autres	documentaire	21/07/2025	20h59	1,6
M6	Football : PSG - Inter Milan	sport	31/05/2025	21h01	8,8
Arte	Noyade interdite	cinéma	07/07/2025	20h58	1,8
C8	Touche pas à mon poste	magazine	27/02/2025	21h01	3,7
W9	Tout beau tout n9uf	magazine	08/12/2025	21h03	2,1
TMC	Quotidien	magazine	02/06/2025	21h10	2,8
TFX	Mondial de Handball 2025 : demi-finale France - Croatie	sport	30/01/2025	21h00	1,1
NRJ12	Da Vinci Code	cinéma	11/02/2025	21h13	0,7
CSTAR	Safe	cinéma	26/11/2025	21h10	0,8
Gulli	Le Grinch	cinéma	19/12/2025	21h07	0,6
TF1 Séries Films	Equalizer 2	cinéma	29/09/2025	21h10	0,9
6ter	Top Gun : Maverick	cinéma	27/05/2025	21h12	1,1
RMC Story	Le Bigdil	jeu	10/01/2025	21h11	1,4
RMC Découverte	Top Mecanic	documentaire	07/03/2025	20h14	0,8
RMC Life	La Fille du puisatier	cinéma	24/04/2025	21h11	0,6
France 4	Rugby : match préparatoire à la Coupe du monde féminine (France – Angleterre)	sport	09/08/2025	20h59	1,0
L'Equipe	Biathlon : Championnats du monde	sport	23/02/2025	13h42	1,6
T18	Killer Elite	cinéma	20/11/2025	20h48	0,6
NOVO19	Inferno	cinéma	16/10/2025	21h09	0,5

Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus, toutes tranches horaires.

¹ Le groupe NRJ n'apparaît plus dans le calcul des parts d'audience en 2025 (fin de NRJ12 et passage de Chérie 25 à RMC Life, dans le groupe RMC BFM).
² Autres chaînes : Arte, L'Equipe, T18 et NOVO19 (à partir de septembre 2025), les chaînes thématiques et locales et les chaînes non-souscriptrices à la mesure d'audience.
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Le cinéma et la fiction, légèrement surconsommés à la télévision

En 2025, les magazines constituent le premier genre de programmes proposé sur les chaînes nationales (22,9 % de l'offre en volume horaire), pour la quatrième fois de la décennie avec 2021, 2023 et 2024, suivi par les fictions (19,4 %) également à la deuxième position en 2023 et 2024. Les documentaires occupent la troisième position (18,2 %), comme chaque année depuis 2012. En termes de consommation, les magazines (21,1 % de la durée d'écoute par individu ou DEI) se placent en tête du classement, juste devant la fiction (en 2^e position, avec 19,9 % de la DEI) qui occupait la première place depuis 2012. Suivent les journaux télévisés (en 3^e position depuis 2012, 11,8 % de la consommation), puis les jeux (11,3 %), la publicité (10,4 %) et les documentaires (9,1 %, à la 6^e place depuis 2024).

Au total, les programmes de stock (fictions télévisuelles, films cinématographiques, documentaires et programmes jeunesse) constituent 48,3 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales (+1,3 point par rapport à 2024 et -3,3 points par rapport à 2016) et 36,3 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus en 2025 (stable par rapport à 2024, à 36,0 %, -6,6 points par rapport à 2016).

Cinq genres sont surconsommés à la télévision : les journaux télévisés (11,8 % de la consommation pour 2,1 % de l'offre), les jeux (11,3 % pour 4,5 %) et, dans une moindre mesure, le sport (3,7 % pour 0,8 %), le cinéma (5,7 % pour 3,0 %) et la fiction (19,9 % pour 19,4 %). La surconsommation la plus notable est celle des journaux télévisés (9,8 points de différence) et s'explique notamment par une culture du rendez-vous quotidien, en particulier au moment des repas.

Au contraire, les documentaires comptent parmi les genres de programmes sous-consommés (9,1 % de la consommation pour 18,2 % de l'offre). Les programmes jeunesse (animation et autres programmes), destinés à un public spécifique et donc plus restreint, apparaissent

proportionnellement moins consommés par l'ensemble des spectateurs par rapport à leur poids dans l'offre (1,6 % de la consommation auprès des 4 ans et plus pour 7,7 % de l'offre). Sur la cible des 4-14 ans en revanche, ces programmes jeunesse se révèlent bel et bien surconsommés puisqu'ils représentent 19,1 % de leur consommation de programmes télévisuels, constituant ainsi le genre le plus regardé devant les jeux (14,4 %) et la fiction (12,9 %).

Les programmes de stock constituent 36,3 % de la consommation TV pour 48,3 % de l'offre de programmes sur les chaînes nationales.

Offre et consommation télévisuelle par genre de programmes en 2025 (%)¹

	offre (part du volume horaire)	consommation (part du temps d'écoute)
magazines	22,9	21,1
fictions télévisuelles	19,4	19,9
journaux télévisés	2,1	11,8
jeux	4,5	11,3
publicité	10,9	10,4
documentaires	18,2	9,1
films	3,0	5,7
sport	0,8	3,7
variétés	6,7	2,3
émissions jeunesse	7,7	1,6
autres	3,8	3,1
total	100,0	100,0

¹ Sur les chaînes nationales (TF1, France 2, France 3, CANAL+ en clair, France 5, M6, Arte, C8 (jusqu'en février 2025), W9, TMC, TFX, NRJ12 (jusqu'en février 2025), CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25 / RMC Life). T18 (à partir de septembre 2025), NOVO19 (à partir de septembre 2025), France 4 (à partir de juin 2025).
Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

Meilleure audience par genre de programmes en 2025

genre	programme	chaîne	date	téléspectateurs (millions)
fictions télévisuelles	<i>HPI haut potentiel intellectuel</i>	TF1	15/05/2025	7,8
films	<i>Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre</i>	TF1	23/02/2025	5,5
documentaires	<i>Rendez-vous en terre inconnue</i>	France 2	14/10/2025	3,7
magazines	<i>Rendez-vous sport</i>	TF1	30/11/2025	5,4
journaux télévisés	<i>Le 20H</i>	TF1	31/03/2025	7,1
sport	<i>Rugby : Tournoi des Six Nations</i>	France 2	15/03/2025	9,8
variétés	<i>Au pays des Enfoirés</i>	TF1	07/03/2025	8,4
jeux	<i>Les 12 coups de midi</i>	TF1	06/07/2025	5,2
émissions jeunesse	<i>Miraculous : Les Aventures de Ladybug et Chat Noir</i>	TF1	02/11/2025	0,7

Source : Médiamétrie-Médiamat, individus de 4 ans et plus.

En 2025, le sport enregistre de belles audiences. Deux places du podium sont occupées par des retransmissions sportives, plus précisément par le match de rugby France-Ecosse du *Tournoi des Six Nations* (diffusé sur France 2 le 15/03/2025, 9,8 millions de téléspectateurs) et par la finale de football de la *Ligue des Champions* opposant le PSG à l'Inter Milan (diffusée sur M6 le 31/05/2025, 8,8 millions de téléspectateurs). Au total, les événements sportifs représentent 11 des 100 meilleures audiences de l'année.

Les programmes de variété se démarquent également par des audiences importantes. Deux programmes de variété sont ainsi présents dans le top 10 : le spectacle *Au pays des Enfoirés* (TF1, 07/03/2025, 8,4 millions téléspectateurs) et *l'Election de Miss France* (TF1, 06/12/2025, 6,8 millions de téléspectateurs). Les journaux télévisés occupent une place importante dans le classement des meilleures audiences. 71 des 100 meilleures audiences sont liées à des journaux télévisés ou à des allocutions politiques. En première position, le 20 Heures de TF1 du 31 mars 2025 regroupait 7,1 millions de téléspectateurs, avec une part d'audience de 35,1 %. Gilles Bouleau recevait Marine Le Pen, quelques heures après sa condamnation à une peine immédiate de cinq ans d'inéligibilité dans l'affaire des assistants parlementaires européens du RN.

Comme les années précédentes, la meilleure audience

de fiction est réalisée par le 1^{er} épisode de la nouvelle et dernière saison de *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1 (7,8 millions de téléspectateurs). Bien que la série continue de dominer le classement des meilleures audiences de fiction, le nombre de téléspectateurs est en diminution constante depuis son lancement. Le premier épisode de la première saison avait réuni 11,5 millions de téléspectateurs, celui de la deuxième saison, 10,9 millions, celui de la troisième saison 10,4 millions et celui de la quatrième saison 9,7 millions. En tout, l'ensemble de la saison, composée de 8 épisodes, a rassemblé 6,9 millions de téléspectateurs en moyenne, contre 8,3 millions pour la saison précédente. Au global, les fictions représentent 13 des 100 meilleures audiences.

Enfin, la meilleure audience des films est réalisée par la comédie française *Astérix et Obélix : Mission Cléopâtre* sur TF1 (5,5 millions de téléspectateurs), suivie par *Astérix et Obélix : l'Empire du milieu* (TF1, 4,9 millions de téléspectateurs). À noter que les comédies comptent pour la moitié des 100 meilleures audiences de films à la télévision (52,0 %). Au total, seul un film se trouve dans le palmarès des 100 meilleures audiences, à la 90^e place.

80% de la population regarde une chaîne thématique chaque mois

En février 2026, 50,3 millions de Français de 4 ans et plus regardent au moins une chaîne thématique chaque mois selon Médiamétrie. Parmi l'ensemble des personnes recevant une offre élargie de chaînes (abonnées ou non à des chaînes payantes), la part d'audience des chaînes nationales s'établit à 89,8 % (-1,0 point sur un an), contre 9,7 % pour les chaînes thématiques (+1,0 point).

Les chaînes dédiées au cinéma représentent au total 8,6 % de l'audience des chaînes thématiques.

Parmi les chaînes thématiques étudiées par le Mediamat'Thématik, RTL9 est la première en part d'audience sur la période septembre 2025-février 2026 (7,9 % sur l'ensemble des chaînes thématiques), suivie par Paris Première (7,4 %) et TV Breizh (7,3 %).

En ce qui concerne les chaînes thématiques dédiées au cinéma, les cinq chaînes Ciné+ affichent une part d'audience agrégée de 3,8 % sur l'ensemble des chaînes thématiques, contre 2,8 % cumulé pour CANAL+ Cinéma(s), CANAL+ Grand Ecran et CANAL+ Box-Office, 1,4 % pour OCS et 0,6 % pour TCM Cinéma

Part d'audience des chaînes sur le satellite, le câble, l'ADSL et la fibre optique (%)

	chaînes nationales	chaînes thématiques	autres chaînes	total
janv. - juin 2020	87,2	12,6	0,2	100,0
sept. 2020 - févr. 2021	88,8	10,7	0,5	100,0
janv. - juin 2021	88,5	11,1	0,4	100,0
sept. 2021 - févr. 2022	88,3	11,1	0,6	100,0
janv. - juin 2022	88,4	11,1	0,5	100,0
sept. 2022 - févr. 2023	88,3	11,0	0,7	100,0
janv. - juin 2023	88,5	11,3	0,2	100,0
sept. 2023 - févr. 2024	88,6	10,7	0,7	100,0
janv. - juin 2024	90,6	8,8	0,6	100,0
sept. 2024 - févr. 2025	90,8	8,7	0,5	100,0
janv. - juin 2025	90,1	9,4	0,5	100,0
sept. 2025 - févr. 2026	89,8	9,7	0,5	100,0

Source : Médiamétrie - Mediamat'Thématik, individus de 4 ans et plus, ensemble univers.

3.2

Les films à la télévision

En 2025: **2 053** œuvres cinématographiques
différentes diffusées à la télévision
(+25 films par rapport à 2024)



1 019 films français



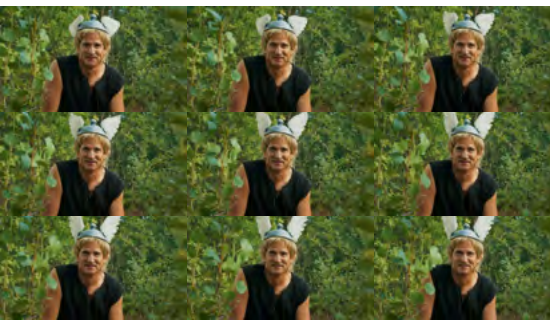
670 films américains



303 films européens
non français



61 films d'autres
nationalités



L'offre de cinéma à la télévision

Remarques méthodologiques

Les résultats présentés dans cette étude sont issus, jusqu'en 2023, d'une base de données commune à l'Arcom et au CNC qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes des groupes publics (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur les chaînes des groupes privés gratuits (groupes TF1, M6, NRJ, CMA CGM et La Chaîne L'Equipe) et sur les chaînes du groupe CANAL+. La partie consacrée à CANAL+ concerne uniquement les diffusions de films sur la chaîne historique (hors déclinaisons comme CANAL+ Grand Écran, CANAL+ Box Office, CANAL+ Cinéma(s), CANAL+ Sport 360, CANAL+ Foot, CANAL+ Sport, CANAL+ Kids, CANAL+ Docs et CANAL+ Séries, jusqu'au 1^{er} décembre 2025 pour cette dernière).

Depuis 2024, ces données sont issues de Médiamétrie pour la majorité des chaînes, excepté pour France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18 et NOVO19, pour lesquelles les informations viennent directement des chaînes concernées, sans information sur les audiences.

À noter que la diffusion de la chaîne France Ô a pris fin le 23 août 2020.

De façon à avoir des historiques cohérents pour les différents groupes audiovisuels, les tableaux et graphiques qui suivent tiennent compte de l'antériorité des films diffusés par une chaîne avant son appartenance au groupe audiovisuel.

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

1° Les œuvres qui ont obtenu un visa d'exploitation au sens de l'article 19 du code de l'industrie cinématogra-

pique susvisé à l'exception des œuvres documentaires qui ont fait l'objet d'une première diffusion en France à la télévision.

2° Les œuvres qui n'ont pas obtenu ce visa mais qui ont fait l'objet d'une exploitation cinématographique commerciale dans leur pays d'origine ».

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

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

Les horaires de diffusion sont définis comme suit : un film dont la diffusion débute entre 20h30 et 22h30 relève de la « première partie de soirée » ; un film dont la diffusion débute entre 22h31 et 23h59 relève de la « deuxième partie de soirée » ; un film dont la diffusion débute entre 0h00 et 06h59 relève de la « nuit ». Enfin, un film dont la diffusion débute entre 07h00 et 20h29 est diffusé pendant le reste de la « journée ». Sur CANAL+, la première partie de soirée débute à 18h00 et se termine à 23h00.

À compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films et supprimant les jours interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant

20h30). En revanche, les services de cinéma ne peuvent diffuser de films le samedi à partir de 20h30, sauf films d'expression originale française préachetés en exclusivité, films Art et Essai, films ayant réalisé moins de 2 millions d'entrées en salles en France, films sortis en salles en France depuis au moins 30 ans, avec des dérogations possibles pour un maximum de 15 films. Sur les services autres que de cinéma, les films ne peuvent être diffusés le samedi après 20h30, sauf films coproduits ou préfinancés par la chaîne et films Art et Essai.

Dans ce chapitre, les cases cinéma sont celles qui comptent au moins 26 diffusions de films dans l'année.

La base de données faisant l'objet de réactualisations régulières, certaines données peuvent différer par rapport aux publications antérieures. Elle est enrichie de données d'audience fournies par Médiamétrie.

Maintien de l'offre cinématographique au-dessus des 2 000 titres en 2025

En 2025, l'offre de films à la télévision (chaînes nationales gratuites et CANAL+) remonte légèrement, à 2 053 œuvres cinématographiques différentes (+25 titres et +1,2 % par rapport à 2024), mais au deuxième plus bas niveau depuis 2007 (2 030 films) après 2024 (2 028 films). Cette stabilisation cache des réalités différentes selon les groupes. D'une part, France Télévisions diffuse 86 titres de plus en 2025, hausse quasi-intégralement portée par France 4 (81 titres de plus sur un an), et d'autre part, le groupe CANAL+ en diffuse 141 de moins, lié principalement au non-renouvellement de la fréquence TNT de C8 (arrêtée le 1^{er} mars 2025), chaîne qui diffusait encore 105 films en 2024 (seulement 5 sur les deux premiers mois de l'année 2025). Au global, les chaînes nationales publiques diffusent 752 films différents en 2025 (110 titres de plus qu'en 2024, +17,1 %), première hausse depuis 2020 (+76 titres par rapport à 2019), et les chaînes nationales privées gratuites, 1 031 films (-51 titres par rapport à 2024, -4,7 %), plus bas niveau depuis l'arrivée des nouvelles chaînes TNT en 2012 (991 titres).

370 films différents sont diffusés sur les chaînes du groupe **France Télévisions**, en progression de 86 titres sur un an et au plus haut depuis 2020 (466 titres), mais sixième plus bas niveau depuis 1974. Cette évolution sur un an est principalement due à la chaîne France 4 dont l'annonce de la fermeture en 2020 puis le partage du canal entre Okoo et Culturebox avait, dans un premier temps, largement participé à la baisse du nombre de films diffusés sur la chaîne, pour atteindre un plus bas niveau en 2023 à 22 titres programmés. Mais depuis deux ans, le nombre de titres diffusés progresse pour s'élever à 132 en 2025, soit un niveau semblable à l'avant crise (133 en moyenne entre 2017 et 2019). À noter que le groupe a, ces dernières années, développé son offre numérique et notamment son offre cinéma sur le service france.tv (239 films disponibles en décembre 2025).

Au sein du **groupe TF1**, le nombre de films baisse sur la chaîne mère TF1 pour atteindre 116 films en 2025 (130 en 2024), soit le troisième plus bas niveau de la décennie, juste devant 2022 et 2019 (115 films chaque année). Sur les chaînes filles, l'offre cinéma progresse sur TMC (+4 titres, à 143 films) et sur TF1 Séries Films (+4 titres, à 139 films, deuxième plus haut niveau depuis la création de la chaîne) mais recule sur TFX (-9 titres, à 119 films). Au total, les chaînes du groupe diffusent 421 films, soit 4 de plus qu'en 2024, et dans la moyenne des 10 dernières années (419 films).

Concernant les chaînes du **groupe M6**, si le nombre de films diffusés progresse sur 6ter (+16 titres par rapport à 2024, à 150 films, plus haut niveau historique) et sur Gulli (+3 titres, à 114 films, plus haut niveau historique), il baisse sur M6 (-28 titres, à 64 films, plus bas niveau historique) et W9 (-18 titres, à 121 films, dans la moyenne des dix dernières années, 124 titres). Au global, le groupe M6 diffuse 382 titres en 2025, à un quatrième plus haut niveau historique (403 en 2014, 400 en 2015 et 386 en 2024).

En 2025, l'offre du **groupe CANAL+** chute à 347 films (488 films en 2024), plus bas niveau historique pour une année marquée par l'arrêt de C8 le 1^{er} mars 2025, chaîne qui diffusait encore 105 films en 2024 (seulement 5 titres sur deux mois en 2025). Sur la chaîne mère, CANAL+, l'offre baisse fortement à 292 films (-43 titres), et atteint également un plus bas niveau historique. Sur CSTAR, le nombre de films baisse aussi sur un an (-11 titres) pour atteindre 50 films, légèrement en-dessous de la moyenne de la décennie (54 films). Récemment, le groupe CANAL+ a lancé deux chaînes thématiques payantes (CANAL+ Grand Ecran en janvier 2022 et CANAL+ Box Office en septembre 2023) consacrées à la diffusion de films et a recentré la grille de CANAL+ Cinéma(s) sur la diffusion de films de grands réalisateurs français et étrangers primés ou récompensés lors de festivals internationaux, mouvements qui peuvent avoir une incidence sur la programmation des films sur le canal *premium*, seul canal suivi ici.

Le groupe CMA CGM, renforcé en 2025 par le rachat de la

chaîne Chérie 25, devenue RMC Life, diffuse 114 films en 2025, en forte hausse sur un an (+46 films, à périmètre constant) et première hausse depuis 2015. RMC Story, qui n'avait pas diffusé de films depuis 2020, en diffuse 50 en 2025, en instaurant notamment une case cinéma le mercredi soir. RMC Life (anciennement Chérie 25) diffuse, quant à elle, 64 films en 2025, en baisse de 4 titres sur un an pour atteindre son plus bas niveau depuis 2014 (46 titres). Enfin, la chaîne RMC Découverte ne diffuse aucun film cinématographique depuis 2016.

Les chaînes T18 et NOVO19, ayant débuté leur diffusion respectivement en juin et septembre 2025, proposent chacune une offre cinéma. T18 diffuse 46 films sur les sept derniers mois de l'année tandis que NOVO19 en diffuse 25 sur les quatre derniers mois de l'année.

Une hausse du nombre de diffusions par film

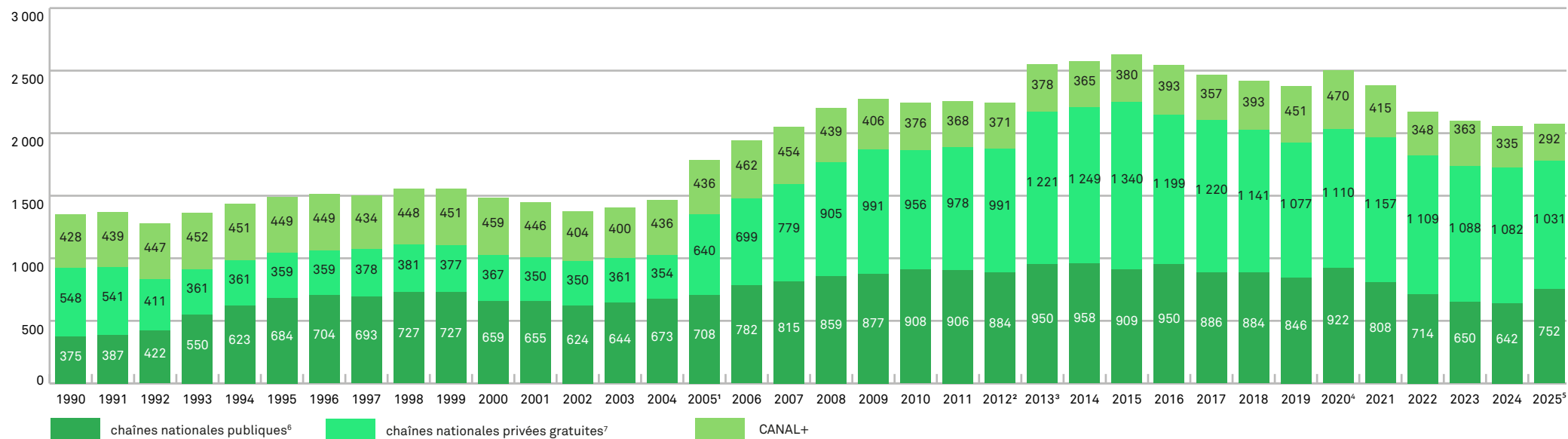
Les 2 053 films programmés (+1,2 % par rapport à 2024) donnent lieu à 5 678 diffusions (+3,4 %, soit +189), plus haut niveau depuis 2015 (5 873 diffusions). Si, sur un an, les évolutions sont semblables, sur 10 ans, le nombre de titres baisse de 17,3 % quand le nombre de diffusions reste stable (+0,3 %) : un film est ainsi diffusé, en moyenne, 2,8 fois en 2025, contre 2,3 fois en 2016. CANAL+ est la chaîne qui a le plus recours à la multidiffusion, ce qui s'inscrit historiquement dans sa stratégie de programmation. Chaque film est programmé 7,5 fois en moyenne sur la chaîne en 2025 (4,6 fois en 2016). Gulli (2,3 fois), Arte et RMC Story (2,1 fois pour ces deux chaînes) sont également des chaînes qui ont davantage recours à la multidiffusion, à un niveau toutefois relativement stable par rapport à 2016 pour Gulli (2,2 fois) et Arte (1,9 fois) mais en hausse pour RMC Story (1,6 fois). À l'échelle des groupes, le groupe CANAL+ reste, de loin, celui qui a le plus recours à cette pratique (6,6 diffusions par film en moyenne en 2025), devant le groupe M6 (2,2) et le groupe TF1 (2,1). Si pour le groupe CANAL+, la multidiffusion est essentiellement portée par la chaîne mère, pour les deux autres groupes, cela résulte d'une stratégie de multidiffusion intra-groupe. En 2025, 92 films sont ainsi diffusés sur au moins deux chaînes du groupe TF1 au cours de l'année (sur les 421 diffusés au total sur les chaînes du groupe) et 63 films sur au moins deux chaînes du groupe M6 (sur 382 au total). Sur France Télévisions, les films sont diffusés, en moyenne, 1,2 fois sur les chaînes du groupe, France 4 étant celle qui a le plus recours à la multidiffusion (1,3 fois).

Les films diffusés à la télévision

nombre de titres ¹						nombre de diffusions				
	2021	2022	2023	2024	2025	2021	2022	2023	2024	2025
Groupe TF1²	409	431	420	425	421	921	922	890	930	891
TF1	123	115	130	130	116	211	186	192	229	209
TMC	142	146	146	139	143	254	251	243	232	238
TFX	112	136	135	128	119	214	242	230	230	203
TF1 Séries Films	124	130	122	135	139	242	243	225	239	241
Groupe M6²	377	372	382	386	382	866	826	867	875	833
M6	107	97	102	92	64	145	124	159	148	103
W9	123	127	130	139	121	236	243	242	239	229
6ter	140	126	140	134	150	241	236	244	237	242
Gulli	84	109	104	111	114	244	223	222	251	259
France Télévisions²	346	285	261	284	370	381	306	293	314	458
France 2	127	92	91	84	91	135	98	116	91	107
France 3	150	132	112	119	117	156	138	114	120	125
France 4	24	28	22	51	132	38	35	25	65	178
France 5	51	35	38	37	48	52	35	38	38	48
Groupe CANAL+²	611	526	545	488	347	2 218	2 391	2 500	2 351	2 290
CANAL+	415	348	363	335	292	1 860	2 065	2 178	2 056	2 181
C8 ³	151	148	131	105	5	244	234	201	180	9
CSTAR	57	43	61	61	50	114	92	121	115	100
CMA CGM²	107	74	69	68	114	205	143	133	132	227
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	-	-	-	-	50	-	-	-	-	103
RMC Life ⁴	107	74	69	68	64	205	143	133	132	124
autres chaînes										
Arte	448	426	386	363	384	752	710	683	713	822
LCP-AN	15	5	3	1	2	31	12	4	1	6
La Chaîne L'Equipe	36	35	26	39	28	54	47	34	73	31
T18 ⁴	-	-	-	-	46	-	-	-	-	54
NOVO19 ⁴	-	-	-	-	25	-	-	-	-	49
NRJ12 ³	71	57	53	51	9	143	111	102	100	17
total²	2 335	2 132	2 067	2 028	2 053	5 571	5 468	5 506	5 489	5 678

¹ 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.
² Total hors double compte.
³ Arrêt de diffusion de C8 et NRJ12 le 1^{er} mars 2025.
⁴ Début de diffusion de T18 le 6 juin 2025, NOVO19 le 1^{er} septembre 2025 et passage de Chérie 25 à RMC Life le 1^{er} octobre 2025.
Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

Nombre de films diffusés à la télévision selon le type de chaînes



¹ Début de la diffusion sur les chaînes gratuites de la TNT le 31 mars 2005. En 2005, France 5 obtient également son propre canal.

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

³ Le comptage des films sur France Ô débute le 1^{er} janvier 2013 ; l'antériorité des diffusions de la chaîne n'est pas disponible.

⁴ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

⁵ Arrêt de diffusion de C8 et NRJ12 le 1^{er} mars 2025. Début de diffusion de T18 le 6 juin 2025, NOVO19 le 1^{er} septembre 2025 et passage de Chérie 25 à RMC Life le 1^{er} octobre 2025.

⁶ France Télévisions + Arte + LCP-AN (total hors double compte).

⁷ Groupe TF1 + groupe M6 + groupe CANAL+ (hors CANAL+) + NRJ Group + CMA CGM + La Chaîne L'Equipe (total hors double compte).

Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois si elles appartiennent au même type de chaînes (privées gratuites, publiques ou payantes), si elles n'appartiennent pas au même type de chaînes, elles sont comptabilisées plusieurs fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

Près de la moitié des films diffusés à la télévision sont français

En 2025, toutes chaînes confondues (chaînes nationales gratuites et CANAL+), 1 019 films français sont diffusés, soit 12 films de plus qu'en 2024 (sans double compte). Les films français représentent ainsi près de la moitié de l'offre cinématographique à la télévision (49,6 % en 2025, contre 49,7 % en 2024), troisième plus haut niveau depuis 1991 (53,7 %). Cette part est portée par les chaînes du groupe CANAL+ (64,6 % de films français) et du groupe France Télévisions (61,1 %) mais aussi par les chaînes nouvellement arrivées en 2025, T18 (71,7 %) et NOVO19 (68,0 %). Certaines chaînes privées gratuites proposent majoritairement des films américains, notamment les chaînes du groupe M6 (45,0 %) et celles du groupe TF1 (42,8 %). Au total, les films d'outre-Atlantique représentent 32,6 % de l'offre cinématographique en 2025 (670 films), pour une part qui est comprise entre 31,2 % (2000) et 38,4 % (2012) depuis trente ans.

En 2025, le nombre de films européens non français diffusés à la télévision recule légèrement à 303 films, soit 14,8 % de l'offre de films (307 films en 2024, soit 15,1 %), une part à son plus faible niveau depuis 1996 (14,7 %). Arte se distingue des autres chaînes en proposant 27,9 % de films européens non nationaux dans sa programmation, en baisse toutefois sur un an (29,2 % en 2024) et au plus bas niveau depuis 1997 (26,2 %), au profit des films français (38,8 % des films, plus haut niveau à égalité avec 2024) et des films américains (29,2 %).

Les films non européens et non américains sont, eux, en hausse en 2025 à 61 titres diffusés (37 en 2024), soit 3,0 % des films, au plus haut niveau depuis 2017 (3,2 %).

Nombre de films diffusés à la télévision selon la nationalité¹ (hors double compte)

	films français		films américains		films européens		autres films		total
	nombre	%	nombre	%	nombre	%	nombre	%	
2016	1 037	41,8	914	36,8	443	17,9	87	3,5	2 481
2017	1 073	44,2	836	34,4	442	18,2	77	3,2	2 428
2018	1 044	44,1	817	34,5	453	19,1	53	2,2	2 367
2019	1 033	44,5	802	34,5	425	18,3	63	2,7	2 323
2020	1 159	47,6	815	33,5	409	16,8	50	2,1	2 433
2021	1 053	45,1	774	33,1	440	18,8	68	2,9	2 335
2022	970	45,5	715	33,5	396	18,6	51	2,4	2 132
2023	946	45,8	719	34,8	352	17,0	50	2,4	2 067
2024	1 007	49,7	677	33,4	307	15,1	37	1,8	2 028
2025	1 019	49,6	670	32,6	303	14,8	61	3,0	2 053

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe.
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.
Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

Nombre de films diffusés à la télévision en 2025 selon la nationalité¹

	films français		films américains		films européens		autres films		Total
	nb	%	nb	%	nb	%	nb	%	
Groupe TF1²	177	42,0	180	42,8	54	12,8	10	2,4	421
TF1	50	43,1	48	41,4	17	14,7	1	0,9	116
TMC	63	44,1	56	39,2	20	14,0	4	2,8	143
TFX	60	50,4	47	39,5	7	5,9	5	4,2	119
TF1 Séries Films	58	41,7	55	39,6	22	15,8	4	2,9	139
Groupe M6²	161	42,1	172	45,0	47	12,3	2	0,5	382
M6	30	46,9	26	40,6	8	12,5		0,0	64
W9	58	47,9	52	43,0	11	9,1		0,0	121
6ter	56	37,3	73	48,7	19	12,7	2	1,3	150
Gulli	49	43,0	47	41,2	18	15,8		0,0	114
France Télévisions²	226	61,1	86	23,2	36	9,7	22	5,9	370
France 2	62	68,1	19	20,9	9	9,9	1	1,1	91
France 3	71	60,7	29	24,8	15	12,8	2	1,7	117
France 4	83	62,9	22	16,7	8	6,1	19	14,4	132
France 5	26	54,2	18	37,5	4	8,3		0,0	48
Groupe CANAL+²	224	64,6	68	19,6	48	13,8	7	2,0	347
CANAL+	189	64,7	53	18,2	43	14,7	7	2,4	292
C8 ³	4	80,0	1	20,0		0,0		0,0	5
CSTAR	31	62,0	14	28,0	5	10,0		0,0	50
CMA CGM²	54	47,4	44	38,6	11	9,6	5	4,4	114
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	20	40,0	17	34,0	8	16,0	5	10,0	50
RMC Life ⁴	34	-	27	-	3	4,7	-	-	64
autres chaînes									
Arte	149	38,8	112	29,2	107	27,9	16	4,2	384
LCP-AN	2	100,0	-	-	-	-	-	-	2
La Chaîne L'Equipe	13	46,4	11	39,3	4	14,3	-	-	28
T18 ⁴	33	71,7	8	17,4	4	8,7	1	2,2	46
NOVO19 ⁴	17	68,0	7	28,0	1	4,0	-	-	25
NRJ12 ³	4	44,4	3	33,3	2	22,2	-	-	9
total²	1 019	49,6	670	32,6	303	14,8	61	3,0	2 053

¹ La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe. ² Total hors double compte. ³ Arrêt de diffusion de C8 et NRJ12 le 1^{er} mars 2025.

⁴ Début de diffusion de T18 le 6 juin 2025, NOVO19 le 1^{er} septembre 2025 et passage de Chérie 25 à RMC Life le 1^{er} octobre 2025.

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

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

Près de 2/3 des films inédits diffusés à la télévision sont français, à un plus haut niveau historique

Sur les chaînes nationales gratuites et CANAL+, 25,1 % des films diffusés à la télévision sont inédits (26,1 % en 2024), c'est-à-dire programmés pour la première fois, soit le deuxième plus bas niveau historique, derrière 2023 (24,3 %). Cela représente 516 films inédits diffusés en 2025 (529 en 2024).

Cette nouvelle baisse de la part de films inédits est portée par les chaînes nationales privées en clair, pour lesquelles le taux d'inédits s'élève à 7,2 % (74 films), contre 9,0 % en 2024 (97 films). Malgré 18 titres de plus, à 226 films, la part de films inédits baisse aussi sur les chaînes nationales publiques, pour atteindre 30,1 % (32,4 % en 2024), un niveau qui reste toutefois dans la moyenne de la décennie (30,3 %) : ce taux oscille entre 4,2 % sur France 5 et 51,6 % sur France 2. La faible part dégagée par les chaînes nationales privées comparée à celle des chaînes nationales publiques s'explique par la politique de programmation des chaînes de la TNT privée gratuite qui diffusent en majorité des films de catalogue (92,7 % de films déjà diffusés sur les chaînes de la TNT privée gratuites). Sur l'ensemble des chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte), 27,4 % des films diffusés sont inédits (223 films), en baisse sur un an (29,7 % en 2024), à un troisième plus bas niveau historique (devant 2022, à 22,5 %, et 2020, à 25,7 %). Cette part dépasse 20 % sur toutes les chaînes sauf M6 (15,6 %).

CANAL+ programme 216 films inédits en 2025 (-11 titres), ce qui représente 74,0 % de son offre (67,8 % en 2024). Cette part importante d'inédits est au cœur de la ligne éditoriale de CANAL+ qui bénéficie de la première fenêtre d'exploitation en télévision dans la chronologie des médias, liée à ses importantes obligations d'investissement dans la production de films cinématographiques.

La part de films français dans le total des films inédits s'élève à 64,0 %, soit 330 films (59,7 % en 2024, 316 films), la part la plus haute jamais observée depuis 1957. C'est la troisième année consécutive que cette part dépasse les 50 %, un taux qui n'avait plus été atteint depuis 1986 (50,8 %). À l'inverse, la part des films américains au sein

des films inédits atteint un plus bas niveau historique à 15,5 %, soit 80 films (18,3 % et 97 films en 2024). Cette part n'est descendue en-dessous des 20 % qu'en 2024 (18,3 %), 1982 (15,7 %) et 1960 (17,8 %).

Un quart des films diffusés à la télévision en 2025 sont inédits (25,1 %).

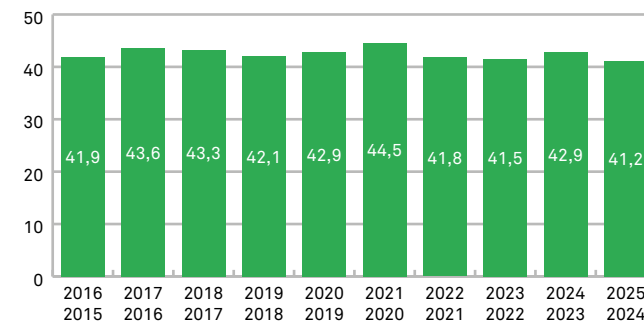
Stabilité de la part des rediffusions

Il convient de rappeler que des chaînes différentes peuvent diffuser un même film au cours de la même année. Toutes chaînes confondues, 11,8 % des films sont ainsi diffusés sur deux, voire trois chaînes différentes à quelques mois d'intervalle en 2025, contre 13,8 % en 2024 (plus haut niveau historique) mais dans la moyenne de la dernière décennie (12,2 %).

Par ailleurs, un phénomène de rediffusion des mêmes films d'une année sur l'autre est observé. 41,2 % des films programmés à la télévision en 2025 avaient déjà été diffusés en 2024. Depuis le lancement des nouvelles chaînes TNT (diffusion commencée en décembre 2012), c'est le plus bas niveau atteint, sans pour autant s'éloigner de l'ordre de grandeur habituel qui se situe entre 41,2 % et 44,5 %, alors qu'il était de 34,1 % entre 2011 et 2012. La stratégie éditoriale de ces chaînes a eu un réel impact sur le volume de rediffusions d'une année sur l'autre, reprenant régulièrement la programmation de films déjà diffusés sur la chaîne mère ou sur d'autres chaînes filles mais également sur leur propre antenne la ou les années précédentes. La légère baisse de ce taux de rediffusion en 2025 peut s'expliquer par les suppressions, changements et créations de chaînes qui ont eu lieu et dont les stratégies éditoriales ne sont pas nécessairement les mêmes. Par exemple, sur C8 (chaîne supprimée en 2025), un tiers des films diffusés en 2024 l'avaient déjà été en 2023.

En 2025, cette pratique de rediffusion deux années de suite est plus répandue sur Gulli (68,4 % des films programmés en 2025 avaient déjà été diffusés par la chaîne en 2024), TF1 Séries Films (42,4 %) et W9 (42,1 %).

Part des films diffusés deux années de suite (%)



Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

41,2 % des films diffusés en 2025 l'ont déjà été en 2024, au plus bas depuis l'arrivée des nouvelles chaînes TNT en 2012, mais un taux peu sujet aux variations.

Une offre cinématographique en première partie de soirée au plus bas depuis 2012

Depuis le 7 août 2020, les jours et horaires interdits jusqu'alors (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30) ont été supprimés. Cette levée n'a pas eu d'impact sur le nombre de diffusions en première partie de soirée mais a pu entraîner une hausse des diffusions en journée, notamment le samedi et le dimanche.

L'offre cinématographique en première partie de soirée reste sous la barre des 2 000 diffusions pour la cinquième année consécutive : 1 856 diffusions en première partie de soirée en 2025, soit 43 diffusions de moins par rapport à 2024 (-2,3 %), à un plus bas niveau depuis l'arrivée des nouvelles chaînes de la TNT en 2012. Cette baisse est presque intégralement portée par le groupe CANAL+, dont la chaîne C8 a cessé d'émettre et dont le nombre de diffusions en première partie de soirée s'établit à 192, en baisse de 45,3 % par rapport à 2024 (351 diffusions). À noter que l'arrêt de la chaîne NRJ12 y contribue également fortement puisque le nombre de diffusions en première partie de soirée s'élève à 8 en 2025, contre 50 en 2024 (-84,0 %).

A contrario, l'offre cinématographique en première partie de soirée progresse sur les chaînes du groupe France Télévisions avec 255 diffusions en 2025 (189 en 2024), plus haut niveau depuis 2020 (272 diffusions), principalement porté par France 4 (99 diffusions, +94,1 % par rapport à 2024, dont la programmation a évolué notamment depuis l'arrivée de la chaîne sur le canal 4 en juin 2025) et France 5 (47 diffusions, +34,3 %). Les chaînes du groupe CMA CGM diffusent également plus de films en première partie de soirée en 2025 (113, contre 67 en 2024), grâce à la programmation de 50 soirées cinéma sur RMC Story, contre aucune en 2024. Par ailleurs, les nouvelles chaînes T18 et NOVO19 proposent une forte programmation sur cette tranche horaire avec respectivement 54 diffusions (soit la totalité des diffusions de la chaîne) et 25 (51,0 % des diffusions de la chaîne). À noter que la diffusion de

ces chaînes n'a commencé qu'en juin 2025 pour T18 et en septembre 2025 pour NOVO19.

Au global, le nombre de films diffusés en première partie est en forte hausse pour les chaînes nationales publiques (440 diffusions, contre 369 en 2024) mais en baisse pour les chaînes privées (1 281 diffusions, contre 1 330). Sur les chaînes historiques (hors CANAL+), l'offre cinéma en première partie de soirée augmente légèrement (469 diffusions, contre 457) tout comme sur les chaînes de la TNT gratuite (1 252 diffusions, contre 1 244).

135 diffusions de films en première partie de soirée sont proposées sur CANAL+ en 2025, au plus bas niveau historique, et CANAL+ n'est ainsi plus la chaîne qui propose l'offre cinématographique la plus importante sur ce créneau horaire pour la première fois de son histoire, dépassée par Arte (183 diffusions), 6ter (169), TF1 Séries Films (149) et TMC (144).

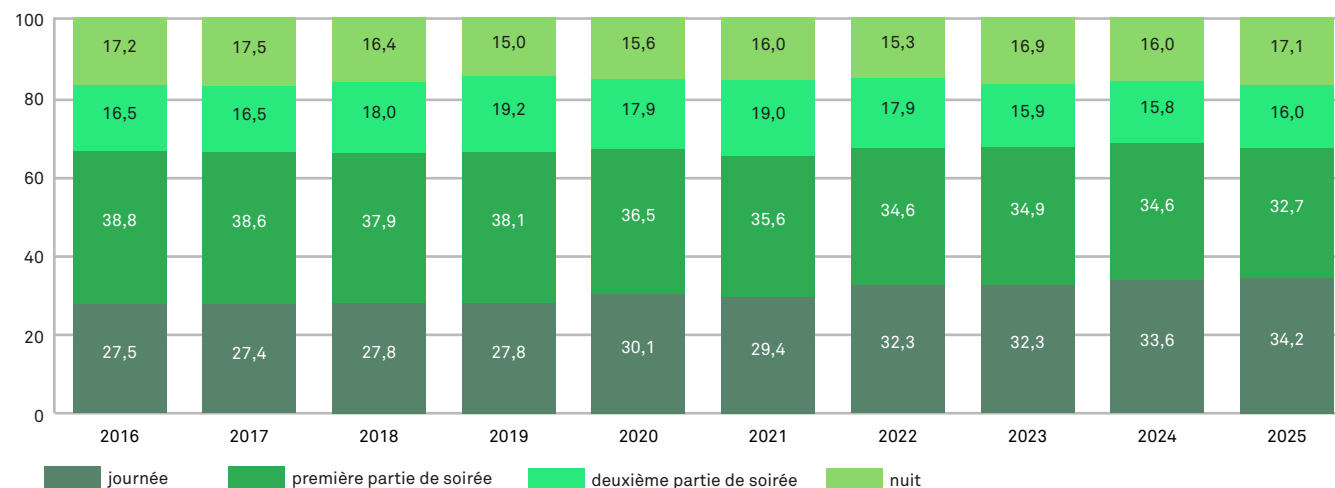
L'offre cinématographique en journée continue d'augmenter en 2025, devenant pour la première fois le créneau horaire avec le plus de diffusions de films, devant la

première partie de soirée, avec 1 943 diffusions (1 847 en 2024), et atteignant par ailleurs un plus haut niveau historique. Comparé à 2019, lorsque certains jours et horaires étaient encore interdits pour la diffusion de films, le nombre de diffusions progresse de 32,6 % (1 465 diffusions en 2019). Le samedi et le dimanche, qui étaient sujets à l'interdiction, sont les jours pour lesquels le nombre de diffusions en journée augmente le plus, respectivement +188,6 % (202 diffusions en 2025, 70 en 2019) et +89,4 % (250 en 2025, 132 en 2019).

Le nombre de diffusions en deuxième partie de soirée augmente sur un an pour atteindre 909 diffusions en 2025 (867 en 2024, soit +4,8 %, mais légèrement en-deçà de la moyenne décennale à 954 diffusions), notamment sur les chaînes du groupe France Télévisions (+32 diffusions, à 74 en 2025).

L'offre cinéma la nuit augmente fortement à 970 diffusions (94 diffusions en plus, soit +10,7 %), une hausse essentiellement portée par CANAL+ (+90 diffusions, à 551).

Répartition des diffusions selon l'horaire (%)



Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

TF1, 1^{er} groupe en termes d'offre cinématographique en première partie de soirée

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe TF1** est en léger repli en 2025 à 503 diffusions mais se maintient au-dessus des 500 pour la quatrième année consécutive. Le groupe est le premier en termes d'offre cinéma en première partie de soirée devant le groupe M6 (494 diffusions) et France Télévisions (255 diffusions). Les films diffusés en première partie de soirée composent 56,5 % de l'offre de films du groupe TF1 en 2025, en hausse par rapport à 2024 (55,2 %). 46,7 % de l'offre du groupe en première partie de soirée est française et 37,0 % est américaine. Dix cases cinéma sont proposées sur les chaînes du groupe TF1 en 2025 (sept en 2024) : trois sur TMC (le lundi, jeudi et vendredi), TFX (le mardi, vendredi et dimanche) et TF1 Séries Films (le lundi, mercredi et dimanche), et une sur TF1 (le dimanche) ; les trois cases supplémentaires provenant du vendredi sur TMC et TFX, et du mercredi sur TF1 Séries Films.

L'offre cinématographique des chaînes du **groupe M6** en première partie de soirée atteint 494 diffusions, soit 59,3 % de l'ensemble des diffusions cinéma du groupe (494 diffusions aussi et 56,5 % en 2024), restant au plus haut niveau historique en nombre de diffusions. 45,7 % de l'offre cinématographique en première partie de soirée sur les chaînes du groupe M6 est française et 41,9 % est américaine. Les chaînes du groupe M6 proposent huit cases cinéma (neuf en 2024) : trois sur 6ter (mardi, mercredi et dimanche), deux sur W9 (lundi et dimanche, contre trois en 2024 avec le mardi soir) et sur Gulli (mardi et vendredi) et une sur M6 (vendredi).

L'offre de films en première partie de soirée sur les chaînes du **groupe France Télévisions** progresse en 2025 à 255 diffusions (189 diffusions en 2024, notamment grâce à la nouvelle ligne éditoriale de France 4), et revient au niveau de la moyenne décennale (252 films). Les diffusions en première partie de soirée composent 55,7 % de

l'offre cinématographique de France Télévisions en 2025, contre 60,2 % en 2024. 66,7 % de l'offre en première partie de soirée sur les chaînes du groupe est française et 19,2 % est américaine. Les chaînes du groupe proposent cinq cases régulières de cinéma en première partie de soirée (4 en 2024) : deux sur France 4 (le jeudi et samedi, contre seulement le samedi en 2024), une sur France 2 le dimanche, une sur France 3 le lundi et une sur France 5 le vendredi.

En 2025, l'offre cinématographique du **groupe CANAL+** en première partie de soirée baisse fortement, passant de 351 diffusions en 2024 à 192. Cette baisse est en grande partie due à l'arrêt de la chaîne C8 (-96 diffusions sur un an) mais aussi à une baisse du nombre de diffusions sur la chaîne CANAL+ avec 65 diffusions de moins en 2025 (135), au plus bas niveau historique. À noter que la notion de première partie de soirée sur la chaîne CANAL+ est plus large que sur les autres chaînes ; elle s'étale de 18h00 à 23h00. Les diffusions en première partie de soirée représentent 8,4 % de l'ensemble des diffusions de films sur les chaînes du groupe en 2025, contre 14,9 % en 2024, soit un plus bas niveau historique. Ces chaînes programment 56,3 % de films français et 27,6 % de films américains sur cette tranche horaire en 2025. Le groupe CANAL+ propose trois cases cinéma (quatre en 2024) : deux sur CANAL+ (mardi et vendredi) et une sur CSTAR (mercredi), la case cinéma en moins correspondant au mardi de C8 en 2024.

Arte consacre trois cases régulières au cinéma en première partie de soirée (comme en 2024) : le lundi, le mercredi et le dimanche. Le cinéma totalise 183 diffusions sur la chaîne à cet horaire en 2025 (179 en 2024). Les films français représentent 37,7 % de l'offre en première partie de soirée, les films américains 43,7 % et les films européens non français 15,3 %. Jusqu'en 2021, Arte se distinguait par une forte présence de films européens non français parmi les diffusions de première partie de soirée. Depuis 2022, cette spécificité s'atténue : leur part, de 24,1 % en moyenne

entre 2016 et 2021 (13,6 % pour l'ensemble des chaînes), diminue pour se stabiliser à 15,6 % depuis (12,2 % pour l'ensemble des chaînes).

Nombre de diffusions des films à la télévision en première partie de soirée¹

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
France Télévisions²	329	333	330	316	272	169	154	173	189	255
France 2	47	47	50	52	62	60	55	59	51	56
France 3	56	59	45	64	51	59	47	56	52	53
France 4	132	139	146	122	96	18	18	21	51	99
France 5	25	23	28	30	35	32	34	37	35	47
France Ô ⁵	69	65	61	48	28	-	-	-	-	-
Groupe TF1²	470	467	473	448	453	473	523	519	513	503
TF1	62	73	72	68	106	75	71	77	73	82
TMC	144	144	130	115	129	146	161	157	151	144
TFX	131	120	135	135	108	126	149	146	143	128
TF1 Séries Films	133	130	136	130	110	126	142	139	146	149
Groupe M6²	405	394	386	398	430	451	436	473	494	494
M6	35	35	38	35	55	49	42	59	65	48
W9	138	133	134	141	134	140	143	147	151	137
6ter	144	134	135	130	138	147	142	154	152	169
Gulli	88	92	79	92	103	115	109	113	126	140
Groupe CANAL+²	451	442	432	421	487	475	416	424	351	192
CANAL+	256	246	246	245	311	273	225	252	200	135
C83	143	143	134	116	121	146	146	116	101	5
CSTAR	52	53	52	60	55	56	45	56	50	52
CMA CGM²	211	198	165	144	104	103	71	67	67	113
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	67	54	54	40	1	-	-	-	-	50
RMC Life ⁴	144	144	111	104	103	103	71	67	67	63
autres chaînes										
Arte	193	193	190	191	189	189	184	179	179	183
LCP-AN	14	14	12	-	4	10	7	1	1	2
La Chaîne L'Equipe	7	3	-	5	24	42	43	34	55	27
T18 ⁴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	54
NOVO19 ⁴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25
NRJ12 ³	116	107	92	85	70	70	55	51	50	8
total²	2 196	2 151	2 080	2 008	2 033	1 982	1 889	1 921	1 899	1 856

¹ Diffusions débutant entre 20h30 et 22h30 sur les chaînes nationales gratuites et entre 18h00 et 23h00 sur CANAL+.² Total hors double compte.³ Arrêt de diffusion de C8 et NRJ12 le 1^{er} mars 2025.⁴ Début de diffusion de T18 le 6 juin 2025, NOVO19 le 1^{er} septembre 2025 et passage de Chérie 25 à RMC Life le 1^{er} octobre 2025.⁵ Arrêt de la diffusion de la chaîne le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

Le film le plus diffusé sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957 est *Delphine 1, Yvan 0* avec 83 diffusions, dont 76 sur TF1, soit 3,1 diffusions par an (année de première diffusion : 1998). Il est suivi par *Les Douze Travaux d'Astérix* (année de première diffusion : 1987) avec 67 diffusions, dont 30 sur W9, 14 sur M6 et sur 6ter, soit 1,8 diffusion par an. *Astérix et Cléopâtre* (année de première diffusion : 1983) ferme le top 3 avec 66 diffusions, dont 28 sur W9, 15 sur M6 et 12 sur 6ter, soit 1,6 diffusion par an. En 2024, ce trio de tête était le même. Seul un film rentre dans le top 20 cette année par rapport à 2024 : *Le Cerveau* avec 52 diffusions.

Les films de patrimoine français dominent le classement des films les plus diffusés à la télévision. La majorité d'entre eux sont proposés en première partie de soirée, à l'exception de *Delphine 1, Yvan 0* et de *Bouge !* qui sont davantage diffusés la nuit (respectivement 92,8 % et 76,8 % de leurs diffusions).

11 films d'animation apparaissent dans le classement dont 7 films de la franchise *Astérix et Obélix*, 2 films *Kirikou* et 2 films *Tintin*.

Delphine 1, Yvan 0, le film le plus diffusé à la télévision depuis 1957.

Classement des films les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957¹

titre	année de production	nationalité ²	année de dernière diffusion	nombre de diffusions	dont ³				nb. moyen de diffusions par an	nb. de diffusions au cours des 10 dernières années
					journée	1 ^{re} partie de soirée	2 ^e partie de soirée	nuit		
<i>Delphine 1-Yvan 0</i>	1996	FR	2025	83	0	5	1	77	3,1	66
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	FR	2025	67	13	52	0	0	1,8	34
<i>Astérix et Cléopâtre</i>	1968	FR	2025	66	11	50	1	0	1,6	33
<i>Astérix le Gaulois</i>	1967	FR	2025	64	14	47	0	0	1,5	32
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	FR	2025	63	5	58	0	0	2,3	38
<i>Deux heures moins le quart avant J.-C.</i>	1982	FR	2025	62	2	36	17	4	1,6	29
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	FR	2025	62	6	56	0	0	2,3	38
<i>Tintin et le lac aux requins</i>	1972	BE / FR	2025	61	11	26	7	17	2,1	44
<i>Scout toujours</i>	1985	FR	2025	61	4	41	10	4	1,6	35
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	FR	2021	61	11	23	14	13	4,4	40
<i>Tintin et le temple du soleil</i>	1969	BE / FR	2025	59	14	22	6	17	2,0	42
<i>La Vie est un long fleuve tranquille</i>	1987	FR	2025	59	5	39	12	3	1,7	34
<i>Astérix et le coup du menhir</i>	1988	FR	2025	58	6	52	0	0	2,1	36
<i>Le Grand Restaurant</i>	1966	FR	2025	56	7	32	6	4	1,1	26
<i>Bouge</i>	1997	FR	2025	56	1	10	2	43	2,2	38
<i>Les Sous-Doués</i>	1979	FR	2025	55	2	36	13	0	1,3	28
<i>Kirikou et la sorcière</i>	1995	FR / BE	2021	53	13	27	7	6	2,7	33
<i>Astérix et les Indiens</i>	1994	DE	2025	53	5	47	1	0	2,0	30
<i>Le Cerveau</i>	1968	FR / IT	2025	52	2	31	10	3	1,1	29
<i>Les Sous-Doués en vacances</i>	1981	FR	2025	52	4	35	9	1	1,3	26

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues.
² BE : Belgique / DE : Allemagne / FR : France / IT : Italie.
³ Des écarts entre le nombre total de diffusions et la somme des diffusions selon l'horaire peuvent apparaître. Ceci est dû au fait que l'horaire de diffusion n'est pas connu pour toutes les diffusions et notamment celles avant le 1^{er} janvier 1990.
Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.
Source : CNC-Arcom, Médiamétrie, France 4, LCP, La Chaîne L'Equipe, T18, NOVO19.

L'audience des films à la télévision

La comédie française, meilleure audience du cinéma à la télévision chaque année

Depuis 2013, la meilleure audience de films à la télévision est enregistrée chaque année par une comédie française. C'est à nouveau le cas en 2025, avec un film français diffusé pour la dixième fois en clair sur TF1 : *Astérix et Obélix : mission Cléopâtre* avec 5,5 millions de téléspectateurs, soit un niveau au plus bas pour une meilleure audience annuelle depuis le début du relevé des données. C'est, par ailleurs, le seul film enregistrant une audience supérieure à 5 millions de téléspectateurs en 2025, quand il y en avait 7 en 2024 et 31 en 2016. À noter que la moyenne des 100 meilleures audiences est de 3,1 millions de téléspectateurs, un plus bas niveau historique, en baisse de 31,2 % sur 10 ans.

En 2025, le cinéma français, toujours porté par les comédies, représente 61 des 100 meilleures audiences des films à la télévision (67 sur 100 en 2024), deuxième plus haut niveau historique, contre 39 pour le cinéma étranger (22 titres américains et 17 titres européens).

Les meilleures audiences du cinéma sont enregistrées par des films français sur la majorité des chaînes. 11 chaînes réalisent leur meilleure audience cinéma avec un film français, neuf chaînes avec un film américain et deux avec un film australien.

Un seul film au-dessus des 5 millions de téléspectateurs en 2025 (7 en 2024), *Astérix et Obélix : mission Cléopâtre* (5,5 millions).

Les meilleures audiences annuelles des films à la télévision

année	titre	diffuseur	nationalité	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
2021	<i>Le Sens de la fête</i>	TF1	FR	1	7,5	31,2
2022	<i>Qu'est-ce qu'on a encore fait au bon Dieu ?</i>	TF1	FR	1	7,8	34,0
2023	<i>Pourris Gâtés</i>	TF1	FR	1	5,8	26,3
2024	<i>Maison de retraite</i>	TF1	FR	1	7,0	33,6
2025	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	TF1	FR	10	5,5	28,0

Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

Les meilleures audiences par chaîne des films à la télévision en 2025

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité ¹	rang de diffusion	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>Astérix et Obélix : mission Cléopâtre</i>	23-févr.	FR	10	5,5	28,0
France 2	<i>Les Petites Victoires</i>	6-avr.	FR	1	4,3	22,5
France 3	<i>Le Mur de l'Atlantique</i>	2-juin	FR / IT	24	2,9	14,4
M6	<i>Le Roi Lion</i>	1-janv.	US	2	2,4	13,0
Arte	<i>Noyade interdite</i>	7-juil.	FR	8	1,9	9,6
CANAL+	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	3-janv.	FR		1,5	9,1
TMC	<i>On a retrouvé la 7^{ème} compagnie</i>	30-avr.	FR	22	1,5	7,5
France 5	<i>Charade</i>	17-oct.	US	14	1,3	7,2
W9	<i>Mon garçon</i>	26-janv.	FR	4	1,2	5,9
6ter	<i>Top Gun Maverick</i>	27-mai	US	4	1,1	6,2
TFX	<i>Percy Jackson, la mer des monstres</i>	25-mars	US	6	1,0	5,5
RMC Story	<i>Crocodile Dundee</i>	29-oct.	AUS	24	1,0	5,3
TF1 Séries Films	<i>Equalizer 2</i>	29-sept.	US	6	0,9	4,4
France 4	<i>Les Survivants</i>	11-déc.	FR	1	0,9	4,5
C8 ²	<i>Tenor</i>	28-janv.	FR	2	0,9	5,1
CSTAR	<i>Safe</i>	26-nov.	US	16	0,8	4,4
NRJ12 ²	<i>Da Vinci Code</i>	11-févr.	US	17	0,8	4,5
Gulli	<i>Le Grinch</i>	19-déc.	US	10	0,6	3,3
RMC Life ³	<i>La Fille du puisatier</i>	24-avr.	FR	9	0,6	3,6
T18 ³	<i>Killer Elite</i>	20-nov.	AUS	8	0,6	3,2
La Chaîne L'Equipe	<i>L'Immortel</i>	3-nov.	FR	6	0,6	2,7
NOVO19 ³	<i>Inferno</i>	16-oct.	US	6	0,5	2,9

¹ AUS : Australie / IT : Italie / FR : France / US : Etats-Unis.
² Arrêt de diffusion de C8 et NRJ12 le 1^{er} mars 2025.
³ Début de diffusion de T18 le 6 juin 2025, NOVO19 le 1^{er} septembre 2025 et passage de Chérie 25 à RMC Life le 1^{er} octobre 2025.
Source : CNC, Médiamat-Médiamétrie (4 ans et plus).

3.3

Les fictions à la télévision

En 2025 : **715** soirées dédiées à la fiction sur les chaînes nationales historiques

(-10 soirées par rapport à 2024)

dont :



62,2 %

de soirées

de fiction française



20,0 %

de soirées de fiction
européenne (hors française)



15,4 %

de soirées
de fiction américaine



Remarques méthodologiques

Les programmes en première partie de soirée correspondent aux émissions débutant entre 20h55 et 21h30. Une soirée de fiction équivaut à une fiction de 90 minutes, deux fictions de 52 minutes, trois à cinq fictions de 26 minutes en première partie de soirée.

L'audience preview correspond au mode de consommation d'un programme de télévision accessible sur un service **avant sa diffusion en live** sur une chaîne de télévision, selon Médiamétrie. **L'audience consolidée J+7** correspond à l'audience d'un programme réalisée sur 7 jours à partir de sa diffusion live, cumulant les audiences en direct et en différé, sur un service de BVOD (Broadcaster Video on Demand ou replay) ou par suite d'un enregistrement personnel. Cet indicateur est par ailleurs l'audience de référence des programmes TV.

Voir les remarques méthodologiques au début du chapitre 3.1 concernant le périmètre de la mesure d'audience Médiamétrie.

Répartition des chaînes nationales diffusant de la fiction et mesurées par Médiamétrie en 2025 :

Chaînes nationales gratuites : TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, C8*, W9, TMC, TFX, NRJ12*, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Life (ex Chérie 25), L'Equipe, T18 et NOVO19

Chaîne payante : CANAL+

*C8 et NRJ12 ont cessé d'émettre le 28 février 2025. Les données disponibles couvrent la période janvier-février.

La fiction, deuxième genre regardé à la télévision après les magazines

En 2025, les chaînes nationales gratuites diffusent 29 154 heures de fiction (téléfilms, épisodes de séries ou de feuilletons) sur l'ensemble de la journée selon Médiamétrie. Cette offre est en forte hausse sur W9 (2 738 heures de fiction, soit +1 125 heures par rapport à 2024), RMC Story (1 996 heures, soit +554 heures), RMC Life (1 474 heures, soit +391 heures), France 3 (1 478 heures, soit +289 heures) ou encore 6ter (3 247 heures, soit +227 heures). À l'inverse, elle diminue mécaniquement sur deux chaînes qui ont cessé d'émettre le 1^{er} mars 2025 après une décision de l'ARCOM, NRJ12 (387 heures de fiction, soit -3 173 heures) et C8 (208 heures, soit -1 345 heures), mais également sur TFX (1 813 heures, soit -369 heures) ou encore TMC (3 930 heures, soit -343 heures). A périmètre constant (TF1, France 2, France 3, CANAL+, France 5, M6, Arte, W9, TMC, TFX, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Life), le nombre d'heures de fiction (28 946) progresse de 6,5 % en 2025 par rapport à 2024 et est supérieure à l'offre des quatre dernières années.

La fiction représente 19,5 % de l'offre de programmes des chaînes nationales gratuites (une part stable par rapport à 2024) et 20,1 % de la consommation des téléspectateurs âgés de 4 ans et plus (une part stable également) sur l'ensemble de la journée. La fiction est ainsi le deuxième genre de programmes après les magazines (22,2 % de l'offre et 21,1 % de la consommation) en termes d'offre et de consommation de programmes télévisuels (cf. chapitre 3.1). Pour rappel, la fiction était le premier genre consommé en 2024, à 19,8 %, devant les magazines (19,7 %).

En 2025, les individus âgés de 4 ans et plus regardent, en moyenne, 148 heures de fiction par an sur les chaînes nationales gratuites, soit 24 minutes par jour. Le volume horaire de fiction disponible est stable sur les chaînes nationales historiques (+0,3 % par rapport à 2024) mais diminue sur les chaînes TNT (-5,9 %). Plus précisément, ce volume diminue de 9,2 % en première partie de soirée (toutes chaînes) et de 5,5 % sur le reste de la journée sur ces mêmes chaînes. Il convient de noter que la baisse sur les chaînes de la TNT provient en grande partie de la fin de NRJ12 dont le poids était important en termes de diffusion de fiction (notamment en journée). Il n'a pas été compensé par les nouvelles chaînes.

En 2025, les chaînes nationales historiques (TF1, France 2, France 3, CANAL+, M6 et Arte) consacrent 715 soirées à la fiction (-10 soirées par rapport à 2024), soit 32,6 % de l'ensemble de leurs soirées (33,0 % en 2024). Il s'agit du plus faible niveau depuis 2008 (première année de suivi statistique).

Cette offre de fiction atteint notamment son plus bas niveau sur M6 et CANAL+. Par rapport à 2024, l'offre de fiction baisse ainsi de 19 soirées sur M6 à 43 en 2025. La chaîne diminue, de manière continue depuis 2016, son offre de fiction en première partie de soirée, qu'elle remplace par des programmes de divertissement (113 soirées en 2025), comme *Pékin Express*, *Le Meilleur Pâtissier* ou *Top Chef* ainsi que par des magazines (162 soirées) tels que *Zone Interdite* ou *Capital*. De son côté, CANAL+ consacre 85 soirées à la fiction, soit 4 de moins qu'en 2024. La chaîne consacre davantage de soirées au cinéma que l'an passé (122 soirées, +3 par rapport à 2024). Depuis 2016, CANAL+ a notamment investi les programmes de divertissement et spectacles d'humoristes (*Le Monde magique de Jérôme Commandeur*, *Anesthésie générale* de Jérémy Ferrari), les créations documentaires (*La Vie « rêvée » d'un enfant du rock* d'Antoine de Caunes) ainsi que le sport (courses des Grand Prix de Formule 1). L'offre de fiction en première partie de soirée augmente, par ailleurs, de 16 soirées sur France 3 (213 soirées en 2025, son plus haut niveau historique) et de 7 soirées sur France 2 (145 soirées). France 3 demeure le premier diffuseur de fiction en première partie de soirée devant France 2, qui repasse devant TF1 (139) en 2025.

Le nombre de soirées de fiction sur les chaînes historiques atteint son plus faible niveau en 2025 : 715 soirées, soit moins d'un tiers de leurs soirées.

Nombre de soirées consacrées à la fiction sur les chaînes historiques

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
TF1	191	173	173	179	148	157	132	136	142	139
France 2	145	144	150	148	142	143	147	152	138	145
France 3	169	177	188	173	176	173	185	207	197	213
CANAL+	95	107	99	102	97	93	96	102	89	85
M6	145	140	128	126	136	111	84	71	62	43
Arte	83	80	86	86	88	90	89	93	97	90
total	828	821	824	814	787	767	733	761	725	715

Source : CNC, Médiamétrie.

La fiction française occupe plus de 60 % des soirées dédiées à la fiction

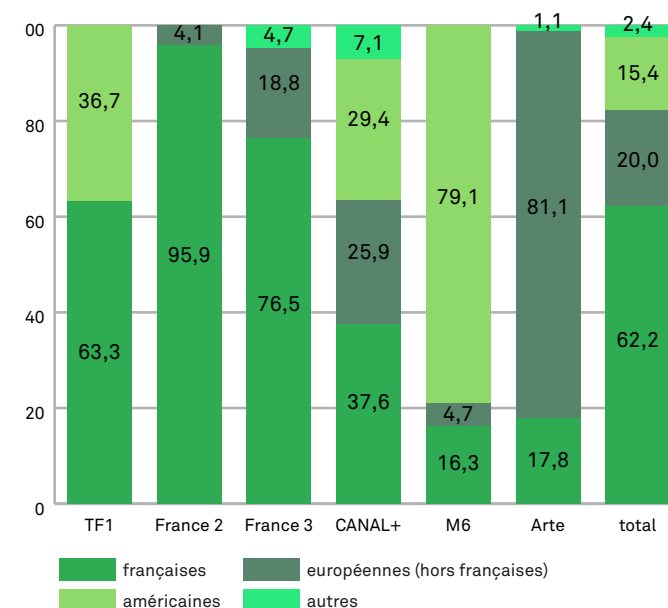
En 2025, le nombre de soirées dédiées à la fiction française sur les chaînes nationales historiques atteint son deuxième plus haut niveau historique, après 2024 (445 soirées en 2025, contre 453 en 2024). Pour la deuxième année consécutive, la part occupée par la fiction française dépasse les 60 % des soirées dédiées au genre (62,2 % en 2025 et 62,5 % en 2024). En 10 ans, le nombre de soirées de fiction française a augmenté de 34,0 %.

À l'inverse, l'offre de fiction étrangère recule de 45,6 % en 10 ans, avec notamment une nette diminution du nombre de soirées de fiction américaine (-65,2 % par rapport à 2016) : alors que la fiction américaine représentait 38,2 % de l'offre en 2016, elle ne compte plus que pour 15,4 % en 2025. L'offre de fiction américaine est néanmoins la seule qui augmente sur un an. En 2025, elle progresse de 13,4 % par rapport à 2024 (110 soirées). La part de soirées de fiction américaine augmente sur les trois chaînes qui offrent historiquement le plus de fictions américaines : TF1 (+13,5 points à 36,7 %), M6 (+12,9 points à 79,1 %) et CANAL+ (+8,1 points à 29,4 %). Ce rebond de l'offre américaine est toutefois à relativiser, dans la mesure où la fiction américaine enregistrait un niveau historiquement bas en 2024, remplacée par de la fiction française sur l'ensemble des chaînes historiques ; la part de soirées de fiction américaine en 2025 demeure de 9,9 points inférieure à la moyenne de ces 10 dernières années (25,3 %).

Quant à la fiction européenne, l'offre reste stable : en 2025, elle occupe 20,0 % des soirées de fiction (+0,3 point par rapport à 2024, +1,6 point par rapport à 2016). La fiction européenne est proportionnellement plus présente sur Arte à 81,1 % et en hausse par rapport à 2024 (+10,0 points) et par rapport à 2016 (+8,8 points). Si elle est en légère hausse par rapport à 2024 sur France 2 (+2,7 points) et France 3 (+2,5 points), la part de fiction européenne baisse sur 10 ans sur ces 2 chaînes (respectivement -5,5 points et -9,6 points), exclusivement au profit de la fiction française.

Sur dix ans, l'offre de fiction américaine en première partie de soirée baisse de 65,2 %, au profit de la fiction française (+34,0 %).

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon la nationalité en 2025 (%)



Source : CNC, Médiamétrie.

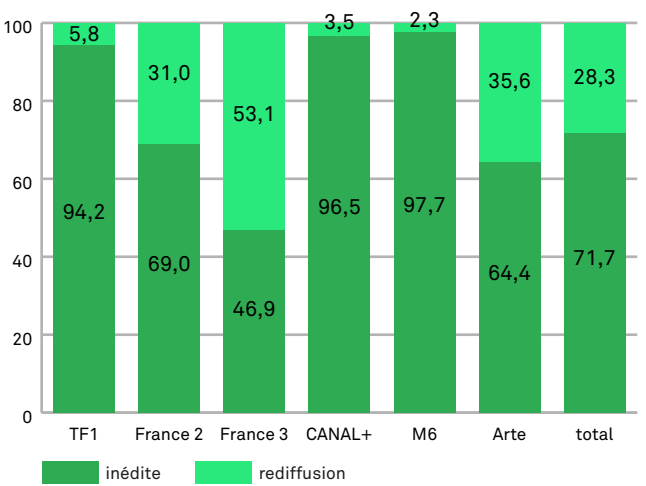
Le nombre de soirées consacrées à des rediffusions à son plus haut niveau après 2020

En 2025, 513 premières parties de soirées sont consacrées à la fiction inédite sur les chaînes nationales historiques, en légère baisse par rapport à 2024 (-3,4 %), notamment sur M6 (-19 soirées inédites, -31,1 %) et sur France 2 (-9 soirées, -8,3 %). Les programmes de fiction inédits constituent 71,7 % de l'offre totale de fiction des chaînes nationales historiques en première partie de soirée en 2025 (-1,5 point par rapport à 2024). Après une année 2024 record pour les fictions inédites françaises (307 soirées), 2025 accuse une sensible diminution du nombre de soirées qui y sont consacrées, à 286 (-6,8 % par rapport à 2024), notamment sur M6 (-10 soirées, - 62,5 %) et France 2 (-9 soirées, -8,6 %) tout en se maintenant à un niveau supérieur à 2016 (+18,2 % en 10 ans). Cette diminution du nombre de soirées de fictions françaises inédites est cependant à remettre en perspective avec la diminution globale du nombre de soirées de fictions sur les chaînes historiques. Le nombre de soirées de fictions inédites étrangères quant à lui se maintient à un niveau stable par rapport à 2024 (227 soirées, soit +1,3 % par rapport à 2024). En 10 ans, il chute de 49,7 % (451 soirées de fiction inédite étrangère en 2016).

Le nombre de soirées dédiées à des rediffusions atteint son deuxième plus haut niveau historique, après 2020 (209 soirées) : 202 soirées de fictions rediffusées en 2025, soit +4,1 % par rapport à 2024. Cette augmentation est exclusivement due à la hausse des rediffusions de fictions françaises (159 soirées, +8,9 % par rapport à 2024) sur France 2 (43 soirées, +53,6 %) et sur France 3 (104 soirées, +18,2 %), le nombre de soirées de rediffusions étant faible pour les autres chaînes (7 soirées sur TF1, 4 sur Arte, 1 sur M6 et aucune sur CANAL+).

La répartition entre les programmes inédits et rediffusés est inégale entre les chaînes. Pour la troisième année consécutive, M6 est la chaîne avec la proportion de soirées de fictions inédites la plus élevée (97,7 % en 2025), devant CANAL+ (96,5 %). Alors que France 2 diminue sa part de soirées inédites pour atteindre son plus bas niveau historique à égalité avec 2020 (69,0 %, -10,0 points par rapport à 2024), TF1 et Arte l'augmentent sensiblement (de respectivement +9,0 points et +7,7 points, à 94,2 % et 64,4 %).

Répartition des soirées de fiction par chaîne selon leur statut en 2025 (%)



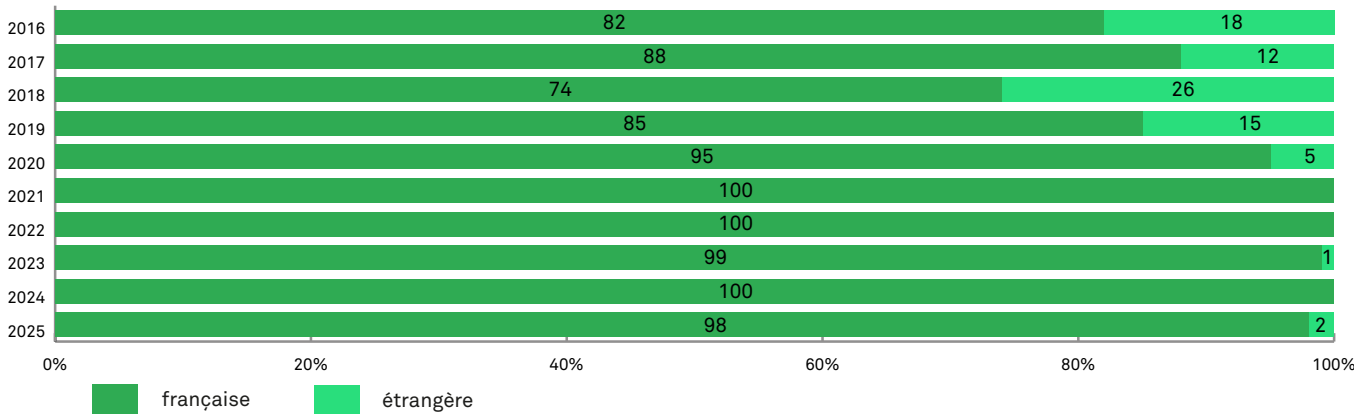
Source : CNC, Médiamétrie.

La quasi-totalité des meilleures audiences de fiction à la télévision sont françaises

En 2025, la part d'audience moyenne de la fiction en première partie de soirée sur les 4 ans et plus s'établit à 16,7 % pour la fiction française, contre 7,8 % pour la fiction étrangère. À l'exception d'Arte, la part d'audience de la fiction française est supérieure à celle de la fiction étrangère pour toutes les chaînes nationales historiques. Elle s'établit à 19,9 % sur TF1 (14,6 % pour la fiction étrangère), 18,2 % sur France 2 (15,5 %), 18,1 % sur France 3 (13,4 %), 9,0 % sur M6 (7,4 %), 2,0 % sur CANAL+ (1,2 %) et 3,5 % sur Arte (3,8 %).

En 2025, 98 des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision sont enregistrées par des fictions françaises. Les deux autres programmes sont américains : il s'agit de l'épisode pilote de la première saison de *Tracker* (68^e place, TF1) et de celui d'*Elsbeth* (85^e place, TF1). La fiction française occupe pour la 12^e année consécutive la tête du palmarès des meilleures audiences de fiction et les trois premières places du classement depuis 2016. Cette année encore, le premier épisode de la 5^e et dernière saison de la série française *HPI haut potentiel intellectuel*, diffusé sur TF1, enregistre la meilleure audience de fiction à la télévision, avec 7,8 millions de téléspectateurs. Bien que la série continue de dominer le classement des meilleures audiences de fiction, le nombre de téléspectateurs est en diminution constante depuis son lancement. Le premier épisode de la première saison avait réuni 11,5 millions de téléspectateurs, celui de la deuxième saison, 10,9 millions, celui de la troisième saison 10,4 millions et celui de la quatrième saison 9,7 millions.

Répartition des 100 meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée selon la nationalité (%)



Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

Palmarès des 10 meilleures audiences de fiction en première partie de soirée sur les chaînes historiques en 2025

titre	date de diffusion	nationalité	chaîne	téléspectateurs (millions)	part d'audience (%)
<i>HPI haut potentiel intellectuel</i> ¹	15/05/2025	France	TF1	7,8	38,3
<i>Alex Hugo, le nouvel Eldorado</i> ²	04/11/2025	France	France 3	6,3	28,4
<i>Astrid et Raphaëlle</i> ¹	12/12/2025	France	France 2	6,1	29,9
<i>Carpe Diem</i> ¹	10/03/2025	France	TF1	6,0	28,1
<i>Surface</i> ¹	01/09/2025	France	France 2	5,7	23,6
<i>Alex Hugo, la forêt des assassins</i> ²	20/05/2025	France	France 3	5,7	28,2
<i>Les trois Bretonnes</i>	19/12/2025	France	France 2	5,6	28,1
<i>Flashback</i>	03/04/2025	France	TF1	5,4	25,9
<i>Meurtres à Honfleur</i>	18/01/2025	France	France 3	5,4	26,1
<i>Le Voyageur</i>	10/05/2025	France	France 3	5,4	28,9

¹ Seule la meilleure audience a été retenue pour les séries.
² Le programme *Alex Hugo* est une collection d'unitaires et non une série, plusieurs titres ont ainsi été retenus dans ce classement.
Source : Médiamétrie – Médiamat, audience consolidée à J+7 (live, différé et preview).

En 2025, la série française *HPI haut potentiel intellectuel* (TF1) enregistre à nouveau la meilleure audience pour une fiction télévisuelle avec 7,8 millions de téléspectateurs pour le premier épisode de la saison 5.

Au total, 10 chaînes (sur les 21 étudiées qui diffusent de la fiction), réalisent leur meilleure audience de fiction avec une fiction française. Cette part est en nette diminution par rapport à 2024 (47,6 % contre 70,6 %), ce qui s'explique entre autres par le succès de la rediffusion de téléfilms de Noël américains, qui ont réalisé la meilleure audience

de 3 chaînes (*Dear Santa* sur TFX, *Un Sapin de Noël, deux amoureux* sur Gulli et *Un Noël en Ecosse* sur 6ter). Toutefois, 5 des 6 chaînes historiques réalisent leur meilleure audience de fiction avec une fiction française, à l'exception d'Arte avec *Fatal Crossing - Les filles du ferry*, une série norvégienne.

Les meilleures audiences de fiction à la télévision en première partie de soirée par chaîne en 2025¹

chaîne	titre	date de diffusion	nationalité	inédit	télespectateurs (millions)	part d'audience (%)
TF1	<i>HPI haut potentiel intellectuel</i>	15/05/2025	France	inédit	7,8	38,3
France 2	<i>Astrid et Raphaëlle</i>	12/12/2025	France	inédit	6,1	29,9
France 3	<i>Alex Hugo, le nouvel Eldorado</i>	04/11/2025	France	inédit	6,3	28,4
CANAL+	<i>Plaine orientale</i>	07/07/2025	France	inédit	0,8	3,8
France 5	<i>Bardot</i>	30/12/2025	France	rediffusion	0,5	2,6
M6	<i>Scènes de ménages, épisode spécial quinze ans</i>	24/02/2025	France	inédit	3,2	15,4
Arte	<i>Fatal Crossing - Les filles du ferry</i>	13/03/2025	Norvège	inédit	1,4	6,7
C8	<i>Mongeville</i>	19/02/2025	France	rediffusion	0,9	5,0
W9	<i>Le Vétéran</i>	12/06/2025	Etats-Unis	inédit	0,9	5,0
TMC	<i>The Beekeeper</i>	23/06/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,8	5,1
TFX	<i>Dear Santa</i>	21/12/2025	Etats-Unis	inédit	0,6	3,4
NRJ12	<i>Bloodline</i>	28/01/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,4	2,5
CSTAR	<i>La Proie</i>	22/01/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,4	1,9
Gulli	<i>Un Sapin de Noël, deux amoureux</i>	11/12/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,5	2,5
TF1 Séries Films	<i>New York Section criminelle</i>	13/03/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,6	2,7
6ter	<i>Un Noël en Ecosse</i>	15/11/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,5	2,5
RMC Story	<i>The Closer : L.A. enquêtes prioritaires</i>	10/11/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,4	1,9
RMC Life	<i>Les petits Meurtres d'Agatha Christie</i>	25/05/2025	France	rediffusion	0,6	3,1
L'Equipe	<i>La Traque du diable</i>	23/01/2025	Etats-Unis	rediffusion	0,4	2,0
T18	<i>La Loi de Barbara</i>	26/11/2025	France	rediffusion	0,5	2,5
NOVO19	<i>Tensions sur le Cap Corse</i>	16/12/2025	France	rediffusion	0,4	2,3

¹ Seule la meilleure audience a été retenue pour les programmes récurrents.

Source : CNC, Médiamat – Médiamétrie (4 ans et plus).

3.4

La production audiovisuelle aidée

En 2025 : **4 157** heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC

(-4,3 % par rapport à 2024)

1,9 Md€ de devis (-7,5 %)



243,4 M€

d'apports du CNC*
(-3,5 %)

*Y compris compléments d'aides..



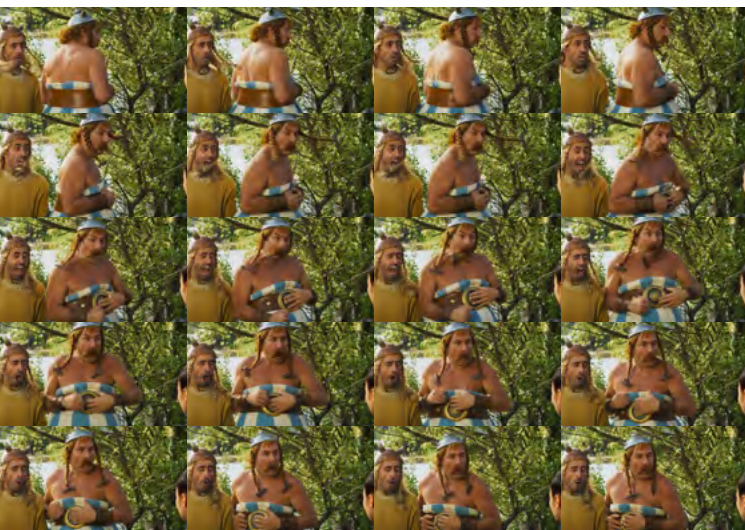
118,4 M€

d'apports étrangers
(-35,4 %)



980,4 M€

d'apports des diffuseurs
(-4,7 %)



Remarques méthodologiques

Les résultats relatifs à la production de 2025 concernent les œuvres audiovisuelles ayant obtenu un soutien financier du CNC en 2025. Ces données sont différentes de celles de l'Arcom (qui correspondent aux obligations des chaînes) pour deux raisons principales :

- les statistiques de l'Arcom portent sur les «œuvres audiovisuelles», concept plus large que les seuls programmes aidés par le CNC ;
- les dates de prise en compte d'une production ne sont pas les mêmes : date d'obtention d'une première autorisation préalable de soutien par le CNC, date de début de tournage pour l'Arcom.

En 2021 et 2022, un fonds spécifique plateforme (FSP) permettait aux programmes financés par les services étrangers de vidéo à la demande par abonnement et dont le producteur délégué était une société de production française de bénéficier d'une aide sélective du compte de soutien audiovisuel. Depuis le 1^{er} janvier 2023, ces programmes font partie intégrante du fonds de soutien audiovisuel (FSA) et génèrent du soutien automatique que les producteurs délégués peuvent ensuite mobiliser.

Le CNC soutient la production de 4 157 heures de programmes audiovisuels français.

4 157 heures de programmes audiovisuels aidés

En 2025, les diffuseurs ont initié la production de 4 157 heures de programmes audiovisuels aidés par le CNC, un volume horaire en baisse par rapport à 2024 (-4,3 %) et qui reste inférieur à la moyenne de la décennie (4 362 heures). Leurs investissements reculent à 980,4 M€ (-4,7 % par rapport à 2024), à un deuxième plus haut niveau historique. L'apport horaire des diffuseurs est stable à 235,8 K€ (-0,4 % par rapport à 2024), et dépasse les 230 K€ pour la troisième année consécutive. En 2025, les diffuseurs assument 51,8 % des devis de l'ensemble des programmes aidés, tous genres confondus, contre 50,4 % en 2024. Ce taux se situe dans la moyenne de la décennie (52,0 %).

Les **groupes et chaînes publiques** (France Télévisions, Arte France, LCP-AN et Public Sénat) jouent un rôle prépondérant dans la production des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC. En 2025, ils initient 54,4 % du volume horaire total des programmes audiovisuels aidés par le CNC (tous genres confondus), contre 52,5 % en 2024. Ils

totalisent 48,4 % des apports totaux des diffuseurs, à un troisième plus bas niveau depuis le relevé des données en 2007, devant 2024 (45,0 %) et 2023 (47,0 %) ; cette part était constamment au-dessus de 53 % auparavant. Les programmes commandés par les groupes et chaînes publiques perçoivent 126,4 M€ d'aides à la production du CNC (hors compléments) en 2025 (+2,9 % par rapport à 2024), soit 55,2 % du total des aides à la production (52,3 % en 2024), dans la moyenne de la dernière décennie (55,7 %).

Les **groupes privés** sont à l'initiative de 30,3 % des heures aidées (34,4 % en 2024), au plus bas niveau depuis 2007 (27,7 %, première année du relevé des données). Ils représentent 36,3 % des apports globaux des diffuseurs, en recul par rapport à 2024 (39,4 %) et à un plus bas niveau depuis 2014 (35,3 %). 75,9 M€ d'aides à la production sont versées aux programmes audiovisuels commandés par ces chaînes (-12,7 % par rapport à 2024), soit 33,2 % du total (37,0 % en 2024), au troisième plus bas niveau historique, devant 2007 (30,5 %) et 2020 (32,6 %).

Production audiovisuelle aidée

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
durée (heures)	4 864	4 873	4 716	4 251	3 756	4 582	4 006	4 067	4 345	4 157
devis (M€)	1 584,9	1 536,7	1 552,1	1 604,8	1 511,9	1 917,0	1 502,7	1 842,6	2 043,3	1 891,0
diffuseurs (M€)	862,8	812,9	836,6	850,3	764,7	948,1	777,7	965,0	1 028,9	980,4
aides du CNC ¹ (M€)	258,1	258,2	255,3	240,0	212,9	263,0	198,8	241,4	252,3	243,4
apports étrangers (M€)	147,2	120,3	102,4	129,7	157,9	189,6	105,1	114,9	183,4	118,4

¹ Y compris compléments d'aides mais hors aides à la préparation.
Source : CNC.

La part des **chaînes privées indépendantes** atteint 1,6 % en volume horaire en 2025 (1,8 % en 2024) et 0,4 % en investissements (0,8 % en 2024). 1,1 % des aides à la production versées par le CNC financent les programmes commandés par les chaînes privées indépendantes en 2025, à 2,5 M€ (5,0 M€ en 2024).

L'intégration des services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement au fonds de soutien, d'abord sous la forme d'un fonds de soutien spécifique plateformes (en 2021 et 2022) puis, depuis le 1er janvier 2023, au même titre que les autres diffuseurs, a quelque peu redessiné les grands équilibres. Les **services en ligne indépendants**, dont la diffusion est assurée via internet (services de vidéo à la demande et services non linéaires des chaînes de télévision) et n'appartenant pas aux groupes précédemment analysés (france.tv, arte.tv, TF1+, M6+, CANAL+ Séries, etc.), commandent 231 heures en 2025, en hausse par rapport à 2024 (180 heures) et à un deuxième plus haut niveau historique après 2018 (254 heures). À l'inverse, leurs investissements reculent, passant de 145,4 M€ en 2024 à 135,6 M€ en 2025. Ces services représentent 5,6 % du volume horaire et 13,8 % des apports totaux des diffuseurs dans la production audiovisuelle aidée en 2025 (respectivement 4,1 % et 14,1 % en 2024). 15,5 M€ d'aides à la production ont été versées par le CNC aux programmes commandés par les services en ligne, soit 6,8 % du total (7,6 M€, soit 5,4 % en 2024).

En 2025, les **cinq services américains** (Netflix, Prime Video, Disney+, HBO Max et Apple TV) commandent 93 heures de programmes audiovisuels aidés pour un investissement total de 135,2 M€. A noter que sur certains programmes, ils interviennent également en préventes. C'est notamment le cas, en 2025, de Disney+ sur l'unitaire d'animation *Miraculous World – Tokyo Stellar Force* (1x48' – Miraculous Corp), Prime Video sur l'adaptation audiovisuelle du spectacle *Jarry – Le Bonhomme* (1x120' – Kiosco Max et Elephant Adventures), Netflix sur l'unitaire de fiction *Dix pour cent le film !* (1x120' – Mon Voisin Productions et

Mother Production), Apple TV sur la série de fiction *Les Gouttes de Dieu 2* (8x52' – Les Productions Dynamic) et HBO Max sur la série de fiction *Les Saisons* (4x52' – Windi Productions).

344 heures de programmes audiovisuels aidés ont été initiées par les **chaînes locales** en 2025 (+8,2 % par rapport à 2024), soit 8,3 % du total (7,3 % en 2024). Leurs investissements totaux s'élèvent à 8,5 M€, en hausse de 13,3 % sur un an. Leurs apports représentent 0,9 % du total des diffuseurs, une part en légère hausse par rapport à 2024 (0,7 %). Les programmes commandés par ces chaînes totalisent 8,6 M€ d'aides à la production, en hausse de 12,7 % par rapport à 2024. Ils concentrent 3,7 % des aides totales en 2025, en légère hausse par rapport à 2024 (3,2 %).

La fiction

Des investissements dans la fiction aidée à un deuxième plus haut niveau historique

En 2025, le volume de fiction aidée atteint 1 135 heures, en légère hausse par rapport au niveau de 2024 (1 125 heures, soit +0,8 %). Il s'agit du deuxième plus haut niveau historique, après le record atteint en 2021 à 1 314 heures, année qui avait bénéficié d'un pic de production lié à un effet rattrapage post-crise sanitaire. À l'exception de 2020, le cap des 1 000 heures de fiction aidée est franchi chaque année depuis 2019. Cette hausse du volume de fiction aidée est portée en 2025 par le dynamisme du format feuilleton, lié au lancement de *Tout pour la lumière*, cofinancé par TF1 et Netflix, et de *Nouveau Jour* sur M6, deux feuilletons lancés et arrêtés en 2025.

Les devis de fiction atteignent 1 160,2 M€ en 2025, en légère baisse par rapport à 2024 (-4,9 %) qui enregistrait un record historique à 1 219,5 M€. En 2025, les devis de fiction sont nettement supérieurs à la moyenne des 10 dernières années (951,2 M€) et affichent le deuxième montant le plus élevé après 2024. Après avoir connu une forte hausse entre 2022 et 2023 (+29,4 %), suite à l'intégration des œuvres destinées aux SMAD, le coût horaire moyen de la fiction aidée semble se stabiliser (+4,3 % entre 2023 et 2024 et -5,7 % entre 2024 et 2025), pour atteindre 1 022,4 K€ en 2025. Ce coût horaire moyen est largement impacté à la baisse par le volume important de feuilletons dont l'économie est plus modeste. Hors feuilletons et hors projets SMAD, le coût horaire des œuvres de fiction est en légère hausse et marque un nouveau record à 1 354,1 K€ (+0,4 % par rapport à 2024).

Les financements français pour la fiction s'élèvent à 1 117,0 M€ en 2025, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2024 (1 138,3 M€, -1,9 %).

La contribution des diffuseurs est en légère baisse (-3,4 % par rapport à 2024) et se situe à 699,6 M€. La part des devis assumée par ces derniers est relativement stable à

60,3 % (+0,7 point par rapport à 2024). France Télévisions reste le premier financeur de la fiction aidée en 2025 avec un investissement total de 253,7 M€ (+2,3 % par rapport à 2024), soit 36,3 % des apports totaux des diffuseurs. Il est suivi par le groupe TF1 (232,5 M€, soit +9,1 % par rapport à 2024, et 33,2 % du total des diffuseurs), à un plus haut niveau historique. En troisième position, le groupe M6 investit 54,6 M€ et 7,8 % du total des diffuseurs en 2025 (39,4 M€ et 5,4 % en 2024).

Au global, les cinq services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement, Netflix, Prime Video, Disney+, Apple TV et HBO Max représentent 19,2 % du total des apports des diffuseurs dans la production audiovisuelle de fiction en 2025, contre 20,6 % en 2024 (-1,4 point). Ils apportent 134,4 M€, soit une baisse de 9,9 % par rapport à 2024.

Les apports du CNC (y compris compléments) progressent de 3,2 % pour atteindre 97,2 M€, un montant supérieur à la moyenne sur 10 ans (90,0 M€). Compléments inclus, l'apport horaire du CNC s'établit à 85,7 K€, en hausse de 2,3 % par rapport à 2024 et dans la moyenne des 10 dernières années (85,8 K€).

Les chiffres clés de la fiction

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
volume horaire (heures)	897	871	995	1 040	930	1 314	1 083	1 102	1 125	1 135
devis (M€)	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3	1 145,5	1 219,5	1 160,2
coût horaire (K€/heure)	868,6	826,5	800,8	855,9	886,2	842,6	803,4	1 039,4	1 083,7	1 022,4
apports du CNC ¹ (M€)	83,4	81,5	91,3	89,4	77,8	105,2	79,3	100,6	94,3	97,2
apport horaire du CNC ¹ (K€/heure)	93,0	93,6	91,7	86,0	83,7	80,1	73,2	91,3	83,8	85,7

¹ Y compris compléments d'aides.
Source : CNC.

Les apports étrangers s'élèvent à 43,2 M€ et chutent de 46,8 % par rapport à 2024, qui enregistrait un niveau record à 81,2 M€ (+135,0 % par rapport à 2023). En 2025, ils sont en dessous de la moyenne des 10 dernières années (47,0 M€), mais supérieurs aux niveaux de 2022 (33,0 M€) et 2023 (34,6 M€). À noter que ces apports sont fluctuants sur la décennie, allant de 28,8 M€ en 2017 à 81,2 M€ en 2024. Cette décroissance se vérifie sur les apports en coproduction (-39,2 % à 33,5 M€) mais encore davantage sur les préventes internationales (-62,8 % à 9,8 M€). La Belgique représente à elle seule 57,5 % de ces apports en 2025. Si la Belgique est très souvent le premier partenaire étranger des fictions françaises, cette part est particulièrement haute en 2025 : elle était à 25,1 % en 2024 et s'établit à 38,0 % en moyenne sur les 10 dernières années. Les cinq premiers pays (Belgique, République Tchèque, Canada, Suisse et Japon) concentrent 85,1 % des apports étrangers, contre 82,9 % pour les cinq premiers pays en 2024 (Suisse, Belgique, Espagne, Allemagne et Royaume-Uni).

Les services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement représentent 19,2 % des apports diffuseurs.

Plus de 500 heures de feuilletons à nouveau

En 2025, les séries composent 88,2 % du volume horaire de fiction aidée par le CNC (87,7 % en 2024), contre 11,6 % pour l'ensemble de la production unitaire, y compris les collections. Le poids du format sériel dans la production de fiction atteint ainsi son plus haut niveau historique. Le volume d'unitaires et collections diminue pour la quatrième année consécutive à 132 heures, soit -4,4 % par rapport à 2024 (-23,7 % par rapport au niveau record de la décennie, en 2018 - 173 heures), soit 79 heures d'unitaires (de même qu'en 2024) et 53 heures de collections (-10,5 % par rapport à 2024). France Télévisions reste le principal commanditaire de ces formats (102 heures, contre 100 en 2024).

La production de séries progresse de 1,4 % à 1 001 heures en 2025 et atteint son deuxième plus haut niveau historique derrière 2021 (1 142 heures). Elle se décompose en : 549 heures de feuilletons (+10,7 % par rapport à 2024), 295 heures de séries de 52 minutes (+3,0 %), 128 heures de séries de format court (+4,7 %) et 28 heures de séries de 26 minutes (-65,0 %). La hausse est essentiellement portée par le groupe M6 avec le lancement de son premier feuilleton *Nouveau Jour*. Au global, le groupe commande 112 heures de séries, un record historique (75 heures en 2024), dont 43 heures de feuilletons (aucune en 2024). À noter que le volume horaire de feuilletons à 549 heures en 2025 constitue le deuxième plus haut niveau enregistré (derrière 2021, à 579 heures). Ils représentent ainsi 48,4 % du volume horaire de la fiction aidée en 2025 (44,1 % en 2024, et 48,7 % en 2022, plus haut niveau enregistré).

