



Les chiffres clés de la télévision hertzienne

(1998-2007)

Février 2009



Centre national de la cinématographie
Direction des études, des statistiques et de la prospective
12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16
Tél : 01.44.34.38.26
Fax : 01.44.34.34.55
www.cnc.fr

Nicolas Besson, Clément Malherbe, Benoît Danard, Sophie Daubard, Caroline Jeanneau

Sommaire

<i>Introduction et méthodologie</i>	4
<i>Synthèse</i>	5
<i>Les sources de financement</i>	6
A. La redevance	6
B. La publicité	9
C. Les abonnements.....	11
D. Comparaison européenne.....	12
<i>L'audience</i>	14
A. Durée d'écoute.....	14
B. Part d'audience	17
C. Les meilleures audiences.....	21
<i>L'offre de programmes</i>	25
A. L'offre et la consommation selon le genre de programmes	25
B. L'offre de fiction.....	27
C. L'offre de films.....	29
D. La diffusion des œuvres audiovisuelles	31
<i>Les dépenses de programmes</i>	355
A. Les coûts de grille	355
B. L'investissement dans la production audiovisuelle	36
C. L'investissement dans la production cinématographique.....	42
<i>Index des tableaux et graphiques</i>	48

Introduction et méthodologie

Dans le cadre du développement de ses activités d'études sur le marché de l'audiovisuel, le Centre national de la cinématographie a réalisé un bilan du secteur audiovisuel français de 1998 à 2007. Cette étude présente l'évolution des différentes sources de financement des chaînes hertziennes nationales depuis 10 ans. Elle couvre les recettes issues de la redevance, de la publicité et du parrainage et les recettes d'abonnement dans le cas de la télévision payante. Ce document livre également une analyse détaillée de l'évolution de l'audience des chaînes hertziennes selon le genre des programmes diffusés, ainsi que des éléments structurants sur l'offre et la consommation des programmes et des films cinématographiques. Il évalue enfin les dépenses de programmes des chaînes, à travers l'évolution des coûts de grilles et les contributions financières à la production audiovisuelle et cinématographique.

Les investissements publicitaires bruts sont évalués à partir des informations produites par l'institut TNS Media Intelligence. Elles s'entendent hors « publicités diverses » et « annonces légales ». Les investissements publicitaires bruts correspondent à la valorisation des recettes publicitaire hors rabais, remises et ristournes accordés par les chaînes.

Les informations concernant la redevance et les financements publics sont issues de la Loi de Finances.

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

Les informations sur les quotas de diffusion et de production sont issues des bilans du Conseil supérieur de l'audiovisuel.

Enfin, les données sur la production audiovisuelle et cinématographique sont issues des bilans du Centre national de la cinématographie.

Synthèse

Dans le cadre du développement de ses activités d'études sur le marché de l'audiovisuel, le Centre national de la cinématographie a réalisé un bilan du secteur télévisuel français sur la période 1998-2007. Cette étude présente l'évolution des sources de financement des chaînes hertziennes analogiques (redevance, publicité, abonnement). Elle met en lumière les évolutions de la consommation télévisuelle des Français et l'évolution de l'offre de programmes. Elle livre les principales tendances en matière d'investissements des chaînes hertziennes analogiques dans la production audiovisuelle et dans la production cinématographique.

Une croissance régulière des recettes des chaînes

Depuis 1998, le montant de la redevance a augmenté de 3,5 %. Le rendement de la collecte de la redevance a néanmoins progressé de 29,5 %, notamment grâce à la réforme mise en œuvre en 2005. Sur la période 1998-2007, les fonds publics (y compris remboursements d'exonération de redevance) disponibles pour l'audiovisuel public (radio, télévision et INA) ont progressé de 51,5 %.

Les recettes publicitaires et de parrainage des chaînes hertziennes analogiques ont augmenté de 36,2 % en dix ans. Cette évolution est portée par la progression de 49,7 % des recettes publicitaires des chaînes privées (TF1, M6 et Canal+) alors que celles des chaînes publiques augmentent de 4,6 % dans le même temps. Entre 1998 et 2007, les recettes d'abonnement de Canal+ progressent de 20,9 %.

La durée d'écoute quotidienne de la télévision par individu progresse de 20 minutes en dix ans

Sur la période 1998-2007, la durée d'écoute quotidienne moyenne de la télévision a augmenté de vingt minutes pour atteindre 3h27 en 2007 pour les individus de quatre ans et plus. Sur la période, la part d'audience des chaînes hertziennes analogiques subit une nette diminution, qu'il s'agisse des chaînes publiques (-7,3 points pour les deux chaînes France 2 et France 3) ou privées (-7,2 points). Ce recul s'opère au profit des autres TV et plus particulièrement des chaînes de la télévision numérique terrestre depuis 2005.

Une offre de fiction portée par les chaînes publiques

Sur la période 1998-2007, l'offre de fiction (animation jeunesse incluse) sur les chaînes hertziennes analogiques (hors Arte) s'est développée de 3,1 % en termes de durée. Elle progresse de 19,9 % sur les chaînes publiques et diminue de 6,9 % sur les chaînes privées. Le recul sur les chaînes privées est encore plus marqué aux heures de grande écoute (-28,1 %). Sur cette tranche horaire, les chaînes publiques affichent une augmentation de 21,1 %.

