



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

2 921 heures de documentaire audiovisuel produites en 2012 :

Le documentaire représente un volume important de la production audiovisuelle française. Ainsi, en 2012, la production de documentaires audiovisuels progresse-t-elle de 9,6 % pour atteindre le niveau record de 2 921 heures et un total des devis de 437,9 M€ (+12,8 %). Le coût horaire moyen de production augmente de 2,9 % à 149,9 K€. Avec 223,3 M€ en 2012, les investissements des chaînes de télévision dans le financement du documentaire progressent de 17,9 % par rapport à l'année précédente. Les diffuseurs participent à hauteur de 51,0% des devis. Les commandes des chaînes nationales gratuites progressent de 15,6 % pour atteindre 1 884 heures en 2012, soit 64,5 % du volume total. Cette hausse résulte notamment des chaînes privées de la TNT gratuite, dont les commandes augmentent en volume de 57,8 % entre 2011 et 2012, et de France Télévisions (+19,0 %). Les chaînes privées de la TNT gratuite commandent 449 heures de documentaire, soit 15,4 % des volumes totaux, pour 19,0 M€, soit 8,5 % des apports globaux des chaînes. Les chaînes nationales gratuites apportent 177,6 M€, soit 79,5 % de l'ensemble des apports des diffuseurs. Les chaînes du câble, du satellite et de la TNT payante (y compris Canal+) commandent 724 heures de documentaire, soit 24,8 % des volumes pour un montant de 35,6 M€ (16,0 % des apports des chaînes). Les chaînes locales jouent également un rôle important dans l'économie du documentaire audiovisuel avec 294 heures initiées en 2012 (10,1 % des heures) et un investissement de 9,4 M€ (4,2 % des apports des chaînes).

Une production dynamique de longs métrages documentaires :

Depuis 2005, la production de longs métrages documentaires français est particulièrement soutenue. En 2012, 42 films documentaires français sont agréés (15,1 % des films agréés) pour un devis total de 42,02 M€. Le devis moyen d'un film documentaire est de 1,00 M€ (4,81 M€ pour l'ensemble des films agréés) et le devis médian de 0,46 M€ (2,94 M€ pour l'ensemble des films). En 2012, les films documentaires mobilisent 3,1% des investissements dans la production cinématographique agréée.

Une exposition limitée dans les salles de cinéma :

En 2012, un film documentaire sort en moyenne dans 14 établissements cinématographiques (134 établissements pour l'ensemble des films). En revanche, ces films circulent beaucoup entre les établissements ce qui explique que la durée d'exploitation des documentaires est plus longue que celle des films de fiction ou d'animation. Ainsi, un film documentaire sorti en 2012 réalise-t-il en moyenne 91,1 % de ses entrées au cours des 13 premières semaines de son

exploitation, contre 98,9 % pour l'ensemble des films.

□ Le marché du documentaire en 2012 9

Une promotion publicitaire modeste mais qui progresse régulièrement :

Même si les films documentaires bénéficient de moins d'investissements publicitaires que les autres films, ils progressent de façon continue. En moyenne, l'investissement publicitaire brut pour un film documentaire s'élève à 162,1 K€ en 2012, contre 822,7 K€ tous genres confondus. En dix ans, la dépense publicitaire pour un film documentaire a été multipliée par 3,7.

L'exposition publicitaire des documentaires demeure plus modeste que pour les autres films. Ainsi, 52,2 % des films documentaires sortis en salles en 2012 bénéficient d'une exposition publicitaire, contre 77,6 % de l'ensemble des films.

Près de 1,8 million d'entrées pour les films documentaires en 2012 :

Les films documentaires sortis en 2012 ont réalisé 1,79 million d'entrées dans les salles de cinéma, soit une hausse de 35,4 % par rapport à 2011. En moyenne sur les dix dernières années, les films documentaires réalisent 1,5 % des entrées (1,0 % en 2012). La part de marché des longs métrages documentaires français est de 43,8 % des entrées en 2012. L'offre de films documentaires dans les salles est la plus abondante de la décennie avec 92 longs métrages inédits en 2012, dont 64 films français, 11 films américains et 13 films européens. Cette offre de films documentaires représente 15,0 % de l'offre totale de films inédits de l'année.

Plus de 13 000 heures de documentaires sur les chaînes nationales gratuites

En 2012, le volume de documentaires proposés sur les chaînes nationales gratuites (TF1, France 2, France 3, France 5, M6, Arte, Direct 8/D8, W9, TMC, NT1, NRJ12, France 4, Gulli) s'élève à 13 071 heures selon Médiamétrie. Il progresse de 6,7 % par rapport à 2011. Arte est le premier diffuseur de documentaires parmi les chaînes nationales gratuites, devant France 5 et France 3.

Les programmes français réalisent les meilleures audiences du genre à la télévision

En 2012, les téléspectateurs âgés de quatre ans et plus consacrent 5,7 % de leur temps d'écoute au genre documentaire sur les chaînes nationales gratuites, contre 4,9 % en 2011. Le documentaire est toutefois sous-consommé par rapport à son poids dans l'offre de programmes. Les meilleures audiences de documentaires sont réalisées par des programmes français sur Arte (Titanic, l'ultime scénario, 1,3 million de téléspectateurs), France 5 (le Grand Méchant Lait, 1,8 million) et France 3 (Au cœur de l'urgence, 4,3 millions).

Le documentaire: une composante importante de l'exportation des programmes audiovisuels :

Les documentaires génèrent 24,5 % des ventes de programmes télévisuels à l'étranger en 2011. Les ventes et préventes atteignent 32,9 M€. En 2011, l'Europe occidentale constitue le premier marché d'exportation des documentaires français avec 49,2 % des ventes, devant l'Amérique du Nord (15,0 %), l'Asie/Océanie (13,5 %) et l'Europe centrale et orientale (13,4 %). Les documentaires audiovisuels français performants en vidéo

En 2012, les documentaires audiovisuels représentent 5,6 % du marché hors film en vidéo physique, avec un chiffre d'affaires de 21,4 M€, en recul de 3,1 % par rapport à 2011. Depuis de nombreuses années, les œuvres françaises dominent le marché du documentaire audiovisuel en vidéo physique. En 2012, les documentaires français réalisent 80,3 % du volume des ventes et 75,2 % du chiffre d'affaires de ce segment.

Source : CNC