Financement prévisionnel de la fiction (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
financements français	727,7	691,1	767,8	852,5	765,2	1 034,7	837,4	1 110,9	1 138,3	1 117,0
producteurs français	80,9	85,4	105,0	135,1	147,0	211,9	178,4	237,8	255,8	258,9
préventes en France	10,1	7,7	10,2	17,5	8,2	23,7	14,1	30,0	31,9	27,9
diffuseurs	536,0	491,5	534,4	583,7	511,9	655,3	538,6	706,6	724,3	699,6
SOFICA	2,3	1,5	3,2	2,3	1,7	2,3	5,3	6,9	4,2	3,9
CNC ¹	83,4	81,5	91,3	89,4	77,8	105,2	79,3	100,6	94,3	97,2
autres financements français ²	15,0	23,6	23,7	24,5	18,5	36,3	21,7	29,0	27,8	29,4
financements étrangers	51,2	28,8	29,2	37,6	58,9	72,4	33,0	34,6	81,2	43,2
coproductions étrangères	25,6	15,5	17,0	27,9	39,9	26,9	13,4	28,3	55,0	33,5
préventes à l'étranger ³	25,6	13,3	12,2	9,8	19,0	45,5	19,6	6,3	26,2	9,8
total des financements	778,9	719,9	797,0	890,1	824,0	1 107,1	870,3	1 145,5	1 219,5	1 160,2

¹ Y compris compléments d'aides
² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
³ Y compris minimums garantis.
Source : CNC.

L'animation

Le coût horaire de l'animation à un deuxième plus haut niveau historique

Après avoir atteint son niveau le plus faible depuis 2003 (208 heures) en 2022 (221 heures), notamment en raison du décalage temporel de certains projets et d'une baisse du nombre d'épisodes par saison, le volume de production d'animation était reparti à la hausse en 2023 (282 heures) et en 2024 (313 heures). En 2025, ce volume repasse sous le seuil des 300 heures, avec 282 heures produites, en baisse de 10,0 % sur un an et en recul de 8,4 % par rapport à la moyenne observée entre 2016 et 2025.

La production d'animation, marquée par des cycles de production de deux ou trois ans, connaît généralement de fortes variations annuelles des volumes comptabilisés. Les hausses constatées en 2023 et en 2024 avaient notamment été portées par un nombre plus élevé de titres au volume horaire important. En 2025, 22 productions d'animation aidée ont une durée supérieure à 6 heures, contre 28 en 2024 et 26 en 2023. En 2025, les séries de moins de 8 minutes représentent 47,5 % du total de la production d'animation, soit une proportion plus élevée qu'en 2024 (32,7 %) et 2023 (39,7 %).

En 2025, le montant des devis des programmes d'animation diminue de 12,8 % par rapport à 2024, à 252,6 M€, à un niveau qui demeure supérieur à la moyenne de la décennie (249,9 M€). En parallèle, le coût horaire de l'animation s'élève à 896,6 K€, en léger recul sur un an (-3,2 %), mais au deuxième plus haut niveau historique.

En 2025, les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation s'élèvent à 203,3 M€, en baisse de 5,5 % par rapport à 2024. Les financements français représentent 80,5 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (74,2 % en 2024). Depuis 2008, la part des financements français est toujours supérieure à 70 %.

Dans le détail, après une année record en 2024 (69,4 M€), les apports des producteurs français reculent et s'établissent à 60,9 M€ (-12,4 %). Malgré ce retrait, ils représentent 24,1 % du montant total des devis (24,0 % en 2024), soit une part supérieure à la moyenne de la décennie (22,8 %).

La contribution des diffuseurs est stable sur un an à 62,6 M€ (-0,5 %), à un niveau supérieur à la moyenne de la période 2016-2025 (56,1 M€). Ces derniers financent mieux les programmes qu'ils soutiennent puisqu'ils apportent, en moyenne, 222,3 K€ par heure d'animation en 2025, un plus haut niveau historique. Leur taux de couverture augmente également, à 24,8 % du total des devis, un niveau en hausse par rapport à 2024 (21,7 %) et à la moyenne de la décennie (22,5 %). Il s'agit par ailleurs de la part la plus élevée enregistrée depuis 2014 (26,2 %), qui dépasse celle des producteurs pour la première fois depuis 2018.

L'apport total du CNC (y compris compléments) dans le financement des programmes d'animation s'élève à 48,2 M€, relativement stable par rapport à 2024 (48,9 M€). Les aides du CNC couvrent 19,1 % des devis en 2025, soit une part plus élevée que celle observée en 2024 (16,9 % et 19,8 % en moyenne sur la décennie). L'apport horaire moyen du CNC s'établit à 171,1 K€ (156,2 K€ en 2024), à un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (160,7 K€) et

au plus haut niveau historique, mais proche des apports moyens enregistrés en 2018 (170,7 K€) et 2019 (170,8 K€).

En 2025, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'élève à 19,5 %, au plus bas niveau historique et en recul de 4,8 points par rapport à la moyenne des dix dernières années (24,4 %). La part des financements étrangers dans le total des devis des programmes d'animation aidés est relativement fluctuante chaque année : sur la dernière décennie, elle oscille entre 20 % et 29 %. L'animation reste le genre pour lequel la part des apports étrangers est la plus élevée, notamment en raison de coûts de production importants qui nécessitent l'intervention de partenaires plus nombreux. Sur les dix dernières années, la part des apports étrangers s'élève, en moyenne, à 6,6 % pour le documentaire et à 4,9 % pour la fiction. En 2025, 224 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et/ou prévente), soit 79,5 % du volume total produit (264 heures, soit 84,4 % en 2024).

Une part des financements étrangers dans l'animation au plus bas niveau historique (19,5 %).

Les chiffres clés de l'animation

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
volume horaire (heures)	388	353	289	295	295	357	221	282	313	282
devis (M€)	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	242,1	289,8	252,6
coût horaire (K€/heure)	660,1	761,9	726,7	805,2	829,7	879,9	824,9	859,2	925,8	896,6
apports du CNC ¹ (M€)	60,2	59,0	49,3	50,3	45,5	57,2	29,1	46,4	48,9	48,2
apport horaire du CNC ¹ (K€/heure)	155,0	167,1	170,7	170,8	154,0	160,1	131,5	164,7	156,2	171,1

¹ Y compris compléments d'aides.
Source : CNC.

10 nouvelles séries de 11 à 15 minutes recensées

En 2025, les séries de 11 à 15 minutes demeurent le premier format des programmes d’animation aidés par le CNC (50,6 % du volume horaire), devant les séries de moins de 8 minutes et celles de 23 à 26 minutes.

La part des séries de 11 à 15 minutes est en léger recul de 2,3 points sur un an. Sur les 17 séries de ce format, 10 sont des nouvelles séries, dont *les Marsupilamis* (52x11’ – Dupuis audiovisuel) et *Quoi de neuf Isha ?* (52x11’ – TeamTO Films). Après deux années de recul, la part des séries de moins de 8 minutes en volume horaire repart fortement à la hausse (+11,0 points à 30,5 %). Parmi les 29 séries de moins de 8 minutes recensées, 16 sont des nouvelles séries, comme *Chickies* (78x7’ – Cube Creative Productions / Xilam animation) et *Luce in the Lovely Land* (39x7’ – La Cabane Productions). Alors que la part des séries de 23 à 26 minutes était largement portée par les deux saisons de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* en 2024, elle recule de 9,2 points en 2025 à 17,3 % et retrouve ainsi son niveau de 2023 (17,1 %). Sur les huit programmes de 23 à 26 minutes en 2025, six sont des nouvelles séries dont *Donjons & Chatons* (12x22’ – Watch Next Media) et *Dreamland* (10x22’ – La Chouette compagnie / Dupuis audiovisuel).

Financement prévisionnel de l’animation (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
financements français	198,3	208,3	166,8	175,1	176,0	223,3	138,2	186,1	215,0	203,3
producteurs français	51,5	61,3	47,4	57,5	53,5	68,2	44,9	55,3	69,4	60,9
préventes en France	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3	6,4	8,9	11,7	12,9	10,1
diffuseurs	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7	67,6	39,8	54,4	62,9	62,6
SOFICA	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1	5,7	4,6	3,9	7,9	3,8
CNC ¹	60,2	59,0	49,3	50,3	45,5	57,2	29,1	46,4	48,9	48,2
autres financements français ²	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8	18,2	10,8	14,4	13,0	17,7
financements étrangers	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1	91,2	44,2	56,0	74,8	49,3
coproductions étrangères	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	44,1	23,6	36,5	35,0	34,7
préventes à l'étranger	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	47,0	20,6	19,5	39,8	14,6
total des financements	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	242,1	289,8	252,6

¹ Y compris compléments d'aides.
² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

Le documentaire

Le documentaire, mieux financé par les chaînes

Avec 1 646 heures aidées en 2025, le volume de documentaires de création baisse par rapport à 2024 (-9,4 %), en cohérence avec la récente contraction du marché qui se traduit par une baisse du volume de commandes.

En 2025, les devis des documentaires baissent sensiblement par rapport à 2024, à 358,4 M€ (-12,4 %), et légèrement plus que le volume horaire. Par conséquent, le coût horaire moyen prévisionnel n'est qu'en léger retrait, à 217,8 K€, soit -3,3 % par rapport à 2024 (225,3 K€) mais +21,1 % comparé à 2016 (179,9 K€), restant le deuxième plus haut niveau depuis 1994 (499,4 K€).

Les financements français destinés à la production de programmes documentaires diminuent fortement en 2025, à 335,5 M€, soit 12,8 % de moins qu'en 2024 (384,8 M€), en ligne avec la baisse des devis (-12,4 %). Ils restent malgré tout proches de la moyenne de la décennie (348,2 M€) et couvrent 93,6 % des devis des programmes documentaires aidés par le CNC en 2025 (94,0 % en 2024).

Les engagements des diffuseurs sur la production documentaire aidée baissent, à 162,0 M€ en 2025, contre 185,6 M€ en 2024 (-12,7 %), légèrement en-deçà de la moyenne de la dernière décennie (173,8 M€). Les apports des diffuseurs couvrent, en 2025, 45,2 % des devis totaux du genre, contre 45,4 % en 2024. L'apport horaire moyen des diffuseurs s'élève à 98,4 K€, en baisse de 3,7 % par rapport à 2024, mais à son deuxième plus haut niveau historique. En 2025, les investissements des chaînes publiques (France Télévisions, le groupe Arte, LCP-AN et Public Sénat) représentent 75,3 % des investissements de l'ensemble des chaînes dans le documentaire soutenu par le CNC (73,8 % en 2024). A noter que France Télévisions apporte plus de la moitié des apports totaux des diffuseurs, à 53,7 %, relativement stable par rapport à 2024 (54,1 %) et au deuxième plus haut niveau depuis 2007

(première année de suivi statistique par chaîne). Aucun documentaire n'est financé par les services étrangers de VàDA en 2025, contre 2 en 2024 (par Netflix et Prime Video). Les subventions versées par le CNC (y compris compléments d'aides) aux producteurs français de documentaires s'élèvent à 67,5 M€, en recul de 12,1 % sur un an (76,8 M€ en 2024), en cohérence avec la baisse constatée sur l'ensemble des devis (-12,4 %) et sur les engagements des diffuseurs (-12,7 %). L'apport horaire du CNC, à 41,0 K€, atteint un deuxième plus haut niveau historique, au-dessus des 40 K€ pour la deuxième fois avec 2024 (42,3 K€). Ces apports couvrent, en moyenne, 18,8 % du devis des documentaires, comme en 2024 et dans la moyenne de la décennie (19,3 %).

Les chiffres clés du documentaire

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
volume horaire (heures)	2 253	2 266	2 141	1 960	1 750	1 869	1 670	1 702	1 816	1 646
devis (M€)	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3	344,7	409,1	358,4
coût horaire (K€/heure)	179,9	175,4	181,9	185,0	200,2	197,0	204,4	202,5	225,3	217,8
apports du CNC ¹ (M€)	77,7	79,7	77,3	72,6	67,8	70,0	62,3	66,0	76,8	67,5
apport horaire du CNC ¹ (K€/heure)	34,5	35,2	36,1	37,0	38,7	37,4	37,3	38,8	42,3	41,0

¹ Y compris compléments d'aides.
Source : CNC.

France Télévisions est le premier financeur du documentaire avec plus de la moitié des apports totaux des diffuseurs en 2025 (53,7 %).

% des heures de documentaires de création aidés sont des unitaires

En 2025, 89,4 % des projets de documentaires soutenus par le CNC sont des programmes unitaires (75,2 % du volume horaire) et 10,6 % des séries ou collections (24,8 % du volume horaire). Cette répartition, tant en nombre d'œuvres qu'en heures, se situe dans la moyenne de la décennie (88,9 % d'unitaires et 11,1 % de séries en termes d'œuvres, 73,7 % d'unitaires et 26,3 % de séries en volume horaire).

Les programmes dont la durée est comprise entre 45 et 59 minutes sont les plus représentés au sein des unitaires (66,4 %) quand, pour la première fois depuis le relevé des données, ce sont ceux compris entre 24 et 44 minutes qui le sont pour les séries ou collections (41,1 %) devant les programmes entre 45 et 59 minutes (39,7 %). Traditionnellement, le format dominant en termes de volume horaire reste le 52 minutes. Il représente 635 heures de programmes, soit 38,6 % du volume horaire total de documentaires aidés en 2025, une part stable par rapport à 2024 (38,0 %). À noter que le seul format pour lequel les séries sont dominantes par rapport aux unitaires est le format court (inférieur à 45 minutes), avec 83,2 % du volume horaire contre 16,8 % pour les unitaires.

Financement prévisionnel du documentaire (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
financements français	374,6	375,3	367,5	337,2	323,0	344,5	315,7	323,5	384,8	335,5
producteurs français	59,5	63,6	60,4	58,7	54,7	61,7	60,3	62,5	78,3	67,8
préventes en France	4,9	4,7	5,4	6,5	6,2	6,0	6,2	7,5	7,9	6,8
diffuseurs	204,6	195,3	189,2	168,2	157,9	167,0	152,7	155,7	185,6	162,0
SOFICA	0,9	0,7	0,8	0,4	0,5	0,5	0,5	0,7	0,5	0,2
CNC ¹	77,7	79,7	77,3	72,6	67,8	70,0	62,3	66,0	76,8	67,5
autres financements français ²	27,0	31,4	34,5	30,9	35,8	39,4	33,7	31,0	35,7	31,2
financements étrangers	30,6	22,3	21,9	25,4	27,5	23,8	25,6	21,2	24,4	22,9
coproductions étrangères	17,8	14,5	15,6	17,8	19,6	15,0	15,6	14,3	15,3	17,0
préventes à l'étranger	12,8	7,8	6,3	7,6	7,8	8,8	9,9	6,9	9,1	5,8
total des financements	405,2	397,6	389,4	362,6	350,5	368,2	341,3	344,7	409,1	358,4

¹ Y compris compléments d'aides.
² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

L'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

Un volume de commandes et des investissements en recul

En 2025, le volume aidé d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant s'établit à 776 heures, soit -7,2 % par rapport à 2024. Il revient ainsi à son niveau de 2022-2023, une période marquée par la levée progressive des restrictions sanitaires imposées pendant la pandémie du Covid, après avoir nettement rebondi en 2024 (837 heures, 804 heures en moyenne par an sur la décennie). À noter que les deux réformes successives (2016 et 2019) du soutien au spectacle vivant rendent difficile la comparaison avec l'avant crise.

Les devis des œuvres aidées par le CNC diminuent de 9,2 %, pour atteindre 99,7 M€ en 2025 (109,8 M€ en 2024). En conséquence, le coût horaire moyen recule sur un an (-2,1 %), à 128,4 K€ (131,2 K€ en 2024).

En 2025, la contribution des diffuseurs à la production d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant décroît de 6,7 % par rapport à 2024, à 42,8 M€, une baisse légèrement moins importante que celle des devis (-9,2 %). L'apport horaire des diffuseurs est stable, à 55,1 K€ en 2025 (+0,6 %). Le taux de couverture des devis par les diffuseurs, à 42,9 % en 2025, reste relativement stable par rapport à 2024 (41,8 %) mais est en hausse notable sur la décennie (36,1 % en 2016). À noter que l'une des mesures des deux réformes successives (2016 et 2019) concernait le relèvement du seuil d'apport numéraire des diffuseurs à 18 K€ par heure puis à 20 K€.

Les subventions versées par le CNC (y compris compléments d'aides) atteignent 27,8 M€ en 2025, contre 30,3 M€ en 2024 (-8,4 %), et son apport horaire s'établit à 35,8 K€ en 2025, contre 36,2 K€ en 2024 (-1,2 %), un niveau en ligne avec la moyenne de la décennie (35,1 K€). La contribution du CNC au financement d'adaptations audiovisuelles de

spectacle vivant est stable, à 27,9 % des devis en 2025 (27,6 % en 2024).

En ce qui concerne les apports étrangers, leur montant recule à 2,7 M€ (3,0 M€ en 2024), dans la fourchette basse de la décennie (4,4 M€ en moyenne par an). Ils constituent 2,7 % des financements totaux des adaptations audiovisuelles de spectacle vivant (2,8 % en 2024). Les apports en coproduction fléchissent à 2,3 M€ (2,5 M€ en 2024) ; les préventes, à 0,4 M€ (0,5 M€ en 2024). Au total, 111 heures d'adaptations audiovisuelles de spectacle vivant font

l'objet d'un financement étranger en 2025, soit 14,3 % des heures aidées (10,1 % en 2024), un volume en hausse par rapport à 2024 (84 heures), mais toujours inférieur à la moyenne de la décennie (121 heures).

776 heures d'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant, au même niveau qu'en 2022.

Les chiffres clés de l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
volume horaire (heures)	954	1 033	939	693	514	742	776	779	837	776
devis (M€)	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3	97,9	109,8	99,7
coût horaire (K€/heure)	122,7	117,8	131,4	127,9	136,8	135,2	120,3	125,7	131,2	128,4
apports du CNC¹ (M€)	34,2	34,9	33,5	24,1	18,7	26,8	25,8	26,5	30,3	27,8
apport horaire du CNC¹ (K€/heure)	35,9	33,8	35,7	34,8	36,3	36,1	33,3	34,0	36,2	35,8

¹ Y compris compléments d'aides.
Source : CNC.

Financement prévisionnel de l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
financements français	109,9	113,2	115,2	84,2	67,9	98,1	90,9	94,8	106,7	97,0
producteurs français	30,6	31,9	35,5	25,5	18,6	26,4	26,9	26,0	28,8	25,4
préventes en France	1,2	1,3	1,3	0,8	0,3	0,5	0,3	0,4	0,2	0,3
diffuseurs	42,3	42,8	43,0	32,5	28,7	40,9	36,8	40,9	45,8	42,8
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC¹	34,2	34,9	33,5	24,1	18,7	26,8	25,8	26,5	30,3	27,8
autres financements français²	1,6	2,2	1,8	1,3	1,7	3,5	1,2	1,0	1,6	0,7
financements étrangers	7,1	8,4	8,2	4,4	2,4	2,2	2,4	3,1	3,0	2,7
coproductions étrangères	5,8	6,7	7,2	3,6	2,2	2,1	1,8	2,4	2,5	2,3
préventes à l'étranger	1,3	1,7	1,0	0,8	0,2	0,1	0,5	0,7	0,5	0,4
total des financements	117,0	121,6	123,4	88,6	70,3	100,3	93,3	97,9	109,8	99,7

¹ Y compris compléments d'aides.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

Le magazine d'intérêt culturel

319 heures de magazines d'intérêt culturel aidées en 2025, plus haut niveau depuis 2018

Le CNC apporte un soutien exclusivement sélectif aux magazines d'intérêt culturel, après avis des commissions documentaire-magazine et spectacle vivant.

40 magazines bénéficient d'un soutien financier en 2025 (30 en 2024, 51 en 2019). Le volume de production aidée augmente de 25,2 % sur un an, à 319 heures (255 heures en 2024), et dépasse les 300 heures pour la première fois depuis 2018 (353 heures). Le nombre de dossiers de demandes d'aides déposés est en hausse sur un an à 45 dossiers en 2025, contre 39 en 2024.

En s'établissant à 20,1 M€, les devis de ces programmes aidés progressent sur un an : +32,4 % par rapport à 2024, repassant pour la première fois depuis 2021 la barre des 20 M€, mais restant en-dessous de la moyenne décennale (22,7 M€). Le coût horaire moyen s'établit à 63,0 K€, en hausse par rapport à 2024 (+5,8 %), mais toujours à un faible niveau depuis 2022, en recul de 26,7 % comparé à la moyenne 2016-2021 (85,9 K€).

Le rebond de l'engagement des diffuseurs dans le magazine d'intérêt culturel observé en 2024 (+40,7 % par rapport à 2023) se confirme en 2025, à 13,4 M€ (+30,5 % sur un an), mais ce dernier reste à un niveau toujours très inférieur à celui d'avant crise (-31,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019). À noter que 12 magazines sont nouvellement soutenus (66 heures) en 2025 et sept magazines ne sont pas renouvelés (27 heures).

Les subventions versées par le CNC, y compris les compléments d'aides, aux magazines d'intérêt culturel, s'établissent à 2,8 M€, en hausse de 36,6 % par rapport à 2024 (2,0 M€). En moyenne, le CNC apporte 8,7 K€ par heure de programmes en 2025, en hausse de 9,1 % sur un

an (7,9 K€ en 2024) mais inférieur de 12,4 % à la moyenne de la décennie (9,9 K€ entre 2016 et 2025). Les subventions versées par le CNC couvrent, en moyenne, 13,7 % du devis des magazines, un taux de couverture en légère hausse par rapport à 2024 (13,3 % et 12,8 % en moyenne sur la décennie), au-dessus de celui des producteurs français (10,9 %) pour la troisième fois de l'histoire de la production audiovisuelle aidée (en 2010 et en 2024).

Les chiffres clés du magazine d'intérêt culturel

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
volume horaire (heures)	372	350	353	263	267	299	256	202	255	319
devis (M€)	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	26,8	15,4	12,3	15,2	20,1
coût horaire (K€/heure)	73,9	81,9	92,4	99,1	82,3	89,7	60,0	60,8	59,6	63,0
apports du CNC ¹ (M€)	2,5	3,2	3,9	3,5	3,1	3,8	2,4	1,9	2,0	2,8
apport horaire du CNC ¹ (K€/heure)	6,7	9,1	11,1	13,4	11,7	12,6	9,2	9,2	7,9	8,7

¹ Y compris compléments d'aides.
Source : CNC.

Financement prévisionnel de l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
financements français	27,3	28,6	32,5	26,0	21,9	26,8	15,4	12,3	15,2	19,8
producteurs français	4,7	4,6	5,4	4,1	3,1	4,3	2,5	2,1	1,7	2,2
préventes en France	0,2	-	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
diffuseurs	18,5	19,6	21,9	16,9	14,4	17,3	9,7	7,3	10,3	13,4
SOFICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CNC ¹	2,5	3,2	3,9	3,5	3,1	3,8	2,4	1,9	2,0	2,8
autres financements français ²	1,4	1,2	1,3	1,5	1,2	1,3	0,8	1,0	1,2	1,4
financements étrangers	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	-	0,0	0,3
coproductions étrangères	0,1	0,0	0,1	0,1	-	0,0	0,0	-	-	0,2
préventes à l'étranger	0,2	0,1	0,0	-	0,1	0,0	-	-	0,0	0,1
total des financements	27,5	28,6	32,6	26,1	22,0	26,8	15,4	12,3	15,2	20,1

¹ Y compris compléments d'aides.

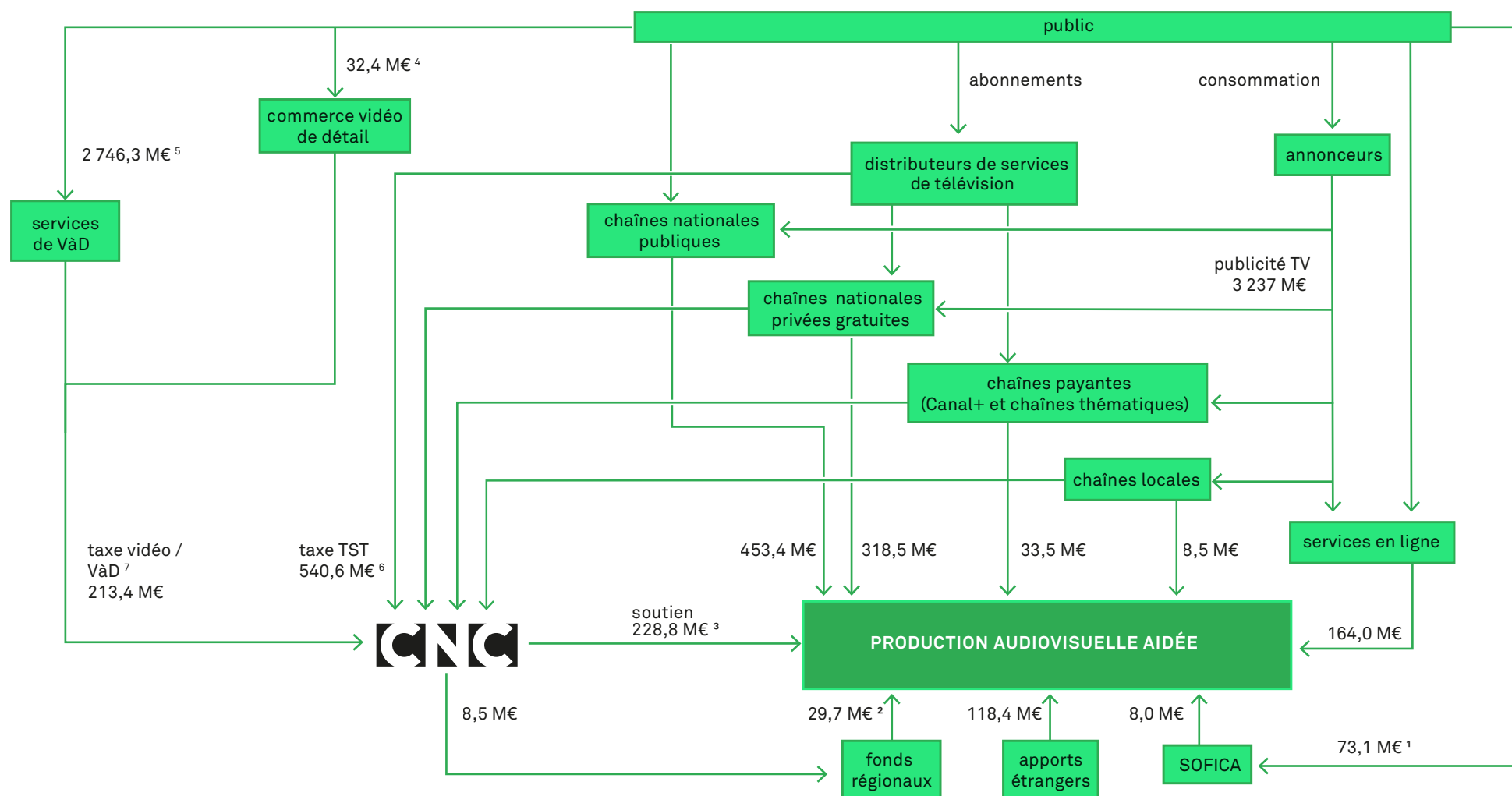
² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- le Bilan de la production audiovisuelle aidée en 2024

- les séries statistiques sur la production audiovisuelle soutenue par le CNC

Principaux flux financiers de la production audiovisuelle aidée en 2025



¹ Collecte 2024 correspondant à des investissements réalisés en 2025 et jusqu'à mars 2026 (cinéma et audiovisuel). Les SOFICA doivent investir 90 % de leur collecte dans la production cinématographique ou audiovisuelle. ² Montant prévisionnel des aides inscrit dans les conventions conclues entre le CNC et les collectivités territoriales. ³ Soutien total du CNC : aides à la production (hors compléments d'aide et hors aides à la préparation). ⁴ Ventes au détail de programmes hors film (TTC).

⁵ Estimation 100 % du chiffre d'affaires TTC en V&D. ⁶ Taxe sur le chiffre d'affaires des éditeurs et des distributeurs de services de télévision. ⁷ Taxe sur le chiffre d'affaires en vidéo et V&D, toutes œuvres confondues.

Sources : Œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (fiction, documentaire, animation, spectacle vivant). Le Baromètre unifié du marché publicitaire - IREP, France Pub, Kantar Media. Recettes du CNC exécutées en 2025. Baromètre vidéo CNC-GfK-AQOA-Médiamétrie.

3.5

Les industries techniques

En 2024 : **670** entreprises actives dans le secteur
des industries techniques

1 341 M€
de chiffre d'affaires pour les industries techniques
(+1,0 % par rapport à 2023)



192,9 M€
d'exportations
(+1,5 % par rapport à 2023)



Remarques méthodologiques

Dans la nomenclature d'activité en vigueur depuis le 1^{er} janvier 2008, les prestataires techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia sont principalement référencés par l'INSEE sous les codes APE : 5912Z (postproduction de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision), 5911C (production de films pour le cinéma, incluant les studios de tournage) et 5920Z (édition musicale et activités d'enregistrement sonore). Parallèlement, les constructeurs et fabricants de matériels sont référencés sous les six codes relatifs au commerce de gros de composants ou d'appareils électroniques : 4643Z, 4647Z, 4648Z, 4649Z, 4652Z, 4673B.

La Ficam (Fédération des industries du cinéma, de l'audiovisuel et du multimédia) regroupe plus de 130 entreprises dont l'activité couvre l'ensemble des métiers de la prestation du spectacle enregistré. En termes de chiffre d'affaires, ses adhérents représentent environ 70 % de l'ensemble des industries techniques. Chaque année, la Ficam collecte auprès de ses membres des données économiques et sociales dont l'analyse permet de dégager les tendances du secteur.

Les données qui figurent dans ce chapitre sont, sauf exceptions mentionnées, soit issues de l'analyse de la Ficam, soit issues du Rapport de la branche des entreprises Techniques au service de la Création et de l'Évènement, établi en coopération entre la Ficam, le Synpase (Syndicat national des prestataires de l'audiovisuel scénique et événementiel), le groupe Audiens et l'AFDAS, et dont la 18^e édition a été publiée en juin 2025.

L'échantillon retenu par la Ficam pour l'étude rassemble un panel de 106 sociétés adhérentes ayant fourni des données exploitables sur la période 2015-2024. Chaque société est considérée indépendamment de son appartenance à un groupe.

Les données concernant les marchés sont complétées par l'Observatoire Métiers et Marchés de la Ficam, qui réunit des représentants de chaque métier (fabricants, tournage, postproduction image, postproduction son, etc.) et de

chaque marché (cinéma, fiction audiovisuelle, flux audiovisuel, publicité, animation), et qui publie des indicateurs trimestriels dont la synthèse annuelle est ici proposée.

Contour des industries techniques

Les industries techniques assurent les prestations indispensables dans le processus de création, de production et de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Elles fournissent notamment les équipements et installations (fixes et mobiles) pour les tournages, assurent la modification des images et des sons imposée par le récit (postproduction et effets visuels) et la reproduction des œuvres originales pour leur diffusion (traitement dans les laboratoires, duplication, copies numériques – DCP, copies argentiques). Elles intègrent les éditeurs de logiciel ainsi que les prestations liées à l'animation. Enfin, elles fournissent le matériel permettant la projection dans les salles, la diffusion à la télévision ou sur internet, les outils nécessaires à la conservation pérenne des œuvres (numérisation, archivage, stockage) ou la restauration des œuvres de patrimoine.

Les industries techniques intègrent ainsi :

- les prestataires de tournage, qui regroupent les loueurs de matériels (caméras, objectifs, grues, éclairage, consoles son, perches, etc.), les régies mobiles (studios mobiles équipés notamment pour la retransmission des événements télévisuels) et les studios de prises de vue (plateaux d'enregistrement) ;
- les postproducteurs image (montage, étalonnage) ;
- les sociétés en charge des effets visuels numériques (certains effets visuels pouvant être intégrés dès la phase de tournage en studio dans le cadre des studios virtuels) ;
- les postproducteurs son, qui effectuent le montage sonore sur les images, à partir de sons enregistrés en tournage ou reproduits en studio (auditorium) ;
- les sociétés en charge des prestations de doublage ou de sous-titrage à la fois pour la diffusion française d'œuvres internationales, pour la diffusion internationale d'œuvres françaises ou pour l'adaptation pour les publics aveugles et

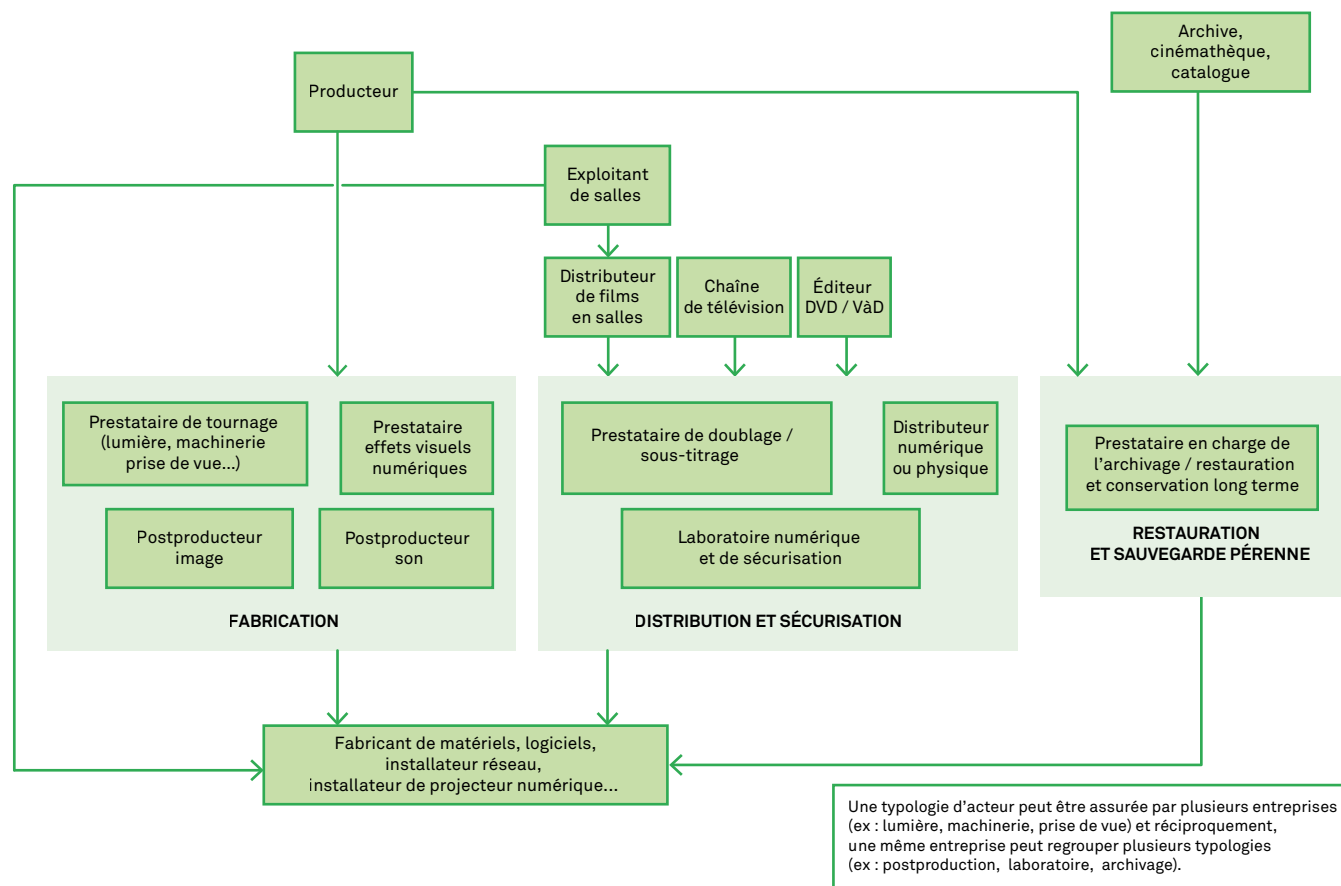
malvoyants (audiodescription) ou sourds et malentendants (sous-titrage SME) ;

- les laboratoires, qui interviennent aux différentes phases de l'élaboration d'une œuvre, du tournage à la finition. Ils regroupent notamment les laboratoires de production (sécurisation des données de tournage ou développement des rushes), les laboratoires de postproduction et les laboratoires assurant la fourniture de copies numériques dans les différents formats vidéo attendus pour la diffusion et la distribution des œuvres (cinéma, télévision, VàD). La postproduction numérique y est désormais généralisée. Certains laboratoires assurent également une prestation de retour sur film à des fins de conservation pérenne ;

- les entreprises spécialisées dans la restauration des œuvres (suppression ou atténuation des défauts d'une œuvre dégradée par le temps), l'archivage ou le stockage (stockage de films et conservation des données numériques) ;

- les fabricants, ou distributeurs, qui regroupent les constructeurs de matériel (équipement nécessaire aux besoins des différentes étapes de production) et les fabricants de supports consommables ou non (pellicule, disques durs, cartes et supports de mémoire, serveurs) ou de systèmes de stockage et de traitement de l'image, de composants informatiques.

Organisation et acteurs des industries techniques



Source : CNC.

951 entreprises dans le secteur des industries techniques en France

Le segment des industries techniques compte 951 entreprises actives en France (déclaration d'activité à Audiens au moins une fois entre 2018 et 2024). Parmi elles, 670 entreprises ont déclaré une activité en 2024, un nombre en légère hausse par rapport à 2023 (654 entreprises) et en très forte augmentation par rapport à 2018 (397 entreprises). Le secteur est structuré autour de quelques entreprises locomotives, entourées de nombreuses petites entreprises. Chaque année, 20 % des entreprises réalisent ainsi 70 % du chiffre d'affaires du secteur et les 10 premières entreprises en termes de chiffre d'affaires emploient près de 50 % des salariés du secteur. Plus précisément, ces 10 premières entreprises emploient près de la moitié des permanents déclarés sur l'année 2024 (40,9 %, contre 42,7 % en 2023 et 49,8 % en 2018), et près des deux tiers des intermittents déclarés (65,0 %, contre 62,7 % en 2023 et 63,7 % en 2018).

951 entreprises d'industries techniques actives en France depuis 2018, dont 670 ont une activité en 2024.

Des entreprises de taille supérieure à la moyenne nationale

Selon les résultats de l'étude réalisée par la Ficam, 43,4 % des entreprises emploient entre un et neuf salariés permanents en 2024 (42,4 % en 2023) et 40,5 % des entreprises comptent entre 10 et 49 permanents (42,4 % en 2023). Preuve d'un secteur qui se structure, en 2018, 50,0 % des entreprises comptaient entre 1 et 9 salariés et 36,8 % entre 10 et 49 salariés.

Par ailleurs, la taille moyenne des entreprises du secteur est supérieure à celle de l'ensemble des entreprises nationales. En effet, les statistiques relatives à l'ensemble du secteur de l'industrie, du commerce et des services en France indiquent que 96,4 % des sociétés ayant des salariés emploient entre un et neuf salariés (source INSEE au 1^{er} janvier 2022 hors entreprises agricoles et financières).

Nombre d'entreprises selon les effectifs permanents

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
1 à 9 salariés	49	49	50	53	54	49	52	48	45	46
10 à 49 salariés	43	43	44	39	39	45	42	43	45	43
50 à 99 salariés	7	6	6	7	5	4	5	8	9	9
100 salariés et plus	7	8	6	7	8	8	7	7	7	8
total	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises ayant fourni l'ensemble des informations de 2015 à 2024.
Source : Ficam.

Près d'un tiers des effectifs sur des emplois permanents

En 2024, 19 545 individus sont salariés par les entreprises du secteur des industries techniques, un niveau en légère baisse sur un an (-1,6 % par rapport à 2023). Après la pandémie de Covid-19, dont les conséquences en 2020 se faisaient principalement ressentir sur les emplois intermittents, les années 2021 et 2022 étaient reparties à la hausse avant un nouveau ralentissement en 2023. En 2024, le nombre de salariés intermittents s'élève à 13 492 personnes, en recul par rapport à 2023 (-2,9 %), mais toujours supérieur à la moyenne annuelle pré-pandémique (13 246 salariés intermittents en moyenne en 2018 et 2019). 6 053 salariés occupent des emplois permanents (CDI et CDD) en 2024, en légère hausse de 1,2 % sur un an et à son plus haut niveau depuis 2018, passant pour la première fois la barre des 6 000. En 2024, autre preuve de la structuration du secteur, 30,9 % des effectifs occupent des postes de permanents, une part également à son plus haut niveau sur ces six dernières années (29,7 % en 2018).

Effectifs permanents et intermittents par genre

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
femmes permanentes	1 845	1 590	1 508	1 610	1 828	1 932	2 012
femmes intermittentes	3 827	3 704	3 337	3 755	4 096	4 255	3 913
total femmes ¹	5 672	5 294	4 845	5 365	5 924	6 187	5 925
hommes permanents	3 799	3 427	3 329	3 508	3 864	4 049	4 041
hommes intermittents	9 533	9 428	8 087	9 095	9 853	9 638	9 579
total hommes ¹	13 332	12 855	11 416	12 603	13 707	13 687	13 620
total permanents	5 644	5 017	4 837	5 118	5 692	5 981	6 053
total intermittents	13 360	13 132	11 424	12 850	13 949	13 893	13 492
total ¹	19 004	18 149	16 261	17 968	19 641	19 874	19 545

¹ Les effectifs totaux sont doublonnés : un même individu exerçant la même année sur un poste permanent et un poste intermittent est compté deux fois.
Source : Audiens.

Une part de femmes en hausse, notamment sur les emplois permanents

Le secteur des industries techniques est un secteur très masculin. Près de sept salariés sur dix sont des hommes en 2024 (69,7 %), une proportion qui se vérifie sur les emplois intermittents (71,0 %) comme sur les emplois permanents (66,8 %). Toutefois, le nombre de femmes salariées dans l'industrie progresse au global sur la période (+4,5 % entre 2018 et 2024 à 5 925) dans un contexte de hausse, mais moins importante, tous genres confondus (+2,8 %). Sur les permanents, la part des emplois occupés par des femmes est en légère hausse à 33,2 % en 2024, contre 32,7 % en 2018 pour des effectifs en hausse de 9,1 %, à 2 012 (+7,2 % tous genres confondus). En revanche, la part de femmes est stable parmi l'emploi intermittent : 28,6 % des salariés intermittents étaient des femmes en 2018, elles représentent désormais 29,0 % de ces effectifs.

1 341 M€ de chiffre d'affaires

Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues ici, soit 106 entreprises sur les 670 actives en 2024. Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 341 M€ en 2024, en légère hausse de 1,0% par rapport à 2023.

Parmi ces 106 entreprises, celles qui réalisent 10 M€ ou plus de chiffre d'affaires en 2024 captent 69,9 % du chiffre d'affaires total des industries techniques, contre 67,5 % en 2023 et 61,1 % en 2018.

En 2024, le chiffre d'affaires moyen des entreprises interrogées par la Ficam est de 7,4 M€, un montant relativement stable sur un an (7,5 M€ en 2023). Après une reprise rapide des activités post crise sanitaire entraînant deux années de forte croissance, les années 2023 et 2024 marquent le pas avec deux baisses successives, de -1,7 % et -1,9 %, impactées par un rétrécissement des investissements des services de vidéo à la demande par abonnement et par les effets d'événements conjoncturels notables tels que les mouvements sociaux aux Etats-Unis (grève des scénaristes et des acteurs-actrices) et en France (grève des techniciens de l'audiovisuel en fin d'année 2023), avec des répercussions à court et moyen termes sur les entreprises.

Le chiffre d'affaires de la filière des industries techniques est évalué à 1 341 M€ en 2024, en légère hausse de 1,0 % par rapport à 2023.

Chiffre d'affaires des industries techniques (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
prestataires techniques ¹	1 101	1 156	1 127	1 087	1 059	906	1 165	1 334	1 327	1 341
évolution (%)	+3,0	+5,0	-3,0	-3,5	-2,5	-14,4	+28,5	+14,5	-0,5	+1,0
entreprises répondantes ²	648	685	674	638	594	484	676	816	802	786
évolution (%) ²	-3,4	+5,0	-2,0	-5,3	-6,8	-18,5	+39,6	+20,7	-1,7	-1,9
CA moyen ³	6,1	6,5	6,4	6,0	5,6	4,5	6,3	7,6	7,5	7,4

¹ entreprises de prestation technique identifiées par leur code NAF 5912Z (panel fourni par Audiens). Pour évaluer le chiffre d'affaires global des industries techniques, seules les entreprises réalisant plus de 50 % de leur chiffre d'affaires dans le domaine de la prestation technique sont retenues.

² entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam.

³ Chiffre d'affaires moyen des entreprises ayant fourni les informations à la Ficam.

Source : Ficam.

Près de 20 % des entreprises réalisent un chiffre d'affaires de 10 M€ ou plus

81,1 % des entreprises relevant des industries techniques réalisent un chiffre d'affaires inférieur à 10 M€. Cette catégorie est majoritairement composée de sociétés dont le chiffre d'affaires est compris entre 1 et 5 M€ (36,8 % du panel).

20 entreprises ont réalisé 10 M€ ou plus de chiffre d'affaires en 2024, comme en 2023. Huit entreprises réalisent un chiffre d'affaires supérieur à 20 M€, record de la décennie, dû à un phénomène de concentration en cours dans le domaine de la postproduction.

Nombre d'entreprises selon le chiffre d'affaires

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
inférieur à 1 M€	31	32	30	30	34	42	32	24	28	28
1 M€ à 5 M€	44	42	47	46	42	40	42	42	35	39
5 M€ à 10 M€	17	18	15	17	17	15	18	19	23	19
10 M€ à 20 M€	7	7	8	7	7	4	9	16	15	12
20 M€ et plus	7	7	6	6	6	5	5	5	5	8
total	106	106	106	106	106	106	106	106	106	106

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam.

Source : Ficam.

Les métiers du tournage et les travaux de laboratoires, principales sources de revenus

Afin d'évaluer la contribution de chacun des sous-secteurs des industries techniques dans les recettes totales de la filière, le chiffre d'affaires de chaque entreprise est réparti entre les différents métiers qu'elle exerce.

Le chiffre d'affaires des métiers du tournage baisse de 4,5 % entre 2023 et 2024 pour atteindre 320,7 M€. Les grèves à Hollywood et en France, ainsi que la tenue des Jeux Olympiques à Paris ont eu un réel impact sur le chiffre d'affaires des prestataires de tournage fiction. Le tournage en vidéo mobile (+7,9 %) a quant à lui profité de la tenue de deux grandes manifestations sportives en 2024 : l'Euro en Allemagne et les JO à Paris. Les métiers du tournage contribuent au chiffre d'affaires total des industries techniques à hauteur de 40,8 % en 2024, contre 41,9 % en 2023 (43,7 % entre 2017 et 2019). En 2024, les studios représentent 25,5% du chiffre d'affaires généré par les activités de tournage tout comme en 2023, une part en hausse par rapport à l'avant crise (19,6 %).

Le chiffre d'affaires correspondant aux travaux de laboratoire (y compris laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication) atteint 282,2 M€ en 2024, en hausse par rapport à 2023 (+2,9 %) et à son plus haut niveau historique. La part des travaux de laboratoire dans le chiffre d'affaires total des industries techniques atteint 35,9 % en 2024 (34,1 % en 2023), au plus haut niveau de la décennie.

La postproduction image génère 17,3 % du chiffre d'affaires total des industries techniques en 2024, contre 18,3 % en 2023 (20,0 % sur la décennie). Le secteur enregistre une baisse de 7,1 % à 136,0 M€, toutefois en ligne avec la moyenne de la décennie (136,3 M€).

Les activités de postproduction son génèrent 29,6 M€ de chiffre d'affaires en 2024, un montant en hausse de 9,6 %, au plus haut niveau depuis 2018 (29,8 M€) et supérieur à la moyenne de la décennie (27,9 M€).

Le segment de l'archivage, du stockage et de la restauration occupe une place modeste dans le chiffre d'affaires

global de la prestation technique à 11,7 M€, en légère hausse par rapport à 2023 (11,2 M€) et toujours inférieur à la moyenne de la décennie (16,1 M€). Son poids dans le chiffre d'affaires du secteur passe de 2,3 % en 2018 à 1,5 % en 2024 (2,0 % sur les dix dernières années).

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le métier (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
tournage (studio, loueurs...)	309,9	326,2	293,2	287,9	251,6	190,1	316,4	321,9	336,1	320,7
travaux de laboratoires ¹	166,3	168,3	171,0	161,0	178,2	164,9	184,5	271,1	274,1	282,2
postproduction image	124,9	137,3	155,6	139,1	115,5	98,5	135,0	175,0	146,5	136,0
postproduction son	32,3	32,2	33,0	29,8	29,0	17,6	22,3	27,0	27,0	29,6
archivage, stockage, restauration	14,0	20,6	20,2	14,7	12,7	9,2	12,1	13,0	11,2	11,7
fabrication matériel (tournage, postproduction...)	0,6	0,4	1,0	5,5	7,0	3,7	5,7	8,0	7,1	5,8
total	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0	786,0

¹ Laboratoire, doublage, sous-titrage, diffusion, duplication, applications numériques, sous-génériques, films annonce.
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2015 à 2024.
Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires des programmes audiovisuels de stock dépasse, pour la troisième année consécutive, celui du flux

Les prestataires techniques interviennent principalement sur six marchés : le long métrage cinématographique, le programme audiovisuel (télévision et SMAD) de stock, le programme audiovisuel de flux, le programme d'animation, le multimédia et le film publicitaire ou institutionnel. La plupart des entreprises du secteur proposent des prestations sur plusieurs de ces marchés et il est de plus en plus rare qu'une entreprise relève exclusivement d'un seul marché.

Les marchés du cinéma et de l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représentent à eux seuls 76,6 % du chiffre d'affaires global des industries techniques en 2024. Le marché de l'audiovisuel (stock et flux) en génère 57,5 %, avec un chiffre d'affaires en retrait de 2,0 % par rapport à 2023, à 452,5 M€. Depuis 2005, l'audiovisuel constitue la première source de revenus. En 2024, les seules activités de production de programmes audiovisuels de stock (fictions, documentaires) représentent 236,3 M€ (252,8 M€ en 2023), soit 52,2 % du chiffre d'affaires généré par l'audiovisuel, enregistrant pour la troisième année consécutive une part de marché supérieure à celle du flux. Les activités sur les programmes de flux (directs, émissions de variétés, sport) sont évaluées à 216,2 M€ en 2024 (210,2 M€ en 2023).

Le chiffre d'affaires en provenance de la filière cinéma est en hausse en 2024 (+4,4 %), atteignant son niveau le plus élevé depuis 2016 (176,0 M€) à 149,5 M€. Malgré tout, il reste loin du niveau observé entre 2013 et 2016 (162,9 M€), témoignant d'une érosion des investissements techniques dans la production cinématographique dont le poids passe de 25,3 % du chiffre d'affaires total en 2013 à 19,0 % en 2024.

Le troisième marché des industries techniques est celui de la publicité, dont la part de marché se stabilise autour de 10 % depuis trois ans. Le chiffre d'affaires recule (-5,7 %) à 77,8 M€. Celui-ci reste donc inférieur au niveau d'avant crise (89,0 M€ par an en moyenne sur la période 2017-2019).

Après un fort recul en 2023, lié à un certain désengagement des services de vidéo à la demande par abonnement ainsi que des productions internationales, le marché de l'animation reprend des couleurs (+7,3 %) pour atteindre 65,8 M€ de chiffre d'affaires en 2024. À noter par ailleurs que ce chiffre d'affaires reste très supérieur au niveau du début de la décennie (23,1 M€ en 2015).

Chiffre d'affaires des industries techniques selon le marché (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
télévision (stock + flux)	353,6	370,5	364,0	381,1	349,3	268,8	397,2	447,2	463,0	452,5
cinéma	155,9	176,0	134,3	107,1	113,3	99,0	113,4	142,7	143,2	149,5
publicité et institutionnel	85,3	89,5	87,5	92,1	87,4	67,5	80,6	82,6	82,5	77,8
animation	23,1	30,5	63,4	41,1	16,4	22,2	56,0	94,5	61,3	65,8
multimédia	9,9	10,5	16,6	10,3	22,2	12,5	12,1	14,4	11,0	7,4
autres ¹	20,2	8,0	8,2	6,3	5,4	14,0	16,7	34,6	41,0	33,0
total	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0	786,0

¹ Vidéo, spectacle vivant, formation, etc.

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2015 à 2024.

Source : Ficam.

Le marché de l'audiovisuel (programmes de stock et de flux) représente la majorité des recettes des industries techniques : 57,5 % en 2024.

Une chaîne de fabrication entièrement numérique

La numérisation de la chaîne de fabrication, du tournage à la postproduction, est achevée. La quasi-totalité des tournages cinéma se font désormais en numérique et la postproduction argentique est devenue marginale depuis 2011. En télévision, la HD et les caméras numériques grand capteur représentent la totalité des semaines de tournage. En 2024, 7,4 % des tournages de fictions cinématographiques sont réalisés en 4K et au-delà (11,9 % en 2023 et 6,5 % en 2022). En parallèle de la multiplication par 20 de la résolution des images en dix ans (de la SD à la 4K), les matériels et chaînes de production permettant de filmer et postproduire avec une cadence d'image plus élevée (HFR) ou un rapport de contraste plus étendu (HDR) ont fait leur apparition en 2014 et leur usage s'est depuis développé. Par ailleurs, les industries techniques se diversifient en investissant les nouveaux formats immersifs individuels comme la réalité virtuelle. Les effets visuels en temps réel sur le plateau de tournage (studios virtuels) sont également en train de se démocratiser et modifient en profondeur les méthodes de travail. Les technologies se développent également autour de l'intelligence artificielle, infusant l'ensemble de la chaîne de fabrication.

Baisse des investissements

Les investissements des prestataires techniques (achats de nouveaux équipements uniquement) baissent de 14,0 % entre 2023 et 2024. Chaque entreprise investit, en moyenne, 631,0 K€ en 2024 (734,4 K€ en 2023), à un niveau nettement supérieur à la moyenne de la décennie (556,4 K€). Les entreprises dont le chiffre d'affaires est supérieur ou égal à 20 M€ sont, depuis 2011, celles qui investissent le plus. Les sociétés avec un chiffre d'affaires de 10 M€ ou plus concentrent plus de la moitié des investissements en 2024 (61,0 %, contre 57,0 % en 2023). Cette polarisation s'explique notamment par la nécessité pour les plus grosses sociétés qui se positionnent sur des projets audiovisuels et cinématographiques étrangers ambitieux, de continuellement s'adapter aux nouvelles technologies pour rester compétitives.

Investissements des industries techniques¹ (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
investissements	34,0	61,3	60,3	45,9	44,9	51,4	62,2	83,5	77,8	66,9
chiffre d'affaires	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0	786,0
investissements / chiffre d'affaires (%)	5,2	8,9	8,9	7,2	7,5	10,6	9,2	10,2	9,7	8,5

¹ Investissements relatifs à l'achat de nouveaux équipements (formation du personnel et valorisation financière des nouveaux outils non pris en compte).
Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2015 à 2024.
Source : Ficam.

Exportations des industries techniques (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
exportations	68,7	80,2	78,4	111,0	120,5	97,7	130,6	191,7	190,1	192,9
chiffre d'affaires	648,0	685,0	674,0	638,0	594,0	484,0	676,0	816,0	802,0	786,0
exportations / chiffre d'affaires (%)	10,6	11,7	11,6	17,4	20,2	20,2	19,3	23,5	23,7	24,5

Périmètre : entreprises adhérentes ayant fourni l'ensemble des informations à la Ficam : 106 de 2015 à 2024.
Source : Ficam.

Le chiffre d'affaires à l'exportation à un niveau élevé

Pour les industries techniques, l'exportation résulte essentiellement d'un double phénomène : elle comprend non seulement les prestations réalisées sur les marchés internationaux mais également les prestations sur le territoire français pour des œuvres étrangères dont la facturation est effectuée dans un autre pays. En 2024, le chiffre d'affaires lié à l'exportation s'élève à 192,9 M€ (+1,5 % par rapport à 2023), à un plus haut niveau historique. Sa part dans le chiffre d'affaires total des entreprises du panel s'élève à 24,5 % (23,7 % en 2023), également à un plus haut niveau historique.

En 2024, les industries techniques réalisent un chiffre d'affaires à l'export de 192,9 M€, à un plus haut niveau historique.

L'audiovisuel est toujours largement *leader* dans le chiffre d'affaires des exportations puisque sa part de marché est de 68,4 % en 2024, contre 70,2 % en 2023 (62,2 % en 2019 et 61,1 % en 2015). La montée en puissance des services internationaux de vidéo à la demande par abonnement (Netflix, Prime Video, Disney+, Paramount+, HBO Max, etc.) renforce encore le poids des programmes télévisuels de stock à l'export. Le cinéma est loin derrière et représente 14,0 % du total. L'activité doublage / sous-titrage capte près des deux tiers des revenus générés par l'export (63,0 %). Son chiffre d'affaires export baisse de 5,1 % pour atteindre 121,7 M€. La part d'export de l'activité tournage (studio, loueur et vidéo mobile) s'établit à 17,3 % en 2024 (33,4 M€), contre 12,3 % en 2023 (23,5 M€).

chapitre quatre

VIDÉO



4.1

Le marché de la vidéo

En 2025 :

2,9 Md€ de ventes en vidéo

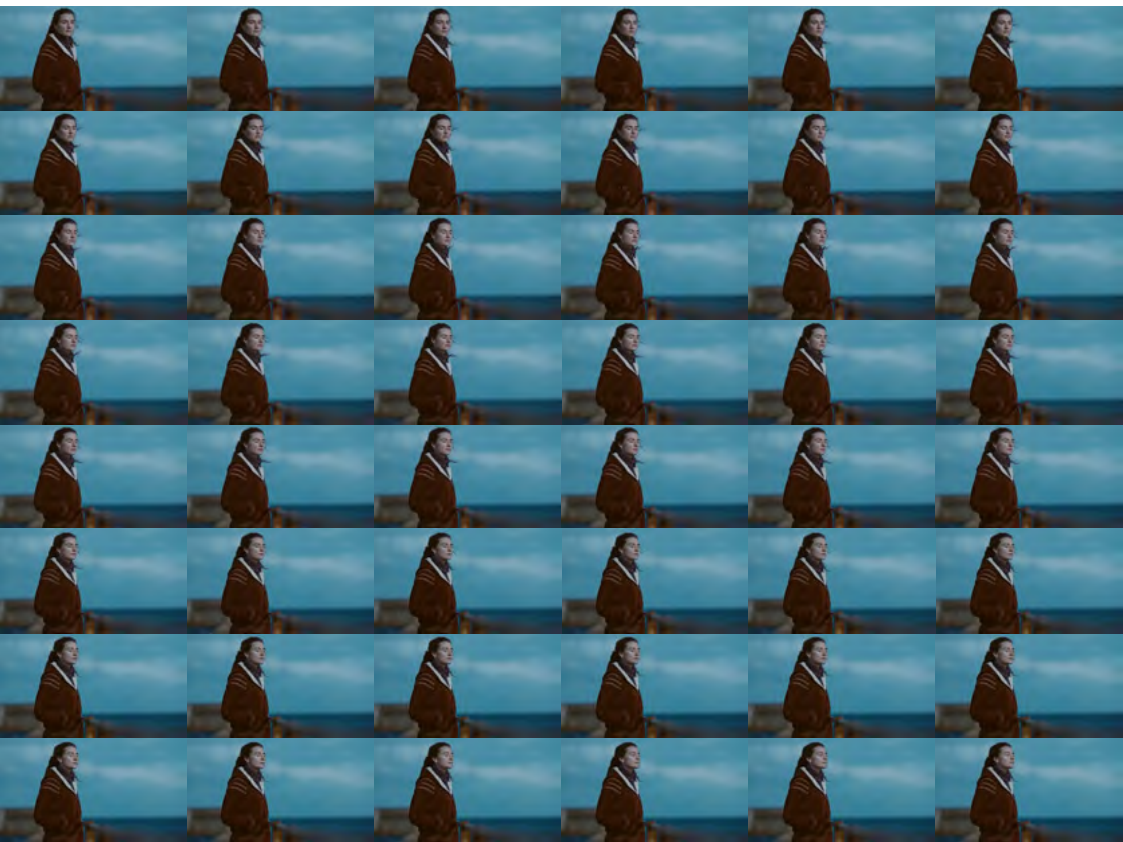
(+7,1 % par rapport à 2024)



2 746,3 M€

de ventes en vidéo à la demande

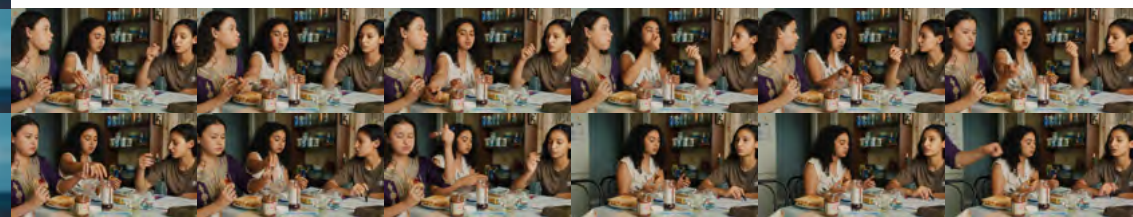
(+8,7 %)



152,8 M€

de ventes en vidéo physique

(-16,0 %)



Précisions 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, par correspondance et sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques ni dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location.

Pour la vidéo à la demande, les dépenses sont évaluées par AQOA pour la V&D à l'acte (location et vente) à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de V&D), et par le CNC pour la V&D par abonnement notamment sur la base des données publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public.

Toutes les données présentées dans cette partie s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

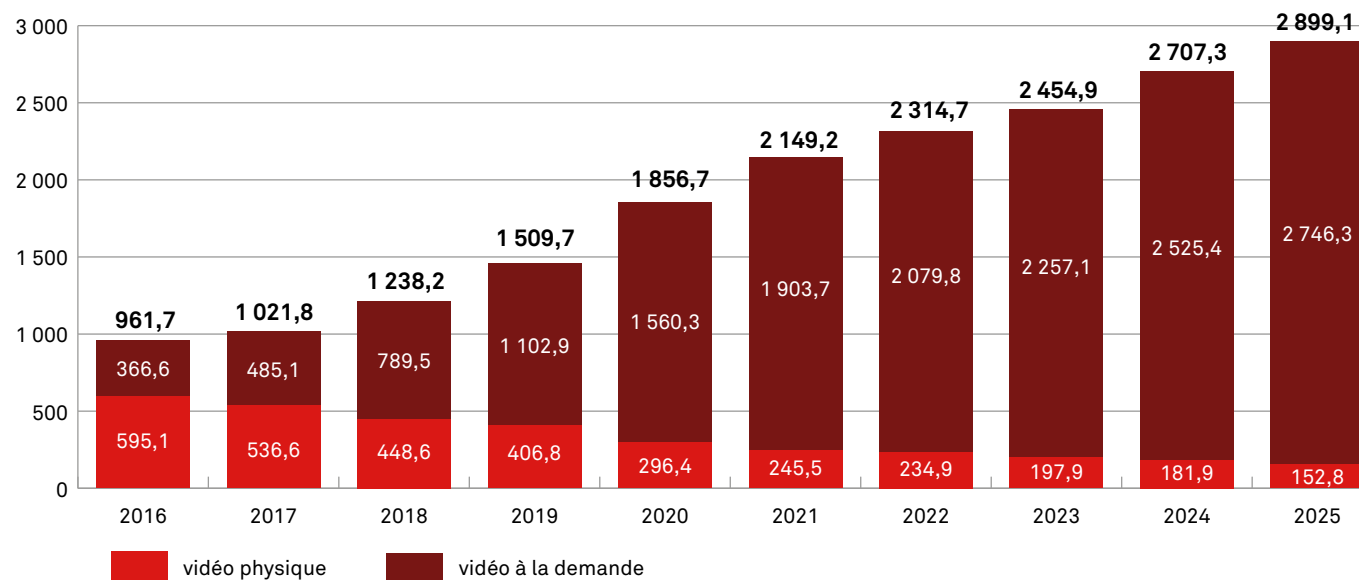
Le marché de la vidéo avoisine les 3 Md€

En 2025, les ventes totales de vidéo en France, qui comprennent les ventes de vidéo physique (DVD/Blu-ray, hors location) et de vidéo à la demande (paiement à l'acte et abonnement), augmentent de 7,1 % par rapport à 2024. En s'établissant à 2 899,1 M€, le chiffre d'affaires de la vidéo est en hausse pour la neuvième année consécutive et a triplé par rapport à 2016.

En 10 ans, le marché de la vidéo à la demande a été multiplié par 7,5.

Le marché de la vidéo a connu une transformation majeure au cours des dix dernières années, en passant d'un modèle dominé par la vidéo physique (61,9 % du marché en 2016) à un modèle largement porté par la vidéo dématérialisée (94,7 % du marché en 2025). En effet, avec 2 746,3 M€ de chiffre d'affaires en 2025, le marché de la vidéo à la demande a été multiplié par 7,5 par rapport à 2016. À l'inverse, le segment de la vidéo physique s'est considérablement réduit, passant de 595,1 M€ en 2016 à 152,8 M€ en 2025 (-74,3 %).

Marché de la vidéo par segment¹ (M€)



¹ En valeur (TTC).
Source : CNC, AQOA, GfK.

4.2

La vidéo physique

En 2025 :

152,8 M€ de ventes de DVD et Blu-ray
(-16,0 % par rapport à 2024)

113,1 M€
de ventes pour le cinéma
(-14,4 %)

39,0 M€
de ventes pour le hors film
(-19,6 %)

0,7 M€
de ventes pour les OPNI*
(-44,1 %)

*opérations promotionnelles sans
distinction de titres

19,7 millions
d'unités vendues (-18,2 %)



Précisions méthodologiques

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

L'analyse des supports vidéo par genre distingue trois univers : les films cinématographiques, le hors film et les opérations promotionnelles. Les films cinématographiques regroupent l'ensemble des longs métrages ayant fait l'objet d'une exploitation en salles en France. Le hors film regroupe l'ensemble des œuvres éditées directement en vidéo et les autres programmes tels que les programmes audiovisuels, les pièces de théâtre, les documentaires (hors longs métrages cinématographiques), les spectacles d'humour, les courts métrages, les programmes musicaux et les programmes divers (santé, forme, cuisine, etc.). Les opérations promotionnelles regroupent des supports vendus sous le même numéro EAN sans distinction de titres ; ils ne peuvent être classés dans l'un ou l'autre des univers précédemment cités.

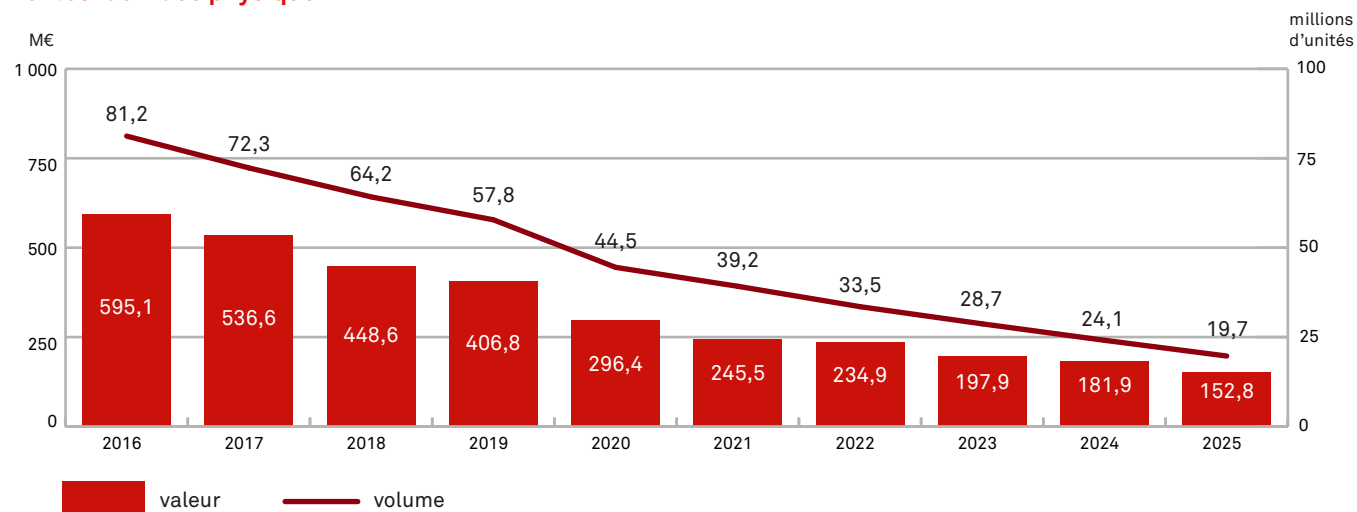
Les programmes pour adultes sont exclus du périmètre d'analyse car aucun magasin faisant partie du panel vidéo n'en vend.

Un marché de la vidéo physique toujours en recul

En 2025, les ventes, toutes taxes comprises, de DVD et de Blu-ray baissent de 16,0 % par rapport à 2024 et s'élèvent à 152,8 M€. Pour la troisième année consécutive, le marché de la vidéo physique s'inscrit sous la barre des 200 M€ de chiffre d'affaires. En dix ans, les recettes de ce marché ont été divisées par près de 4 (-74,3 %) et représentent, en 2025, 5,3 % du marché global de la vidéo (6,7 % en 2024 et 61,9 % en 2016). Entre 2024 et 2025, le nombre de supports vidéo vendus (DVD et Blu-ray) recule de 18,2 %, et pour la première fois depuis 2004 (première année du suivi statistique des ventes en vidéo) s'établit en dessous des 20 millions, à 19,7 millions.

Depuis maintenant plusieurs années, la vidéo physique fait face à la concurrence croissante de la vidéo à la demande (VàD) et notamment par abonnement. Si, en 2016, la vidéo à la demande ne représentait que 38,1 % du marché global de la vidéo, elle s'impose désormais largement, atteignant 94,7 % de part de marché en 2025. Les Français se sont largement tournés, surtout au moment de la crise sanitaire, vers ces services : en moyenne par mois, 64,1 % des internautes de 3 ans et plus déclarent avoir regardé au moins un programme en VàD en 2025 (+1,4 point par rapport à 2024).

Ventes¹ de vidéo physique



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

À 152,8 M€ en 2025, les ventes de DVD et de Blu-ray ont été divisées par près de 4 par rapport à 2016.

Un recul plus important pour le DVD que pour le Blu-ray

Longtemps au centre du marché de la vidéo physique, la part de marché du DVD ne cesse de reculer depuis l'apparition du Blu-Ray et, sans doute, le succès en salles de films à fort effets visuels pour lesquels ce format s'avère particulièrement adapté. En 2025, le DVD représente 52,3 % du marché physique en valeur, contre 55,3 % en 2024 et 75,1 % en 2016. Les ventes de DVD reculent de 20,6 % par rapport à 2024, ont été divisées par plus de 5 en 10 ans (-82,1 %), et passent pour la première fois sous la barre des 100 M€. Pour un total de 79,9 M€ de chiffre d'affaires, 14,0 millions de DVD ont été vendus en 2025, soit 20,3 % de moins qu'en 2024 et 79,5 % de moins qu'en 2016.

En 2025, le DVD capte la moitié du marché de la vidéo physique en valeur (52,3 %), en recul continu depuis l'émergence du Blu-ray.

Le taux d'équipement en appareils avec fonction lecteur Blu-ray est parfaitement stable sur un an, à 21,4 % des foyers équipés (comme en 2024), mais il continue de s'effriter sur plus long terme (25,5 % en 2020 et 28,5 % en 2016). En 2025, les recettes du Blu-ray baissent (-10,3 % sur un an) pour atteindre 72,9 M€, première fois sous la barre des 80 M€. Les volumes vendus reculent également : 5,7 millions de disques, soit -12,4 % par rapport à 2024. Le Blu-Ray représente 47,7 % du chiffre d'affaires de la vidéo physique, une part en constante progression depuis l'apparition du support sur le marché (+3,0 points par rapport à 2024 et +22,8 points par rapport à 2016).

Ventes¹ de vidéo physique selon le support

	volume (millions d'unités)		
	DVD	Blu-ray	total
2016	68,3	12,9	81,2
2017	60,1	12,2	72,3
2018	53,2	11,0	64,2
2019	46,9	10,9	57,8
2020	36,2	8,3	44,5
2021	31,3	7,9	39,2
2022	26,0	7,5	33,5
2023	21,9	6,8	28,7
2024	17,6	6,4	24,1
2025	14,0	5,7	19,7

¹ Ventes toutes taxes comprises.
Source : CNC – GfK.

	valeur (M€)		
	DVD	Blu-ray	total
	446,8	148,3	595,1
	393,9	142,8	536,6
	323,3	125,3	448,6
	284,2	122,6	406,8
	206,3	90,1	296,4
	164,5	81,0	245,5
	144,9	90,0	234,9
	117,5	80,3	197,9
	100,6	81,3	181,9
	79,9	72,9	152,8

Avec près des ¾ des recettes de la vidéo physique, le cinéma est le genre dominant

En valeur, le segment du cinéma continue de dominer le marché de la vidéo physique : à 113,1 M€ en 2025, soit 74,0 % du total. Exceptée l'année 2022 qui affichait une hausse sur un an (+10,8 % par rapport à 2021, année où l'offre de nouveautés avait été affaiblie par la fermeture des salles de cinéma), les ventes de films sont en baisse constante (-14,4 % par rapport à 2024 et -67,9 % par rapport à 2016), toutefois moins conséquente que celle observée sur le hors film (-19,6 % par rapport à 2024 et -81,8 % par rapport à 2016). En volume, 10,9 millions de disques contenant au moins une œuvre cinématographique ont été vendus en 2025, soit un recul de 13,8 % par rapport à 2024.

Les ventes de films cinématographiques poursuivent leur baisse en 2025 à 113,1 M€ (-14,4 % par rapport à 2024).

Comme mentionné précédemment, le chiffre d'affaires du hors film en vidéo physique recule également en 2025 à 39,0 M€ (-19,6 % par rapport à 2024). Ce segment représente un quart du marché total en valeur (25,5 % soit -1,2 point sur un an) contre 44,1 % du volume (-2,3 points). Le nombre d'unités vendues diminue de 22,4 % en 2025 à 8,7 millions. Pour la deuxième année consécutive, le volume du hors film est inférieur à celui du film.

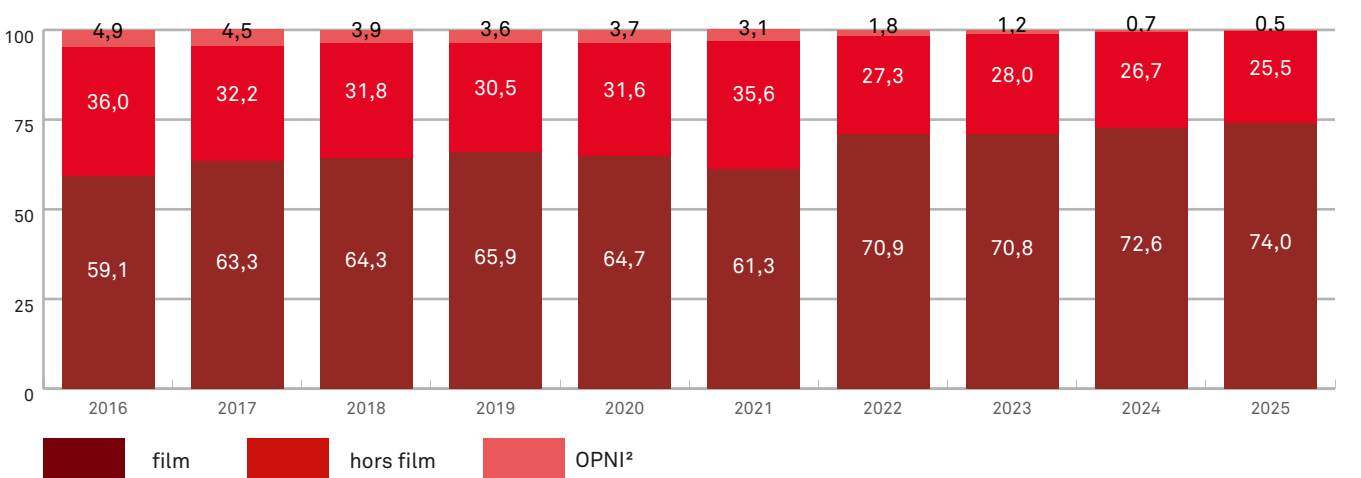
Ventes¹ de vidéo physique selon le contenu

	volume (millions d'unités)			
	film	hors film	OPNI ²	total
2016	35,7	41,0	4,5	81,2
2017	32,3	36,1	3,9	72,3
2018	28,5	32,7	3,1	64,2
2019	26,0	29,5	2,3	57,8
2020	20,3	22,6	1,7	44,5
2021	16,9	21,1	1,3	39,2
2022	16,3	16,6	0,7	33,5
2023	13,9	14,3	0,4	28,7
2024	12,6	11,2	0,3	24,1
2025	10,9	8,7	0,1	19,7

	valeur ¹ (M€)			
	film	hors film	OPNI ²	total
	351,8	214,3	29,0	595,1
	339,7	173,0	23,9	536,6
	288,3	142,6	17,7	448,6
	268,2	124,0	14,7	406,8
	191,8	93,7	10,9	296,4
	150,4	87,4	7,7	245,5
	166,7	64,0	4,2	234,9
	140,0	55,4	2,4	197,9
	132,0	48,5	1,3	181,9
	113,1	39,0	0,7	152,8

¹ Ventes toutes taxes comprises.
² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ de vidéo physique selon le contenu (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).
Source : CNC – GfK.

Le segment des films cinématographiques est moins concentré en 2025 qu'en 2024, retrouvant ainsi un niveau de concentration sur les dix premiers titres similaire à celui de 2021. Les dix films les plus vendus en vidéo physique totalisent 6,3 % des ventes en volume (8,0 % en 2024), les vingt premiers 10,3 % (12,3 % en 2024) et les 30 premiers 12,9 % (16,0 % en 2024). Hors crise sanitaire, il s'agit des plus bas niveaux de la décennie.

Deux titres français sont présents dans le top 10 et se hissent à la première et deuxième place : *Les Enfoirés 2025 – Au pays des Enfoirés* (1^{er}), captation du concert qui apparaît systématiquement dans le top 10 de ces neuf dernières années, et *Le Comte de Monte-Cristo* (2^e), film français déjà présent dans le classement 2024 à la même position. Deux autres œuvres présentes dans le classement 2025 l'étaient également en 2024, à savoir la saison 8 de la série américaine *Game of Thrones* (4^e en 2025 et 5^e en 2024) et le film britannique *Harry Potter et les reliques de la mort – Partie 2* (respectivement 5^e et 7^e). Au-delà des deux premières places occupées par des œuvres françaises, le top 10 de l'année 2025 compte quatre films et une série américains, dont *Vaiana 2* (3^e), et trois films britanniques.

Résultats des films cinématographiques les plus performants en vidéo physique (% des volumes totaux de films vendus)

	top 10	top 20	top 30
2016	8,3	13,2	17,1
2017	8,4	13,1	17,0
2018	8,1	13,3	17,0
2019	8,8	13,1	17,0
2020	8,1	12,2	15,1
2021	6,2	9,3	11,6
2022	10,2	15,2	18,7
2023	8,7	12,7	15,6
2024	8,0	12,3	16,0
2025	6,3	10,3	12,9

Source : CNC - GfK.

Classement des 10 meilleures ventes de vidéo physique en valeur en 2025

rang	titre	catégorie	genre	nationalité ¹
1	<i>Les Enfoirés 2025 – Au pays des Enfoirés</i>	hors film	musique	FR
2	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i> ²	film	fiction	FR
3	<i>Vaiana 2</i>	film	enfant	US
4	<i>Game of Thrones - saison 8</i> ²	hors film	fiction	US
5	<i>Harry Potter et les reliques de la mort – Partie 2</i> ²	film	fiction	GB
6	<i>Gladiator II</i>	film	fiction	GB
7	<i>Mission Impossible – The Final Reckoning</i>	film	fiction	US
8	<i>Jurassic World – Renaissance</i>	film	fiction	GB
9	<i>Mufasa – Le roi lion</i>	film	enfant	US
10	<i>Venom – The Last Dance</i>	film	fiction	US

¹ FR = France / GB = Grande-Bretagne / US = Etats-Unis.

² Titres déjà présents dans le classement 2024.

Source : CNC – GfK.

Le cinéma français, deuxième meilleure part de marché historique des films en vidéo physique

En 2025, le cinéma français génère 27,1 M€ de recettes en vidéo physique, un niveau en baisse par rapport à 2024 (-21,7 %), qui était porté par des films ayant rencontré un large succès en salles, et deux fois inférieur à celui d'avant crise (59,0 M€ en moyenne entre 2017 et 2019).

La part de marché des films français en vidéo physique s'élève à 23,9 % en 2025, soit une baisse de 2,3 points par rapport à 2024. Malgré ce recul sur un an, il s'agit, derrière 2024, du deuxième plus haut niveau depuis 2004 (première année du suivi statistique des ventes en vidéo selon la nationalité des films). En 2025, un seul film français figure parmi les dix meilleures ventes en valeur en vidéo physique (deux en 2024) : *Le Comte de Monte-Cristo* (2^e du classement tous genres confondus et 1^{er} du classement cinéma, soit les mêmes places qu'en 2024). Le second film français, *L'Amour Ouf*, se positionne à la 18^e place tous genres confondus et à la 16^e du classement cinéma.

Une part de marché en hausse pour les films américains, au plus haut niveau post crise sanitaire

Pour la première fois, les ventes de films américains en vidéo physique s'établissent sous la barre des 70 M€ et atteignent 67,5 M€ (-7,3 % par rapport à 2024). Malgré ce recul, leur part de marché progresse pour atteindre 59,7 % (+4,6 points sur un an), soit leur meilleur niveau depuis la crise sanitaire, mais toujours inférieur à celui observé avant (63,7 % en moyenne entre 2017 et 2019).

Les films américains réalisent quatre des dix meilleures performances, tous genres confondus, en 2025 (trois en 2024). *Vaiana 2* se classe 3^e du classement général (2^e du classement cinéma), devant *Mission Impossible – The Final Reckoning* (7^e et 5^e du classement cinéma), *Mufasa – Le roi lion* (9^e et 7^e du classement cinéma) et *Venom – The Last Dance* (10^e et 8^e du classement cinéma).

Une part de marché des films européens à leur plus bas niveau de la décennie, et plus haut niveau pour les films d'autres nationalités

Les ventes des films européens non français reculent en 2025 de 32,5 % par rapport à 2024 à 10,8 M€. Ils enregistrent leur plus basse part de marché de la décennie, à 9,5 % (-2,6 points sur un an). Trois films britanniques intègrent le classement général (deux en 2024) : *Harry Potter et les reliques de la mort – Partie 2* (5^e et 3^e du classement cinéma), *Gladiator II* (6^e et 4^e du classement cinéma) et *Jurassic World – Renaissance* (8^e et 6^e du classement cinéma).

En 2025, la part de marché des films non européens et non américains est stable à 6,8 % (6,6 % en 2024) et constitue un plus haut niveau de la décennie. A 7,7 M€, leurs recettes reculent cependant par rapport à 2024 (-11,8 %). *Le Seigneur des anneaux – Le retour du roi*, film néo-zélandais, 1^{er} film non européen et non américain, se hisse à la 14^e place du classement cinéma et à la 16^e place du classement général.

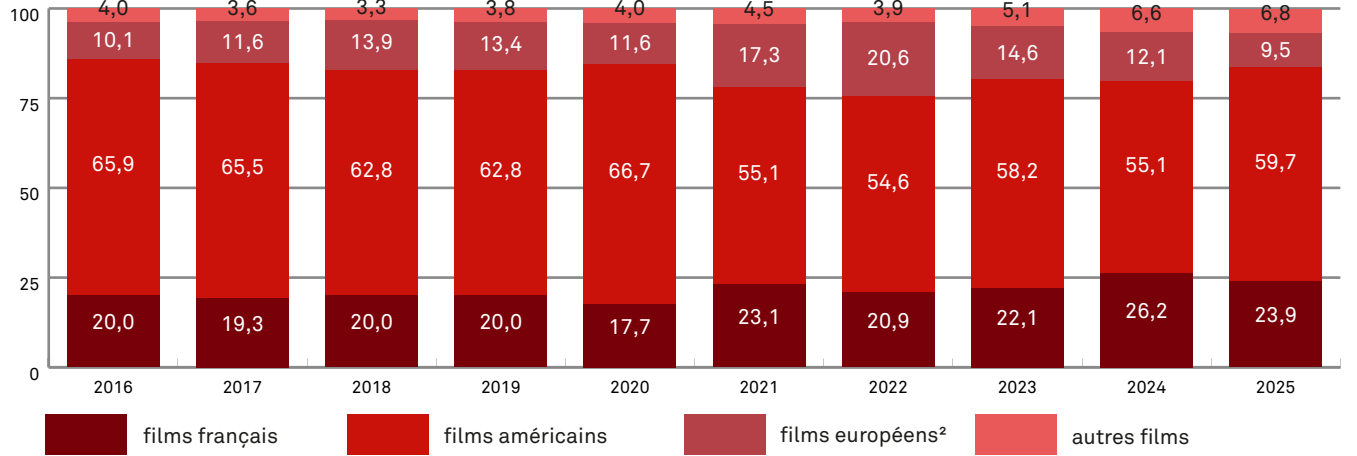
En 2025, les films français représentent près du quart des ventes de films en vidéo physique (23,9 %).

Ventes¹ de films en vidéo physique selon la nationalité (M€)

	films français	films américains	films européens ²	autres films	total
2016	70,5	231,7	35,4	14,2	351,8
2017	65,6	222,4	39,4	12,4	339,7
2018	57,7	181,2	40,0	9,4	288,3
2019	53,7	168,5	35,9	10,2	268,2
2020	34,0	128,0	22,2	7,6	191,8
2021	34,0	80,9	25,4	6,6	146,9
2022	34,8	90,9	34,4	6,5	166,7
2023	31,0	81,5	20,4	7,2	140,0
2024	34,6	72,8	16,0	8,8	132,1
2025	27,1	67,5	10,8	7,7	113,1

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² Europe continentale, hors France.
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ de films en vidéo physique selon la nationalité (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
² Europe continentale, hors France.
Source : CNC – GfK.

Hors film, la part de marché de la fiction à son plus haut niveau historique

En 2025, l'ensemble des segments du marché du hors film affichent une baisse de leurs ventes sur un an et, tous, leur plus bas chiffre d'affaires depuis 2004. Malgré la présence de deux spectacles musicaux dans le classement des meilleures ventes en valeur du hors film, *Les Enfoirés 2025 – Au pays des Enfoirés* (1^{er} au classement du hors film et 1^{er} au classement général) et *Mylène Farmer – Nevermore le film* (7^e et 42^e au classement général), le segment de la musique est celui qui recule le plus par rapport à 2024 (-40,9 %, à 3,7 M€).

Excepté ces deux titres, le classement des meilleures ventes hors film de 2025 est uniquement composé de séries de fiction. De fait, bien que les recettes de fiction baissent de 17,8 % par rapport à 2024 (27,0 M€ en 2025), celle-ci reste le genre le plus vendu (69,2 % des recettes du hors film), loin devant les programmes pour enfants (17,6 %). Dépasant les 60 % depuis 2016, ce genre avoisine désormais les 70 % de part de marché et atteint son plus haut niveau en 2025.

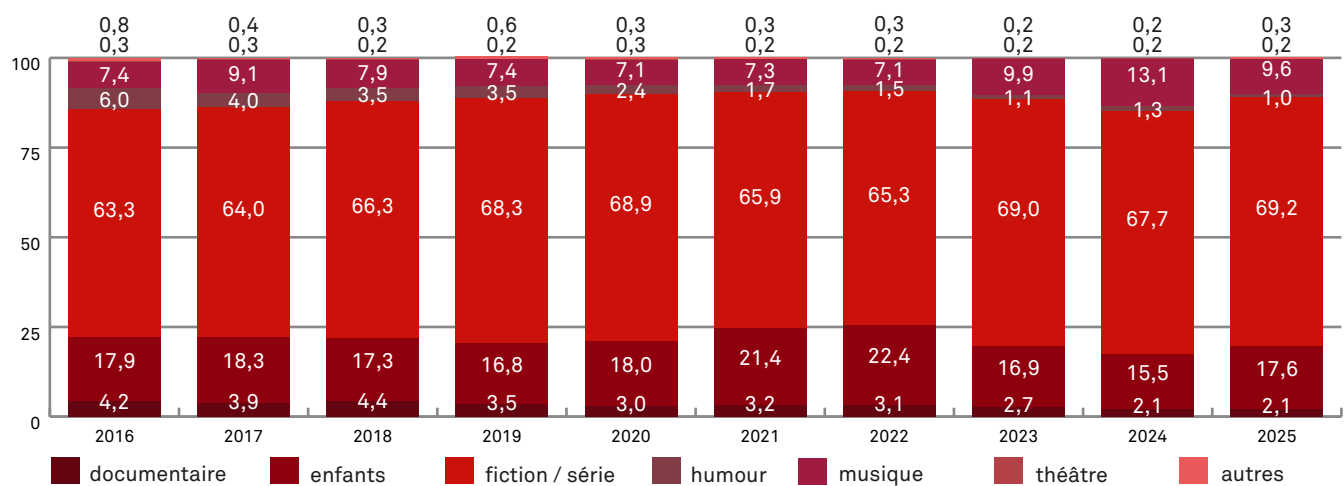
Au sein de la fiction, les recettes de programmes français reculent de 15,1 % sur un an pour s'établir à 5,1 M€ en 2025. La fiction française représente 18,8 % des recettes totales du genre (18,2 % en 2024). Pour la troisième année consécutive, la sixième saison de *Kaamelott* est la première fiction française et se positionne à la 3^e place du classement des meilleures ventes en valeur du hors film de 2025 (23^e au classement général). Les ventes en vidéo physique de fictions étrangères atteignent 21,9 M€ (-18,4 % par rapport à 2024) et captent 81,2 % des recettes de la fiction en 2025. Les fictions américaines continuent de dominer le classement des meilleures ventes hors film (7 titres dans le top 10 de 2025, contre 8 en 2024), avec en deuxième position la huitième saison de *Game of Thrones* (4^e au classement général).

Ventes¹ du hors film en vidéo physique selon le genre (M€)

	documentaire	enfants	fiction / série	humour	musique	théâtre	autres	total
2016	9,1	38,3	135,7	12,8	15,9	0,7	1,8	214,3
2017	6,8	31,7	110,7	7,0	15,8	0,5	0,6	173,0
2018	6,3	24,7	94,6	4,9	11,3	0,3	0,5	142,6
2019	4,4	20,8	84,6	4,3	9,2	0,3	0,4	124,0
2020	2,8	16,8	64,6	2,3	6,7	0,2	0,3	93,7
2021	2,9	19,5	60,0	1,5	6,6	0,2	0,3	91,0
2022	2,0	14,4	41,8	0,9	4,6	0,2	0,2	64,0
2023	1,5	9,4	38,2	0,6	5,5	0,1	0,1	55,4
2024	1,0	7,5	32,8	0,6	6,3	0,1	0,1	48,5
2025	1,5	6,8	27,0	0,4	3,7	0,1	0,1	39,0

¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

Répartition des ventes¹ du hors film en vidéo physique selon le genre (%)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC – GfK.

4.3

La vidéo à la demande (VàD payante)

En 2025 :

2 746,3 M€

de dépenses des ménages en vidéo à la demande

(+8,7 % par rapport à 2024)



2 511,0 M€

en abonnement

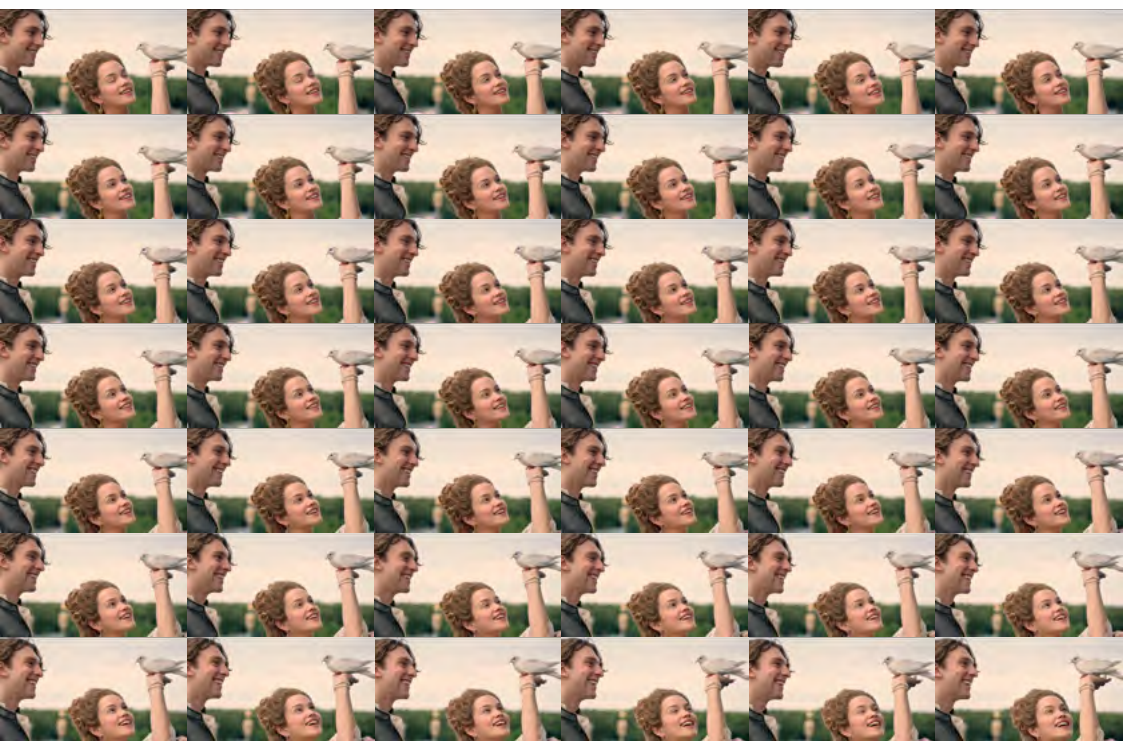
(+10,7 %)



235,3 M€

en paiement à l'acte

(-8,5 %)



Le marché de la VàD

Remarques méthodologiques

Vidéo à la demande transactionnelle

Les dépenses sont évaluées par AQOA à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD). Les données en valeur s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Les références actives sont les programmes qui ont fait l'objet d'au moins une transaction en VàD à l'acte (location et vente) au cours de la période étudiée. Dans le cadre d'une série, une référence correspond à un épisode. La catégorie 'autres programmes' regroupe les documents audiovisuels, la captation de spectacles, de pièces de théâtre, de concerts ou de spectacles d'humour.

Vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

Les dépenses sont évaluées par le CNC, notamment sur la base des données publiques publiées par les sociétés et d'enquêtes réalisées auprès du public. L'offre et la consommation de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont mesurées chaque mois par Médiamétrie. L'analyse de l'offre couvre 15 services : ADN, AppleTV+, Benshi, CANAL+, CANAL+ Séries, Crunchyroll, Disney+, Filmo, HBO Max, Netflix, Paramount+, Prime Video, Shadowz, TFOUMAX et UniversCiné.

Compte tenu de l'arrêt du baromètre de la consommation le 31 août 2025, l'analyse de la consommation VàDA porte sur les huit premiers mois de l'année, soit de janvier à août 2025. L'analyse couvre 9 services : Apple TV+, CANAL+, Disney+, Filmo, HBO Max, Netflix, Paramount+, Prime Video et TFOUMAX.

Les données sur le nombre de services de VàDA utilisés et sur les abonnements avec publicité sont issues du baromètre OTT du quatrième trimestre 2025 réalisé par NPA

Conseil et Harris Interactive. Ces données sont le résultat d'une enquête administrée auprès de 3 901 individus de 15 ans et plus entre le 6 et le 13 janvier 2026. Les données portant sur le nombre de visiteurs quotidiens de services de VàDA sont issues de l'outil Médiamétrie NetRatings qui mesure les audiences des sites et applications internet à partir d'un panel de plus de 25 000 personnes âgées de 2 ans et plus dont tous les écrans du foyer sont équipés d'un logiciel de tracking, Netsight.

Usages de la VàD payante

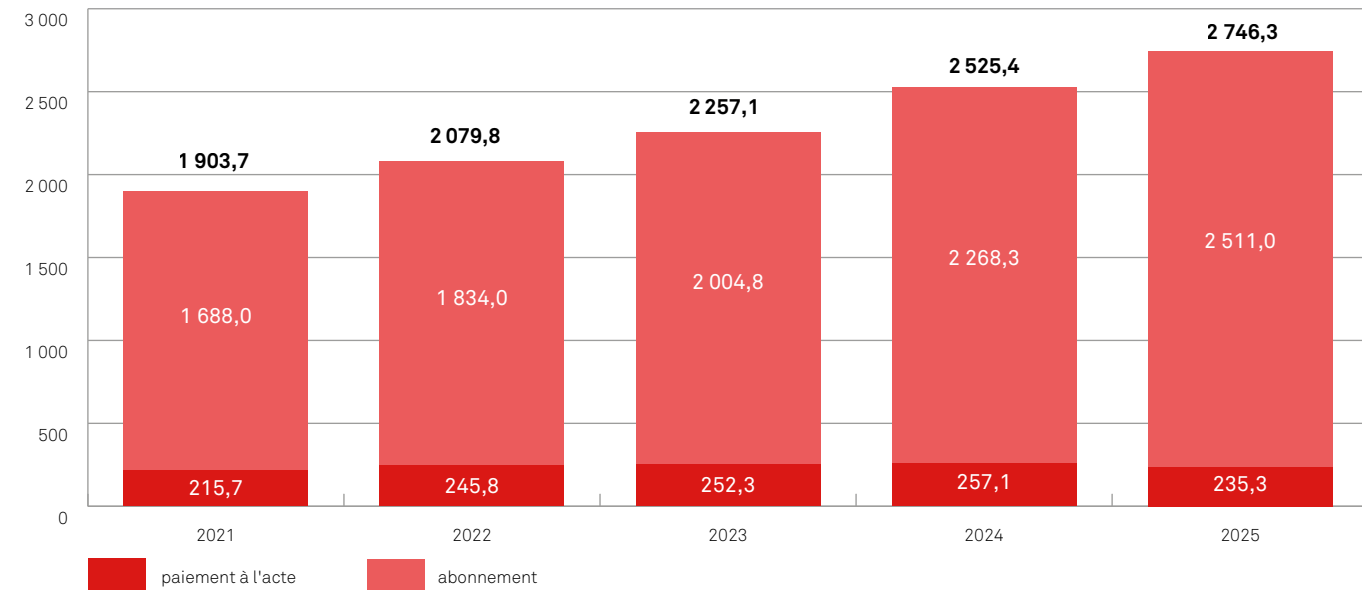
Les données sur l'usage de la vidéo à la demande en France sont issues d'une enquête sur internet administrée, à la demande du CNC, par la société Vertigo chaque mois auprès de 1 200 individus âgés de 3 ans et plus.

La vidéo à la demande par abonnement poursuit sa croissance

En 2025, le marché de la VàD payante en France est estimé à 2 746,3 M€, en progression de 8,7 % par rapport à 2024. Avec 2 511,0 M€ de chiffre d'affaires, la VàDA capte 91,4 % du marché de la VàD payante (89,8 % en 2024). L'écart avec la VàD en paiement à l'acte continue de se creuser, puisque celle-ci représente désormais moins de 10 % du marché (8,6 % en 2025 contre 10,2 % en 2024 et 64,2 % en 2016), soit 235,3 M€ de chiffre d'affaires. Dans le détail, la part de marché de la location à l'acte s'établit à 5,7 % (6,7 % en 2024) et la part de marché de la vente à l'acte à 2,9 % (3,5 % en 2024).

En 2025, le marché de la VàD payante en France s'établit à 2 746,3 M€ (+8,7 % en un an).

Marché de la VàD payante selon le type de transaction¹ (M€)



¹ Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC - AQOA.

La VàD en paiement à l'acte

Recul du marché de la VàD transactionnelle

Selon AQOA, le marché de VàD en paiement à l'acte (location et vente) baisse en 2025, à 235,3 M€ (-8,5 % par rapport à 2024). Un repli qui s'explique en partie par le succès de l'année 2024 portée par des films français tels que *Un p'tit truc en plus* ou *Le Comte de Monte-Cristo* et par une année 2025 en demi-teinte pour les salles (-13,6 % par rapport à 2024). L'année 2025 constitue le deuxième plus bas niveau des dix dernières années, après 2021, à 216,0 M€ (fortement corrélé à la baisse de l'offre de films frais liée à la fermeture des salles pendant la crise sanitaire).

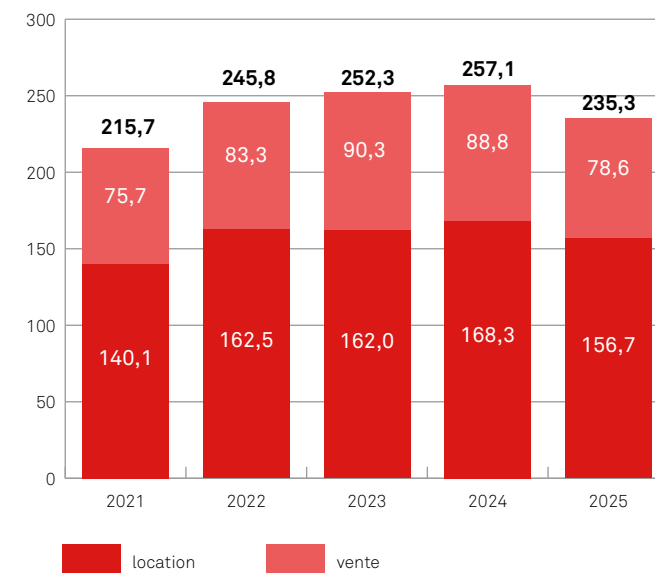
Les deux segments de ce marché reculent : -6,9 % en un an pour la location à l'acte à 156,7 M€ et -11,5 % pour la vente à l'acte (EST) à 78,6 M€. Le recul plus conséquent de la vente à l'acte s'explique par une offre, traditionnellement portée par des films américains d'action et d'aventure, moins dense et moins porteuse en 2025. La location représente 66,6 % du marché de la VàD en paiement à l'acte (65,5 % en 2024), contre 33,4 % pour la vente (34,5 % en 2024). En 2025, le prix moyen d'une transaction en VàD s'établit à 4,08 € en location et à 9,83 € à la vente, contre respectivement 4,00 € et 9,73 € en 2024. Le prix moyen d'une location reste toutefois inférieur à 2019 (-0,14 €) tandis qu'il progresse pour la vente (+0,86 €).

L'équipement des foyers français en télévision connectée se développe depuis plusieurs années pour atteindre 68,0 % en 2025, soit +5,8 points par rapport à 2024. Ce fort taux d'équipement facilite l'accès aux services de VàD via internet directement depuis l'écran d'accueil de la télévision. Avec l'OTT (c'est-à-dire directement par internet) qui domine désormais l'IPTV (c'est-à-dire via les box des fournisseurs d'accès à internet), le modèle de consommation de la VàD s'est inversé par rapport à 2019. En 2025, 33,8 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte est réalisé en IPTV (55,1 % en 2019) contre 66,2 % en OTT (44,9 % en 2019), soit le plus haut niveau observé.

Pour la quatrième année consécutive, l'OTT génère la majorité des revenus de la location et de la vente, représentant 64,5 % du chiffre d'affaires de la location et 69,3 % de celui de la vente, à des niveaux historiques.

Le marché de la VàD en paiement à l'acte s'établit à 235,3 M€ en 2025 (-8,5 % par rapport à 2024).

Marché de la VàD en paiement à l'acte¹ (M€)



¹Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : AQOA.

Les services américains continuent de dominer la VàD transactionnelle

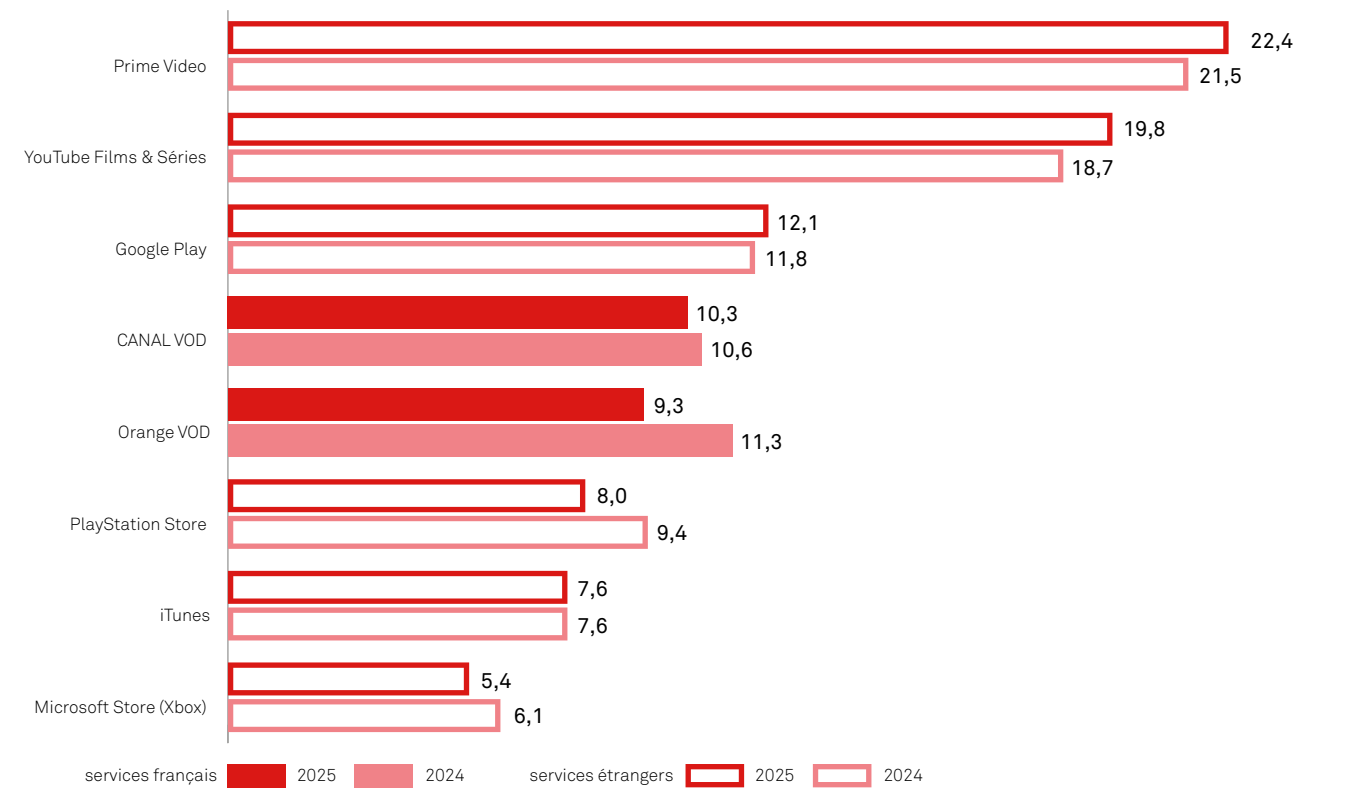
D'après l'enquête CNC/Vertigo, 21,1 % des Français déclarent avoir utilisé un service de vidéo à la demande transactionnelle (location ou achat) en moyenne par mois en 2025 (-1,1 point par rapport à 2024).

Prime Video est le premier service de VàD transactionnelle en France avec 22,4 % des consommateurs de VàD transactionnelle qui ont déclaré avoir regardé des programmes en location ou à l'achat sur ce service en 2025 (+0,9 point par rapport à 2024). YouTube Films & Séries arrive en deuxième position avec 19,8 % (+1,0 point). A noter que ces deux services américains bénéficient d'une possible surdéclaration liée pour Prime Video à la confusion avec son offre de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et pour YouTube à la popularité du service gratuit (49,4 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois en 2025).

27,2 % des consommateurs de VàD transactionnelle déclarent avoir regardé des programmes sur un service de VàD français (-0,6 point par rapport à 2024). Le premier acteur français, CANAL VOD, se hisse à la quatrième place avec 10,3 % d'utilisateurs en 2025 (10,6 % et 5^e en 2024), juste devant un autre service français, Orange VOD (9,3 %, soit -2,0 points par rapport à 2024, année au cours de laquelle il était 4^e).

CANAL VOD est le premier service français de VàD transactionnelle en France.

Classement des services de VàD transactionnelle (% des utilisateurs TVoD)



Base : internautes de 3 ans et plus déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VàD transactionnelle sur la période étudiée (moyenne mensuelle).
Périmètre : services avec au moins 5 % d'utilisateurs.
Lecture : En 2025, 22,4 % des utilisateurs de services de VàD transactionnelle (location + achat) déclarent avoir regardé au moins un programme sur Prime Video en moyenne chaque mois.
Source : CNC - Vertigo.

Le cinéma représente 81,0 % du marché de la VàD à l'acte

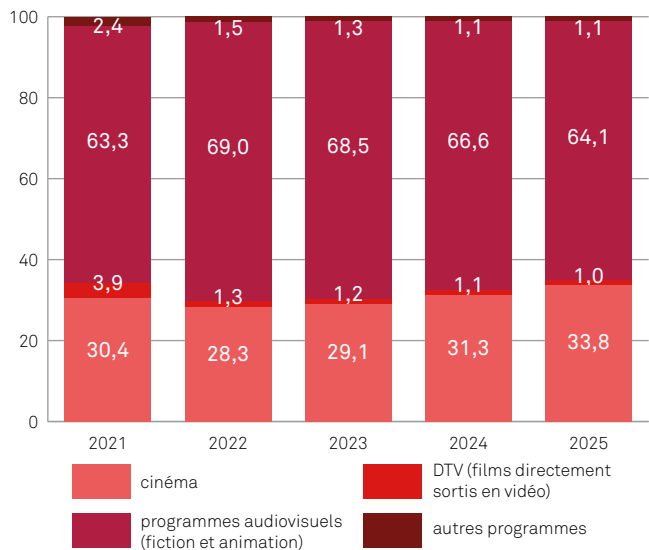
Avec 190,7 M€ de chiffre d'affaires, 81,0 % de part de marché et un classement des meilleures ventes intégralement composé de films cinématographiques, le cinéma continue de dominer le marché de la vidéo à la demande en paiement à l'acte (location et vente). Néanmoins, pour la deuxième fois en dix ans, le chiffre d'affaires du cinéma en VàD transactionnelle passe sous le seuil des 200 M€ (2021 étant à 157,3 M€). Il accuse donc une baisse de 11,7 % par rapport à 2024, et perd 2,9 points de part de marché. À l'inverse, les programmes audiovisuels progressent, en 2025, de 18,5 %, à 16,5 M€. Une hausse portée par des séries américaines telles que *Yellowstone* et *The White Lotus*. Ce genre représente 7,0 % du chiffre d'affaires de la VàD en paiement à l'acte (+1,6 point par rapport à 2024), avec une différence notable entre le segment de la vente (18,7 % de part de marché) et celui de la location (1,2 %). Cet écart s'explique par une disponibilité limitée des séries, notamment américaines, à la location, et également par une plus forte consommation des autres programmes sur ce segment.

Plus de 90 000 références actives en VàD à l'acte en 2025 (-0,7 % par rapport à 2024).

En 2025, 90 376 références sont actives en VàD à l'acte (location et vente, hors programmes pour adultes), contre 91 001 en 2024 (-0,7 %). Cette relative stabilité cache des réalités bien différentes avec une hausse des références cinéma (+7,2 % à 30 527 références actives) qui compense la baisse de celles des programmes télévisuels (-4,4 % à 57 954 références actives). Au sein de cette dernière catégorie, ce sont notamment les programmes audiovisuels d'animation qui, avec 4 674 références actives, entraînent cette baisse (-18,1 % par rapport à 2024), une offre presque divisée par deux en 5 ans (-44,6 % par rapport à 2020). Un recul qui s'explique par le fait que les programmes audiovisuels d'animation, majoritairement adressés à des enfants,

moins sensibles à la nouveauté et qui aiment regarder plusieurs fois le même programme, se prêtent mieux à une consommation par abonnement qu'à l'acte. Les programmes audiovisuels (fiction et animation) représentent 64,1 % de l'offre active en VàD à l'acte, contre 33,8 % pour le cinéma, 1,0 % pour les DTV (films directement sortis en vidéo) et 1,1 % pour les programmes d'autres genres. Seule la part des films est en hausse par rapport à 2024 (+2,5 points). Tous genres confondus, 43,9 % des références sont actives sur un seul service en 2025 (+0,3 point par rapport à 2024),

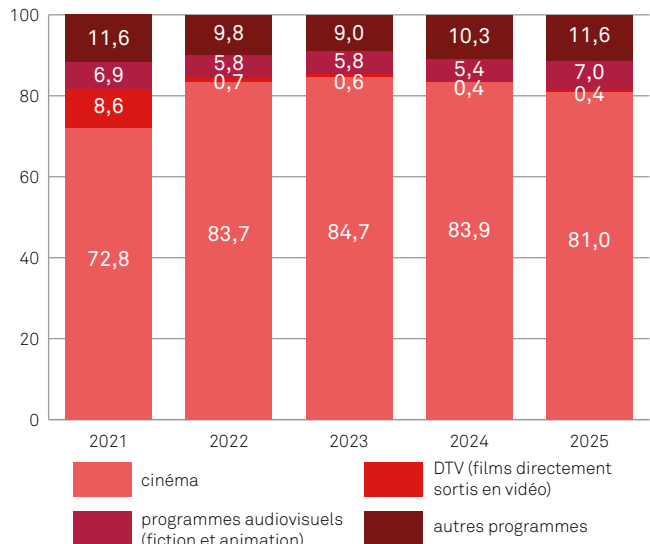
Structure de l'offre¹ de la VàD à l'acte selon le genre de programmes² (%)



¹ Location et vente, en références actives.
² Les programmes sont comptabilisés en nombre d'épisodes.
Source : AQOA.

23,1 % sur deux services (-1,3 point), 10,9 % sur trois services (-1,2 point), 7,5 % sur quatre services (-1,5 point) et 14,6 % sur cinq services ou plus (+3,8 points). Les films cinématographiques sont le genre de programmes dont le taux d'exclusivité est le plus faible. La part des références actives sur un seul service s'établit à 19,5 % pour le cinéma (-2,6 points par rapport à 2024), 24,1 % pour les DTV (-4,4 points), 54,5 % pour les programmes audiovisuels de fiction (+2,5 points), 84,2 % pour les programmes audiovisuels d'animation (+13,2 points) et 53,4 % pour les autres genres de programmes (+0,8 point).

Structure de la consommation¹ en VàD à l'acte selon le genre de programmes (%)



¹ Location et vente, en chiffre d'affaires.
Source : AQOA.

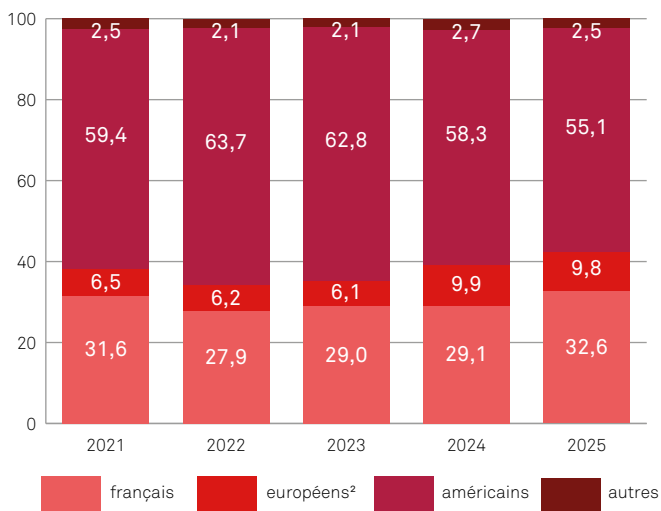
Quatre films français dans le top 10, et un podium tricolore

En 2025, les films américains représentent 50,3 % du chiffre d'affaires du film en VàD à l'acte (-2,8 points par rapport à 2024). Trois films du top 10 des programmes les plus consommés sur ce segment sont américains, avec notamment *Vaiana 2* en sixième position. Le cinéma français totalise, quant à lui, 35,4 % du chiffre d'affaires (+1,1 point). Quatre films français se hissent dans le top 10 dont trois sur le podium avec en tête *L'Amour Ouf*. La part de marché des films européens non français s'élève à 12,3 % (+1,4 point) avec la présence de trois titres britanniques dans le top 10 dont *Conclave* en quatrième position. En 2025, la part de marché en valeur des 10 premiers films s'établit à 7,8 % (8,8 % en 2024). Elle atteint 12,1 % pour les 20 films les plus performants (13,3 % en 2024) et 15,3 % pour les 30 premiers films (16,4 % en 2024). Le marché des films cinématographiques en VàD à l'acte est ainsi moins concentré en 2025 qu'en 2024, qui était à un niveau relativement bas, et se rapproche de ce qui avait été observé en 2020.

Plus du tiers du chiffre d'affaires des films en VàD transactionnelle est généré par les films français (35,4 %, +1,1 point par rapport à 2024).

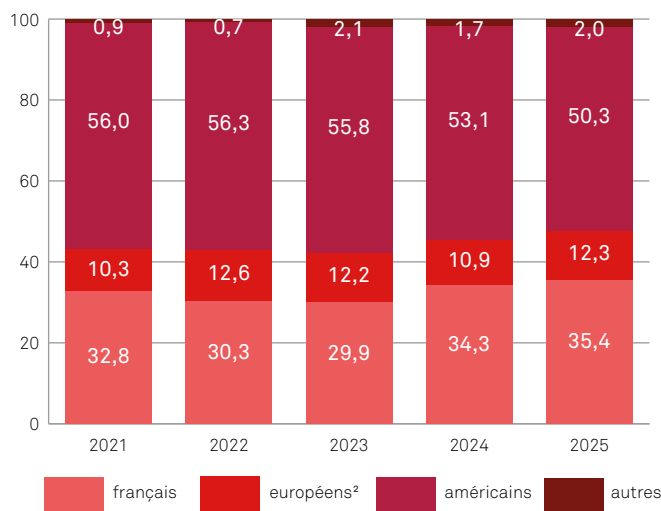
L'offre de films cinématographiques en VàD à l'acte est composée de 30 527 références actives en 2025, contre 28 474 en 2024 (+7,2 %). Les films américains constituent 55,1 % des références actives (-3,2 points par rapport à 2024), contre 32,6 % pour les films français (+3,5 points) et 9,8 % pour les films européens non français (-0,1 point).

Répartition de l'offre¹ du cinéma en VàD à l'acte selon la nationalité (%)



¹ Offre : références actives.
² Europe au sens continental.
Source : AQOA.

Répartition de la consommation¹ du cinéma en VàD à l'acte selon la nationalité (%)



¹ Consommation : location et vente, en chiffre d'affaires.
² Europe au sens continental.
Source : AQOA.

La première saison de *The White Lotus*, 1^{ère} fiction TV en VàD à l'acte

En 2025, la fiction audiovisuelle représente 6,6 % du marché de la VàD à l'acte contre 4,9 % en 2024. La fiction américaine continue de dominer ce segment (81,2 % du chiffre d'affaires de la fiction, en hausse de 3,3 points par rapport à 2024). Les cinq premières places du classement des programmes audiovisuels (fiction et animation) les plus consommés sont occupées par des séries américaines (2 dans le top 5 en 2024), avec en tête la première saison de *The White Lotus*. La fiction française recule de 1,7 point sur un an et représente 15,9 % du marché de la fiction en VàD à l'acte. La 5^e et dernière saison de la série *HPI haut potentiel intellectuel* est la seule fiction française qui se hisse dans le top 10 en 2025, qui plus est avec uniquement des épisodes à l'unité. En effet, les épisodes 1, 2 et 4 de cette 5^e saison occupent les septièmes, huitièmes et neuvièmes places dans un classement composé de saisons complètes pour les autres séries.

Sur le segment de l'animation audiovisuelle, la part de marché des programmes américains atteint 95,0 % en 2025 (92,8 % en 2024), contre 3,9 % pour les programmes français (6,1 % en 2024), qui sont à leur plus bas niveau.

Classement des programmes les plus consommés en VàD à l'acte en 2025 (tous genres)

rang	titre	genre	année de sortie au cinéma	nationalité
1	<i>L'Amour Ouf</i>	cinéma	2024	France
2	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i> ¹	cinéma	2024	France
3	<i>Un p'tit truc en plus</i> ²	cinéma	2024	France
4	<i>Conclave</i>	cinéma	2024	Grande-Bretagne
5	<i>Gladiator II</i>	cinéma	2024	Grande-Bretagne / Etats-Unis
6	<i>Vaiana 2</i>	cinéma	2024	Etats-Unis
7	<i>Jurassic World : Renaissance</i>	cinéma	2025	Grande-Bretagne / Etats-Unis
8	<i>Mission Impossible - The Final Reckoning</i>	cinéma	2025	Etats-Unis
9	<i>Harry Potter à l'école des sorciers</i>	cinéma	2001	Etats-Unis
10	<i>God save the Tuche</i>	cinéma	2025	France

Source : AQOA.
¹ Film déjà présent dans le top de 2024 à la troisième place.
² Film déjà présent dans le top de 2024 à la première place.

Part de marché des films cinématographiques les plus performants en VàD à l'acte¹ (%)

	2021	2022	2023	2024	2025
top 10	11,3	11,1	9,8	8,8	7,8
top 20	16,5	17,7	15,3	13,3	12,1
top 30	20,0	22,2	18,8	16,4	15,3
autres	80,0	77,8	81,2	83,6	64,7
total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

¹ Location et vente, en chiffre d'affaires.
Source : AQOA.

La VàD par abonnement (VàDA)

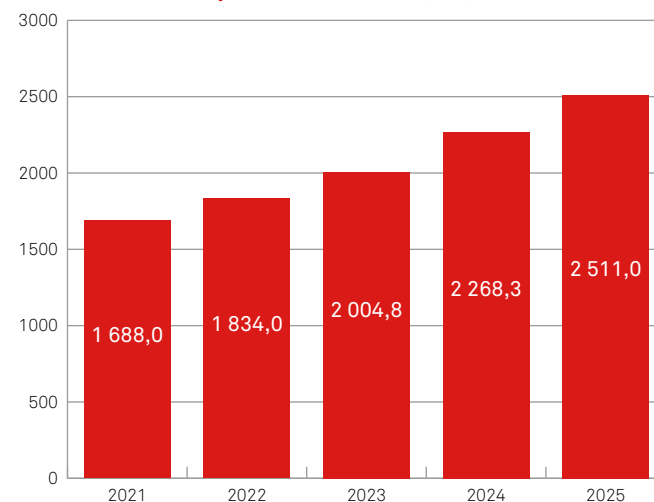
La mesure de la consommation VàDA par Médiamétrie a pris fin le 31 août 2025. De fait, l'analyse de la consommation, ainsi que les comparaisons, portent sur les huit premiers mois de l'année, soit janvier-août.

Un marché de la VàDA toujours en croissance

En 2025, le marché de la VàDA est estimé par le CNC à 2 511,0 M€. Il progresse de 10,7 % par rapport à 2024, une croissance plus dynamique que celle observée en 2024 (+9,3 % par rapport à 2023). Après des signes de saturation du marché à la sortie de la crise sanitaire, les différentes stratégies des services américains pour améliorer leur rentabilité semblent porter leurs fruits notamment grâce à la généralisation des offres avec publicité et aux nouvelles hausses tarifaires. En mai 2025, Netflix et Disney+ ont revalorisé l'ensemble de leurs offres : l'offre standard de Netflix a ainsi augmenté de 11,1 % passant de 13,49 € à 14,99 € par mois, et en octobre, celle de Disney+ est passée de 9,99 € à 10,99 € par mois soit +10,0 %.

L'année 2025 a également été marquée par des actualités structurantes, à commencer par la fin du contrat entre Disney+ et CANAL+ au 1^{er} janvier et le nouvel accord de Disney+ avec les organisations professionnelles du cinéma. Des accords inédits de distribution entre services de VàDA et groupes télévisuels ont vu le jour avec la mise à disposition des contenus france.tv sur Prime Video au début de l'été et l'annonce de ceux de TF1 sur Netflix et ceux de M6 sur Prime Video prévus pour 2026. Après l'annonce du rachat de Filmo par UniversCiné en 2024, ces deux services consacrés au cinéma indépendant fusionnent sous le nom Sooner, service actif depuis février 2026. Enfin, après une bataille acharnée pour racheter Warner Bros. Discovery, Netflix s'est retiré, tandis que Paramount Skydance s'apprête à acquérir le groupe pour 111 milliards de dollars, marquant un tournant majeur pour l'industrie.

Marché de la VàD par abonnement¹ (M€)



¹ Montants toutes taxes comprises (TTC).
Source : CNC.

Le marché de la VàDA s'établit à 2 511,0 M€ en 2025 (+10,7 % par rapport à 2024).

Surconsommation des séries par rapport à leur part dans l'offre

Sur la période janvier-août 2025¹, le cinéma représente 26,3 % de l'offre de programmes disponibles en VàDA, contre 15,8 % pour la série. À noter que cet indicateur étant calculé en nombre de titres par Médiamétrie, c'est-à-dire qu'une série est égale à un titre, le poids de la série dans l'offre est largement minimisé ; en considérant le nombre d'épisodes, la série a un poids bien plus significatif (36,7 %, contre 2,6 % pour le cinéma).

La part de la série dans l'offre est relativement stable sur un an (+0,2 point) et par rapport à janvier-août 2022 (-0,7 point). À l'inverse, le cinéma accuse une baisse de 2,5 points sur un an, notamment au profit des DTV (films directement sortis en vidéo à 25,6 % soit +2,0 points).

La série concentre toujours la majeure partie de la consommation des services de VàDA, à 67,4 % entre janvier et août 2025, contre 15,8 % pour le cinéma, 11,0 % pour les films DTV, 1,6 % pour les programmes jeunesse et 4,2 % pour les autres programmes. Seule la part des séries progresse par rapport à janvier-août 2024 (+2,3 points) tandis que la part du cinéma est relativement stable (-0,2 point) et que celle des DTV recule (-1,3 point).

¹ Pour rappel, la mesure de la consommation VàDA par Médiamétrie a pris fin le 31 août 2025. De fait, l'analyse porte sur les huit premiers mois de l'année, soit janvier-août.

Offre et consommation de programmes en VàDA selon le genre (%)



¹ En nombre de titres (une série correspond à un titre, quel que soit le nombre de saisons et d'épisodes).

² En temps passé.

Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

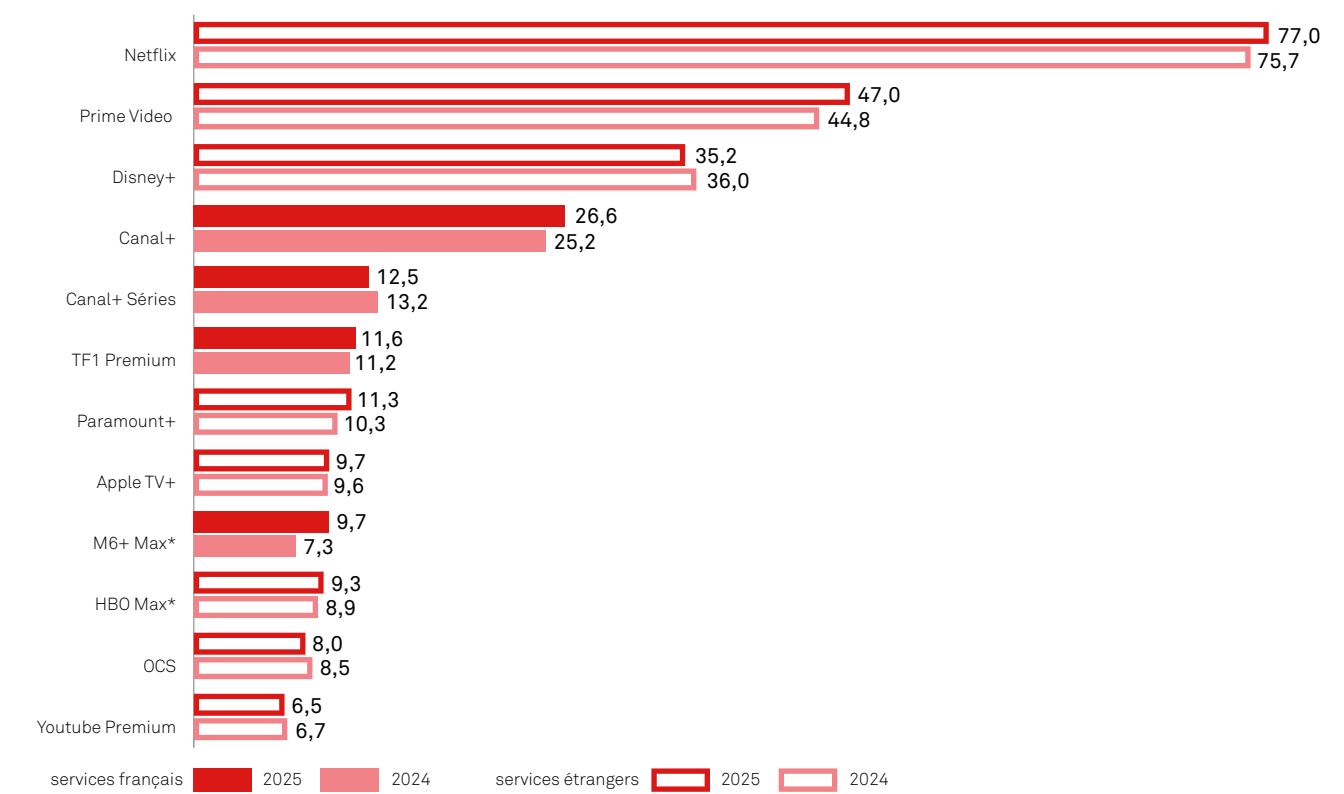
Entre janvier et août 2025, la série constitue les 2/3 de la consommation en VàDA.

Plus des ¾ des consommateurs de VàDA utilisent Netflix

Selon Vertigo, 55,1 % des Français ont déclaré avoir utilisé un service de vidéo à la demande par abonnement en moyenne par mois en 2025 (+1,1 point par rapport à 2024). Netflix continue, et de très loin, d’être le premier service de VàDA en France avec 77,0 % des consommateurs de VàDA qui déclarent avoir regardé au moins un programme sur ce service (+1,3 point sur un an). Prime Video s’impose à la deuxième place avec 47,0 % des consommateurs (+2,2 points), devant Disney+ à 35,2 % (-0,8 point). 40,9 % des consommateurs de VàDA ont visionné au moins un programme sur un service français en 2025 (+3,4 points par rapport à 2024). Le premier service français, CANAL+, est quatrième du classement (26,6 % soit +1,3 point).

Netflix reste de loin le 1^{er} service de VàDA en France devant Prime Video et Disney+.

Classement des services de VàDA (% des utilisateurs VàDA)



Base : internautes de 3 ans et plus déclarant avoir regardé des programmes en VàD par abonnement (moyenne mensuelle).
Périmètre : services supérieurs à 5 % d'utilisateurs.
Lecture : en 2025, 77,0 % des utilisateurs des services de VàDA déclarent avoir regardé au moins un programme sur Netflix en moyenne chaque mois.
Source : CNC - Vertigo.
* HBO Max n'est mesuré qu'à partir de juillet 2024, la comparaison sur un an est sur la même base soit juillet-décembre 2025. M6+Max n'est mesuré qu'à partir de juin 2024, la comparaison sur un an est sur la base juin-décembre 2025.

Les films français en tête du palmarès des meilleures audiences cinéma en VàDA

Sur la période janvier-août 2025, l'intégralité des dix meilleures audiences en VàDA est réalisée par des séries, dont huit diffusées sur Netflix et sept de nationalité américaine. Grâce à la sortie de sa deuxième saison fin 2024 et de sa troisième saison en juin 2025, la série sud-coréenne, *Squid Game*, se place en première position. La série américaine *Night Agent* (2^e) et la telenovela colombienne *J'irai cracher sur vos tombes* (3^e) complètent le podium.

Parmi les dix meilleures audiences des films cinématographiques sur les huit premiers mois de 2025, quatre titres sont français et trois occupent les premières places du classement. *Le Comte de Monte-Cristo* arrive en tête (48^e au classement général, tous programmes confondus), devant *L'Amour Ouf* (2^e et 193^e au classement général) et *Astérix & Obélix : Mission Cléopâtre* (3^e et 208^e au classement général). La moitié des films du palmarès sont diffusés sur CANAL+, trois sont américains et trois britanniques.

Classement des programmes les plus consommés¹ en VàDA sur janvier-août 2025 (tous genres)

rang	titre	genre	nationalité	diffuseur
1	<i>Squid Game</i>	série	Corée du Sud	Netflix
2	<i>The Night Agent</i>	série	Etats-Unis	Netflix
3	<i>J'irai cracher sur vos tombes</i>	série	Colombie	Netflix
4	<i>You</i>	série	Etats-Unis	Netflix
5	<i>Ginny & Georgia</i>	série	Etats-Unis	Netflix
6	<i>Yellowstone</i>	série	Etats-Unis	Netflix, CANAL+, Paramount+
7	<i>Adolescence</i>	série	Grande-Bretagne	Netflix
8	<i>The Handmaid's Tale : la servante écarlate</i>	série	Etats-Unis	Prime Video, CANAL+
9	<i>Mercredi</i>	série	Etats-Unis	Netflix
10	<i>Reacher</i>	série	Etats-Unis	Prime Video

¹ En temps passé.
Source : Baromètre de la consommation SVOD Médiamétrie.

Classement des films cinématographiques¹ les plus consommés² en VàDA sur janvier-août 2025

rang	titre	date de sortie au cinéma	nationalité	diffuseur
1	<i>Le Comte de Monte-Cristo</i>	2024	France	CANAL+
2	<i>L'Amour Ouf</i>	2024	France	CANAL+
3	<i>Astérix & Obélix : Mission Cléopâtre</i>	2002	France	Netflix
4	<i>Juré n°2</i>	2024	Etats-Unis	CANAL+
5	<i>Gladiator II</i>	2024	Grande-Bretagne / Etats-Unis	CANAL+
6	<i>Uncharted</i>	2022	Etats-Unis	Netflix
7	<i>Vaiana, la légende du bout du monde</i>	2016	Etats-Unis	Disney+
8	<i>Astérix & Obélix : L'Empire du Milieu</i>	2023	France	Netflix
9	<i>Deadpool & Wolverine</i>	2024	Grande-Bretagne / Etats-Unis	Disney+
10	<i>The Substance</i>	2024	Etats-Unis	CANAL+

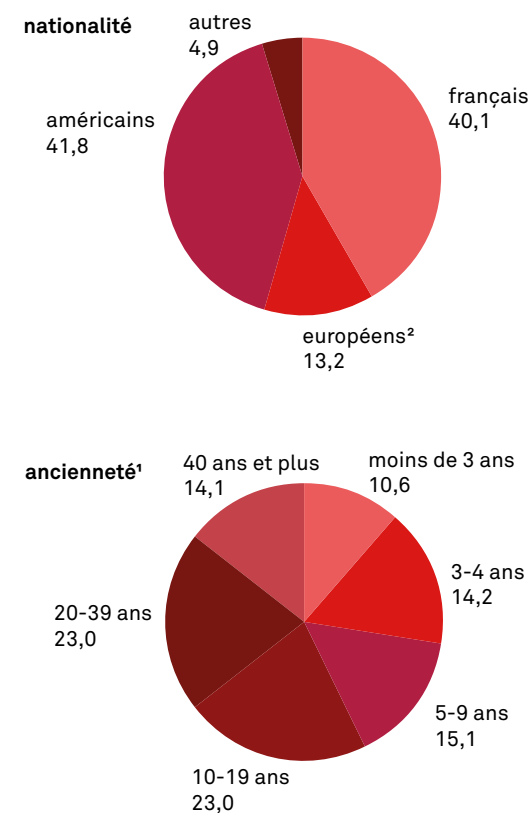
¹ Films ayant fait l'objet d'une exploitation en salles de cinéma en France.
² En temps passé.
Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

Plus de 6 000 œuvres cinématographiques disponibles en VàDA entre janvier et août 2025

Entre janvier et août 2025, 6 099 œuvres cinématographiques uniques (sorties en salles en France) sont disponibles sur les services de VàDA couverts par l'étude de l'offre réalisée par Médiamétrie (6 754 entre janvier et août 2024). Les films français représentent 40,1 % de cette offre (-0,2 point sur un an), contre 29,7 % de la consommation (+2,5 points), avec *Le Comte de Monte-Cristo* comme premier film au classement des œuvres cinéma les plus consommées toutes nationalités confondues. 41,8 % des œuvres cinéma disponibles sont des films américains (+2,0 points) ; elles totalisent 65,4 % de la consommation (-0,5 point). *Juré n°2* est le premier film américain du classement et se classe en quatrième position. 13,2 % des films disponibles sont européens non français (-1,2 point). Le titre britannique, *Gladiator II*, est le premier film européen non français au classement (5^e). Enfin, 4,9 % des films disponibles sont non européens et non américains (-0,6 point par rapport à janvier-août 2024) dont *Le Garçon et le héron*, un film d'animation japonais, 1^{er} titre d'une autre nationalité du classement (224^e).

Les films de patrimoine représentent plus du tiers de l'offre d'œuvres cinématographiques. 37,1 % des films proposés sont sortis au cinéma il y a au moins 20 ans (+1,3 point par rapport à janvier-août 2024), 23,0 % ont entre 10 et 19 ans (+0,7 point), 15,1 % entre 5 et 9 ans (-0,4 point), 14,2 % entre 3 et 4 ans (-1,3 point) et 10,6 % moins de 3 ans (-0,3 point). Cette répartition, et notamment la part de moins de 3 ans, est en cohérence avec la chronologie des médias qui encadre les délais de mise à disposition des films sur ces services. Sur la période janvier-août 2025, près des deux tiers des films sont exploités sur un seul service (64,6 %), une exclusivité en hausse sur un an (+3,9 points par rapport à janvier-août 2024). 27,7 % des films sont disponibles sur deux services (-1,9 point sur un an), 4,9 % sur trois services (-0,8 point) et 2,8 % sur quatre services ou plus (-1,2 point). Aucun film du top 10 n'est présent sur plusieurs services entre janvier et août 2025, contre quatre sur la même période en 2024.

Répartition de l'offre de films cinématographiques selon la nationalité et l'ancienneté entre janvier et août 2025 (%)



¹ Par rapport à leur première date de sortie en salles.

² Europe au sens continental.

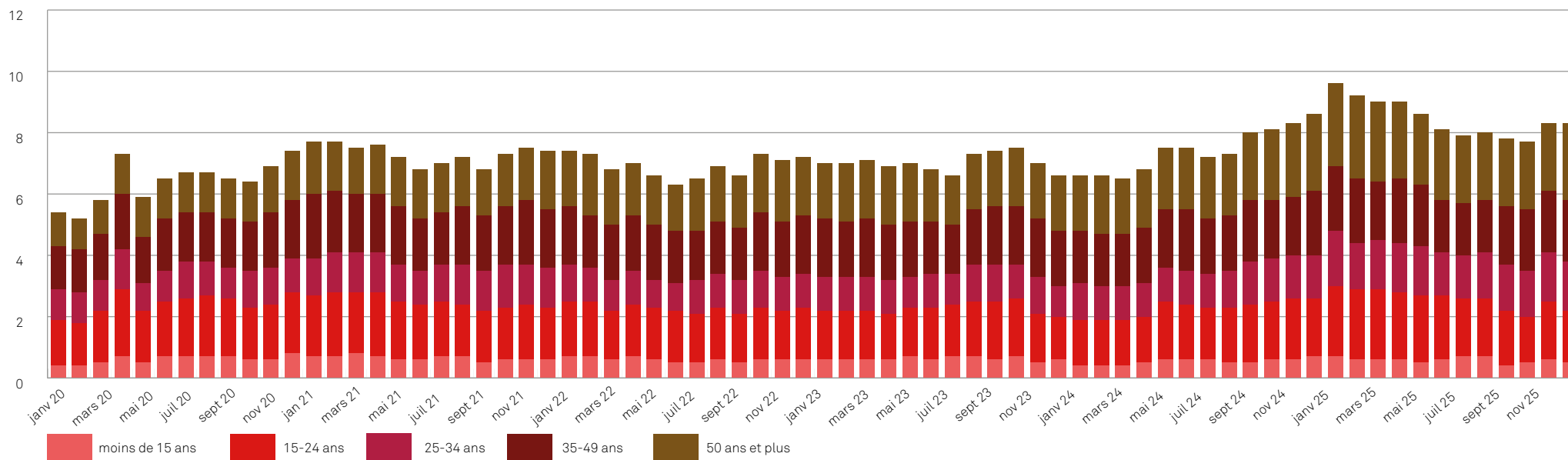
Source : CNC - Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie.

Plus de 8 millions de visiteurs uniques quotidiens sur les services de VàDA en 2025

En 2025, 8,4 millions d'internautes français se sont rendus en moyenne chaque jour sur un service de VàDA (+14,0 % par rapport à 2024 et +31,4 % par rapport à 2020). Une progression portée par les utilisateurs de 50 ans et plus dont le nombre bondit, entre 2020 et 2025, de 86,0 % pour atteindre 2,9 millions par jour en moyenne. La part des 50 ans et plus au sein du public de la VàDA progresse ainsi

de 8,3 points par rapport à 2020 et atteint 28,3 %. A noter que cette hausse se fait au détriment des plus jeunes puisque la part des moins de 15 ans recule de 2,8 points, à 6,8 %, et celle des 15-24 ans de 4,3 points, à 23,7 %. La baisse de la part des moins de 15 ans s'accompagne d'un recul du nombre d'utilisateurs (573 000 en moyenne par jour en 2025, contre 618 000 en 2024) tandis que le nombre de 15-24 ans est en hausse (2,0 millions en 2025, contre 1,8 million en 2024).

Nombre de visiteurs uniques quotidiens moyens de services de VàDA selon l'âge (millions)



Source : Médiamétrie NetRatings – Audience Internet Global.

Base : internautes de 3 ans et plus.

Périmètre : tous supports hors télévision et tous lieux (y compris hors domicile).

Les usages de la VàD payante en France

Plus de 60% des internautes regardent des programmes en VàD payante

Selon Vertigo, en moyenne en 2025, 62,7 % des internautes âgés de 3 ans et plus déclarent avoir regardé des programmes en VàD au cours des douze derniers mois (+1,1 point par rapport à 2024). Ce taux est plus élevé chez les plus jeunes puisque 78,5 % des moins de 35 ans sont des consommateurs de VàD payante (+1,0 point), et plus précisément 72,2 % des 3-14 ans (-0,1 point), 83,1 % des 15-24 ans (+2,0 points) et 81,2 % des 25-34 ans (+1,3 point). Le taux de pénétration décroît ensuite avec l'âge : 69,0 % pour les 35-49 ans (+2,1 points) et 45,0 % pour les 50 ans et plus (+0,6 point). De fait, les moins de 35 ans constituent la moitié du public de la VàD payante (50,5 %, soit -0,4 point par rapport à 2024).

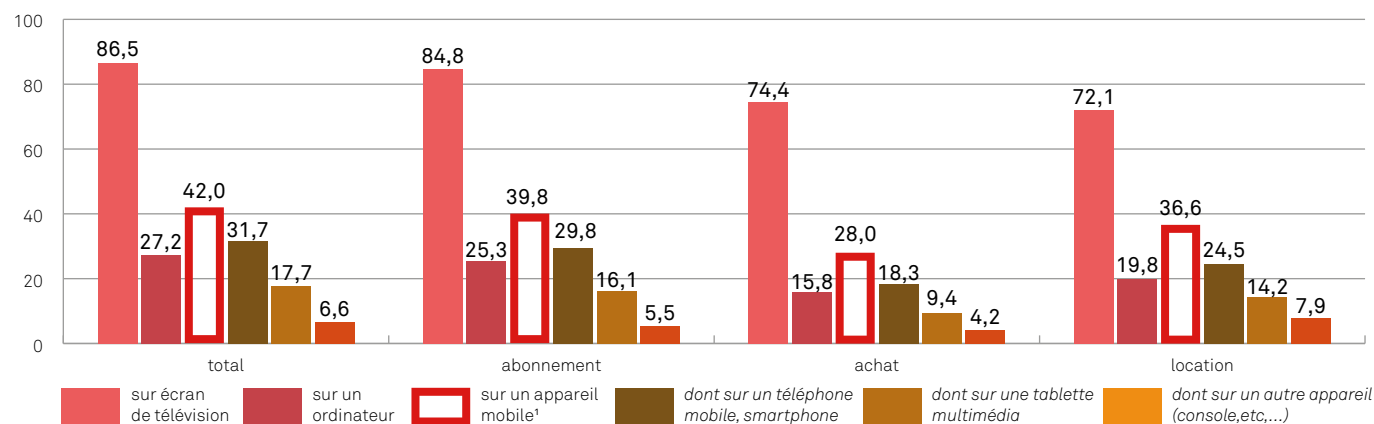
Le téléviseur est le premier support de consommation de la VàD payante

Le téléviseur est le support privilégié pour la consommation de VàD payante. En 2025, 86,5 % des consommateurs de VàD payante déclarent avoir visionné un programme sur un téléviseur (+0,5 point sur un an). Cette part atteint 84,8 % pour les programmes en VàDA (+0,9 point), 74,4 % pour la VàD à l'achat (+1,5 point) et 72,1 % pour la location (+2,8 points).

Les 15-24 ans consomment davantage la VàD sur un appareil mobile que les plus âgés. En 2025, 69,4 % d'entre eux ont consommé des contenus en VàD payante sur un appareil mobile (+0,3 point en un an), contre 42,0 % pour l'ensemble des internautes (-1,2 point).

Les appareils mobiles, le support privilégié des 15-24 ans pour le visionnage de programmes en VàD payante (69,4 %).

Part des consommateurs qui payent pour regarder des programmes en VàD payante selon le support de consommation en 2025 (%)



¹ Regroupement de téléphone mobile, tablette et autre appareil

Source : CNC - Vertigo (Base consommateurs de VàD payante - 3 ans et plus).

Près d'un utilisateur sur trois est un utilisateur intensif

En 2025, selon Vertigo, 29,0 % des utilisateurs sont des utilisateurs intensifs, c'est-à-dire qui consomment de la VàD payante au moins une fois par jour (+0,1 point par rapport à 2024). Cette part atteint 36,7 % chez les 25-34 ans (+0,3 point), 33,3 % chez les 15-24 ans (-1,7 point), 31,0 % chez les 35-49 ans (+0,1 point), 24,5 % chez les 50 ans et plus (+1,1 point) et 23,5 % chez les 3-14 ans (+0,4 point).

21,2 % des consommateurs de VàD payante sont des utilisateurs très occasionnels, soit moins d'une fois par mois (+0,6 point en un an). Cette part est croissante avec l'âge et atteint 25,3 % chez les 50 ans et plus (+1,2 point), contre 21,6 % chez les 35-49 ans (+1,3 point), 20,5 % chez les 25-34 ans (+0,7 point), 17,2 % chez les 15-24 ans (-0,3 point) et 17,7 % chez les 3-14 ans (-0,7 point).

78,5 % des moins de 35 ans sont des consommateurs de VàD payante.

Voir aussi sur www.cnc.fr

- les séries statistiques sur le marché de la vidéo à la demande
- l'Observatoire de la vidéo à la demande

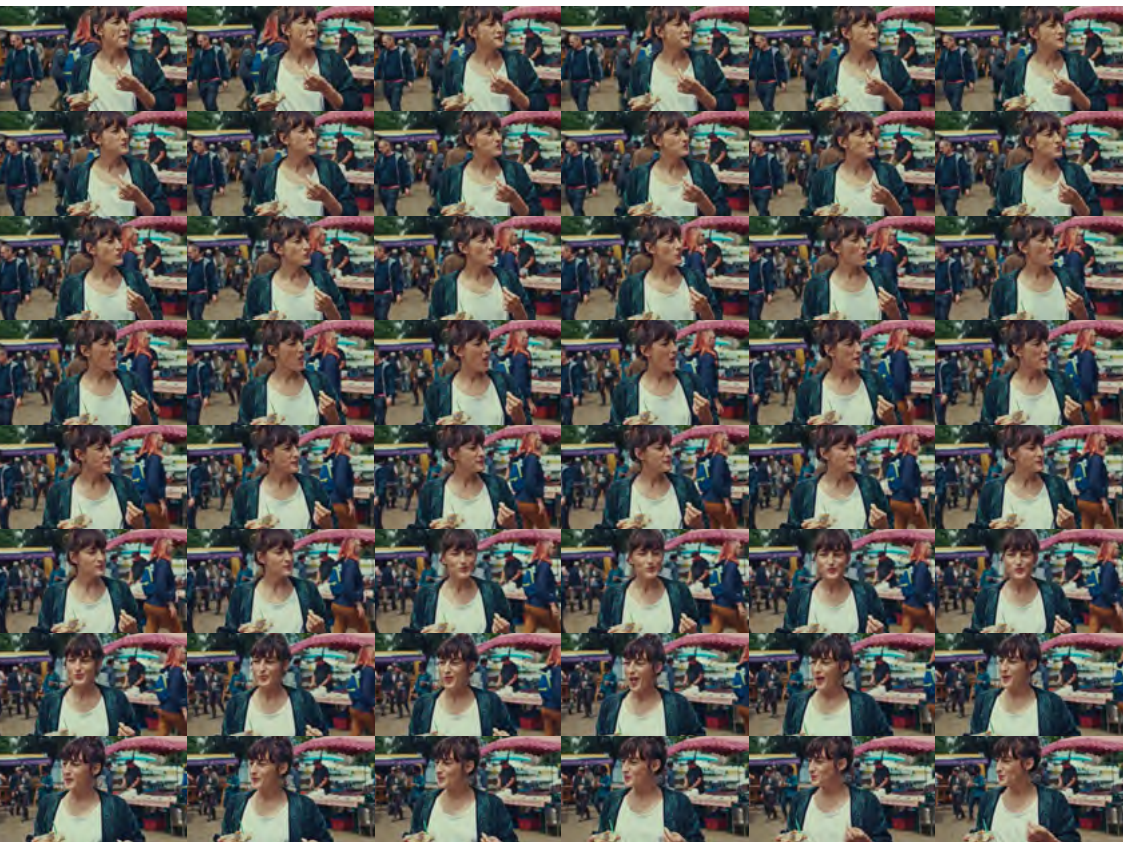
4.4

La vidéo gratuite

Au quatrième trimestre 2025
les Français sont :

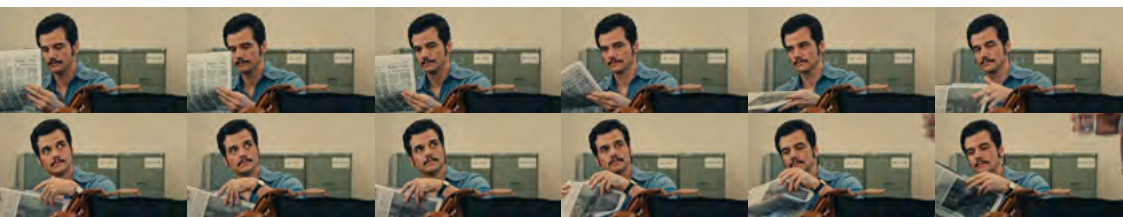
66,9 %

à avoir utilisé des services de BVoD
au moins mensuellement
(+2,9 points par rapport à 2024)



25,5 %

à avoir utilisé des services d'AVoD
ou des chaînes FAST au moins mensuellement
(+3,4 points)



Remarques méthodologiques

Les données sur la vidéo gratuite sont issues du baromètre OTT du quatrième trimestre 2025 réalisé par NPA Conseil et Harris Interactive. Ces données sont le résultat d'une enquête administrée auprès de 3 901 individus de 15 ans et plus entre le 6 et le 13 janvier 2026.

L'analyse de la consommation BVoD (*Broadcaster Video on Demand*, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande des groupes de télévision) est circonscrite à l'analyse des cinq services suivants : TF1+, M6+, france.tv, arte.tv et RMC+.

L'analyse de la consommation AVoD (*Advertising Video on Demand*, c'est-à-dire la vidéo à la demande gratuite financée par la publicité) s'intéresse à sept services : LG Channels, Molotov Channels, Pluto TV, Rakuten TV, Samsung TV Plus et TCL Channels.

Les données sur l'offre des services de BVoD (TF1+, M6+, france.tv, arte.tv) sont issues de l'étude mensuelle BVoD Monitor de Médiamétrie.

Initialement apparue en France avec les premiers services de télévision de rattrapage (*replay*), également qualifiés de services de BVoD (*Broadcaster Video on Demand*, c'est-à-dire les services de vidéo à la demande des groupes de télévision), la vidéo à la demande gratuite s'est depuis largement diversifiée. Les services pureplayers AVoD (*Advertising Video on Demand*, c'est-à-dire la vidéo gratuite financée par la publicité) et les chaînes FAST (*Free Ad-supported Streaming Television*, les chaînes de télévision en streaming financées par la publicité) apparaissent comme de nouveaux acteurs au sein de cet écosystème.

La BVoD

Un usage de la BVoD qui continue de se généraliser

Au quatrième trimestre 2025, 83,9 % des Français de 15 ans et plus déclarent avoir utilisé un service de BVoD au moins occasionnellement (+3,0 points par rapport à 2024) selon NPA Conseil. La présence marquée de ces services peut s'expliquer par l'attachement, encore important, des Français au linéaire puisque cela représente, selon Ampère Analysis, encore 40,6 % de la consommation vidéo des 18-64 ans au troisième trimestre 2025, contre moins de 30 % chez nos voisins européens (et minimum 17,2 % au Royaume-Uni).

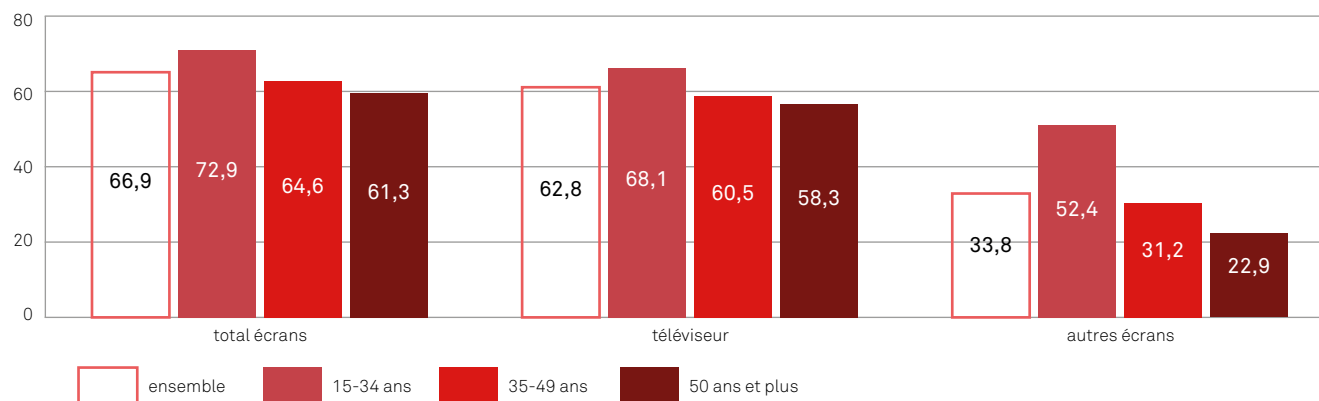
Cette proportion est également le résultat d'un considérable renouvellement des services de BVoD sur ces deux dernières années. L'année 2024 a été marquée par la refonte de certaines offres telles que TF1+ (ex-myTF1) et M6+ (ex-6play) ou bien encore la mise à disposition des programmes d'arte.tv sur france.tv et TF1+. En 2025, ce renouvellement s'est inscrit dans un mouvement de rapprochement avec les services de vidéo à la demande. Cela se traduit à la fois par l'intégration de micropaiements sur TF1+ à l'image de la TVoD, et par des accords de distribution inédits conclus entre france.tv (effectif au 3 juillet 2025), mais aussi M6+ (14 janvier 2026), et Prime Video ainsi qu'entre TF1 et Netflix (prévu pour juin 2026).

Ce renouveau des services de BVoD s'inscrit dans une dynamique susceptible de renforcer l'ancrage du *preview* dans les habitudes des Français, notamment au regard de potentielles évolutions de l'offre et de la mise en avant de ces programmes. Le *preview* (programmes regardés en amont de leur diffusion en direct) est proposé gratuitement sur certains services tel qu'arte.tv, et est souvent intégré à des offres payantes comme celles de TF1+ ou M6+. Selon Médiamétrie, 16,3 millions de téléspectateurs uniques ont regardé un programme en *preview* en décembre 2025 (11,4 millions en décembre 2024). En 2025, 202 programmes ont comptabilisé plus de 500 000 téléspectateurs en *preview*, avec en tête le dernier épisode de la série *Surface* (France 2) avec 2,5 millions de téléspectateurs en *preview*. Le visionnage de programmes audiovisuels en *preview* est avant tout porté par la fiction (74,3 % des programmes consommés).

66,9 % des Français consomment au moins une fois par mois de la BVoD, en progression de 2,9 points par rapport à 2024 (64,0 %). Le téléviseur reste le support privilégié avec 62,8 % des Français qui ont regardé au moins un programme en BVoD sur ce support au cours du quatrième trimestre 2025 (61,0 % sur la même période en 2024). Les autres écrans (tablettes, mobiles et ordinateurs) sont bien moins utilisés pour la BVoD (33,8 %), hormis chez les moins de 35 ans (52,4 %). À noter que l'usage de la BVoD progresse fortement auprès de cette tranche d'âge puisqu'ils sont 72,9 % à en consommer au moins une fois par mois, contre 62,0 % en 2024. La part des 50 ans et plus baisse légèrement par rapport à 2024 avec 61,3 % qui déclarent utiliser des services de BVoD au moins une fois par mois au quatrième trimestre 2025, contre 63,1 % un an plus tôt.

Plus de la moitié des moins de 35 ans regardent des programmes de BVoD sur des écrans autres que le téléviseur (52,4 %).

Pénétration de la BVoD selon l'âge et l'écran au quatrième trimestre 2025 (%)



Base : individus de 15 ans et plus – consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT – NPA Conseil et Harris Interactive.

Selon Médiamétrie, en décembre 2025, 9 016 titres différents étaient disponibles sur les services de BVoD étudiés (france.tv, TF1+, M6+ et arte.tv), contre 6 427 en mars¹ de la même année. Avec 5 257 titres uniques (+52,6 % par rapport à mars 2025), france.tv propose le catalogue le plus étoffé (58,3 % de l'offre globale). TF1+ inclut 3 475 titres différents en décembre 2025 (+34,6 %), arte.tv 1 451 titres (+20,2 %) et M6+ 1 177 (+70,8 %).

L'exclusivité est le modèle dominant en BVoD puisque 85 % des titres disponibles en décembre 2025 ne l'étaient que sur un seul service. M6+ est le service avec le plus fort taux d'exclusivité (96 %), contrairement à arte.tv dont 80 % des contenus sont disponibles sur d'autres services. En effet, 21 % des contenus présents sur france.tv sont partagés avec arte.tv et 30 % pour TF1+.

87 % des titres disponibles sur ces services de BVoD ont déjà été diffusés à la télévision. france.tv et arte.tv sont les services qui proposent le plus de contenus exclusifs non diffusés en linéaire (26 % de leur catalogue à chacun).

Dans le détail des catalogues, la majorité des titres disponibles en BVoD sont français puisqu'ils représentent 59,1 % de l'offre globale en décembre 2025, contre 15,7 % pour les titres américains et 14,1 % pour les titres européens non français. france.tv se distingue par sa plus forte proportion de contenus français (70,4 %) et arte.tv de contenus européens (38,9 %). À l'inverse, TF1+ et M6+ sont les services ayant les parts les plus importantes de titres américains (respectivement 30,7 % et 24,4 %).

La répartition de l'offre BVoD selon la catégorie de contenus est relativement similaire pour les séries et fictions (25 % de l'offre globale), les formats TV (divertissement et jeux TV, magazine et reportage, télé réalité, informations, 25 %) et les documentaires (23 %). Les films (cinématographiques, DTV et courts métrages) représentent 10 % des catalogues, les contenus jeunesse 6 %, et les autres formats (spectacles vivants, retransmissions de compétitions sportives, formats interactifs, etc.) 11 %. TF1+ est le service qui présente la plus forte part de séries (45 %), tandis que les documentaires représentent près de la moitié de l'offre d'arte.tv (47 %).

¹ Le mois de mars 2025 constitue le premier mois sur un périmètre constant depuis le début du suivi de l'offre via BVoD Monitor.

TF1+ reste le service de BVoD le plus utilisé par les Français

Au quatrième trimestre 2025, TF1+ est le service le plus utilisé, en moyenne par mois, par les Français (48,4 %), devant france.tv (46,9 %) et M6+ (40,0 %). Les deux services privés accusent une baisse par rapport à 2024 : -2,1 points pour M6+ et -1,2 point pour TF1+. À l'inverse, arte.tv et RMC+ gagnent légèrement du terrain (respectivement +1,1 point à 34,9 % et +1,0 point à 21,4 %) tandis que france.tv est stable (+0,4 point).

TF1+ tire sa première place grâce aux 15-34 ans (57,0 %) alors même que la part de ces derniers baisse par rapport au quatrième trimestre 2024 (-6,5 points). À l'inverse, france.tv se hisse à la deuxième place en étant le premier service auprès des 50 ans et plus (47,9 %, -0,8 point sur un an).

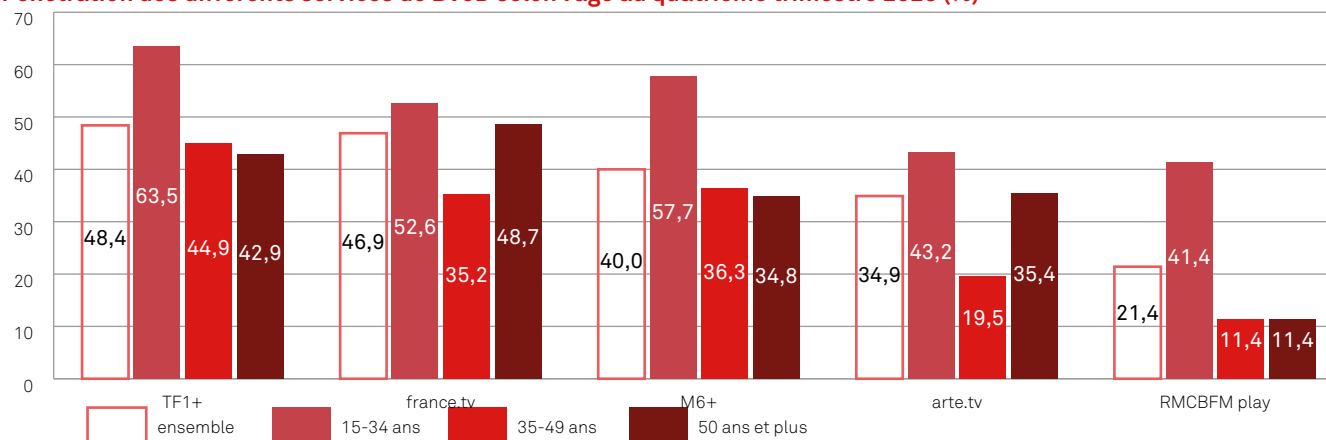
L'exclusivité, le modèle dominant en BVoD : 87 % des titres sont disponibles sur un seul service en décembre 2025.

Dans son rapport financier, TF1 affiche un chiffre d'affaires publicitaire de 198 M€ pour son service TF1+, en progression de 35,8 % par rapport à 2024 (146 M€, soit 12,6 % du chiffre d'affaires publicitaire du groupe). Le service proposant un catalogue de 30 000 heures de contenus a rassemblé, en 2025, 38 millions d'utilisateurs mensuels (33 millions en 2024) et enregistré 1,2 milliard d'heures vues.

Selon le rapport financier du groupe M6, le chiffre d'affaires streaming du groupe (comprenant également M6+Max et GulliMax) s'établit à 126,3 M€ (+27 % par rapport à 2024). Cela représente 12,7 % du chiffre d'affaires total du pôle vidéo en 2025 (9,6 % en 2024). Le service M6+ a rassemblé en moyenne 29,0 millions de visiteurs uniques mensuels en 2025 (+37 %).

Avec 39,8 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois en 2025, soit son plus haut niveau historique, france.tv se revendique comme la 1^{ère} offre à la demande

Pénétration des différents services de BVoD selon l'âge au quatrième trimestre 2025 (%)



Base : individus de 15 ans et plus.

Source : Baromètre OTT – NPA Conseil et Harris Interactive.

gratuite en France. Dans son communiqué de presse, le groupe met en avant le succès de la série *Surface*, qui serait la série la plus streamée en 2025, et du programme de télé-réalité *Drag Race France All Stars*.

En 2025, le service arte.tv et les réseaux sociaux du groupe ont engendré 3,2 milliards de vidéos vues sur l'année, en hausse de 19 % par rapport à 2024. Une performance permise par divers contenus tels que la diffusion de la série américaine *Mad Men* (21,4 millions de vidéos vues), la captation de concerts et festivals (107,0 millions de vidéos vues) ou des créations originales comme la série documentaire *Est-il vrai que... ?* (14,0 millions de vidéos vues).

TF1+ et france.tv, s'imposent comme des acteurs majeurs du marché de la vidéo gratuite en 2025.

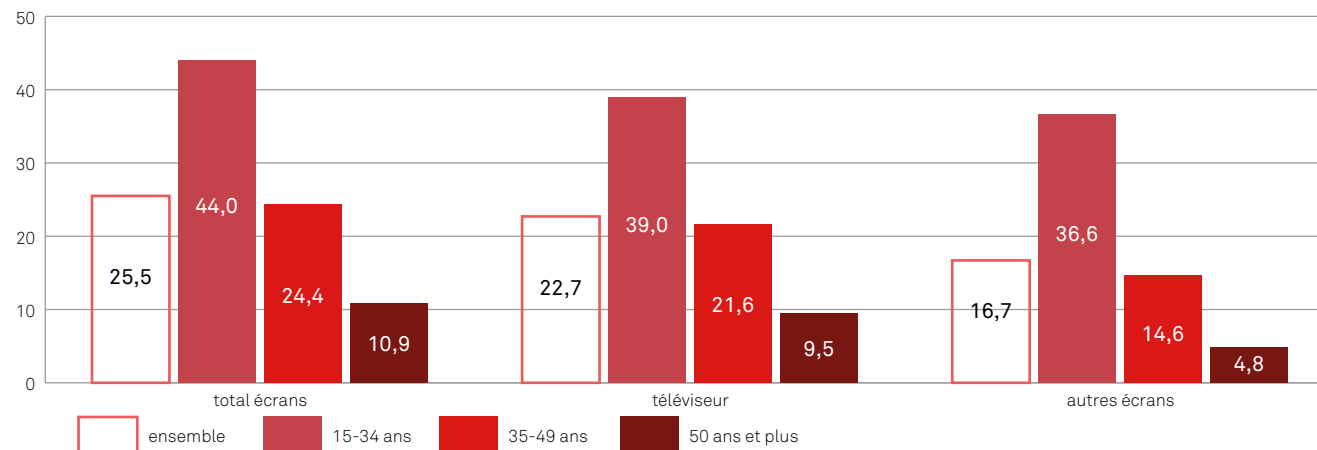
L'AVoD et les chaînes FAST

Les services d'AVoD et les chaînes FAST sont plus confidentiels puisque seulement un quart des Français de 15 ans et plus déclarent en avoir utilisé un au moins une fois par mois au cours du quatrième trimestre 2025 (25,5 %, contre 22,1 % en 2024), un usage plus répandu (44,0 %), et en nette hausse (+7,3 points par rapport à 2024) pour les moins de 35 ans, que pour les 50 ans et plus (10,9 %). Le téléviseur est également le support privilégié pour visionner des contenus en AVoD (22,7 %, +5,7 points sur un an). À l'instar de la BVoD, les 15-34 ans se démarquent par leur usage sur les autres écrans (36,6 % contre 16,7 % pour l'ensemble) malgré la forte baisse de leur taux de pénétration sur ces supports (-8,8 points sur un an).

Pluto TV, premier service d'AVoD/FAST en 2025

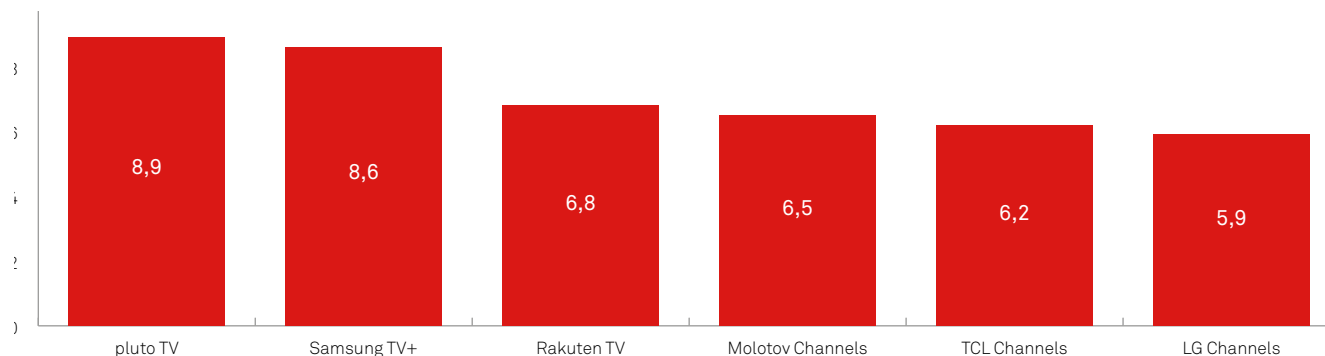
Au quatrième trimestre 2025, Pluto TV est le service d'AVoD/chaînes FAST le plus utilisé par les Français. 8,9 % d'entre eux déclarent un usage au moins mensuel de Pluto TV, contre 8,6 % pour Samsung TV Plus en deuxième position et 6,8 % pour Rakuten TV qui ferme la marche du podium.

Pénétration des services d'AVoD et chaînes FAST au quatrième trimestre 2025 (%)



Base : individus de 15 ans et plus - consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT - NPA Conseil et Harris Interactive.

Pénétration des services d'AVoD et chaînes FAST au quatrième trimestre 2025 (%)



Base : individus de 15 ans et plus - consommation au moins mensuelle.
Source : Baromètre OTT - NPA Conseil et Harris Interactive.

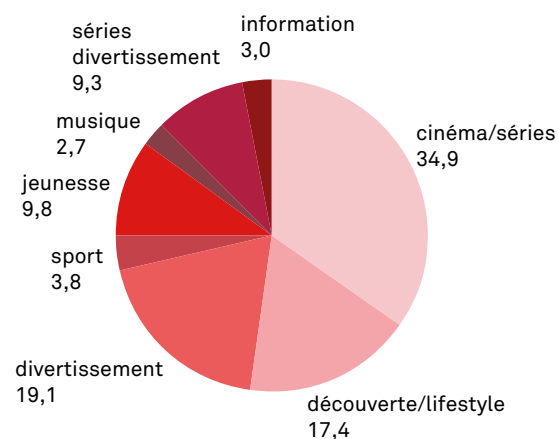
367 chaînes FAST en français en décembre 2025

À fin décembre 2025, 616 chaînes FAST sont disponibles sur les douze principaux services opérant sur le marché français (france.tv, LG Channels, M6+, Molotov Channels, Plex, Rakuten TV, Pluto TV, Samsung TV Plus, TF1+, Bouygues, Free et SFR) dont 367 en langue française (596 dont 355 en français à fin septembre 2025). 59,6 % des chaînes diffusées sont ainsi en langue française (stable par rapport au trimestre précédent).

Samsung TV Plus se maintient à la première place des bouquets francophones avec 139 chaînes distribuées en français (89,7 % de son catalogue), suivi de près par Pluto TV (136 chaînes en langue française, soit 93,8 %). LG Channels conserve sa troisième place avec 100 chaînes en français (60,6 %).

Si M6+ se démarquait en 2024 par l'important développement de son catalogue FAST, la tendance s'est inversée en 2025 puisque le service ne distribue plus de chaînes éditées par des tiers. De fait, avec 9 chaînes FAST au 31 décembre 2025, M6+ compte 16 chaînes de moins par rapport à décembre 2024, principalement celles de Pluto TV (Pluto TV Séries, Pluto TV Romance...) et de MTV (MTV Classics, Just Tattoo of Us...). Free TV enrichit considérablement son catalogue francophone au quatrième trimestre 2025 (+49 chaînes par rapport au trimestre précédent, à 63) avec les chaînes de The Boxoffice Network (Box Office Action, Box Office Thriller...), de VOD Factory (Society+, Shadowz TV...), de Webedia (Epicurieux, Popcorn) ou bien encore de Satisfaction (Les Anges, Ça chauffe en cuisine...).

Sur les 367 chaînes FAST disponibles en français en décembre 2025, 128 chaînes sont dédiées au cinéma et aux séries, soit 34,9 % de l'offre totale (+4,9 points sur un an). Les chaînes FAST dédiées au divertissement arrivent en deuxième position avec 70 chaînes (19,1 % du total, -3,9 points) suivies par les chaînes découverte et lifestyle (64 chaînes, 17,4 % soit +1,4 point).

Répartition de l'offre de chaînes FAST en français selon la thématique en décembre 2025 (%)

Source : NPA Conseil – Etat des lieux du marché des chaînes FAST 2025.

Plus du tiers de l'offre de chaînes FAST francophones est dédiée au cinéma et aux séries (128 chaînes, 34,9 %).

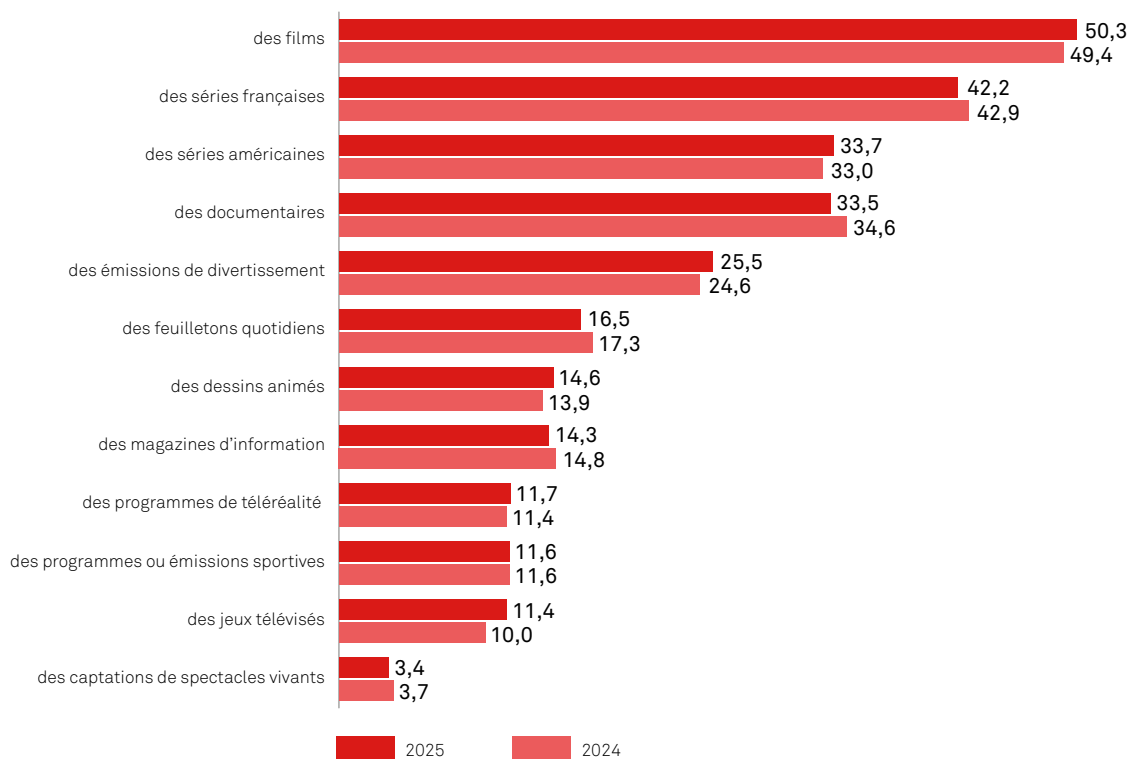
Les usages de la vidéo gratuite

Les données sur l'usage de la vidéo gratuite en France sont issues d'une enquête sur internet administrée, à la demande du CNC, par la société Vertigo auprès de 1 200 individus âgés de 3 ans et plus chaque mois.

Un usage hebdomadaire des services de BVoD

En moyenne par mois en 2025, 62,6 % des consommateurs de télévision de rattrapage regardent des contenus en différé sur un service de BVoD au moins une fois par semaine (62,9 % en 2024), soit 41,0 % des Français. 15,9 % sont des utilisateurs intensifs, c'est-à-dire qui en consomment au moins une fois par jour (16,5 % en 2024). Les services de rattrapage sont avant tout utilisés pour regarder des films (50,3 % contre 49,4 % en 2024) et des séries françaises (42,2 % contre 42,9 % en 2024). Un tiers des consommateurs expriment une préférence quant au visionnage de séries américaines (33,7 % contre 33,0 % en 2024) ou de documentaires (33,5 % contre 34,6 % en 2024).

Genres de programmes préférés sur les services de rattrapage ou de vidéo à la demande gratuits (%)



Base : consommateurs de V&D gratuite de 3 ans et plus (moyenne mensuelle).
Source : CNC - Vertigo

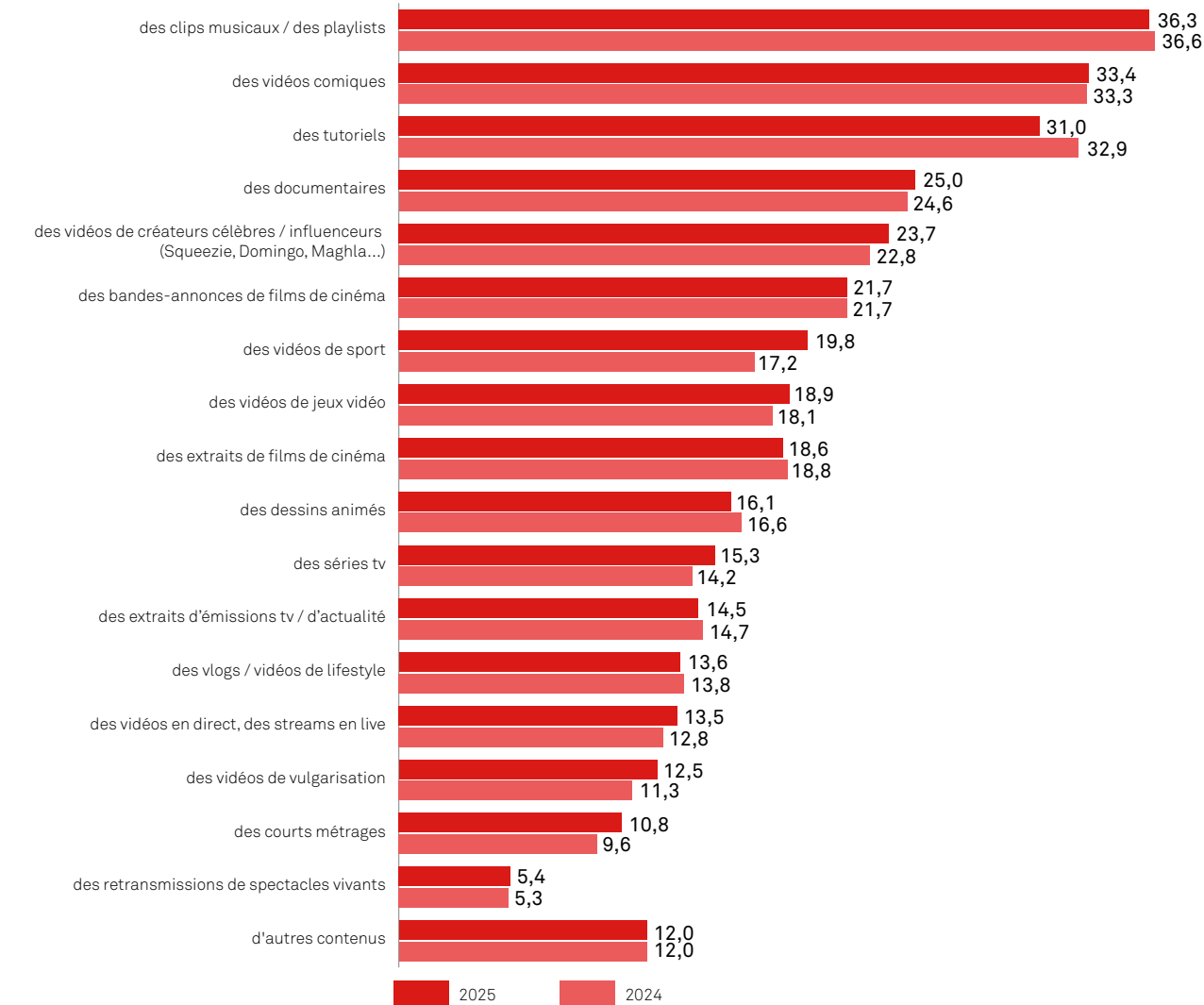
Un usage quotidien des sites de partage de vidéos sur internet

En moyenne par mois en 2025, 81,5 % des utilisateurs de sites de partage de vidéo sur internet, tels que YouTube ou Dailymotion, s’y rendent au moins une fois par semaine (80,6 % en 2024), soit 43,1 % des Français. Le taux d’utilisateurs intensifs (au moins une fois par jour) s’élève à 47,5 % (46,7 % en 2024) et jusqu’à 67,5 % chez les 15-24 ans (67,4 % en 2024).

Selon Médiamétrie NetRatings, en 2025, en moyenne chaque mois, 49,4 millions d’internautes se rendent sur le site ou l’application YouTube (hors téléviseurs connectés), contre 49,2 millions en 2024. Loin derrière son concurrent, Dailymotion perd près de 3 millions de visiteurs uniques pour atteindre en moyenne 16,2 millions d’internautes mensuels en 2025 (19,0 millions en 2024). Twitch gagne, quant à lui, plus de 600 000 internautes et comptabilise 6,2 millions de visiteurs uniques en moyenne par mois (5,5 millions en 2024).

36,3 % des utilisateurs de sites de partage de vidéo s’y rendent afin de regarder des clips musicaux ou des playlists (36,6 % en 2024). Outre la musique, les vidéos comiques (33,4 %, contre 33,3 % en 2024) et les tutoriels (31,0 % contre 32,9 % en 2024) constituent les types de vidéos les plus fréquemment visionnés par les utilisateurs en 2025. Près de la moitié des moins de 25 ans plébiscitent en premier les vidéos de créateurs de contenus célèbres et d’influenceurs (48,1 % contre 46,6 % en 2024) et, dans un second temps, les vidéos comiques (44,8 % contre 42,6 % en 2024).

Types de vidéos visionnées en premier sur un site de partage de vidéos sur internet (%)



Source : CNC - Vertigo
Base : consommateurs de V&D gratuite de 3 ans et plus (moyenne mensuelle).

chapitre cinq

JEU VIDÉO

5.1

Le marché du jeu vidéo

En 2025 : **5 855,5 M€**
(+2,9 % par rapport à 2024) dont :



2 552,0 M€
pour l'écosystème consoles (-0,3 %)



1 792,0 M€
pour les jeux mobiles (+10,8 %)



1 511,5 M€
pour l'écosystème PC (-0,2 %)



Remarques méthodologiques :

Les données du SELL concernent aussi bien le marché physique du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) que le marché dématérialisé et sont issues de quatre principales sources :

- IDC couvre les données sur le matériel PC dont les écrans PC Gaming.
- GSD couvre les marchés physiques, à partir d'un panel de distributeurs et d'éditeurs, et le marché du digital, à partir d'un panel d'éditeurs.
- Les données du marché dématérialisé sont complétées par l'outil GameTrack qui administre une enquête annuelle sur un échantillon de 3 000 individus âgés de 6 à 75 ans. Cette enquête est pondérée sur la base d'une enquête en face à face réalisée tous les trois ans auprès d'un échantillon de 1 000 individus âgés de 14 ans et plus.
- Sensor Tower fournit des informations et des données sur les applications mobiles afin de produire des estimations en matière de dépenses utilisateurs et de revenus.

Sauf mention contraire, les données présentées s'entendent toutes taxes comprises. L'analyse des données fournies par le SELL a été réalisée par le CNC.

A noter, les données de ventes des jeux sont entendues hors données de ventes dématérialisées de Nintendo, Kepler Interactive et hors ventes de jeux dans le cadre d'une vente conjointe avec une console (bundle). Les données 2024 ont été révisées par les différents acteurs cités.

Avec 5,9 Md€ en 2025, le marché du jeu vidéo à son deuxième plus haut niveau historique, derrière 2023

Avec 5 855,5 M€ de chiffre d'affaires en 2025, le marché du jeu vidéo (matériels, jeux et accessoires) signe, selon le SELL, sa deuxième meilleure performance derrière l'année 2023 qui s'établissait à 6 023,8 M€. Depuis la crise sanitaire, le marché consolide un chiffre d'affaires supérieur à 5,5 Md€, bien au-dessus de celui observé en 2016 (3,6 Md€, soit +60,6 %).

En 2025, le marché du jeu vidéo progresse de 2,9 % par rapport à 2024. Une hausse portée exclusivement par l'écosystème mobile (+10,8 % sur un an et multiplié par 2,8 en dix ans) qui, avec 1 792,0 M€, représente 30,6 % du marché du jeu vidéo (+2,2 points sur un an et +13,1 points

par rapport à 2016). Pour la troisième année consécutive, ce segment devance celui du PC qui représente un quart du marché (25,8 %, soit respectivement -0,8 point et -3,3 points). Avec 1 511,5 M€ de chiffre d'affaires en 2025, l'écosystème PC (matériels et jeux) est stable sur un an (-0,2 %, +42,5 % par rapport à 2016). Une stabilité également observée pour l'écosystème consoles dont les revenus s'établissent à 1 792,0 M€ (-0,3 % par rapport à 2024 et +31,1 % par rapport à 2016). Malgré le recul de sa part de marché (-1,4 point sur un an et -9,8 points sur dix ans), l'écosystème consoles demeure, en 2025, la principale composante du marché du jeu vidéo (43,6 %).

Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo selon l'écosystème (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
console	1 946,0	2 401,0	2 749,0	2 459,3	2 688,3	2 714,4	2 537,0	3 149,0	2 560,3	2 552,0
PC	1 061,0	1 292,2	1 457,7	1 289,0	1 448,5	1 497,3	1 565,0	1 391,8	1 515,3	1 511,5
mobile ¹	638,0	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	1 411,0	1 415,0	1 483,0	1 617,5	1 792,0
total	3 645,0	4 471,2	5 171,7	4 979,3	5 562,5	5 622,8	5 517,0	6 023,8	5 693,0	5 855,6

¹ Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs Sensor Tower converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Sources: SELL – IDC, GSD, GameTrack, Sensor Tower.

Plus haut niveau historique pour le chiffre d'affaires des jeux mobiles, qui creuse l'écart avec les jeux consoles

Le chiffre d'affaires généré par la vente de jeux vidéo s'établit à 3 708,5 M€ en 2025, soit une hausse de 2,3 % par rapport à 2024 et de 64,5 % par rapport à 2016 (63,3 % du marché total du jeu vidéo en 2025, contre 61,9 % en 2016). Une hausse portée principalement par les jeux dématérialisés (3 310 M€, soit +4,3 % sur un an et multiplié par 2,2 en dix ans) et notamment grâce à l'écosystème mobile (1 792,0 M€, respectivement +10,8 % et +180,9 %). À l'inverse, la vente de jeux physiques continue de reculer (-12,0 % par rapport à 2024 et -48,6 % par rapport à 2016), à 398,5 M€. Ces jeux représentent 10,7 % du marché total, contre plus d'un tiers en 2016 (34,4 %).

A 1 439,0 M€, la vente de jeux pour consoles baisse sur un an (-6,2 % par rapport à 2024 et -18,2 % par rapport à 2020, plus haut niveau historique), soit le plus bas niveau des cinq dernières années et pour la troisième fois de la décennie sous la barre des 1,5 Md€. Le poids des jeux consoles dans le chiffre d'affaires de jeux (software) recule donc à 38,8 % (-3,3 points par rapport à 2024). Avec 477,5 M€ en 2025, le chiffre d'affaires des jeux PC est relativement stable (+0,8 % sur un an) ainsi que sa part de marché (12,9 %, contre 13,1 % en 2024).

À l'inverse, la part des ventes de jeux mobiles (smartphone, tablette et télévision en ligne) progresse à 48,3 % (+3,7 points par rapport à 2024), et est pour la deuxième année consécutive la composante principale du marché software. Avec 1 792,0 M€ (+10,8 % par rapport à 2024), les jeux mobiles atteignent leur plus haut niveau historique, continuant de creuser l'écart avec les ventes de jeux pour consoles.

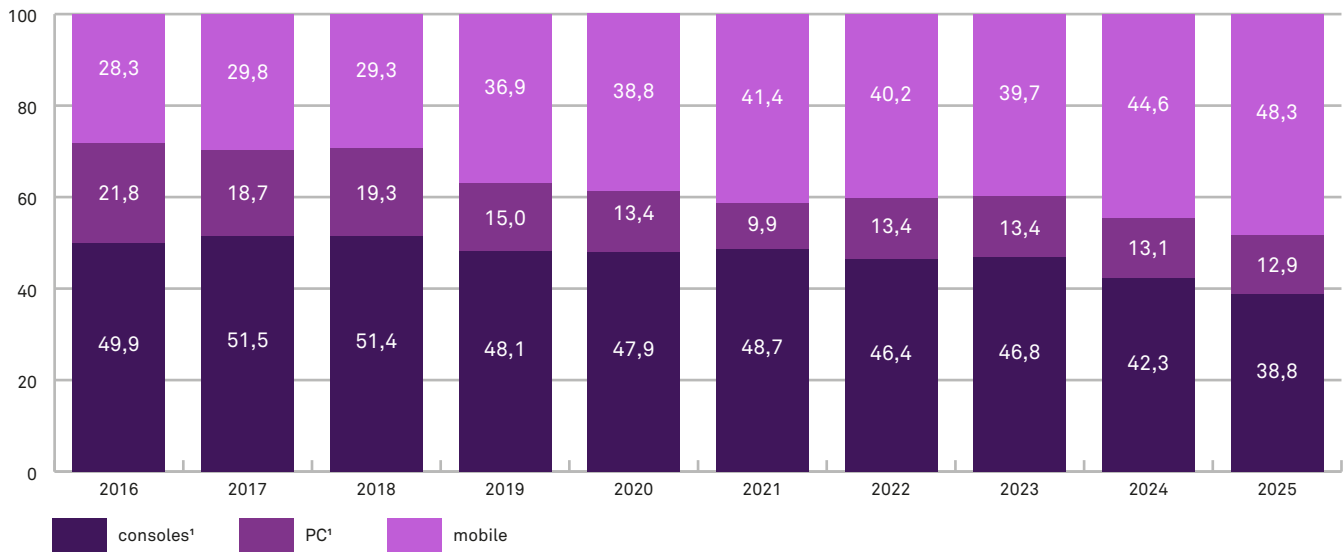
Chiffre d'affaires du marché du jeu vidéo (software) selon le type de jeu (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
jeux PC ¹	492,0	487,0	636,0	500,8	491,5	338,4	473,0	500,8	473,6	477,5
jeux console ¹	1 125,0	1 345,0	1 694,0	1 604,4	1 759,3	1 657,4	1 633,0	1 748,0	1 534,0	1 439,0
mobile ²	638,0	778,0	965,0	1 231,0	1 425,7	1 411,0	1 415,0	1 483,0	1 617,5	1 792,0
total	2 255,0	2 610,0	3 295,0	3 336,2	3 676,5	3 406,8	3 521,0	3 731,8	3 625,1	3 708,5

¹ Jeux physiques et dématérialisés.
² Le chiffre d'affaires du mobile est une estimation de GameTrack à partir des données de dépenses utilisateurs Sensor Tower converties en euros, taxes françaises ajoutées.
Sources : SELL – GSD, GameTrack, Sensor Tower.

La vente de jeux vidéo mobiles représente près de la moitié du marché des jeux vidéo (software) en 2025 : 48,3 % (+3,7 points par rapport à 2024).

Répartition du chiffre d'affaires des jeux (software) selon le support (%)



¹ Jeux physiques et dématérialisés.
Sources : SELL – GSD, GameTrack, Sensor Tower.

L'écosystème consoles

Bonne performance du segment hardware grâce au démarrage réussi de la Nintendo Switch 2

En 2025, le chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (matériels, accessoires et jeux) s'établit à 2 552,0 M€, un montant stable par rapport à 2024 (-0,3 %) mais en hausse sensible par rapport à 2016 (+31,1 %). Les consoles de jeux, qui représentent 31,2 % de ce chiffre d'affaires (+3,9 points sur un an et +0,3 point sur dix ans), est le seul segment qui progresse. Dynamisé par la commercialisation de la Nintendo Switch 2 en juin 2025, le chiffre d'affaires des ventes de consoles de jeux est en hausse sur un an (+13,9 %) à 795,0 M€, un niveau supérieur à l'année 2017 (784,0 M€) pourtant stimulée par la sortie de la première Nintendo Switch.

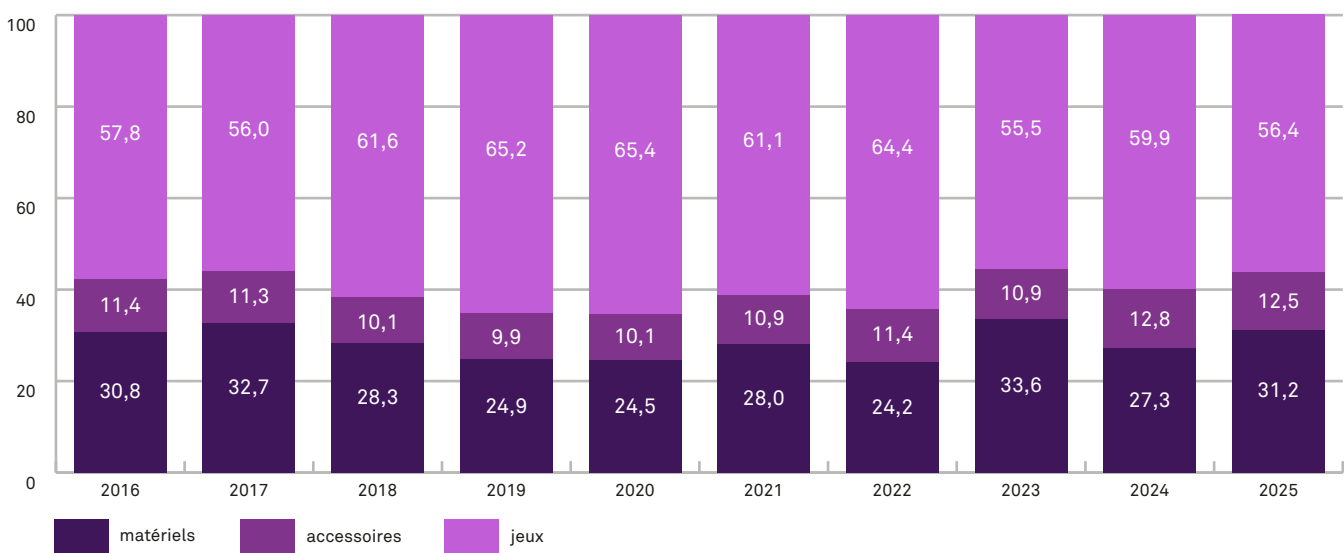
Avec 318,0 M€, le chiffre d'affaires des accessoires pour consoles baisse (-3,1 % par rapport à 2024 mais +43,9 % par rapport à 2016) et représente, en 2025, 12,5 % du total de l'écosystème consoles (12,8 % en 2024 et 11,4 % en 2016).

Chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
matériels	600,0	784,0	777,0	611,9	658,0	760,0	615,0	1 059,0	698,0	795,0
accessoires	221,0	272,0	278,0	243,0	271,0	297,0	289,0	342,0	328,3	318,0
jeux	1 125,0	1 345,0	1 694,0	1 604,4	1 759,3	1 657,4	1 633,0	1 748,0	1 534,0	1 439,0
dont										
jeux physiques	747,0	795,0	775,0	688,3	668,0	600,0	622,0	614,0	451,0	397,0
jeux dématérialisés	378,0	550,0	919,0	916,1	1 091,3	1 057,4	1 011,0	1 134,0	1 083,0	1 042,0
total	1 946,0	2 401,0	2 749,0	2 459,3	2 688,3	2 714,4	2 537,0	3 149,0	2 560,3	2 552,0

Sources : SELL – IDC, GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème consoles (%)



Sources : SELL – IDC, GSD, GameTrack.

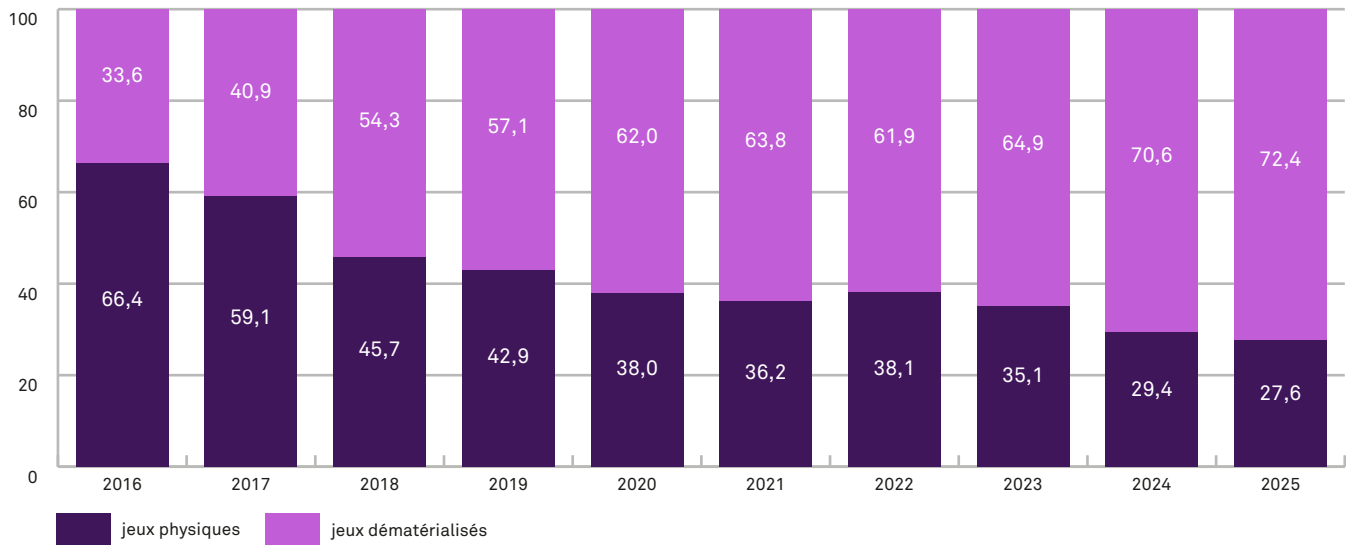
Baisse des ventes de jeux complets (physiques et dématérialisés) pour consoles mais progression des dépenses in-game

En 2025, la vente de jeux pour consoles représente 56,4 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème consoles (-3,5 points par rapport à 2024 et -1,4 point par rapport à 2016) et atteint 1 439,0 M€ (respectivement -6,2 % et +27,9 %). Cette baisse sur un an s'explique par un catalogue présentant peu de très grandes sorties en 2025, obligeant, de fait, le marché à s'appuyer sur la vente de quelques licences phares (*EA Sports FC*, *Battlefield*, *Call Of Duty*). Cette année encore, les ventes de jeux physiques affichent un recul important (-12,0 % par rapport à 2024 et -46,9 % par rapport à 2016). Avec 397,0 M€, les jeux physiques ont, pour la première fois depuis 2016, un chiffre d'affaires inférieur à 400 M€. La part de ces jeux dans le total des ventes de jeux pour consoles atteint donc, en 2025, 27,6 % (-1,8 point sur un an). Les ventes de jeux dématérialisés sur consoles baissent plus modérément par rapport à 2024, à 1 042,0 M€ (-3,8 %) mais explosent en 10 ans (+175,7 % par rapport à 2016). Elles représentent 72,4 % du chiffre d'affaires des jeux pour consoles en 2025 (33,6 % en 2016), à un plus haut niveau historique.

Dans le détail, 53,4 % des ventes dématérialisées sont réalisées par la vente de jeux complets (556,1 M€, -19,4 % par rapport à 2024), 26,6 % par les DLC¹ et microtransactions (277,4 M€, +51,4 %) et 20,1 % par les abonnements (209,1 M€, -0,5 %). Selon le SELL, la forte progression des dépenses *in-game* témoigne d'un niveau d'engagement élevé des joueurs et d'une fidélité dans le temps, mais ne permet pas de compenser le recul des ventes de jeux complets.

En 2025, 17,3 millions de jeux pour consoles² ont été vendus, en baisse sensible sur un an (19,2 millions en 2024), à un niveau en deçà de celui observé ces dix dernières années, à en moyenne 21,6 millions d'unités vendues entre 2016 et 2025. Le prix moyen d'un jeu sur console s'élève en 2025 à 39,23 €, contre 39,77 € en 2024 et 47,71 € en 2016.

Répartition du chiffre d'affaires des jeux (software) pour consoles (%)



Sources : SELL – GSD, GameTrack.

En 2025, près des ¾ du chiffre d'affaires des jeux pour consoles est réalisé par les jeux dématérialisés (72,4 %).

¹ Contenu supplémentaire téléchargeable.
² Hors données de ventes dématérialisées de Nintendo, Kepler Interactive et les ventes de jeux dans le cadre d'une vente conjointe avec une console (bundle).

Les jeux d'action, premier genre de jeu vidéo pour consoles en volume et en valeur

En 2025, 58,8 % du volume des ventes totales de jeux vidéo pour consoles est réalisé par trois genres ; les jeux d'action, de sport et d'aventure (57,7 % en 2024 pour ces trois mêmes genres). Une part avant tout portée par les jeux d'action à 30,7 % (14,9 % pour les jeux de sport et 13,3 % pour les jeux d'aventure). Presque l'intégralité des genres affichent des volumes de ventes en recul sur un an, allant jusqu'à -51,2 % pour les jeux pour enfants. Deux exceptions : les jeux d'action, qui sont stables (+0,6 % à 5,3 millions d'unités vendues), et les jeux de rôles, qui progressent (+4,8 % à 1,9 million d'unités vendues), portés par *Légendes Pokémon : Z-A* (6° au classement des meilleures ventes en volume) et *Clair Obscur : Expédition 33* (18°).

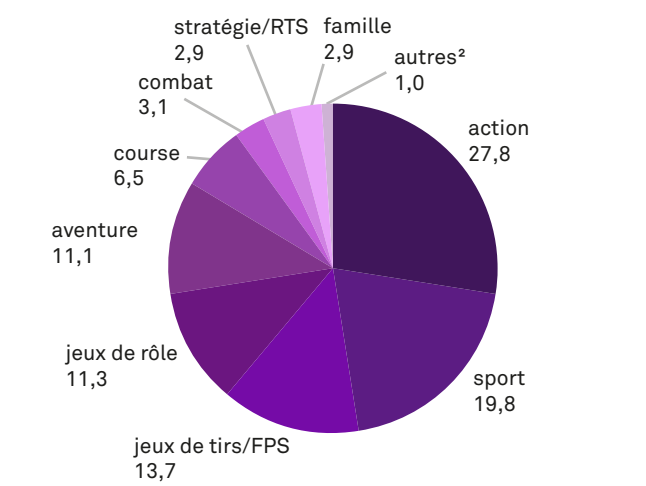
En valeur, les trois principaux genres de jeux vidéo (action, sport et tirs/FPS) représentent 61,2 % des ventes de jeux vidéo pour consoles en 2025 (57,7 % en 2024 pour ces trois mêmes genres). À l'instar des volumes, les jeux d'action arrivent en tête avec 27,8 % de part de marché, contre 19,8 % pour les jeux de sport et 13,7 % pour les jeux de tirs/FPS. Les trois genres présentant les plus importantes baisses de leur chiffre d'affaires sur un an sont les jeux familiaux (-39,3 % par rapport à 2024), les jeux de combat (-30,6 %) et les jeux d'aventure (-25,8 %).

Chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo (software) pour consoles selon le genre (M€)

	2021	2022	2023	2024	2025
action	190,2	180,5	191,4	184,6	189,2
sport	162,6	182,8	156,5	153,5	134,5
jeu de tirs/FPS ²	107,7	106,2	84,4	101,8	93,2
aventure	77,1	61,0	232,4	101,6	75,4
jeu de rôle	102,4	159,1	80,6	76,6	77,1
cOURSE	71,4	84,5	72,1	51,9	44,0
combat	27,1	21,4	31,1	29,9	20,8
stratégie/RTS ³	48,7	38,3	36,5	24,6	19,8
famille	50,3	33,4	26,5	32,3	19,6
jeu casual	7,2	5,8	3,0	1,9	2,0
simulation aérienne	1,2	1,3	0,9	1,6	1,4
enfant	0,0	0,3	0,7	0,7	0,3
arcade	0,0	0,1	0,1	0,1	0,0
autres	2,4	2,3	1,8	1,7	3,5
total	848,4	877,0	918,0	763,0	680,7

¹ Les données de chiffre d'affaires selon le genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo pour consoles ; les ventes dématérialisées de Nintendo et de Kepler Interactive ne sont pas comptabilisées, ainsi que les jeux vendus dans le cadre d'une vente conjointe avec une console (bundle).
² Jeu de tir à la première personne.
³ Stratégie en temps réel.
Sources : SELL – GSD

Répartition du chiffre d'affaires¹ par genre de jeu vidéo (software) pour consoles en 2025 (%)



¹ Les données de chiffre d'affaires selon le genre ne couvrent pas l'entièreté du marché du jeu vidéo pour consoles ; les ventes dématérialisées de Nintendo et de Kepler Interactive ne sont pas comptabilisées, ainsi que les jeux vendus dans le cadre d'une vente conjointe avec une console (bundle).
² Catégorie comprenant les genres casual, simulation aérienne, enfant, arcade et autres.
Sources : SELL – GSD, GameTrack.

Les jeux d'action, de sport et de tirs/FPS représentent 61,2 % des ventes de jeux sur consoles.

EA Sports FC 26, le jeu pour consoles le plus vendu en 2025

Les trois jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2025 sont *EA Sports FC 26* (1,3 million d'unités vendues et 87,5 M€ de chiffre d'affaires), *EA Sports FC 25* (542 000 unités et 18,7 M€) et *Call of Duty: Black Ops 7* (391 000 unités et 27,5 M€). Deux franchises déjà présentes sur le podium l'année passée mais qui pour autant réalisent des performances inférieures à leurs prédécesseurs : *EA Sports FC 25* avait été vendu à 1,4 million d'unités en 2024 pour un chiffre d'affaires total de 94,8 M€, et *Call of Duty: Black Ops 6* à 900 000 unités pour 67,0 M€.

Les 20 jeux vidéo pour consoles les plus vendus en 2025 représentent 35,0 % des ventes totales en volume, une part en hausse par rapport à 2024 (30,4 %), témoignant d'une plus forte concentration des ventes. Au sein de ce classement, trois jeux ne sont pas issus de licences vidéoludiques ou cinématographiques (aucun en 2024) : les deux jeux développés par le studio suédois Hazelight Studios et édités par Electronic Arts, *Split Fiction* (14^e) et *It Takes Two* (17^e), ainsi que *Clair Obscur: Expédition 33* (18^e), le jeu vidéo du studio français Sandfall Interactive et édité par Kepler Interactive, élu meilleur jeu de l'année 2025 aux Game Awards.

Cinq jeux de l'éditeur américain Electronic Arts apparaissent dans le classement des 20 meilleures ventes en volume, représentant 14,8 % de l'ensemble des volumes vendus. Quatre jeux de l'éditeur japonais Nintendo se hissent dans ce classement et trois jeux, tous sortis avant 2019, de l'éditeur américain Take 2. Seul un jeu d'un éditeur français, Ubisoft, apparaît dans le top 20, à savoir *Assassin's Creed Shadows* (5^e). Deux éditeurs européens non français se hissent dans ce classement, Mojang (suédois) avec le jeu *Minecraft: Nintendo Switch Edition* (10^e) et Kepler Interactive (britannique) avec *Clair Obscur: Expédition 33* (18^e).

À noter par ailleurs que les données de ventes de jeux dans le cadre d'une offre conjointe avec une console, ainsi que les ventes dématérialisées de Kepler Interactive et de Nintendo ne sont pas comptabilisées dans ce classement,

sous-évaluant de fait les volumes des jeux vidéo de ces éditeurs. Néanmoins, le cofondateur du studio Sandfall Interactive a annoncé, dans le cadre de la commission du Sénat intitulée «Jeux vidéo, une industrie française, une réussite mondiale» que sur les 5 millions d'exemplaires de *Clair Obscur: Expédition 33* vendus à l'international en 2025, environ 500 000 l'ont été en France. De fait, si les ventes dématérialisées étaient prises en compte, ce jeu remonterait dans le top 10 du classement.

Sur les 20 jeux les plus vendus en 2025, la moitié, soit 10 jeux, sont sortis au cours de cette année (8 en 2024)

Meilleures ventes de jeux vidéo¹ pour consoles en volume en 2025

	titre	éditeur	année de sortie	unités vendues
1	EA Sports FC 26	Electronic Arts	2025	1 300 386
2	EA Sports FC 25	Electronic Arts	2024	542 158
3	Call Of Duty: Black Ops 7	Activision Blizzard	2025	391 449
4	Battlefield 6	Electronic Arts	2025	373 323
5	Assassin's Creed Shadows	Ubisoft	2025	369 423
6	Pokemon Legends: Z-A	Nintendo	2025	340 706
7	Grand Theft Auto V	Take 2	2013	295 021
8	Hogwarts Legacy	Warner Bros. Interactive	2023	259 197
9	Ghost Of Yotei	Sony Interactive Entertainment	2025	219 965
10	Minecraft: Nintendo Switch Edition	Mojang	2018	213 950
11	Grand Theft Auto Online	Take 2	2013	205 549
12	Red Dead Redemption 2	Take 2	2018	202 113
13	Call Of Duty: Black Ops 6	Activision Blizzard	2024	201 410
14	Split Fiction	Electronic Arts	2025	179 426
15	Mario Kart 8 Deluxe	Nintendo	2017	177 045
16	Super Mario Party Jamboree	Nintendo	2024	172 661
17	It Takes Two	Electronic Arts	2021	171 949
18	Clair Obscur: Expedition 33	Kepler Interactive	2025	154 282
19	Monster Hunter Wilds	Capcom	2025	151 345
20	Donkey Kong Bananza	Nintendo	2025	150 361

¹ Ce classement n'inclut pas les données de ventes dématérialisées de Nintendo et de Kepler Interactive ainsi que celles des jeux vendus dans le cadre d'une vente conjointe avec une console (bundle).

Sources : SELL – GSD, GameTrack

L'écosystème PC

Stabilité du marché de l'écosystème PC à un haut niveau

En 2025, l'ensemble du marché du jeu vidéo pour PC (matériels, accessoires et jeux) est stable par rapport à 2024 (-0,2 %) et atteint 1 511,5 M€, soit un niveau dans la moyenne haute des dix dernières années (1 402,9 M€ en moyenne entre 2016 et 2025). Les ventes de matériels pour PC représentent un peu plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (51,7 %, contre 50,5 % en 2024 et 43,2 % en 2016) pour un total de 781,0 M€, en hausse de 2,1 % par rapport à 2024 et de 70,5 % par rapport à 2016. Bien qu'en recul de 8,5 % par rapport à 2024, le chiffre d'affaires des accessoires pour PC atteint son deuxième plus haut niveau de la décennie, derrière 2024 (276,5 M€), à 253,0 M€. Ils représentent, en 2025, 16,7 % du chiffre d'affaires total de l'écosystème PC (-1,5 point par rapport à 2024). Les écrans de PC gaming constituent la majeure partie du chiffre d'affaires réalisé sur les accessoires (74,3 %, contre 73,0 % en 2024).

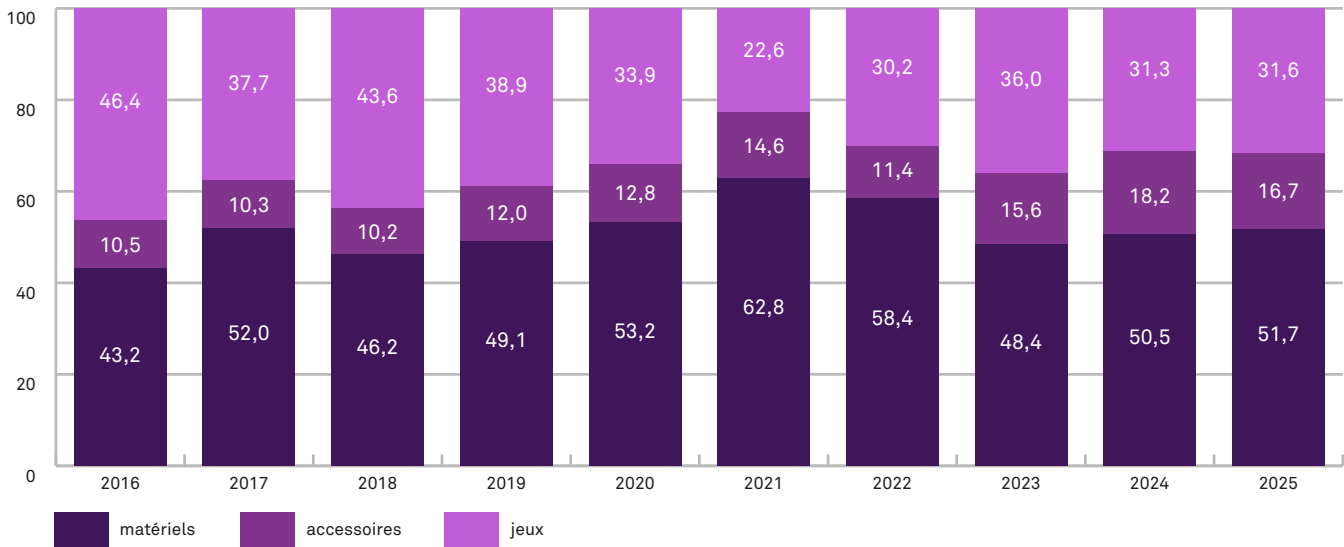
Plus de la moitié du chiffre d'affaires de l'écosystème PC est réalisée par les ventes de matériels (51,7 %).

Chiffre d'affaires de l'écosystème PC (M€)

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
matériels	458,0	672,2	673,7	633,2	771,0	941,0	914,0	674,0	765,0	781,0
accessoires	111,0	133,0	148,0	155,0	186,0	218,0	178,0	217,0	276,5	253,0
dont :										
écrans PC gaming	-	-	-	-	127,0	145,0	118,0	160,0	201,7	188,0
autres accessoires	111,0	133,0	148,0	155,0	59,0	73,0	60,0	57,0	74,7	65,0
jeux	492,0	487,0	636,0	500,8	491,5	338,4	473,0	500,8	473,6	477,5
dont :										
jeux physiques	28,0	24,0	18,0	10,4	8,2	5,4	3,0	1,8	1,8	1,5
jeux dématérialisés	464,0	463,0	618,0	490,5	483,2	333,0	470,0	499,0	471,8	476,0
total	1 061,0	1 292,2	1 457,7	1 289,0	1 448,5	1 497,3	1 565,0	1 391,8	1 513,3	1 511,5

Sources : SELL – IDC, GSD, GameTrack.

Répartition du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (%)



Sources : SELL – IDC, GSD, GameTrack.

Progression en 2025 des ventes de jeux complets dématérialisés pour PC

Les jeux pour PC représentent 31,6 % du chiffre d'affaires de l'écosystème PC (31,3 % en 2024) et atteignent 477,5 M€ en 2025 (+0,8 % par rapport à 2024). A 476,0 M€, les jeux dématérialisés représentent 99,7 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC (99,6 % en 2024). Dans le détail, 41,0 % des ventes dématérialisées sont réalisées par les DLC³ et microtransactions dans les jeux complets ou dans les jeux gratuits type MMO⁴ (195,4 M€, +35,4 % par rapport à 2024), 31,3 % par la vente de jeux complets (149,5 M€, +12,9 %), 23,3 % par les abonnements aux MMO (110,5 M€, -27,9 %) et 4,4 % par les jeux sur les réseaux sociaux et navigateurs (21,1 M€, -50,0 %).

À l'inverse, le marché des jeux physiques, mis à mal par des services comme Steam ou Epic Games Store, ne génère plus que 1,5 M€ de chiffre d'affaires (-15,9 % par rapport à 2024 et -94,6 % par rapport à 2016) et ne représente plus que 0,3 % des recettes des jeux pour PC (0,4 % en 2024).

En 2025, 4,8 millions de jeux⁵ pour PC ont été vendus, soit une baisse de 3,7 % sur un an (4,9 millions en 2024 et 3,3 millions en 2016). Le prix moyen d'un jeu vidéo pour PC s'élève à 23,76 €, contre 20,47 € en 2024 et 23,58 € en 2016.

La quasi-intégralité du chiffre d'affaires des jeux PC relève de la vente de jeux dématérialisés (99,7 %).

Les jeux de tirs/FPS restent le premier genre de jeu vidéo pour PC en chiffre d'affaires

En 2025, les trois principaux genres en volume, soit les jeux d'action, de tirs/FPS et de rôle, représentent 63,9 % des ventes totales de jeux vidéo sur PC (63,7 % en 2024 pour ces trois mêmes genres). Sur ces trois genres, seules les ventes de jeux d'action progressent (+9,0 %, à 1,4 million d'unités vendues). Une hausse portée par la sortie en 2025 d'*Assassin's Creed Shadows* (8^e au classement des titres les plus vendus sur PC) et le maintien dans le top 20 en volume de *Red Dead Redemption 2* (13^e) et de *Grand Theft Auto V* (15^e). Les genres accusant la plus forte baisse en 2025 sont les jeux de simulation aérienne (-32,8 %, à 29 600 unités vendues), les jeux de rôle (-20,5 %, à 650 000 unités) et les jeux de course (-20,4 %, à 211 000 unités). À l'inverse, le nombre de jeux d'aventure vendus progresse de 14,5 % par rapport à 2024 (531 000 unités), grâce notamment à *Split Fiction* (9^e) et à *Hogwarts Legacy: l'héritage de Poudlard* (19^e).

En valeur, les trois principaux genres, les jeux de tirs/FPS, les jeux d'action et les jeux de rôle, captent 65,4 % des ventes totales de jeux vidéo PC en 2025 (69,1 % en 2024). Entre 2024 et 2025, les recettes des jeux de stratégie progressent de 56,2 % (11,4 M€), une hausse portée par les sorties de *Sid Meier's Civilization VII* (7^e au classement des meilleures ventes en valeur) et *Anno 117: Pax Romana* (12^e). En 2025, le chiffre d'affaires des jeux de rôle poursuit sa baisse (15,5 M€, soit -12,6 % par rapport à 2024 et -58,8 % par rapport à 2023).

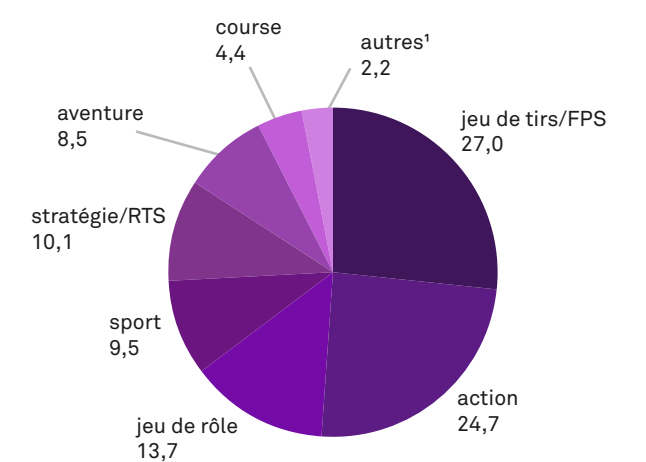
Les jeux de tirs/FPS, d'action et de rôle représentent 65,4 % du chiffre d'affaires des jeux pour PC.

Chiffre d'affaires¹ du jeu vidéo (software) pour PC selon le genre (M€)

	2021	2022	2023	2024	2025
jeu de tirs/FPS ¹	28,3	25,8	22,5	28,0	30,6
action	15,0	17,3	19,2	24,3	27,9
jeu de rôle	15,1	16,6	37,6	17,8	15,5
sport	8,4	10,0	8,1	9,9	10,8
stratégie/RTS ²	15,0	12,0	7,2	7,3	11,4
aventure	4,8	5,0	17,5	6,6	9,6
course	6,0	5,5	5,9	4,5	5,0
combat	1,3	1,1	1,8	1,6	1,3
simulation aérienne	1,6	1,1	1,4	1,3	0,8
jeu casual	0,5	0,2	0,2	0,1	0,1
famille	0,1	0,1	0,1	0,0	0,1
arcade	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
enfant	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
autres	0,1	0,1	0,1	0,1	0,2
total	96,2	94,8	121,8	101,3	113,3

¹ Jeu de tir à la première personne. ² Stratégie en temps réel.
Source : SELL – GSD.

Répartition du chiffre d'affaires par genre de jeu vidéo pour PC en 2025 (%)



¹ Catégorie comprenant les genres combat, simulation aérienne, casual, famille, arcade, enfant et autres.
Source : SELL – GSD

³ Contenu supplémentaire téléchargeable.
⁴ Jeu en ligne massivement multijoueur.
⁵ Hors données de ventes dématérialisées de Kepler Interactive.

Battlefield 6, jeu pour PC le plus vendu en 2025

Les 20 jeux vidéo pour PC les plus vendus en 2025 représentent un quart des ventes totales en volume (26,6 %, contre 24,5 % en 2024). Les trois jeux vidéo les plus vendus sont *Battlefield 6* (191 737 unités vendues), *Red Dead Redemption 2* (111 485) et, pour la deuxième année consécutive, *Grand Theft Auto V* (98 192). A l'instar des jeux pour consoles, les ventes de jeux sur PC se concentrent principalement sur des licences fortes à l'exception de trois titres issus d'univers indépendants (*Split Fiction* 8^e, *It Takes Two* 9^e et *Sea of Thieves* 16^e).

Sept jeux de l'éditeur Electronic Arts apparaissent dans le top 20 en 2025 (5 en 2024), représentant 11,6 % de l'ensemble des volumes vendus (5,5 % en 2024), avec en tête *Battlefield 6* (1^{er}). Quatre jeux de l'éditeur Take 2 se hissent dans le top 20 dont deux sortis en 2025 : *Borderlands 4* (13^e) et *Sid Meier's Civilization VII* (15^e). L'éditeur français Ubisoft apparait également dans ce classement avec deux jeux, *Assassin's Creed Shadows* (14^e) et *Anno 1800* (19^e). L'éditeur allemand Plaion est le seul éditeur européen non français présent dans ce top avec le jeu *Kingdom Come Deliverance II* (11^e).

Contrairement à l'année 2024, le classement des 20 meilleures ventes en volume s'appuie davantage sur les nouveautés que sur le catalogue de fond puisque 11 jeux du classement (cinq en 2024), dont le premier, sont sortis en 2025. De fait, seulement neuf jeux ont une date de sortie antérieure à 2025 (15 en 2024), dont cinq avant la crise sanitaire (10 en 2024), le plus ancien étant *Grand Theft Auto V* sorti en 2013 par Take 2.

Meilleures ventes de jeux vidéo pour PC en volume en 2025

	titre	éditeur	année de sortie	unités vendues
1	Battlefield 6	Electronic Arts	2025	191 737
2	Red Dead Redemption 2	Take 2	2018	111 485
3	Grand Theft Auto V	Take 2	2013	98 192
4	EA Sports FC 26	Electronic Arts	2025	88 993
5	Star Wars Battlefront II	Electronic Arts	2017	71 705
6	Monster Hunter Wilds	Capcom	2025	66 860
7	Hogwarts Legacy	Warner Bros. Interactive	2023	63 511
8	Split Fiction	Electronic Arts	2025	54 090
9	It Takes Two	Electronic Arts	2021	53 225
10	EA Sports FC 25	Electronic Arts	2024	52 834
11	Kingdom Come: Deliverance II	Plaion	2025	51 048
12	Call Of Duty: Black Ops 7	Activision Blizzard	2025	45 455
13	Borderlands 4	Take 2	2025	43 374
14	Assassin's Creed Shadows	Ubisoft	2025	42 976
15	Sid Meier's Civilization VII	Take 2	2025	40 948
16	Sea Of Thieves	Microsoft	2018	40 859
17	The Elder Scrolls IV: Oblivion Remastered	Bethesda Softworks	2025	39 900
18	F1 25	Electronic Arts	2025	39 425
19	Anno 1800	Ubisoft	2019	35 841
20	Elden Ring: Nightreign	Bandai Namco Entertainment	2025	35 767

Source: SELL – GSD.

L'écosystème mobile

Le marché du jeu vidéo mobile à un nouveau record historique

En 2025, le chiffre d'affaires de l'écosystème mobile s'établit à 1 792,0 M€, soit une hausse de 10,8 % par rapport à 2024 et multiplié par 2,8 par rapport à 2016. Il enregistre son plus haut niveau historique, surpassant désormais largement le niveau de 2020 (1 425,7 M€, soit +25,7 %), année où la crise sanitaire avait fortement contribué à la progression du marché. Le mobile représente 30,6 % du marché total du jeu vidéo en 2025 (+2,2 points par rapport à 2024 et +13,1 points par rapport à 2016), une part qui, pour la deuxième année consécutive, devance celle de l'écosystème PC (25,8 %). Elle reste toutefois plus faible que celle observée à l'échelle internationale. Selon Newzoo, le mobile représente 55 % du chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2025.

Un marché dominé par les applications gratuites

En 2025, 94,2 % du chiffre d'affaires du jeu vidéo mobile est généré via des transactions réalisées par les joueurs sur les applications mobiles gratuites, soit 1 688,4 M€ (+6,8 % par rapport à 2024). Les achats de jeux payants représentent une part marginale du chiffre d'affaires total (0,5 % à 8,9 M€, -18,2 % sur un an). Les 5,3 % restants proviennent des jeux sur les réseaux sociaux et les navigateurs qui représentent 71,8 M€, et des abonnements à 23,1 M€ en 2025 (les résultats sont trop fluctuants pour pouvoir calculer des évolutions).

Les jeux de puzzle, genre de jeu mobile le plus téléchargé en 2025

En 2025, 67,4 % du volume de téléchargements des dix premiers genres de jeu mobile sont captés par trois genres différents (65,7 % en 2024) que sont les jeux de puzzle, les jeux d'arcade et les jeux de simulation. Avec 192 millions de téléchargements (+1,1 % sur un an), les jeux de puzzle représentent 31,0 % du volume total. Les jeux lifestyle

(6^e genre en nombre de téléchargements) sont ceux qui accusent la plus forte baisse (-27,6 % par rapport à 2024) à 36,2 millions de téléchargements, tandis que les jeux d'action (8^e) enregistrent la plus forte hausse, +16,5 %, et atteignent les 23,3 millions de téléchargements.

En 2025, le jeu de puzzle *Block Blast !* édité par Hungry Studio est le jeu mobile gratuit le plus téléchargé à 7,4 millions de téléchargements (3,8 millions en 2024). *Roblox* (4,4 millions) et *Vita Mahjong* (3,7 millions) complètent le podium.

En valeur, *Coin Master* est le jeu mobile gratuit ayant généré le plus de transactions en 2025 et le seul ayant dépassé les 100 M€ de recettes (119,4 M€, soit +15,7 % par rapport à 2024). Après avoir été le jeu le plus rentable au monde en un an en 2024, *MONOPOLY GO !* recule en seconde position avec 86,7 M€ (-16,9 %). *Pokémon TCG Pocket* se hisse à la troisième place et double ses recettes *in-game* entre 2024 et 2025 (+110,0 %, à 62,9 M€).

Les trois jeux payants les plus téléchargés en 2025 sont édités par des studios européens : *Minecraft : Dream it, Build it !* (Mojang, Suède) loin devant avec 136 000 téléchargements, suivi de *Balatro* (Playstack, Royaume-Uni) avec 46 000 téléchargements et *Plague Inc.* (Ndemic Creations, Royaume-Uni) avec 35 000 téléchargements.

En valeur, seul *Minecraft : Dream it, Build it !* dépasse le million de dépenses consommateurs (1,8 M€, +24,5 % par rapport à 2024) et conserve la première place, position déjà occupée en 2024. *Balatro*, élu meilleur jeu indépendant et meilleur jeu mobile aux Game Awards 2024, reste également en deuxième position avec des recettes en progression de 60,8 %, à 593,7 K€. Enfin, *Animal Crossing Pocket Camp* atteint la dernière marche du podium (4^e en 2024) avec 187,6 K€ de dépenses consommateurs (+26,2 % par rapport à 2024).

Classement en nombre de téléchargements en 2025

applications gratuites	
	titre
1	Block Blast !
2	Roblox
3	Vita Mahjong
4	Last War: Survivor
5	Kingshot
6	World Search Explorer
7	Subway Surfers
8	Gossip Harbor : Merge & Story
9	Royal Kingdom
10	Pokémon TCG Pocket

Source : SELL – Sensor Tower

Classement en valeur en 2025 (dépenses consommateurs)

applications gratuites	
	titre
1	Coin Master
2	MONOPOLY GO!
3	Pokémon TCG Pocket
4	Last War: Survival
5	Royal Match
6	Gossip Harbor : Merge & Story
7	Candy Crush Saga
8	Brawl Stars
9	Whiteout Survival
10	Clash Royale

Source : SELL – Sensor Tower

applications payantes	
	titre
	Minecraft : Dream it, Build it!
	Balatro
	Plague Inc.
	Geometry Dash
	MONOPOLY : The Board Game
	Sonic the Hedgehog Classic
	Stardew Valley
	Devineuf : Jeu de Soirée Trivia
	After Inc.
	RFS – Real Flight Simulator

applications payantes	
	titre
	Minecraft : Dream it, Build it!
	Balatro
	Animal Crossing Pocket Camp
	RFS – Real Flight Simulator
	MONOPOLY : The Board Game
	Slay the Spire
	Evertale
	Stardew Valley
	Geometry Dash
	Farming Simulator 23 Mobile

La production vidéoludique

Remarques méthodologiques :

Les données présentées portent sur les jeux vidéo ayant perçu l'aide à la production du fonds d'aide aux jeux vidéo (FAJV) du CNC et terminés en 2025, c'est-à-dire ceux ayant transmis leur rendu de compte au CNC au cours de cette année.

Les autres aides aux jeux vidéo, soit l'aide à l'écriture, l'aide à la préproduction, l'aide aux opérations à caractère collectif ainsi que le crédit d'impôt jeu vidéo, ne sont pas incluses dans cette analyse.

L'aide à la production soutient la phase de production proprement dite, après achèvement des travaux préparatoires et avant la commercialisation du jeu.

Les données de coûts de production présentées ci-après appréhendent les dépenses réelles réalisées lors de la phase de production du jeu vidéo aidé.

1,2 M€ d'aides à la production pour les jeux soldés en 2025

En 2025, 14 projets de jeux vidéo ayant bénéficié de l'aide à la production du fonds d'aide aux jeux vidéo (FAJV) ont transmis leur rendu de compte au CNC et sont donc terminés. Dans un contexte de crise et de mutations que traverse le secteur, le nombre de projets signés diminue et de fait le nombre de projets soldés baisse sur un an (27 en 2024).

Les jeux soldés en 2025 sont avant tout des jeux d'aventure (35,7 %, contre 37,0 % des projets soldés en 2024), de réflexion (28,6 %, contre 22,2 % en 2024) et de stratégie (21,4 %, contre 3,7 % en 2024). Parmi ces 14 projets, la moitié ont une prévision de classification PEGI pour les 12 ans et plus (50,0 %, contre 40,7 % en 2024), 21,4 % pour les 7 ans et plus (37,0 % en 2024), 14,3 % pour les 3 ans et plus tout comme pour les 16 ans et plus (respectivement 11,1 % et 7,4 % en 2024). En 2025, aucun jeu pour les 18 ans et plus n'a été soldé, contre un en 2024.

21,4 % des projets soutenus au titre de l'aide à la production

et soldés en 2025 sont des jeux multijoueurs (29,6 % en 2024). En termes de support, 71,4 % sont prévus pour être joués sur PC (88,9 % en 2024), 28,6 % sur console (40,7 % en 2024) et 7,1 % sur mobile (25,9 % en 2024). 21,4 % sont des jeux en réalité virtuelle (7,4 % en 2024). À noter qu'en 2025, 28,6 % sont des jeux multisupports (PC et console exclusivement) contre 55,6 % en 2024.

Le montant total de l'aide à la production pour les 14 projets soldés en 2025 s'élève à 1,2 M€, en baisse de 46,0 % par rapport à 2024, année avec presque 2 fois plus de projets soldés (27). En moyenne, un jeu vidéo en phase de production est aidé par le CNC à hauteur de 88,6 K€ (+4,2 % par rapport à 2024). Cette aide couvre 9,2 % des dépenses réalisées pour la production du jeu (13,7 % en 2024).

À noter, seulement un projet soldé en 2025 a également eu l'aide à la préproduction, en 2024, un nombre similaire à l'année précédente.

Plus de 13 M€ de dépenses en production, couvertes aux 2/3 par les apports de l'entreprise

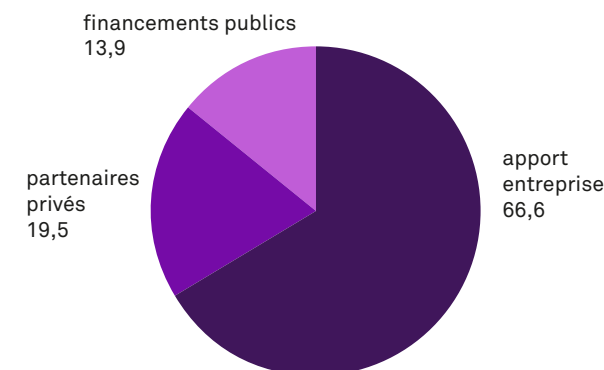
Le total des dépenses de production des jeux vidéo soldés recule sur un an : 13,5 M€ en 2025, contre 16,8 M€ en 2024, soit -19,6 % et un recul bien moins important que celui observé sur le volume (-48,1 %). Le coût moyen de production d'un jeu progresse donc sur un an à 962,7 K€, contre 728,7 K€ en 2024, soit +32,1 %.

Une progression portée par la hausse du nombre de projets soldés présentant un coût supérieur ou égal à 600 000 € (35,7 %, contre 26,1 % en 2024). 14,3 % des jeux ont un coût compris entre 400 000 € et 599 999 € (26,1 % en 2024). L'autre moitié des projets ont un devis inférieur à 400 000 € (50,0 % contre 47,8 % en 2024). Aucun jeu soldé en 2025 a un budget inférieur à 100 000 €, contre deux en 2024 (8,7 %).

En 2025, l'apport entreprise couvre deux tiers des dépenses engagées en production des projets aidés et soldés (66,6 %, contre 50,4 % en 2024), avec un montant moyen de 718,4 K€ (+81,8 % sur un an). Les partenaires

privés représentent 19,5 % du financement de ces projets (341,5 K€ en moyenne, -51,8 % par rapport à 2024) et les financements publics, 13,9 % (138,8 K€, soit +31,8 %).

Répartition des financements de production des jeux soldés en 2025 (%)



Source : CNC.

Dans le détail, les apports entreprise sont exclusivement des apports en numéraire en 2025. En 2024, 6,1 % relevaient de l'apport en industrie.

L'aide à la production représente 63,1 % des financements publics (84,6 % en 2024), les collectivités territoriales 9,0 % (9,3 % en 2024), les aides à la préproduction du CNC 3,5 % (1,2 % en 2024) et les autres aides publiques (Prêt R&D et subvention innovation de BPI France, etc.), 24,4 % (4,9 % en 2024).

Enfin, 88,7 % des financements de partenaires privés sont issus d'éditeurs (53,8 % en 2024), 4,8 % d'aides privées (aucune en 2024) et 6,5 % d'autres partenaires, sans que ces derniers ne soient identifiés (6,0 % en 2024). À noter qu'en 2024, 38,9 % des financements privés provenaient d'investisseurs et actionnaires. Aucun financement de ce type n'est déclaré en 2025.

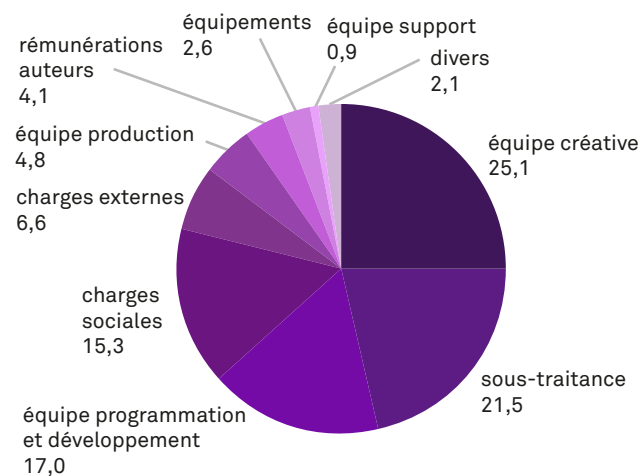
42,1 % des dépenses en production sont dédiées à l'équipe créative et l'équipe programmation et développement

En 2025, le montant des dépenses réalisées en France par les projets soldés en production s'élève à 12,3 M€ (-23,5 % par rapport à 2024), soit 91,4 % du coût total (-4,7 points). De fait, 1,2 M€ de dépenses ont été effectuées à l'étranger (+75,0 % sur un an) : 609,7 K€ au sein de l'Union Européenne et 551,5 K€ en dehors de l'Union Européenne.

La moitié des jeux soldés en 2025 déclarent des dépenses en dehors de l'Union Européenne (50,0 %, contre 43,5 % en 2024) et 42,9 % au sein de l'Union Européenne (47,8 % en 2024). A noter qu'en 2025, un peu moins de la moitié des jeux soldés ont effectué l'entièreté de leurs dépenses de production en France (42,9 %, soit +3,7 points sur un an), et, à l'inverse, 35,7 % des projets déclarent des dépenses en France, dans l'Union Européenne et hors Union Européenne (+5,3 points).

Avec un coût moyen de 281,6 K€ (+19,9 % par rapport à 2024), les dépenses de l'équipe créative (conception, infographisme et musique/son) composent le quart du coût total des jeux soldés en 2025 ayant eu une aide à la production (25,1 %, -5,8 points). Avec presque l'intégralité des projets qui y ont eu recours (12 sur 14 en 2025 et 20 sur 23 en 2024), la sous-traitance constitue le deuxième poste de dépenses (21,5 %, contre 8,8 % en 2024) avec un montant moyen de 241,7 K€ en 2025 (73,7 K€ en 2024). Enfin, l'équipe programmation et développement représente 17,0 % du total des coûts des jeux soldés en 2025 (-5,9 points), avec un coût moyen de 190,9 K€ (+14,5 % sur un an).

Répartition des coûts de production des jeux soldés en 2025 (%)



Source : CNC.

Dans le détail, l'infographisme représente 49,2 % des dépenses de l'équipe créative (42,7 % en 2024), la conception 47,5 % (53,1 % en 2024) et la musique et le son, 3,3 % (4,2 % en 2024). Les dépenses liées au directeur créatif et au game design sont les plus conséquentes au sein de l'équipe conception (respectivement 45,1 % et 17,2 %). Pour ce qui est de l'infographisme, 36,5 % des dépenses proviennent des postes d'illustrations (graphisme 2D, design de personnages, etc.) et 24,8 % de l'animation 2D/3D.

Concernant l'équipe développement et programmation, presque l'intégralité des dépenses relèvent, à proprement parler, des postes liés à la programmation et au développement (97,8 %, contre 93,1 % en 2024). Les dépenses provenant des tests et Q/A⁶ restent marginales : 2,2 % du coût total de cette équipe (6,9 % en 2024). Seulement un tiers des projets soldés en 2025 déclarent ce type de dépenses (33,3 %, contre 43,5 % en 2024). Au sein de l'équipe programmation et développement, deux postes captent deux tiers des coûts totaux : la programmation *backend*⁷, moteur et portage console à 41,4 % (28,3 % en 2024) et le directeur technique à 25,7 % (23,4 % en 2024).

⁶ Tests d'assurance qualité du jeu.

⁷ Programmation de l'infrastructure invisible pour les joueurs.

5.2

Le public du jeu vidéo

En 2025 :

73 %

des internautes de 10 ans et plus ont joué aux jeux vidéo
(+3 points par rapport à 2024)

69 %

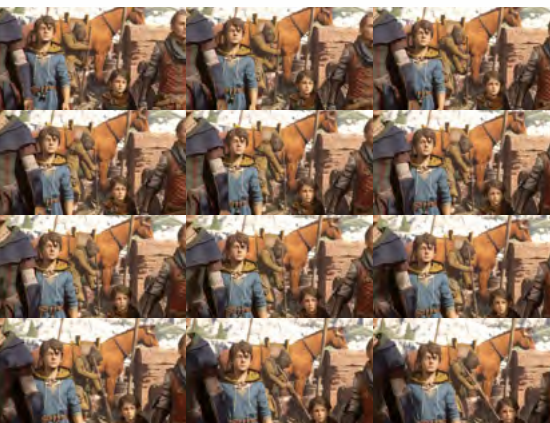
des femmes jouent aux jeux vidéo
(+3 points)

29,1 %

des joueurs sont des midcore

8,7 %

des joueurs sont des hardcore



Le profil des joueurs français

Remarques méthodologiques :

Les données sur le profil des joueurs sont issues de l'étude du SELL *Les Français et le jeu vidéo*. Les données sont recueillies et analysées par Médiamétrie pour le compte du SELL dans le but de mesurer et de comprendre les usages et profils des joueuses et joueurs de jeux vidéo en France. L'étude a été réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025 auprès d'un échantillon de 4 001 individus âgés de 10 à 80 ans, représentatif de la population française.

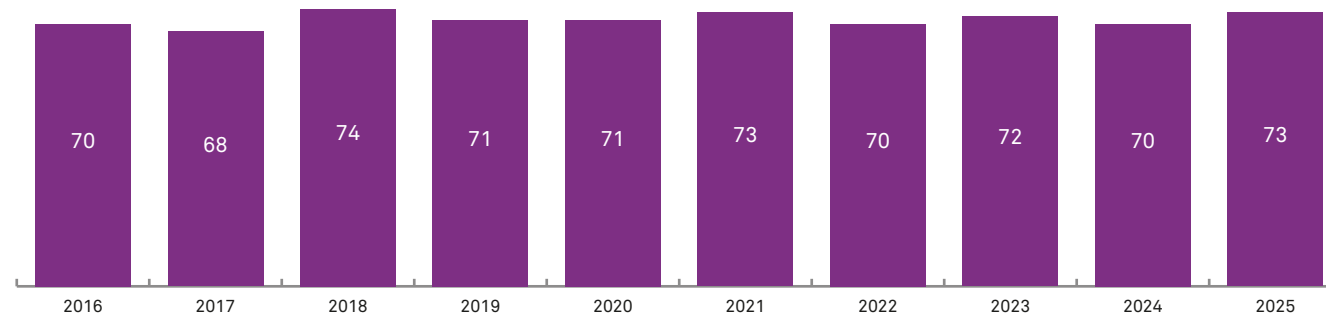
7 Français sur 10 jouent au moins occasionnellement aux jeux vidéo

En 2025, 40,2 millions de Français ont joué, au moins une fois dans l'année, à un jeu vidéo, contre 38,3 millions en 2024. Un record historique porté par les adultes qui représentent 88 % des joueurs (+4 points par rapport à 2024). 73 % des Français de 10 ans et plus jouent au moins occasionnellement aux jeux vidéo, une part en hausse de 3 points en un an et qui constitue le deuxième plus haut niveau historique derrière 2018 (74 %). En 2025, 69 % des femmes déclarent jouer aux jeux vidéo (+3 points en un an), contre 77 % des hommes (+4 points). L'âge moyen des joueurs de jeux vidéo s'élève, en 2025, à 40 ans (39 en 2024), soit légèrement en dessous de l'âge moyen de la population française (44 ans).

La pratique du jeu vidéo se répand chez les 50 ans et plus

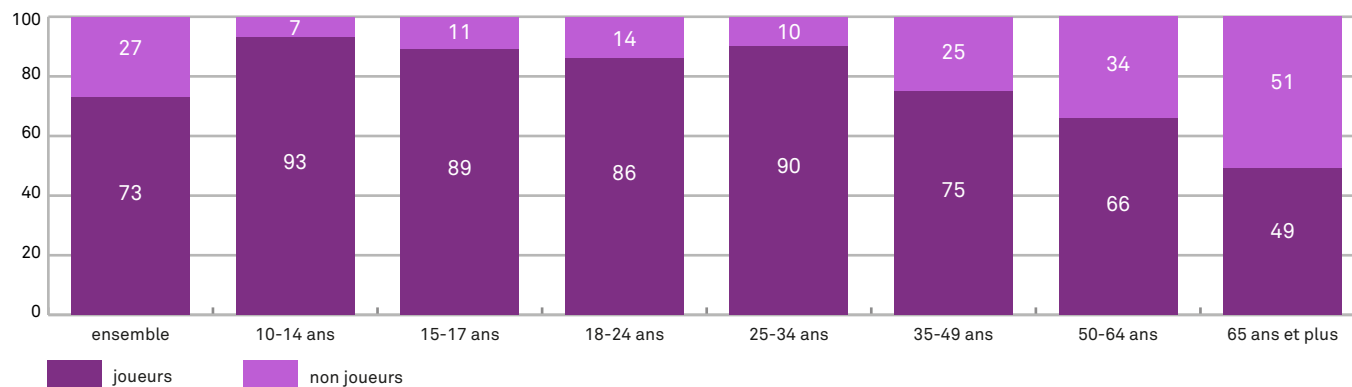
En 2025, la part des joueurs de jeu vidéo chez les moins de 35 ans est supérieure à l'ensemble de la population (73 %) et s'établit au-dessus des 85 %. Elle est la plus importante chez les enfants de moins de 15 ans à 93 % (94 % en 2024 et 96 % en 2022), suivie des 25-34 ans à 90 % (87 % en 2024 et 82 % en 2022). La pratique du jeu vidéo chez les 18-24 ans est en recul par rapport à 2024 et 2022 à 86 % (92 % en 2022 et 2024), à l'instar de celle des 15-17 ans qui s'établit à 89 % (94 % en 2022 et 2024). À partir de 35 ans, la pratique du jeu vidéo est décroissante avec l'âge

Part de joueurs de jeux vidéo (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le Jeu Vidéo* réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

Part de joueurs de jeux vidéo selon la tranche d'âge en 2025 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le Jeu Vidéo* réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

mais semble néanmoins se démocratiser. Trois quarts des 35-49 ans jouent aux jeux vidéo (75 %, contre 72 % en 2024 et 75 % en 2022), deux tiers des 50-64 ans (66 %, contre 59 % en 2024 et 63 % en 2022) et près de la moitié des 65 ans et plus (49 %, contre 43 % en 2024 et 41 % en 2022).

La moitié des Français de 65 ans et plus joue, au moins occasionnellement, aux jeux vidéo (49 %, +6 points par rapport à 2024).

76 % des joueurs jouent au moins une fois par semaine

Plus des ¾ des joueurs déclarent jouer au moins une fois par semaine aux jeux vidéo (76 %). Une fréquence stable sur un an (74 % en 2024) mais plus importante qu'avant la crise sanitaire (70 % en 2019). Dans le détail, plus de la moitié des joueurs joue quotidiennement (52 %, contre 50 % en 2024 et 49 % en 2019) et 21 % plusieurs fois par jour (21 % en 2024 et 20 % en 2019). Une fréquence également importante chez les joueurs seniors puisque 50 % des joueurs de 65 ans ou plus déclarent jouer au moins une fois par jour ou presque (stable par rapport à 2024).

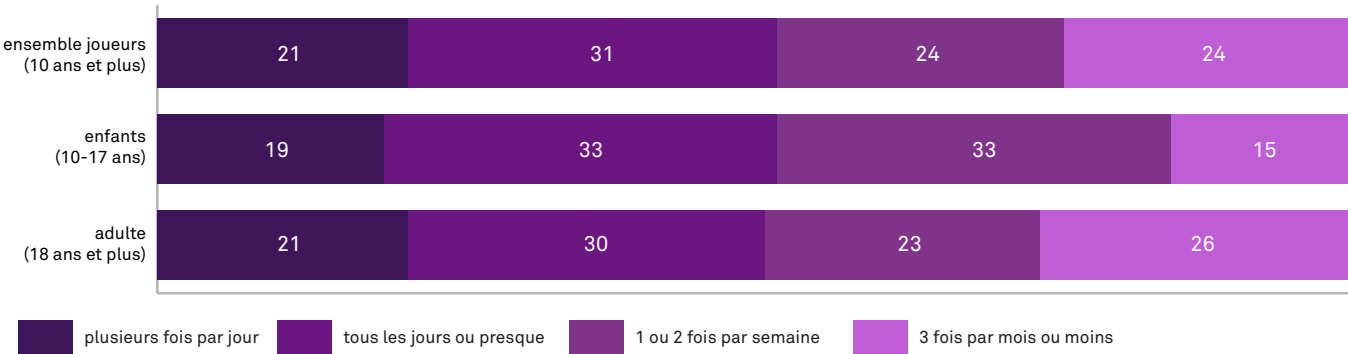
Les enfants déclarent jouer plus régulièrement que les adultes : 85 % au moins une fois par semaine pour les 10-17 ans, contre 74 % des 18 ans et plus. Néanmoins, la part des joueurs assidus de moins de 18 ans recule sur un an : 19 % disent jouer plusieurs fois par jour, en baisse de 6 points par rapport à 2024.

Porté par la Nintendo Switch 2, plus du quart des joueurs jouent sur console portable en 2025

En moyenne, les joueurs utilisent 2,2 supports pour jouer, un chiffre stable par rapport à 2024 et 2019. Le classement des supports les plus utilisés par les joueurs de jeux vidéo reste inchangé depuis 2021 avec, en tête, le smartphone (55 %, contre 56 % en 2024), suivi de la console de salon (47 %, contre 45 %) et de l'ordinateur (40 %, contre 38 %). La console de jeu portable conserve sa quatrième place à 28 %, en hausse de 5 points par rapport à 2024, une croissance liée au succès de la Nintendo Switch 2 à sa sortie en juin 2025.

Parmi les joueurs, 15 % jouent sur les trois différents supports (13 % en 2024) : console de salon ou portable, ordinateur et smartphone. Ce dernier est le support le plus complémentaire puisque 32 % l'utilisent en complément d'une console (28 % en 2024) et 25 % en plus de l'ordinateur (22 % en 2024). Cela s'explique par la nature même de ce support, le smartphone est toujours à portée de main et se prête facilement à un usage parallèle. Bien qu'en progression, la combinaison ordinateur et console est moins fréquente avec 22 % des joueurs (19 % en 2024).

Fréquence de jeu des joueurs de jeux vidéo en 2025 (%)

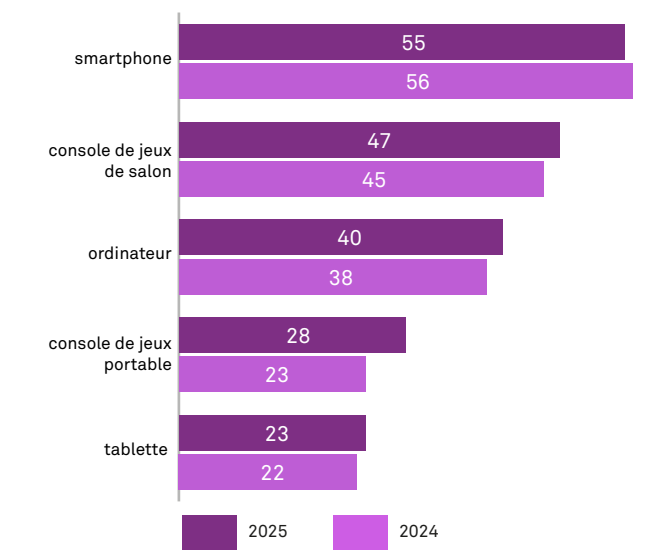


Source : étude SELL/Médiamétrie Les Français et le Jeu Vidéo réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

L'âge moyen des joueurs sur smartphone est de 40 ans ; la console portable est davantage utilisée par les plus jeunes avec un âge moyen de 31 ans, et en témoigne le fort taux d'utilisation de ce support chez les 10-15 ans (86 %). À l'inverse, la tablette est le support pour lequel les joueurs sont, en moyenne, plus âgés (42 ans) suivi de près par l'ordinateur (41 ans). Ces supports sont, par ailleurs, très privilégiés par les 65 ans et plus à 50 % pour l'ordinateur et 31 % pour la tablette.

Le smartphone est le premier support utilisé par les joueurs de jeux vidéo.

Supports utilisés pour jouer aux jeux vidéo (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie Les Français et le Jeu Vidéo réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

Les jeux casual et mobiles sont les genres les plus populaires

En 2025, les jeux casual et mobiles demeurent le genre le plus apprécié du public avec 39 % des joueurs qui y jouent (+5 points par rapport à 2024). Cette part s'élève à 44 % chez les joueurs sur smartphone, à 45 % chez les joueuses et à 50 % chez les joueurs de 65 ans et plus. Les jeux de stratégie et de stratégie en temps réel se hissent à la seconde place avec 28 % des joueurs qui déclarent y avoir joué en 2025 (+4 points) et 30 % des joueurs sur ordinateur (+4 points). Certains jeux de stratégie sortis en 2025 ont probablement contribué à cette hausse tels que *Sid Meier's Civilization VII* ou bien encore *Anno 117: Pax Romana*. Avec 27 %, la course automobile et les jeux d'aventure et de rôle occupent ex-aequo la dernière marche du podium (respectivement +1 point et +3 points). Les jeux de course automobile constituent le premier genre sur les consoles de salon (36 %, stable sur un an). Les jeux d'aventure et de rôle semblent davantage séduire les 16-30 ans (36 %, +4 points).

Le jeu vidéo, une pratique collective en hausse chez les joueurs adultes

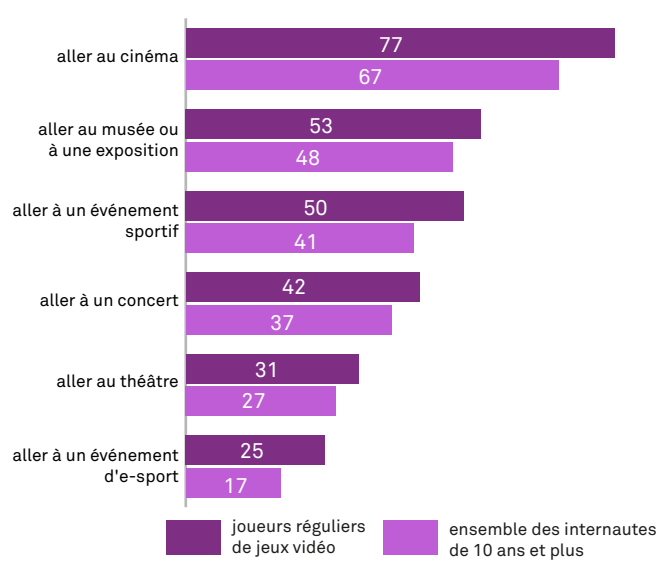
En 2025, 65 % des joueurs déclarent jouer à plusieurs, en ligne ou en local (+6 points par rapport à 2024). Une dimension collective plus importante chez les joueurs âgés de 10 à 17 ans (84 %, -2 points) mais surtout en forte hausse chez les adultes, à 63 % (+7 points). Cette hausse résulte probablement du succès de certains jeux multi-joueurs sortis en 2025 tels que *Battlefield 6*, *Call of Duty: Black Ops 7* ou bien encore *Split Fiction*. Sur l'ensemble des joueurs, 54 % jouent à plusieurs en local et 56 % jouent en ligne en multijoueur (+5 points par rapport à 2024 pour chacun des modes). Le jeu en ligne permet de jouer avant tout avec ses amis (86 %) mais aussi de créer de nouveaux liens sociaux puisque 60 % des joueurs déclarent avoir créé des amitiés en ligne grâce aux jeux vidéo. Cette pratique sociale du jeu vidéo montre une dimension communautaire puisque 23 %

des joueurs déclarent appartenir à une communauté de fans. Parmi ces joueurs, 86 % ont déjà eu des interactions avec les membres de leur communauté et 68 % ont déjà rencontré certains membres dans la vie réelle. Au global, ces joueurs ayant un sentiment d'appartenance ont un regard bienveillant et accueillant sur leur communauté (86 %, -5 points) et 80 % indiquent qu'elle leur a permis de se faire des amis qu'ils n'auraient pas connus autrement (-2 points).

Des pratiques culturelles plus riches que l'ensemble des Français

Le jeu vidéo ne semble pas cannibaliser les autres loisirs puisque les joueurs réguliers déclarent pratiquer des activités culturelles et sportives à des niveaux plus hauts que la moyenne des Français. En 2025, 77 % des joueurs sont allés au cinéma au cours des six derniers mois contre 67 % des internautes de 10 ans et plus. La pratique d'autres activités est également plus importante parmi les joueurs réguliers puisque la moitié déclare être allée au musée (53 %) et/ou à un événement sportif (50 %) contre respectivement 48 % et 41 % de l'ensemble de la population des internautes français de 10 ans et plus. Un quart des joueurs réguliers a assisté à un événement d'e-sport en 2025 (25 % contre 17 % sur la population internautes). Ils sont également plus nombreux à déclarer lire (70 %, contre 65 % pour l'ensemble) et pratiquer du sport au moins une fois par mois (79 %, contre 74 %). Les joueurs réguliers sont également plus enclins à avoir des pratiques de consommation média plus importantes que la moyenne des Français. En 2025, 84 % des joueurs de jeu vidéo ont regardé, au moins une fois par mois, des vidéos en streaming, en vidéo à la demande transactionnelle ou par abonnement (76 % pour l'ensemble des internautes). Les joueurs de jeu vidéo écoutent également plus de musique sur des services de streaming musical (81 %) que l'ensemble des internautes (72 %) et se rendent davantage sur les réseaux sociaux (91 %, contre 87 %).

Pratique d'une activité au cours des 6 derniers mois en 2025 (%)



Source : étude SELL/Médiamétrie *Les Français et le Jeu Vidéo* réalisée sur Internet du 19 juin au 13 juillet 2025, auprès d'un échantillon de 4 001 internautes de 10 ans et plus.

Le jeu vidéo et les enfants : une pratique largement partagée avec les parents

En 2025, 65 % des parents déclarent jouer à des jeux vidéo avec leurs enfants au moins une fois par semaine. Plus de la moitié des parents joue avec leurs enfants afin de partager une activité avec eux (59 %). Jouer parce que leurs enfants leur demandent (50 %) ou parce qu'ils trouvent la pratique amusante (49 %) constituent les deuxièmes et troisièmes raisons de cette pratique familiale. Les enfants, de leur côté, évoquent également le partage et l'amusement comme motivations principales (à 53 % chacun). La moitié des enfants déclare jouer aux jeux vidéo avec leurs parents car ces derniers aiment aussi ce loisir (51 %).

33 % des parents déclarent laisser leurs enfants libres de leurs choix et 67 % disent être attentifs à la pratique du jeu vidéo de leurs enfants, en hausse de 8 points par rapport à 2024. Une attention plus importante des parents sur la pratique vidéoludique de leurs enfants qui se manifeste de plusieurs façons : 44 % déconseillent certains jeux, 13 % contrôlent le temps passé et 10 % restent toujours à côté lorsque les enfants jouent.

Une implication qui se reflète également dans l'utilisation de systèmes de contrôle parental. En 2025, 95 % des parents déclarent connaître leur existence (+2 points par rapport à 2024) et 51 % l'utilisent, une part en hausse de 10 points sur un an. 71 % des parents acheteurs de jeux vidéo ont connaissance du système PEGI de classification par âge des jeux vidéo (+3 points) et deux tiers y sont attentifs lors de l'achat de jeux pour leurs enfants (66 %, +4 points).

²/₃ des parents sont attentifs à la classification PEGI (66 %, +4 points sur un an).

Le rapport des joueurs aux jeux vidéo

Remarques méthodologiques :

Les données sur le rapport des joueurs aux jeux vidéo sont issues de l'étude *Les publics du jeu vidéo en France* réalisée par Toluna pour le compte du CNC. Cette étude avait pour objectif d'explorer les pratiques vidéoludiques en France, de comprendre comment celles-ci s'inscrivent dans le quotidien des joueurs et d'évaluer leurs interactions avec l'univers vidéoludique au-delà du jeu. L'étude comprenait deux phases, une quantitative à partir d'un questionnaire en ligne, et une qualitative avec des entretiens ethnographiques et des blogs interactifs.

Le questionnaire quantitatif a été réalisé sur Internet du 5 au 18 septembre 2025 auprès d'un échantillon représentatif de 3 286 Français âgés de 15 ans et plus pour la cible adulte, et de 752 foyers français avec au moins un enfant âgé de 4 à 14 ans pour la cible enfants.

La phase qualitative s'est déroulée du 22 au 27 septembre 2025 auprès de joueurs âgés de 15 à 50 ans, recrutés selon leur genre, le type de jeux vidéo auxquels ils jouent, leur support principal de jeu, leurs motivations de jeux, leurs critères d'achat et leur temps de jeu hebdomadaire. Le dispositif a permis de rencontrer 8 joueurs à leur domicile pour des entretiens ethnographiques d'1h30 et de suivre 42 autres joueurs et leurs pratiques vidéoludiques pendant 6 jours via des blogs interactifs en ligne.

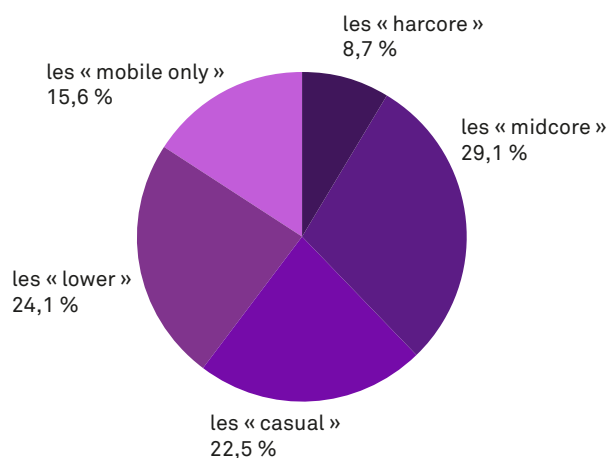
Seulement 1/3 des joueurs de jeux vidéo s'identifie comme joueurs (32,9 %).

Une pratique largement répandue qui se façonne autour de profils distincts

7 Français de 15 ans et plus sur 10 déclarent jouer au jeux vidéo au moins occasionnellement (70,7 %). À noter, 14,6 % d'entre eux disent en première intention ne pas jouer à des jeux vidéo mais déclarent finalement, avec la précision des supports, une pratique pour une grande majorité sur mobile. Malgré un taux important de pratique, le sentiment d'identification en tant que joueur reste globalement modéré (note moyenne de 2,9/5). 40,0 % des joueurs ne se considèrent pas du tout ou peu comme joueurs de jeu vidéo (notes de 1 à 2) et 32,9 % se considèrent plutôt ou tout à fait comme tels (notes de 4 à 5). Cette identification modérée est notamment due à une image du joueur encore négativement connotée, poussant certains à en refuser l'étiquette en particulier chez les joueurs occasionnels et les femmes.

Cette étude a permis d'identifier cinq profils de joueurs : les « hardcore » qui représentent 8,7 % de la population de joueurs, les « midcore » 29,1 %, les « casual » 22,5 %, les « lower » 24,1 % et les « mobile only » 15,6 %.

Répartition du profil des joueurs de jeux vidéo en France en 2025 (%)



Source : étude quantitative Toluna/CNC *Les publics du jeu vidéo* réalisée sur Internet du 5 au 18 septembre 2025, auprès d'un échantillon de 2 333 joueurs de 15 ans et plus.

Les joueurs dits « **hardcore** » sont des individus très engagés vis-à-vis du jeu vidéo puisqu'ils y jouent en moyenne 25h11 par semaine et s'identifient clairement comme des joueurs de jeux vidéo (5/5). Ils sont nombreux à déclarer jouer à plusieurs (81,9 %, contre 58,7 % pour l'ensemble des joueurs) et exercent leur pratique vidéo-ludique principalement sur console (95,8 % contre 67,6 % des joueurs) ou sur ordinateur (91,2 %, contre 67,9 %). Les joueurs « **midcore** » utilisent les mêmes supports (ordinateur à 87,8 % et console à 84,4 %) mais se distinguent par un engagement et un sentiment d'identification moindre (3,7/5). 72,2 % d'entre eux jouent à plusieurs et ils jouent, en moyenne, 14h42 par semaine. Les « **casual** » ont un engagement plus modéré puisqu'ils jouent en moyenne 4h00 par semaine. Avec une note de 3/5, ils s'identifient moins comme joueurs. Les joueurs « **lower** » sont encore moins engagés (2h54 de temps moyen de jeu hebdomadaire et 1,9/5 en sentiment d'identification en tant que joueur) et jouent avant tout sur tablette ou smartphone (89,6 %). Enfin, les « **mobile only** » jouent exclusivement sur supports mobiles et principalement seuls (91,2 % contre 72,4 % des joueurs). Bien qu'ils jouent en moyenne 4h24 par semaine, ils s'identifient très peu comme joueurs (1,7/5).

Ces différents types de joueurs se distinguent également par leur profil socio-démographique. Plus l'engagement est important, plus la part d'hommes est élevée (80,0 % de joueurs chez les « **hardcore** » et 62,0 % chez les « **midcore** »). Enfin, cette segmentation met en lumière des préférences de jeu très différenciées : 66,6 % des joueurs « **hardcore** » vont s'orienter vers des jeux dits complexes (34,7 % pour l'ensemble des joueurs) et en monde ouvert (74,9 % contre 55,3 %) tandis que les « **mobile only** » vont préférer des jeux plus simples (85,9 % contre 65,3 %) et linéaires (61,1 % contre 44,7 %).

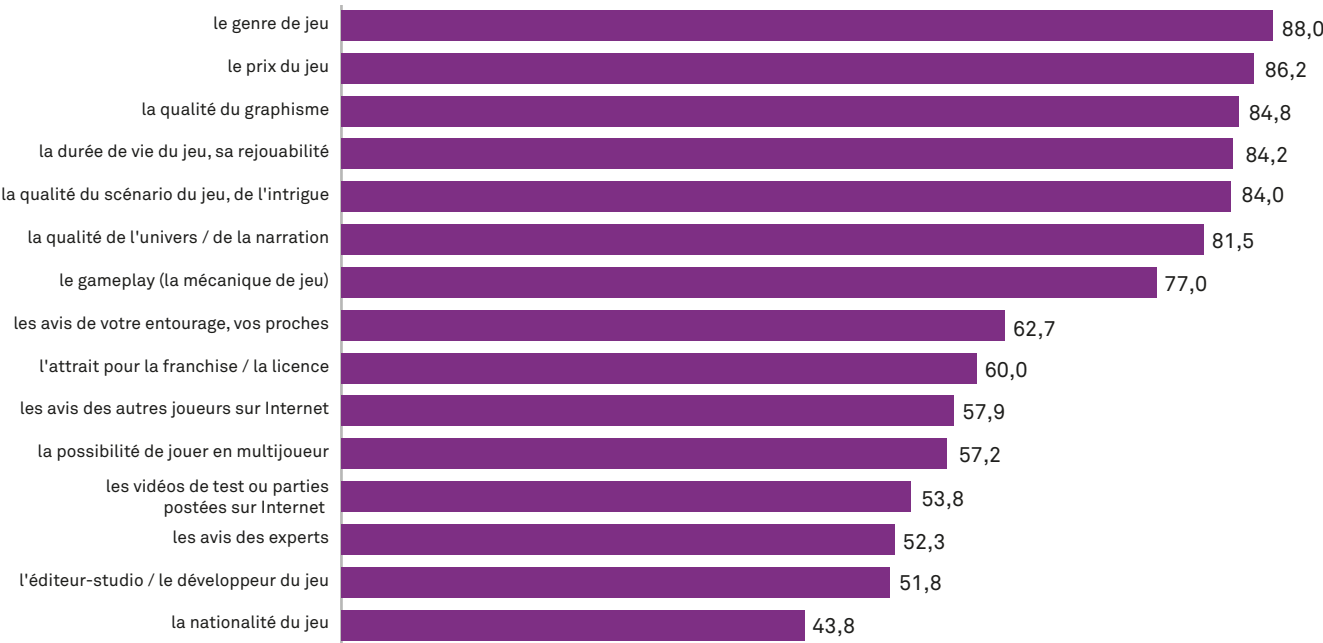
Des pratiques d'achats très contrastées selon les types de joueurs

Selon Toluna, 48,4 % des joueurs de 15 ans ou plus ont acheté un jeu vidéo au cours des six derniers mois. Une part fortement tirée vers le bas par les joueurs « mobile only » puisque 55,5 % d'entre eux déclarent ne jamais en acheter. A l'inverse, plus les joueurs sont engagés vis-à-vis de la pratique, plus ce taux est élevé : 86,8 % des joueurs « hardcore » ont acheté un jeu au cours des six derniers mois et 68,9 % des « midcore ».

Par ailleurs, un quart des joueurs (24,7 %) déclare avoir, au cours des six derniers mois, dépensé de l'argent dans un jeu, que ce soit pour débloquer du contenu jouable supplémentaire, pour progresser plus rapidement, pour personnaliser des éléments du jeu ou encore pour acheter de la monnaie virtuelle. Cependant, 70,6 % des joueurs sont d'accord avec le fait que ces nouvelles formes de monétisation (micro-transactions, DLC¹, *battle pass*, etc.) poussent à dépenser toujours plus. Un sujet aussi abordé lors du terrain qualitatif sous un angle également critique de la part des joueurs « hardcore » et « midcore » qui acceptent globalement le modèle des micro-transactions pour des améliorations esthétiques et cosmétiques tant que cela n'entrave pas la progression du jeu et ne fausse pas la compétition et l'équité entre les joueurs. À l'inverse, les joueurs « casual » et « mobile only » sont plus enclins à soutenir ce modèle pour jouer gratuitement sans obligation d'achat tout en offrant une expérience vidéo-ludique plus durable avec l'achat par exemple de vies en plus.

Plus de la moitié des joueurs « mobile only » n'achète jamais de jeux vidéo (55,5 %).

Les critères importants dans le choix d'un jeu vidéo en 2025 (%)



Source : étude quantitative Toluna/CNC Les publics du jeu vidéo réalisée sur Internet du 5 au 18 septembre 2025, auprès d'un échantillon de 2 333 joueurs de 15 ans et plus.

Les joueurs ont une approche très rationnelle pour ce qui est du choix d'un jeu vidéo puisque le prix est considéré comme un critère important pour 86,2 % des joueurs. Outre le prix, le genre (88,0 %) et la qualité du graphisme (84,8 %), du scénario / de l'intrigue (84,0 %) ou encore de l'univers / de la narration (81,5 %) priment sur les recommandations de l'entourage (62,7 %), des autres joueurs (57,9 %) ou des experts (52,3 %).

Des différences s'opèrent en fonction du type de joueur. Les « hardcore » vont apporter une grande attention au *gameplay* (mécanique du jeu, à 96,0 %), les « midcore » au genre (95,0 %), tandis que les « casual », les « lower » et les « mobile only » seront plus attentifs au prix (respectivement 89,0 %, 83,5 % et 80,3 %).

¹ DLC : contenu téléchargeable additionnel.

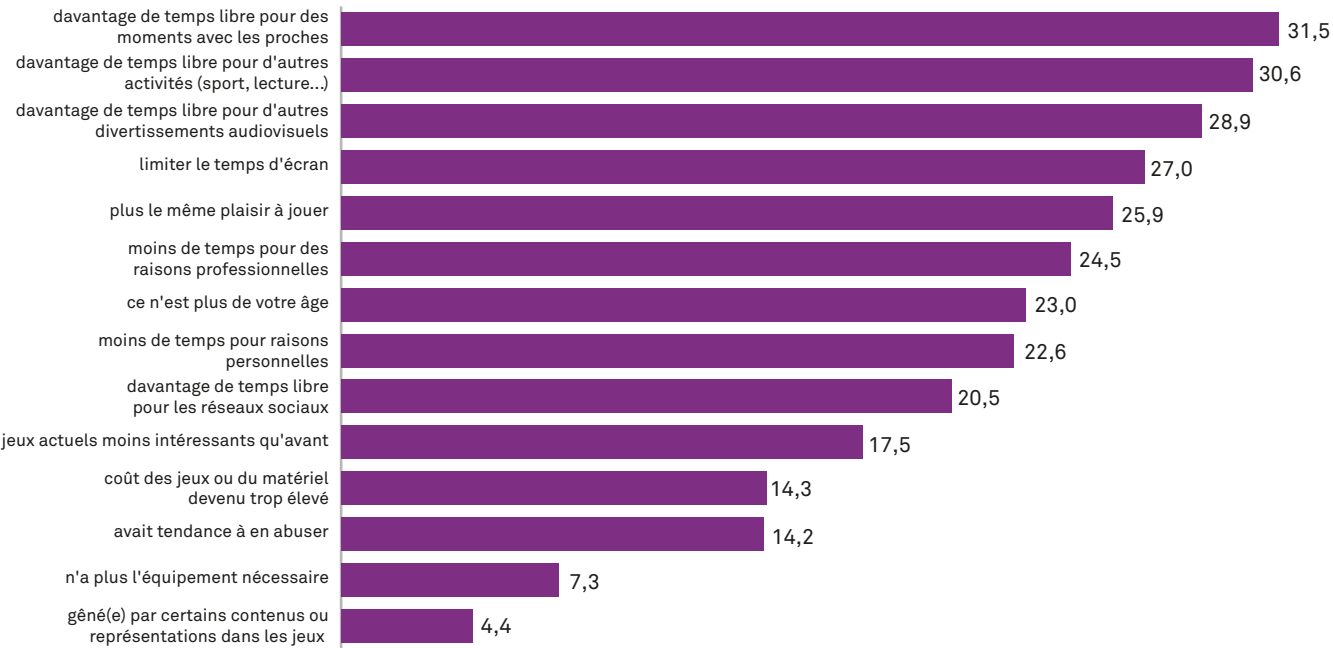
Une pratique freinée par plusieurs irritants et critiques vis-à-vis du secteur

Si la moitié des joueurs a maintenu sa pratique par rapport à il y a deux ans (56,3 % jouent autant), près d'un tiers déclare moins jouer (31,7 %). Une proportion qui monte jusqu'à 34,9 % chez les joueurs « casual » et 40,3 % chez les « lower ». Les étapes et choix de vie constituent le premier facteur pouvant expliquer cette dynamique de jeu en retrait. En effet, 55,2 % des joueurs déclarant moins jouer qu'il y a deux ans évoquent une réallocation de leur temps libre, 41,0 % expliquent une distance avec la pratique, 40,1 % disent avoir moins de temps libre et 35,7 % l'ont fait par prévention et précaution de santé. À noter, la concurrence des réseaux sociaux est la deuxième raison, derrière les raisons professionnelles/scolaires (à 42,7 %), évoquée par les 15-24 ans qui ont diminué leur pratique (41,9 % accordent davantage de temps aux réseaux sociaux).

Dans le détail, 31,5 % des joueurs qui ont réduit leur pratique disent accorder davantage de temps à des moments avec leurs proches, 30,6 % à d'autres activités (sport, lecture, etc.) et 28,9 % à d'autres divertissements audiovisuels (séries, cinéma, etc.). Des raisons surtout invoquées par les joueurs « casual » (33,0 % pour les autres divertissements audiovisuels) et les « lower » (36,7 % pour les autres activités). La volonté de limiter son temps d'écran est citée par 27,0 % (35,4 % chez les joueurs « hardcore »). La perte de plaisir (25,4 % et 41,5 % pour les « mobile only ») et le sentiment que les jeux vidéo ne sont plus de leur âge (23,0 % au global et 34,6 % pour les « lower ») sont aussi évoqués, surtout par les moins engagés.

Près d'un tiers des joueurs déclare moins jouer qu'il y a deux ans (31,7 %).

Les raisons de moins jouer aux jeux vidéo en 2025 qu'il y a deux ans (%)



Source : étude quantitative Toluna/CNC Les publics du jeu vidéo réalisée sur Internet du 5 au 18 septembre 2025, auprès d'un échantillon de 742 joueurs de 15 ans et plus qui déclarent jouer moins qu'il y a deux ans.

La persistance d'un potentiel climat toxique dans certains jeux ou certaines communautés de joueurs est un autre facteur pouvant expliquer l'érosion de la pratique vidéoludique. 57,8 % des joueurs estiment qu'il y a trop d'harcèlement et de toxicité chez certains joueurs de jeux vidéo. Une toxicité exprimée notamment par les joueuses qui se considèrent comme les premières victimes. Certaines femmes s'interdisent de parler lors d'échanges en équipe ou évitent certains jeux et certaines communautés car elles se sentent stigmatisées et exclues. 54,0 % des joueurs et joueuses estiment par ailleurs que les jeux vidéo manquent de représentations féminines positives. Malgré la perception de progrès dans certains jeux récents (le choix du genre dans *Assassin's Creed Valhalla*, le personnage non-binaire dans *Valorant* par exemple), les joueuses

interrogées jugent que les personnages féminins sont trop rarement des héroïnes ou bien évoquent encore leur hypersexualisation. Enfin, certains joueurs font le constat d'un manque de renouvellement dans les jeux, un facteur pouvant contribuer à la réduction de leur pratique vidéoludique. 37,0 % des joueurs sont d'accord avec le fait que les jeux d'aujourd'hui manquent d'originalité et de diversité (39,9 % chez les joueurs « hardcore »). Les joueurs les plus engagés font le constat de titres et de franchises qui peinent à se réinventer et dénoncent un manque de créativité de la part des grands studios. En conséquence, ces joueurs constatant un appauvrissement de l'offre réduisent leur pratique ou se tournent davantage vers des jeux indépendants considérés comme plus originaux, plus créatifs et avec une liberté artistique plus marquée.

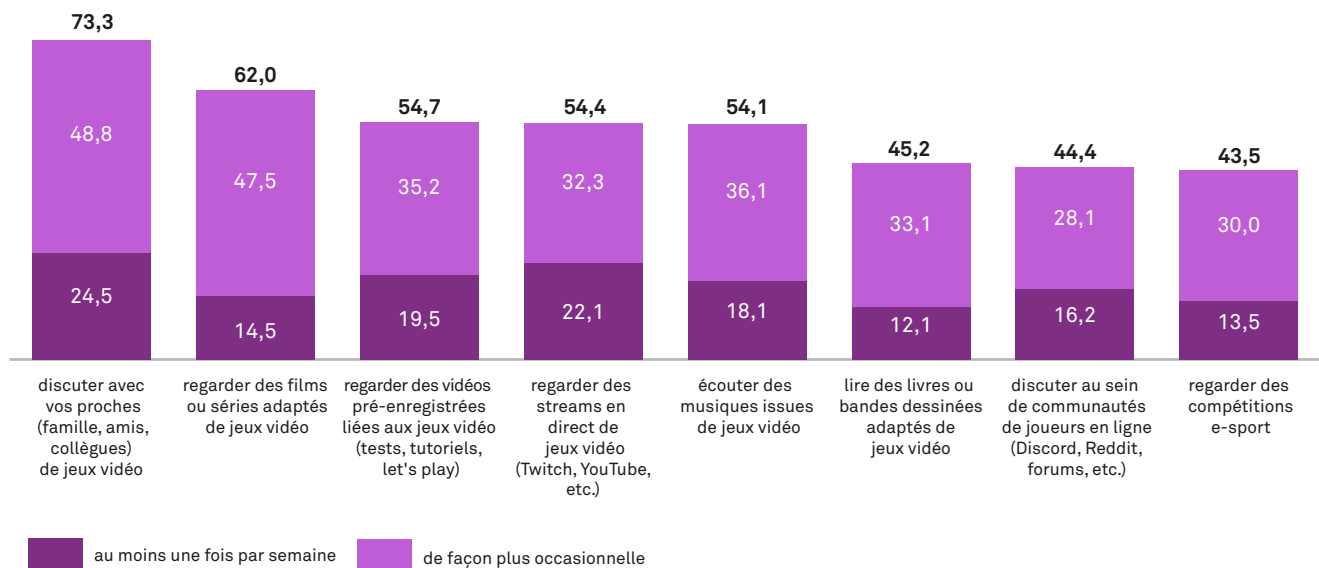
Un rapport aux jeux vidéo qui va au-delà de la pratique

Les joueurs plus engagés ont une connaissance étoffée de l'univers et de l'industrie vidéoludique : ils citent des studios, des métiers, possèdent un vocabulaire précis, s'intéressent aux créateurs et aux musiques de jeux ou encore connaissent la date de sortie de certains jeux. À l'inverse, les joueurs moins engagés tels que les « lower » ou les « mobile only » ont une plus faible culture vidéoludique ; ils font peu de recherches sur l'actualité du jeu vidéo (moins de 10 % le font au moins une fois par semaine) et leur connaissance se limite souvent aux franchises populaires et cultes.

Au-delà du jeu, 42,1 % des joueurs font des activités complémentaires en lien avec l'univers vidéoludique. La discussion entre proches sur les jeux vidéo est la pratique la plus courante, à 73,3 % des joueurs. 31,0 % des joueurs consomment, de façon hebdomadaire, des vidéos sur les jeux vidéo que ce soit des streams en direct (22,1 %) ou des contenus pré-enregistrés type let's play ou tests (19,5 %). Les joueurs « hardcore » se distinguent sur ces activités puisque plus de la moitié regarde des vidéos au moins une fois par semaine (59,4 % en direct et 52,8 % en pré-enregistré). Un quart des joueurs consomme des contenus culturels (films, séries, musiques et BD/livres) en lien avec les jeux vidéo au moins une fois par semaine (26,0 %). En tête de ces adaptations transmédias, regarder des films ou séries adaptés de jeux vidéo est l'activité la plus répandue (62,0 % des joueurs le font au moins occasionnellement).

Un quart des joueurs consomme, de façon hebdomadaire, des produits culturels en lien avec les jeux vidéo (26,0 %).

Fréquence d'interactions complémentaires avec l'univers vidéoludique en 2025 (%)



Source : étude quantitative Toluna/CNC Les publics du jeu vidéo réalisée sur Internet du 5 au 18 septembre 2025, auprès d'un échantillon de 2 333 joueurs de 15 ans et plus.

Enfin, la moitié des joueurs de 15 ans et plus déclare acheter des produits dérivés de jeux vidéo (50,4 %) dont 27,8 % régulièrement. Une pratique d'achat plus importante chez les joueurs « hardcore » (82,1 %) et « midcore » (66,6 %). Les figurines et les vêtements sont les objets préférés (respectivement à 39,9 % et 29,6 %). Les produits dérivés liés aux jeux vidéo séduisent également les enfants, avec des préférences similaires aux joueurs adultes pour les figurines (42,7 % des joueurs de 4 à 14 ans en possèdent), les vêtements (39,1 %) mais aussi les livres, bandes dessinées et mangas (36,4 %).

chapitre six

INTERNATIONAL

6.1

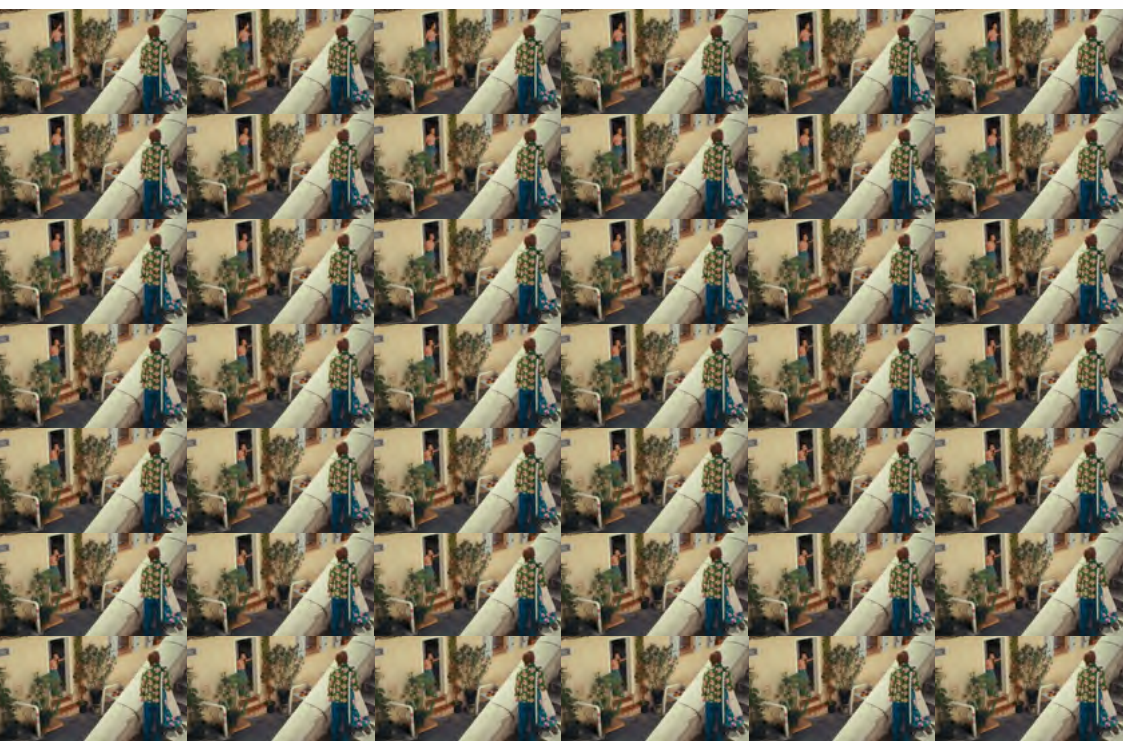
Les flux financiers en provenance de l'étranger

En 2024 :

1,3 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger
(-10,2 % par rapport à 2023)



762,5 M€
pour l'audiovisuel



556,9 M€
pour le cinéma



1,3 Md€ de flux financiers en provenance de l'étranger

Les flux financiers en provenance de l'international peuvent être appréhendés de quatre manières différentes :

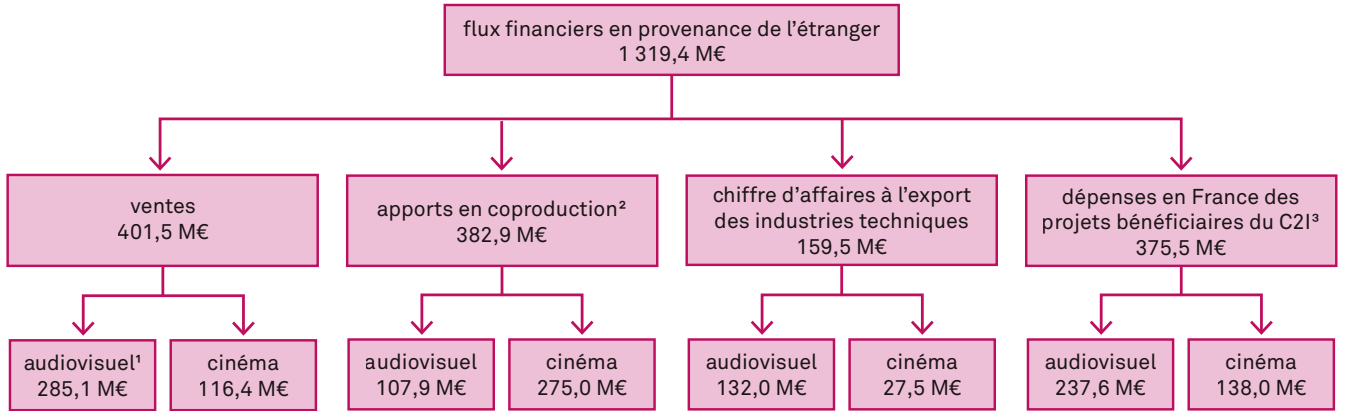
- les ventes et préventes étrangères de films et programmes audiovisuels,
- les apports en coproduction en provenance de l'étranger sur des coproductions minoritaires ou majoritaires françaises,
- l'activité d'exportation des industries techniques françaises,
- les dépenses en France des projets étrangers bénéficiaires du crédit d'impôt international (C2I).

En 2024, le chiffre d'affaires à l'export des industries techniques sur les marchés du cinéma et de l'audiovisuel bat un nouveau record, à 159,5 M€, soit +1,7 % par rapport au précédent record de 2023 et +193,7 % par rapport à 2015. C'est le cinéma qui porte cette hausse sur un an, avec une croissance de 17,5 %, quand l'audiovisuel est en léger repli de 1,1 %. Sur dix ans cependant, les recettes à l'export des industries techniques sur les programmes audiovisuels (+214,3 %) augmentent beaucoup plus rapidement que pour le cinéma, même si ces dernières sont multipliées par plus de 2 (+123,6 %). La part des programmes audiovisuels dans les recettes à l'export des industries techniques dépasse les 80 % depuis 2018 et s'établit à 82,8 % en 2024 (77,3 % en 2015).

Les dépenses en France des projets bénéficiaires du crédit d'impôt international (C2I) sont en retrait après deux années de pic autour de 600 M€. Elles reculent de 40,3 % par rapport au niveau record atteint en 2023 (629,0 M€) pour s'établir à 375,5 M€. A noter qu'en dix ans, elles ont été multipliées par 6,5 et se maintiennent dans la fourchette haute de la décennie (308,8 M€ en moyenne par an). Ce fléchissement des dépenses s'explique par des raisons conjoncturelles (grève des auteurs et des acteurs à Hollywood en 2023) mais aussi structurelles. Il s'inscrit dans un contexte de renforcement continu de la concurrence fiscale internationale et de contraction globale des investissements. Le recul est particulièrement marqué pour les programmes audiovisuels, avec des dépenses en baisse de 53,0 % par rapport au pic

atteint en 2023 (505,6 M€). Les dépenses des projets audiovisuels bénéficiaires sont inférieures à 300 M€ pour la première année depuis 2020 (237,6 M€ en 2024). Elles restent néanmoins supérieures à la moyenne sur la décennie (203,5 M€) et ont été multipliées par près de 10 depuis 2015, notamment grâce à la revalorisation du C2I lors des réformes de 2016 et 2020. Du côté des œuvres cinématographiques bénéficiaires, les dépenses progressent de 11,8 % sur un an à 138,0 M€, soit le deuxième plus haut niveau historique après 2022 (148,7 M€). Elles sont plus de quatre fois supérieures au niveau de 2015 (multipliées par 4,2). La part des programmes audiovisuels parmi les projets bénéficiaires du C2I recule en 2024 pour s'établir à 63,3 %, après avoir dépassé les 70 % entre 2021 et 2023 et atteint un niveau historique de 80,4 % en 2023.

Flux financiers en provenance de l'étranger en 2024



¹ Ventes et préventes.
² Investissements étrangers dans les coproductions majoritaires et minoritaires françaises.
³ C2I : Crédit d'impôt international
Sources : CNC, Unifrance, FICAM.

Les apports en coproduction sont en forte croissance sur un an (+20,0 %), une hausse qui bénéficie aux œuvres cinématographiques (+15,8 %) et de manière encore plus marquée aux œuvres audiovisuelles (+32,3 %). Au global, sur dix ans, ce sont surtout les programmes audiovisuels qui ont bénéficié de cette croissance, avec un doublement de ces apports par rapport à 2015 (+99,3 %). En 2024, ils atteignent leur plus haut niveau historique à 107,9 M€. Du côté du cinéma, les apports en coproduction augmentent plus modérément en dix ans, +8,3 %. Ils sont ainsi à leur deuxième plus haut niveau de la décennie à 275,0 M€, derrière 2022 (283,7 M€).

Les ventes et préventes de programmes audiovisuels progressent de 20,5 % en 2024 par rapport à 2023 alors qu'elles reculent de 8,4 % pour le cinéma. Au global, cinéma et audiovisuel confondus, ventes et préventes augmentent de 10,4 % sur un an. Par rapport à 2015, celles-ci sont en léger repli de 3,7 %, masquant à nouveau des évolutions contraires selon le secteur. Elles progressent ainsi de 41,9 % par rapport à 2015 et atteignent leur deuxième plus haut niveau historique pour l'audiovisuel à 285,1 M€, derrière le record de 2021 (287,5 M€). À l'inverse, les ventes d'œuvres cinématographiques reculent de 46,1 % en dix ans à 116,4 M€, soit le troisième plus bas niveau historique. À noter que jusqu'en 2021, les résultats dépendaient en partie des ventes internationales des films EuropaCorp, qui ne communique plus son chiffre d'affaires depuis 2022. En excluant cette société, le montant des recettes à l'export des films français en 2024 dépasse légèrement la moyenne de la décennie (+1,9 %, -20,8 % avec EuropaCorp).

Au total, les flux financiers en provenance de l'étranger baissent de 10,2 % par rapport aux niveaux historiques atteints en 2022 et 2023 (1,5 Md€). Ils s'établissent à 1,3 Md€ : 762,5 M€ pour l'audiovisuel (57,8 % du total et -20,4 % par rapport à 2023) et 556,9 M€ pour le cinéma (42,2 % du total et +8,9 %). La part portée par l'audiovisuel représente plus de la moitié des flux financiers en provenance de l'étranger depuis 2018 (38,4 % en 2015), mais elle recule par rapport au record de 2023 (65,2 %).

Flux financiers en provenance de l'étranger (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
ventes	416,8	429,6	481,4	389,5	364,0	362,7	424,4	385,3	363,7	401,5
dont audiovisuel ¹	201,0	260,3	268,6	221,7	247,6	274,6	287,5	265,4	236,7	285,1
dont cinéma	215,8	169,3	212,8	167,8	116,4	88,1	136,9	119,8	127,0	116,4
apports en coproduction²	308,1	300,0	297,2	252,9	334,3	231,9	331,0	338,1	319,2	382,9
dont audiovisuel	54,1	76,0	56,9	54,0	77,7	80,2	88,1	54,4	81,6	107,9
dont cinéma	254,0	223,9	240,4	198,9	256,6	151,8	242,9	283,7	237,6	275,0
CA à l'export des industries techniques	54,3	64,9	59,4	87,0	92,5	72,0	100,3	147,2	156,9	159,5
dont audiovisuel	42,0	47,7	42,9	73,6	75,0	58,5	88,0	125,5	133,5	132,0
dont cinéma	12,3	17,2	16,5	13,4	17,5	13,5	12,3	21,7	23,4	27,5
dépenses en France des projets bénéficiaires du C2I³	57,5	139,0	222,2	186,2	244,9	245,0	397,9	590,8	629,0	375,5
dont audiovisuel	24,3	56,5	92,0	109,6	131,1	133,0	302,7	442,1	505,6	237,6
dont cinéma	33,2	82,6	130,2	76,6	113,8	112,0	95,2	148,7	123,4	138,0
total	836,7	933,6	1 060,2	915,5	1 035,7	911,6	1 253,6	1 461,4	1 468,8	1 319,4
dont audiovisuel	321,4	440,5	460,4	458,9	531,5	546,3	766,4	887,5	957,4	762,5
dont cinéma	515,4	493,1	599,9	456,7	504,2	365,3	487,2	573,9	511,4	556,9

¹ Ventes et préventes.
² Investissements étrangers dans les coproductions majoritaires et minoritaires françaises.
³ C2I : Crédit d'impôt international
Sources : CNC, Unifrance, FICAM.

Un CA à l'export qui recule de 10,2 % par rapport au record de 2023, en raison du fléchissement des dépenses des projets C2I (-40,3 %).

6.2

L'attractivité

En 2025 :

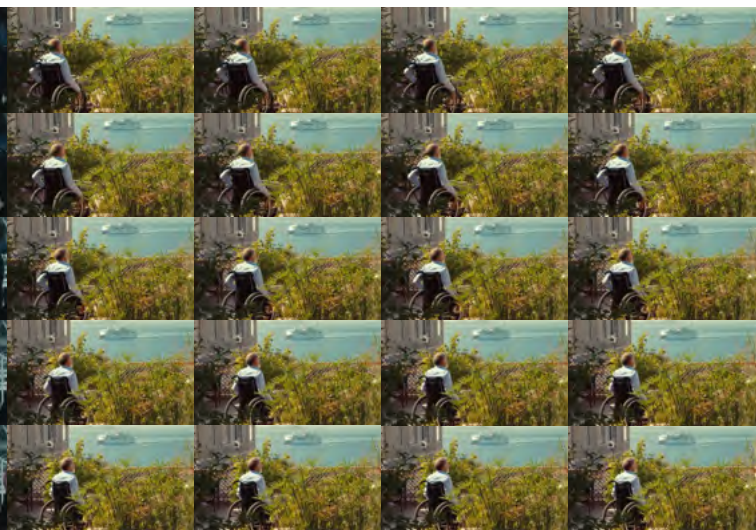
304

projets internationaux conseillés
et suivis

68 projets
agrées au C2I

342,9 M€

de dépenses réalisées en France
par les projets agrées au C2I



Remarques méthodologiques

Les éléments présentés dans ce chapitre proviennent du service de l'attractivité du CNC.

Les données portant sur les projets bénéficiaires du crédit d'impôt international (C2I) proviennent des fichiers de demande d'agrément déposés par les entreprises de production exécutive auprès du CNC. Les informations retenues sont celles communiquées par les sociétés à l'occasion de l'agrément définitif (données définitives recueillies après la fabrication de l'œuvre). Pour les projets n'ayant pas encore obtenu cet agrément définitif (œuvres en cours de fabrication), les informations transmises lors de l'agrément provisoire sont prises en compte.

Les données présentées dans ce chapitre peuvent différer de celles communiquées dans les rapports d'évaluation des crédits d'impôts, ces dernières reposant sur les dépenses prévisionnelles communiquées dans le cadre de l'agrément provisoire uniquement. Par ailleurs, il peut arriver qu'un projet agréé au C2I ait généré des dépenses en France au cours des années précédant son année d'agrément. Étant donné que les données communiquées dans les rapports d'évaluation des crédits d'impôts sont arrêtées en année n+1 pour des dépenses effectuées en année n, ces projets ne sont donc pas inclus dans les périmètres retenus pour les rapports d'évaluation. En revanche, ils sont bien pris en compte dans le périmètre utilisé pour les données présentées dans ce chapitre.

Un nombre record de projets accompagnés par le service de l'attractivité du CNC

En 2025, 304 projets ont été conseillés et suivis par le service de l'attractivité du CNC, un record (244 projets en 2024, soit +24,6 %). Dans une très large majorité, il s'agit de projets *live action* (268 projets, soit 86,2 %).

Parmi les projets accompagnés, 18 ont sollicité des recherches de décors (14 en 2024, soit +28,6 %), lesquelles sont réalisées en collaboration avec les commissions régionales du film, réunies au sein du réseau Film France – CNC. Par ailleurs, 41 dossiers d'accompagnement à la mobilité des talents (demande de visas ou de titres de séjour) ont été suivis en 2025, un nombre en forte baisse sur un an (84 dossiers en 2024).

Un rebond du nombre de projets agréés au C2I après une forte baisse en 2024

Le crédit d'impôt international (C2I) concerne les œuvres d'initiative étrangère dont tout ou partie de la fabrication est effectuée en France (tournage, effets visuels, postproduction). Il représente 30 % des dépenses éligibles effectuées en France, et, depuis le 1^{er} janvier 2020, jusqu'à 40 % pour les fictions à forts effets visuels numériques (VFX) dont les dépenses relatives aux VFX sont supérieures à 2,0 M€¹.

Sur l'ensemble de la décennie, 603 projets ont été agréés au C2I, pour un niveau de dépenses de 4,6 Md€. Plus de la moitié de ces projets proviennent d'Amérique du Nord (313 projets, soit 51,9 %) et 40,3 % de pays européens (243 projets), dont la moitié du Royaume-Uni (121 projets, soit 48,0 % des projets européens et 20,1 % de l'ensemble des projets). Parmi les projets restants, 37 proviennent de pays asiatiques (6,1 %) et dix d'autres zones géographiques² (1,7 %).

En 2025, 68 projets ont été agréés au C2I, en hausse de 28,3 % par rapport à 2024 (53 projets) et de 12,8 % par rapport à la moyenne de la décennie (60 projets par an), mais qui reste inférieur aux niveaux historiquement hauts de 2022 (96 projets, soit -29,2 %) et 2023 (84 projets, soit -19,0 %). Les projets agréés en 2025 représentent un montant de dépenses prévisionnelles en France de 503,0 M€, dont 38,4 % effectuées en 2025 (193,1 M€).

Dans le détail, 46 fictions sont agréées en 2025, soit 67,6 % des projets (38 en 2024, soit 71,7 %, et 416 projets entre 2016 et 2025, soit 69,0 %). Parmi ces 46 fictions, 33 se sont intégralement ou en partie tournées en France (48,5 %, contre 54,7 % en 2024 et 56,9 % sur la période 2016-2025) et 13 ont réalisé uniquement des dépenses en VFX (19,1 %, au plus haut niveau historique, contre 17,0 % en 2024 et 12,1 % des projets en 2016-2025).

En outre, parmi les 33 fictions avec tournage agréées en 2025, 10 réalisent également des dépenses en VFX en France. Au total, 23 projets agréés en 2025 prévoient ainsi des dépenses en VFX, soit 50,0 % des fictions, un record, à égalité avec 2024 (37,3 % des fictions entre 2016 et 2025). Sur ces 23 projets, 14 bénéficient du taux bonifié à 40 % pour les fictions à forts effets visuels, soit 60,9 % des fictions avec des dépenses en VFX effectuées en France, un plus haut niveau historique (52,6 % en 2024 et 41,1 % depuis la mise en œuvre de cette bonification). À noter qu'un même projet peut faire appel à plusieurs studios pour fabriquer ses effets visuels. Par exemple, deux studios ont été mobilisés en 2025 pour la réalisation des VFX de la saison 4 de *The Witcher* (One of us, Digital District), et jusqu'à six studios pour la saison 3 de *The Walking Dead: Daryl Dixon* (DRGNFLY, MPC, Mathematic, Digital District, CGEV, BUF). Les VFX de plusieurs autres projets d'envergure internationale ont été réalisés en France en 2025, comme la saison 5 de *Stranger Things* (The Yard), la saison 2 du *Problème à trois corps* (BUF), ou encore les longs métrages *Predator: Badlands* (The Yard) et *Projet dernière chance* (BUF).

¹ Sont considérées comme fictions à forts effets visuels les projets dont au moins 15 % des plans font l'objet d'un traitement numérique.

² Proche et Moyen-Orient, Afrique, Amérique latine et Océanie.

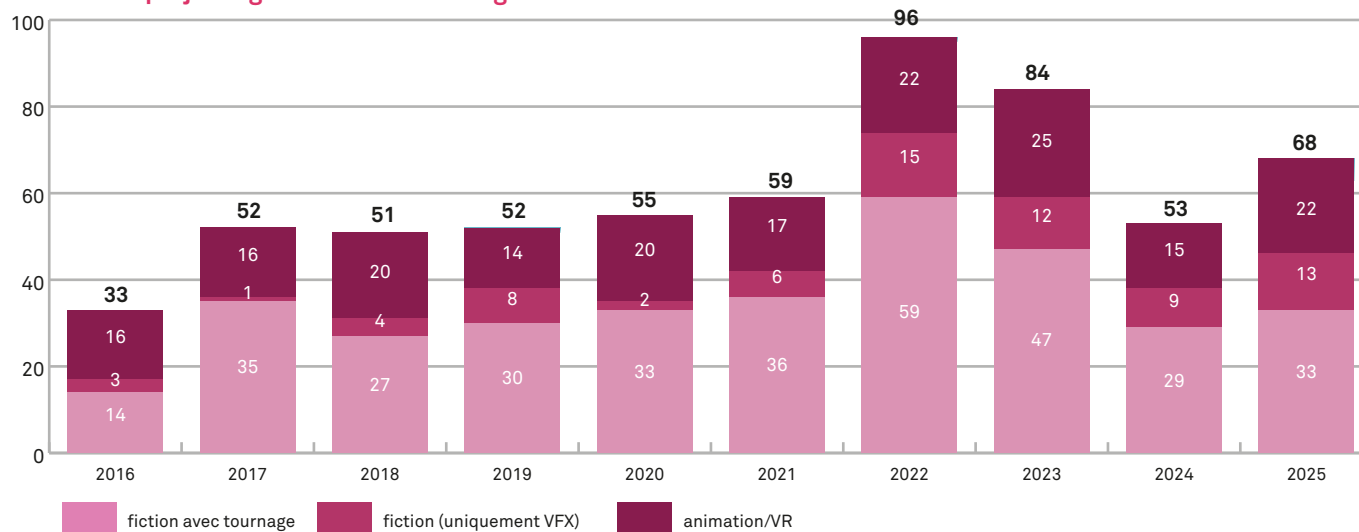
17 projets agréés au C2I en 2025 sont des programmes d'animation, soit 25,0 % (14 en 2024, soit 26,4 %, et 174 projets entre 2016 et 2025, soit 28,9 %). Quelques séries internationales fabriquées par des studios d'animation français et aidées au C2I sont par ailleurs sorties en 2025, comme *Tom Clancy's Splinter Cell: Deathwatch* (studio Fost) et la saison 2 d'*Arcane* (studio Fortiche). En outre, deux projets cinématographiques d'animation d'ampleur dont la sortie en salles a eu ou aura lieu en 2026 ont été partiellement fabriqués en France par Illumination Studios Paris : *Super Mario Galaxy, le film* (sorti le 1^{er} avril 2026) et le troisième volet des Minions, intitulé *Des Minions et des monstres* (sortie prévue le 24 juin 2026).

Enfin, cinq projets de réalité virtuelle sont agréés en 2025, un record (un seul en 2024 et 13 sur la décennie).

En 2025, 46 projets (67,6 %) sont des programmes audiovisuels (unitaires et séries de fiction ou d'animation), une part au plus bas sur la période (77,4 % en 2024 et 75,6 % entre 2019 et 2025). En parallèle, 16 longs métrages sont agréés au C2I en 2025, soit 23,5 % des projets, au deuxième plus haut niveau sur la période après 2022 (25,0 % des projets, 21,8 % sur la période 2019-2025).

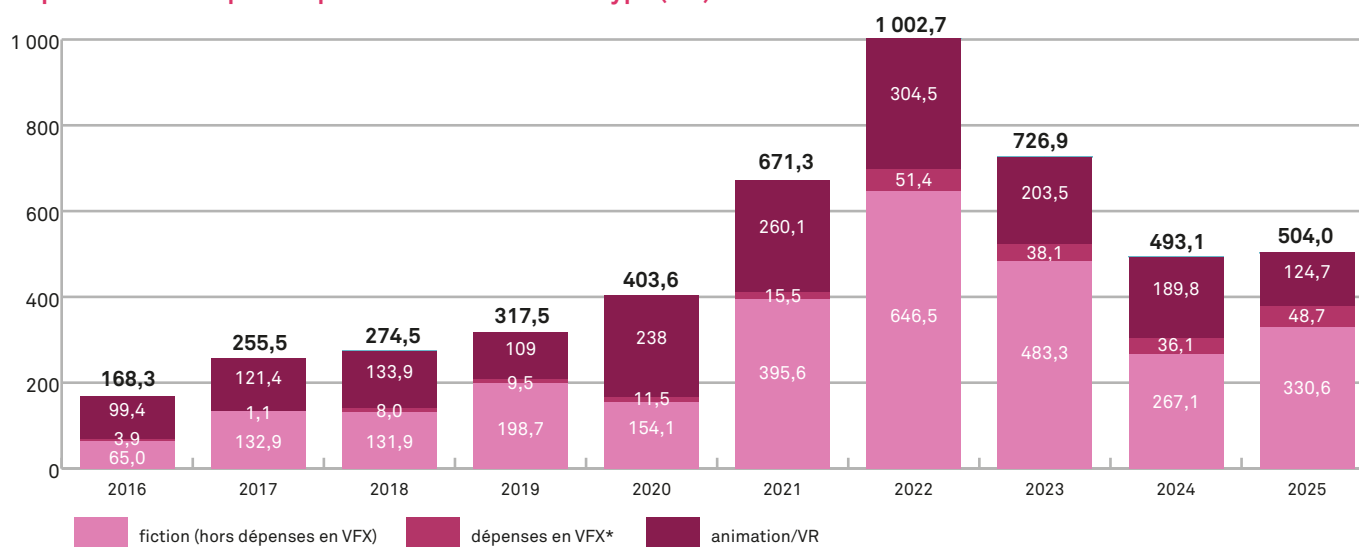
La moitié des projets proviennent de producteurs implantés aux États-Unis (35 projets, soit 51,5 %), 28 viennent de producteurs européens (41,2 %) et 5 de producteurs originaires d'Asie, du Moyen-Orient ou d'Océanie (7,4 %). Les projets européens proviennent principalement du Royaume-Uni (13 projets, soit 19,1 % de l'ensemble des projets agréés au C2I), suivi par l'Allemagne et l'Italie (quatre projets chacun, soit 5,9 %), et la Belgique (trois projets, soit 4,4 %).

Nombre de projets agréés au C2I selon le genre



Base : projets agréés au C2I selon l'année d'agrément.
Source : CNC.

Répartition des dépenses prévisionnelles selon le type (M€)



*Inclut les dépenses en VFX de l'ensemble des fictions, qu'elles aient ou non réalisées des dépenses en tournage en France.
Base : projets agréés au C2I selon l'année d'agrément, données arrêtées au moment de l'agrément provisoire.
Source : CNC.

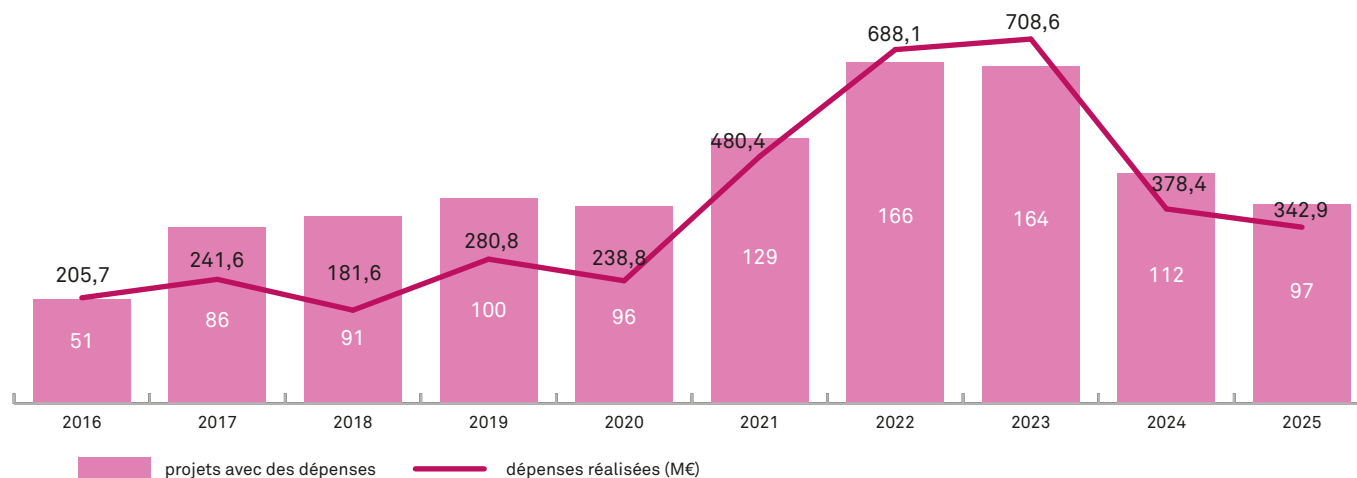
Un volume de dépenses effectuées en France en 2025 au plus bas depuis 2020

Indépendamment de leur année d'agrément au C2I, 97 projets ont réalisé des dépenses en France en 2025 pour un montant de 342,9 M€, en recul sur un an (112 projets en 2024, pour un montant de 378,4 M€, soit -9,4 %) et au plus bas depuis 2020 (96 projets pour 238,8 M€). Alors que le nombre de projets agréés repart à la hausse en 2025, le nombre de projets avec dépenses continue à décroître, ce qui s'explique par la forte baisse du nombre de projets agréés en 2024, un même projet réalisant généralement des dépenses pendant plusieurs années, notamment en animation. Pour la même raison, le nombre de projets dépensant en 2024 se situait encore à un niveau élevé au regard du nombre de projets agréés cette même année, porté par les dépenses des projets agréés lors des pics de 2022 et 2023 (respectivement 96 et 84 projets agréés, pour 959,2 M€ et 669,2 M€).

Les dépenses réalisées en France en 2025 sont inférieures à la moyenne de la décennie (374,7 M€, soit -8,5 % en euros courants et -16,2 % en euros constants) et représentent moins de la moitié du montant investi en 2023, année record (708,6 M€, soit -53,0 %).

Parmi les projets avec dépenses en 2025, 39 sont des programmes d'animation (40,2 %), 32 sont des fictions avec tournage (33,0 %), 21 des fictions avec seulement des prestations de VFX (21,6 %) et 5 des projets de réalité virtuelle (5,2 %).

Nombre de projets et dépenses en France des projets agréés au C2I



Base : projets agréés au C2I selon l'année de réalisation des dépenses en France quelle que soit l'année d'agrément des projets au C2I.
Source : CNC.

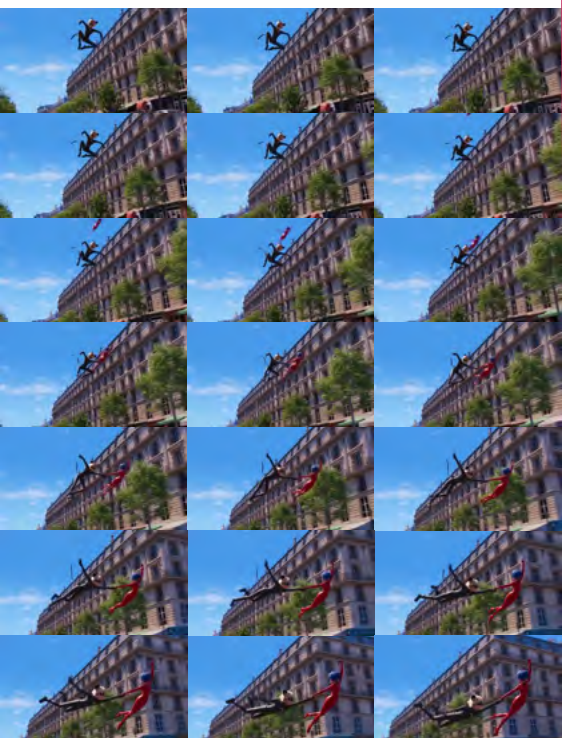
6.3

L'exportation des œuvres audiovisuelles et cinématographiques

En 2024 :

209,6 M€

de ventes de programmes
audiovisuels français
(+3,0 % par rapport à 2023)



75,4 M€

de préventes de programmes
audiovisuels français
(+131,2 % par rapport à 2023)



116,4 M€

de recettes d'exportation
pour les films français
(-8,4 % par rapport à 2023)



1,2 M€

de recettes d'exportation pour
les courts métrages français
(+30,1 % par rapport à 2023)



L'exportation des programmes audiovisuels

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite à l'échelle nationale par le CNC et Unifrance auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels.

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Les résultats présentés sont issus d'une enquête conduite auprès des exportateurs de films français par le CNC. Les recettes en provenance de l'étranger prises en compte dans l'analyse sont celles encaissées au cours de l'année analysée et intègrent, par conséquent, des recettes générées par des ventes contractées les années précédentes.

Les ventes de courts métrages français à l'étranger

Chaque année, Unifrance réalise une étude sur la diffusion des œuvres françaises de court métrage à l'étranger. Les résultats prennent en compte les ventes déclarées par les sociétés de production et de distribution, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès des institutionnels ainsi que les ventes auprès d'Arte, TV5 Monde et CANAL+ Afrique. Depuis 2017, Unifrance intègre également les redevances de droits VàD/VàDA.

L'analyse sur les courts métrages en réalité virtuelle porte uniquement sur les résultats des ventes déclarées par chacune des sociétés de production et de distribution ayant transmis leurs chiffres. Les ventes auprès des acheteurs résidant en France mais opérant à l'international sont également intégrées aux résultats.

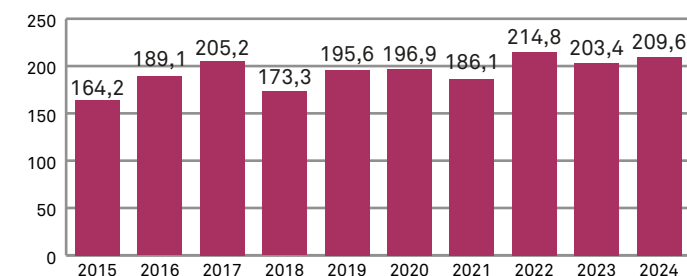
En 2024, les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger s'établissent à 209,6 M€, deuxième plus haut niveau historique.

L'exportation des programmes audiovisuels

Des ventes de programmes audiovisuels français au deuxième plus haut niveau historique

En 2024, les ventes internationales de programmes audiovisuels sont en légère hausse de 3,0 %, à 209,6 M€, dépassant ainsi le seuil des 200 M€ pour la troisième année consécutive et pour la quatrième fois depuis le début du suivi statistique en 1995. Ces bons résultats, à un deuxième plus haut niveau historique, reflètent l'attractivité des œuvres audiovisuelles françaises malgré un contexte économique toujours aussi dégradé au niveau mondial. Si l'inflation a reflué en 2024 et semble moins peser sur les budgets d'acquisition, les exportateurs de programmes audiovisuels relèvent à nouveau un fort ralentissement du marché, notamment américain, une réduction générale des budgets et des équipes d'acquisition, le redimensionnement ou la restructuration de nombreux acteurs, et des acheteurs qui prennent de moins en moins de risques et privilégient toujours plus les valeurs sûres et les propriétés intellectuelles (IPs) fortes. Les services de VàDA se tournent désormais principalement vers l'acquisition de contenus locaux pour un nombre limité de territoires, et les opportunités de signature de plus gros contrats incluant des droits pour le monde entier se font rares. Parmi les diffuseurs publics, plusieurs groupes ont à nouveau souffert de réorganisations, de restrictions budgétaires ou de changements éditoriaux qui ont affecté leur stratégie d'investissements dans les contenus (suppression de cases, gel des acquisitions...). Quant aux chaînes payantes, leurs revenus et leurs marges s'amointrissent en 2024, et subissent l'érosion des abonnements, prolongeant les difficultés déjà observées en 2023.

Ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger (M€)



Source : CNC-Unifrance.

Des ventes de fiction à leur deuxième plus haut niveau historique

En 2024, les ventes de fiction se maintiennent à un niveau élevé à 75,2 M€ (+0,9 % par rapport à 2023), soit le deuxième plus haut niveau historique après 2022 (80,7 M€). Les ventes du genre sont principalement portées par le « *light crime* », avec des séries policières au ton léger qui bénéficient d'un savoir-faire français reconnu à l'étranger, et qui continuent de séduire le public et les acheteurs internationaux. Dans un contexte où les acheteurs privilégient des contenus fédérateurs et peu risqués, ces séries constituent un choix stratégique. De nombreux exemples illustrent cette tendance dont *Candice Renoir*, *HPI*, *Tandem*, *Astrid et Raphaëlle*, *Tom et Lola*, ou encore *Tropiques Criminels*, et constituent pour les distributeurs internationaux des piliers, avec des contrats renouvelés tous les deux à trois ans. L'Europe de l'Ouest reste de loin la première zone d'exportation pour la fiction française et représente près de la moitié du marché (49,3 %), suivie par les droits mondiaux qui occupent la deuxième place (23,6 %).

Nouvelle baisse pour l'exportation de programmes d'animation français

Après avoir atteint des niveaux très élevés entre 2016 et 2020, les ventes d'animation française baissent pour la cinquième année consécutive (-9,9 %), et passent sous le seuil des 50 M€, à 46,1 M€, plus bas niveau depuis 2014 (45,0 M€). Depuis trois ans, l'animation n'est plus le premier genre à l'export et se classe deuxième. Elle représente 22,0 % des ventes totales en 2024 (-3,2 points par rapport à 2023), loin derrière la fiction (35,9 %). Si les programmes d'animation français continuent de circuler dans le monde et bénéficient d'un haut niveau de reconnaissance, en particulier les séries préscolaires, ils souffrent de la contraction du marché dans plusieurs zones, et notamment du marché nord-américain. Les ventes sur ce marché s'élèvent à seulement 2,7 M€ (-36,8 % sur un an), soit le niveau le plus bas depuis 2008 (1,4 M€). Les ventes françaises d'animation baissent également fortement sur un an en Amérique latine (-60,1 %) et s'établissent à 0,7 M€, soit leur plus bas niveau depuis 2007 (0,5 M€). Ces chiffres à l'export sont néanmoins à mettre en regard des préventes qui repartent fortement à la hausse pour le genre et passent de 19,5 M€ en 2023 à 39,8 M€ en 2024, à un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (33,0 M€). Les propriétés intellectuelles fortes, comme *Miraculous*, *Molang* ou encore *Billy le hamster cow-boy*, ont néanmoins de nouveau bien circulé dans le monde en 2024.

Les exportations de documentaires se maintiennent à un niveau élevé

En 2024, les ventes de documentaires enregistrent une légère baisse de 6,2 % et s'établissent à 44,3 M€, un niveau toujours supérieur à la moyenne de la décennie (40,5 M€). Le genre capte 21,1 % des recettes (-2,1 points par rapport à 2023), derrière la fiction et l'animation. La diversité et la qualité des documentaires français sont reconnues à l'international, dans une grande variété de genres et de thématiques, qu'il s'agisse de l'histoire, de la science, de la nature et de l'exploration, ou encore dans le

domaine de l'investigation et du *current affairs* (questions d'actualité et de géopolitique qui intéressent particulièrement dans le climat politique actuel). Cette richesse est notamment liée à l'existence de nombreuses cases dédiées au genre dans les grilles des diffuseurs français. L'année 2024 confirme néanmoins plusieurs difficultés pour le secteur observées depuis la crise sanitaire. Les exportateurs de documentaires français continuent d'être confrontés au ralentissement des prises de décisions ainsi qu'à la baisse des budgets et des effectifs chez leurs partenaires, ce qui complique les processus commerciaux et les signatures de contrats. Sur le marché, la concurrence est de plus en plus intense, face à des cases de plus en plus sélectives qui amènent les diffuseurs à favoriser avant tout des sujets adaptés à l'audience locale. Ils se tournent ainsi vers des documentaires locaux et prennent de moins en moins de risque avec l'acquisition de programmes étrangers.

Comme pour la fiction, l'Europe de l'Ouest reste de loin la première zone d'exportation pour les documentaires français, totalisant plus de la moitié du marché (54,5 %), suivie par les droits mondiaux qui occupent la deuxième place (17,4 %).

Des ventes de formats supérieures à la moyenne de la décennie

Après une année particulièrement basse, les ventes de formats français (flux, jeux et variétés) à l'étranger renouent avec la croissance, à 21,4 M€ en 2024 (+43,6 %), au deuxième plus haut niveau de la décennie derrière 2015 (22,9 M€) et à un niveau bien supérieur à la moyenne de la décennie (19,5 M€). Le format représente 10,2 % du total des ventes (+2,9 points par rapport à 2023)

Ventes de programmes audiovisuels français selon le genre (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	évol. 24/23 (%)
fiction	41,2	49,8	63,7	49,4	46,4	47,1	57,3	80,7	74,5	75,2	+0,9
animation	50,6	75,0	75,6	69,0	77,4	74,7	60,8	57,6	51,2	46,1	-9,9
documentaire, magazine	37,1	35,1	35,5	30,6	44,0	46,0	36,8	48,6	47,2	44,3	-6,2
format (flux, jeux, variétés)	22,9	19,4	20,9	19,5	18,9	21,3	19,3	16,9	14,9	21,4	+43,6
divers (information, extraits...)	8,1	5,5	4,2	2,1	7,8	6,5	9,1	9,8	14,2	21,0	+48,0
musique, spectacle vivant	4,2	4,4	5,3	2,8	1,1	1,3	2,6	1,1	1,4	1,7	+15,3
total	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	214,8	203,4	209,6	+3,0

Source : CNC-Unifrance.

Diminution des ventes en Europe de l'Ouest

L'Europe de l'Ouest, première région d'achats de programmes français, diminue ses acquisitions de 4,9 % en 2024, à 90,5 M€ (89,5 M€ en moyenne sur la dernière décennie). La part de marché de la zone dans le total des ventes recule également à 43,2 %, après une année 2023 à un haut niveau (46,8 %, 40,7% en 2022 et 46,2 % en moyenne entre 2015 et 2024).

En 2024, les cinq premiers territoires pour l'exportation des programmes audiovisuels français sont des pays d'Europe de l'Ouest (quatre premiers en 2023). La Belgique demeure le premier pays acheteur de programmes français, à 24,9 M€, soit un montant en forte hausse par rapport à 2023 (+44,7 %). Cette croissance y est particulièrement portée par le documentaire, en hausse de 53,2 % à 9,0 M€, soit le plus haut niveau pour le genre sur ces deux dernières décennies. Elle devance la zone germanophone Allemagne + Autriche, deuxième du classement, qui progresse d'une place, malgré des achats stables sur un an (+1,5 %) à 12,6 M€. L'Italie progresse également dans le classement et occupe la troisième place mondiale pour l'exportation de l'audiovisuel français. Les ventes de programmes y sont en hausse de 12,7 % et s'établissent à 12,5 M€, à un niveau proche de la moyenne de la décennie (12,2 M€). Suivent la zone Royaume-Uni + Irlande et l'Espagne, avec respectivement 7,9 M€ (-38,9 %) et 7,8 M€ (-15,1 %) de ventes en 2024.

Des ventes au plus haut niveau depuis 2012 en Europe centrale et orientale

En 2024, les ventes en Europe centrale et orientale enregistrent leur meilleur résultat depuis 2012 (16,9 M€) en s'établissant à 16,6 M€, soit un niveau supérieur de 36,9 % à la moyenne des dix dernières années (12,1 M€). La zone représente 7,9 % du total des ventes à l'étranger en 2024 (+1,5 point), le niveau le plus haut depuis 2014 (8,2 %).

Après une année de forte hausse, la Pologne diminue ses acquisitions de programmes français de 21,1 % à 2,8 M€ en 2024 mais demeure le premier pays acheteur de la zone. Malgré une baisse de 12,8 % des ventes, la Russie reste deuxième sur la zone avec 2,2 M€, suivie de la Hongrie

avec 1,7 M€ (+40,0 % sur un an). Outre ces contrats sur un territoire donné, les contrats multi-pays rassemblant les autres pays de l'ex-CEI, dont l'Ukraine et la Géorgie, enregistrent un montant de ventes très élevé, à 4,6 M€, en très forte hausse par rapport à 2023 (0,4 M€), performance largement portée par l'activité d'une des sociétés exportatrices interrogées.

Nouveau recul du marché nord-américain, au plus bas depuis 2013

En Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada), les ventes de programmes français reculent pour la deuxième année consécutive. En 2024, elles diminuent de 25,9 % et s'établissent à 16,5 M€, au plus bas niveau depuis 2013 (16,1 M€) et loin de la moyenne de la décennie (23,8 M€), reflet de la contraction du marché américain observée ces dernières années. La part de marché de la région recule pour la troisième année consécutive à 7,9 % en 2024 (-3,1 points par rapport à 2023), à son plus bas niveau historique.

Les ventes vers le Canada sont en léger repli à 7,5 M€ (-3,3 %), à un niveau proche de la moyenne de la décennie (7,4 M€). Aux Etats-Unis, les ventes de programmes français diminuent de 19,1 % à 7,7 M€, au plus bas niveau depuis 2011 (5,6 M€) et très loin de la moyenne de la décennie (14,2 M€). Les ventes à destination de la zone Amérique du Nord (Etats-Unis + Canada) sont en forte baisse à 1,3 M€ (-73,9 %), après avoir atteint leur plus haut niveau historique en 2023 (5,0 M€). Elles sont par ailleurs inférieures de 40,0 % à la moyenne enregistrée entre 2015 et 2024 (2,2 M€), reflétant notamment la rationalisation des investissements des services de VàDA.

Ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	évol. 24/23 (%)
Europe de l'Ouest	87,0	91,3	102,1	84,1	90,3	87,0	80,6	87,3	95,1	90,5	-4,9
Europe centrale et orientale	13,0	10,2	15,3	9,4	9,9	11,8	11,8	10,2	13,1	16,6	+26,5
Amérique du Nord	18,3	25,0	29,1	25,0	24,5	25,3	23,3	29,1	22,3	16,5	-25,9
Asie / Océanie	15,0	17,9	14,6	14,5	14,7	16,6	14,7	16,5	14,0	13,0	-7,2
Afrique	7,0	6,8	5,8	4,8	7,3	6,5	6,0	6,0	5,6	8,4	+51,6
Moyen-Orient	5,7	4,4	5,2	4,0	2,9	3,8	4,3	3,8	3,4	3,4	+0,9
Amérique latine	4,2	3,7	3,8	4,2	3,5	4,8	4,2	4,0	3,7	3,3	-9,9
Droits multizones¹	14,0	29,9	29,2	27,3	42,3	41,2	41,1	57,9	46,3	57,9	+25,1
total	164,2	189,1	205,2	173,3	195,6	196,9	186,1	214,8	203,4	209,6	+3,0

¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires de zones différentes.
Source : CNC-Unifrance.

Des ventes au plus bas niveau de la décennie en Asie et Océanie

Les exportations de programmes audiovisuels français en Asie / Océanie diminuent à nouveau en 2024 pour s'établir à 13,0 M€ (-7,2 %). La zone représente 6,2 % des ventes mondiales (-0,7 point), soit sa part la plus basse depuis 2008 (6,1 %).

Les achats en provenance de l'ensemble « Chine, Hong Kong, Taïwan » se maintiennent à un niveau proche de celui de 2023, à 5,4 M€ (-1,8 %), proche de la moyenne des dix dernières années (5,8 M€). Avec 41,7 % des ventes totales, la zone reste le premier marché de la région Asie / Océanie, malgré les conditions de censure toujours plus fortes en Chine, qui complexifient les procédures pour les entreprises qui souhaitent exporter leurs programmes dans le pays. Après une année de hausse en 2023 (+36,6 %), les ventes de programmes audiovisuels français au Japon reculent de 33,4 % à 1,9 M€ en 2024, au plus bas niveau depuis 2019 (1,8 M€).

Les ventes vers l'Asie du Sud-Est (dont Singapour et l'Indonésie) sont multipliées par plus de 3 en 2024 (+226,2 %), pour un total de 2,9 M€, à un niveau bien supérieur à la moyenne enregistrée sur la dernière décennie (1,8 M€, +62,7 %).

Enfin, en 2024, les exportations vers la zone « Australie, Nouvelle-Zélande » sont en net repli pour la deuxième année consécutive, après avoir enregistré un niveau record en 2022 (3,6 M€). Elles s'établissent à 1,5 M€ (-39,9 % par rapport à 2023), en dessous de la moyenne de la décennie (2,0 M€). Le territoire, tourné traditionnellement vers l'offre anglo-saxonne, est difficile à pénétrer et les exportateurs français déclarent avoir de plus en plus de mal à y conclure des ventes.

Des évolutions contrastées en Afrique, en Amérique latine et au Moyen-Orient

Dans les zones secondaires, les évolutions sont contrastées. Les ventes à destination du continent africain augmentent sensiblement à 8,4 M€ en 2024 (+51,6 % par rapport à 2023), une hausse portée par les ventes de format (4,6 M€), au plus haut niveau de la décennie et multipliées par 4,7 en un an. Les recettes générées sur le territoire africain sont

ainsi 31,2 % plus élevées que la moyenne des dix dernières années (6,4 M€). Le continent représente 4,0 % des ventes de programmes français en 2024 (2,7 % en 2023) et enregistre sa part de marché la plus élevée depuis 2015 (4,3 %).

Les recettes issues de l'exportation de programmes audiovisuels au Moyen-Orient sont stables en 2024 à 3,4 M€ (+0,9 % par rapport à 2023). À titre de comparaison, la moyenne sur ces dix dernières années s'établit à 4,1 M€. La zone représente 1,6 % du total des ventes de programmes français, comme en 2023.

Les exportations de programmes audiovisuels en Amérique latine baissent pour la quatrième année consécutive en 2024 à 3,3 M€ (-9,9 % par rapport à 2023), contre une moyenne de 3,9 M€ sur les dix dernières années. La zone représente 1,6 % des ventes mondiales (-0,2 point vs. 2023).

Baisse des droits « univers » au profit d'acquisitions ciblées sur quelques territoires

En 2024, les ventes de droits multizones bondissent de 25,1 % par rapport à l'année précédente, avec 57,9 M€ de recettes, et retrouvent leur niveau record de 2022 (57,9 M€). La part de marché des droits monde augmente de 4,9 points à 27,6 %, à un niveau supérieur à celui observé en 2022 (27,0 %). En 2024, 80,7 % de ces droits mondiaux sont des droits acquis par les services de vidéo à la demande (VàD), de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) et de vidéo à la demande gratuite (AVoD), en hausse de 12,0 points par rapport à 2023 (68,7 %).

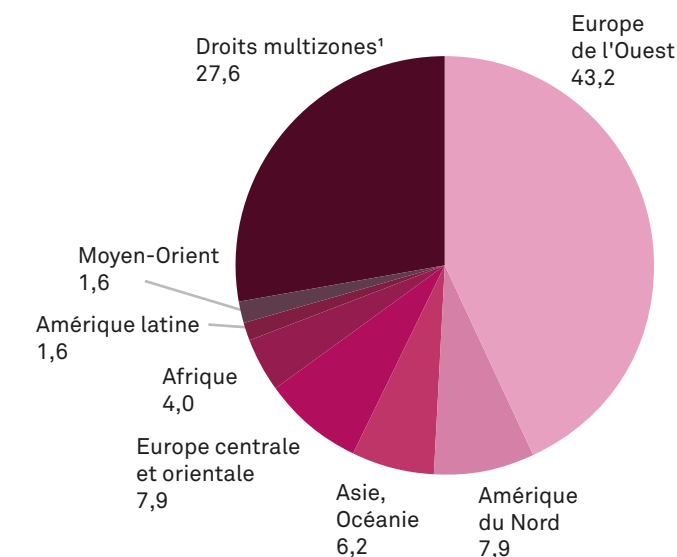
Cependant, cette croissance cache une tendance qui consiste pour les services de VàDA à acquérir des programmes de manière de plus en plus ciblée, sur quelques territoires seulement, afin de rationaliser leurs investissements. Ces derniers ont en effet tendance à se tourner de plus en plus vers des contrats englobant quelques pays de plusieurs zones, plutôt que vers des contrats de droits dits « univers », englobant l'intégralité des pays où l'acheteur est présent.

En 2024, les droits multizones en VàDA progressent de 78,1 % par rapport à l'année précédente, une hausse intégra-

La hausse des ventes de droits multizones (57,9 M€ en 2024) est majoritairement portée par celle des ventes portant sur quelques territoires.

lement portée par l'augmentation des ventes qui concernent plusieurs zones (+237,4 %), tandis que les ventes qui concernent le monde entier (ventes « univers ») baissent de 8,0 %. Par ailleurs, les droits « univers » sont particulièrement concentrés et les trois premières sociétés pour ce type de ventes représentent à elles-seules 84,5 % de ces droits, une part en très forte hausse sur un an (+27,2 points).

Répartition des ventes de programmes audiovisuels français par zone géographique en 2024 (%)



¹ Contrats de cession pour plusieurs territoires de zones différentes.
Source : CNC-Unifrance.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *l'exportation des programmes audiovisuels français en 2024*
- les séries statistiques sur l'exportation des programmes audiovisuels

Les recettes à l'exportation des longs métrages français

Recul des ventes de films français à l'international en 2024

En 2024, les recettes générées par la vente de films français représentent 116,4 M€, en baisse de 8,4 % sur un an (127,1 M€ en 2023) mais équivalent au niveau d'avant crise (116,4 M€ également en 2019). Elles restent en retrait de 20,8 % par rapport à la moyenne 2015-2024 (147,0 M€), mais cette évolution est fortement liée au fait qu'EuropaCorp ne communique plus son chiffre d'affaires depuis 2022 : en excluant la société du périmètre, les recettes générées par les ventes de films français en 2024 sont légèrement supérieures (+1,9 %) à la moyenne de la décennie (114,3 M€).

Le chiffre d'affaires des sociétés d'exportation lié à la vente de films étrangers atteint un record historique de 157,2 M€, en forte hausse par rapport à 2023 (+33,0 %), une année déjà marquée par une forte croissance (+47,8 % par rapport au niveau particulièrement bas de 2022, à 80,0 M€).

Les recettes issues de la vente de films français représentent 42,5 % du chiffre d'affaires total des exportateurs français, la plus faible part jamais enregistrée (-13,1 points par rapport à la moyenne 2015-2024 à 55,6 %).

73,3 % des recettes résultent de la vente de films récents en 2024.

Les œuvres de catalogue, un vrai regain d'intérêt à l'international

En 2024, la fiction reste le genre majoritaire sur le marché, représentant 93,1 % des recettes en 2024 (93,4 % en 2023). Après d'excellents résultats en salles et de belles ventes à l'international en 2023, l'animation française marque un retrait, à 5,0 % des recettes à l'export (5,8 % en 2023). En

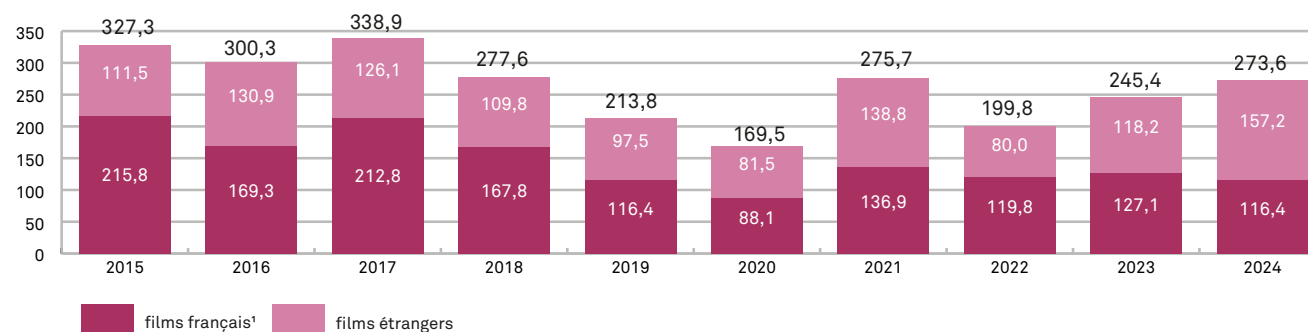
revanche, la part du documentaire augmente (1,9 % des recettes, contre 0,9 % en 2023).

Sur l'année, les ventes à l'exportation des films français récents (produits après le 1^{er} janvier 2021) représentent 85,3 M€, soit un niveau en baisse de 13,2 % sur un an (98,4 M€ en 2023), et -24,9 % par rapport à la moyenne décennale (113,7 M€). Les recettes à l'étranger des films français de catalogue (produits avant le 1^{er} janvier 2021) sont, au contraire, en hausse, à 31,1 M€ en 2024 (28,8 M€ en 2023), soit +8,0 % sur un an, bien que toujours inférieurs de 6,8 % à la moyenne décennale (33,4 M€).

Dans les deux cas, les évolutions observées doivent être

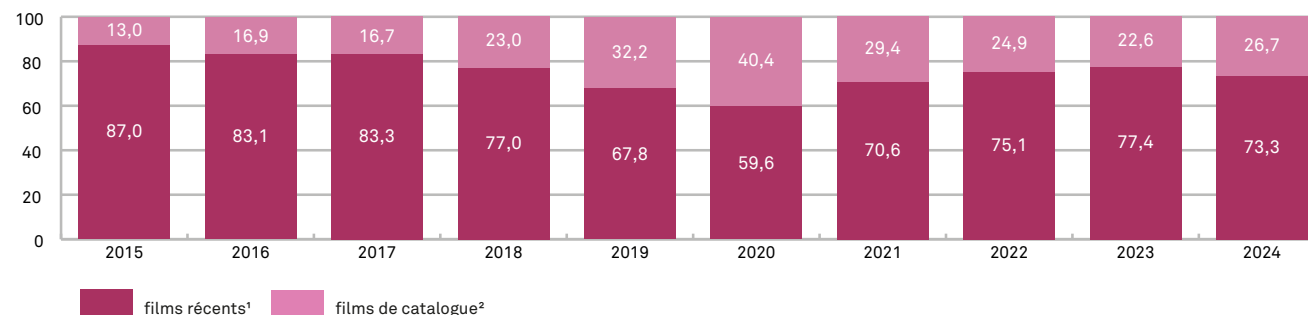
nuancées par les variations de périmètre sur la période, en particulier par l'absence de la société EuropaCorp depuis 2022. En excluant cette société sur l'ensemble de la période, la baisse des recettes des films récents est bien moins importante en 2024, à -2,6 % par rapport à la moyenne décennale (87,6 M€). Ce constat est d'autant plus prononcé pour les films de catalogue, les productions EuropaCorp constituant chaque année une part importante des recettes générées par ce type de films. En les excluant du périmètre de l'étude, les recettes pour les films de catalogue progressent, en 2024, de 16,5 % par rapport à la moyenne 2015-2024 (25,7 M€).

Recettes d'exportation selon la nationalité des films (M€)



¹ Les films français incluent les coproductions minoritaires et majoritaires françaises.
Source : CNC.

Structure des recettes d'exportation selon la date de production des films français (M€)



¹ Films récents : films produits il y a moins de trois ans.

² Films de catalogue : films produits il y a trois ans ou plus.

Source : CNC.

Géographiquement, une concentration des ventes stable sur un an

En 2024, la concentration des recettes est relativement stable par rapport à 2023 : les 15 premiers pays génèrent 74,7 % des encaissements, contre 75,3 % en 2023. Au sein des différentes zones d'exportation, trois territoires génèrent en 2024 plus d'un quart des recettes totales du cinéma français à l'international (27,7 %), et quatre territoires en génèrent plus d'un tiers (34,6 %), une concentration en légère baisse par rapport à 2023 (respectivement 30,8 % et 36,3 % des recettes).

Les quinze premiers pays en termes de recettes des films français à l'exportation en 2024

	recettes (M€)	évol. 24/23 (%)	évol. 24/19 (%)	part de marché (%)
1 Etats-Unis et/ou Canada anglophone	12,0	-0,9	+13,6	10,3
2 Russie/CEI	10,5	+90,5	+201,8	9,0
3 Allemagne et/ou zones germanophones	9,8	-48,9	-11,2	8,4
4 Italie	8,1	+2,0	+35,3	6,9
5 Espagne	7,8	+11,0	+50,9	6,7
6 Belgique	6,4	+35,1	+51,9	5,5
7 Suisse (hors région germanophone)	5,4	+16,4	+36,6	4,7
8 Pologne	3,9	-0,0	-3,7	3,3
9 Japon	3,8	-3,9	-23,9	3,3
10 Benelux	3,7	-26,2	+9,7	3,2
11 Contrats Europe de l'Est	3,6	-36,1	+199,2	3,0
12 V&D / V&DA monde	3,2	-28,2	+6,7	2,8
13 Autres pays Europe de l'Est	3,2	+125,1	+192,2	2,7
14 Contrats Europe de l'Ouest	3,0	+326,8	+323,5	2,6
15 Scandinavie	2,6	-21,8	+45,5	2,3
total quinze premiers	85,9	-2,8	+34,6	74,7
total	116,4	-8,4	+0,1	100,0

Source : CNC.

Record des recettes en provenance d'Europe centrale et orientale

L'Europe de l'Ouest maintient sa position de première zone d'accueil du cinéma français, malgré des recettes en baisse, à 52,2 M€ contre 60,6 M€ en 2023 (-13,8 %). La zone représente 44,9 % des recettes totales encaissées en 2024, au deuxième plus haut niveau depuis 2009 (47,6 %), et inférieure de 2,8 points au record enregistré en 2023 (47,7 %).

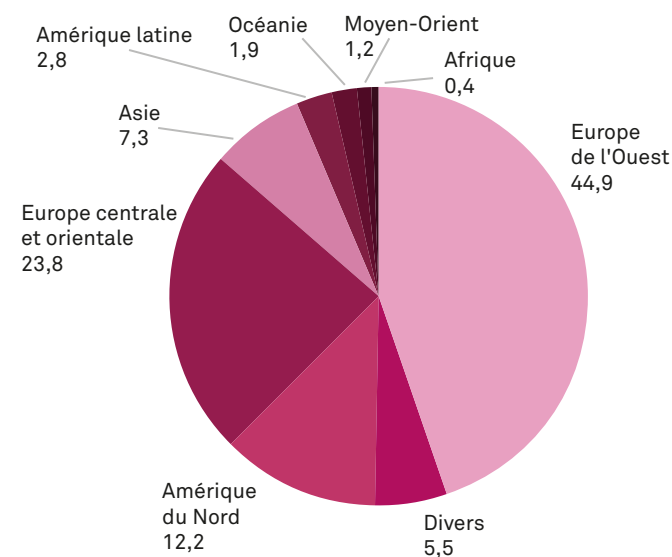
L'Europe centrale et orientale enregistre une nette progression et atteint son plus haut niveau historique, à 27,7 M€ en 2024, soit +26,5 % sur un an (21,9 M€ en 2023). Elle renforce ainsi sa deuxième place du classement par zone, avec 23,8 % de part de marché en 2024, son plus haut niveau historique, dépassant ainsi le record de 2023 (17,3 %).

Après une nette baisse des montants générés, à 13,9 M€ en 2023, l'Amérique du Nord repart légèrement à la hausse et enregistre 14,2 M€ de recettes en 2024 (+2,1 %). Celles-ci se situent toujours en retrait par rapport à la moyenne décennale (35,3 M€, -59,8 %).

En 2024, les recettes provenant d'Asie atteignent leur plus bas niveau historique, à 8,5 M€, en recul de 23,1 % sur un an (11,1 M€ en 2023) et de 50,2 % à la moyenne décennale (17,1 M€), gonflée par la bulle d'acquisitions chinoise de la fin des années 2010. L'Asie réalise 7,3 % des recettes globales en 2024 (8,7 % en 2023), au plus bas depuis 2012 (7,2 %), positionnant toutefois la zone à la quatrième place, un classement inchangé.

En 2024, l'Europe de l'Ouest concentre toujours près de la moitié (44,9 %) des recettes totales du cinéma français à l'export.

Répartition des recettes d'exportation des films français par zone géographique en 2024 (%)



Pour rappel, la zone « Amérique du Nord » inclut le territoire « Etats-Unis + divers monde ». La zone « divers » inclut les ventes V&D/V&DA monde.
Source : CNC.

Les sociétés exportatrices de films français : un niveau de concentration plus élevé

En 2024, les trois premières sociétés en termes de chiffre d'affaires captent à nouveau près de la moitié des recettes encaissées pour la vente de films français à l'étranger (47,5 %, +3,0 points sur un an), signe d'un regain du niveau de concentration de l'activité, plus élevé qu'avant la pandémie (41,3 % des recettes générées par les trois premières sociétés en 2019).

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *L'exportation des films français en 2024*

- les séries statistiques sur l'exportation des films

Les ventes de courts métrages français à l'étranger

Nouveau record de ventes de courts métrages à l'étranger en 2024

Avec 1,2 M€, le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages français progresse en 2024 (+30,1 % par rapport à 2023). Il s'agit d'un nouveau record depuis le suivi des données en 2013, comme chaque année depuis 2019, à un niveau deux fois plus important que celui observé avant crise (+111,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019).

En 2024, le nombre de transactions, 3 855, est également en hausse sur un an (+13,9 % par rapport à 2023) et a plus que doublé par rapport à l'avant crise (+134,5 % par rapport à la moyenne 2017-2019). 1 477 courts métrages différents ont fait l'objet d'une transaction en 2024 (1 372 en 2023 et 758 en moyenne sur la période 2017-2019).

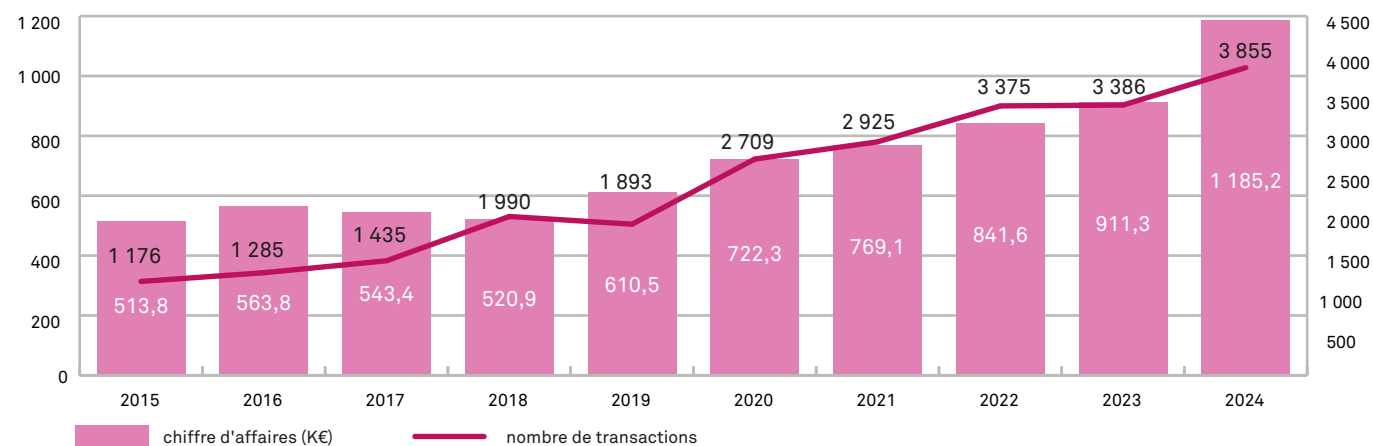
Le chiffre d'affaires à l'exportation des courts métrages atteint un nouveau record en 2024 : 1,2 M€ de recettes, +30,1 % par rapport à 2023.

L'animation, 1^{er} genre de courts métrages à l'international

Après 2019, puis 2022, l'animation prend encore une fois, en 2024, la première position en termes de recettes avec une part de marché qui s'établit à 60,3 %, soit un plus haut niveau depuis le relevé des données en 2013. Elle est suivie par la fiction avec 37,5 % du chiffre d'affaires, un niveau au plus bas depuis le suivi des données. En termes de nombre de transactions, l'animation demeure toujours le premier genre (62,0 % en 2024), devant la fiction (32,9 % en 2024). Le documentaire de création et le film expérimental représentent 2,2 % des recettes générées en 2024 (un plus bas niveau) et 5,1 % des transactions.

En 2024, les cinq premières places du palmarès, en termes de chiffre d'affaires, sont occupées par des œuvres récentes d'animation, produites entre 2017 et 2023, avec en tête *Letter to a Pig* de Tal Kantor. En transactions, le court métrage d'animation 27 d'Anna Flóra Buda se hisse en haut du podium.

Exportation des courts métrages français



Source : Unifrance.

Les services de vidéo à la demande, premiers acheteurs de courts métrages français à l'international

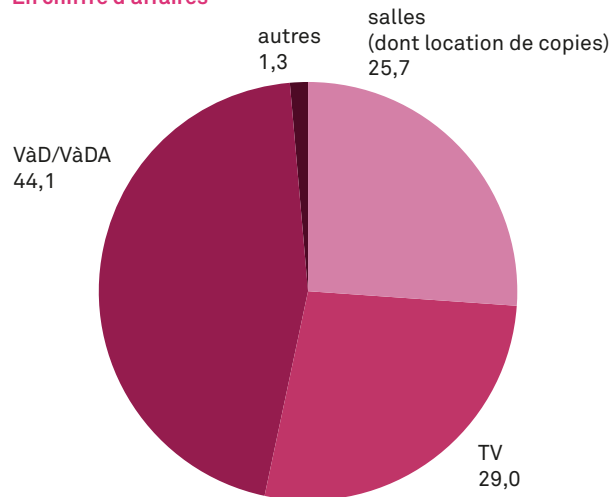
Après être devenus la première source de revenus en 2023, les droits d'exploitation en vidéo à la demande (transactionnelle et par abonnement) confirment cette position en 2024 et représentent 44,1 % du chiffre d'affaires à l'exportation (44,0 % en 2023) pour 34,8 % des transactions. Les droits télévisuels, deuxième source de revenus du court métrage à l'exportation, atteignent 29,0 % du chiffre d'affaires en 2024 pour 5,0 % des transactions. Enfin, les droits d'exploitation en salles et locations de copies, troisième source de revenus du court métrage à l'exportation, atteignent 25,7 % du chiffre d'affaires en 2024 pour plus de la moitié des transactions (59,5 %). À noter que le montant moyen d'une transaction pour les droits télévisuels (1 788 €) est 13 fois plus élevé que celui pour les droits en salle (133 €) et 5 fois plus élevé que pour les droits en VàD/VàDA (389 €).

L'Amérique du Nord, première zone d'exportation du court métrage français pour la première fois

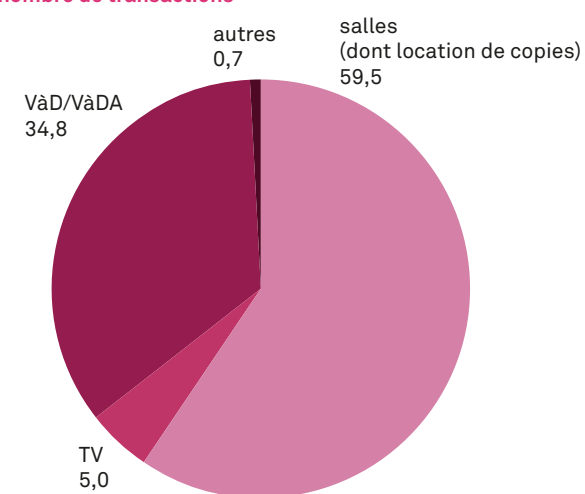
En 2024, l'Amérique du Nord devient, fait inédit, la première zone géographique à l'exportation des courts métrages français avec 31,7 % du chiffre d'affaires, passant juste devant l'Europe occidentale (30,9 %). Cette part est en hausse sur un an pour l'Amérique du Nord (+2,1 points) et en baisse pour l'Europe occidentale (-2,3 points), des trajectoires contrastées qui s'observent depuis la fin de la crise. En termes de transactions en revanche, l'Europe occidentale conserve sa première place avec 44,5 % des transactions en 2024, en baisse malgré tout de 6,6 points sur un an. L'Amérique du Nord garde, elle, aussi sa deuxième position à 22,0 %, en hausse de 6,2 points sur un an.

Répartition de l'exportation des courts métrages français selon le type de droits en 2024 (%)

En chiffre d'affaires



En nombre de transactions



Source : Unifrance.

74 courts métrages français en réalité virtuelle vendus à l'international

En 2024, 74 titres en réalité virtuelle ont fait l'objet de 244 transactions pour 1,1 M€ de chiffre d'affaires (73 titres, 230 transactions et 1,3 M€ de chiffre d'affaires en 2023). Bien qu'en baisse sur un an, le chiffre d'affaires constitue le deuxième plus haut niveau depuis le relevé des données et tous les indicateurs s'inscrivent dans une tendance à la hausse par rapport à l'avant crise (25 titres en moyenne, 158 transactions et 246,0 K€ de chiffre d'affaires).

L'Asie reste la première zone d'exportation du court métrage français en réalité virtuelle en 2024 avec 34,0 % du chiffre d'affaires, suivie par l'Amérique du Nord avec 25,7 %.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- l'étude *Le marché du court métrage en 2024*
- les séries statistiques sur le court métrage

6.4

Les œuvres cinématographiques et audiovisuelles françaises à l'étranger

En 2025 :

42,5 millions

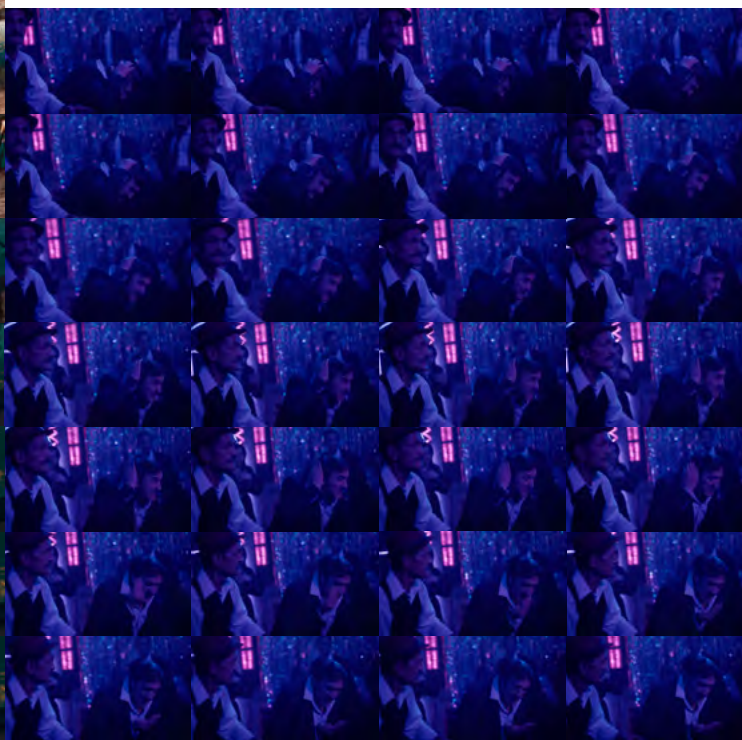
d'entrées pour les films français à l'étranger (estimation)

(+6,0 % par rapport à 2024)

7,8 millions
pour *Flow*



3,7 millions
pour *Dracula*



2,3 millions
pour *Je suis toujours là*



Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance. Ils prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC, ainsi que tout film dont la production française a été certifiée par le CNC (ex : films français non agréés, films aidés au titre de l'aide au cinéma du monde, œuvres aidées au titre du fonds de soutien audiovisuel, etc.). Les films se classent en deux catégories : les films 100 % français ou majoritairement financés par les partenaires français 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 2025 présentées ici sont arrêtées à mi-décembre 2024 et couvrent plus de 70 territoires. Ces données sont provisoires et non exhaustives (résultats consolidés disponibles à l'automne). Toutefois, une estimation à fin 2025 est proposée.

Les données relatives à l'offre de films et de programmes audiovisuels français sur les services de V&DA en janvier 2026 sont issues de l'outil Analytics d'Ampere Analysis, qui couvre 112 plateformes différentes monitorées dans 51 pays (France exclue). Le périmètre s'étend sur l'ensemble des œuvres des services de V&DA suivies par Ampere Analysis, hors pays de production d'origine et hors Chine (marché non suivi par l'outil). La qualification de la nationalité et du genre des programmes est déterminée par Ampere Analysis.

Les données concernant la diffusion des films et des programmes français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 300 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède). La qualification de la nationalité et du genre des programmes est déterminée par MediaLogiq.

Hausse de la fréquentation des films français à l'international

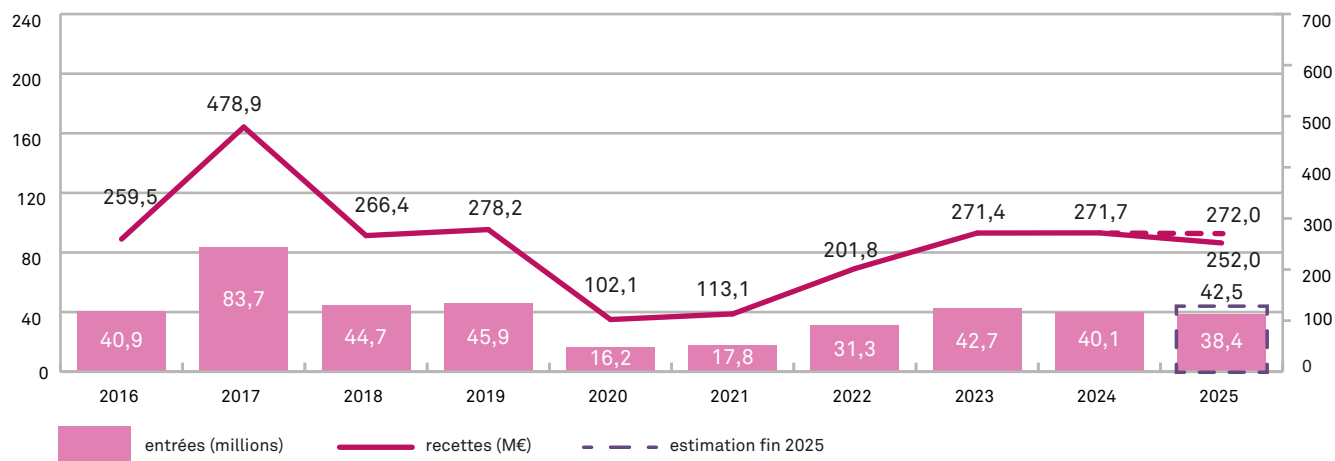
La fréquentation des films français à l'étranger s'établit à 38,4 millions d'entrées sur les 50 premières semaines de 2025, soit un niveau en hausse de 15,0 % par rapport à la même période de 2024. Une première projection de la fréquentation annuelle totale publiée par Unifrance prévoit un cumul annuel de 42,5 millions d'entrées en 2025, soit une croissance de 6,0 % par rapport à 2024. Elle resterait cependant inférieure d'environ 26 % à la moyenne 2017-2019 (58,1 millions d'entrées). Selon la projection d'Unifrance, les recettes générées à l'international sur l'année complète devraient atteindre 272 M€, un chiffre stable par rapport à 2024 mais en recul de 21 % par rapport à l'avant crise, un retard à la fois amorti par l'inflation et l'augmentation du prix moyen des billets de cinéma, et creusé par les très bons résultats enregistrés

en 2017 suite au succès rencontré par *Valérian et la Cité des mille planètes*. En effet, les recettes des films français à l'international en 2025 sont proches du niveau de 2019 (278 M€) et supérieures à celui de 2018 (266 M€). À titre de comparaison, selon l'estimation de Gower Street Analysis, au niveau mondial, le box-office tous films serait en croissance de 6 % par rapport à 2024 et en recul de 16 % par rapport à 2017-2019.

230 films français inédits font l'objet d'une exploitation en salles à l'étranger en 2025 (288 en 2024). 13 films sont à l'affiche dans plus de 30 pays (9 en 2024).

Quatre productions majoritairement françaises dépassent le million d'entrées en 2025 (cinq en 2024) : le drame *Dracula* (3,7 millions d'entrées), le film d'animation *Falcon Express* (2,3 millions d'entrées), la comédie musicale *Emilia Pérez* (1,6 million d'entrées) et la comédie dramatique *En fanfare* (1,2 million d'entrées).

Entrées et recettes guichets des films français à l'étranger¹



¹ Données 2025 non exhaustives et provisoires.
Source : Unifrance.

Un marché mondial encore en transition, mais des résultats encourageants

Le marché mondial du cinéma en 2025 reste marqué par une reprise incomplète et des dynamiques contrastées selon les territoires. Le box-office mondial reste en retrait par rapport aux niveaux pré-pandémiques, notamment en Amérique du Nord où le déficit demeure important. Si la production américaine retrouve une certaine régularité après les perturbations liées aux grèves, elle n'a pas encore retrouvé sa pleine puissance. Malgré l'espoir d'un retour à la normale après la pandémie, les évolutions des habitudes de consommation empêchent encore une véritable reprise. En 2025, le seuil des 40 millions d'entrées à l'international enregistrées par les films français est une nouvelle fois dépassé. Si les performances du cinéma français restent inférieures à celles d'avant la pandémie (-26 %) dans un marché mondial encore en transition, ce dernier confirme son rayonnement international et affiche des résultats encourageants, avec plusieurs enseignements :

- l'animation se distingue particulièrement, atteignant un niveau particulièrement élevé et représentant plus d'un tiers des entrées. Si la comédie semble en difficulté à l'international, le drame maintient sa stabilité, tandis que les genres fantastique et horrifique gagnent en popularité ;
- comme souvent, le succès est concentré sur un nombre limité de films : sept productions françaises (majoritaires et minoritaires) dépassent le million d'entrées et totalisent plus de la moitié des entrées (sept également en 2024 et six en 2016) ;
- l'Amérique latine devient la deuxième zone la plus importante pour le cinéma français, portée notamment par le dynamisme du Mexique et du Brésil, et représente une part record du public international. Ailleurs, la fréquentation progresse en Amérique du Nord et en Europe occidentale, mais recule dans d'autres zones comme l'Europe de l'Est.

Grâce à *Flow*, les entrées des films d'animation français doublent

L'animation devient le premier genre en 2025, avec un nombre d'entrées qui double presque (+92,4 % par rapport aux entrées définitives de 2024) à 13,2 millions d'entrées. L'animation réalise son troisième plus haut niveau historique (derrière 2015 avec 21,7 millions d'entrées et 2017 avec 15,2 millions d'entrées). Les films d'animation sont ainsi à l'origine d'un tiers des billets vendus hors des frontières françaises (34,3 %, contre 17,1 % en 2024). Ces chiffres sont portés par les résultats de la coproduction minoritaire *Flow* (Lettonie / France / Belgique), qui réalise 59,3 % des entrées des films d'animation en 2025, et, dans une moindre mesure, par le film 100 % français *Falcon Express*, avec 17,4 % des entrées. Trois films d'animation, dont une coproduction majoritaire, se hissent au classement des 10 premiers films à l'international en 2025 (quatre films, dont une coproduction majoritaire en 2024) : *Flow* (7,8 millions d'entrées enregistrées en 2025), *Falcon Express* (2,3 millions d'entrées) et *Une nuit au zoo* (1,7 million). *Flow* devient ainsi le 4^e plus gros succès français d'animation en nombre d'entrées à l'international de tous les temps.

Premier genre en 2024, la part de marché du drame recule de 3,0 points à 23,6 % des entrées totales en 2025, à

9,1 millions, soit une baisse de 15,2 % par rapport à 2024. Le film 100 % français *Dracula*, deuxième au classement 2025 et plus gros succès des productions majoritairement françaises en 2025, enregistre 3,7 millions d'entrées, et connaît un succès notable en Russie (1,8 million d'entrées) et en Italie (0,7 million d'entrées), deux territoires dans lesquels il réalise davantage d'entrées qu'en France (644 000 entrées). Pour la troisième année consécutive, la fréquentation des comédies / comédies dramatiques diminue, à 7,8 millions d'entrées en 2025 (-15,4 % par rapport aux entrées définitives de 2024). Le premier film du genre, *Emilia Pérez*, enregistre 1,6 million d'entrées sur 50 territoires en 2025. Le genre représente 20,3 % des entrées des films français à l'international, en baisse par rapport à 2024 (23,0 %). Dans les salles françaises, la fréquentation des comédies recule de 43,7 % en 2025, pour une part du total des entrées qui s'établit à 36,1 % (45,4 % en 2024).

Alors que deux films d'action / aventure figuraient sur le podium en 2024 (*Le Comte de Monte-Cristo* et *Le Dernier Jaguar*), le premier film du genre occupe la 10^e position du classement en 2025 (*Moon le panda* avec 572 000 entrées). La part de marché du genre passe ainsi de 19,8 % en 2024 à 4,4 % en 2025, avec 1,7 million d'entrées (-78,7 %).

Les 10 premiers films français en termes d'entrées à l'étranger en 2025¹

	titre	genre	nationalité	nombre de territoires	entrées à l'international (millions)
1	<i>Flow</i>	animation	Lettonie / France / Belgique	59	7,82
2	<i>Dracula</i>	drame	France	41	3,72
3	<i>Je suis toujours là</i>	drame	Brésil / France	36	2,33
4	<i>Falcon Express</i>	animation	France	43	2,30
5	<i>Une nuit au zoo</i>	animation	Canada / Belgique / France	40	1,68
6	<i>Emilia Pérez</i>	comédie musicale	France	50	1,62
7	<i>En fanfare</i>	comédie dramatique	France	31	1,18
8	<i>Valeur sentimentale</i>	drame	Norvège / France / Danemark / Allemagne	14	0,77
9	<i>Un simple accident</i>	comédie dramatique	France / Iran / Luxembourg	29	0,73
10	<i>Moon le panda</i>	action / aventure	France / Belgique	43	0,57

¹ Données non exhaustives et provisoires.
Source : Unifrance.

Forte hausse des entrées en Amérique latine, qui devient la deuxième zone

Pour la dixième année consécutive, l'**Europe occidentale** maintient sa place de première zone d'exportation des films français, avec une fréquentation à 17,2 millions. La région représente 44,8 % des entrées à l'international des films français. L'Allemagne, premier territoire international pour les films français en 2024, n'est qu'en troisième position en 2025, derrière le Mexique et l'Italie. 4,0 millions d'entrées pour les films français ont ainsi été enregistrées en Italie en 2025, contre 3,2 millions en Allemagne. Le film *Emilia Pérez* a notamment rencontré un beau succès en Italie avec 530 000 entrées enregistrées en 2025. Trois autres pays d'Europe occidentale figurent dans le top 10 de l'année, tous cumulant plus d'1 million d'entrées : l'Espagne (2,2 millions d'entrées), la zone Belgique & Luxembourg (1,7 million), et la zone Royaume-Uni & Irlande (1,4 million).

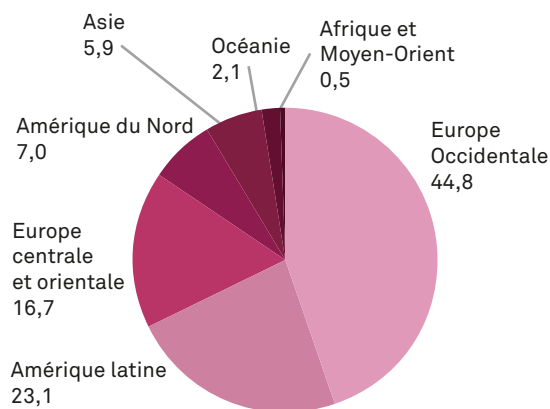
Pour la première fois, le Mexique devient le premier territoire à l'international pour les films français en 2025 avec 4,2 millions d'entrées. Le Mexique représente ainsi 11,0 % des entrées totales des films français à l'international. Le film *Dracula* a notamment enregistré 370 000 entrées au Mexique. Un autre territoire latino-américain atteint le top 10 en 2025 : il s'agit du Brésil, en 9^e position avec 1,3 million d'entrées. Au total, l'**Amérique latine** devient ainsi la deuxième région pour le cinéma français avec un total de 8,8 millions d'entrées enregistrées et une part de marché de 23,1 % en 2025.

La fréquentation en **Europe centrale et orientale** s'établit à 6,4 millions d'entrées en 2025. La Russie reste dans les premières positions du classement, occupant la 4^e place avec 3,2 millions d'entrées. La Pologne, 2^e pays de la zone et 10^e au classement général, totalise 1,1 million d'entrées. L'Europe dans son ensemble concentre 61,5 % des entrées des films français.

Les entrées réalisées par les films français en **Amérique du Nord** s'établissent à 2,7 millions en 2025, pour une part de marché de 7,0 %. La région devance ainsi l'**Asie**, qui

représente 5,9 % des entrées des films français dans le monde en 2025, pour un nombre d'entrées à 2,3 millions.

Répartition des entrées des films français en salles à l'étranger par zone géographique en 2025 (%)¹



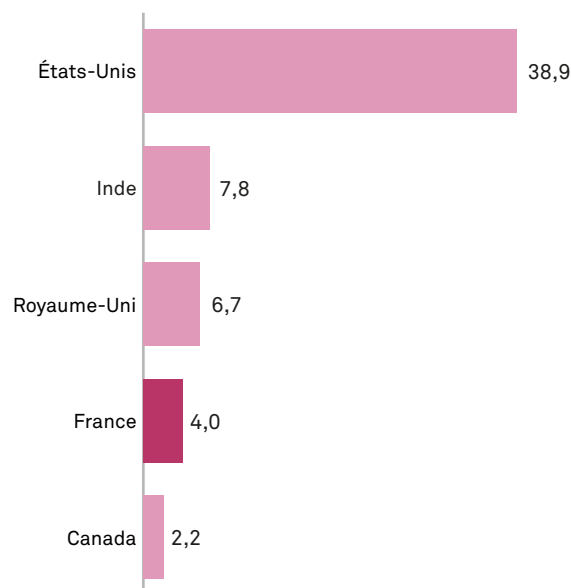
¹ Données non exhaustives et provisoires.
Source : Unifrance.

Le Mexique devient le 1^{er} marché pour le cinéma français en 2025, avec 4,2 millions d'entrées.

La production française de films et d'unitaires, 4^e production la plus représentée en VàDA

En janvier 2026, la France s'impose comme la 4^e nationalité étrangère de films et unitaires la plus représentée sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde hors pays d'origine et la 2^e nationalité européenne (comme en janvier 2025), avec 4,0 % de productions majoritaires françaises parmi les productions étrangères disponibles. La production française se positionne ainsi derrière les États-Unis (38,9 %), l'Inde (7,8 %) et le Royaume-Uni (6,7 %).

Part de marché par pays de production dans l'offre de films et d'unitaires sur les services de VàDA dans le monde en janvier 2026 (hors pays d'origine, en % du nombre total de références)



Source : Ampere Analysis / CNC.

La production de films et d'unitaires français atteint ses parts de marché les plus importantes dans les pays européens avec, aux premiers rangs, la Roumanie (7,6 % de l'offre disponible en VàDA), l'Espagne (7,3 %) et le Portugal (7,1 %). Au global, la production française représente 5,4 % de l'offre en Europe. Parmi les autres territoires européens, l'offre d'œuvres françaises représente 6,3 % des catalogues disponibles en Allemagne et 6,1 % en Italie, mais seulement 1,8 % au Royaume-Uni. Enfin, parmi les pays extra-européens, Taïwan arrive en première position avec 5,2 % de part de marché pour la production française. Aux États-Unis, cette part s'établit à 3,0 %.

Prime Video est le service de VàDA qui propose le plus de films et unitaires français en janvier 2026 avec 2 099 titres distincts, devant le service espagnol spécialisé dans le cinéma Filmin (1 131 titres), le japonais U-Next (773) et Netflix (769). D'autres services locaux se distinguent également, comme HamiVideo à Taïwan avec 592 titres ou The Criterion Channel en Amérique du Nord avec 525 titres. En parts de marché, le classement est dominé par deux services spécialisés dans le cinéma d'auteur : Mubi, en tête, avec 19,3 % d'œuvres françaises, et The Criterion Channel (16,8 %). Deux autres services proposent plus de 10 % d'œuvres françaises : le service polonais généraliste Polsat box Go (10,6 %) et le service espagnol Filmin (10,5 %). Netflix propose 5,3 % de films et unitaires français et devance Prime Video (3,4 %) et Disney+ (2,6 %). Sur les autres principaux services mondiaux, la part des programmes français est inférieure à 2 % (1,7 % sur Paramount+ et HBO Max).

Les longs métrages cinématographiques français les plus largement disponibles en VàDA à l'international en 2025 sont *La Passion de Dodin Bouffant* et *Emilia Pérez*, présents sur 22 services différents, suivis par *Portrait de la jeune fille en feu* et *Anatomie d'une chute*, présents sur 21 services.

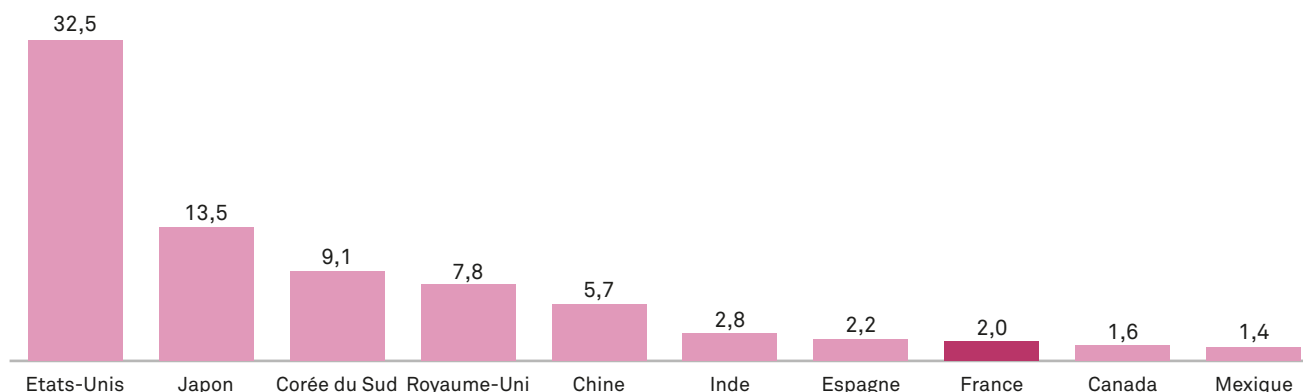
En janvier 2026, les films et unitaires français représentent plus de 7 % des catalogues des services de VàDA en Roumanie, en Espagne et au Portugal.

Les séries françaises, au 8^e rang mondial des séries étrangères disponibles sur les services de VàDA

En matière de séries audiovisuelles (fiction, animation et documentaire), les productions françaises représentent 2,0 % du catalogue des services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde en janvier 2026, France exclue. La France est la 3^e production européenne en VàDA derrière le Royaume-Uni (7,8 %) et est dépassée par la production espagnole (2,2 %). Elle est distancée par les productions de plusieurs pays asiatiques, dont le Japon (10,9 %) et la Corée du Sud (8,2 %). Le marché est, par ailleurs, clairement dominé par les séries américaines (32,5 % de l'offre disponible). L'année est néanmoins marquée par le recul de la part de marché américaine, qui perd 4,8 points par rapport à janvier 2025, tandis que les parts des productions japonaises (+3,9 points), chinoises (+3,0 points), et sud-coréennes (+1,7 point) sont en hausse.

En janvier 2026, plus de 40 % des séries françaises disponibles sur les services de VàDA à l'étranger sont des séries de fiction (41,0 %).

Part de marché par pays de production dans l'offre de séries¹ sur les services de VàDA dans le monde en janvier 2026 (hors pays d'origine, en % du nombre total de références)



¹ Fiction, animation et documentaire.
Source : Ampere Analysis / CNC.

C'est dans les pays d'Europe de l'Ouest que les séries françaises sont les mieux exposées en janvier 2026 : elles représentent 4,7 % de l'ensemble des séries disponibles sur les services de VàDA en Belgique et en Suisse, 3,4 % en Allemagne et 3,3 % en Autriche. Au global, la production française représente 2,4 % de l'offre en Europe. Plusieurs pays non européens proposent plus de 2,5 % de séries françaises sur l'ensemble des catalogues de VàDA, notamment l'Afrique du Sud (2,8 %), l'Egypte (2,7 %), l'Australie (2,6 %), ainsi que plusieurs pays latino-américains comme le Chili ou l'Equateur (2,5 %).

Prime Video est, de loin, le service qui propose le plus de séries françaises à l'étranger avec 360 œuvres uniques, devant le service allemand MagentaTV (110 titres) et Netflix (106 titres).

Parmi les séries les mieux exposées, se retrouvent trois séries d'animation, *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* (sur 18 services), *Robin des Bois: Malice à Sherwood* (16 services) et *Simon* (11 services).

En part de marché, c'est le service américain PBS Masterpiece, qui propose la plus large part de séries françaises au sein de son catalogue (16,1 %), toutes des séries de fiction, devant le service australien spécialisé

dans le documentaire, DocPlay (13,5 %) et le service TOD, du groupe beIN Media au Moyen-Orient (10,3 %), avec essentiellement des séries d'animation. Plusieurs autres services locaux ou régionaux proposent plus de 5 % de séries françaises au sein de leur catalogue de séries, dont MagentaTV en Allemagne (6,7 %), TIMvision en Italie (5,2 %) et Movistar+ en Espagne (5,1 %), les trois appartenant à des groupes télécoms nationaux, respectivement Telekom Deutschland, TIM et Telefónica. Du côté des services mondiaux, Prime Video consacre 4,5 % de son catalogue hors France aux séries françaises, nettement devant Netflix (2,4 %), Disney+ (2,2 %), HBO Max (2,1 %) et Apple TV (1,6 %).

La fiction, premier genre des séries audiovisuelles disponibles en VàDA dans le monde

Les séries audiovisuelles de fiction représentent 41,0 % de l'offre de séries françaises disponibles sur les services de VàDA à l'international en nombre de références. À noter que le genre totalise 27,8 % des titres uniques, preuve d'une circulation large. En fiction, ce sont les séries policières qui dominent, avec 39,2 % de l'offre de fiction, loin devant la comédie (18,2 %).

L'animation française s'exporte traditionnellement bien et circule largement dans le monde, y compris sur les services de VàDA. En janvier 2026, 26,6 % des séries audiovisuelles françaises disponibles en VàDA à l'international sont des séries d'animation (25,3 % en titres uniques). Le genre devance le documentaire, qui représente 17,5 % du total des références disponibles (23,3 % en titres uniques). Par ailleurs, les séries audiovisuelles françaises (fiction, animation et documentaire) qui voyagent sont des séries relativement récentes : 51,8 % ont été produites au cours des cinq dernières années, contre 22,2 % datant d'il y a 10 ans ou plus.

6.5

Le cinéma dans le monde

En 2025 :

796 millions d'entrées en Europe

(-5,5 %)

dont :

156,2

millions
en France

123,5

millions
au Royaume-Uni

91,9

millions
en Allemagne

68,4

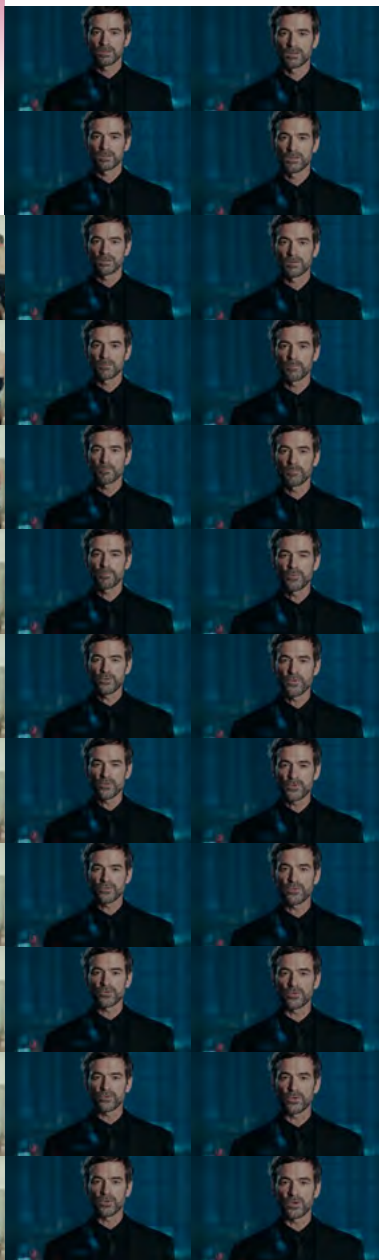
millions
en Italie

8,9 Md\$

en Amérique du Nord

7,4 Md\$

en Chine



Un box-office mondial en hausse de 12 % par rapport à 2024, à 33,6 Md\$

D'après Gower Street Analytics, le box-office mondial augmente de 12,0 % par rapport à 2024 à 33,6 Md\$ (29,7 Md€), mais reste en recul de 19,4 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Le marché nord-américain génère 26,5 % des recettes mondiales du cinéma, en recul de 2,8 points par rapport à 2024 (29,3 %) et à un niveau légèrement inférieur à 2019 (27,0 %). L'international, hors Amérique du Nord, représente ainsi 73,5 % des recettes mondiales du cinéma en 2025, contre 70,7 % en 2024 et 73,0 % en 2019. La zone Asie-Pacifique dans son ensemble reste le premier marché mondial avec 38 % du box-office (35 % en 2024 et 42 % en 2019). La zone Europe, Moyen-Orient et Afrique génère 30 % du box-office mondial (28 % en 2024 et 24 % en 2019), suivie de l'Amérique latine à 8 % (7 % en 2024 et 7 % en 2019).

Selon IMDb, le premier film au box-office mondial en 2025 est le film d'animation chinois *Ne Zha 2* avec 2,3 Md\$ de recettes (2,0 Md€), devant le film d'animation américain *Zootopie 2* (1,9 Md\$, 1,7 Md€) et *Avatar : de feu et de cendres* (1,5 Md\$, 1,3 Md€). Selon les données de Comscore relayées par *Deadline*, Disney demeure en tête du classement des distributeurs au niveau mondial en 2025 avec un total de 6,6 Md\$ (5,8 Md€) de recettes. Disney détient cette place, tous studios confondus, depuis 2019. Les performances du groupe sont notamment portées par les résultats de *Zootopie 2*, *Avatar : de feu et de cendres* et *Lilo & Stitch* (1,0 Md\$, 918,6 M€). Warner Bros. occupe, cette année, la deuxième place du classement des distributeurs avec 4,4 Md\$ (3,9 Md€), notamment grâce aux succès de *Minecraft, le film* (960,4 M\$, 849,9 M€) et *Superman* (618,7 M\$, 547,5 M€). Le podium est complété par Universal avec un chiffre d'affaires monde de 3,9 Md\$ (3,4 Md€). Les films du studio ayant réalisé le plus de recettes sont *Jurassic World : Renaissance* (869,1 M\$, 769,2 M€), *Dragons* (637,0 M\$, 563,4 M€) et *Wicked : Partie 2* (539,0 M\$, 477,0 M€).

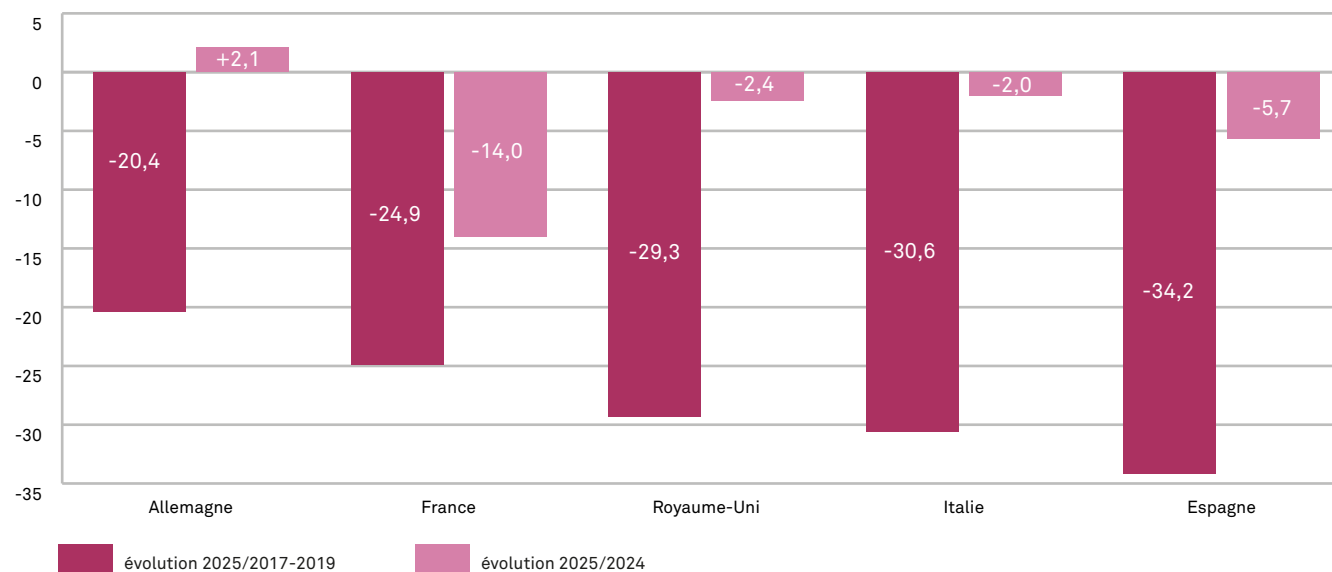
L'Amérique du Nord reste le premier marché mondial au box-office en 2025 avec 8,9 Md\$ (10,1 Md€, +1,1 %). La Chine, qui était passée en tête du box-office mondial en 2020 et 2021, se maintient à la deuxième place et enregistre des recettes de 7,4 Md\$ (8,4 Md€) soit une hausse de 27,6 %.

Une tendance très majoritairement à la baisse sur un an pour les marchés de l'Union européenne en 2025

En 2025, selon les chiffres provisoires de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, les entrées dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni reculent de 5,5 % sur un an pour atteindre 796 millions d'entrées, à un niveau qui reste inférieur de 19,1 % à la moyenne observée entre 2017 et 2019. Pour rappel, la fréquentation

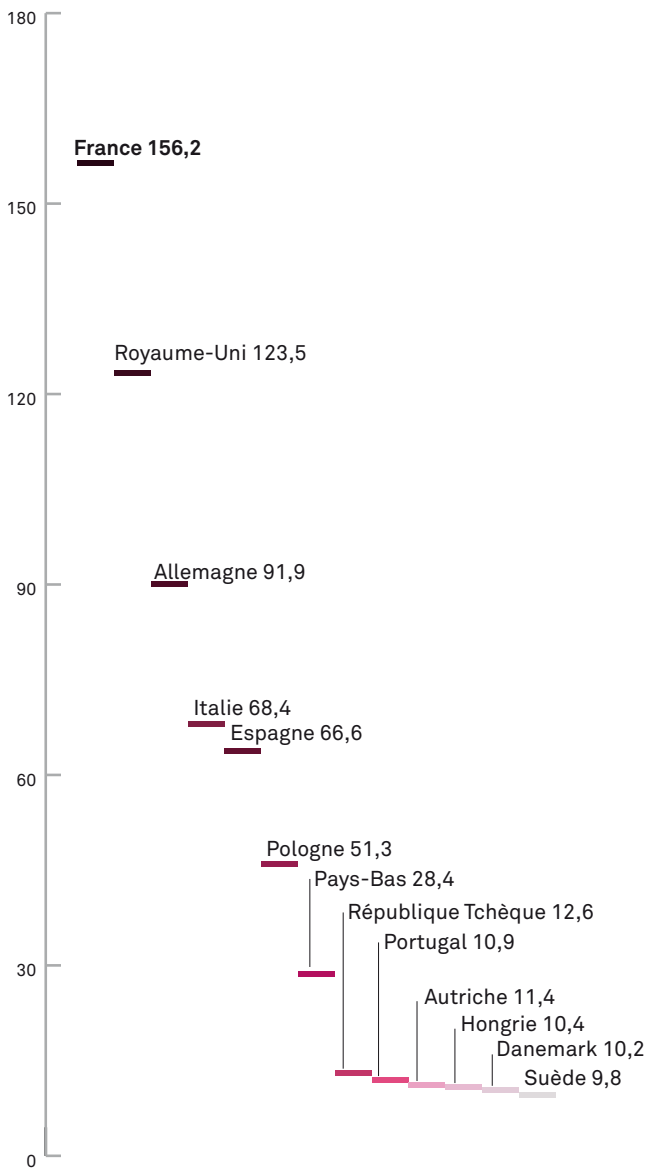
des salles européennes dépassait le milliard d'entrées en 2019. La France demeure le premier marché de l'Union européenne avec 156,2 millions d'entrées (-14,0 % par rapport à 2024). Dans les principaux marchés européens, à l'exception de l'Allemagne, la fréquentation diminue sur un an. Elle recule de 2,0 % en Italie (68,4 millions), 2,4 % au Royaume-Uni (123,5 millions) et 5,7 % en Espagne (66,6 millions). A contrario, en Allemagne, la fréquentation est en légère hausse (+ 2,1 % à 91,9 millions). Parmi les principaux marchés européens, c'est en Allemagne que le repli par rapport aux années d'avant crise est le moins prononcé : la fréquentation y est en recul de 20,4 %, contre -24,9 % en France, -29,3 % au Royaume-Uni, -30,6 % en Italie et -34,2 % en Espagne.

Evolution de la fréquentation par rapport à 2024 et par rapport à la période 2017-2019 dans les principaux pays européens (%)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Fréquentation cinématographique dans les principaux pays de l'Union européenne et au Royaume-Uni en 2025 (millions d'entrées)



Source : CNC, d'après l'Observatoire européen de l'audiovisuel, agences nationales du cinéma.

Europe

La France, premier pays de l'Union Européenne en termes de fréquentation

Les premières estimations de l'Observatoire européen de l'audiovisuel indiquent que la fréquentation dans les salles de l'Union européenne et du Royaume-Uni diminue légèrement en 2025 à 796 millions d'entrées (-5,5 %) et reste en recul de 19,1 % par rapport à la moyenne prépandémique. Selon l'Observatoire, en 2025, la baisse de la fréquentation est principalement liée à une année difficile pour les films américains et à l'absence de superproductions européennes.

Malgré une fréquentation qui diminue de 14,0 % sur un an, la France demeure le premier marché de l'Union européenne (156,2 millions d'entrées), devant le Royaume-Uni (123,5 millions), l'Allemagne (91,9 millions), l'Italie (68,4 millions) et l'Espagne (66,6 millions). Les pays dont la fréquentation augmente le plus par rapport à 2024 sont Chypre (+10 % avec 0,5 million d'entrées), l'Autriche (+9 %, 11,4 millions d'entrées) et la Roumanie (+5 %, 11,8 millions d'entrées). Dans la majorité des pays de la zone, la fréquentation baisse par rapport à 2024. En plus des trois pays cités précédemment, la fréquentation augmente au Danemark (+4 % à 10,2 millions d'entrées), en Ukraine (+4 % à 14,6 millions d'entrées), en Croatie (+4 % à 3,5 millions d'entrées), en Lettonie (+3 % à 2,2 millions d'entrées), en Pologne (+3 % à 51,3 millions d'entrées), en Norvège (+3 % à 8,4 millions d'entrées), en Grèce (+2 % à 7,8 millions d'entrées), en Bosnie-Herzégovine (+2 % à 1,2 million d'entrées) et en Allemagne (+2 % à 91,9 millions d'entrées). Parmi les principaux pays européens, outre la France, trois marchés affichent une baisse : l'Espagne (-5,7 %), le Royaume-Uni (-2,4 %) et l'Italie (-2,0 %).

En 2025, la Turquie et la France enregistrent les parts de marché du cinéma national les plus élevées en Europe, à respectivement 55 % et 38 %. Au-delà de ces deux marchés, huit autres pays présentent une part de marché nationale supérieure à 25 %. Le Danemark arrive en troisième position à 37 %, suivi de l'Italie (33 %) et de l'Albanie (32 %). Au total, dix pays ont une part de marché nationale supérieur à 25 % en 2025 (neuf en 2024). Parmi les autres principaux marchés européens, la part de marché nationale s'élève à 19 % en Espagne et 27 % en Allemagne. Au Royaume-Uni, la part de marché des films britanniques indépendants est plus faible, à 6,8 %.

Chiffres-clés du cinéma dans les cinq principaux marchés européens en 2025

	France	Royaume-Uni	Allemagne	Italie	Espagne
entrées (millions)	156,2	123,5	91,9	68,4	66,6
évolution vs. 2024 (%)	-14,0	-2,4	+2,1	-2,0	-5,7
évolution vs. 2017-2019 (%)	-24,9	-29,3	-20,4	-30,6	-34,2
prix moyen de la place (€)	7,42	9,42	10,05	7,26	6,89
indice de fréquentation ¹	2,3	1,8	1,1	1,2	1,4
part du film national (%)	37,9	6,8 ²	27,4	33,3	18,6
nombre d'écrans	6 401	4 563	4 757	nd	3 530
nombre d'écrans pour 100 000 hab.	9,6	6,6	5,7	nd	7,4

¹ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population.

² En termes de recettes. Films britanniques indépendants uniquement.

Source : ANICA, BFI, CNC, FFA, SPIQ, ICAA, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Europe de l'Ouest

Allemagne : 91,9 millions d'entrées en 2025, en légère hausse sur un an

Selon les chiffres présentés par l'Office fédéral allemand du cinéma (Filmförderungsanstalt, FFA), la fréquentation des salles allemandes augmente de 2,1 % sur un an et s'élève à 91,9 millions d'entrées en 2025, un résultat toujours en recul par rapport à la période 2017-2019 (-20,4 %). Parallèlement, les recettes sont en hausse de 6,4 % à 924,0 M€ et restent ainsi inférieures de 7,0 % par rapport à la période prépandémique. Le prix moyen de la place augmente de 4,3 % en 2025 par rapport à 2024, à 10,05 €. L'indice de fréquentation (nombre moyen d'entrées annuelles par habitant) recule légèrement à 1,1 (1,4 entrée par an et par habitant en 2019).

Toutes nationalités confondues, 705 nouveaux films sortent sur les écrans allemands en 2025, contre 622 en 2024 et 606 en 2019. Parmi ceux-ci, 237 films allemands (y compris les coproductions minoritaires) ont été distribués pour la première fois en 2025, contre 213 en 2024 (+11,3 %). A noter que la part de marché des films allemands (nouveau-tés, continuations et patrimoine) en entrées passe de 20,6 % en 2024 à 27,4 % en 2025, au deuxième plus haut niveau de la décennie, derrière 2020 (35,1 %). Deux films allemands figurent dans le top 10 en 2025 (stable par rapport à 2024). Il s'agit de *Manitou's Canoe* qui arrive en 1^{ère} place avec 5,0 millions d'entrées et de *L'Ecole des animaux magiques 4* qui se classe en 6^e position avec 2,9 millions d'entrées. Le top 3 est complété par deux films américains. *Minecraft, le film* occupe la 2^e place avec 3,5 millions d'entrées, suivi de *Lilo & Stitch* avec 3,3 millions d'entrées.

Le parc de salles allemand recule pour la troisième année consécutive et compte 4 757 écrans actifs en 2025 (-85 écrans par rapport à 2024) dans 1 651 établissements (-71 par rapport à 2024).

Le cinéma en Allemagne

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	199	199	198	237	126	147	161	183	171	nd
écrans	4 739	4 803	4 849	4 961	4 926	4 931	4 911	4 901	4 842	4 757
entrées (millions)	121,1	122,3	105,4	118,6	38,1	42,1	78,0	95,7	90,1	91,9
indice de fréquentation ²	1,5	1,5	1,3	1,4	0,5	0,5	0,9	1,1	1,1	1,1
recettes (M€)	1 023,0	1 056,1	899,3	1 024,0	318,0	373,2	722,0	929,1	868,4	924,0
part du film national (%) ³	22,7	23,9	23,5	21,5	35,1	21,7	27,0	24,3	20,6	27,4
part du film américain (%) ³	64,5	63,6	61,8	56,5	45,7	54,7	64,1	64,3	61,7	54,0
part du film européen (%) ³	11,5	11,2	13,0	17,6	11,3	3,8	4,6	7,3	9,4	10,3
part du film français (%) ³	2,9	4,2	3,0	3,6	3,0	2,0	3,9	4,9	5,5	nd

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires en première sortie.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Filmförderungsanstalt (FFA), Spitzenorganisation der Filmwirtschaft (SPIO), Unifrance.

Espagne : baisse de la fréquentation de 5,7 % à 66,6 millions

Selon l'Institut espagnol du cinéma (Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, ICAA), le nombre d'entrées dans les salles espagnoles recule de 5,7 % sur un an pour atteindre 66,6 millions en 2025 (-34,2 % par rapport à la moyenne observée entre 2017 et 2019). Les recettes baissent de 21,9 % sur un an à 458,8 M€. La part de marché nationale en termes d'entrées est stable sur un an, à 18,6 % (-0,1 point).

En 2025, un seul film local fait partie des 10 films les plus vus au cinéma (comme en 2024). Il s'agit du cinquième volet de la série *Padre no hay más que uno*, qui se classe en 8^e position avec 2,0 millions d'entrées. Le classement est dominé par *Lilo & Stitch* avec 3,8 millions d'entrées, suivi de *Jurassic World : Renaissance* (2,6 millions d'entrées) et *Avatar : de feu et de cendres* (2,1 millions d'entrées). En 2025, le pays compte 3 530 écrans dans 732 établissements (3 565 écrans dans 733 établissements en 2024).

Le cinéma en Espagne

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	241	257	249	243	222	273	271	368	376	nd
écrans	3 554	3 618	3 589	3 695	3 701	3 631	3 650	3 609	3 565	3 530
entrées (millions)	101,8	99,8	98,9	104,9	27,0	41,4	61,1	76,7	72,3	66,6
indice de fréquentation ²	2,2	2,2	2,1	2,2	0,5	0,9	1,2	1,6	1,5	1,4
recettes (M€)	602,0	591,3	585,7	614,7	161,0	250,2	379,7	493,5	480,7	458,8
part du film national (%) ³	18,5	17,4	17,6	15,1	24,5	16,0	21,1	17,5	18,7	18,6
part du film américain (%) ³	68,1	67,4	64,1	73,5	40,3	60,5	56,6	59,9	61,9	nd
part du film européen (%) ³	12,1	13,5	15,0	9,9	15,6	4,3	25,7	16,6	13,6	nd
part du film français (%) ³	2,2	4,3	3,0	3,4	5,7	2,8	2,2	2,6	2,6	nd

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Italie : une fréquentation à 68,4 millions d'entrées, en léger recul sur un an

Selon les estimations de l'ANICA, le box-office italien s'élève en 2025 à 496,6 M€, un montant stable par rapport à 2024 (+0,5 %). Le nombre d'entrées enregistrées dans le pays atteint 68,4 millions, en légère baisse sur un an (-2,0 %), et toujours en recul de 30,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019. L'indice de fréquentation est stable par rapport à 2024 à 1,2 entrée par personne.

Selon Cinetel, en 2025, 1 002 films inédits sont distribués, soit 61 de plus qu'en 2024. 462 d'entre eux sont des films italiens (coproductions comprises), soit 29 de plus qu'en 2024.

Au total, la part de marché des films nationaux (coproductions comprises) est en forte hausse par rapport à 2024 à 33,3 % des entrées (25,7 % en 2024), soit un niveau nettement supérieur à la moyenne 2017-2019 (20,6 %). Les films italiens enregistrent 22,7 millions d'entrées en 2025, contre 17,9 millions en 2024 (+26,8 %). Sur l'année, les films américains ont généré près de 9,4 millions entrées de moins qu'en 2024, soit 26,9 millions d'entrées (-25,9 %). Leur part de marché s'établit ainsi à 40,6 % des entrées en 2025, contre 52,3 % en 2024 et 61,8 % en moyenne entre 2017 et 2019.

En 2024, un seul film italien figurait parmi les 10 premiers films ayant réalisé le plus d'entrées : *Il ragazzo dai pantaloni rosa*, 10^e avec 1,4 million d'entrées. En 2025, quatre œuvres italiennes sont dans le top 10, dont deux sur le podium. *Buen camino* occupe la première place du classement avec 4,5 millions d'entrées, suivi de *Follemente* (2,5 millions d'entrées) qui arrive en troisième position. Les deux autres titres italiens présents dans le top 10 sont *Diamanti*, en 8^e place avec 1,3 million d'entrées, et *Io sono la fine del mondo*, en 9^e position avec 1,2 million d'entrées. Le premier film international est *Lilo & Stitch* qui se classe 2^e du classement (3,1 millions d'entrées), toutes nationalités confondues.

En 2025, les trois premiers distributeurs en Italie sont les mêmes qu'en 2024. En tête, Walt Disney enregistre 21,7 % des recettes, suivi du distributeur italien Eagle Pictures (12,5 %) et de Warner Bros. (10,2 %).

Le cinéma en Italie

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	155	166	176	120	100	117	147	156	151	nd
écrans	5 104	5 315	5 205	5 272	5 229	4 901	5 239	4 961	nd	nd
entrées (millions)	113,8	99,6	91,7	104,4	30,3	26,8	47,9	70,6	69,7	68,4
indice de fréquentation ²	1,9	1,6	1,5	1,7	0,5	0,4	0,8	1,2	1,2	1,2
recettes (M€)	695,1	619,4	579,5	667,9	189,5	176,9	306,7	495,7	494,0	496,6
part du film national (%) ³	28,7	18,3	23,2	21,6	55,6	22,5	21,2	25,9	25,7	33,3
part du film américain (%) ³	55,2	65,2	55,2	64,3	29,0	56,8	56,1	53,6	52,3	40,6
part du film européen (%) ³	12,8	13,8	20,1	11,8	12,0	18,1	27,5	30,9	30,5	41,0
part du film français (%) ³	2,1	4,6	3,5	3,8	2,4	1,9	3,3	3,0	3,9	5,0

¹ Films 100 % nationaux et coproductions majoritaires ayant bénéficié d'un soutien public.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après ANICA, Cinetel, SIAE, Observatoire européen de l'audiovisuel.

Pays-Bas : une fréquentation en baisse de 3,1 %, à nouveau en-dessous des 30 millions d'entrées

Selon le Nederlands Filmfonds, la fréquentation des salles de cinéma néerlandaises recule de 3,1 % à 28,4 millions d'entrées en 2025 (-22,3 % par rapport au niveau moyen enregistré entre 2017 et 2019). Les recettes diminuent de 1,1 % sur un an à 308,3 M€. La part de marché des films nationaux est en retrait et s'élève à 14,0 % (17,0 % en 2024) mais se maintient à un niveau supérieur à l'avant crise (11,6 % entre 2017 et 2019).

Les 10 premiers films au box-office des Pays-Bas sont tous des productions ou des coproductions américaines. Le premier film local du classement général est *Our Girls* (19^e avec 317 000 entrées). Le top trois est composé de *Minecraft, le film* (991 000 entrées), *Lilo & Stitch* (942 000 entrées) et *Mufasa : le Roi Lion* (811 000 entrées). En 2025, le pays compte 1 109 écrans dans 286 établissements (1 082 écrans dans 295 établissements en 2024).

Portugal : une fréquentation en recul de 8,0 %

Selon les chiffres communiqués par l'ICA (Instituto do Cinema e do Audiovisual), la fréquentation des salles de cinéma au Portugal diminue de 8,0 % sur un an et s'élève à 10,9 millions d'entrées en 2025 (-27,7 % par rapport à la

moyenne prépandémique enregistrée entre 2017 et 2019). Les recettes baissent de 3,7 % par rapport à l'année précédente, à 70,5 M€.

En 2025, 406 films inédits sont programmés en salles, soit 15 de plus qu'en 2024, dont 113 de nationalité américaine et 200 d'origine européenne, incluant 54 films portugais. La part de marché (en entrées) des films nationaux recule de 2,4 points à 2,1 % en 2025 (4,5 % en 2024 et 3,2 % en moyenne entre 2017 et 2019). En 2024, la part des films nationaux dans la fréquentation était portée par deux films qui enregistraient plus de 100 000 entrées : *Balas & Bolinhos: Só Mais uma Coisa* (11^e avec 249 000 entrées) et *Podia Ter Esperado por Agosto* (32^e avec 103 000 entrées). En 2025, aucun film local ne dépasse les 100 000 entrées. Le premier film portugais du classement, *O Pátio da Saudade*, a généré 70 000 entrées (41^e toutes nationalités confondues).

Les 10 premiers films au box-office sont tous des productions ou coproductions américaines. Les trois premières places sont occupées par *Lilo & Stitch* (667 000 entrées), *Minecraft, le film* (504 000) et *Zootopie 2* (529 000). Les films américains représentent, au total, 66,3 % des entrées en 2025 (72,8 % en 2024).

Royaume-Uni : léger recul de la fréquentation (-2,4 %) à 123,5 millions d'entrées

Selon les chiffres communiqués par le British Film Institute (BFI), la fréquentation des salles de cinéma britanniques recule légèrement à 123,5 millions d'entrées en 2025 (-2,4 % par rapport à 2024). Elle accuse toujours un retrait prononcé par rapport à la moyenne 2017-2019 (-29,3 %). Le box-office est en légère hausse de 1,8 % sur un an à 996,8 M£ (1,2 Md€) et en baisse de 21,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019. La recette moyenne par entrée s'élève à 8,07 £ (9,42 €) en 2025, contre 7,74 £ (9,03 €) en 2024. Les films britanniques indépendants représentent 6,8 % du box-office, contre 6,9 % en 2024 et 11,5 % en moyenne entre 2017 et 2019. Ce chiffre exclut les productions considérées comme britanniques mais réalisées grâce aux investissements de studios américains et pour lesquelles les principales décisions de production ne sont pas nationales. Parmi ces films financés par des studios américains figurent notamment *Wicked : partie II* et *Bridget Jones : folle de lui*, respectivement 2^e et 3^e au classement des films. En incluant ces films, la part de marché des films britanniques atteint 40,5 % (39,6 % en 2024 et 29,6 % entre 2017 et 2019). En 2025, quatre films indépendants britanniques dépassent les 5 M£ au box-office, contre cinq en 2024. Le classement de ces films en termes de recettes est dominé par *La Guerre des Rose* (10,3 M£, 29^e toutes nationalités confondues), suivi de *L'Amour au présent* (8,8 M£, 31^e) et de *The Salt Path* (8,1 M£, 33^e). En 2025, *Wicked : partie II* est le premier film au box-office britannique avec 47,0 M£, suivi de *Bridget Jones : folle de lui* (46,4 M£) et de *Jurassic World : Renaissance* (36,1 M£). Selon la UK Cinema Association, le Royaume-Uni compte 4 563 écrans en 2025 dans 839 établissements, contre 4 587 écrans en 2024 (823 établissements) et 4 564 en 2019 (840 établissements).

Le cinéma au Royaume-Uni

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	269	293	274	277	229	257	188	197	105	nd
écrans	4 194	4 512	4 309	4 564	4 591	4 620	4 637	4 539	4 587	4 563
entrées (millions)	168,3	170,6	177,0	176,1	44,0	74,0	117,3	123,6	126,5	123,5
indice de fréquentation ²	2,6	2,6	2,7	2,7	0,7	1,1	1,7	1,8	1,8	1,8
recettes (M£)	1 228,1	1 279,4	1 282,6	1 254,5	307,1	541,9	905,1	980,2	979,0	996,8
part du film national (%) ^{3,4}	7,4	9,6	13,2	12,9	14,2	5,0	7,9	3,8	6,9	6,8
part du film américain (%) ³	58,9	57,7	51,3	50,0	42,1	55,6	65,6	51,5	70,6	nd
part du film européen (%) ³	3,2	1,5	1,1	1,1	2,7	1,1	0,6	1,6	0,8	nd
part du film français (%) ⁵	0,7	1,1	0,4	0,3	0,7	0,3	0,5	0,8	0,6	nd

¹ Films 100 % britanniques et coproductions majoritaires. Chiffre 2024 provisoire.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes de recettes, au Royaume-Uni et en Irlande.
⁴ Films britanniques indépendants uniquement. N'inclut pas les films produits avec des investissements américains.
⁵ En termes d'entrées, au Royaume-Uni et en Irlande.
Source : CNC d'après British Film Institute (BFI), UK Cinema Association, Unifrance.

Suisse : -7,2 % d'entrées en salles en 2025, un recul porté par la Suisse romande

D'après les chiffres communiqués par l'association des exploitants et distributeurs suisses de films ProCinema, les entrées dans les salles de cinéma suisses reculent de 7,2 % sur un an à 9,9 millions d'entrées en 2025 (-23,7 % par rapport à la moyenne 2017-2019). La Suisse romande, qui représente 30,2 % des entrées du pays (33,1 % en 2024), enregistre une diminution de sa fréquentation cinématographique de 15,2 % par rapport à 2024, à 3,0 millions d'entrées. Pour la Suisse alémanique, qui génère 66,9 % des entrées du pays (63,9 % en 2024), la diminution est plus modérée à 6,6 millions d'entrées, soit -2,9 %. Parallèlement, sur l'ensemble du territoire, les recettes s'établissent à 161,5 millions de francs suisses (172,4 M€), soit une diminution de 5,5 % par rapport à 2024. Le prix moyen de la place atteint 16,35 francs suisses (17,45 €), en léger recul sur un an (-1,9 %). Les films suisses génèrent 914 000 entrées pour une part de marché de 9,3 %, stable sur un an (9,0 % en 2024). Les films français rassemblent 9,0 % des entrées en Suisse (13,1 % en 2024), et sont ainsi le 4^e pays en termes de part

de marché (2^e en 2024), derrière les États-Unis (55,5 %), la Suisse (9,3 %) et l'Allemagne (9,0 %). Le top 10 en entrées de l'année 2025 est dominé par les productions américaines (8 films américains, comme en 2024). *Lilo & Stitch* s'impose à la première place avec 350 000 entrées, suivi de *Zootopie 2* (348 000 entrées) et *Avatar : de feu et de cendres* (314 000 entrées). La comédie allemande *Manitou's Canoe* se place en 7^e position avec 225 000 entrées tandis que la coproduction suisse et allemande, *En première ligne*, arrive en 9^e position avec 207 000 entrées. En 2025, la Suisse compte 620 écrans (+5 par rapport à 2024), dont 421 en Suisse alémanique (67,9 %) et 173 en Suisse romande (27,9 %).

Europe de l'Est

Pays baltes : une fréquentation en légère baisse en Estonie et en Lituanie, mais en hausse en Lettonie

En Estonie, le nombre d'entrées en salles diminue de 3,2 % en 2025 et s'établit à 2,4 millions, creusant encore davantage l'écart avec la moyenne 2017-2019 (-33,7 %). La part de marché des films estoniens est relativement stable sur un an et s'établit à 14,0 % en 2025, contre 13,1 % en 2024. Le titre américain *Minecraft, le film* occupe la première place du classement des films avec 127 000 entrées.

En Lituanie, la fréquentation des salles de cinéma recule de 2,0 % par rapport à 2024 à 3,6 millions d'entrées (-13,8 % par rapport à la moyenne prépandémique 2017-2019). La part de marché du cinéma local est stable, à 20,0 % en 2025 (-0,5 point). Un film local domine le box-office : la comédie dramatique *The Southern Chronicles* (413 000 entrées).

Enfin, en Lettonie, la fréquentation progresse légèrement par rapport à l'année précédente (+3,3 %) à 2,2 millions d'entrées mais reste en recul de 16,0 % par rapport à la période 2017-2019. La part de marché nationale en termes d'entrées augmente de 4,7 points à 24,2 %. La fréquentation des films locaux est portée par quatre titres dont le film d'animation *Flow* (coproduction minoritaire française), qui occupe la première place du classement pour la deuxième année consécutive avec 204 000 entrées.

Pologne : une fréquentation en légère hausse à 51 millions d'entrées

Selon les estimations publiées par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des salles de cinéma polonaises augmente légèrement en 2025 (+2,6 %) et s'élève à 51,3 millions d'entrées (-13,0 % par rapport à la période 2017-2019). Les recettes sont, quant à elles, en retrait de 1,5 % sur un an, à 1,1 Md PLN (260 M€). La part de marché des films nationaux augmente de 5 points par rapport à 2024, à 28 %, et retrouve ainsi son niveau prépandémique (28 % en moyenne entre 2017 et 2019). Selon Comscore, en 2025, la fréquentation est dominée par *Minecraft, le film* avec 2,8 millions d'entrées, suivi du film national *Dom dobry* (2,4 millions d'entrées) et de *Lilo & Stitch* (1,7 million d'entrées).

République tchèque : légère baisse des entrées en salles pour la troisième année consécutive, après une forte reprise en 2022

Selon l'Union tchèque des distributeurs de films, les entrées dans les salles tchèques sont en recul pour la troisième année consécutive et s'élèvent à 12,6 millions (-3,3 % par rapport à 2024 et -24,2 % par rapport à la moyenne 2017-2019). En parallèle, les recettes sont relativement stables à 2,27 millions de couronnes tchèques (+0,5 %, 91,9 M€). Selon l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la part de marché nationale est en léger retrait en 2025 à 29 % (-2 points sur un an). Deux films nationaux font partie du top 10 en 2025 (trois en 2024) : *Vyšehrad Dvje* occupe la quatrième place du classement, toutes nationalités confondues (480 000 entrées), suivi de *On a Plate* à la 9^e place (291 000 entrées). Le titre ayant généré le plus d'entrées en République Tchèque en 2025 est *Minecraft, le film* (859 000 entrées), suivi par *Zootopie 2* (548 000 entrées) et *F1 le film* (510 000 entrées).

Scandinavie

Danemark : 10,2 millions d'entrées en 2025, une hausse de 4,5 % portée par le cinéma local

Selon l'Association des distributeurs de films au Danemark (FAFID), les entrées en salles s'établissent à 10,2 millions en 2025, en augmentation de 4,5 % sur un an mais en recul de 20,7 % par rapport à la période 2017-2019. La hausse enregistrée en 2025 est principalement portée par les productions locales dont la part de marché s'élève à 37 % en 2025, soit une augmentation de 13 points par rapport à 2024. En 2025, 39 films danois sont sortis au cinéma, contre 19 l'année précédente.

En 2025, selon Comscore, cinq films danois figurent dans le top 10 (trois en 2024). Le film d'animation *Mon ninja et moi 3* est le premier titre local en termes d'entrées et domine le classement général avec 741 000 entrées. Le podium est complété par la comédie dramatique *The Last Viking* (2^e du classement général, 694 000 entrées), et suivent donc trois autres films danois, le biopic *Under the Stars* (4^e, 347 000 entrées), le film policier *Special Unit - The First Murder* (5^e, 324 000 entrées) et la comédie dramatique *To New Beginnings* (9^e, 281 000 entrées). Le premier film étranger du classement est *Minecraft, le film*, qui enregistre 380 000 entrées et se place en troisième position.

Finlande : diminution des entrées de 6,0 %

En 2025, la fréquentation des salles finlandaises atteint 6,3 millions d'entrées (-6,0 % sur un an, -25,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019) pour des recettes de 85,8 M€, en baisse de 4,1 % par rapport à 2024 et de 25,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019, selon les estimations de la Fondation Finlandaise du Film. En 2025, sept films finlandais figurent dans le top 10 (cinq en 2024). Avec 2,0 millions d'entrées (2,1 en 2024), les films finlandais enregistrent une part de marché de 31,9 %, stable sur un an (31,6 % en 2024). L'année est marquée par la sortie de 44 films finlandais, contre 48 en 2024. En 2025, le classement des films les plus regardés

en salle en Finlande est dominé par *Minecraft, le film* (355 000 entrées), suivi des films locaux *100 Liters of Gold* (235 000 entrées) et *Ricky Rapper and the Doppelganger* (186 000 entrées).

Norvège : une fréquentation en légère hausse à 8,4 millions

Selon l'organisation norvégienne Film & Kino, la fréquentation des salles de cinéma en Norvège progresse légèrement sur un an, à 8,4 millions d'entrées en 2025 (+2,5 %), mais en retrait de 28,6 % par rapport à la période 2017-2019. Les recettes augmentent de 7,8 % par rapport à 2024, à 1,2 Md de couronnes norvégiennes (102,1 M€). En 2025, 267 films sont sortis au cinéma en Norvège, dont 35 films norvégiens. Les films nationaux représentent 31,3 % des entrées, soit +6,5 points sur un an (24,8 % en 2024 et 20,5 % en moyenne entre 2017 et 2019), portés par quatre films locaux enregistrant plus de 200 000 entrées (deux en 2024). Le film d'animation norvégien *Panique à Noël* domine le classement avec 451 000 entrées, suivi de *Minecraft, le film* (432 000 entrées) et d'un autre film norvégien, *The Battle of Oslo* (377 000 entrées). En 2025, cinq films norvégiens font partie du top 10, contre deux en 2024. Aux deux films norvégiens du podium de la fréquentation viennent ainsi s'ajouter le film d'animation *Rally from Paris to the Pyramids* (272 000 entrées, 4^e position), le film dramatique *Valeur sentimentale* (250 000 entrées, 5^e) et le film d'animation *Captain Sabertooth and the Countess of Grel* (168 000 entrées, 10^e). La part de marché des films américains recule à 56,9 % en 2025, contre 63,0 % en 2024 et autour de 65 % avant 2020.

Suède : 9,8 millions d'entrées (-4,9 %), loin du niveau d'avant crise

Selon le Svenska Filminstitutet (Institut suédois du film), la fréquentation des salles de cinéma suédoises recule de 4,9 % sur un an à 9,8 millions d'entrées en 2025, à un niveau inférieur de 40,2 % par rapport à la moyenne prépandémique (2017-2019). La part de marché du cinéma national diminue de 10,2 points par rapport au haut niveau enregistré en 2024 (22,0 %) et s'établit

à 11,8 % des entrées totales en 2025 (-4,6 points par rapport à la moyenne prépandémique de 16,4 %). En 2025, aucun film suédois n'atteint le top 10 (deux en 2024). Le premier film local, *Bert sabbar allt*, se classe en 24^e position avec 101 000 entrées. Le classement général est dominé par des films américains avec *Minecraft, le film* (677 000 entrées), suivi de *Zootopie 2* (351 000 entrées) et de *Avatar : de feu et de cendres* (319 000 entrées).

Turquie

Turquie : recul des entrées en salles, à un niveau très inférieur à la période prépandémique

Selon les résultats communiqués par Antrakt, la fréquentation des salles de cinéma turques accuse un fort recul et passe de 33,2 millions d'entrées en 2024 à 27,7 millions à 2025 (-16,5 %). La Turquie ayant été durement affectée par la crise sanitaire, la fréquentation est en très fort recul par rapport à la période prépandémique (-58,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019). En 2025, les recettes s'élèvent à 5,8 Mds de livres turques (129,2 M€). Toute comparaison avec les années précédentes est difficile en raison de la très forte inflation que connaît le pays, le prix moyen de la place ayant de nouveau fortement augmenté en 2025 par rapport à 2024 : +39,0 %, à 209 livres turques (environ 4,7 €).

La part de marché du cinéma national, qui est traditionnellement très élevée en Turquie, reste stable sur un an à 56 % (-1 point vs. 2024) et représente plus de la moitié des entrées dans le pays. Le remake turc d'*Intouchables*, intitulé *Côte à côte*, domine le classement 2025 avec 2,7 millions d'entrées. Le podium est complété par le film d'animation local *Rafadan Tayfa 5: Kapadokya* (2,3 millions d'entrées), suivi du film d'animation américain *Zootopie 2* (1,1 million d'entrées). Au total, six films locaux font partie du top 10, soit un de plus qu'en 2024.

Le parc de salles de cinéma turc se réduit et passe de 2 181 en 2024 à 2 132 en 2025, loin du niveau de 2020 (2 819 écrans). 375 établissements sont actifs en 2025, soit un de plus qu'en 2024 et 84 de moins qu'en 2020.

Amérique du Nord

Premier marché mondial, l'Amérique du Nord enregistre des recettes stables sur un an, à 8,9 Md\$

Selon les estimations de Gower Street Analysis, les recettes dans les salles nord-américaines (Etats-Unis + Canada) sont stables sur un an (+1,1 %) à 8,9 Md\$ (7,8 Md€) et restent inférieures de 22,4 % à la moyenne observée entre 2017 et 2019. En 2025, l'Amérique du Nord demeure le premier marché mondial, après deux années atypiques en 2020 et 2021 marquées par la crise sanitaire et au cours desquelles la Chine avait pris la première place du box-office mondial. Selon le centre de recherche américain Pew Research Center, la fréquentation sur la zone s'établit à 769,2 millions d'entrées en 2025, soit un chiffre stable par rapport à 2024 (+1,2 %) et toujours en recul de 38,6 % par rapport à la période 2017-2019. L'indice de fréquentation demeure à 2,0 entrées en moyenne par habitant en 2025, loin du niveau atteint entre 2017 et 2019, à 3,3. Le prix moyen de la place s'élève à 11,51 \$ (10,19 €), relativement stable par rapport à 2024 et en hausse de 25,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Selon Comscore, en Amérique du Nord, le classement des films est dominé par *Minecraft*, le film qui génère 424,1 M\$ (375,3 M€) de recettes. *Lilo & Stitch* et *Superman* complètent le podium avec respectivement 423,8 M\$ (375,0 M€) et 354,2 M\$ (313,5 M€). Par ailleurs, 20 films dépassent les 100 M\$ de recettes au box-office américain, contre 22 en 2024 et 29 en 2019. En 2025, le niveau de concentration du box-office se réduit par rapport à l'année précédente : les cinq premiers films cumulent 21,3 % des recettes, en baisse de 7,4 points par rapport à 2024 et de 2,5 points par rapport à 2019. Au contraire, la concentration se renforce pour les cinq majors (Disney, Paramount, Universal, Sony et Warner Bros) qui représentent 79,6 % du box-office nord-américain en 2025, contre 75,3 % en 2024 et 79,3 % en 2019.

Le cinéma aux Etats-Unis

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	789	812	808	814	443	943	nd	nd	nd	nd
écrans	40 604	40 246	40 837	41 172	40 998	40 150	39 007	nd	nd	nd
entrées (millions) ³	1 320	1 240	1 300	1 240	240	470	705	817	760	769
indice de fréquentation ^{2,3}	3,8	3,6	3,7	3,5	0,7	1,3	1,9	2,1	2,0	2,0
recettes (Md\$) ³	11,4	11,1	11,9	11,4	2,2	4,5	7,5	9,1	8,8	8,9
prix moyen de la place (\$)	8,65	8,97	9,11	9,16	9,37	9,57	10,53	10,94	11,31	11,51
part du film français (%) ⁴	0,4	0,8	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2	nd

¹ Nombre de films entrés en production durant l'année, incluant les films financés par les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA).
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ Etats-Unis + Canada.
⁴ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Motion Picture Association of America, Gower Street Analytics, National Association of Theatre Owners, The Numbers, Unifrance, Pew Research Center.

Amérique latine

Brésil : 112,8 millions d'entrées en 2025 (-10,0 %)

Selon les chiffres de l'ANCINE (Agence nationale brésilienne du cinéma) et de l'OIA (Observatoire ibéro-américain de l'audiovisuel) communiqués par l'Observatoire européen de l'audiovisuel, la fréquentation des cinémas brésiliens recule de 10,0 % en 2025, à 112,8 millions d'entrées, en baisse sensible par rapport à la moyenne 2017-2019 (-34,5 %). Les recettes totales diminuent de 8,0 % par rapport à 2024 et s'établissent à 2,3 Mds de réals (364,7 M€). La part de marché des films nationaux atteint 10 %, soit un niveau stable par rapport à 2024 (10 % également) et toujours inférieur au niveau de 2019 (14 %). Les trois premiers films au box-office sont des productions et coproductions américaines, avec en première place *Lilo & Stitch* (10,3 millions d'entrées), suivi de *Dragons* (5,9 millions) et *Minecraft, le film* (5,3 millions). Le film national ayant enregistré le plus d'entrées sur l'année est *A Dog's Will 2*, 12^e avec 3,0 millions d'entrées.

Colombie : une fréquentation stable sur un an, toujours sous le seuil des 50 millions

Selon les chiffres communiqués par Proimágenes Colombia, la fréquentation des salles de cinéma colombiennes est stable sur un an (-0,2 %) à 49,6 millions d'entrées en 2025. Elle reste en recul de 25,6 % par rapport à la moyenne 2017-2019 (66,6 millions). Les recettes totales sont relativement stables sur un an (+1,0 % sur un an, -28,7 % par rapport à la moyenne prépandémique) à 414,5 Mds de pesos colombiens (90,6 M€) en 2025. Les films nationaux génèrent 750 000 entrées, en recul par rapport au haut niveau de 2024 (-36,4 %) et par rapport à la moyenne 2017-2019 (66,6 millions soit -73,3 %). Leur part de marché s'établit à 1,5 % des entrées totales, contre 2,4 % en 2024 et 4,2 % en moyenne entre 2017 et 2019. Les dix premiers films au box-office colombien en termes d'entrées sont des productions ou coproductions américaines, avec aux premières places *Lilo & Stitch* (5,3 millions

d'entrées), *Zootopie 2* (3,0 millions) et *Conjuring : l'heure du jugement* (2,4 millions). Le film local qui enregistre le plus d'entrées sur l'année est la comédie dramatique *Un poète* (259 000 entrées, 37^e toutes nationalités confondues), suivie des films dramatiques *El paseo 8* (114 000 entrées, 59^e) et *Noviembre* (37 000 entrées, 110^e).

Mexique : 203 millions d'entrées en 2025, en baisse de 6,5 %

D'après les estimations de la Chambre nationale de l'industrie cinématographique mexicaine (Canacine), la fréquentation des salles de cinéma mexicaines recule de 6,5 % sur un an et s'établit à 203 millions d'entrées en 2025, en recul de 40,9 % par rapport à la moyenne 2017-2019. Les recettes, elles, diminuent de 2,6 % sur un an et s'élèvent à 15,0 Mds de pesos, soit 781 M\$ (691 M€) en 2025, inférieures de 14,4 % au niveau moyen enregistré entre 2017 et 2019. 575 films sont à l'affiche dans les

cinémas mexicains en 2025, soit 5 de moins qu'en 2024, dont 35,1 % de films américains (33,6 % en 2024). Les 109 films nationaux sortis en 2025 (119 en 2024) génèrent 9,0 millions d'entrées, stable sur un an (9,0 millions également en 2024), pour une part de marché qui demeure faible, à 4,4 % (4,3 % en 2024), notamment au regard de l'avant crise (9,9 % en 2019).

Les dix premiers films au box-office sont tous des productions ou coproductions américaines. Le classement est dominé par *Lilo & Stitch* (17,3 millions d'entrées), devant *Minecraft, le film* (10,7 millions) et *Jurassic World : Renaissance* (9,1 millions). En 2025, deux films locaux (*Mesa de Regalos*, 26^e toutes nationalités confondues selon Comscore, et *Mirreyes vs Godínez: Las Vegas*, 37^e) dépassent le million d'entrées (comme en 2024).

Le cinéma au Mexique

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	162	176	186	216	111	259	258	234	240	235
écrans	6 225	6 633	7 024	7 493	7 494	7 361	7 410	7 835	7 470	7 512
entrées (millions)	331	348	332	350	65	114	182	233	217	203
indice de fréquentation ²	2,7	2,8	2,7	2,8	0,5	0,9	1,4	1,8	1,7	1,5
recettes (M\$)	817	882	874	989	172	370	596	879	839	781
part du film national (%) ³	8,9	6,1	8,3	9,9	11,8	4,0	3,5	5,0	4,3	4,4
part du film américain (%) ³	87	88	87	86	80	91	88	89	85	nd
part du film européen (%) ³	2	4	3	2	3	3	4	2	5	nd
part du film français (%) ³	0,7	1,5	0,8	0,6	0,7	0,8	0,9	0,5	1,2	nd

¹ Films nationaux à 100 %.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après Canacine, IMCINE, Unifrance.

Asie

Chine : des recettes en rebond de 25 % après une année de recul en 2024

Selon les estimations de Gower Street, en 2025, les recettes du box-office chinois atteignent 51,8 Md¥, soit 7,4 Md\$ (6,5 Md€). Après une année de recul en 2024 (-23,4 % par rapport à 2023), le box-office augmente de 25,4 % mais demeure en retrait de 19,4 % par rapport à 2019. Sur l'année, selon les données du cabinet d'études Maoyan Entertainment, la fréquentation s'élève à 1,2 milliard d'entrées (+24,0 % par rapport à 2024 et -27,1 % par rapport à 2019), soit un indice de fréquentation de 0,9 entrée par habitant (0,7 en 2024), contre une moyenne de 1,2 entre 2017 et 2019.

Selon *ScreenDaily*, la part de marché des films locaux se renforce encore de 1,0 point en 2025, à 79,7 % des recettes (78,7 % en 2024), à un niveau nettement supérieur à la période d'avant crise (autour de 60 % entre 2017 et 2019). Selon Comscore, les trois premiers films au box-office en 2025 sont le film d'animation local *Ne Zha 2* (2,1 Md\$, 1,9 Md€), le film d'animation américain *Zootopie 2* (601,6 M\$, 532,4 M€) et la comédie locale *Detective Chinatown 1900* (496,0 M\$, 438,9 M€). La tête du classement est complétée par deux autres films locaux, *Le Studio photo de Nankin* (421,0 M\$, 372,6 M€) et *Evil Unbound* (273,1 M\$, 241,7 M€).

En 2025, le pays compte 93 187 écrans, un chiffre en hausse de 33,5 % par rapport aux 69 787 écrans de 2019.

Le cinéma en Chine

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
longs métrages produits ¹	944	970	1 082	1 037	650	740	nd	nd	nd	nd
écrans	41 179	50 776	60 079	69 787	75 581	82 248	77 302	86 300	90 968	93 187
entrées (millions)	1 370	1 620	1 720	1 730	548	1 170	712	1 300	1 000	1 240
indice de fréquentation ²	1,0	1,2	1,2	1,2	0,4	0,8	0,5	0,9	0,7	0,9
recettes (Md\$)	6,6	8,6	8,9	9,2	3,1	7,4	4,4	7,7	5,9	7,4
part du film national (%) ³	58,3	53,8	62,2	64,1	83,7	84,5	85,0	83,8	78,7	79,7
part du film américain (%) ³	38,4	41,7	32,0	30,0	12,3	11,4	12,1	12,2	nd	nd
part du film français (%) ⁴	0,1	0,8	0,1	0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	nd

¹ Films nationaux à 100 %.
² L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.
³ En termes de recettes.
⁴ En termes d'entrées.
Source : CNC d'après China Film Administration, Observatoire européen de l'audiovisuel, Unifrance, Maoyan Entertainment.

Corée du Sud : fort recul des entrées à 106 millions en 2025 (-13,8 %)

Selon le Korean Film Council (KOFIC), la fréquentation des salles de cinéma sud-coréennes enregistre une forte baisse à 106,1 millions d'entrées en 2025 (-13,8 %). Ce recul creuse encore plus l'écart par rapport à la fréquentation prépandémique, à -52,0 %. L'indice de fréquentation, traditionnellement élevé dans le pays, est en légère baisse sur un an, à 2,1 entrées par habitant (2,4 en 2024), à un niveau toujours nettement inférieur à l'avant crise (4,3 entre 2017 et 2019). En 2025, les recettes du box-office sud-coréen diminuent de 12,4 %, à 1 047 milliards de won (652,2 M€).

En 2025, la part de marché des films locaux s'élève à 41,1 %, une proportion en recul par rapport à 2024 (48,5 %) et 2019 (51,0 %). Pour la première année depuis 2012, aucun film coréen ne dépasse les 10 millions d'entrées dans le pays. La fréquentation est dominée par le film d'animation américain *Zootopie 2* (7,7 millions d'entrées), suivi du film d'animation japonais *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba La Forteresse Infinie* (5,7 millions). Le premier film local, *Jombittal*, arrive en troisième position avec 5,7 millions d'entrées. Les films étrangers enregistrent une

part de marché de 58,9 % grâce à un nombre d'entrées en hausse de 21,0 % à 62,5 millions d'entrées en 2025.

Hong Kong : des recettes en baisse de 15,8 %, au plus bas niveau de la décennie hors pandémie

D'après *Screen Daily*, les recettes du box-office de Hong Kong s'élèvent à 1,1 Md\$HK (145,1 M\$, 128,3 M€) en 2025, soit 15,8 % de moins qu'en 2024, au plus bas niveau de la décennie, hors pandémie. Alors que deux films locaux, *Twilight Of The Warriors: Walled In* (108,4 M\$HK, 13,9 M\$) et *The Last Dance* (142,3 M\$HK, 18,3 M\$), arrivaient en tête du classement en 2024, aucun film hong-kongais ne fait partie du top 10 en 2025. L'anime *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba: La Forteresse infinie* arrive en tête du classement avec 97,6 M\$HK (12,5 M\$) de recettes, suivi de *F1 le film* (69,0 M\$HK, 8,9 M\$) et du film d'animation *Zootopie 2* (64,8 M\$HK, 8,3 M\$). Le premier titre local au box-office est le film d'animation *Another World*, qui enregistre 15,1 M\$HK (1,9 M\$), soit le meilleur chiffre jamais enregistré par un film d'animation hongkongais. Ce montant reste néanmoins bien inférieur au film hongkongais le plus populaire de 2024, *The Last Dance*, qui avait généré 142,3 M\$HK (18,3 M\$).

Inde : 868 millions d'entrées en 2025, stable sur un an

Selon le rapport EY-FICCI, la fréquentation des cinémas indiens est stable sur un an (+1,3 %) et s'établit à 868 millions d'entrées en 2025. Le box-office indien enregistre un niveau record de 133 Mds de roupies en 2025 (1,3 Md€), soit une hausse de 12,7 % sur un an, notamment portée par une hausse moyenne du prix du billet de 20,1 % à 161 roupies (1,6 €). Le nombre d'écrans de cinéma dans le pays s'élève à 10 033, en légère hausse par rapport à 2024 (+1,1 %).

En 2025, neuf des dix premiers films au box-office indien sont des films locaux (dix en 2024). *Avatar : de feu et de cendres* est le seul film étranger de ce top, et arrive en 8^e position avec 24,4 M€ de recettes. Le haut du classement est dominé par trois films d'action avec *Dhurandhar* en première position (96,4 M€ de recettes), suivi de *Kantara Chapter 1* (73,1 M€) et de *Chhaava* (70,0 M€). Sur l'année, les films issus des Etats d'Inde du Sud dominant avec une part de marché de 44 % (-4 points sur un an) et devançant ainsi à nouveau les films en hindi (de Bollywood) dont la part est néanmoins en légère hausse à 41 % (+1 point). Les films hollywoodiens enregistrent, quant à eux, une part de marché de 10 % (+2 points).

Japon : forte hausse des entrées à 188,8 millions en 2025 (+30,7 %)

Selon les chiffres communiqués par la Motion Picture Producers Association of Japan, les entrées des salles japonaises augmentent fortement à 188,8 millions d'entrées en 2025 (+30,7 % par rapport à 2024), et dépassent ainsi la moyenne enregistrée entre 2017 et 2019 (+5,1 %). Les recettes sont en hausse de 32,6 % sur un an, à 274,5 Md¥, soit 1,7 Md\$ (1,6 Md€). En 2025, le prix moyen de la place s'établit à 1 454,0 ¥, soit 9,10 \$ (8,60 €, +1,5 %). Le nombre de films distribués au Japon s'élève à 1 305 films, soit une augmentation de 9,7 % par rapport à 2024. Plus de la moitié de ces films sont des films locaux (53,2 %).

Les films japonais générèrent 207,6 Md¥ (1,2 Md€) de

recettes en 2025 (+33,2 % par rapport à 2024), soit une part de marché qui se maintient à un niveau très élevé, à 75,6 % (75,3 % en 2024, soit +0,3 point), et même à un niveau record hors années de crise sanitaire (76,3 % en 2020 et 79,3 % en 2021). À 66,9 Md¥ (395,7 M€), les recettes engendrées par les films étrangers augmentent également par rapport à 2024 (+30,7 %). Les trois premiers films au box-office 2025 sont des productions locales, avec, en premier, *Demon Slayer: Kimetsu no Yaiba La Forteresse Infinie* (231,3 M€), suivi du *Maître du kabuki* (115,4 M€) et *Détective Conan : la mémoire retrouvée* (87,0 M€).

En 2025, le Japon compte 3 697 écrans, soit 22 de plus qu'en 2024.

Le cinéma au Japon

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
films distribués	1 149	1 187	1 192	1 278	1 017	959	1 143	1 232	1 190	1 305
écrans	3 472	3 525	3 561	3 583	3 616	3 648	3 634	3 653	3 675	3 697
entrées (millions)	180,2	174,5	169,2	194,9	106,1	114,8	152,0	155,5	144,4	188,8
indice de fréquentation ¹	1,4	1,4	1,3	1,5	0,8	0,9	1,2	1,2	1,2	1,5
recettes (Md\$)	2,2	2,0	2,0	2,4	1,3	1,5	1,6	1,6	1,4	1,7
prix moyen de la place (\$)	12,04	11,68	11,91	12,30	12,65	12,84	10,70	10,13	9,95	9,10
part du film national (%) ²	63,1	54,9	54,8	54,4	76,3	79,3	68,8	66,9	75,3	75,6
part du film français (%) ³	0,7	0,7	0,7	0,7	0,6	0,6	0,5	0,7	0,5	nd

¹ L'indice de fréquentation est le rapport entre le nombre d'entrées et la population d'une zone géographique donnée.

² En termes de recettes.

³ En termes d'entrées.

Sources : Motion Picture Producers Association of Japan, Unifrance.

Océanie

Australie : une fréquentation en léger recul de 2,2 % à 54,2 millions d'entrées

Selon les chiffres communiqués par Screen Australia, les recettes générées par les salles de cinéma australiennes augmentent légèrement sur un an (+2,0 %) et s'établissent à 970,0 M\$A en 2025 (553,7 M€). Le prix moyen de la place est en légère hausse et atteint 17,90 \$A (10,22 €, soit +1,8 %). La fréquentation recule de 2,2 %, à 54,2 millions d'entrées, en retrait de 37,3 % par rapport à la moyenne 2017-2019. 845 nouveaux films sont sortis sur les écrans australiens en 2025 (+5,1 % par rapport à 2024 et +12,1 % par rapport à 2019), dont 64 films australiens (84 en 2024 et 59 en 2019). Les films australiens représentent 2,6 % des recettes enregistrées sur l'année, soit -1,2 point par rapport à 2024. La première place du box-office est occupée par *Minecraft, le film* avec 56,3 M\$A (32,1 M€), suivi par *Lilo & Stitch* (34,3 M\$A, 19,6 M€) et *Avatar : de feu et de cendres* (31,5 M\$A, 18,0 M€). Le premier film australien au box-office 2025, *Charlie et les kangourous*, se classe 48^e avec 5,6 M\$A de recettes (3,2 M€).

Le parc de salles de cinéma australien compte 2 238 écrans en 2025 (2 244 en 2024 et 2 310 en 2019). 466 établissements sont actifs en 2025, soit un chiffre en hausse par rapport à 2024 (+10) mais en net recul par rapport à 2019 (-58).

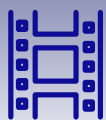
chapitre sept

ACTION PUBLIQUE

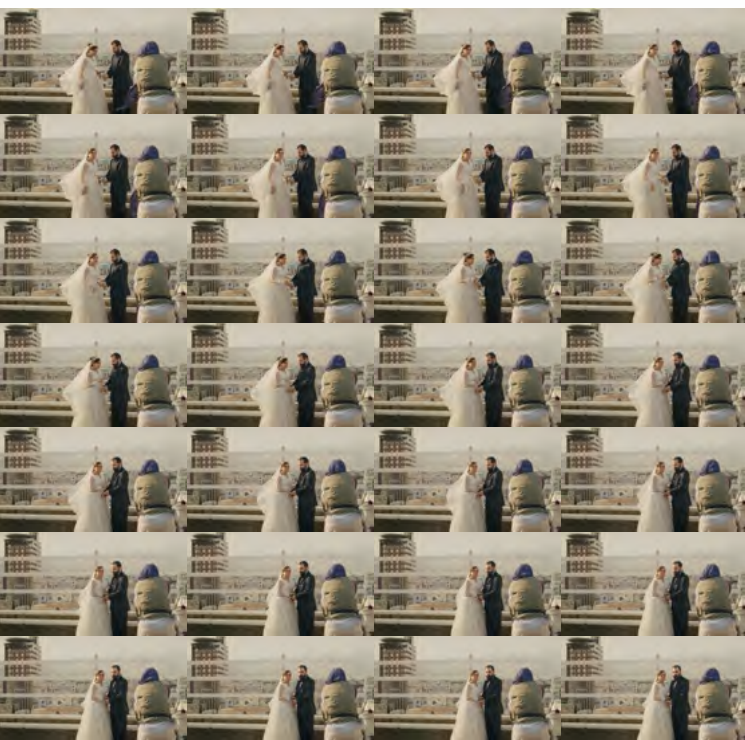
7.1

Les financements publics

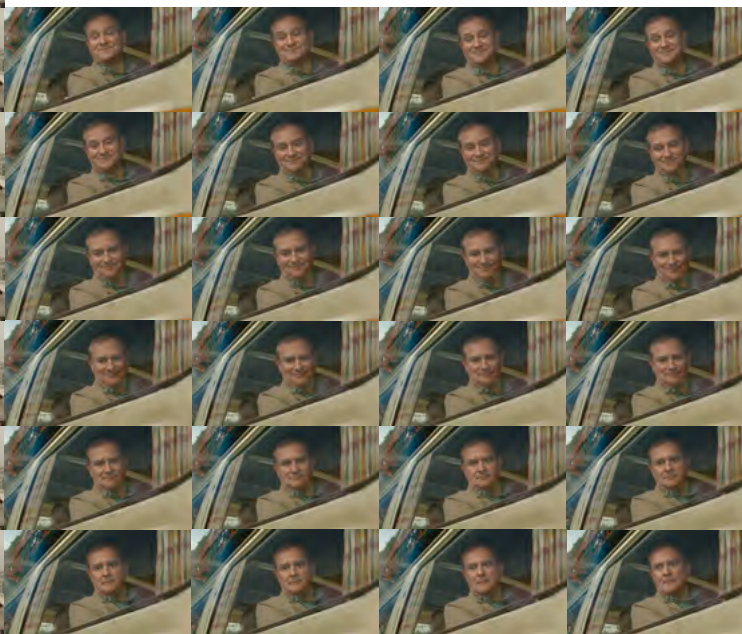
En 2025: **772,4 M€** de soutiens du CNC
dont:



315,5 M€
pour le cinéma



283,0 M€
pour l'audiovisuel



173,9 M€
pour les dispositifs
transversaux



772,4 M€ de soutiens aux filières du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée en 2025

La politique publique portée par le CNC s'articule autour de deux axes majeurs : accompagner le développement économique et industriel du secteur, et encourager la diversité et l'originalité de la création française et européenne tout en soutenant la prise de risque créative et en garantissant l'accès du plus grand nombre aux œuvres sur l'ensemble du territoire.

Les missions du CNC couvrent l'ensemble de la chaîne de valeur : soutien direct à la création et à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles variées et de qualité ; promotion et diffusion des œuvres françaises auprès du plus large public, en France comme à l'international ; accompagnement de l'innovation et de l'appropriation des technologies numériques par les professionnels, afin de renforcer la compétitivité nationale et d'attirer davantage de tournages étrangers. Le CNC agit également en faveur de la conservation et de la restauration des œuvres patrimoniales, ainsi que de la formation des étudiants et des professionnels.

Depuis plusieurs années, le Centre intègre pleinement des objectifs sociaux et environnementaux dans son action : lutte contre les violences et harcèlements sexistes et sexuels, promotion de la parité, inclusion des personnes en situation de handicap dans les métiers du cinéma et de l'image animée, et accompagnement de la transition écologique du secteur à travers le *Plan Action* !.

L'ensemble de ces missions est financé par le fonds de soutien au cinéma et à l'image animée, alimenté presque exclusivement par des taxes affectées. En 2025, ce fonds a permis de mobiliser 772,4 M€ au service de la création, de la production et de la diffusion des œuvres.

Le fonds de soutien du CNC

Produit des recettes affectées au fonds de soutien : 877,5 M€ en 2025

L'exécution 2025 du fonds de soutien du CNC témoigne de la vitalité des secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée. Celle-ci se reflète à la fois dans les recettes et dans les dépenses, marquées par l'entrée en vigueur de plusieurs réformes des dispositifs d'aide.

Le fonds de soutien repose sur quatre taxes affectées : la taxe sur les entrées en salles de cinéma (TSA), la taxe sur les éditeurs de services de télévision (TST-E), la taxe sur les distributeurs de services de télévision (TST-D) et les taxes sur la vidéo (TSV). En 2025, leur produit s'est élevé à 877,5 M€, en progression de 67,5 M€ par rapport à 2024. Cette hausse s'explique principalement par la plus-value de TST-D enregistrée au printemps 2025, qui présente un caractère exceptionnel, et par la bonne tenue des taxes sur la vidéo.

Le produit de la taxe sur les entrées en salles de cinéma s'établit à 123,6 M€, en recul de 18,2 M€ par rapport à 2024 et inférieur de 30,8 M€ au budget initial 2025, en raison d'une fréquentation des salles plus faible qu'anticipé, liée à une offre de films moins performante qu'en 2024.

La taxe sur les éditeurs de services de télévision (TST-E) s'élève à 259,5 M€, niveau quasiment conforme à la prévision initiale (-1,9 M€, soit -0,7 %). L'érosion tendancielle de son rendement s'explique par le transfert progressif des investissements publicitaires de la télévision linéaire vers les plateformes vidéo en ligne et les réseaux sociaux, ce qui bénéficie en retour aux taxes sur les services vidéo.

La taxe sur les distributeurs de services de télévision (TST-D) atteint 281,1 M€ en 2025. Elle enregistre une

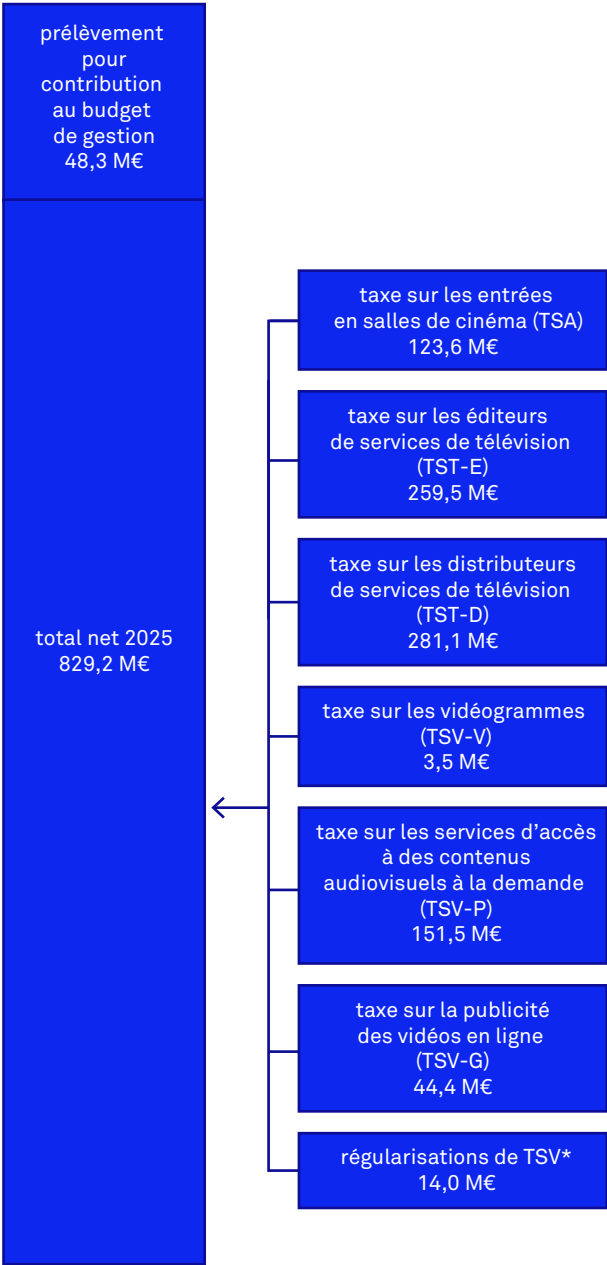
forte plus-value (+73,1 M€ par rapport au budget initial). Celle-ci s'explique pour moitié par la sécurisation juridique des taxes affectées au CNC à la suite de l'entrée en vigueur du code des impositions sur les biens et services (CIBS) au 1^{er} janvier 2024, et pour moitié par la performance économique des redevables supérieure aux anticipations. Néanmoins, cette plus-value n'implique pas un rebasage de la TST pour les exercices suivants. En effet, en raison des modalités de recouvrement de cette taxe, la moitié environ des sommes supplémentaires encaissées en 2025 correspond à un effet de régularisation lié aux acomptes versés en 2024.

Le produit de la taxe sur les services vidéo (TSV) progresse en 2025 et s'élève à 213,4 M€, soit +37,9 M€ par rapport à 2024. Les trois composantes de cette taxe, issues de la partition opérée en 2024 entre vidéo physique et vidéo en ligne, évoluent toutefois de manière contrastée :

- la taxe sur les vidéogrammes (TSV-V) poursuit son recul, en lien avec la diminution progressive des ventes de DVD et Blu-ray ;
- la taxe sur les services d'accès à des contenus audiovisuels à la demande (TSV-P, sur les modèles payants) continue de croître. Le marché pourrait toutefois entrer, à moyen terme, dans une phase de consolidation sous l'effet d'une intensification de la concurrence et d'une saturation progressive du marché français, où la croissance serait davantage portée par l'augmentation des prix que par la conquête de nouveaux abonnés ;
- la taxe sur la publicité diffusée au moyen de services d'accès à des contenus audiovisuels à la demande (TSV-G, sur les modèles gratuits), qui concerne les plateformes de vidéo en ligne progresse en miroir du recul de la taxe sur la publicité télévisuelle, reflétant le transfert de valeur progressif au profit des plateformes numériques.

Net du prélèvement sur le produit des taxes pour contribution au budget de gestion du CNC, le produit des taxes affecté au fonds de soutien s'élève à 829,2 M€ en 2025.

Recettes du fonds de soutien géré par le CNC en 2025



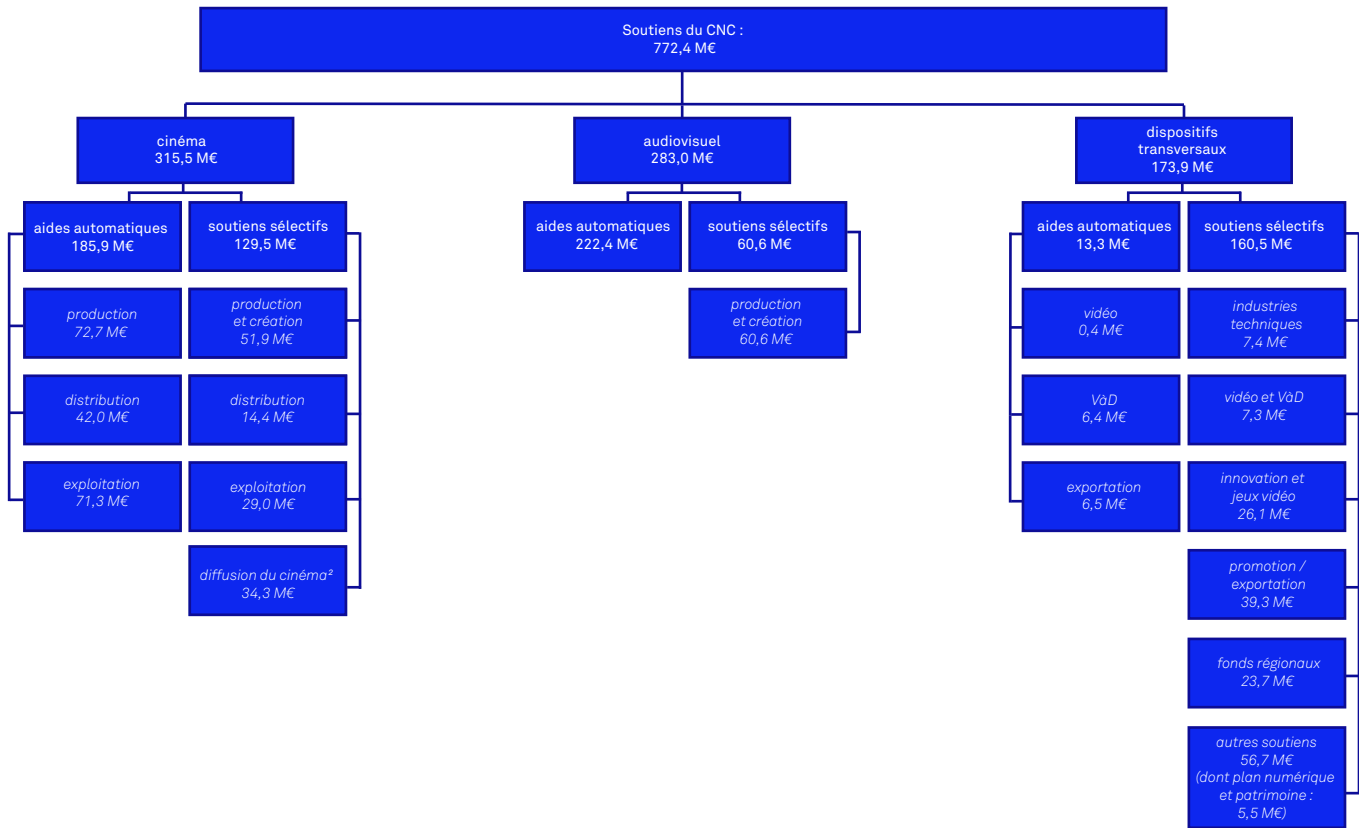
*Sommes versées au CNC au titre d'une des TSV, ne correspondant pas à une déclaration pour 2025.

Dans le secteur du cinéma, le CNC apporte des aides automatiques et sélectives à la production, à la distribution et à la diffusion des œuvres. Il finance également la politique d'éducation aux images et assure la conservation ainsi que la valorisation du patrimoine cinématographique. Dans le secteur de l'audiovisuel, son action vise à encourager, également au moyen d'aides automatiques et sélectives, la création et la production d'œuvres françaises et européennes destinées aux chaînes de télévision et aux services de médias à la demande. Le CNC accompagne par ailleurs la création de contenus immersifs et multi-supports (création numérique sur internet, réalité virtuelle, jeu vidéo). De manière transversale, le CNC soutient les industries techniques et l'innovation, met en œuvre des dispositifs en faveur de l'édition vidéo et de la vidéo à la demande, contribue à la promotion du cinéma et des programmes audiovisuels à l'international et participe aux financements visant à soutenir la production cinématographique et audiovisuelle en régions.

En 2025, le montant des soutiens s'élève à 772,4 M€. Les générations de soutien automatique représentent 421,7 M€, soit une légère progression (+3,2 M€) par rapport à 2024, notamment grâce à la mise en œuvre de la réforme du soutien automatique vidéo à la demande. Les soutiens sélectifs et les opérations d'ordre s'élèvent à 350,7 M€, en hausse de 10,5 M€ par rapport à 2024. Cette progression a notamment permis de financer le déploiement du plan Diffusion, incluant un soutien renforcé à l'investissement des cinémathèques en région, ainsi que l'accompagnement des structures de formation, dans le prolongement de *France 2030 - La grande fabrique de l'image*.

Concernant enfin les dispositifs autofinancés, le CNC a attribué 67,7 M€ d'avances à la production audiovisuelle et à l'exploitation cinématographique, dont 5,0 M€ au titre des avances exceptionnelles destinées aux exploitants en grande difficulté financière en raison de la baisse de la fréquentation en 2025. Ces aides sont couvertes par les remboursements perçus au titre des aides octroyées les années antérieures.

Soutiens du CNC en 2025¹



¹ Soutiens sélectifs : nouvelles aides engagées en 2025 ; soutiens automatiques : droits générés en 2025.
² Les aides à la diffusion du cinéma comprennent principalement les subventions aux Cinémathèques et les dispositifs d'éducation au cinéma et à l'image.

Afin de mieux rendre compte de l'utilisation des ressources de l'année, ce tableau ne retrace pas les dispositifs autofinancés par leurs propres remboursements, qui représentent en 2025 un montant total de 67,7 M€. Dans le détail :

- avances sur le soutien automatique à l'exploitation (soutien sélectif pour le cinéma) : 54,3 M€
- avances sur le soutien automatique à la production audiovisuelle (soutien sélectif pour l'audiovisuel) : 13,4 M€

En effet, inscrire ces dépenses dans le tableau reviendrait à comptabiliser deux fois les mêmes crédits, une première fois au titre des soutiens automatiques générés, et une seconde fois au titre des remboursements d'avances, puisque ces remboursements portent sur le soutien généré.

L'ensemble des soutiens s'élève à 772,4 M€ dont 421,7 M€ de soutien automatique (54,6 % des aides) et 350,7 M€ de soutiens sélectifs (45,4 %).

Les aides décrites dans la suite de ce chapitre sont celles effectivement distribuées au cours de l'année 2025.

Les aides au cinéma

Les actions du CNC en faveur de l'industrie cinématographique s'organisent autour de quatre axes principaux : les aides à la création, les aides à la production, les aides à la diffusion des œuvres à destination du public le plus large et les actions en faveur de la conservation et de la restauration du patrimoine cinématographique.

Les aides à la création cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien au scénario	auteurs accompagnés ou non de producteurs	- écriture de scénario - réécriture de scénario - aide à la conception	1,2 M€ pour 34 aides à l'écriture et 11 aides à la réécriture 940 K€ pour 94 aides à la conception
aide au développement de longs métrages	producteurs	soutenir l'effort financier engagé par les entreprises de production pour l'écriture de scénario et l'achat de droits	2,3 M€ pour 110 projets aidés présentés par 104 sociétés
associations financées par le CNC (création, promotion et accompagnement des auteurs, formation initiale et continue) : le Groupe de Recherches et d'Essais Cinématographiques (GREC), Emergence, l'Abominable, Périphérie, l'Association des cinéastes documentaristes (ADDOC), Gindou Cinéma, Les Prix du scénario, Vidéadoc, Le Groupe Ouest, Maison du film, So Film, Scénaristes de Cinéma Associés (SCA), La Scénaristerie, le RECA, Eurodoc, la Cité internationale des arts, le C.L.O.S., Docmonde, Trégor, le CECI au Moulin d'Andé, La Résidence des écritures francophones de La Rochelle. Le CNC finance également le programme Caméra libre ! (résidence d'écriture de long métrage pour des cinéastes persécutés dans leur pays), en partenariat avec la Cité internationale des Arts à Paris.			

Les aides à la production cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien automatique aux producteurs de films	producteurs de longs métrages	produire des films de long ou de court métrage	57,5 M€ mobilisés soit 12,2 M€ d'aide à la préparation ¹ et 45,3 M€ d'investissements en production ¹ dont 1,2 M€ pour le court métrage (82 films)
avance sur recettes	réalisateurs et producteurs	produire des films sélectionnés sur scénario ou après réalisation	51 conventions avant réalisation pour 22,7 M€ 26 conventions après réalisation pour 2,9 M€
appel à projets de films de genre	producteurs de longs métrages	encourager la diversité des genres au cinéma et élargir la palette narrative des projets proposés	2 conventions pour 1,0 M€
aide à la création de musique originale	producteurs de longs métrages	encourager les producteurs à recourir à des compositeurs pour la création de musique originale	64 films aidés pour 518 K€
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	- aide franco-allemande : 10 projets en production aidés pour 1,5 M€ et 3 projets d'initiative française en développement pour un montant de 100 K€ - aide franco-italienne : 6 projets en coproduction aidés pour 410 K€ et 3 projets d'initiative française en développement pour 90 K€ - Bonus DEENTAL-ACP attribué en complément d'une aide aux cinémas du monde : 2 projets pour un montant total de 250 K€
aide au tournage dans les DROM – Saint-Pierre et Miquelon	producteurs de films de court et de long métrage	promouvoir la production de films de court ou de long métrage présentant un intérêt culturel pour les DROM	14 projets aidés (4 longs métrages, dont deux aides complémentaires attribuées à 2 projets déjà aidés précédemment, et 10 courts métrages) pour un montant total de 320 K€
aide aux cinémas du monde	producteurs	aide à la coproduction d'œuvres représentatives des cinémas du monde	4,8 M€ pour 57 projets (dont 21 non encore chiffrés) : 43 projets soutenus avant réalisation (33 fictions, 8 documentaires, 2 animations) et 14 projets soutenus après réalisation (13 fictions, 1 documentaire)

¹ Montant hors majorations du soutien investi, tenant compte des remboursements de soutien.

Les aides à la diffusion

Le CNC soutient des entreprises indépendantes dont l'activité favorise la diversité de l'offre cinématographique en salles.

Les aides à la distribution cinématographique

Le CNC a mis en vigueur une réforme de l'ensemble de ses dispositifs de soutien à la distribution de longs métrages au 1^{er} septembre 2025, qui a pour ambition de mieux accompagner la prise de risque des distributeurs, maillon essentiel de notre filière cinématographique.

Cette réforme des aides à la distribution automatique et sélective poursuit quatre objectifs :

- **Renforcer le caractère incitatif du soutien automatique** à la distribution : double modification du barème de génération du soutien automatique avec une hausse très substantielle de la tranche concernant les films réalisant entre 200 000 et 500 000 entrées (dont le taux de retour passe de 47 % à 73 %) et un déplafonnement du soutien par la création de trois tranches supplémentaires au-delà d'un million d'entrées. Le nouveau barème permet de mieux récompenser le succès tant des films « du milieu » que des films les plus porteurs, et de redonner au soutien automatique son caractère à la fois industriel et de prime au succès.
- **Accompagner la structuration** du secteur de la distribution : prise en compte des frais de certaines tâches aujourd'hui internalisées (promotion sur les réseaux sociaux, marketing digital, relations presses, etc.).
- **Accentuer le lien entre les aides sélectives à la production et à la distribution** : ajout pour les distributeurs sollicitant l'aide au programme des deuxièmes films de réalisateurs soutenus à l'Avance sur recettes, ainsi que les documentaires soutenus à l'Avance sur recettes ou par le Fonds d'aide à l'innovation en documentaire de création (FAI-DOC) à leur line-up de films aidés.
- **Moderniser les procédures d'examen** des demandes d'aide : avec notamment la création d'une d'aide aux entreprises de distribution spécifique pour les films jeune

public, l'audition des distributeurs candidats à l'aide au film par film et la prise en compte de la rémunération des intervenants en salles dans le cadre de la présentation des films au public.

Cette réforme s'accompagne d'une hausse conséquente de 5,3 M€ de son budget (+10%), dont 3,3 M€ alloués au soutien automatique (en année pleine) et 2,0 M€ au soutien sélectif.

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien automatique aux distributeurs de films	distributeurs de films en salles	financer un minimum garanti remboursable sur les recettes en salles du film et/ou prendre en charge une partie des frais d'édition	35,9 M€ pour 209 films et 56 sociétés de distribution 5,2 M€ de bonus pour 120 films d'initiative française dont 74 avec un bonus de 50 % et 46 avec un bonus de 25 %
contribution du CNC à la distribution de films en salles	distributeurs de films en salles	soutenir, en fonction de leurs conditions de diffusion, des œuvres cinématographiques en salles	2,8 M€ pour 110 films (sortis en 2024) et 37 sociétés de distribution
aide aux films inédits (1 ^{er} collège)	distributeurs de films inédits en salles <u>3 procédures :</u> - aide au film par film - aide aux premiers films d'avance sur recettes - aide aux entreprises de distribution (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diversité culturelle par la diffusion de films français et étrangers inédits en salles	10,4 M€ pour 287 films et 21 aides à la structure
aide aux films de répertoire (2 ^e collège)	distributeurs de films de patrimoine <u>2 procédures :</u> - aide aux films de répertoire et aux rétrospectives - aide aux entreprises de films de répertoire (aide à la structure et aide au programme)	favoriser la diffusion en salles de films de répertoire de qualité sur l'ensemble du territoire	894 K€ pour 38 films, 19 rétrospectives et 8 aides à la structure
aide aux films « jeune public » (3 ^e collège)	distributeurs de films à destination du jeune public en salles (films inédits et reprises)	renouveler et diversifier l'offre destinée au jeune public en salles en finançant notamment le matériel pédagogique et documentaire d'accompagnement	216 K€ pour 17 films

Les aides à l'exploitation cinématographique

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien automatique aux exploitants de salles	exploitants de salles de cinéma	financer des travaux d'équipement et de modernisation ainsi que les créations de salles	68,4 M€ mobilisés dont 41,1 M€ sous forme d'avances, soit 1 077 dossiers concernant l'enregistrement de 83,4 M€ de nouveaux travaux
aide à la création et à la modernisation de salles	exploitants de salles de cinéma	favoriser l'équipement des zones insuffisamment desservies	7,1 M€ pour 59 projets : 35 établissements fixes et 24 circuits itinérants, tous situés en métropole
aide Art et Essai	exploitants de salles de cinéma	encourager la diversité de l'offre de films en salles	19,9 M€ pour 1 317 établissements classés Art et Essai
aide aux salles maintenant une programmation difficile face à la concurrence	exploitants de salles de cinéma	encourager les salles privilégiant une programmation difficile et menant une politique d'animation dans un contexte concurrentiel	1,5 M€ pour 41 établissements : 30 salles parisiennes et 11 salles en régions
aide au développement de l'emploi dans le secteur de l'exploitation cinématographique itinérante	exploitants de salles de cinéma itinérant	accompagner le maintien ou la création d'emplois afin d'amplifier l'activité des structures exploitant des circuits itinérants	550 K€ pour 18 circuits itinérants

associations financées par le CNC (circulation des œuvres en salles et diffusion culturelle) : l'Association française des cinémas d'Art et Essai (AFCAE), le Groupement national des cinémas de recherche (GNCR), les associations régionales de salles Art et Essai - recherche, l'Agence de développement régional du cinéma (ADRC), l'Agence du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Agence du court métrage, l'Association Documentaire sur Grand Ecran, l'Association française pour le cinéma d'animation (AFCA) pour la Fête du cinéma d'animation, Images en bibliothèques pour le Mois du film documentaire, Faites des Courts, Fête des Films pour la Fête du court métrage, Film documentaire.fr, la Coordination des Fédérations des Ciné-clubs (COFECIC) et des fédérations de ciné-clubs habilitées, Light Cone, Cinedoc, Collectif jeune cinéma, Mashup (diffusion de cinéma expérimental), Carrefour des festivals, Association nationale des cinémas itinérants (ANCI), Rêve de cinéma, Cinéma pour tous 2025, Les amis du cinéma du réel, Cinésens, Culture relax, Association Cote Ouest, Festival international du film d'histoire, Interfilm 2025, Retour d'image 2025, Société des réalisateurs de films, Association OFF, Plan séquence, Rencontres cinématographiques d'Aix, Scénario au long court.

manifestations nationales soutenues par le CNC destinées à mettre en avant des œuvres peu diffusées : La Fête du Court Métrage (mars), La Fête du cinéma d'animation (octobre), le Mois du film documentaire (novembre), Sauve qui peut le court métrage, Festival international du grand reportage d'actualité (FIGRA).

Les aides au court métrage

Outre les quatre dispositifs spécifiques (aide avant réalisation, aide après réalisation, aide au programme, aide sélective audiovisuelle), les films de court métrage peuvent bénéficier d'autres aides décrites dans ce chapitre : aides automatiques et sélectives audiovisuelles pour les films financés par une chaîne de télévision, aide aux effets visuels numériques et aides du fonds Images de la diversité, soutien automatique aux producteurs de films et aide au tournage dans les DROM – Saint-Pierre et Miquelon.

Dans le cadre de l'ensemble des dispositifs, le montant global des aides au développement et à la production de films de court métrage au CNC s'élève à 15,0 M€ en 2025. La production totale (nombre de courts métrages ayant obtenu un visa d'exploitation) est de 892 films en 2025.

Les aides spécifiques au court métrage

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
bourse de résidence (aide avant réalisation pour les premiers films)	auteurs de premiers films	accompagnement de l'auteur sur le projet de court métrage, soutien financier à l'auteur, professionnalisation de l'auteur et mise en réseau	74 K€ pour 24 résidences
aide à la réécriture (aide avant réalisation pour les premiers films)	producteurs	accompagnement (tutorat de la commission) et soutien du duo producteur-auteur sur un premier film via une bourse à la réécriture	40 K€ pour 20 films
aide avant réalisation à la production de courts métrages	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,8 M€ pour 54 films
aide au programme de production de courts métrages – développement et production	producteurs	favoriser l'émergence de nouveaux auteurs et de nouvelles formes de création artistique	3,6 M€ pour 40 entreprises dans le cadre de l'aide au programme de production et 6 entreprises dans le cadre de l'aide au programme de développement
aide sélective à la production d'œuvres audiovisuelles de courte durée	producteurs	compléter le financement des projets préachetés par des chaînes de télévision et des services numériques	690 K€ pour 36 projets
aide après réalisation pour le court métrage	réalisateurs et producteurs	distinguer les films qui n'ont pas bénéficié d'aide en tant que projet et récompenser la prise de risque	365 K€ pour 50 films
aide complémentaire à la musique originale avant et après réalisation	producteurs et compositeurs	favoriser la création de musique originale	110 K€ pour 54 projets

Le fonds d'aide à la promotion à l'étranger des œuvres cinématographiques

Le fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques et au bénéfice des agents de vente à l'international s'est substitué aux aides sélectives existantes depuis le 1^{er} janvier 2017. Ce dispositif a été pérennisé en 2020 après une phase d'expérimentation. Son fonctionnement est suivi par un comité chargé de mener une réflexion sur les améliorations à apporter pour renforcer son efficacité et l'impact du soutien accordé.

Le soutien généré repose sur les entrées en salles à l'étranger, la circulation en festival, qui confère une dimension plus qualitative, et la disponibilité en ligne sur les services de vidéo à la demande par abonnement.

Les aides à la promotion à l'international

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
fonds de soutien automatique à la promotion internationale des œuvres cinématographiques	agents de vente à l'international	favoriser la diffusion des œuvres françaises dans les salles étrangères	6,5 M€ pour 66 sociétés
Conjointement avec le Ministère de l'Europe et des Affaires étrangères, le CNC finance Unifrance, association dont le but est de développer l'exportation des films français et d'assurer le rayonnement du cinéma et des programmes audiovisuels français à l'étranger.			

Le patrimoine cinématographique

Le CNC a la charge de l'ensemble des actions patrimoniales dans le domaine du cinéma, avec ses missions de collecte, de conservation, de restauration et de valorisation. Le CNC travaille dans ce domaine en étroite collaboration avec les différentes institutions publiques et privées consacrées à la conservation et à la diffusion du patrimoine cinématographique, telles que la Cinémathèque française ou la Cinémathèque de Toulouse.

Le CNC accorde une place essentielle à sa politique patrimoniale avec notamment la conservation et la valorisation de plus de 115 000 films conservés sur ses sites de Bois d'Arcy et de Montigny-le-Bretonneux (Fort de Saint-Cyr - 78).

En 2025, le budget de sauvegarde et de restauration des films de patrimoine s'élève à 1,6 M€. Les travaux du laboratoire se déclinent en travaux numériques et travaux photochimiques. En 2025, 336 fichiers ont été fabriqués pour permettre la valorisation des collections dont 137 nouvelles numérisations, et 5 films ont été restaurés, dont *L'Abyssinie au temps de Ménélik* de Charles Martel (1909), *La Bièvre, fille perdue* de René Clément (1939), *Graine au vent* de Maurice Gleize (1943). Dans le cadre des marchés de sous-traitance, 26 films sur support nitraté ont été sauvegardés, 7 films ont fait l'objet d'une restauration numérique, dont *Un dessert pour Constance* de Sarah Maldoror, *Quand on aime la vie on va au cinéma* du groupe Cinétique, *Rencontre à Varsovie* de Paul Carpita, *la Stellina Pescara*, film muet anonyme en Pathécolor, et 128 bandes-son ont été prises en charge pour leur sauvegarde et, pour certaines, leur restauration. Par ailleurs, 318 nouveaux films ont été numérisés pour la consultation des collections du CNC sur le site de la Bibliothèque nationale de France (BnF) et sur les postes multimédia partagés avec l'INA. Depuis le printemps 2014, ces collections numérisées sont accessibles dans 56 bibliothèques, médiathèques ou cinémathèques en région.

Les collections se sont également enrichies. La collecte du dépôt légal via la plateforme Délia développée conjointement

par la BnF et le CNC a permis de créer 891 dossiers pour les films sortis en salle en 2025. 690 fichiers ProRes ont été collectés, soit un taux de collecte de 77,4 %. Pour la cinquième année consécutive depuis la création du dispositif en 1977, aucune copie argentique n'a été déposée.

Les espaces de consultation des collections sur le site du CNC, à Bois d'Arcy et à la BnF, ont accueilli environ 123 chercheurs et professionnels pour des investigations ponctuelles ou de plus long terme. Les prêts pour des programmations extérieures contribuent à la valorisation des collections du CNC : en 2025, 510 demandes ont été traitées pour diverses manifestations ainsi que pour la réalisation d'œuvres composites et l'édition vidéographique.

La base de données documentaire des œuvres Garance a permis la poursuite du travail de fusion des notices

entre les deux anciennes bases de données Lise (CNC) et Cinédoc (Cinémathèque française) tout comme le travail avec les partenaires pour établir les règles de catalogage des fonds photographiques et des affiches. Un chantier a aussi été ouvert sur la fusion des thésaurus film et non-film qui permettra à terme une recherche multi-collections optimale. Le back office de la base de données Garance a intégré durant l'été la collection des appareils du Conservatoire des techniques regroupant les collections de la Cinémathèque française et du CNC.

Au titre de la médiation du patrimoine, 151 séances ont été organisées auprès des publics éloignés de l'offre culturelle : 64 dans des établissements pénitentiaires, 56 auprès des seniors, 31 auprès des quartiers prioritaires de la politique de la ville.

Les aides à la numérisation et à la restauration des films de patrimoine

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
aide à la numérisation des films de patrimoine	entreprises et organismes justifiant des droits d'exploitation des films	- rendre accessible au public le plus large les œuvres cinématographiques du XX ^e siècle dans les technologies et les modes de diffusion d'aujourd'hui - favoriser l'enrichissement des offres légales sur internet - assurer la préservation et la transmission de ce patrimoine pour les générations futures	2,7 M€ pour 110 films
En 2025, le CNC a poursuivi le plan de numérisation et de restauration du patrimoine cinématographique, initié en 2012, afin d'accompagner les détenteurs de catalogue dans la valorisation des œuvres à travers les nouveaux réseaux de diffusion numérique. Depuis le 1 ^{er} janvier 2025, ce dispositif s'est étendu aux œuvres cinématographiques du patrimoine de longs métrages ayant obtenu leur visa d'exploitation avant le 1 ^{er} janvier 2010. Depuis 2012, le CNC a soutenu plus de 1 600 films pour une enveloppe globale de 81 M€.			

Les aides à l'audiovisuel

Les actions du CNC en faveur de l'industrie des programmes audiovisuels s'organisent autour de trois axes principaux : les aides à la création, les aides à la production et les aides favorisant la diffusion des programmes audiovisuels français, notamment à l'étranger.

Les aides à la création audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
fonds d'aide à l'innovation audiovisuelle	- auteurs - entreprises de production	- renouveler la création audiovisuelle - soutenir et accompagner les professionnels émergents et confirmés - faire émerger de nouveaux modèles (notamment sériels), diversifier les formats, genres et publics, pour la télévision et les services de médias audiovisuels à la demande, d'ambition nationale ou internationale	<u>aides au concept et à l'écriture avec ou sans consultant :</u> - 49 projets de fiction (concept, écriture), dont 2 projets bénéficiaires de la nouvelle aide « écriture avec consultant » pour 748 K€ - 36 projets d'animation (concept, écriture), dont 2 projets bénéficiaires de la nouvelle aide au concept littéraire et 3 projets bénéficiaires de la nouvelle aide à l'écriture avec consultant, pour 413 K€ <u>aide au développement/pilote :</u> - 26 projets de fiction pour 780 K€ - 36 projets d'animation pour 891 K€ <u>aide à la création de séries :</u> 5 projets de fiction pour 200 K€ <u>aide à la co-écriture de coproductions internationales (séries de fiction) :</u> 11 projets de séries pour 550 K€
aides à l'élaboration et au développement de séries documentaires	- auteurs - entreprises de production	- accompagner le renouvellement et la diversification éditoriale du documentaire sur le format sériel - permettre la prise d'initiative par les auteurs sur un format aujourd'hui majoritairement initié par des producteurs - favoriser la montée en compétence des documentaristes - encourager la diversification des acteurs de la série documentaire - accompagner la filière dans le développement et la préservation de propriétés intellectuelles variées et compétitives à l'international	<u>aide à l'écriture de séries documentaires :</u> - 19 projets soutenus pour 285 K€ <u>aide au développement prospectif de séries documentaires :</u> - 1 projet soutenu pour 30 K€
aides à la préparation	producteurs d'œuvres de fiction, d'animation, de documentaire, de création et de récréation de spectacle vivant	favoriser les travaux d'écriture et de développement préalables à la production	19,5 M€ pour 664 projets : 251 projets de fiction (6,6 M€), 327 projets documentaires (3,7 M€), 83 projets d'animation (9,1 M€) et 3 projets de spectacle vivant (72 K€)

manifestations nationales soutenues par le CNC spécifiques aux enjeux d'écriture ou les incluant dans leur action : Festival des scénaristes (Valence), Festival international du film d'animation (Annecy), Forum Cartoon, Séries Mania, Série Séries, Canneséries Unlimited, Fipadoc, Doc Services (ex. Sunny Side of the Doc), résidences de coécriture internationale, spécifiquement dédiées aux auteurs, financées par le CNC : résidence franco-israélienne de séries, résidence Boulevard des séries – La Fabrique (Los Angeles), résidences DEENTAL, Sud écriture 2025

formations initiales et continues financées par le CNC (cinéma et audiovisuel) : la CinéFabrique, le Conservatoire Européen d'écriture Audiovisuelle, la Fémis, Krourtrajmé Marseille, Tribudom, Vidéadoc

Les aides à la diffusion audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
aide à la promotion des programmes audiovisuels	producteurs et distributeurs désireux de commercialiser leurs programmes à l'étranger	financer des outils de commercialisation performants	2,1 M€ pour 498 programmes et 40 sociétés
Le CNC finance Unifrance, association dont le but est de développer l'exportation et d'assurer le rayonnement des œuvres cinématographiques et des programmes audiovisuels français à l'étranger.			

Les aides à la production audiovisuelle

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien automatique à la production	producteurs ayant déjà produit et diffusé des œuvres audiovisuelles sur les chaînes françaises de télévision ou sur des services en ligne	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	172,8 M€ ¹ dont 69,7 M€ pour la fiction, 52,9 M€ pour le documentaire, 24,9 M€ pour l'animation et 25,3 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
avances sur droits au soutien automatique à la production	producteurs ayant épuisé leur soutien automatique	financer la préparation ou la production de nouvelles œuvres audiovisuelles	26,9 M€ ¹ dont 15,4 M€ pour la fiction, 4,6 M€ pour le documentaire, 5,6 M€ pour l'animation et 1,3 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant
aide sélective à la production de programmes audiovisuels	- producteurs ne disposant pas de compte automatique - œuvres pour lesquelles l'apport du diffuseur est trop faible pour bénéficier d'un soutien automatique - magazines d'intérêt culturel	financer la production d'œuvres audiovisuelles	29,1 M€ ¹ dont 8,6 M€ pour la fiction, 9,0 M€ pour le documentaire, 7,7 M€ pour l'animation, 1,1 M€ pour l'adaptation audiovisuelle de spectacle vivant et 2,8 M€ pour le magazine d'intérêt culturel
aide sélective avant réalisation aux vidéomusiques	entreprises de production enregistrées auprès du CNC, détentrices ou codétentrices de droits artistiques	soutenir la diversité de la production musicale, toutes esthétiques confondues	95 vidéomusiques pour un montant total de 3,0 M€
aides pour les coproductions internationales	producteurs	aide à la réalisation de coproductions internationales	aide franco-italienne : aucun projet de séries aidé en 2025

¹ Hors complément.

Les dispositifs transversaux

Images de la diversité

Le fonds Images de la diversité a pour mission de soutenir des œuvres traitant de la diversité de la population et de l'égalité des chances, contribuant à donner une représentation plus fidèle de la réalité française et de ses composantes, et à écrire une histoire commune à l'ensemble de la population française autour des valeurs de la République. Il recherche également de nouvelles formes d'écriture et de jeunes auteurs, issus notamment des quartiers prioritaires de la politique de la ville. Le fonds Images de la diversité a une triple originalité : sa thématique, sa transversalité (soutien à des œuvres cinématographiques, audiovisuelles, numériques et jeux vidéo) et son intervention à toutes les étapes, de la création (aides à l'écriture et au développement) à l'exploitation des œuvres (aides à la distribution ou à l'édition vidéo).

Depuis sa création, le fonds Images de la diversité a soutenu environ 2 400 œuvres de tous secteurs, genres et formats confondus pour 49 M€. Cinq commissions se sont tenues en 2025 permettant l'examen de 439 demandes et le soutien de 91 projets ou œuvres, totalisant plus de 2,0 M€.

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création

Le fonds d'aide à l'innovation pour le documentaire de création a été pensé comme un lieu de recherche et d'expérimentation pour des documentaires de création destinés tant au cinéma qu'à la télévision et/ou aux SMAD. La vocation du fonds est de renouveler la création documentaire en accompagnant l'écriture et le développement de projets à fort parti pris artistique, d'univers singuliers, parfois hybrides. Il s'agit de soutenir la prise de risque des auteurs et producteurs sur des projets nécessitant un développement long et complexe ou portés par des auteurs émergents.

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
aide à l'écriture et au développement	- auteurs - producteurs	aider dès l'ébauche du projet pour permettre de trouver un producteur	- aide à l'écriture : 56 projets documentaires pour un montant forfaitaire de 10 K€ par projet soit 560 K€ au total - aide au développement : 58 projets documentaires pour un montant moyen de 18,3 K€, soit 1,1 M€ au total
aide au développement renforcé	producteurs	permettre aux œuvres particulièrement créatives et ambitieuses le financement d'un premier tournage et d'un pré-montage afin d'aller convaincre des diffuseurs, distributeurs et autres partenaires financiers	32 aides au développement renforcé pour un montant moyen de 49,2 K€, soit une enveloppe totale de 1,6 M€

Les premiers films représentent 29 % des films aidés. Parmi les films sortis en salles de cinéma en 2025, plusieurs documentaires se sont distingués par leur parcours en festivals : *Apprendre* de Claire Simon, sélectionné en séances spéciales du Festival de Cannes, et *Château Rouge* d'Hélène Milano, retenu dans la section parallèle de l'ACID. Par ailleurs, *Histoires de la Bonne Vallée* de José Luis Guerin a obtenu le Prix spécial du jury au festival de Saint-Sébastien et a été sélectionné au FIPADOC de Biarritz, et *Le Cinquième Plan de la jetée* (Dominique Cabrera) est nommé au César du meilleur film documentaire.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

Le CNC propose des aides spécifiquement dédiées aux projets artistiques inscrits dans un environnement numérique. Ces aides entendent couvrir tout le champ de la création numérique, envisagé dans une large acception : jeux vidéo, œuvres audiovisuelles interactives ou immersives, œuvres expérimentales de la création contemporaine et œuvres diffusées sur les plateformes sociales (YouTube, TikTok, Twitch, Instagram, etc.).

Le fonds d'aide au jeu vidéo est une aide sélective destinée à soutenir la création et l'innovation dans le secteur du jeu vidéo. Il est principalement composé de deux dispositifs de soutien destinés à accompagner les entreprises de création au stade de la préproduction (dépenses de fabrication d'un prototype) ou en phase de production (aide à la création de propriété intellectuelle), et d'une nouvelle aide lancée en 2019 pour soutenir les auteurs au stade de l'écriture d'un projet. Le fonds est complété par une aide destinée à soutenir des manifestations professionnelles.

Le fonds d'aide à la création immersive soutient depuis 2022 les œuvres audiovisuelles numériques dans le domaine de la réalité virtuelle, réalité augmentée et, plus généralement, de tout dispositif « immersif », c'est-à-dire mettant le spectateur au cœur de l'œuvre grâce à un dispositif (casque par exemple) ou une mise en scène. Il soutient toutes les phases de la création d'une œuvre : de l'écriture, préproduction à la production, et peut financer les manifestations professionnelles qui contribuent au développement du secteur. Depuis 2024, le fonds s'est également doté d'une aide au portage qui finance l'adaptation d'œuvres immersives préexistantes à de nouveaux supports de diffusion.

Le fonds d'aide à la création de vidéo sur internet (dit « CNC Talent ») soutenait à titre expérimental depuis 2017 la création d'œuvres de fiction, documentaire ou hybride, diffusées sur les plateformes de partage de vidéo en ligne

(YouTube, TikTok, Instagram, Twitch, etc.). Il repose sur deux aides : une aide à la création et une aide à l'enrichissement et l'éditorialisation des programmes des chaînes numériques, respectivement plafonnées à 30 000 € et 50 000 €.

Ce fonds a été abrogé à compter du 1^{er} janvier 2026. Pour accompagner les nouvelles réalités de production, diffusion et visionnage des œuvres sur internet, le CNC a créé le nouveau fonds d'aide à la création pour les plateformes sociales. Autour de critères d'attribution plus précis, qui excluent notamment l'information, ce nouveau fonds vise à accompagner la montée en gamme des productions natives d'internet et à favoriser les passerelles avec les acteurs traditionnels de l'audiovisuel.

Les aides à la création numérique et au jeu vidéo

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
fonds d'aide au jeu vidéo	- auteurs - studios de développement	soutenir la création, l'innovation, la recherche et le développement dans le secteur du jeu vidéo	4,8 M€ pour 120 projets dont 652 K€ pour 65 projets en écriture, 1,5 M€ pour 20 projets en préproduction 2,3 M€ pour 22 aides à la production 404 K€ pour 13 manifestations professionnelles
fonds d'aide à la création immersive	- auteurs - producteurs	- favoriser le développement de projets audiovisuels interactifs et immersifs - stimuler le renouvellement et la diversification des modes créatifs	4,6 M€ pour 121 projets : 26 bénéficiaires d'une aide à l'écriture (268 K€), 40 bénéficiaires d'une aide à la préproduction (1,7 M€), 32 bénéficiaires d'une aide à la production (2,0 M€), 6 bénéficiaires d'une aide au portage (154 K€) et 17 bénéficiaires d'une aide aux manifestations (474 K€)
CNC Talent	- auteurs - producteurs	- soutenir la création vidéo sur internet - permettre la structuration du secteur - soutenir l'innovation	1,9 M€ pour 83 dossiers dont 1,6 M€ pour 75 aides à la création et 369 K€ pour 8 aides à la chaîne

Lutte contre la piraterie

Créée en 1985, l'ALPA (Association de lutte contre la piraterie audiovisuelle) est une association qui regroupe différents acteurs de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel concernés par la piraterie. Notamment subventionnée par le CNC, son objectif est de lutter contre toutes les formes de piraterie, qu'elles portent sur les supports physiques ou sur internet. La constatation des infractions au titre de la contrefaçon se fait par le biais d'agents assermentés.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

Le CNC a développé, depuis 1994, des aides automatiques et sélectives à destination de l'édition de vidéo physique, qui permettent de soutenir des éditions sur support vidéographique. Parallèlement, une aide sélective à la V&D (vidéo à la demande) a été mise en place en 2008. Elle soutient les détenteurs de droits V&D et les éditeurs de services de V&D pour l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en V&D.

En 2015, le CNC a complété les dispositifs existants en créant un soutien automatique à la V&D ainsi qu'une majoration de soutien au titre de l'activité liée au téléchargement définitif.

Les aides sélectives sont accompagnées de compléments d'aides visant à encourager les bénéficiaires à proposer le sous-titrage pour sourds et malentendants et l'audiodescription pour aveugles et malvoyants.

Les aides à la vidéo (physique et vidéo à la demande)

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
soutien automatique à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes commercialisant des films de long métrage français agréés et sortis en salles depuis moins de six ans, des courts métrages aidés par le CNC ou des films français de patrimoine	financer l'achat de droits d'exploitation vidéographiques et les frais d'édition vidéo de films français récents et de patrimoine	1,0 M€ pour 54 films
aides sélectives à l'édition vidéo	éditeurs de vidéogrammes	favoriser la diffusion des œuvres cinématographiques ou audiovisuelles de nouveauté et de patrimoine, encourager le travail éditorial et tenir compte des conditions économiques de leur diffusion	4,1 M€ pour un total de 749 projets : - 1,3 M€ pour 212 projets unitaires, - 2,9 M€ pour 35 programmes éditoriaux soit 537 projets
aide automatique à la vidéo à la demande (V&D)	éditeurs de services de médias à la demande	financer les dépenses de fabrication et de promotion pour une diffusion en V&D de films français récents ainsi que les dépenses d'amélioration de service	3,0 M€ mobilisés par 8 éditeurs de services de médias à la demande
aide sélective à la vidéo à la demande (V&D)	- titulaires de droits V&D - éditeurs de services de médias à la demande	encourager l'exploitation des catalogues, la diversité de l'offre et l'exposition des œuvres françaises et européennes en V&D ainsi que les dépenses d'amélioration de service	2,5 M€ pour 30 projets (1 439 œuvres cinématographiques et 1 407 heures d'œuvres audiovisuelles) au titre des aides au programme éditorial V&D dont 8 titulaires de droits V&D et 16 éditeurs de services de médias à la demande

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

• le soutien aux œuvres

En complément des autres aides du CNC, les aides aux effets visuels numériques (VFX) et aux techniques d'animation ont vocation à distinguer l'excellence visuelle des œuvres produites au moyen des technologies numériques de fabrication de l'image afin de promouvoir le savoir-faire des studios de VFX et d'animation français sur le territoire national mais également à l'international.

• le soutien aux entreprises

En mars 2023, les aides aux industries techniques (CIT) et à l'innovation (RIAM) ont été réformées et ont fait place à l'aide aux moyens techniques de production et de diffusion (AMT).

Composé de trois collèges spécialisés (tournage, production numérique, diffusion), le dispositif a vocation à soutenir des projets techniques qui concourent à la création, la fabrication, la production, la diffusion ou la conservation des œuvres cinématographiques, audiovisuelles ou des jeux vidéo, ainsi que des opérations à caractère collectif à destination des professionnels des filières techniques du cinéma, de l'audiovisuel et du jeu vidéo.

Les aides à l'innovation technologique et aux industries techniques

aides	bénéficiaires	objectifs	bilan 2025
aide sélective aux effets visuels numériques	entreprises de production déléguée	- promouvoir le recours ambitieux aux technologies numériques de traitement de l'image au sein des productions cinématographiques et audiovisuelles - distinguer les projets « vitrines » du savoir-faire européen à l'international - soutenir la montée en compétence des studios d'effets visuels	2,5 M€ d'aides sélectives pour 35 projets
allocation directe aux effets visuels numériques	entreprises de production déléguée	- développer le recours aux outils numériques de fabrication - renforcer le tissu industriel des studios VFX - assurer la localisation en France d'une partie des travaux de traitement numérique	3,9 M€ pour 27 projets
aide sélective aux techniques d'animation	entreprises de production déléguée	- encourager l'exploration de techniques d'animation innovantes appliquées à des productions ambitieuses sur le plan visuel - permettre la relocalisation des productions d'animation ambitieuses - encourager l'internationalisation de la diffusion de ces productions	4,8 M€ d'aides sélectives pour 49 projets
aide aux moyens techniques de production et de diffusion	producteurs et prestataires 3 collèges : - Tournage - Production numérique - Diffusion	- assurer la consolidation industrielle de l'appareil de production - stimuler l'innovation au service de la fabrication et de la diffusion des œuvres - réduire l'empreinte carbone, à travers la mise à disposition de moyens de fabrication et de diffusion écoresponsables	<u>collège Tournage</u> : 1,3 M€ pour 20 projets <u>collège Production numérique</u> : 2,5 M€ pour 37 projets <u>collège Diffusion</u> : 2,1 M€ pour 24 projets

Le CNC finance la CST (Commission supérieure et technique de l'image et du son), association dont la mission est de faire connaître les progrès techniques susceptibles d'améliorer la qualité de l'expression audiovisuelle, de la création à la diffusion, et de veiller au respect des œuvres et à la qualité de leur restitution

La coopération avec les collectivités territoriales

La politique conventionnelle territoriale du CNC

La politique conventionnelle du CNC avec les collectivités territoriales, initiée en 1989, vise à faire du secteur du cinéma et de l'image animée un pôle de développement culturel et économique local, à travers la coopération entre les collectivités territoriales, plus particulièrement les régions, et l'État. Elle couvre les domaines de l'aide à la création, à la production et à l'accueil des tournages, de l'éducation à l'image, de la diffusion culturelle, de l'exploitation cinématographique et du patrimoine cinématographique.

Les conventions pluriannuelles de coopération pour le cinéma et l'image animée conclues avec les régions et les directions régionales des affaires culturelles (DRAC) constituent un instrument de dialogue, de négociation et de mise en œuvre d'actions communes, dans un triple souci : cohérence des actions menées, transparence des dispositifs, traçabilité des financements déployés. Elles donnent lieu chaque année à des conventions d'application financière dans lesquelles sont inscrits les engagements de chacun des partenaires. Des collectivités infra régionales (départements, métropoles, agglomérations et communes) peuvent, le cas échéant, être associées à ces conventions. Depuis 2017, le CNC accompagne financièrement les régions sur des soutiens complémentaires à la création et à la production, visant à accompagner les créateurs et à faire émerger de nouveaux talents (*Talents en court*, bourses de résidences). Il s'investit aussi, aux côtés des collectivités, dans des actions de renouvellement et de reconquête des publics (soutien à l'emploi de médiateurs, relance des ciné-clubs dans les lycées par les jeunes en service civique, actions de diffusion des œuvres soutenues par les collectivités). Enfin, il incite également ces dernières à impliquer leurs diffuseurs locaux dans la création (soutien aux œuvres financées par les chaînes de télévision locales).

Le cadre conventionnel établi en 2023, pour la période 2023-2025, a été l'occasion pour les partenaires de la politique territoriale de se fixer comme objectif de répondre aux enjeux soulevés ou amplifiés par la crise sanitaire et par l'accélération des transformations technologiques induisant des changements de comportement des publics. Trois enjeux prioritaires ont guidé cette politique sur cette période :

- la reconquête du public, à la fois pour les salles de cinéma et pour les œuvres françaises, quel que soit leur canal de diffusion ;
- la formation, initiale et continue, des professionnels et futurs professionnels de la filière du cinéma et de l'image animée ;
- l'engagement du secteur du cinéma et de l'image animée dans une démarche de responsabilité sociétale et environnementale (RSE).

Aussi, afin de mieux articuler les politiques menées sur les territoires autour de ces enjeux, tout en valorisant les moyens mis en œuvre, ces conventions sont désormais construites autour de cinq axes :

- les dispositifs et actions permettant l'accompagnement de carrière des créateurs et l'émergence des talents, ainsi qu'aux soutiens à la création et à la production d'œuvres diversifiées ;
- les moyens mis en œuvre pour structurer les filières et l'emploi, notamment afin de garantir l'attractivité des territoires ;
- les actions soutenues par les partenaires et les dispositifs cofinancés qui œuvrent à la reconquête des publics ;
- le renforcement de l'éducation aux images pour former les publics de demain, en valorisant à la fois toutes les actions déjà existantes et en s'ouvrant à toute expérimentation en la matière ;
- le patrimoine cinématographique soutenu par les collectivités, les DRAC et le CNC qui intervient sur une dizaine de cinémathèques régionales.

Les modalités d'intervention du CNC, au sein de cette politique, sont différentes suivant les actions. Le CNC définit, avec les collectivités, les enveloppes de crédit pour chaque type de soutien : aide à l'écriture et au développement, aide aux expériences numériques, aide à la production de court métrage et de long métrage, aide à la production audiovisuelle, etc. L'apport du CNC peut être forfaitaire ou sur la base de dispositifs du type « 1 € du CNC pour 2 € de la collectivité » ou « 1 € pour 3 € » pour la création financée par les télévisions locales et, enfin, « 1 € pour 1 € » pour la création de postes de médiateurs. Le CNC limite son intervention financière à 2,0 M€ par an et par convention pour les soutiens à la production audiovisuelle et à la production de films de long métrage.

Les bureaux régionaux d'accueil des tournages bénéficient également d'une aide du CNC pendant les trois premières années de leur fonctionnement, tout comme les pôles régionaux d'éducation aux images sur la première année de leur création.

Enfin, dès 2023, poursuivant l'objectif d'une meilleure visualisation des crédits consacrés au secteur de l'image animée, les partenaires ont également valorisé les actions qu'ils peuvent porter seuls comme la structuration de la filière dont il était important d'avoir une visibilité à la suite de l'appel à projets *France 2030 - La grande fabrique de l'image*. Une meilleure prise en compte des actions de diffusion, d'éducation aux images et d'accompagnement des professionnels a aussi été opérée par les partenaires.

En 2025, le montant des engagements inscrits dans les 18 conventions conclues (une nouvelle convention a été conclue, cette année, avec la collectivité de Saint-Martin), tous partenaires confondus, s'élève à 194,3 M€, en baisse de 5,8 % par rapport à 2024 au regard du contexte de baisses budgétaires en DRAC et au sein des collectivités.

Engagements 2025 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 1/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE I - Soutien à la création pour favoriser l'émergence de talents				
I.I - Accompagner l'émergence des talents et la carrière des créateurs				
EMERGENCE	0,13	0,05	1,38	1,56
<i>dont Talents en court</i>	<i>0,11</i>	<i>0,02</i>	<i>0,22</i>	<i>0,35</i>
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	<i>0,02</i>	<i>0,02</i>	<i>1,16</i>	<i>1,20</i>
ACCOMPAGNEMENT DES PROFESSIONNELS DE LA CREATION	1,99	0,28	3,28	5,54
<i>dont bourses de résidences</i>	<i>0,47</i>	<i>0,08</i>	<i>0,92</i>	<i>1,47</i>
<i>dont soutien aux résidences</i>	<i>0,53</i>	<i>0,15</i>	<i>0,93</i>	<i>1,62</i>
<i>dont parcours d'auteurs</i>	<i>0,04</i>		<i>0,14</i>	<i>0,18</i>
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	<i>0,95</i>	<i>0,05</i>	<i>1,29</i>	<i>2,28</i>
I.II - Soutenir la création et la production d'œuvres diversifiées dans les territoires				
ECRITURE ET DEVELOPPEMENT	1,20		5,63	6,83
NUMERIQUE	0,27	0,08	4,15	4,50
<i>dont œuvres immersives</i>	<i>0,21</i>	<i>0,08</i>	<i>1,21</i>	<i>1,49</i>
<i>dont jeu vidéo</i>			<i>2,72</i>	<i>2,72</i>
<i>dont œuvres destinées aux plateformes numériques gratuites (CNC Talent)</i>	<i>0,06</i>		<i>0,22</i>	<i>0,29</i>
PRODUCTION	19,17		58,39	77,56
PRODUCTION CINEMA	9,80		31,93	41,73
<i>dont court métrage</i>	<i>2,32</i>		<i>5,36</i>	<i>7,68</i>
<i>dont long métrage</i>	<i>7,48</i>		<i>26,57</i>	<i>34,05</i>
PRODUCTION AUDIOVISUELLE	9,14		24,87	34,01
<i>dont soutien direct</i>	<i>8,54</i>		<i>21,18</i>	<i>29,72</i>
<i>dont COM TV</i>	<i>0,60</i>		<i>3,69</i>	<i>4,29</i>
DISPOSITIFS SPECIFIQUES EN REGIONS (postproduction, autre...)	0,23		1,59	1,82
TOTAL AXE I	22,77	0,40	72,83	95,99

Engagements 2025 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 2/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE II - Structurer les filières et l'emploi pour renforcer l'attractivité des territoires				
ACCUEIL DE TOURNAGES	0,08		3,24	3,32
DEVELOPPEMENT DES FILIERES LOCALES	2,52	2,49	9,73	14,73
<i>dont structurer les filières et l'emploi pour renforcer l'attractivité des territoires</i>	0,31	2,40	5,63	8,35
<i>dont modernisation d'équipements adaptés (studios de tournage et de production numérique)</i>		0,01	0,27	0,28
<i>dont soutien aux professionnels, actions de mise en réseau et de structuration de filières</i>	2,19	0,04	2,56	4,79
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>	0,01	0,04	1,27	1,32
FORMATION PROFESSIONNELLE	2,25	0,38	5,15	7,78
TOTAL AXE II	4,85	2,87	18,12	25,84

III.I - Soutenir un parc de salles au plus près des publics				
SOUTENIR UN PARC MODERNE ET DIVERSIFIE MAILLANT LE TERRITOIRE	0,79	0,44	12,11	13,34
<i>dont soutien direct aux salles (modernisation, création ...)</i>		0,16	9,15	9,31
<i>dont soutien aux réseaux de salles</i>	0,79	0,06	1,49	2,33
<i>Autres actions spécifiques en régions</i>		0,22	1,48	1,70
RECONQUERIR ET RENOUEVER LES PUBLICS PAR LA MEDIATION	1,47	0,05	2,02	3,53
<i>dont soutien à l'emploi de médiateurs</i>	1,45		1,70	3,16
<i>dont actions de médiation portées par les services civiques dans les salles</i>				
<i>dont autres actions de médiation dans les salles</i>	0,01	0,05	0,31	0,38
III.II - Soutenir les acteurs de la diffusion culturelle au plus près des publics				
LE MAILLAGE DU TERRITOIRE PAR LES ACTEURS DE LA DIFFUSION CULTURELLE	11,14	1,75	19,55	32,44
<i>dont soutien aux festivals</i>	8,83	0,66	14,95	24,44
<i>dont soutien à la diffusion des œuvres aidées</i>	0,47	0,02	1,48	1,96
<i>dont soutien aux opérations nationales de diffusion culturelle relayées sur le territoire régional</i>	0,69	0,05	0,18	0,92
<i>Autres actions de médiation / diffusion locales</i>	1,16	1,02	2,95	5,13
TOTAL AXE III	13,39	2,25	33,68	49,32

Engagements 2025 des conventions triennales Etat /CNC /régions (M€) 3/3

	CNC	Etat (DRAC)	collectivités	total
AXE IV - Renforcer l'éducation aux images pour former les publics de demain				
IV.I - Dans le temps scolaire				
MA CLASSE AU CINEMA	0,01	2,44	3,71	6,17
<i>dont Lycéens et apprentis au cinéma</i>	0,01	0,73	2,73	3,47
<i>dont Collège au cinéma</i>	0,00	0,73	0,71	1,44
<i>dont Ecole au cinéma</i>	0,00	0,70	0,22	0,93
<i>dont Maternelle au cinéma</i>	0,00	0,27	0,05	0,32
ENSEIGNEMENTS DE SPECIALITE		1,87	0,13	2,00
IV.II - Dans le temps périscolaire				
CINE-CLUBS/DEBATS : SERVICES CIVIQUES	0,25		0,41	0,66
IV.III - Hors temps scolaire				
PASSEURS D'IMAGES / DES CINES LA VIE		1,53	0,53	2,06
IV.IV - Pôles				
PÔLES REGIONAUX D'EDUCATION AUX IMAGES		0,90	1,76	2,66
IV.V - Autres initiatives dans le champ de l'éducation aux images				
ATELIERS DE SENSIBILISATION A L'ECRITURE SCENARISTIQUE	0,91		0,01	0,92
ETUDIANTS AU CINEMA			0,02	0,02
AUTRES SOUTIENS AUX ACTIONS EDUCATIVES	0,12	0,76	1,57	2,45
TOTAL AXE IV	1,30	7,49	8,15	16,93

AXE V - Valoriser le patrimoine cinématographique en région				
ACTIONS DE COLLECTE, DE CONSERVATION, DE RESTAURATION ET DE VALORISATION	2,82	0,23	2,97	6,01
PLAN DE NUMERISATION DES ŒUVRES DE PATRIMOINE		0,07	0,10	0,16
TOTAL AXE V	2,82	0,30	3,06	6,18

TOTAL GENERAL CONVENTIONS 2025	45,12	13,29	135,84	194,25
--------------------------------	-------	-------	--------	--------

Au total, les montants engagés par le CNC dans le cadre des conventions d'application financière 2025 atteignent 45,1 M€ (+5 % par rapport à 2024). Ces montants sont répartis comme suit :

- 22,8 M€ pour les soutiens à la création et à la production (dont 2,1 M€ en faveur d'actions d'émergence et d'accompagnement des professionnels) ;
- 4,9 M€ pour les soutiens à la structuration des filières, pour l'emploi et la croissance de l'attractivité des territoires ;
- 13,4 M€ pour la diffusion culturelle et les acteurs de l'exploitation comprenant notamment le soutien aux réseaux de salles (0,8 M€), le soutien à la médiation (1,5 M€ dont la quasi-totalité pour financer l'emploi de médiateurs) et le soutien aux festivals (8,8 M€) ;
- 1,3 M€ pour des actions spécifiques d'éducation à l'image (dont 250 K€ pour la relance des ciné-clubs dans les lycées par les services civiques) ;
- 2,8 M€ pour le patrimoine cinématographique.

Les montants engagés par les collectivités territoriales s'élèvent à 135,8 M€ et ceux engagés par les DRAC à 13,3 M€.

Les conventions 2023-2025 concernent 36 collectivités territoriales : 12 régions, 2 DROM et 4 collectivités territoriales uniques dont 3 collectivités d'Outre-mer (Auvergne-Rhône-Alpes, Bourgogne-Franche-Comté, Bretagne, Centre-Val de Loire, Corse, Grand Est, Guadeloupe, Guyane, Hauts-de-France, Île-de-France, Martinique, Normandie, Nouvelle-Aquitaine, Occitanie, Pays de la Loire, Provence-Alpes-Côte d'Azur, La Réunion, Saint-Martin), 11 départements (Alpes-Maritimes, Charente, Charente-Maritime, Dordogne, Drôme, Gironde, Haute-Savoie, Landes, Lot-et-Garonne, Seine-Saint-Denis, Vaucluse), 6 agglomérations et métropoles (Eurométropole de Strasbourg, agglomération de Valence Romans, Toulouse Métropole, Montpellier Méditerranée Métropole, Bordeaux Métropole, Métropole Aix-Marseille-Provence) et une commune (Paris).

Perspectives sur le renouvellement de ces conventions :

Le renouvellement d'une prochaine génération de conventions, pour la période 2026-2029 (premier cadre quadriennal destiné à prendre en compte les différentes échéances électorales), doit permettre, en premier lieu, d'enrayer la tendance baissière observée en 2025 sur la diffusion et l'éducation à l'image alors même que ces deux enjeux sont essentiels au renouvellement des publics. Le principe d'un partenariat renforcé, instaurant de nouveaux leviers avantageux de cofinancement en faveur d'actions d'éducation à l'image (« 2€ pour 1€ » pour les collectivités sanctuarisant en 2026 leur budget 2025 et « 3€ pour 1€ » pour celles qui reviendraient à leur niveau de 2024) a été proposé aux exécutifs régionaux. Ce type de partenariat, pensé en lien avec le déploiement du plan pour la refondation de l'éducation au cinéma et à l'image, a vocation à s'étendre à tous les échelons infrarégionaux.

L'attractivité du territoire renforcée par l'accueil de tournages

La politique territoriale du CNC associée à l'impact des crédits d'impôt permettent à la France d'être une terre d'accueil de tournages valorisée également par le travail des 36 bureaux d'accueil des tournages, réunis au sein du réseau Film France – CNC animé par le service de l'attractivité du CNC. Ces structures proposent une assistance gratuite portant sur différents types de services : renseignements sur les lieux de tournages et pré-répérages ; recherche de techniciens, de comédiens et de figurants (possibilité de casting dans la plupart des bureaux d'accueil) ; démarches administratives, aide aux autorisations de tournage ; logistique et informations diverses (location de véhicule, hébergement, etc.) ; mise à disposition de bureaux de production, de documentation ; relations avec la presse et les autorités locales. Elles facilitent également les productions dans leur démarche de tournage éco-responsable et durable sur leur territoire via leur expertise des ressources locales utiles pour les tournages, leurs relations avec les interlocuteurs locaux en charge de la conservation des espaces naturels, de la gestion des déchets, et la sensibilisation des professionnels locaux aux enjeux RSE du secteur.

Renouveler les publics et agir pour la citoyenneté

Le CNC poursuit ses objectifs de renouvellement de la cinéphilie auprès de tous les publics et de déploiement de l'éducation artistique et culturelle sur l'ensemble du territoire.

Eduquer les jeunes aux images tout au long de leur parcours

Dans un monde de plus en plus dominé par les images et qui se polarise, l'éducation aux images revêt un caractère prioritaire.

Noyau historique de cette politique, *Ma Classe au cinéma* (maternelle, école, collège et lycéens et apprentis au cinéma) permet d'amener les élèves dans les salles de cinéma puis de travailler en classe à partir de documents pédagogiques. *Ma Classe au cinéma* a touché, au cours de l'année scolaire 2024-2025, près de 2 millions d'élèves, soit 15,0 % des élèves français. 79 000 enseignants et 1 700 salles ont participé au dispositif cette année. Ce dernier a été étendu à l'ensemble du parcours scolaire avec le déploiement de *Maternelle au cinéma* dans 73 départements à la rentrée 2024, soit cinq nouveaux départements participants.

Le CNC finance par ailleurs *Toute la lumière sur les SEGPA*, mis en place au niveau national par le pôle régional d'éducation aux images CinéMarseille l'Alhambra. Ce dispositif innovant a pour objectif de permettre aux élèves des classes participantes de s'engager dans un projet artistique et culturel, de leur faire découvrir les métiers de l'image et du son au contact de professionnels, tout en favorisant une ouverture culturelle et artistique par la rencontre avec un artiste, et en permettant aux élèves de retrouver la confiance en eux par une image plus positive. En 2024-2025, ce dispositif s'est déployé auprès de 10 classes participantes issues d'écoles élémentaires, de collèges et de lycées.

Le CNC est également partenaire des dispositifs mis en place par le ministère de l'Education nationale avec :

- l'enseignement de la spécialité cinéma-audiovisuel du baccalauréat qui compte 4 576 élèves de 1^{ère}, 3 598 élèves de terminale, soit un total de 8 174 élèves inscrits répartis sur 404 établissements ;
- le Prix Jean Renoir des lycéens, décerné par des lycéens à un film, qui concerne 50 classes (2 à 3 par académie), attribué en 2025 à *Tatami* de Zar Amir et Guy Nattiv ;
- le César des lycéens, créé par le ministère de l'Education nationale et l'Académie des Arts et Techniques du Cinéma, qui concerne 80 classes et 2 000 lycéens, attribué en 2025 à *Le Comte de Monte-Cristo* de Matthieu Delaporte et Alexandre de la Patellière.

Enfin, le CNC poursuit le déploiement de l'*Atelier cinéma*, un outil pédagogique et ludique qui ambitionne de toucher 100 % d'une tranche d'âge, avec plus de 34 000 kits déployés sur l'ensemble du territoire depuis 2019. Ce kit ludique permet aux élèves du CM1 à la 6^e d'appréhender les différentes étapes de la création d'un film et d'apprendre à réaliser un film de manière très simple, sans besoin d'une formation spécifique des professeurs. L'outil permet aussi aux élèves de prendre conscience que le cinéma est un véritable travail d'équipe où chacun joue un rôle majeur.

Faire du cinéma un secteur exemplaire en termes d'engagement culturel, social et citoyen

Passeurs d'images est un dispositif d'éducation aux images à vocation culturelle et sociale, porté au niveau national par l'association l'*Archipel des lucioles*, avec le soutien du CNC. Il est mis en place de façon prioritaire dans le cadre de la politique de la ville et s'adresse aux publics éloignés de l'offre culturelle (quartiers défavorisés, zones rurales isolées, etc.).

Ce dispositif repose sur un partenariat avec les salles de cinéma, les structures culturelles, les maisons des jeunes et de quartiers, les collectivités territoriales, les associations caritatives ou sociales, les professionnels

du cinéma, les fédérations d'éducation populaire, etc. Il allie la découverte des œuvres et la pratique professionnelle, avec notamment des ateliers de réalisation et de programmation.

Ce dispositif, porté par 21 coordinations *Passeurs d'Images* sur 15 régions, a touché 118 000 personnes en 2024-2025, à travers 2 389 actions dont 865 ateliers de pratique, 286 séances en plein air et 382 séances spéciales en salles de cinéma.

Concernant les jeunes sous protection judiciaire, le CNC soutient le dispositif *Des cinés, la Vie !* coordonné par l'association l'*Archipel des lucioles*. Il permet de faire découvrir le court métrage à ces jeunes. En 2024-2025, 192 structures se sont inscrites au dispositif et ont permis à près de 550 jeunes de voter pour leur court métrage préféré. *Maman t'avait dit* de Cécile Cournelle a ainsi été primé et 77 structures étaient présentes pour la journée de remise des Prix à la Cinémathèque française, aux côtés de 75 éducateurs et 105 jeunes.

Dans le cadre du plan national en faveur de la diffusion des œuvres, le CNC a mis en œuvre fin 2024 le programme *Ambassadeurs jeunes du cinéma*. Un « ambassadeur jeune » est chargé de promouvoir et d'organiser des événements autour du cinéma dans les salles, festivals et auprès de structures de diffusion, et d'être prescripteur de films entre pairs.

Sur chaque territoire couvert, une ou plusieurs structures sont subventionnées pour piloter localement le programme, animer et former le réseau local des ambassadeurs.

Dans ce cadre, 33 structures sont accompagnées pendant trois ans sur 23 projets dans 17 régions, avec l'ambition de coordonner les initiatives de milliers de jeunes ambassadeurs sur l'ensemble du territoire.

Pour les personnes en situation de handicap ou hospitalisées, le CNC soutient les associations *Ciné Relax*,

Retour d'images ou encore *Ciné-sens*, qui accompagnent notamment les professionnels dans l'accessibilité des œuvres et des salles pour les personnes en situation de handicap sensoriel, et *Rêve de cinéma*, qui organise des projections de films destinées aux enfants hospitalisés.

Renouveler les actions et les formes vers plus de créativité

Le programme *Les Enfants des Lumière(s)*, initié par le CNC en 2015, en partenariat avec les académies de Paris, Versailles et Créteil, s'adresse aux classes des écoles élémentaires, collèges et lycées situés dans les réseaux d'éducation prioritaire ou en zone urbaine sensible. Il offre aux élèves un accès privilégié au cinéma par la découverte et l'analyse d'œuvres, ainsi que par la pratique créative. Chaque classe participante bénéficie durant deux ans de l'accompagnement d'un réalisateur et d'une équipe de professionnels dans la découverte des métiers du cinéma et du processus de création. Chaque groupe réalise son propre court métrage de 10 minutes dans des conditions quasi-professionnelles. Pour l'année 2024-2025, 10 classes ont participé au dispositif.

À la suite du rapport de Lorraine Sullivan (*Pour la sensibilisation de la jeunesse à l'écriture créative et scénaristique*), le CNC a décidé de proposer aux jeunes, en et hors temps scolaire, des ateliers de sensibilisation à l'écriture scénaristique, les Ateliers Scénario, et de lancer un défi *Ecris ta série !* à tous les jeunes de 13 à 18 ans.

Cette opération est un grand succès :

- toutes les régions de Métropole et d'Outre-Mer et 92 % du territoire sont concernés par les ateliers d'écriture scénaristique ;
- le défi *Ecris ta série !* a mobilisé, d'octobre 2024 à mai 2025, 184 groupes provenant de 161 établissements scolaires et une quarantaine de groupes hors temps scolaire soit 3 939 jeunes et a demandé de départager 278 projets.
- en 2024-2025, ces Ateliers Scénario ont réuni 8 284 jeunes dans des ateliers d'écriture scénaristique (6 534 jeunes en temps scolaire et 1 737 jeunes hors temps scolaire).

Promouvoir la diversité des œuvres

Le soutien aux associations et aux manifestations

Le CNC soutient des associations et des manifestations nationales promouvant des œuvres peu diffusées comme le documentaire, le court métrage, l'animation ainsi que le cinéma expérimental. Parmi ces diverses associations, l'Agence du court métrage, Faites des Courts, Fête des Films, l'Association du cinéma indépendant pour sa diffusion (ACID), l'Association française du cinéma d'animation (AFCA) défendent la diffusion de ces œuvres.

Le CNC soutient ainsi les manifestations nationales annuelles suivantes :

- *Le Mois du film documentaire*, coordonné par *Images en bibliothèques* permet, en novembre de chaque année, de montrer gratuitement dans toutes les bibliothèques des films documentaires et d'organiser des débats sur des sujets de société. *Le Mois du film documentaire* rassemble 85 000 spectateurs autour de 1 200 films, pour des projections dans 1 099 communes. Le CNC subventionne *Images en bibliothèques* à hauteur de 130 K€, notamment pour l'organisation du *Mois du film documentaire*.

- *La Fête du cinéma d'animation*, coordonnée par l'Association française du cinéma d'animation, se tient chaque mois d'octobre autour de la Journée mondiale de l'animation. Des événements (projections, rencontres, expositions) se déroulent sur tout le territoire français et à l'étranger. 707 événements en France et dans le monde sont organisés autour du cinéma d'animation mobilisant plus de 165 structures. La subvention du CNC est de 185 K€.

- *La Fête du Court métrage*, porté par *Faites des courts* et *Fête des films*, promeut le court métrage au mois de mars dans des lieux très diversifiés (écoles, cinéma, associations, médiathèques, prisons, hôpitaux, etc.). Lors de cette opération, plus de 18 500 projections sont organisées

en France, mais aussi dans 75 pays du monde, dans 662 cinémas et sur 4 762 communes. Le CNC soutient cette manifestation à hauteur de 460 K€.

Afin de favoriser l'exposition et la diffusion des œuvres audiovisuelles et cinématographiques, le CNC soutient 185 festivals dont certains ont une vocation internationale (notamment le *Festival de Cannes*, le *Festival Premiers plans* d'Angers et le *Festival international du film de la Rochelle*), d'autres œuvrent à la diffusion d'un genre (comme le *Festival Séries Mania*, le *Festival international du film d'animation* d'Annecy ou le *FIPADOC* à Biarritz) ou d'un format particulier (*Festival international du court métrage* de Clermont-Ferrand, *Festival du cinéma de Brive* dédié au moyen métrage...), ou s'adressent à des publics ciblés (personnes détenues en prison, personnes en situation de handicap, etc.).

Enfin, le catalogue *Images de la Culture*, jusqu'alors géré par la Direction des politiques territoriales (service des publics) du CNC, a été transféré à la Cinémathèque du documentaire. Depuis le 1^{er} avril 2025, la Cinémathèque du documentaire a la charge des acquisitions des œuvres et de leur diffusion auprès des bibliothèques et des structures associatives et institutionnelles, avec le soutien du CNC.

Renforcer l'accompagnement des professionnels

Créé en 2023, le service de l'accompagnement des professionnels définit et met en œuvre la politique du CNC sur les enjeux de formation (initiale et continue) et mène un travail prospectif sur l'évolution des métiers au sein du secteur. Le service coordonne également la politique de l'établissement en faveur des auteurs, en renforçant notamment leur accompagnement non financier et en participant à tous les chantiers relatifs à l'amélioration de leurs conditions de création. Le service est composé de deux pôles : le pôle « auteurs » et le pôle « formation ».

Les auteurs

Le pôle « auteurs » participe à la structuration et à la pérennisation des parcours des créateurs. Dans ce cadre, il développe et structure l'offre de résidence de création. 22 structures sont ainsi soutenues directement par le CNC pour un montant de 1,5 M€. Pour compléter l'accompagnement des auteurs, le CNC a lancé « la Fabric'Action », une expérimentation autour d'une résidence de pratique et de fabrication, destinée à accompagner de jeunes cinéastes dans des phases d'expérimentation visuelle et formelle. Cette expérimentation est menée en partenariat avec les formations soutenues par le CNC et lauréates de l'appel à projets *France 2030 - La grande fabrique de l'image* (Ecole Méliès). Pour sa deuxième saison, le dispositif s'est ouvert à de nouvelles collaborations avec la participation de l'ENS Louis Lumière. Enfin, le CNC a lancé en 2025 un appel à projets ouverts aux résidences de création pour permettre la création d'espaces d'expérimentation dédiés aux auteurs autour des intelligences artificielles génératives. Le pôle « auteurs » anime également l'aide au parcours d'auteur qui soutient 50 auteurs par an dans leur pratique à un moment charnière de leur carrière pour un montant global de 1,0 M€. Il accompagne également tous les chantiers destinés à

améliorer leurs conditions de création, en lien avec les directions métiers : 5 accords destinés à assurer aux auteurs une rémunération minimale au titre de leur création dans le domaine de l'audiovisuel ont ainsi été conclus en 2023 et un accord pour le long métrage de cinéma abouti en 2025.

Le pôle « auteurs » favorise également les synergies entre les acteurs de la phase amont (auteurs et producteurs) notamment à travers le soutien à des résidences de producteurs (Eurodoc) ou encore à travers le travail mené en lien avec la Fédération des Jeunes Producteurs Indépendants (FJPI).

Toujours dans le cadre de l'accompagnement de la phase amont, le pôle « auteurs » organise les rencontres CNC/SCAM et CNC/SACD centrées autour d'enjeux d'écriture à destination de jeunes auteurs. Ces rencontres ont lieu en présentiel mais sont également diffusées en ligne. En 2025, elles ont notamment porté sur l'écriture de séries quotidiennes ou encore sur la relation entre scénaristes et cinéastes et ont réuni une centaine de personnes en présentiel et plus de 1 000 internautes sur Facebook.

Le pôle « auteurs » organise régulièrement des webinaires thématiques autour du statut social des auteurs ou encore autour de l'accès à la formation continue pour les auteurs. Ces webinaires complètent les ressources disponibles pour les auteurs telles que la scénariothèque (mise en ligne des dossiers comprenant le scénario des projets soutenus par le CNC) ainsi que le guide de l'accompagnement, accessibles [en ligne](#).

Le CNC a lancé en 2025 une collection de vidéos en ligne autour de la relation « auteurs-producteurs ».

Le bureau d'accueil des auteurs prolonge ce travail d'accompagnement à travers des conseils personnalisés pour des auteurs (environ 1 000 par an) qui souhaitent se renseigner individuellement sur les possibilités d'accompagnement financier et non-financier.

Enfin, le pôle « auteurs » développe des ressources, disponibles [en ligne](#), destinées à l'accompagnement profes-

sionnel des auteurs autour d'enjeux transversaux tels que la formation continue ou l'accès aux droits sociaux en partenariat avec l'Afdas notamment.

La formation

Le pôle « formation » assure le suivi des huit écoles soutenues par le CNC ainsi que des 34 organismes de formation lauréats de l'appel à projets « *La grande fabrique de l'image* » du plan d'investissement *France 2030 - La grande fabrique de l'image*, qui consacre au volet « formation » 67,5 M€, a permis la création ou le renforcement d'actions de formation initiale ou continue sur l'ensemble du territoire y compris dans les départements et régions d'Outre-mer.

Le CNC a fait de l'ouverture sociale et de l'insertion professionnelle des enjeux forts de sa politique, à la fois au sein des formations historiques via des programmes d'égalité des chances mais également par son soutien à la création de nouvelles écoles accessibles sans prérequis de diplôme et développant l'apprentissage. Entre autres exemples, la CinéFabrique à Lyon ou l'Ecole Koutrajmé à Montfermeil et à Marseille, tiennent compte de l'expérience personnelle et des capacités des futurs élèves dans leurs critères d'entrée. Ces formations ont été lauréates de *France 2030 - La grande fabrique de l'image*.

Une plus grande ouverture sociale et territoriale était en effet un objectif majeur du volet Formation de cet appel à projets et les experts ont été particulièrement attentifs à ce critère de sélection. Sur les 34 projets lauréats (18 dans les domaines cinématographiques et audiovisuels et 16 sur les domaines numériques) :

- 23 sont portés par des associations ou par des institutions publiques ;
- 11 sont portés par des écoles privées d'excellence – mais intègrent des systèmes de bourses ou de programmes d'insertion.

De nombreux projets proposent une accessibilité aux formations sans diplôme et ciblant des populations éloignées de l'emploi pour des raisons géographiques ou sociales, d'autres s'implantent dans des quartiers réputés difficiles, d'autres encore mettent en place des bourses ou des programmes spécifiques gratuits, créent des fonds de dotation ou même des incubateurs pour permettre aux élèves de développer des projets entrepreneuriaux grâce aux moyens de l'établissement.

Afin de garantir la pertinence de l'offre de formation et son évolution par rapport aux besoins du secteur en constante mutation, le service de l'accompagnement des professionnels va également contribuer à nourrir un dialogue constant entre les organismes de formation et les acteurs du secteur sur des enjeux clés tels que l'insertion professionnelle des scénaristes ou encore les enjeux RSE (prévention et lutte contre les VHSS).

Entre formation et insertion professionnelles, le CNC a soutenu la création en 2020 de La Cité européenne des scénaristes, une association d'intérêt général dédiée à l'insertion des scénaristes dans les secteurs audiovisuel et cinématographique grâce au compagnonnage de débutants par des scénaristes confirmés. L'association a été lauréate de l'appel à projets *France 2030 - Compétence et métiers d'avenir* pour développer des centres de compagnonnage sur toute la France.

Les crédits d'impôts

Le crédit d'impôt cinéma

Le crédit d'impôt cinéma (CIC) permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles), dans la limite d'un plafond de 30 M€ par film.

Le taux de crédit d'impôt cinéma est de 30 % des dépenses éligibles. Il est ramené à 20 % pour les œuvres dont l'emploi d'une autre langue que le français est justifié par le scénario. La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur, au transport, à la restauration et à l'hébergement.

En 2025, parmi les 227 films d'initiative française agréés, 185 ont obtenu un agrément provisoire de crédit d'impôt. Le total des dépenses éligibles pour ces 185 films est estimé à 512 M€ et devrait engendrer un coût fiscal estimé à 151 M€ pour 2026. Le dispositif renforce la localisation des dépenses de tournage en France. En 2025, les films de fiction d'initiative française effectuent 82,4 % de leurs dépenses en France.

Le crédit d'impôt audiovisuel

Le crédit d'impôt audiovisuel (CIA) permet à une société de production, sous certaines conditions, de déduire de son imposition une partie de certaines dépenses de production (dépenses dites éligibles). Depuis le 1^{er} janvier 2021, le taux de crédit d'impôt audiovisuel a été harmonisé pour la fiction, l'animation et le documentaire à 25 % des dépenses éligibles.

Le crédit d'impôt ne peut excéder 1 450 € par minute pour une œuvre documentaire. La loi de finance pour 2026 porte le plafond du dispositif en faveur des œuvres d'animation à 6 000 € par minute contre 3 000 € aujourd'hui. Pour les œuvres audiovisuelles de fiction, il existe depuis le 1^{er} janvier 2016 plusieurs plafonds selon le coût de production par minute de l'œuvre :

- 1 250 € par minute (coût de production < 10 000 € / min) ;
- 1 500 € par minute (coût de production entre 10 000 € et 15 000 € / min) ;
- 2 000 € par minute (coût de production entre 15 000 € et 20 000 € / min) ;
- 3 000 € par minute (coût de production entre 20 000 € et 25 000 € / min) ;
- 4 000 € par minute (coût de production entre 25 000 € et 30 000 € / min) ;
- 5 000 € par minute (coût de production entre 30 000 € et 35 000 € / min) ;
- 7 500 € par minute (coût de production entre 35 000 € et 40 000 € / min) ;
- 10 000 € par minute (coût de production > 40 000 € / min).

La loi de finances pour 2020 a introduit un plafond de dépenses éligibles relatives à la rémunération du réalisateur et a prévu la fixation par décret d'un plafond de dépenses éligibles relatives au transport, à la restauration et à l'hébergement.

Les œuvres audiovisuelles de fiction produites dans le cadre d'une coproduction internationale dont le coût de production est couvert au moins à hauteur de 30 % par

des financements étrangers et dont le coût de production est supérieur ou égal à 35 000 € par minute produite peuvent être réalisées en langue étrangère. Dans ce cas, elles doivent faire l'objet d'une version livrée en langue française.

En 2025, 1 059 œuvres audiovisuelles ont obtenu un agrément provisoire au titre du crédit d'impôt, pour un volume cumulé de 2 441 heures de programmes. Le total des dépenses faites en France pour ces œuvres est estimé à plus de 1,6 Md€, dont 1,1 Md€ de montant brut de dépenses éligibles prévisionnelles. Après prise en compte des plafonds, le coût fiscal pour 2026 de ces 1 059 œuvres agréées en 2025 (dépense fiscale 2026) est estimé à 234 M€.

Le crédit d'impôt en matière audiovisuelle permet de maintenir des emplois sur le territoire national et d'éviter les délocalisations des tournages et des dépenses de postproduction dans un contexte de forte concurrence internationale. Le crédit d'impôt audiovisuel s'efforce notamment d'accompagner la croissance de la production de fictions ambitieuses, tournées vers l'international, en renforçant la structure et l'économie de la filière audiovisuelle également via le soutien aux industries techniques françaises.

Les fictions bénéficiant du CIA réalisent 97,2 % de leurs dépenses en France en 2025 (1 048 heures de programmes réparties sur 176 projets agréés pour 7 669 jours de tournage en France). Cette localisation largement majoritaire des dépenses en France s'explique par les aménagements successifs apportés au dispositif, destinés à renforcer sa compétitivité face aux dispositifs étrangers.

Le crédit d'impôt international

Le crédit d'impôt international (C2I) vise à favoriser le tournage et la fabrication en France d'œuvres internationales cinématographiques ou audiovisuelles de fiction ou d'animation dont la production est initiée par une société étrangère.

Les œuvres éligibles sont agréées par le CNC sur la base d'un barème de points validant le lien de cette œuvre avec la culture, le patrimoine et le territoire français. Le crédit d'impôt est accordé à l'entreprise qui assure en France la production exécutive de l'œuvre. Il représente 30 % des dépenses éligibles de production effectuées en France et est plafonné à 30 M€. Le taux de 30 % peut être porté à 40 % pour les projets avec plus de 2 M€ de dépenses VFX en France.

En 2025, 68 projets ont reçu l'agrément provisoire : 30 productions de fiction, 31 productions d'animation ou uniquement de VFX et 5 projets de réalité virtuelle (VR). Pour ces 68 projets, le total des promesses de dépenses en France est de 503,0 M€.

Les œuvres proviennent principalement des Etats-Unis et du Royaume-Uni, mais aussi d'Allemagne, de Belgique, d'Italie, du Danemark, etc.

Toutes ces productions internationales sont gérées en France par différentes sociétés de production exécutive qui se montrent à la hauteur des enjeux artistiques et économiques des producteurs étrangers pour des tournages en studios ou en décors naturels comme la série américaine *Emily in Paris* saison 5 tournée en Ile-de-France et Région Sud, la série *Vanished* tourné à Marseille, ou le long métrage américain *Father Mother Sister Brother* tourné à Paris, le film italien *Illusione* tourné à Strasbourg, la série allemande *Commissaire Dupin* tourné en Bretagne, *Champagne Problems* tourné à Paris et en Grand Est.

Le savoir-faire des studios VFX se retrouve également dans des productions comme *Troll 2*, *Projet Dernière Chance*, *Peaky Blinders : l'immortel*, *The Bride*, *Cold Storage*, *Predator : Badlands* ou encore les 4 saisons de *Daryl Dixon*,

les 2 saisons de *Les Anneaux du Pouvoir* ou encore *Stranger Things* (saison 5) et *The Witcher*.

En animation, 2025 est l'année de sortie de séries fabriquées par des studios d'animation français avec le projet aidé au C2I, *Tom Clancy's Splinter Cell* (studio Fost), et la consécration de la saison 2 d'*Arcane* (studio Fortiche) récompensée de 4 Emmy Awards.

Le C2I permet de favoriser le développement des industries du secteur cinématographique et audiovisuel et de stimuler la compétitivité des entreprises françaises avec des effets bénéfiques sur l'emploi. Il permet aux prestataires des industries techniques de compléter leur activité et de renforcer ainsi le taux d'utilisation de leurs moyens techniques et leur savoir-faire. Il favorise également la montée en compétences des équipes françaises dans la réalisation et la postproduction (montage, réalisation d'effets visuels, etc.) sous l'influence de productions à gros budget, notamment américaines. Les œuvres étrangères tournées sur le territoire français contribuent à faire rayonner la France et à stimuler l'activité touristique. En effet, selon une étude de l'Ifop commandée par le CNC fin 2023, près de 8 touristes étrangers sur 10 déclarent que les fictions étrangères tournées en France qu'ils ont vues leur ont donné envie de venir en France.

Le crédit d'impôt jeu vidéo

Le crédit d'impôt jeu vidéo (CIJV) permet à des entreprises actives dans ce secteur et installées en France de déduire de leur impôt 30 % des dépenses de création d'un jeu. Depuis sa mise en place en 2008, ce dispositif a bénéficié à plus de 100 studios de développement de jeux vidéo qui composent un tissu vivant et pluriel d'entreprises au service de la création. Depuis son renforcement en 2015 et en 2017 (passage du taux de 20 % à 30 %), le crédit d'impôt a fait la démonstration de son efficacité, en parvenant à attirer des productions aux budgets de plus en plus élevés, et en favorisant l'emploi, la structuration du secteur et le succès mondial de créations originales développées en France.

En 2025, 49 projets ont reçu un agrément provisoire. Le montant total des dépenses éligibles s'élève à 152 M€.

7.2

L'égalité femmes / hommes

En 2025 :

40,5 %
de réalisatrices
de courts métrages

40,0 %
de réalisatrices
d'œuvres
audiovisuelles

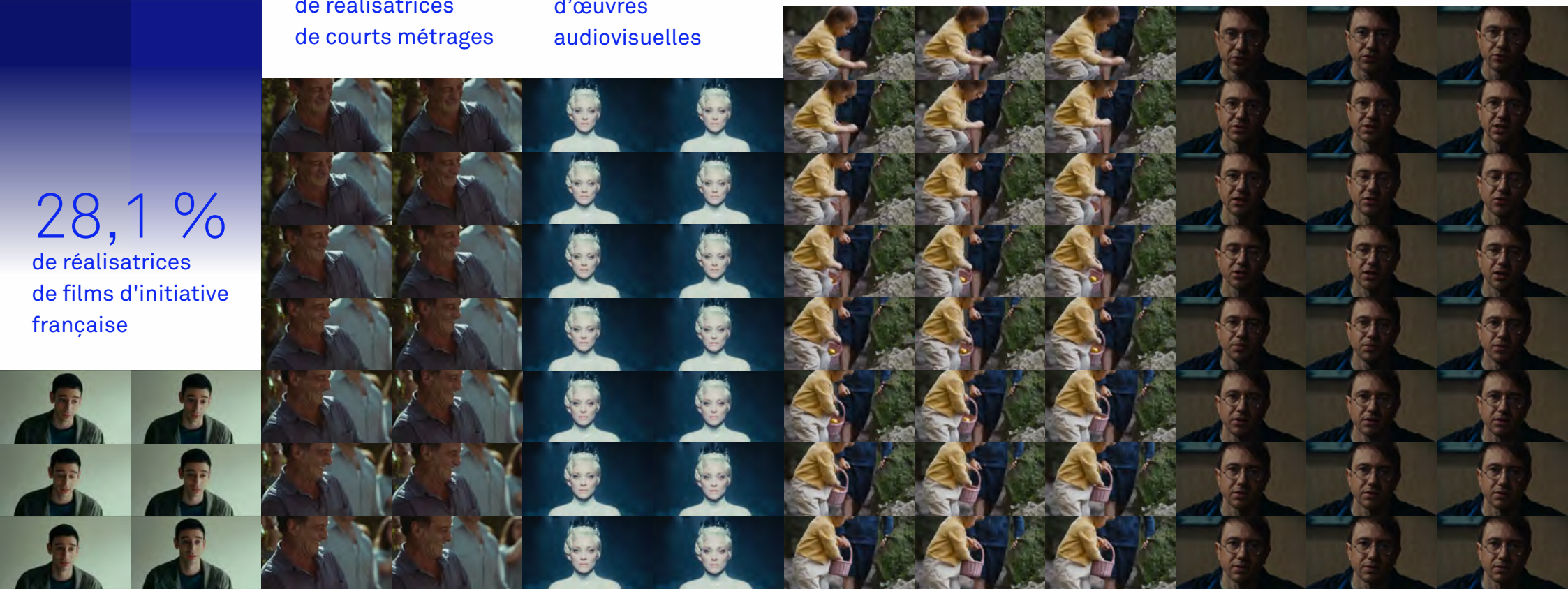
45,1 %

d'intermittentes dans la
production cinématographique
de fiction

45,5 %

d'intermittentes dans
les sociétés de production
audiovisuelle de fiction

28,1 %
de réalisatrices
de films d'initiative
française



Remarques méthodologiques[Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC](#)

Les données concernant les aides à l'écriture sont issues des informations transmises dans le cadre d'une demande d'aide au CNC.

[Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur du cinéma](#)

Les données concernant la réalisation des longs métrages sont issues des dossiers de demande d'agrément des investissements. Les années considérées sont les années d'agrément des investissements.

Les données concernant le bonus parité sont issues des dossiers de demande d'agrément des investissements. Les années considérées sont les années d'agrément des investissements. Pour être éligible au bonus, un projet doit obtenir un nombre suffisant de points sur un barème déterminé par la présence de femmes sur une liste de postes clés.

Les statistiques détaillées concernant la place des femmes dans chaque catégorie de métiers et les écarts de salaire moyens au sein de la production cinématographique de fiction sont issues des bases de données du groupe Audiens. Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. Plus spécifiquement, les données présentées sont basées sur les déclarations sociales nominatives (DSN) des salariés intermittents transmises mensuellement par les entreprises affiliées à Audiens. À partir des codes compléments de la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles des emplois salariés des employeurs privés et publics (PCS-ESE) renseignés dans les DSN, des agrégats de professions ont été réalisés (dix catégories de techniciens et six catégories d'artistes) afin d'en proposer une analyse plus fine. Le périmètre d'analyse de cette partie comprend l'ensemble des films d'initiative française de fiction cinématographique ayant reçu l'agrément des investissements (ou directement l'agrément de production) avant le

31 décembre 2025, ayant généré de l'activité avant cette date et ayant pu être identifiés dans les déclarations recueillies par Audiens. Le périmètre d'analyse exclut donc les films agréés en 2026 mais qui ont déjà généré de l'activité en 2025. Les données en valeur absolue communiquées pour l'année 2025 sous-estiment par conséquent l'activité réelle.

Les données sur les courts métrages sont issues des informations transmises par les producteurs dans le cadre de leurs demandes d'aides au CNC.

[Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur audiovisuel](#)

Les données concernant la réalisation et l'écriture des œuvres audiovisuelles sont issues des informations transmises dans le cadre d'une demande d'aide. Ces informations étant déclaratives, elles peuvent ne pas être exhaustives, en particulier pour certaines œuvres fictionnelles comportant d'importantes équipes de scénaristes et de réalisateurs. Pour cette raison, les feuilletons et fictions de format court ont été exclus de l'analyse. Par ailleurs, afin d'éviter des biais liés à des périmètres d'études variables en fonction des types de projets, les analyses sont conduites sur la base du nombre d'heures déclarées par dossier.

Les statistiques détaillées concernant la place des femmes dans chaque catégorie de métiers et les écarts de salaire moyens au sein de la production audiovisuelle de fiction sont issues des déclarations sociales nominatives (DSN) des salariés intermittents transmises mensuellement par les entreprises affiliées à Audiens. À partir des codes compléments de la nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles des emplois salariés des employeurs privés et publics (PCS-ESE) renseignés dans les DSN, des agrégats de professions ont été réalisés (onze catégories de techniciens et six catégories d'artistes) afin d'en proposer une analyse plus fine. Le périmètre d'analyse comprend 247 sociétés de production audiovisuelle ayant exercé une activité principale de fiction

entre 2016 et 2025 : le cumul des investissements dans des œuvres de fiction déclarés par une société doit représenter au moins 90 % des investissements totaux de cette même société tous genres confondus, et les sociétés doivent assurer la production d'au moins trois heures de fiction sur la décennie. Certaines sociétés ayant participé au financement d'un volume horaire conséquent d'heures de fiction sur la période mais ne respectant pas les deux critères susmentionnés – en particulier les 90 % d'investissements en fiction, en raison de dépenses importantes réalisées dans les autres genres – ont tout de même été intégrées dans le périmètre afin de ne pas exclure un nombre significatif de salariés ayant participé à la production de fiction. À noter que l'ensemble des salariés intermittents de ces entreprises sont inclus dans l'analyse, y compris ceux ayant été employés sur la production d'œuvres non fictionnelles.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes au CNC

Une majorité de femmes dans chaque catégorie d'agents au CNC

Au 31 décembre 2025, le personnel du CNC est majoritairement composé de femmes (62,9 %). Cette répartition varie en fonction de la catégorie d'emploi même si les femmes sont majoritaires dans chaque catégorie : 55,6 % des agents des catégorie A+, 62,5 % des catégories A, 68,3 % des catégories B et 51,7 % des catégories C.

Une parité parfaite au sein des commissions du CNC depuis 5 ans.

Une parité parfaite au sein des commissions du CNC depuis 2021

Au 31 décembre 2025, la parité est atteinte au sein des commissions du CNC avec 50,1 % de femmes. Dans le détail, la part de femmes est légèrement supérieure pour les postes de présidence et vice-présidence (52,4 %, un record) que pour les membres titulaires (50,6 %) et les membres suppléants (49,5 %).

Composition des commissions du CNC (%)

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
femmes	51	48	51	51	50	50	50	50	50
hommes	49	52	49	49	50	50	50	50	50
total	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : CNC.

Les femmes représentent 39 % des auteurs et autrices soutenus par le CNC au titre d'une aide à l'écriture

En 2025, sur les 3 466 personnes physiques identifiées candidates aux aides à l'écriture du CNC, 1 523 sont des femmes, soit 43,9 % de l'ensemble des porteuses et porteurs de projets, une part en hausse sur un an (1 313 femmes candidates en 2024, soit une part de 40,1 %). L'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité présente la part de femmes parmi les personnes candidates la plus élevée (52,1 %), suivie de l'aide à la coécriture de coproductions internationales (50,0 %) et des aides en animation et dans le documentaire (49,7 %).

188 femmes bénéficient d'une aide en 2025, soit 39,4 % des auteurs et autrices aidés au titre d'un des dispositifs d'aide à l'écriture du CNC, une part en hausse sur un an (173 femmes soutenues en 2024, soit 37,8 % des auteurs et autrices aidés). La part de femmes est ainsi moins prononcée parmi les personnes bénéficiaires que parmi les personnes candidates (respectivement 39,4 % et 43,9 %, soit -4,5 points). Cette moindre présence de femmes parmi les bénéficiaires provient principalement des aides à l'écriture dans le documentaire et, dans une moindre mesure, en fiction, dispositifs qui regroupent 55,5 % des candidats et qui présentent un écart considérable entre la part de femmes candidates et la part de femmes aidées (respectivement 49,7 % et 40,6 % dans le documentaire, soit -9,1 points, et 44,8 % et 39,7 % en fiction, soit -5,1 points). Sans ces aides, l'écart entre la part de femmes candidates et la part de femmes aidées s'amenuise nettement (respectivement 39,6 % et 39,1 %, soit -0,5 point). L'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité présente en 2025 un écart très prononcé entre la part de femmes candidates et la part de femmes aidées (respectivement 52,1 % et 33,3 %, soit -18,8 points), mais seulement 30 individus sont aidés dans le cadre de ce dispositif (10 femmes et 20 hommes), ce qui atténue l'impact de cette aide sur l'écart, toutes aides confondus, entre bénéficiaires et candidates.

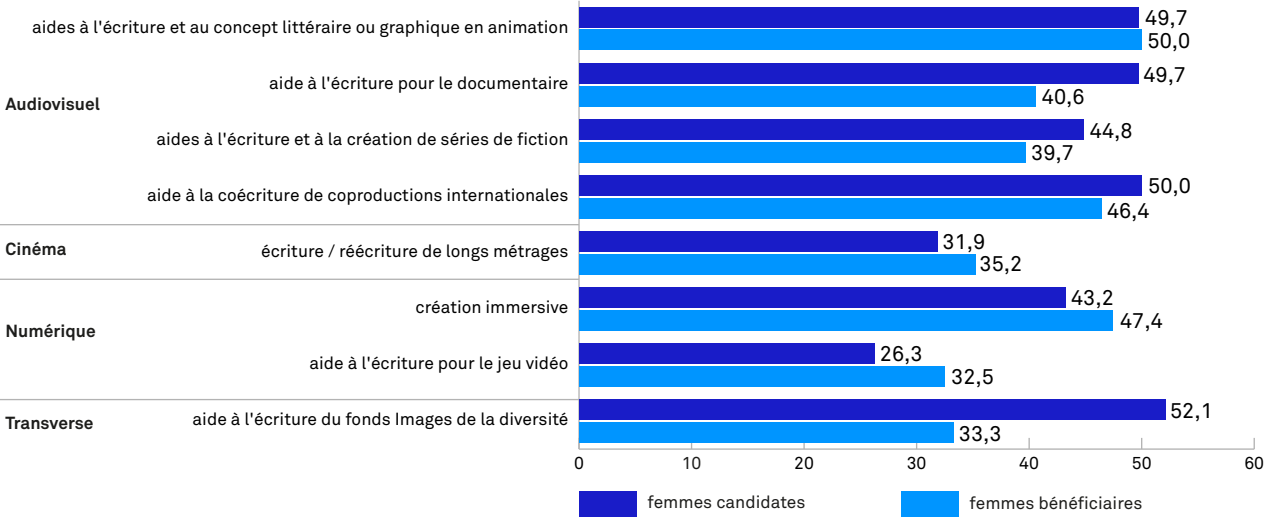
La part de femmes parmi les auteurs et autrices aidés par le CNC varie fortement selon les dispositifs. Sur les huit catégories d'aide à l'écriture, la part de femmes parmi les bénéficiaires est plus importante que parmi les personnes candidates dans trois dispositifs : les aides au jeu vidéo (26,3 % de femmes parmi les candidats et 32,5 % parmi les bénéficiaires, soit +6,2 points), à la création immersive (respectivement 43,2 % et 47,4 %, soit +4,2 points) et au long métrage (respectivement 31,9 % et 35,2 %, soit +3,3 points). Outre les trois dispositifs déjà cités (l'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité, l'aide à l'écriture pour le documentaire et les aides à l'écriture en fiction), la part de femmes parmi les bénéficiaires est aussi moins importante que parmi les candidats dans l'aide à la coécriture de coproductions internationales (respectivement 50,0 % et 46,4 %, soit -3,6 points). Seules les aides à l'écriture et au concept littéraire ou graphique en animation présentent une part de femmes équivalente entre candidats et bénéficiaires (respectivement 49,7 % et 50,0 %).

Aucune aide ne présente une majorité de femmes parmi les auteurs et autrices bénéficiaires d'une aide en 2025. Une stricte parité est toutefois observée en animation (50,0 % de femmes), une part nettement supérieure à celle constatée dans les aides audiovisuelles en documentaire (40,6 %) et en fiction (39,7 %). En dehors de l'aide à l'animation, seules les aides à l'écriture immersive et à la coécriture de coproductions internationales s'approchent de la parité concernant les bénéficiaires (respectivement 47,4 % et 46,4 % de femmes).

Comme en 2024, l'aide à l'écriture de jeu vidéo est le dispositif au sein duquel les parts de femmes candidates ou aidées sont les moins élevées en 2025, avec toutefois une forte progression sur un an (+14,9 points pour les candidates, à 26,3 %, et +11,6 % pour les bénéficiaires, à 32,5 %). C'est aussi le dispositif qui présente l'écart positif entre part de femmes candidates et part de femmes bénéficiaires le plus élevé (respectivement 26,3 % et 32,5 %, soit +6,2 points).

La part de femmes parmi les bénéficiaires d'aides à l'écriture recule dans deux dispositifs sur huit par rapport à 2024 : l'aide à l'écriture du fonds Images de la diversité (-15,2 points, mais seulement 30 bénéficiaires en 2025) et les aides en animation (-2,2 points). À l'inverse, la part de femmes parmi les bénéficiaires progresse fortement dans l'aide à l'écriture pour le jeu vidéo (+11,6 points), l'aide à la coécriture de coproductions internationales (+10,1 points) et l'aide à la création immersive (+5,9 points).

Part de femmes dans les aides à l'écriture du CNC en 2025 (%)



Source : CNC.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur du cinéma

Un quart des films strictement réalisés par des femmes, une part qui évolue peu sur la décennie

256 cinéastes ont participé à la réalisation d'un film d'initiative française en 2025, dont 72 femmes (28,1 %) et 184 hommes (71,9 %).

Sur l'ensemble des longs métrages d'initiative française agréés en 2025, 72 films ont été réalisés ou coréalisés par des femmes, soit 31,6 % de l'ensemble des films d'initiative française agréés cette année, une part en forte progression sur un an (+4,8 points) et au deuxième plus haut niveau historique après 2022 (33,2 %). La hausse sur un an est d'abord portée par les films coréalisés par des femmes et des hommes (+7 titres, à 13 films en 2025). En parallèle, le nombre de films strictement réalisés par des femmes est en légère hausse (+3 titres, à 59 films), tandis que le nombre de films strictement réalisés par des hommes recule (-13 titres, à 156 films). Sur l'ensemble de la décennie, la part de films strictement réalisés par des femmes évolue peu et stagne autour des 25 % (25,9 % en 2025, 25,2 % entre 2016 et 2025).

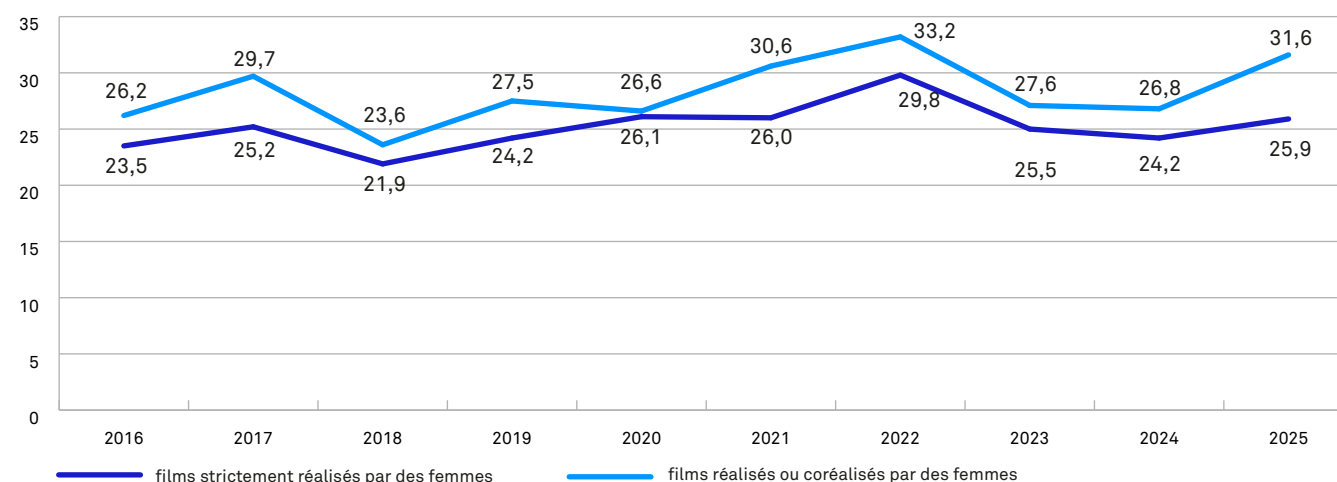
Après deux années de baisse, la part de fictions réalisées ou coréalisées par des femmes repart à la hausse, à 28,3 % de l'ensemble des films du genre (25,6 % en 2024), un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (26,7 % entre 2016 et 2025). La hausse sur un an est uniquement portée par les films strictement réalisés par des femmes (+2,7 points, à 26,0 % des fictions en 2025), la part de films coréalisés par des femmes et des hommes étant stable (+0,1 point, à 2,3 %).

La part de documentaires d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes progresse fortement sur un an (46,2 % en 2025, contre 35,7 % en 2024) ; il s'agit du deuxième plus haut niveau historique après 2021

(50,0 %), nettement supérieur à la moyenne de la décennie (36,7 %). La hausse de la part sur un an est principalement imputable aux œuvres coréalisées par des femmes et des hommes (cinq films en 2025 contre deux en 2024, soit respectivement 12,8 % et 4,8 % des documentaires). Le nombre de documentaires strictement réalisés par des femmes est en revanche stable sur un an (13 films en 2025, comme en 2024), mais leur part augmente légèrement (+2,3 points, à 33,3 %) car le nombre de documentaires réalisés par des hommes connaît dans le même temps un recul significatif (-6 titres, à 21 films en 2025).

En 2025, un seul film d'animation est strictement réalisé par une femme (*Séraphine*, premier film de Sarah Van Den Boom), comme en 2024. En revanche, quatre films d'animation sont coréalisés par des femmes et des hommes (25,0 % de la production d'animation), un record, et 11 strictement réalisés par des hommes (68,8 %). Depuis 2017, année au cours de laquelle des films d'animation strictement réalisés par des femmes ont pour la première fois été agréés (*Les Hirondelles de Kaboul* de Zabou Breitman et *La Traversée* de Florence Miailhe), neuf films d'animation ont été strictement réalisés par des femmes, contre 55 strictement réalisés par des hommes.

Part de films d'initiative française agréés réalisés et coréalisés par des femmes (%)



Source : CNC.

Un écart de devis moyen de 44 % en 2025, parmi les plus hauts de la décennie

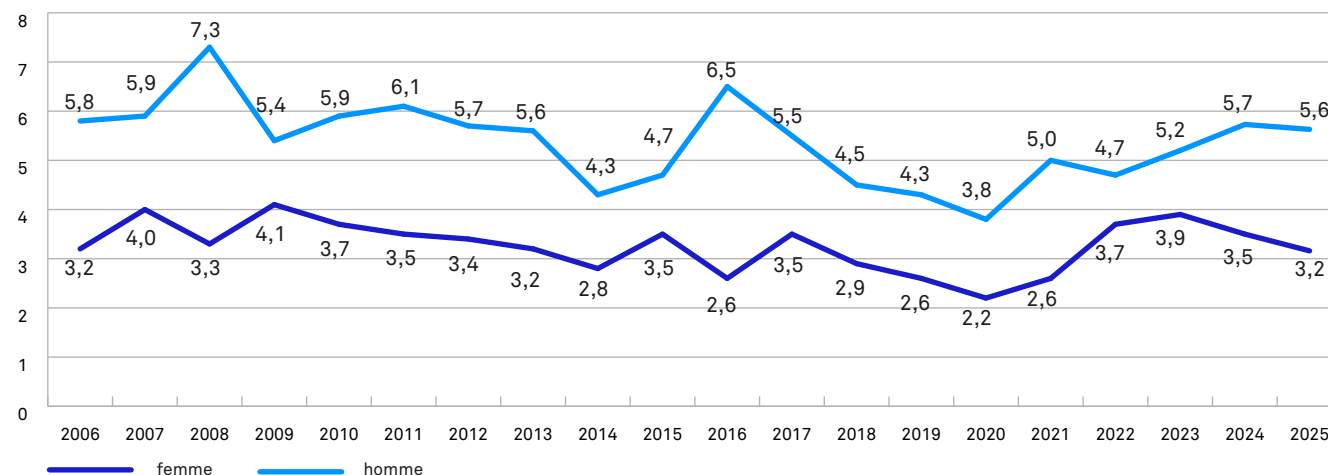
En 2025, un film d'initiative française strictement réalisé par une femme coûte, en moyenne, 3,16 M€, contre 5,63 M€ pour un homme. L'écart entre les devis des films réalisés par des femmes et ceux réalisés par des hommes s'établit à -43,8 %, un écart qui se creuse par rapport au niveau enregistré en 2024 (-39,0 %) et à la moyenne de la décennie (-39,9 %). Dans un contexte de recul du devis moyen des films d'initiative française (-3,9 % sur un an), le devis moyen des films strictement réalisés par des femmes baisse fortement (-10,1 %) tandis que celui des films strictement réalisés par des hommes recule de manière beaucoup plus modérée (-1,8 %).

Sur 26 films agréés en 2025 présentant un devis supérieur ou égal à 10 M€, seuls deux films sont strictement réalisés par des femmes (*Garance* de Jeanne Herry, à 12,87 M€, et *Coutures* d'Alice Winocour, à 11,67 M€) et un est réalisé par une femme et un homme (le film d'animation *Lovebirds* d'Hélène Blanchard et Laurent Bru, à 14,59 M€). En excluant de l'analyse ces films à gros budget, l'écart de devis s'amenuise mais reste toutefois à un niveau élevé (-26,0 %).

Des écarts très importants de devis s'observent au sein de chaque genre : -42,8 % dans le documentaire (-6,2 % en excluant les cinq documentaires avec un devis supérieur ou égal à 1 M€, dont quatre sont strictement réalisés par des hommes et un est réalisé par une équipe mixte) et -37,8 % en fiction (-20,5 % en excluant les films de fiction avec un devis supérieur ou égal à 10 M€).

Le devis moyen des films strictement réalisés par des femmes baisse pour la deuxième année consécutive.

Devis moyen des films d'initiative française agréés selon le genre des réalisateurs et réalisatrices (M€)



En raison du faible nombre de films coréalisés par des femmes et des hommes chaque année, ceux-ci sont exclus de l'analyse.
Source : CNC.

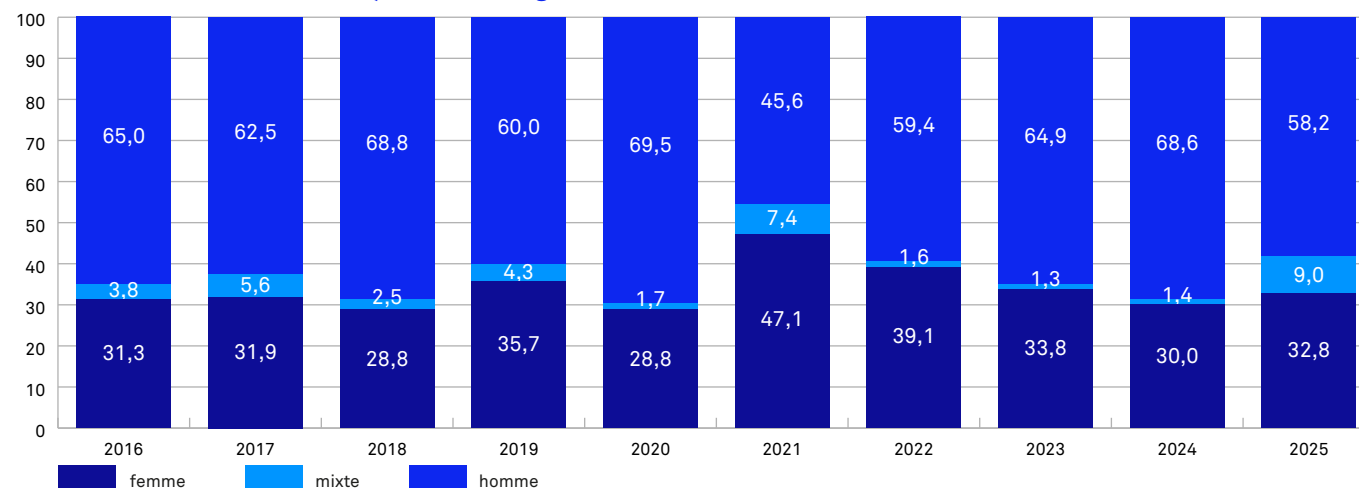
Forte progression de la part de premiers films réalisés ou coréalisés par des femmes, portée par un nombre record de premiers films réalisés par une équipe mixte

En 2025, 22 des 67 premiers films d'initiative française agréés ont été strictement réalisés par des femmes (32,8 %, contre 30,0 % en 2024 et 33,8 % entre 2016 et 2025), et six coréalisés par des femmes et des hommes (9,0 %, un record, contre un film en 2024, soit 1,4 %). Sur la décennie, seules deux années ont enregistré un nombre de premiers films strictement réalisés par des femmes inférieur à 2025 (21 en 2024 et 17 en 2020, année de crise sanitaire marquée par une baisse globale du nombre de films agréés).

La part de premiers films d'initiative française réalisés ou coréalisés par des femmes progresse de 10,4 points sur un an (41,8 % en 2025, contre 31,4 % en 2024 et 37,6 % sur la décennie), portée principalement par la réalisation mixte (+7,6 points, contre +2,8 points pour les films strictement réalisés par des femmes). Elle s'établit au deuxième plus haut niveau historique, après 2021 (54,4 %).

En 2025, les premiers films strictement réalisés par des femmes présentent un devis moyen de 2,43 M€, un niveau nettement inférieur à celui des premiers films strictement réalisés par des hommes (3,10 M€, soit un écart de -21,6 %, contre -25,7 % en moyenne sur la décennie, et -43,8 % pour l'ensemble des films en 2025).

Premiers films d'initiative française selon le genre des réalisateurs et réalisatrices (%)



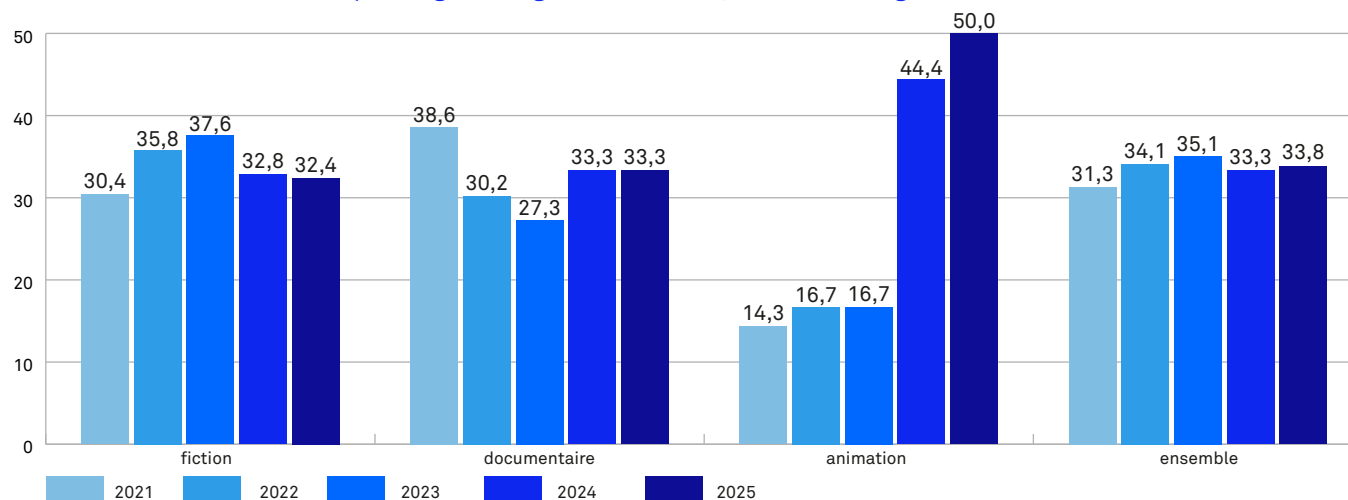
Source : CNC.

Un tiers des films d'initiative française agréés éligibles au bonus parité du CNC en 2025, une part stable

Parmi les 228 films d'initiative française agréés en 2025, 33,8 % (77 films) présentent suffisamment de femmes aux postes clés pour être éligibles au bonus parité, une part stable sur un an (33,3 % des films agréés en 2024). Cette part est plus importante pour les films d'animation (huit films sur 16, soit 50,0 %) que pour les documentaires (13 films sur 39, soit 33,3 %) et les films de fiction (56 films sur 173, soit 32,4 %). La part de films éligibles reste stable en 2025 quel que soit le genre, sauf en animation (+5,6 points, après avoir connu une progression de 27,8 points entre 2023 et 2024). Cette évolution doit cependant être interprétée avec prudence en raison du nombre limité de films d'animation d'initiative française agréés chaque année (16 en 2025).

43 films d'initiative française agréés en 2025 éligibles au bonus parité sont strictement réalisés par des femmes, soit 55,8 % (58,4 % en 2024), dont 35 fictions (62,5 %), huit documentaires (61,5 %) mais aucun film d'animation. Le devis moyen des films d'initiative française éligibles au bonus parité en 2025 est de 3,76 M€ (4,89 M€ en moyenne pour un film d'initiative française éligible ou non), en baisse sur un an (3,96 M€ en 2024, soit -4,9 %, contre -3,9 % pour l'ensemble des films d'initiative française). 14 films éligibles au bonus parité en 2025 présentent un devis supérieur à 7 M€ sur 58 films de cette tranche de devis (12 sur 50 en 2024). Parmi eux, dix films sont des fictions et quatre, des films d'animation.

Part des films d'initiative française agréés éligibles au bonus parité selon le genre du film (%)



Source : CNC.

Près d'un tiers de cheffes de poste dans la production d'initiative française, mais moins de 20 % des projets avec une majorité de femmes

Hors films d'animation, 212 films d'initiative française ont été agréés en 2025. Parmi ces films, 37 présentent au moins 50 % de femmes parmi les chefs de poste, soit 17,5 % des films considérés, une part en léger recul sur un an (18,5 % en 2024) et au plus bas niveau sur la période 2019-2025 (21,0 % des films sur l'ensemble de la période). À l'inverse, plus des deux tiers des films (68,4 %) comportent moins de 40 % de femmes parmi les chefs de poste (66,9 % entre 2019 et 2025). Par comparaison, 27,4 % des coproductions minoritaires présentent une majorité de femmes en 2025. La part de films d'initiative française avec une majorité de femmes cheffes de poste est deux fois plus importante dans le documentaire (30,8 % des films en 2025) qu'en fiction (14,5 %).

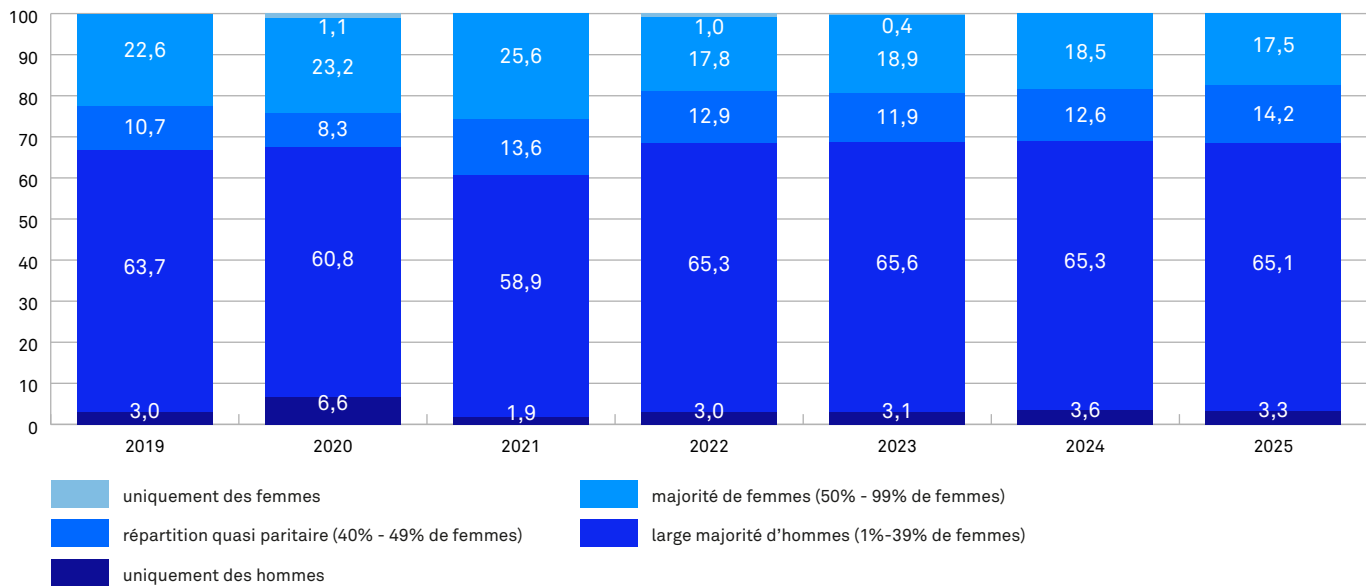
Sur 2 567 postes déclarés en 2025, 795 sont des femmes, soit 31,0 %, une part en hausse sur un an (29,4 %). La part de femmes parmi les chefs de poste varie assez peu selon le genre de l'œuvre : 32,5 % en documentaire et 30,7 % en fiction.

Parmi les 23 postes étudiés (13 en fiction, 10 en documentaire), seul celui de chef costumier est occupé par une majorité de femmes (88,6 %), et trois autres sont paritaires : les chefs monteurs image dans le documentaire (52,4 %), les chefs décorateurs en fiction (51,1 %) et les directeurs de production dans le documentaire (47,2 %). Inversement, la part de femmes est inférieure à 20 % dans huit postes, dont quatre où elle est inférieure à 10 % : les compositeurs dans le documentaire (9,5 %), et, en fiction, les chefs opérateurs de prises de son (7,6 %), les bruiteurs (4,7 %) et les mixeurs (4,5 %).

La présence d'une femme à la réalisation a un effet particulièrement significatif sur la présence des femmes parmi les chefs de poste. Sur 58 films de fiction et documentaires d'initiative française strictement réalisés par des femmes, 30 (51,7 %) présentent au moins la moitié de femmes parmi les chefs de poste ; à l'inverse, seuls quatre films sur 145 strictement réalisés par des hommes (2,8 %) ont une majorité de femmes et sept (4,8 %) ne déclarent que

des hommes. Dans les films strictement réalisés par des femmes, près de la moitié des postes déclarés en 2025 sont occupés par des femmes (48,7 %). Les femmes sont légèrement moins représentées dans les films coréalisés par des femmes et des hommes (42,7 % des chefs de poste) et sont, en revanche, nettement moins nombreuses dans les films strictement réalisés par des hommes (25,5 % des chefs de postes).

Part de projets selon la part de femmes cheffes de poste en fiction et dans le documentaire (%)



Base : films de fiction et documentaires d'initiative française.
Source : CNC.

45 % de femmes parmi les intermittents de la production cinématographique, un record, mais des métiers toujours fortement genrés

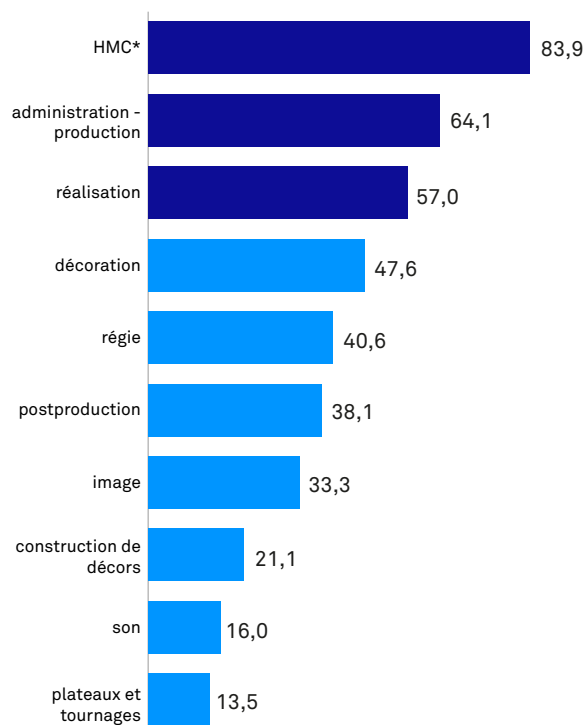
En 2025, 32 227 intermittents ont travaillé à la production de films de fiction d'initiative française agréés avant le 1^{er} janvier 2026, dont 14 519 femmes. La part de femmes progresse en 2025 (45,1 %, contre 44,3 % en 2024) et atteint son plus haut niveau historique.

Les métiers intermittents de la production cinématographique de fiction demeurent fortement genrés. Parmi les dix catégories de métiers techniques, trois présentent une majorité de femmes : les métiers du HMC (habillage, maquillage coiffure – 83,9 % de femmes), de l'administration et de la production (64,1 %) et de la réalisation (57,0 %), catégorie comprenant les cinéastes ainsi que l'ensemble des assistants et assistantes à la réalisation. À l'inverse, les femmes sont très largement minoritaires (moins de 30 %) dans trois catégories : les métiers de la construction de décors (21,1 %), du son (16,0 %) et des plateaux et tournages (13,5 %), catégorie constituée principalement des machinistes et électriciens de prises de vues. Parmi les autres catégories, seuls les métiers de la décoration se rapprochent de la parité (47,6 % de femmes). La part de femmes augmente cependant dans chaque catégorie de métiers techniques entre 2018 et 2025, hormis dans les métiers de la postproduction (40,3 % en 2018 contre 38,1 % en 2025, soit -2,2 points) et ceux du HMC, pour lesquels la part de femmes est traditionnellement très largement majoritaire et où elle reste stable (83,6 % en 2018 et 83,9 % en 2025, soit +0,3 point). L'augmentation de la part de femmes sur la période est particulièrement marquée pour les métiers de la régie (31,5 % en 2018 contre 40,6 % en 2025, soit +9,1 points), de la décoration (40,1 % contre 47,6 %, soit +7,5 points), des plateaux et tournages (6,5 % contre 13,5 %, soit +7,0 points) et de la construction de décors (15,8 % contre 21,1 %, soit +5,3 points).

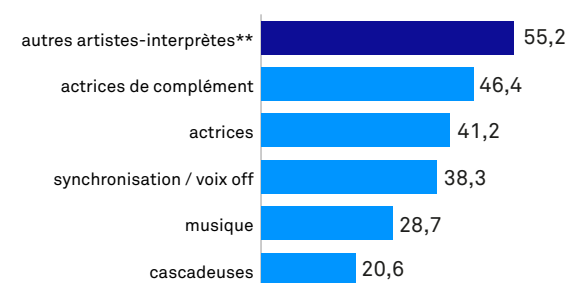
Si les femmes sont aussi minoritaires parmi les artistes, la polarisation est toutefois globalement moins marquée. Les femmes sont majoritaires (55,2 %) parmi les autres artistes-interprètes, donnée à interpréter avec prudence en raison d'un nombre très limité d'effectifs (16 femmes et 13 hommes en 2025). À l'inverse, le métier de cascadeur est très majoritairement occupé par des hommes (seulement 20,7 % de femmes, mais une part record, en hausse de 8,6 points entre 2018 et 2025). Enfin, la part de femmes parmi les acteurs et actrices (hors acteurs et actrices de complément) est stable sur la période (41,2 % en 2025, contre 41,1 % en 2018).

Part de femmes dans les familles de métiers de la production cinématographique de fiction en 2025 (%)

Techniciennes



Artistes



*HMC : habillage, maquillage, coiffure

**La part de femmes parmi les autres artistes-interprètes doit être considérée avec précaution en raison d'un faible nombre d'effectifs en 2025 (16 femmes et 13 hommes en 2025).

Base : films d'initiative française de fiction agréés ayant généré de l'activité en 2025 et agréés avant le 1^{er} janvier 2026.

Source : Audiens.

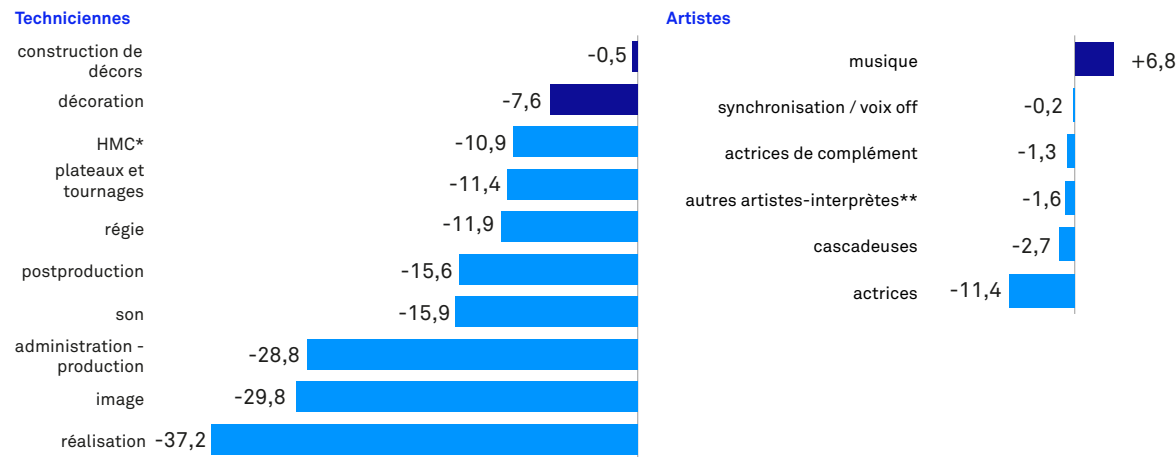
Un accès restreint des femmes aux professions les plus rémunératrices dans la production cinématographique de fiction

Les salaires horaires moyens des femmes dans la production cinématographique de fiction sont inférieurs à ceux des hommes en 2025 dans toutes les catégories de métiers techniques, à l'exception des métiers de la construction de décors où ils sont équivalents (-0,5 %). Dans le détail, les différences sont particulièrement marquées (écart supérieur à 20 %) dans trois catégories : les métiers de la réalisation (-37,2 % par rapport aux hommes), de l'image (-29,8 %) et de l'administration et de la production (-28,8 %). Ces écarts constatés sont en grande partie liés à la sous-représentation des femmes dans les professions les plus rémunératrices de chaque catégorie, à savoir les directeurs de production (31,0 % de femmes, tandis qu'elles sont majoritaires dans toutes les autres professions de l'administration et de la production et représentent 64,1 % des effectifs de cette famille), les directeurs de la photographie (13,6 % contre 33,3 % dans les métiers de l'image) ou encore les réalisateurs (30,1 % contre 57,0 % dans les métiers de la réalisation). Plusieurs facteurs permettent d'expliquer les écarts de rémunération observés dans chaque catégorie de métiers. Tout d'abord, comme pour les trois catégories susmentionnées, les femmes sont relativement moins présentes dans les métiers les plus rémunérateurs. Les postes de cadres, présentant généralement un salaire horaire moyen plus élevé, sont dans l'ensemble davantage occupés par des hommes. La part de femmes cadres est ainsi inférieure à celle des hommes dans toutes les catégories de métiers, à l'exception des métiers de la décoration (39,9 % de femmes cadres contre 26,2 % d'hommes cadres). En outre, parmi les vingt métiers techniques les plus rémunérateurs, seulement trois présentent une majorité de femmes : les ensembliers (81,5 % de femmes – 8^e profession la mieux rémunérée), les chefs maquilleurs (80,0 % – 10^e profession) et les chefs coiffeurs (58,1 % – 20^e profession). Toujours parmi ces vingt professions, une

autre présente autant de femmes que d'hommes (les chefs décorateurs, avec 50,5 % de femmes – 5^e profession). Au-delà du fait que les femmes soient moins présentes au sein des professions plus rémunératrices, des écarts de rémunération s'observent également à profession équivalente. Sur les 55 professions techniques avec au moins dix femmes et dix hommes en 2025, le salaire horaire moyen des femmes est inférieur (écart supérieur à -3 %) dans 28 professions (50,9 %), similaire (écart compris entre -3 % et +3 %) dans 20 d'entre elles (36,4 %) et supérieur (écart supérieur à +3 %) dans les sept restantes (12,7 %). Cette moindre rémunération à poste équivalent provient notamment de l'âge des salariés. Les femmes sont plus jeunes que les hommes dans chaque catégorie de métiers, ce qui s'explique par une féminisation récente de nombreuses professions. Par exemple, dans les métiers des plateaux et tournages, catégorie dans laquelle

l'emploi féminin a commencé à se développer au cours des dernières années, 57,0 % des femmes ont moins de 30 ans, contre 23,7 % des hommes ; à l'inverse, seulement 4,0 % des femmes ont 50 ans ou plus, contre 23,1 % des hommes. Au sein des catégories d'artistes, les disparités sont globalement moins marquées, avec des écarts de cachets horaires moyens compris entre -11,4 % et +6,8 %. L'écart de rémunération le plus important concerne les actrices (hors actrices de complément), dont le cachet est inférieur de 11,4 % par rapport aux acteurs.

Écarts entre les salaires horaires moyens des femmes et des hommes par famille de métiers de la production cinématographique de fiction en 2025 (%)



*HMC : habillage, maquillage, coiffure.
**Écart à interpréter avec prudence en raison du nombre limité d'effectifs en 2025 (16 femmes et 13 hommes).
Base : films d'initiative française de fiction agréés ayant généré de l'activité en 2025 et agréés avant le 1^{er} janvier 2026.
Source : Audiens.

41 % de réalisatrices soutenues au titre d'au moins une aide au court métrage

301 réalisateurs et réalisatrices ont participé à la mise en scène des 284 courts métrages soutenus par le CNC en 2024. Parmi eux, 40,5 % sont des femmes. Dans le détail, les femmes sont majoritaires en animation (54,5 %, genre qui représente 20,1 % des courts métrages aidés) et minoritaires dans le documentaire / expérimental (43,9 %, mais seulement 14,1 % des courts métrages aidés) et en fiction (35,9 %, genre qui représente 65,8 % des courts métrages aidés).

Les réalisatrices sont minoritaires parmi les cinéastes aidés dans chacun des cinq dispositifs de soutien au court métrage¹, avec cependant une part proche de la parité pour l'aide avant réalisation (47,3 % de femmes).

Le devis moyen des courts métrages strictement réalisés par des femmes est nettement supérieur à celui des courts métrages strictement réalisés par des hommes en 2024 : respectivement 129,7 K€ et 102,2 K€, soit +26,9 %. Le devis moyen des courts métrages strictement réalisés par des femmes est plus élevé, quel que soit le genre de l'œuvre : +30,9 % dans le documentaire / expérimental, +29,1 % en animation et +11,5 % en fiction.

Un devis moyen plus élevé pour les courts métrages réalisés par des femmes, quel que soit le genre de l'œuvre.

¹ Aide avant réalisation, aide après réalisation, aide au programme, aide audiovisuelle et soutien automatique.

Les indicateurs de l'égalité femmes / hommes dans le secteur de l'audiovisuel

Une part d'heures aidées strictement réalisées par des femmes en léger reflux sur un an, mais dans une tendance haussière sur la décennie

En 2025, 637 femmes ont réalisé des œuvres audiovisuelles aidées par le CNC (hors feuilletons et séries de format court), contre 957 hommes, soit 40,0 % de l'ensemble des réalisateurs et réalisatrices actifs cette année, une part relativement stable sur un an (40,3 % en 2024) mais qui s'inscrit dans un processus de féminisation continue de la réalisation d'œuvres audiovisuelles depuis 2019 (33,9 % de réalisatrices). En parallèle, la part de femmes parmi les auteurs et autrices de scénario subit un léger recul sur un an (870 autrices, soit 43,3 % en 2025, contre 44,5 % en 2024), malgré une croissance prononcée depuis 2019 (37,3 % d'autrices).

Sur l'ensemble des œuvres audiovisuelles aidées (hors feuilletons et séries de format court), la part d'heures réalisées ou coréalisées par des femmes s'élève à 37,6 % (39,5 % en 2024).

Dans un contexte de baisse du nombre d'heures comprises dans le périmètre (-9,4 % sur un an, à 2 385 heures), le nombre d'heures strictement réalisées par des femmes recule plus fortement en 2025 (-12,1 %, à 709 heures, soit 29,8 % des heures aidées, toutefois deuxième plus haut niveau après 2024, à 30,7 %) et le nombre d'heures coréalisées par des femmes et des hommes diminue pour la quatrième année consécutive (-21,5 % sur un an, à 187 heures, soit 7,8 % des heures aidées, contre 8,8 % en 2024). Dans le même temps, le nombre d'heures strictement réalisées par des hommes diminue lui aussi, mais de manière moins prononcée (-6,6 %, à 1 488 heures).

La répartition des heures aidées par le CNC selon le genre des réalisateurs varie en fonction du genre

des programmes. Comme chaque année depuis 2016 (première année de suivi de la place des femmes à la réalisation d'œuvres audiovisuelles), le documentaire est le genre qui compte la part la plus importante d'heures strictement réalisées par des femmes, à 33,9 % en 2025 (33,3 % en 2024, 23,9 % en 2019). Sachant que le volume d'heures du documentaire représente plus des deux tiers (69,0 % des heures, hors feuilletons et séries de format court en fiction), la présence relativement plus importante de femmes à la réalisation dans ce genre a un poids considérable sur la part d'heures aidées réalisées par des femmes au global.

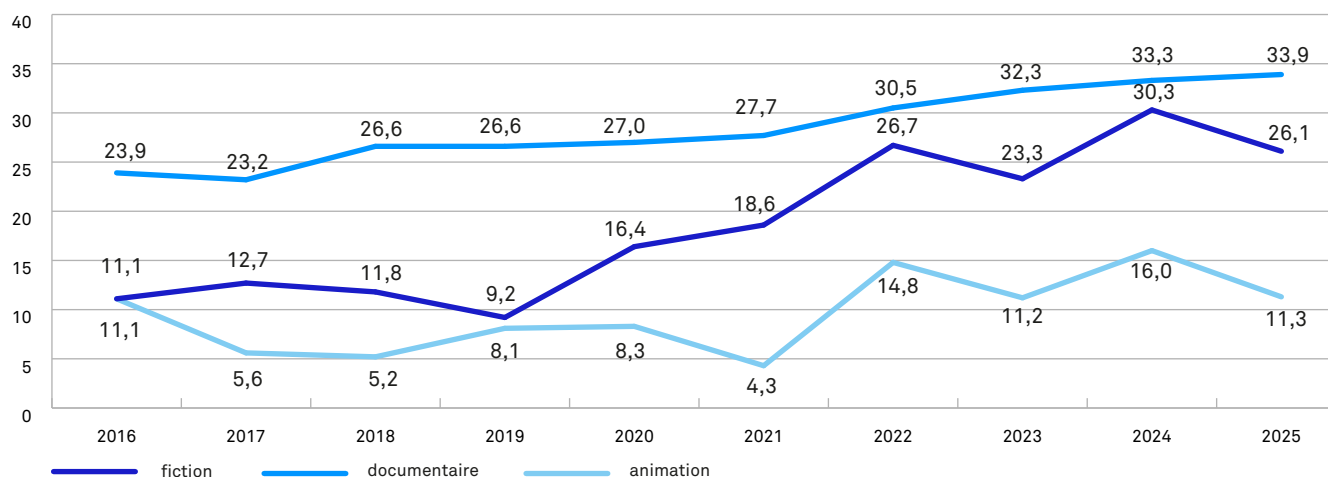
En fiction, la part d'heures strictement réalisées par des femmes recule sur un an (26,1 % en 2025, contre 30,3 % en 2024), mais s'inscrit néanmoins dans une dynamique nettement haussière depuis 2019 (9,2 % d'heures de fiction réalisées par des femmes). En animation, cette part est beaucoup plus faible (11,3 % en 2025, contre 16,0 % en 2024 et 11,1 % en 2019). En 2025, 11 œuvres d'animation

strictement réalisées par des femmes sont aidées par le CNC. Parmi elles, un projet concentre à lui seul près d'un tiers (30,1 %) du volume horaire d'animation strictement réalisé par des femmes : *Les Marsupilamis*, série réalisée par Célestine Plays (Dargaud Media et Dupuis Audiovisuel, 52x11').

Sur la décennie, la part d'heures strictement réalisées par des femmes progresse fortement en fiction (+15,0 points par rapport à 2016) et dans le documentaire (+10,0 points). Le constat est moins marqué en animation, mais la part d'heures strictement réalisées par des femmes s'établit depuis 2022 à des niveaux relativement hauts par rapport au reste de la décennie (systématiquement supérieure à 10 %, contre seulement une fois auparavant, en 2016, à 11,1 %).

40,0 % de femmes parmi les réalisateurs et réalisatrices de programmes audiovisuels aidés en 2025.

Part d'heures strictement réalisées par des femmes selon le genre des programmes audiovisuels aidés (%)



Source : CNC.

Plus de 45 % de femmes parmi les intermittents de la production audiovisuelle de fiction et une féminisation visible dans chaque catégorie

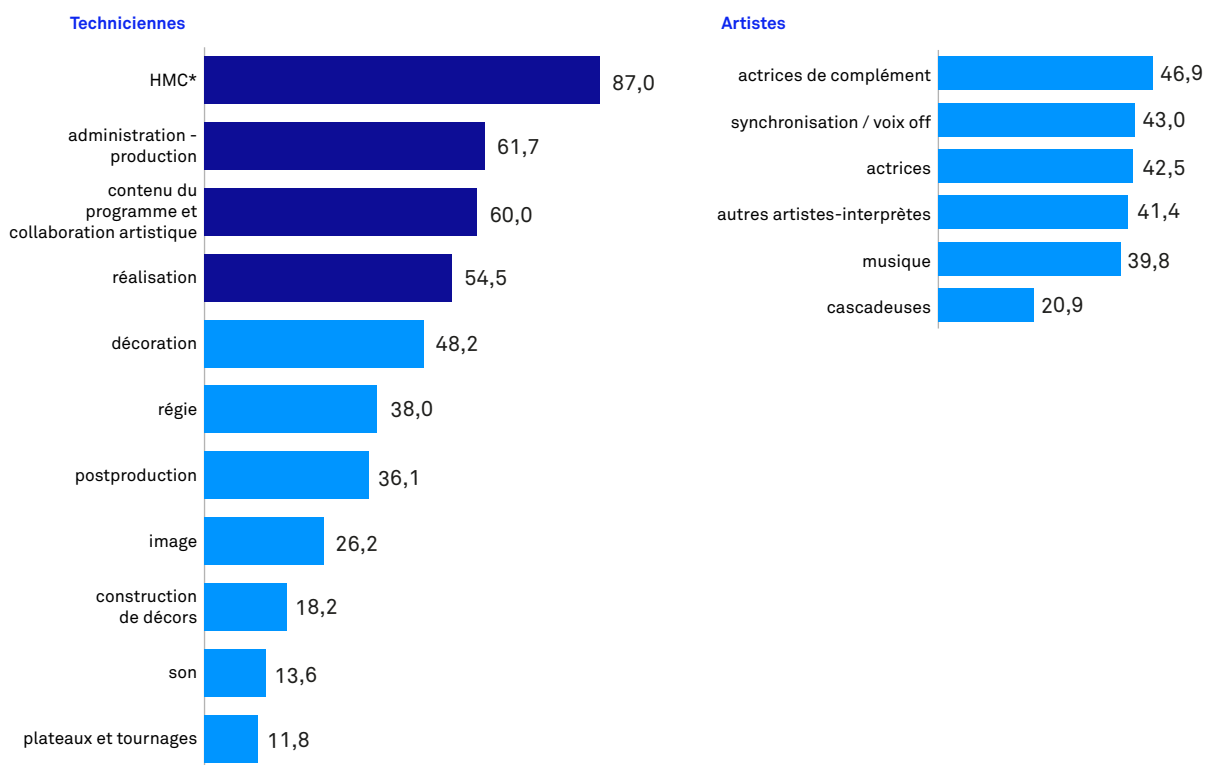
En 2025, 48 153 intermittents ont travaillé au sein des sociétés de production audiovisuelle de fiction, dont 21 889 femmes. Depuis 2016, la part de femmes augmente tendanciellement, de 41,8 % en 2016 à 45,5 % en 2025 (+3,7 points).

Comme dans la production cinématographique, les métiers de techniciens intermittents de la production audiovisuelle de fiction sont fortement genrés. Parmi les onze catégories de métiers, quatre présentent une majorité de femmes : les métiers du HMC (habillage, maquillage, coiffure – 87,0 % de femmes), de l'administration et de la production (61,7 %), du contenu de programme et de la collaboration artistique (60,0 %) et de la réalisation (54,5 %). À l'inverse, les femmes sont très largement minoritaires (moins de 30 %) dans les métiers de l'image (26,2 %), de la construction de décors (18,2 %), du son (13,6 %) et des plateaux et tournages (11,8 %), catégorie composée des machinistes et électriciens de prises de vues. Seuls les métiers de la décoration se rapprochent de la parité (48,2 % de femmes), grâce à une très forte féminisation des effectifs depuis 2018 (+10,7 points).

Cette dynamique de féminisation est à l'œuvre dans chaque catégorie de métiers entre 2018 et 2025, hormis dans les métiers du HMC et de l'administration et de la production, catégories comprenant déjà une majorité de femmes et dont la part reste relativement stable sur la période (respectivement 87,0 % et 61,7 % de femmes en 2025, soit +0,7 point et +0,8 point par rapport à 2018). Sur la période, l'augmentation de la part de femmes est particulièrement marquée dans les métiers de la décoration (48,2 % en 2025 contre 37,5 % en 2018, soit +10,7 points), de la régie (38,0 % contre 28,2 %, soit +9,8 points) et des plateaux et tournages (11,8 % contre 5,6 %, soit +6,2 points).

Les femmes sont minoritaires dans toutes les catégories d'artistes, et très nettement parmi les cascadeurs et cascadeuses (20,9 %, 18,0 % en 2018). La part de femmes parmi les acteurs et actrices s'établit à 42,5 % en 2025, une part qui varie peu depuis 2018 (également 42,5 % d'actrices).

Part de femmes dans les familles de métiers des sociétés de production audiovisuelle de fiction en 2025 (%)



*HMC : habillage, maquillage, coiffure.

Base : 199 sociétés de production audiovisuelle de fiction actives en 2025.

Source : Audiens.

D'importantes disparités salariales dans les sociétés de production audiovisuelle de fiction et une faible présence de femmes dans les professions techniques les plus rémunératrices

Les salaires horaires moyens des femmes au sein des sociétés audiovisuelles de fiction sont inférieurs à ceux des hommes en 2025 dans la plupart des catégories de métiers.

Au sein des métiers de techniciens, les salaires horaires moyens des femmes sont inférieurs dans chaque catégorie à l'exception de deux catégories pour lesquelles ils sont équivalents (+/-3 %) : les métiers de la construction de décors (-1,0 %) et les métiers du contenu de programme et de la collaboration artistique (-0,6 %). Dans le détail, les différences sont particulièrement marquées (écart supérieur à 20 %) dans trois catégories : les métiers de l'administration et de la production (-30,6 %), de la réalisation (-25,6 %) et de l'image (23,0 %).

Les mêmes facteurs que dans la production cinématographique de fiction permettent d'expliquer ces écarts prononcés. Tout d'abord, les femmes sont moins présentes aux postes les plus rémunérateurs. Par exemple, au sein des métiers de l'administration et de la production, les professions de producteur exécutif et de directeur de production, nettement plus rémunératrices que les autres métiers de cette catégorie, sont respectivement occupées par 20,0 % et 34,7 % de femmes, contre 61,7 % pour l'ensemble de la catégorie. Cette sous-représentation des femmes dans les professions présentant les salaires horaires moyens les plus élevés s'observent également dans les métiers de la réalisation (19,7 % de conseillères techniques à la réalisation et 32,7 % de réalisatrices), de l'image (9,5 % de directrices de la photographie), du son (6,4 % de cheffes opératrices du son) et de la postproduction (9,4 % de bruiteuses et 8,6 % de superviseuses d'effets spéciaux). Plus largement, la part de femmes cadres est inférieure à celle des hommes cadres dans la plupart des familles de métiers, à l'exception des métiers du contenu de programme et de la collaboration artistique (50,9 % des femmes cadres

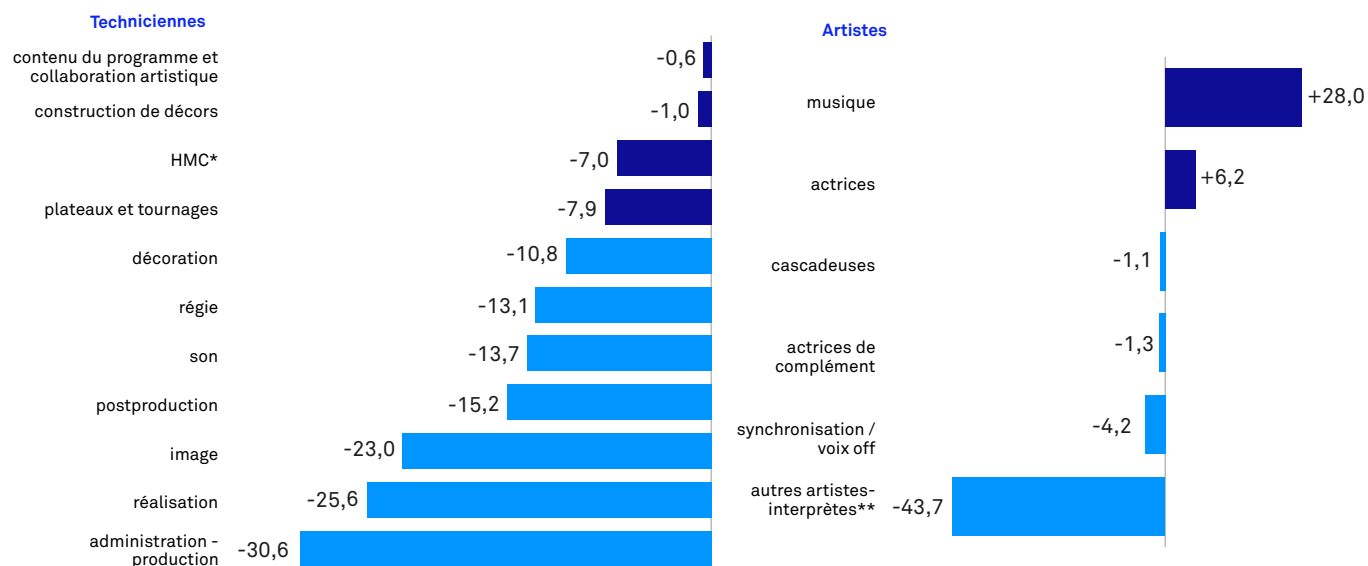
contre 43,5 % des hommes), du HMC (21,9 % contre 15,8 %) et de la décoration (22,6 % contre 16,7 %). En outre, parmi les dix métiers techniques les plus rémunérateurs et avec au moins dix femmes et dix hommes salariés en 2025, aucun ne présente une majorité de femmes.

Des écarts de rémunération entre femmes et hommes au sein d'une même profession s'observent également. Sur les 86 professions avec au moins dix femmes et dix hommes salariés en 2025, 31 (36,0 %, contre 50,9 % dans la production cinématographique) présentent un salaire horaire moyen moins élevé pour les femmes (écart supérieur à -3 %), 39 (45,3 %, contre 36,4 % dans la production cinématographique) un salaire horaire moyen équivalent (écart compris entre -3 % et +3 %) et 16 (18,6 %, contre 12,7 % dans la production cinématographique) un salaire horaire moyen plus élevé pour les femmes (écart supérieur à +3 %). Les écarts salariaux apparaissent moins défavorables aux femmes que dans la production cinématographique.

La moindre rémunération des femmes s'explique en partie par la féminisation récente de nombreuses professions, ce qui se traduit par une proportion de moins de 30 ans plus élevée parmi les femmes, quelle que soit la famille de métiers considérée (sauf pour le contenu de programme et la collaboration artistique, où la part de moins de 30 ans est égale entre femmes et hommes, à 16,7 %). Par exemple, dans les métiers des plateaux et tournages, 60,8 % des femmes ont moins de 30 ans, contre seulement 24,7 % des hommes. La féminisation récente des effectifs est aussi à l'origine du creusement des écarts salariaux dans certaines catégories de métiers, les nouveaux entrants percevant un salaire horaire moyen généralement moindre que les professionnels présents de longue date dans le secteur. À titre d'exemple, les métiers de la décoration sont ceux dont la part de femmes affiche la plus forte hausse (+10,7 points entre 2018 et 2025, à 48,2 %) ; c'est également la catégorie au sein de laquelle les écarts salariaux augmentent le plus fortement sur la période (-10,8 % en 2025, contre -2,3 % en 2018).

Les catégories de métiers artistiques présentent également de fortes disparités salariales. Les cachets horaires des femmes sont plus importants pour les actrices (+6,2 %) et dans les métiers de la musique (+28,0 %), et équivalents (+/- 3 %) pour les actrices de complément (-1,3 %) et les cascadeuses (-1,1 %). En revanche, ils sont inférieurs dans les métiers de la synchronisation et de la voix off (-4,2 %) et particulièrement creusés pour les autres artistes-interprètes (-43,7 %). L'écart dans cette dernière famille doit cependant être interprété avec prudence, ce dernier étant en grande partie déterminé par les artistes dramatiques, profession majoritairement occupée par des hommes (77,5 %) et qui présente un salaire horaire 5,6 fois supérieur aux danseurs, la deuxième profession la mieux rémunérée de la famille.

Écart entre les salaires horaires moyens des femmes et des hommes dans les sociétés de production audiovisuelle de fiction en 2025 (%)



*HMC : habillage, maquillage, coiffure.

**Écart salarial en grande partie déterminée par les artistes dramatiques, profession majoritairement occupée par des hommes et qui présente un salaire horaire 5,6 fois supérieur aux danseurs, la deuxième profession la mieux rémunérée de la famille.

Base : 199 sociétés de production audiovisuelle de fiction actives en 2025.

Source : Audiens.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

Plus d'informations à retrouver dans les études publiées dans le cadre de l'Observatoire de l'égalité femmes / hommes du CNC.

7.3

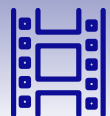
L'emploi

En 2025 :



121 000

emplois dans la production
audiovisuelle



60 000

emplois dans la production
cinématographique



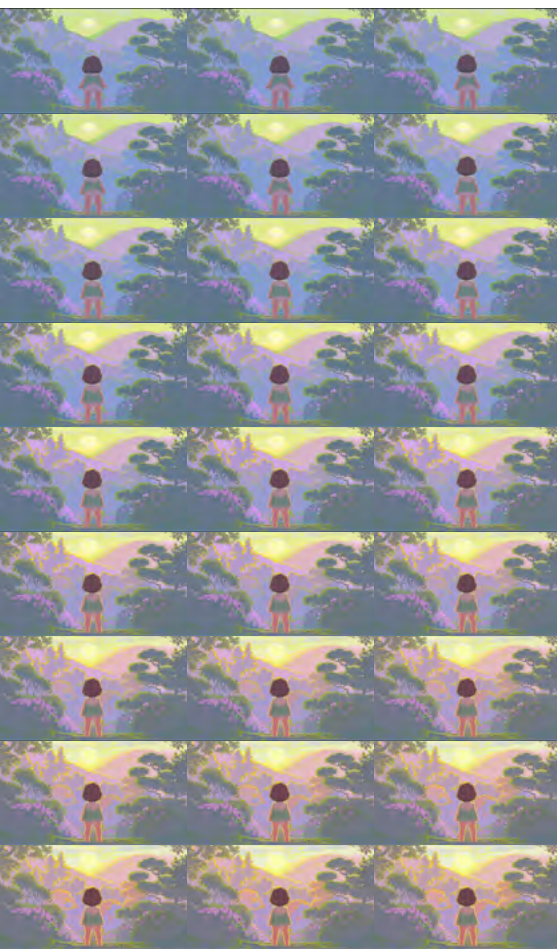
15 000

emplois dans l'exploitation
cinématographique



13 000

emplois dans la production
de films et programmes
d'animation



Remarques méthodologiques

Les statistiques sur l'emploi sont issues des bases de données d'Audiens. Audiens est le groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. À ce titre, les entreprises de ces secteurs d'activité sont tenues d'adhérer aux institutions de retraite complémentaire d'Audiens. Chaque année, elles doivent fournir une déclaration sociale nominative (DSN) mensuelle qui permet à Audiens d'attribuer les points de retraite à chaque salarié.

Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction. Les revenus issus des éventuelles allocations chômage ou des congés payés ne sont en revanche pas pris en compte.

Les informations relatives à l'emploi dans les filières soutenues par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens. Les secteurs d'activité sont définis par Audiens et sont déterminés sur la base du code APE, des conventions collectives ainsi que de l'activité réelle des entreprises. Les secteurs d'activité tels qu'étudiés dans cette partie sont donc susceptibles d'englober des entreprises qui ne sont pas directement soutenues par le CNC. Pour la production audiovisuelle, la production cinématographique et la production de films et programmes d'animation, les chiffres diffèrent de ceux présentés dans les études du CNC portant sur l'emploi dans ces différents secteurs du fait de périmètres différents.

Le périmètre d'analyse de l'emploi en régions comprend toutes les entreprises déclarées auprès d'Audiens relevant des codes NAF 5911A – production de films et de programmes pour la télévision, 5911B – production de films institutionnels et publicitaires, 5911C – production de films pour le cinéma, 5912Z – post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision, 5913A – distribution de films cinématographiques, 5913B – édition et distribution de vidéo, 5914Z – projection de films cinématographiques, 6020A – édition de chaînes généralistes, et 6020B – édition de chaînes thématiques.

L'emploi dans les filières soutenues par le CNC

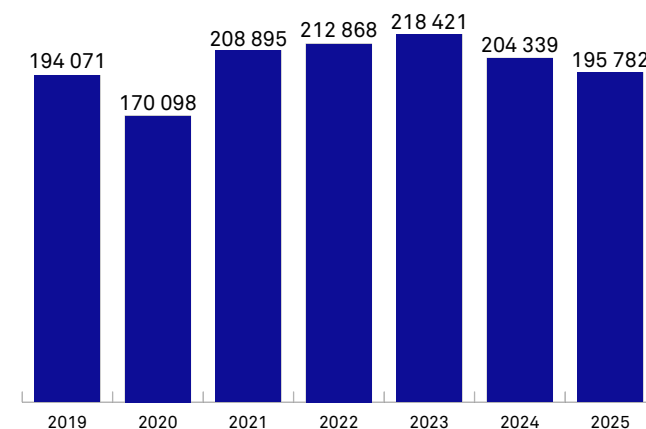
Un recul de l'emploi en 2025 dans chacun des secteurs soutenus par le CNC

En 2025, 195 782 salariés sont employés dans les différents secteurs d'activité soutenus par le CNC, un niveau en baisse pour la deuxième année consécutive (204 339 salariés en 2024, soit -4,2 %) et qui se rapproche de celui observé avant crise (+0,9 % par rapport à 2019). Au sein des secteurs d'activités soutenus par le CNC, la production audiovisuelle concentre la moitié des effectifs employés en 2025 (50,6 %), une part en hausse par rapport à l'avant crise (48,8 % en 2019). Les sociétés de production cinématographique emploient 25,4 % des salariés du secteur, une part, à l'inverse, en recul par rapport à 2019 (26,8 %), et les entreprises de prestations techniques en emploient 11,3 % (11,5 % en 2019).

Chacun des secteurs suivis par le CNC connaît une baisse d'activité en 2025. Elle est particulièrement prononcée dans les secteurs de la production cinématographique (-9,7 %, à 60 492 salariés) et beaucoup plus limitée en animation (-1,1 % à 13 131 salariés). Le recul de l'activité touche en premier lieu les moins de 30 ans (-6,6 % sur l'ensemble des secteurs, à 67 442 salariés), quel que soit le secteur, à l'exception de la production de films et de programmes d'animation, secteur dans lequel l'emploi des moins de 30 ans avait déjà fortement chuté l'année précédente (-12,9 % entre 2023 et 2024).

Le niveau d'activité demeure supérieur à celui d'avant pandémie dans la production de films et de programmes d'animation (+13,6 %) et la production audiovisuelle (+5,2 %) ; il est en revanche moindre dans l'ensemble des autres secteurs d'activité, jusqu'à -9,2 % pour l'exploitation cinématographique.

Emploi dans les secteurs d'activité soutenus par le CNC



Base : entreprises relevant des secteurs d'activité soutenus par le CNC : distribution cinématographique, exploitation cinématographique, prestations techniques, production audiovisuelle, production cinématographique et production de films et de programmes d'animation.

Sources : Audiens – Datalab.

Forte progression des effectifs en CDI par rapport à l'avant crise dans la production audiovisuelle

En 2025, 120 698 salariés sont employés par les entreprises de production audiovisuelle, un nombre en léger recul sur un an (-2,0 %), mais qui demeure supérieur à 2019 (+5,2 %). Il s'agit du seul secteur, avec la production de films et de programmes d'animation (+13,6 %), qui présente un niveau d'emploi plus élevé qu'en 2019.

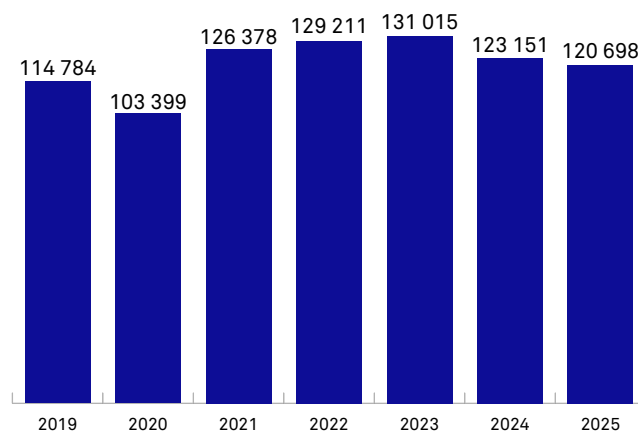
Cette réduction des effectifs sur un an est plus marquée parmi les permanents (CDI ou CDD - 6,1 %, à 21 041 salariés en 2025) que parmi les intermittents (CDDU - 1,4 %, à 100 128 salariés en 2025). Malgré une baisse sur un an, le nombre de permanents reste supérieur à celui d'avant crise (+4,8 %), tout comme celui des intermittents, mais dans une proportion légèrement moindre (+3,2 %). Sur la période, la part d'intermittents reste stable (82,6 % en 2025, contre 82,9 % en 2019).

Au sein des effectifs permanents, le nombre de salariés en CDD baisse fortement sur un an (-14,8 %, à 7 217 salariés, soit le plus bas niveau depuis le début du suivi en 2019), à l'inverse des effectifs en CDI pour qui la baisse reste modérée (-2,7 %, à 13 019 salariés). Depuis 2019, la hausse de l'emploi permanent est portée par les CDI (+18,7 %, 13 019 salariés), tandis que le recours aux CDD chute (-23,9 %, à 7 217 salariés). Par conséquent, l'emploi se pérennise dans le secteur de la production audiovisuelle et la part de salariés en CDI progresse (64,3 % des permanents en 2025, contre 53,6 % en 2019), mais demeure toutefois moins importante que dans les autres champs de la production (75,3 % de salariés permanents dans la production de films et de programmes d'animation en 2025 et 71,1 % dans la production cinématographique).

Par ailleurs, si le tassement de l'activité se répercute sur l'emploi quelle que soit la tranche d'âge, les effets sont légèrement plus marqués pour les moins de 30 ans (-2,9 % par rapport à 2024, à 38 713 salariés en 2025). Ils restent toutefois la tranche d'âge la plus importante en 2025 (32,1 % des salariés, -0,3 point sur un an mais +0,5 point par rapport à 2019).

En 2025, le secteur de la production audiovisuelle emploie 43,9 % de femmes, une part en progression au cours des dernières années (+1,8 point par rapport à 2019). Cette part est plus élevée parmi les effectifs permanents (49,3 % en 2025, contre 47,1 % en 2019) que parmi les effectifs intermittents (42,7 %, contre 40,8 % en 2019). Enfin, les effectifs sont paritaires parmi les moins de 30 ans (49,4 % de femmes, contre 37,4 % pour les 50 ans et plus), ce qui entraînera très probablement une poursuite de la féminisation du secteur lors des prochaines années.

Emploi dans la production audiovisuelle



Base : entreprises de production audiovisuelle.
Sources : Audiens - Datalab.

Forte baisse des effectifs dans la production cinématographique

Le nombre de salariés du secteur de la production cinématographique recule fortement pour la deuxième année consécutive (-9,7 % en 2025, à 60 492 salariés, et -17,6 % par rapport au record de 2023, à 73 380 salariés). Il s'agit du secteur qui subit la plus forte baisse en 2025, devant les prestations techniques (-5,0 %) et la distribution cinématographique (-4,9 %). Pour la première fois, le niveau d'emploi s'établit à un niveau inférieur à celui d'avant crise (62 986 salariés en 2019, soit -4,0 %).

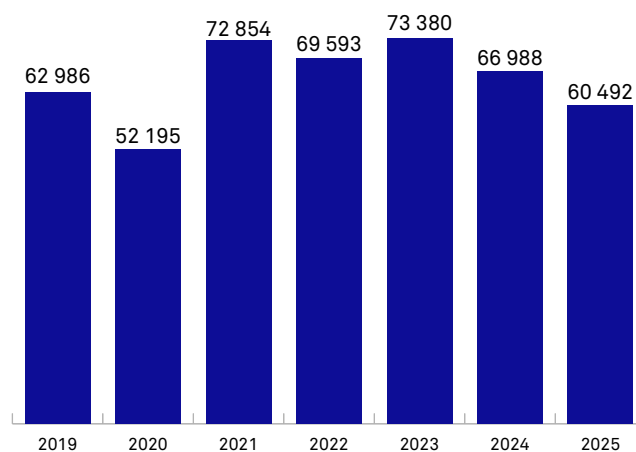
Les effectifs intermittents représentent 91,9 % des effectifs du secteur, une part relativement stable depuis 2019 (91,6 %). La baisse des effectifs sur un an est plus prononcée pour cette catégorie (-10,0 %, à 55 858 salariés) que pour les permanents (-5,9 %, à 4 931 salariés). À noter que la baisse du nombre d'intermittents observée en 2025 est nettement plus prononcée que la réduction du nombre de jours de tournage pour les films de fiction d'initiative française agréés cette même année : 5 565 jours de tournage en 2025 contre 5 738 jours en 2024 (-3,0 %).

La baisse des effectifs s'observe dans chaque tranche d'âge, mais est plus marquée pour les salariés de moins de 30 ans (-13,9 %, à 19 551 salariés, une baisse également plus marquée que dans les autres secteurs). Les moins de 30 ans restent toutefois la tranche d'âge la plus importante (32,3 % des effectifs), devant les 30-39 ans (25,8 % des effectifs), bien que leur part soit en baisse continue depuis quatre ans (36,2 % en 2021). À l'inverse, la part des salariés de 50 ans et plus progresse sur la même période, à 23,6 % en 2025 (+1,9 point par rapport à 2021). La part de moins de 30 ans s'établit à un niveau équivalent à celui de la production audiovisuelle (32,1 %) et légèrement supérieur à celui observé dans la production de films et de programmes d'animation (30,7 %).

27 304 femmes sont salariées par les entreprises de production cinématographique en 2025, soit 45,1 % des effectifs, une part en hausse continue au cours des dernières années (+3,4 points par rapport à 2019,

+0,4 point sur un an). Les femmes sont majoritaires au sein des effectifs permanents de la production cinématographique (53,8 % en 2025, contre 51,8 % en 2019) mais demeurent minoritaires parmi les effectifs intermittents (44,4 %), malgré la dynamique positive observée depuis 2019 (40,8 %).

Emploi dans la production cinématographique



Base : entreprises de production cinématographique.
Sources : Audiens – Datalab.

Stabilisation de l'activité dans la production d'animation, après une forte baisse observée en 2024

Les entreprises de production de films et de programmes d'animation emploient 13 131 salariés en 2025, en léger recul sur un an (13 282 salariés en 2024, soit -1,1 %) mais un niveau nettement supérieur à 2019 (11 559 salariés, soit +13,6 %, une croissance plus importante que pour les autres secteurs). Trois quarts des salariés du secteur (75,4 %, soit 10 062 salariés) sont intermittents. Après deux années de recul prononcé (-9,1 % entre 2022 et 2024), les effectifs intermittents se stabilisent (-0,3 % sur un an), tandis que les effectifs permanents connaissent une baisse significative (-5,3 %, à 3 276 salariés). Par rapport à l'avant crise, la hausse des effectifs est équivalente entre les salariés intermittents (+13,7 %) et les permanents (+12,6 %).

Dans le détail, le recul de l'emploi permanent sur un an concerne quasi uniquement les CDD (-15,9 %, à 791 salariés), le nombre de CDI étant relativement stable (-0,9 %, à 2 406 salariés). Par rapport à l'avant crise, le nombre de salariés en CDI progresse très fortement (+26,4 %), à l'inverse des salariés en CDD (-25,7 %) ; par conséquent, la part de CDI augmente nettement sur la période (75,3 % des permanents en 2025, contre 64,1 % en 2019).

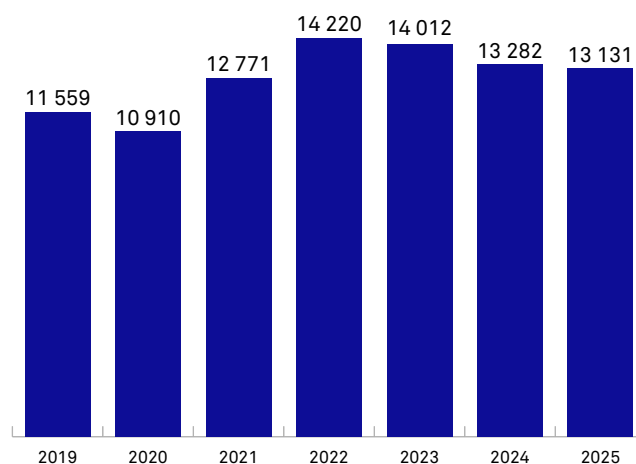
L'évolution du nombre de salariés varie selon les tranches d'âge. Les effectifs âgés entre 30 et 50 ans progressent de 2,3 % sur un an, à 7 541 salariés ; à l'inverse, le nombre de moins de 30 ans recule de 5,5 %, à 4 036 salariés, tout comme les salariés de 50 ans et plus (-5,1 %, à 1 554 salariés). Si les effectifs de moins de 30 ans diminuent en 2025, cette baisse est nettement plus contenue que ce qui a été observé entre 2023 et 2024 (-12,9 %).

Alors que le secteur de l'animation comptait auparavant une proportion plus élevée de jeunes salariés comparée aux autres champs de la production (36,5 % en 2019 dans l'animation, contre 33,6 % dans la production cinématographique et 31,6 % dans la production audiovisuelle), la

part de jeunes salariés y est légèrement inférieure depuis 2024, en raison de la baisse des effectifs qui a d'abord touché les moins de 30 ans dans l'animation (30,7 % en 2025, contre 32,3 % dans la production cinématographique et 32,1 % dans la production audiovisuelle).

La part de femmes employées dans le secteur de la production de films et de programmes d'animation est plus faible que dans les autres champs de la production : 5 495 femmes sont employées dans le secteur en 2025, soit 41,8 % de l'ensemble des effectifs, contre 45,1 % dans la production cinématographique et 43,9 % dans la production audiovisuelle. Cette part est stable sur un an (41,5 % en 2024) mais progresse fortement par rapport à 2019 (37,4 %, soit +4,5 points), portée par une répartition paritaire des effectifs parmi les salariés de moins de 30 ans (51,1 % de femmes en 2025, contre 31,5 % pour les 50 ans et plus).

Emploi dans la production de films et de programmes d'animation



Base : entreprises de production de films et de programmes d'animation.
Sources : Audiens – Datalab.

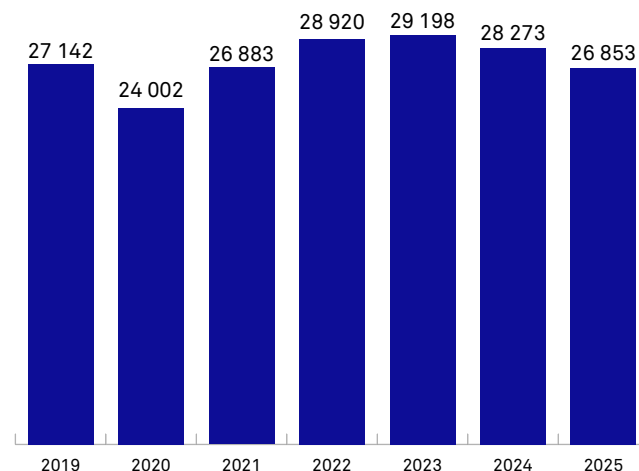
Recul de l'emploi dans les prestations techniques sur un an, à un niveau inférieur à celui d'avant crise

L'emploi généré par les entreprises de prestations techniques diminue en 2025 (-5,0 %, à 26 853 salariés). Le nombre de salariés s'établit ainsi à un niveau légèrement inférieur à celui de 2019 (-1,1 %).

Le recul de l'activité sur un an touche en premier lieu les salariés intermittents (-7,1 %, à 15 080 salariés en 2025), la baisse du nombre de salariés permanents étant quant à elle moins marquée (-1,6 %, à 12 174 salariés). Par rapport à 2019, le nombre de permanents augmente significativement (+11,7 %), à l'inverse des intermittents dont l'activité recule (-8,9 %). Compte tenu de cette double évolution, la part de permanents progresse depuis 2019 et s'établit à 44,7 % des salariés (39,7 % en 2019). Parmi les contrats de permanents, le nombre de salariés en CDD recule dans des proportions proches de ceux en CDI, soit respectivement -3,0 % par rapport à 2024, à 2 757 salariés, et -2,1 %, à 9 449 salariés. En revanche, le nombre de CDI progresse fortement par rapport à l'avant crise (+14,1 %), à l'inverse des CDD (-3,1 %). Aussi, si la part de CDD se stabilise en 2025, à 22,6 % des effectifs permanents (22,8 % en 2024), elle recule par rapport à 2019 (25,6 %).

La part de moins de 30 ans baisse pour la deuxième année consécutive et s'établit à 24,9 % (25,8 % en 2024 et 26,7 % en 2023), retrouvant ainsi un niveau proche de 2019 (24,4 %). À l'inverse, la part de 50 ans et plus progresse continûment sur la période (25,7 % en 2025, contre 21,9 % en 2019).

Le secteur des prestations techniques est l'activité soutenue par le CNC qui présente la part de femmes la plus faible, à 32,1 % des effectifs déclarés en 2025, une part qui augmente légèrement par rapport à 2019 (30,2 %, soit +1,9 point).

Emploi dans les prestations techniques

Base : entreprises de prestations techniques (spectacle vivant exclu).
Source : Audiens – Datalab.

Un recul de l'emploi pour la troisième année consécutive dans la distribution cinématographique

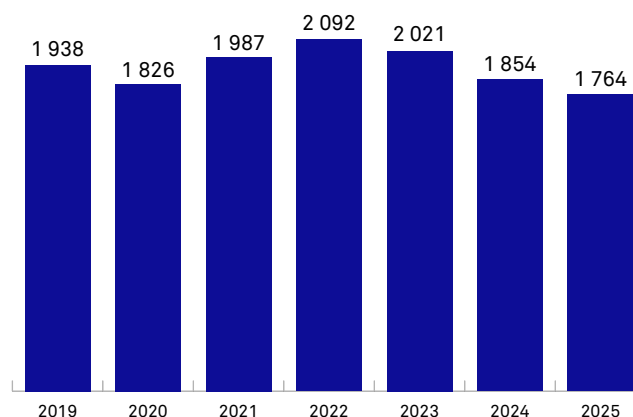
Bien que le nombre de films sortis en première exclusivité progresse fortement (812 films en 2025 contre 743 films en 2024, soit +9,3 %), les effectifs des entreprises de distribution cinématographique diminuent pour la troisième année consécutive : le secteur compte 1 764 salariés en 2025, soit -4,9 % par rapport à 2024 (-15,7 % par rapport au niveau record de 2022). En outre, le secteur de la distribution cinématographique présente un niveau d'emploi nettement inférieur à celui de 2019 (1 938 salariés en 2019, soit -9,0 %), et la baisse la plus importante tous secteurs confondus avec l'exploitation cinématographique (-9,2 %).

Le secteur est composé quasi intégralement de salariés permanents (98,8 % des effectifs en 2025). Le recul de l'emploi touche en premier lieu les salariés en CDD (322 salariés en 2025, -14,8 % sur un an et -20,5 % par rapport à 2019), la baisse étant plus ténue pour les salariés en CDI (1 485 salariés en 2025, -2,9 % par rapport à 2024 et -7,7 % par rapport à 2019).

Les salariés de moins de 30 ans, qui représentent plus d'un quart des effectifs (27,3 %, soit 481 salariés), sont les premiers touchés par la réduction de l'emploi dans le secteur (-11,3 % sur un an, mais +0,2 % par rapport à 2019). La part des moins de 30 ans est, par conséquent, en baisse par rapport à 2024 (29,2 %, soit -1,9 point) mais reste en hausse par rapport à l'avant crise (24,8 % en 2019, soit +2,5 points).

Comme chaque année, la distribution cinématographique est le seul secteur qui comprend une nette majorité de femmes : en 2025, 1 057 femmes sont employées dans le secteur, soit 59,9 % des effectifs, au plus haut depuis le début du suivi en 2019.

Emploi dans la distribution cinématographique



Base : entreprises de distribution cinématographique.
Source : Audiens – Datalab.

L'exploitation cinématographique, le secteur avec la plus forte baisse d'effectifs par rapport à 2019

Après deux années de légère baisse, le nombre d'établissements de projection cinématographique en France hexagonale repart à la hausse (2 060 établissements en 2025, contre 2 053 en 2024 et 2 044 en moyenne entre 2017 et 2019).

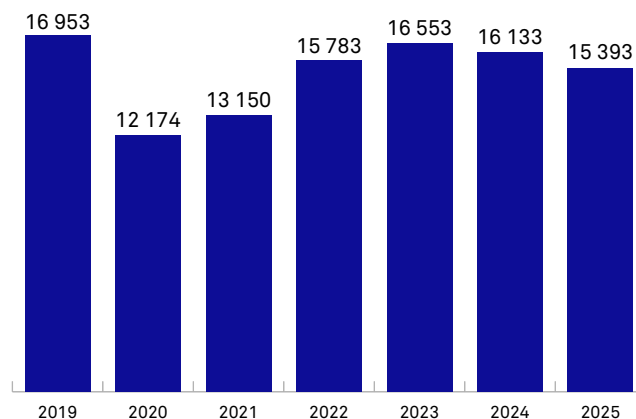
Les effectifs du secteur baissent de 4,6 % sur un an, à 15 393 salariés, soit -9,2 % par rapport à 2019. Il s'agit du secteur qui connaît la plus forte baisse d'effectifs par rapport à l'avant crise, juste devant la distribution cinématographique (-9,0 %).

Comme pour la distribution cinématographique, la quasi-totalité des salariés du secteur sont des permanents (99,0 % des effectifs en 2025). Parmi les permanents, 61,2 % des salariés sont en CDI (60,8 % en 2024 et 60,6 % en 2019). La baisse des effectifs observée en 2025 touche l'ensemble des effectifs, quel que soit leur contrat, mais de manière légèrement plus prononcée pour les CDD (-6,4 % en 2025, à 6 216 salariés) que pour les CDI (-5,0 %, à 9 785 salariés). Par rapport à l'avant crise, la réduction du nombre de salariés est également un peu plus marquée pour les salariés en CDD (-11,4 %, contre -9,2 % pour les CDI).

Plus de la moitié des effectifs du secteur (8 511 salariés, soit 55,3 %) ont moins de 30 ans en 2025, une part en légère baisse par rapport à 2019 (56,7 %). Les salariés plus jeunes sont les premiers touchés par la réduction des effectifs : sur 740 salariés en moins en 2025, 565 ont moins de 30 ans, soit 76,4 % de la baisse d'emploi du secteur.

Le secteur de l'exploitation cinématographique est le seul à présenter une parité quasi parfaite parmi ses effectifs (7 885 femmes, soit 51,2 % des effectifs en 2025).

Emploi dans l'exploitation cinématographique



Base : entreprises d'exploitation cinématographique.
Sources : Audiens – Datalab.

L'emploi en régions

Près de 60 % des établissements implantés en Île-de-France, mais une décentralisation à l'œuvre sur le long terme

En 2025, 10 998 entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma sont actives en France, soit 64 de plus qu'en 2024 (+0,6 %) et 1 690 de plus qu'en 2019 (+18,2 %).

Le nombre d'établissements (une entreprise peut compter plusieurs établissements) se stabilise en 2025 (12 217 établissements, le même nombre qu'en 2024, et +17,7 % par rapport à 2019). Par rapport à l'avant crise, le nombre d'établissements progresse fortement en production : +784 dans la production audiovisuelle, à 4 147 (+23,3 %), +610 dans la production de films institutionnels et publicitaires, à 3 120 (+24,3 %), et +347 dans la production cinématographique, à 2 676 (+14,9 %). Leur nombre progresse aussi, mais de manière moins prononcée, dans la projection de films (+88, à 1 140, soit +8,4 %), la postproduction (+29, à 721, soit +4,2 %) et l'édition de chaînes généralistes (+10, à 142, soit +7,6 %). À l'inverse, le nombre d'établissements de distribution cinématographique diminue légèrement (-16 établissements, à 136, soit -10,5 %), tout comme ceux actifs dans l'édition de chaînes thématiques (-13, à 102, soit -11,3 %) et dans l'édition et la distribution vidéo (-4, à 33, soit -10,8 %).

7 174 établissements sont implantés en Île-de-France en 2025, soit 58,7 % de l'ensemble des établissements, une part en baisse tendancielle sur 20 ans (59,1 % en 2024, 62,3 % en 2019 et 66,9 % en 2006). En 2025, plus du tiers (38,8 %) des établissements franciliens exercent une activité de production audiovisuelle, et plus d'un quart (25,8 %), une activité de production cinématographique. Bien qu'étant en baisse, la part d'établissements implantés en Île-de-France reste significativement plus élevée dans la distribution cinématographique (82,4 % des établissements en 2025, -5,8 points par rapport à

2019), l'édition et distribution vidéo (72,7 %, -5,7 points), la production cinématographique (69,2 %, -7,0 points) et la production audiovisuelle (67,2 %, -2,9 points). Hors Île-de-France (+1 130 établissements entre 2019 et 2025), les créations d'établissements sur la période sont portées par les régions méridionales : +192 établissements en Provence-Alpes-Côte d'Azur (762 établissements, soit 6,2 % de l'ensemble des établissements en 2025), +188 établissements en Auvergne-Rhône-Alpes (854, soit 7,0 %), +141 établissements en Occitanie (631, soit 5,2 %) et +129 établissements en Nouvelle-Aquitaine (651, soit 5,3 %). Depuis 2019, le dynamisme des écosystèmes du

cinéma et de l'image en Provence-Alpes-Côte d'Azur et en Occitanie a bénéficié d'un accompagnement renforcé dans le cadre de *La grande fabrique de l'image*. Ce dispositif a accordé une attention particulière aux projets situés dans les deux régions de l'arc méditerranéen (respectivement neuf et onze projets lauréats parmi les 68 retenus au niveau national). Par ailleurs, les départements et régions d'Outre-mer présentent le plus fort taux de croissance (+47,6 % entre 2019 et 2025, soit 39 établissements supplémentaires, à 121 au total), suivis par les Hauts-de-France (+38,1 %, soit 99 établissements supplémentaires, à 359 au total).

Etablissements des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Auvergne-Rhône-Alpes	666	684	754	794	833	858	854
Bourgogne-Franche-Comté	133	139	142	155	161	161	168
Bretagne	284	284	316	341	346	352	360
Centre-Val de Loire	144	145	173	192	192	197	195
Corse	56	58	60	68	70	68	69
Grand Est	256	255	266	290	296	303	303
Hauts-de-France	260	263	299	320	344	349	359
Île-de-France	6 469	6 333	6 818	7 186	7 276	7 216	7 174
Normandie	185	190	215	225	228	242	238
Nouvelle-Aquitaine	522	519	545	609	642	648	651
Occitanie	490	504	557	594	617	623	631
Pays de la Loire	265	265	284	300	323	333	332
Provence-Alpes-Côte d'Azur	570	579	637	695	705	741	762
Outre-mer	82	80	106	112	130	126	121
ensemble	10 382	10 298	11 172	11 881	12 163	12 217	12 217

Source : Audiens.

Niveau d'emploi en baisse en 2025, à 212 000 salariés, proche de l'avant crise

En 2025, 211 791 emplois sont comptabilisés par les entreprises des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma en France, un niveau en baisse par rapport à 2024 (220 681 salariés, soit -4,0 %) mais qui demeure légèrement supérieur à celui de 2019 (209 220 salariés, soit +1,2 %).

L'Île-de-France est la première région française dans le secteur de l'audiovisuel et du cinéma avec 169 396 emplois en 2025, soit 70,0 % de l'ensemble des effectifs du secteur, une part stable sur un an (69,6 % en 2024) mais en baisse par rapport à l'avant crise (73,0 % en 2019). Plus de 40 % (40,5 %) des individus salariés dans la région travaillent dans des établissements de production de films et programmes pour la télévision, une part légèrement plus importante qu'à l'échelle nationale (36,9 %) qui s'explique par la densité du tissu des établissements de production audiovisuelle en Île-de-France (38,8 % des établissements de la région, contre 33,9 % des établissements à l'échelle nationale). L'importance de cette part doit toutefois être relativisée, ces établissements intégrant des productions dont les tournages se déroulent dans les autres régions. Si 80,2 % des effectifs salariés dans la production de films et programmes pour la télévision sont rattachés à un établissement d'Île-de-France, ils ne sont que 53,8 % à y résider.

Une baisse de l'emploi dans chaque région, sauf en Occitanie, dans les Pays de la Loire et en Grand Est

Entre 2024 et 2025, les effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma diminuent dans la majorité des régions. Le recul est particulièrement marqué dans cinq territoires : en Centre-Val de Loire (2 720 salariés en 2025, soit -28,0 % sur un an), en Corse (1 052 salariés, soit -15,5 %), en Auvergne-Rhône-Alpes (9 391 salariés, soit -14,2 %), en Bretagne (4 081 salariés, soit -11,1 %) et dans les Hauts-de-France (4 350 salariés, soit -11,0 %). Pour les deux premières régions, cette baisse prononcée intervient après une année 2024 marquée par une augmentation exceptionnelle de l'activité (+50,4 % en Centre-Val de Loire et +16,8 % en Corse entre 2023 et 2024) ; le nombre de salariés reste ainsi supérieur à celui de 2023 en Centre-Val de Loire (+8,3 %) et s'établit à un niveau relativement proche en Corse (-1,3 %). En Auvergne-Rhône-Alpes, l'activité avait aussi progressé entre 2023 et 2024 (+10,1 %), mais le recul est plus marqué en 2025, si bien que le nombre de salariés est moindre en 2025 par rapport à 2023 (-5,6 %). En revanche, la baisse de l'emploi en Bretagne prolonge celle déjà observée en 2024 (-20,7 %). Après avoir atteint un sommet en 2023 (5 789 salariés), le niveau d'emploi connaît ainsi une forte contraction de 29,5 % sur deux ans, mais reste au-dessus des 4 000 salariés et supérieur à celui observé avant crise (3 874 salariés en 2019, soit +5,3 %).

Dans chacune de ces trois régions, la baisse des effectifs s'explique par des raisons différentes. Dans les trois premières régions, la baisse de l'emploi provient d'abord d'un fort rétrécissement de l'activité des établissements de production de films pour le cinéma, après une année 2024 exceptionnelle : -46,1 %, à 1 134 salariés en Centre-Val de Loire, -40,1 %, à 270 salariés en Corse, et -41,5 %, à 1 225 salariés en Auvergne-Rhône-Alpes. Cette baisse de l'activité dans la production cinématographique s'accompagne aussi d'un recul de la production de films institutionnels et publicitaires en Centre-Val de Loire (-28,6 % à 322 salariés) et de la production audiovisuelle

en Auvergne-Rhône-Alpes (-16,6 %, à 3 119 salariés). En Bretagne, la baisse est principalement liée à la production audiovisuelle (-21,3 %, à 1 016 salariés), tandis que, dans les Hauts-de-France, le recul provient de l'activité de postproduction (-61,0 %, à 230 salariés, pour un établissement supplémentaire, à 15 établissements), alors même que la production cinématographique est en forte croissance sur un an (+38,8 %, à 379 salariés).

Dans un contexte de baisse globale de l'activité, le niveau d'emploi augmente toutefois, modérément, dans trois régions en 2025 : en Occitanie (+4,0 %, à 11 195 salariés), dans les Pays de la Loire (+2,0 %, à 5 558 salariés) et en région Grand Est (+2,0 %, à 5 402 salariés).

Par rapport à l'avant crise, l'emploi est en hausse dans chaque région, hormis dans les régions Hauts-de-France et Grand Est où il connaît une baisse importante (respectivement -21,5 % et -16,3 % par rapport à 2019), et en Île-de-France où l'activité reste relativement stable (-0,8 %). À l'inverse, les effectifs sont en très forte croissance en Occitanie (+76,9 %), Normandie (+57,2 %) et Centre-Val de Loire (+44,4 %).

Effectifs des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Auvergne-Rhône-Alpes	8 845	7 732	9 342	9 920	9 945	10 949	9 391
Bourgogne-Franche-Comté	1 504	1 201	1 462	1 766	1 867	1 764	1 601
Bretagne	3 874	3 460	4 510	4 781	5 789	4 589	4 081
Centre-Val de Loire	1 884	1 718	2 170	2 514	2 512	3 777	2 720
Corse	869	845	1 021	1 044	1 066	1 245	1 052
Grand Est	6 455	4 568	5 136	5 240	6 034	5 296	5 402
Hauts-de-France	5 539	3 907	4 333	4 688	4 939	4 886	4 350
Île-de-France	170 848	152 162	184 157	181 115	187 258	176 410	169 396
Normandie	2 032	1 898	1 996	2 188	2 491	3 391	3 194
Nouvelle-Aquitaine	8 184	6 686	8 235	9 877	9 687	9 914	9 468
Occitanie	6 328	6 692	10 496	12 232	10 537	10 763	11 195
Pays de la Loire	4 697	4 438	5 166	6 006	5 563	5 447	5 558
Provence-Alpes-Côte d'Azur	10 277	9 875	12 118	18 941	13 721	11 594	11 489
Outre-mer	2 770	2 813	3 399	3 337	3 964	3 308	3 240
ensemble ¹	209 220	187 098	224 309	227 678	233 092	220 681	211 791

¹ Effectifs dédoublonnés : un même individu ayant exercé dans plusieurs régions n'est comptabilisé qu'une seule fois.
Source : Audiens.

Un recul de la masse salariale qui s'observe dans la majorité des régions

La masse salariale dégagée en 2025 est de 4,4 Md€. L'Île-de-France concentre 78,2 % de la masse salariale totale (3,4 Md€), une part en léger retrait par rapport à l'avant crise (79,6 % en 2019).

Entre 2024 et 2025, la masse salariale en France recule de 1,4 % mais reste nettement supérieure au niveau d'avant crise en euros courants (+16,2 %) ; cette hausse est toutefois uniquement due à l'inflation, la masse salariale en euros courants étant stable par rapport à 2019 (+0,2 %). Sur 14 régions, la masse salariale recule dans neuf régions, se stabilise dans trois régions (évolution inférieure à +/-1 %) et progresse légèrement dans deux régions, en Occitanie (+2,6 %, à 141,9 M€) et dans les Outre-mer (+1,7 %, à 81,6 M€). Parmi les neuf régions qui enregistrent une baisse de la masse salariale en 2025, celle-ci est particulièrement marquée en Auvergne-Rhône-Alpes (-9,7 %, à 138,6 M€), dans les Hauts-de-France (-9,3 %, à 61,4 M€) et en Centre-Val de Loire (-6,3 %, à 26,1 M€).

La forte baisse de la masse salariale en Auvergne-Rhône-Alpes est presque intégralement imputable aux établissements d'édition de chaînes thématiques (-36,0 % sur un an, à 12,2 M€, pour une baisse d'effectifs de 37,6 %) et de production audiovisuelle (-21,1 % sur un an, à 27,4 M€, pour une baisse d'effectifs de 16,6 %). Ces deux activités accusent également un fort recul dans les Hauts-de-France (-49,7 % dans l'édition de chaînes thématiques, à 2,2 M€, pour une baisse d'effectifs de 42,3 %, et -14,3 % dans la production audiovisuelle, à 13,5 M€, pour une baisse d'effectifs de 7,3 %) ; dans cette région, la baisse de l'activité s'observe aussi dans le secteur de la postproduction (-31,5 % sur un an, à 3,8 M€, pour une baisse d'effectifs de 61,0 %). Enfin, le recul de la masse salariale en Centre-Val de Loire provient quasi intégralement de la production cinématographique (-43,7 %, à 3,2 M€, pour une baisse d'effectifs de 46,1 %).

Le recul de la masse salariale est relativement modéré en Île-de-France (-1,1 %), mais compte tenu du poids

important de la région dans la masse salariale générée à l'échelle nationale, cette diminution représente à elle seule 60,0 % de la baisse constatée sur l'ensemble du territoire (-37,1 M€ sur -61,8 M€).

Enfin, la masse salariale en euros courants est supérieure d'au moins 10 % au niveau de 2019 dans chacune des régions, à l'exception des Hauts-de-France (+8,8 %). Sur la période 2019-2025, l'indice des prix a progressé de 16,0 % ; par conséquent, toutes les régions pour lesquelles la hausse de la masse salariale en euros courants est inférieure à ce seuil connaissent un recul de la masse salariale en euros constants. Cinq régions sont dans cette situation : les Hauts-de-France (+8,8 % en euros courants et -6,2 % en euros constants), la région Grand Est (+11,9 % en euros courants et -3,5 % en euros constants), la région Provence-Alpes-Côte d'Azur (+13,0 % en euros

courants et -2,6 % en euros constants), l'Île-de-France (+14,0 % en euros courants et -1,7 % en euros constants) et l'Auvergne-Rhône-Alpes (+14,1 % en euros courants et -1,6 % en euros constants).

À l'inverse, la hausse de la masse salariale est particulièrement marquée en Occitanie (+60,2 % en euros courants et +38,1 % en euros constants, hausse en partie explicable par l'implantation des studios de France Télévisions à Vendargues en 2018, notamment lieu de tournage du feuilleton quotidien *Un si grand soleil*, ou par le lancement en 2020 du feuilleton quotidien *Ici tout commence*, pour TF1), suivie par la Nouvelle-Aquitaine (+35,0 % en euros courants +16,4 % en euros constants), le Centre-Val de Loire (+31,8 % en euros courants et +13,6 % en euros constants) et les Pays de la Loire (+29,2 % en euros courants, +11,4 % en euros constants).

Masse salariale des secteurs de l'audiovisuel et du cinéma selon la région (M€)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Auvergne-Rhône-Alpes	121,5	112,3	132,9	145,2	146,8	153,6	138,6
Bourgogne-Franche-Comté	21,4	18,2	19,7	23,1	24,7	25,5	25,1
Bretagne	36,5	31,8	37,3	42,7	47,2	46,0	45,6
Centre-Val de Loire	19,8	17,2	18,8	23,5	24,6	27,8	26,1
Corse	16,4	15,7	17,5	18,1	19,1	19,9	19,3
Grand Est	89,0	78,6	84,0	91,8	98,3	99,3	99,6
Hauts-de-France	56,4	45,4	54,2	62,0	66,2	67,7	61,4
Île-de-France	3 023,5	2 778,8	3 206,7	3 401,6	3 509,8	3 485,1	3 448,1
Normandie	26,6	21,7	23,3	27,1	29,9	33,1	33,3
Nouvelle-Aquitaine	94,5	83,8	103,5	129,0	134,1	129,9	127,6
Occitanie	88,6	81,6	110,5	140,3	135,5	138,4	141,9
Pays de la Loire	47,4	52,1	47,9	60,9	61,3	62,7	61,3
Provence-Alpes-Côte d'Azur	89,8	79,1	98,6	150,6	111,8	103,5	101,5
Outre-mer	64,7	61,5	65,7	75,2	78,5	80,2	81,6
ensemble	3 796,2	3 477,9	4 020,5	4 391,1	4 487,8	4 472,7	4 410,9

Source : Audiens.

7.4

La transition environnementale des secteurs cinématographique et audiovisuel

En 2025 :

Les sociétés de distribution
génèrent en moyenne,

400 tCO₂e
par an

avec des écarts d'émissions
pouvant aller de 1 à 7 selon
la typologie de société

Les services de marketing,
responsables de

70 % des
émissions
carbone

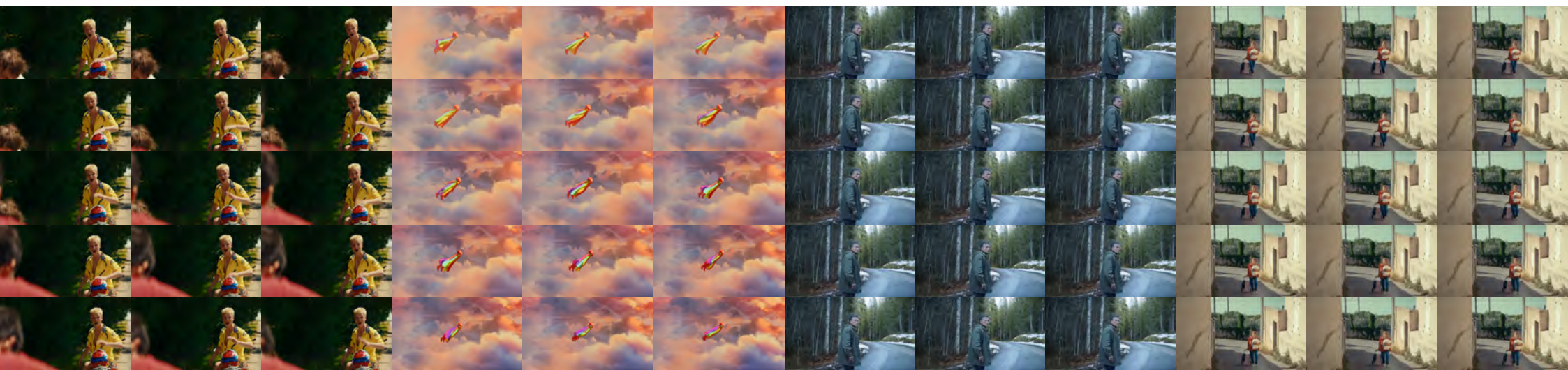
de la distribution salles en
France

318 tCO₂e
en moyenne

pour les longs métrages de
fiction et

53
grammes
de CO₂e

par euro dépensé pour un long
métrage de fiction



Le Plan Action !

Un plan sur trois ans, lancé en 2021

En juin 2021, le CNC a annoncé la mise en place du *Plan Action ! pour une politique publique de transition écologique et énergétique dans les secteurs du cinéma, de l'audiovisuel et de l'image animée*. Dans ce cadre, plusieurs actions ont été mises en œuvre dès 2022 :

- Un observatoire de la transition écologique qui conduit des études en lien avec des opérateurs spécialisés sur les questions environnementales ;
- Une offre de formation initiale gratuite, qui se traduit par une sensibilisation au sujet de l'éco-production à destination des étudiants des écoles supérieures de nos secteurs en co-financement avec BNP Paribas et Audiens. Une soixantaine d'écoles est concernée chaque année sur tout le territoire (2022-2026). L'objectif est de pouvoir accompagner plus de 6 000 étudiants. La Base, Flying Secoya et le Bureau des acclimatations, experts dans le domaine, ont élaboré les contenus de ces sessions de formation.
- Une offre de formation continue gratuite à destination des exploitants de salles de cinéma dans le but de les accompagner dans la transition écologique de la gestion de leurs établissements. Cette formation a débuté en novembre 2024 et est proposée dans chaque région par La Base et l'ADRC.
- Depuis le 1^{er} janvier 2024, les aides à la production du CNC pour les œuvres cinématographiques et audiovisuelles en prises de vues réelles ont été conditionnées par le dépôt obligatoire d'un bilan carbone prévisionnel et d'un bilan carbone définitif. Pour y répondre, les demandeurs doivent utiliser un des trois calculateurs carbone homologués par le CNC : le Carbon'Clap d'Ecoprod, le Seco2 de Flying Secoya ou le Carbon Stage de Greenly. Cette obligation s'est étendue depuis le 1^{er} mars 2025 aux œuvres nativement numériques (animation, jeux vidéo).
- Le référentiel AFNOR SPEC 2308 de la production cinématographique, audiovisuelle et publicitaire responsable, porté par le CNC et la DGMIC et composé de 28 critères et

3 niveaux d'exigences, a été publié en mai 2024 avec pour objectif d'accompagner les professionnels dans la mise en place de pratiques respectueuses de la responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

Saison 2 du Plan Action ! : un nouveau cap pour 2025-2027

Présentée lors d'une journée dédiée le 11 mars 2025, la saison 2 du *Plan Action !* a ouvert une nouvelle séquence dans l'action du CNC en faveur de la transition écologique. Depuis le 1^{er} mars 2025, les œuvres d'animation et les jeux vidéo sont soumis à l'obligation de dépôt de bilans carbone prévisionnel et définitif, alignant ainsi l'ensemble des œuvres aidées sur un socle commun d'exigence environnementale. L'homologation des outils Carbutator, pour l'animation, et Jyros, pour le jeu vidéo, a permis de doter ces secteurs d'outils adaptés à leurs spécificités techniques et numériques.

En parallèle, une actualisation du protocole d'homologation des calculateurs carbone dédiés aux œuvres en prises de vues réelles a été engagée en 2025. Cette révision, dont l'achèvement est prévu en 2026, vise à renforcer la rigueur méthodologique des données produites par les différents outils de mesure carbone, notamment par une harmonisation des grands postes d'émissions, des unités de mesure et des facteurs d'émission de référence.

Enfin, la saison 2 du *Plan Action !* prend appui sur le référentiel AFNOR SPEC. En 2025, le CNC a ainsi instauré la prime RSE+, une aide forfaitaire de 28 000 € attribuée aux productions de fiction en prises de vues réelles atteignant le niveau 2 du référentiel. Ce dispositif encourage les entreprises à s'engager dans une démarche durable et responsable, embarquant ainsi toute la filière.

Un dépôt obligatoire d'un bilan carbone prévisionnel et définitif depuis le 1^{er} mars 2025 pour les œuvres d'animation et les jeux vidéo.

L'Observatoire de la transition écologique et énergétique

Dans le cadre du *Plan Action !*, le CNC a lancé dès 2021 l'Observatoire de la transition écologique qui a pour objectifs de produire et collecter des données fiables sur toutes les filières soutenues par le CNC, d'évaluer leur impact environnemental et d'apporter des solutions concrètes aux différents acteurs de ces secteurs. Ces objectifs font, dès lors, l'objet d'un travail collectif : en transversalité au sein du CNC, en collaboration avec les associations professionnelles et les sociétés auditées, et à travers des recours réguliers à des experts de la transition environnementale.

À ce jour, 5 études sectorielles ont été conduites, couvrant progressivement l'ensemble de la chaîne de valeur de l'image animée.

Les premiers travaux ont porté sur l'exploitation cinématographique avec un diagnostic énergétique des salles de cinéma, qui a permis d'identifier les principaux postes de consommation énergétique des établissements et d'évaluer les gains potentiels liés à l'évolution des équipements.

Dans le prolongement de cette analyse, une étude spécifique a été réalisée sur la consommation énergétique et l'analyse du cycle de vie des projecteurs de cinéma, permettant notamment de comparer l'impact environnemental des projecteurs xénon et des projecteurs laser. Les résultats montrent notamment un gain énergétique significatif en faveur de la technologie laser.

L'Observatoire s'est également intéressé aux infrastructures de production avec la publication d'un diagnostic environnemental des studios de tournage, qui analyse les consommations énergétiques, les émissions associées et les marges de progression possibles dans l'exploitation de ces équipements.

Enfin, les activités de production numérique ont fait l'objet d'une analyse spécifique à travers un diagnostic environnemental des studios d'animation, de postproduction et de VFX, mettant en évidence le poids des usages numériques dans la consommation énergétique et les émissions de ces structures.

Diagnostic environnemental de la distribution en salles en France

Le 11 décembre 2025, dans le cadre de l'Observatoire de la transition écologique, le CNC a publié un diagnostic environnemental de la distribution en salles en France, issu d'un audit mené auprès de 18 sociétés représentatives du secteur afin d'objectiver leur impact carbone et d'identifier les leviers de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES).

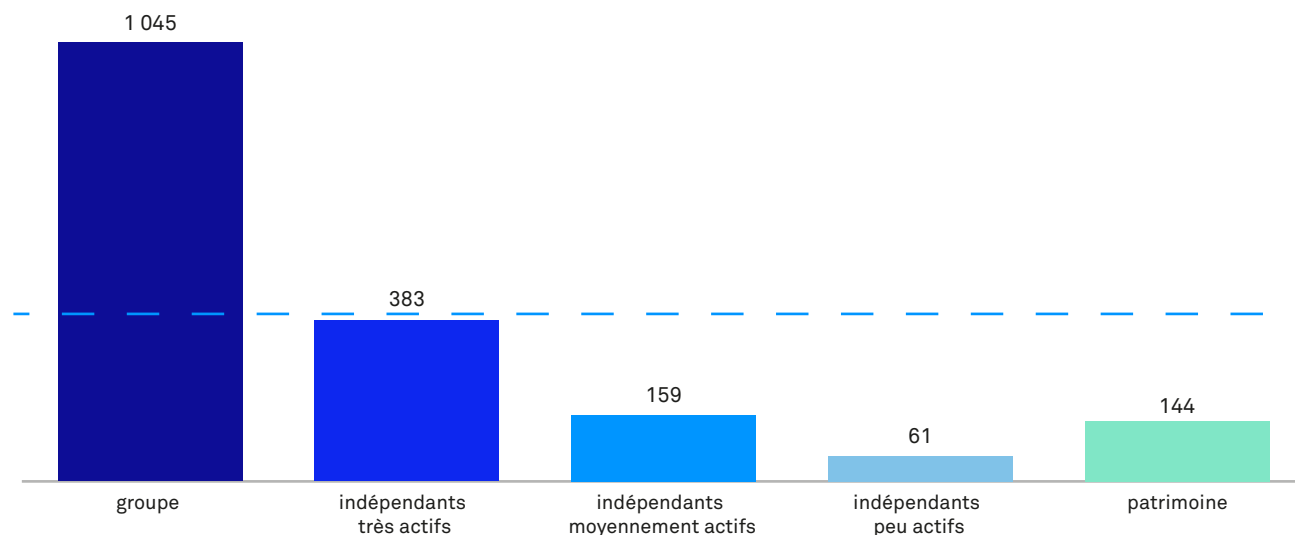
Des niveaux d'émissions étroitement liés au type d'acteur

À l'échelle des 18 sociétés auditées, le bilan fait apparaître un total de 7 201 tonnes de CO₂ équivalent (tCO₂e) en 2024 (année de référence), soit une moyenne d'environ 400 tCO₂e par structure. Cette moyenne, cependant, masque d'importantes disparités selon la taille et la nature des distributeurs.

Les distributeurs intégrés au sein de groupes (majors ou sociétés affiliées à un groupe audiovisuel ou à un exploitant), qui représentent les acteurs de plus grande envergure et assurent souvent la sortie de films dans un plus grand nombre de cinémas, affichent une empreinte moyenne nettement plus élevée, autour de 1 045 tCO₂e par société. À l'inverse, les distributeurs indépendants et spécialisés dans les films de patrimoine présentent des niveaux d'émissions plus contenus, inférieurs à 400 tCO₂e par an.

Le diagnostic note que ces écarts ne sont pas corrélés au nombre de films distribués, mais liés aux stratégies promotionnelles et organisationnelles propres à chaque catégorie d'acteurs. Les sociétés de distribution qui engagent des plans de sortie de grande envergure tendent à générer davantage d'émissions.

Emissions moyennes par société (tCO₂e)



Source : Ekodev - La Base - Citron.

Une empreinte carbone largement dominée par les achats marketing

L'analyse détaillée des postes d'émissions met en évidence la prédominance des intrants – c'est-à-dire l'ensemble des achats de biens matériels et des prestations de services – qui constituent de loin la première source d'impact environnemental liée à l'activité de distribution. Les intrants comprennent notamment les dépenses liées au marketing, à la promotion, aux services techniques et à diverses prestations externes nécessaires à l'exploitation des films (services de doublage et sous-titrage, montage du film annonce, stockage et envoi de films dématérialisés ou de DCP, etc.).

Plus précisément, les achats de services s'élèvent en moyenne à 327 tCO₂e par société, dont environ 80 % imputés aux services marketing, reflétant ainsi le rôle central de la communication et de la promotion dans l'activité des distributeurs. Cette prédominance des achats de services se retrouve particulièrement chez les groupes et les distributeurs de films de patrimoine, pour lesquels la part du marketing dans les émissions de services peut atteindre près de 90 %.

Au sein du marketing, les plans média représentent une source majeure d'émissions, avec 231 tCO₂e en moyenne par distributeur. L'étude met en exergue l'impact croissant des services web et des réseaux sociaux, dont l'empreinte carbone est liée au nombre d'impressions générées. Ce poste est significativement plus élevé pour les groupes dont les films bénéficient de plans de sorties plus larges et de stratégies de communication étendues, notamment sur internet.

Les déplacements professionnels, bien que moins structurants que les achats et la promotion, restent significatifs, notamment pour les groupes qui organisent des tournées d'avant-premières et participent à des événements internationaux. Le diagnostic signale que, pour ces acteurs, les émissions liées aux tournées s'élèvent en moyenne à 47 tCO₂e par société, contre moins de 10 tCO₂e pour les autres distributeurs, avec une part majoritaire liée aux trajets en avion et en jet privé.

Les émissions liées aux déchets sont également abordées dans l'audit. En lien avec l'activité de promotion, les distributeurs les plus actifs génèrent davantage de supports

physiques (affiches, flyers, goodies) qui, une fois arrivés en fin de vie, constituent une source non négligeable de déchets.

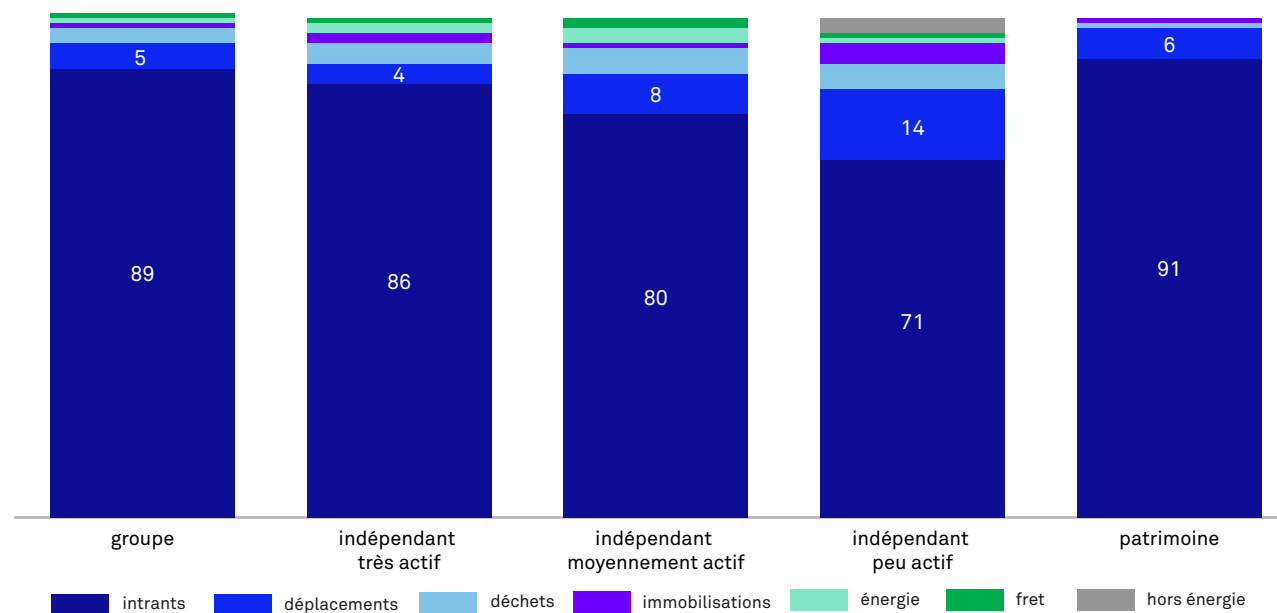
Perspectives et actions possibles

Au-delà de la cartographie des émissions, le diagnostic propose des pistes d'actions concrètes visant à réduire l'impact environnemental du secteur de la distribution. Certaines mesures identifiées sont relativement simples à mettre en œuvre, comme la transmission dématérialisée des copies aux exploitants, deux fois moins émissive que l'envoi d'un DCP, l'optimisation des envois de matériel promotionnel ou encore la rationalisation des supports imprimés. L'étude souligne notamment l'intérêt de mieux adapter les supports promotionnels produits aux capacités réelles des salles à les utiliser. La création d'un fichier partagé entre distributeurs recensant les équipements et formats d'affichage disponibles dans les

établissements peut permettre ainsi de mieux cibler les envois et d'éviter l'expédition systématique de l'ensemble des supports imprimés à toutes les salles.

D'autres actions, notamment celles relatives aux mobilités professionnelles, présentent des gains potentiels importants mais nécessitent un engagement humain et organisationnel plus soutenu. Le diagnostic recommande notamment de privilégier, dans la mesure du possible, les déplacements en train pour les tournées promotionnelles et les festivals nationaux, et de limiter le recours à l'avion lorsqu'une alternative ferroviaire existe. Il souligne également l'importance de sensibiliser les talents et les équipes aux impacts environnementaux de leurs déplacements, en particulier en ce qui concerne l'usage des jets privés, particulièrement émetteurs.

Répartition des émissions par poste selon le groupe (%)



Source : Ekodev - La Base - Citron.

Le bilan carbone des œuvres cinématographiques

Une empreinte carbone des œuvres en prises de vues réelles contrastée et étroitement liée à l'économie des films

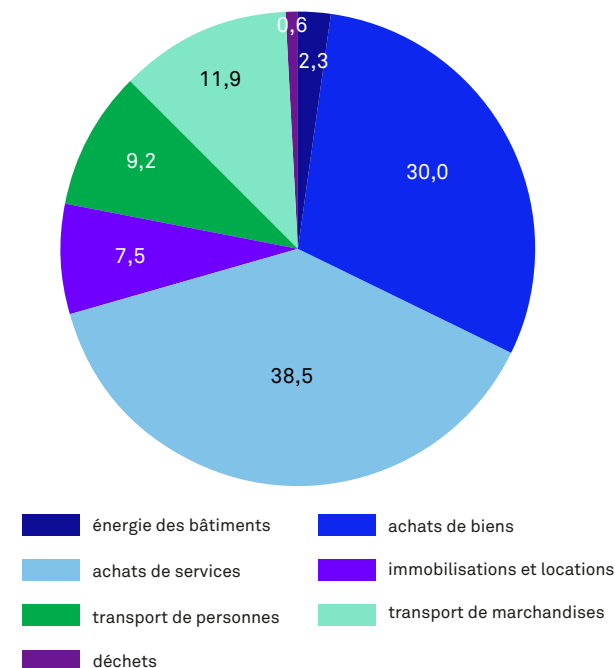
Un travail d'analyse approfondi a été mené sur un échantillon de 108 œuvres cinématographiques en prises de vues réelles pour lesquelles un bilan carbone définitif a été remis en 2024 et 2025. Cette étude permet aujourd'hui de disposer d'une lecture plus fine des dynamiques d'émissions de gaz à effet de serre (GES) propres au secteur du cinéma, en distinguant les typologies d'œuvres et les structures de dépenses.

Les résultats mettent d'abord en évidence une très forte disparité des empreintes carbone. Les écarts observés vont de 1 à 2021 entre un petit court métrage et un long métrage de grande ampleur. Cette dispersion souligne la diversité des modèles de production et des choix artistiques. Si une corrélation nette apparaît entre le coût d'une œuvre et son impact en termes d'émissions de GES – les œuvres les plus coûteuses étant en moyenne les plus émettrices – le budget n'est pas le seul facteur explicatif. Le genre de l'œuvre, les modalités de tournage, de transport ou encore le recours aux effets visuels numériques (VFX) influencent également significativement l'empreinte carbone. Certains postes peuvent, en effet, devenir prépondérants au sein d'un bilan carbone et témoignent à eux seuls de choix artistiques ou de stratégie de production. À titre d'exemple, le poste relatif au transport de biens par voie terrestre peut représenter jusqu'à 89 % des émissions d'un long métrage de fiction, alors qu'il peut être totalement absent pour une autre œuvre de même type. De même, pour un autre long métrage de fiction, les VFX peuvent à eux seuls représenter 46 % du bilan carbone, tandis que certaines productions n'y ont pas recours.

En moyenne, chaque euro investi dans une œuvre cinématographique génère 53 grammes de CO₂e. Cet indicateur permet de rapporter les émissions à l'économie des œuvres et constitue un repère pouvant être suivi dans le temps afin d'évaluer les progrès réalisés en matière de réduction des émissions.

L'analyse par poste d'émissions montre que les achats (biens et services) constituent la principale source d'impact du cinéma (fiction ou documentaire, long métrage ou court métrage), représentant 68,5 % des émissions totales, loin devant les transports (marchandises et personnes), qui en concentrent 21,1 %. Au sein des achats, les services sont majoritaires et représentent 38,5 % des émissions totales. Ils regroupent principalement les prestations intellectuelles, les frais annexes (assurances, honoraires, etc.) et, dans une moindre mesure, les prestations liées aux VFX. Les achats de biens atteignent 30,0 % des émissions et sont principalement constitués des objets de décoration, meubles et accessoires, ainsi que des costumes. Cette structuration confirme que l'empreinte carbone du cinéma est largement liée à la chaîne de valeur des biens et services mobilisés, au-delà des seuls déplacements.

Répartition des émissions du cinéma selon le poste (%)

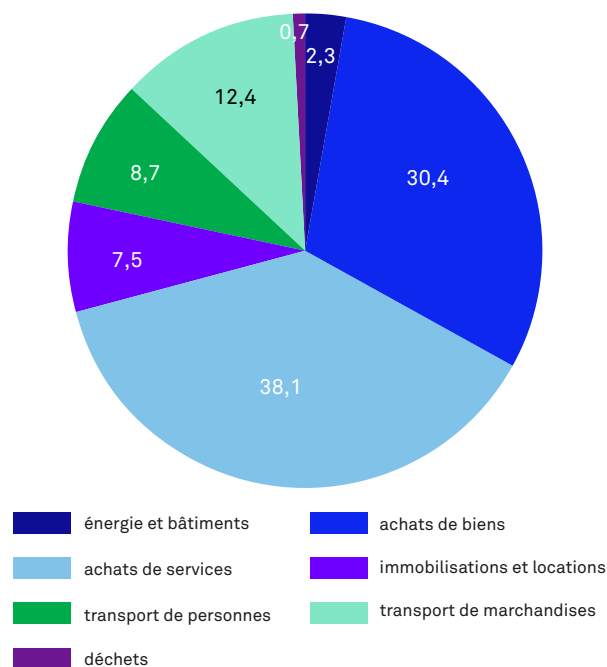


Source : CNC.

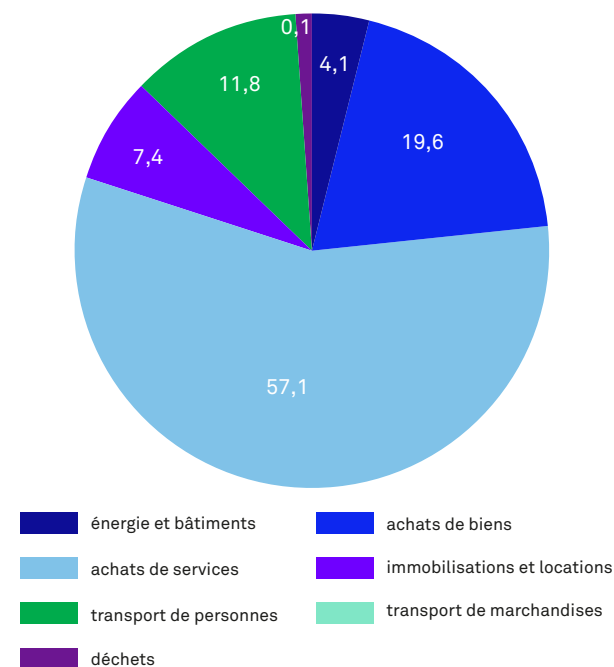
Les longs métrages de fiction génèrent en moyenne 318 tCO₂e par film, soit une intensité carbone moyenne de 53 grammes de CO₂e par euro dépensé. L'analyse de ces longs métrages met en évidence une progression des émissions selon le niveau de devis. Les films dont le devis est inférieur à 1 M€ présentent une empreinte carbone moyenne de 21 tCO₂e. Celle-ci s'élève à 200 tCO₂e pour les œuvres dont le devis est compris entre 1 M€ et 4 M€, puis à 225 tCO₂e pour celles situées entre 4 M€ et 7 M€. Au-delà de 7 M€, l'empreinte moyenne atteint 724 tCO₂e. Ces ordres de grandeur confirment l'existence d'une relation globale entre niveau d'investissement et intensité des émissions. La structure d'émissions reflète l'importance des décors, des équipes techniques et des prestations externes mobilisées, ainsi qu'une part significative des transports de personnes et de marchandises.

Les longs métrages documentaires apparaissent sensiblement plus sobres, avec une empreinte moyenne de 41 tCO₂e par film et une intensité de 38 grammes de CO₂e par euro dépensé. Leur structure diffère de celle des fictions : les achats de services représentent 57,1 % des émissions, avec une proportion plus élevée de prestations de services et de frais annexes, ainsi que de prestations de studio de postproduction. En revanche, le poste des transports y est moins important, notamment en raison d'un transport de marchandises quasi nul dans les œuvres observées.

Répartition des émissions des longs métrages de fiction selon le poste (%)



Répartition des émissions des longs métrages documentaires selon le poste (%)

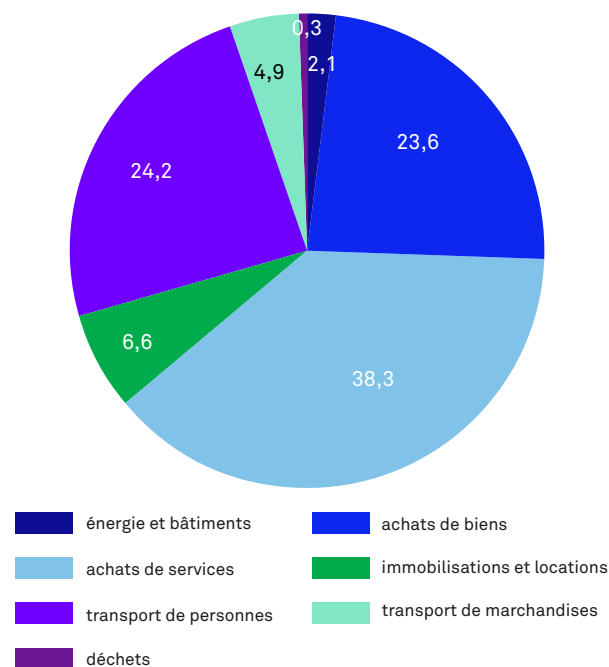


Base : 56 longs métrages de fiction et 9 longs métrages documentaires.
Source : CNC.

L'empreinte carbone d'un long métrage de fiction s'élève en moyenne à 318 tCO₂e.

Les courts métrages présentent un profil spécifique. Leur empreinte moyenne s'élève à 11 tCO₂e par film, mais leur intensité carbone atteint 93 grammes de CO₂e par euro dépensé, soit presque le double de celle d'un long métrage. Cette situation semble traduire l'existence de coûts incompressibles, en particulier en matière de transport de personnes, qui représente à lui seul 24 % des émissions, un niveau presque trois fois plus important que pour les longs métrages. L'empreinte carbone d'un court métrage dépend également fortement de sa durée : elle s'établit en moyenne à 451 kgCO₂e par minute de film.

Répartition des émissions des courts métrages selon le poste (%)



Base : 43 courts métrages.
Source : CNC.

Voir aussi sur www.cnc.fr :

- Journée *Plan Action* !

- Ecoconditionnalité des aides du CNC

- *Diagnostic environnemental de la distribution en salles en France*

Crédits

Couverture

Amélie et la Métaphysique des tubes de Mailys Vallade et Liane-Cho Han © Haut et Court
Partir un jour de Amélie Bonnin © Topshot Films – Les Films du Worso – Pathé Films – France 3
God save the Tuche de Jean Paul Rouve © Pathé Films – Nolita Cinéma
HPI © SEPTEMBRE PRODUCTION ITINERAIRE PRODUCTIONS TF1
Miraculous de Jeremy Zag © SND
Ma Mère, Dieu et Sylvie Vartan de Ken Scott © Gaumont - Egérie Productions – 9492-2663 Québec Inc. - Amazon MGM Studios
L'Agent secret de Kleber Mendonca Filho © Ad Vitam Distribution
Clair Obscur : Expedition 33 © Sandfall Interactive
Flow réalisé par Gints Zilbalodis © UFO Distribution
La Femme la plus riche du monde réalisé par Thierry Klifa © Haut et court
Un ours dans le Jura réalisé par Franck Dubosc © 2024 Gaumont - Pour toi Public productions - France 2 Cinéma
La Tour de glace réalisé par Lucile Hadžihalilović © Metropolitan

La consommation des ménages dans la filière

Amélie et la Métaphysique des tubes de Mailys Vallade et Liane-Cho Han © Haut et Court
La Petite dernière de Hafsia Herzi © June Films
L'Agent secret de Kleber Mendonca Filho © Ad Vitam DistributionExpedition 33
Clair Obscur : Expedition 33 © Sandfall Interactive
Partir un jour de Amélie Bonnin © Topshot Films – Les Films du Worso – Pathé Films – France 3
Un simple accident de Jafar Panahi © Memento Distribution

Cinéma

God save the Tuche de Jean Paul Rouve © Pathé Films – Nolita Cinéma
Ma Mère, Dieu et Sylvie Vartan de Ken Scott © Gaumont - Egérie Productions – 9492-2663 Québec Inc. - Amazon MGM Studios
Le Chant des forêts réalisé par Vincent Munier Haut et Court
Un ours dans le Jura réalisé par Franck Dubosc © 2024 Gaumont - Pour toi Public productions - France 2 Cinéma
Paddington au Perou réalisé par Dougal Wilson © 2024 / STUDIOCANAL FILMS LTD. All Rights Reserved
La Femme la plus riche du monde réalisé par Thierry Klifa © Haut et court
Chien 51 réalisé par Cédric Jimenez © 2025 - Chi-Fou-Mi Productions- Studiocanal - France 2 Cinéma - Jim FilmsSarh Bernahrdt
Everybody loves Touda de Nabil Ayouch © Les Films du Nouveau Monde / Ali n'Productions
Joli Joli de Diasteme © Haut et court

Audiovisuel

Le Syndrome de la Havane série tv documentaire réalisée par Arthur Bouvart et Jules Giraudat, produit par Brotherfilms © CANAL+
HPI © SEPTEMBRE PRODUCTION ITINERAIRE PRODUCTIONS TF1
Des vivants de Jean-Xavier de Lestrade. Série tv co-écrite avec Antoine Lacomblez © What's Up Films - France 2
Astérix mission Cléopâtre de Alain Chabat © 2002 - Pathé Films
Miraculous de Jeremy Zag © SND
La chute de Londres de Babak Najafi © SND
Astérix et l'Empire du milieu de Guillaume Canet © PATHE FILMS - TRESOR FILMS - LES ENFANTS TERRIBLES - TF1 FILMS PRODUCTION - WHITE AND YELLOW FILMS - AUVERGNE RHONE ALPES CINEMA - ARTEMIS PRODUCTIONS
37 secondes série tv réalisée par Laure de Butler, sur un scénario d'Anne Landois et Sophie Kovess-Brun © Arte
Un simple accident de Jafar Panahi © Memento Distribution
Amélie et la Métaphysique des tubes de Mailys Vallade et Liane-Cho Han © Haut et Court

Numérique

37 secondes série tv réalisée par Laure de Butler, sur un scénario d'Anne Landois et Sophie Kovess-Brun © Arte
La Petite dernière de Hafsia Herzi © June Films
Ma Mère, Dieu et Sylvie Vartan de Ken Scott © Gaumont - Egérie Productions – 9492-2663 Québec Inc. - Amazon MGM Studios
Le Comte de Monte-Cristo réalisé par Matthieu Delaporte et Alexandre de La Patellière CHAPTER 2 – PATHE FILMS – M6 FILMS – FARGO FILMS
HPI © SEPTEMBRE PRODUCTION ITINERAIRE PRODUCTIONS TF1
Marie-Antoinette de Deborah Davis © Canal +
Nismet réalisée par Philippe Faucon © Arte
Partir un jour de Amélie Bonnin © Topshot Films – Les Films du Worso – Pathé Films – France 3
L'Agent secret de Kleber Mendonca Filho © Ad Vitam DistributionExpedition 33

Jeu Vidéo

Clair Obscur : Expedition 33 © Sandfall Interactive
Assassins Creed Mirage © Ubisoft
En Garde ! © Fireplace Games
Flight Simulator © Asobo-Microsoft
Rematch © Sloclap
A Plague Tale requiem © Asobo/Focus Entertainment

International

La Pie voleuse réalisé par Robert Guédiguian © Agat Films
L'Inconnu de la Grande Arche réalisé par Stéphane Demoustier © Ex Nihilo
Paddington au Perou réalisé par Dougal Wilson © 2024 / STUDIOCANAL FILMS LTD. All Rights Reserved
Miraculous de Jeremy Zag © SND
Amélie et la Métaphysique des tubes de Mailys Vallade et Liane-Cho Han © Haut et Court
En fanfare réalisé par Emmanuel Courcol © Agat Films & cie - FRANCE 2 CINEMA
43° à l'ombre de Pauline Bailay © Ecce Films
Flow réalisé par Gints Zilbalodis © UFO Distribution
Everybody loves Touda de Nabil Ayouch © Les Films du Nouveau Monde / Ali n'Productions
God save the Tuche de Jean Paul Rouve © Pathé Films – Nolita Cinéma
Ma Mère, Dieu et Sylvie Vartan de Ken Scott © Gaumont - Egérie Productions – 9492-2663 Québec Inc. - Amazon MGM Studios
Manitous Canoe de Michael Bully Herbig
Le Chant des forêts réalisé par Vincent Munier Haut et Court
La Femme la plus riche du monde réalisé par Thierry Klifa © Haut et court
Chien 51 réalisé par Cédric Jimenez © 2025 - Chi-Fou-Mi Productions- Studiocanal - France 2 Cinéma - Jim FilmsSarh Bernahrdt

Action publique

Un simple accident de Jafar Panahi © Memento Distribution
Paddington au Perou réalisé par Dougal Wilson © 2024 / STUDIOCANAL FILMS LTD. All Rights Reserved
Clair Obscur : Expedition 33 © Sandfall Interactive
Nino réalisé par Pauline Loquès © Blue Monday Productions - France 2 Cinéma
Jouer avec le feu réalisé par Delphine et Muriel Coulin © Felicita - Curiosa Films - France 3 Cinema
La Tour de glace réalisé par Lucile Hadžihalilović © Metropolitan
L'Attachement réalisé par Carine Tardieu © Karé Productions - France 2 Cinéma - Umedia
A pied d'œuvre de Valérie Donzelli © Diaphana Films
Amélie et la Métaphysique des tubes de Mailys Vallade et Liane-Cho Han © Haut et Court
Partir un jour de Amélie Bonnin © Topshot Films – Les Films du Worso – Pathé Films – France 3
La Pampa réalisé par Antoine Chevrollier © AGAT FILMS
Arco réalisé par Ugo Bienvenu © Remembers - MountainA
Un ours dans le Jura réalisé par Franck Dubosc © 2024 Gaumont - Pour toi Public productions - France 2 Cinéma
La Pie voleuse réalisé par Robert Guédiguian © Agat Films

les dossiers du CNC

n° 348 – mai 2026
bilan 2025

une publication du
Centre national du cinéma
et de l'image animée

291 boulevard Raspail –
75675 Paris Cedex 14
www.cnc.fr

directeur de la publication
Gaëtan Briel

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

direction de la communication
tél. 01 44 34 38 83

comité éditorial et rédactionnel
Timothé Césa, Guilhem Chabas, Emma Cotterchio, Chloé Dubourguier,
Pierre-Yves Gautier, Sophie Jardillier, Chloé Labouriaux, Cécile Lacoue,
Louise Pfirsch, Jérôme Tyl

conception graphique
c-album

Sauf mention particulière, toute reproduction partielle ou totale des informations diffusées dans cette publication du CNC est autorisée sous réserve d'indication de la source.

Dépôt légal à parution
Commission paritaire n°122- ADEP.
ISSN 1551-0358



Bilan 2025 du CNC
N°348 – mai 2026

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

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

direction
de la communication
tél. 01 44 34 38 83