Plus de quatre milliards d'euros dans les programmes diffusés par les six chaînes analogiques

En dix ans, les coûts de grille des chaînes hertziennes analogiques (hors Arte) progressent de 53,4 % pour atteindre 4 105 M€ en 2007. Les dépenses de programmes des chaînes privées affichent une plus forte croissance (+64,2 %) que celles des chaînes publiques (+40,1 %). Ces évolutions résultent notamment de l'augmentation des droits sportifs.

Les sources de financement

A. La redevance

Créée en 1933, la redevance audiovisuelle est la principale ressource du service public de l'audiovisuel, aujourd'hui composé du groupe France Télévisions, de Arte France, de Radio France, de Radio France Internationale (RFI) et de l'Institut National de l'Audiovisuel (INA).

Pour les chaînes publiques de télévision, la redevance est une ressource régulière et prévisible : le ministère de l'Economie, de l'Industrie et de l'Emploi la définit pour l'année suivante à partir du montant collecté auprès du public. La redevance permet ainsi de compenser les effets de saisonnalité du marché publicitaire, notamment pendant la période estivale.

Outre la redevance, le service public de l'audiovisuel dispose également d'une dotation du budget général de l'Etat, au titre du remboursement des exonérations de redevance audiovisuelle pour motifs sociaux (personnes âgées ou handicapées). Une subvention du ministère des Affaires étrangères est par ailleurs versée à RFI au titre de l'action audiovisuelle extérieure.

La redevance est due chaque année par les détenteurs de téléviseurs ou de tout dispositif permettant la réception de télévision, indépendamment du nombre de postes. La Loi de Finances pour 2005 (n°2004-1484 du 30 décembre 2004) a réformé la redevance audiovisuelle en adossant son recouvrement à celui de la taxe d'habitation. Cette réforme permet de réduire les coûts de gestion de la redevance, en supprimant son service spécifique de recouvrement et de contrôle. Elle instaure un alignement des dégrèvements de redevance audiovisuelle pour motifs sociaux sur ceux de la taxe d'habitation, simplifiant ainsi le régime des dégrèvements de la redevance. Enfin, les moyens de contrôle de l'ancien système sont maintenus et de nouvelles mesures ont été prises pour améliorer le recouvrement en luttant plus efficacement contre l'évasion fiscale.

Evolution du montant de la redevance (€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Téléviseur couleur	112,1	113,4	114,5	116,5	116,5	116,5	116,5	116,0	116,0	116,0
<i>Variation annuelle</i>	-	+1,2%	+0,9%	+1,8%	-	-	-	-0,4%	-	-
Téléviseur noir et blanc	71,8	72,4	73,0	74,3	74,3	74,3	74,3	74,0	74,0	74,0
<i>Variation annuelle</i>	-	+0,8%	+0,8%	+1,7%	-	-	-	-0,4%	-	-

Source : Projets annuels de Loi de Finances.

Après avoir fait l'objet d'une augmentation de 36 % entre 1990 et 2002, soit une moyenne annuelle de +2,9 %, le montant de la redevance n'a pas été réévalué depuis 2002. La réforme du mode de perception intervenue en 2005 a même conduit à une dépréciation de la valeur de la taxe en euros constants, désormais fixée à 116 € en France métropolitaine et à 74 € dans les départements d'outre-mer.

Evolution de la ressource publique issue de la redevance (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998/2007
Encaissements de redevance (TTC)	1 780,8	1 981,3	2 073,6	2 047,8	2 050,9	2 104,2	2 191,8	2 266,8	2 304,5	2 305,4	+29,5%
Frais de gestion, de trésorerie et de recouvrement	-	74,5	73,5	73,5	73,5	73,5	73,5	65,0	24,0	24,0	-
Encaissements de redevance (TTC)	1 780,8	1 906,8	2 000,1	1 974,3	1 977,4	2 030,7	2 118,2	2 201,8	2 280,5	2 281,4	+28,1%
Excédents de collecte des années antérieures	-	-	21,6	-	13,7	40,0	32,4	-	-	-	-
Total des recettes de redevance disponibles	1 780,8	1 906,8	2 021,7	1 974,3	1 991,1	2 070,6	2 150,7	2 201,8	2 280,5	2 281,4	+28,1%
Remboursement des exonérations/dégrèvements	43,6	18,7	137,2	413,8	478,6	449,2	428,1	440,0	440,0	509,0	+1066,9%
Total disponible (TTC)	1 824,5	1 925,5	2 158,9	2 388,1	2 469,7	2 519,9	2 578,8	2 641,8	2 720,5	2 790,4	+52,9%
Total disponible (HT)*	1 786,1	1 885,1	2 114,5	2 339,0	2 418,9	2 468,0	2 525,7	2 587,5	2 665,0	2 733,0	+53,0%
Variation annuelle	-	+5,5%	+12,2%	+10,6%	+3,4%	+2,0%	+2,3%	+2,4%	+3,0%	+2,6%	
Subvention du MAE versée directement à RFI	68,3	68,9	68,9	68,9	69,7	70,4	71,4	72,1	72,1	75,9	+11,2%
Total des recettes publiques (HT)	1 854,4	1 954,0	2 183,4	2 407,9	2 488,6	2 538,4	2 597,2	2 659,6	2 737,1	2 808,9	+51,5%

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

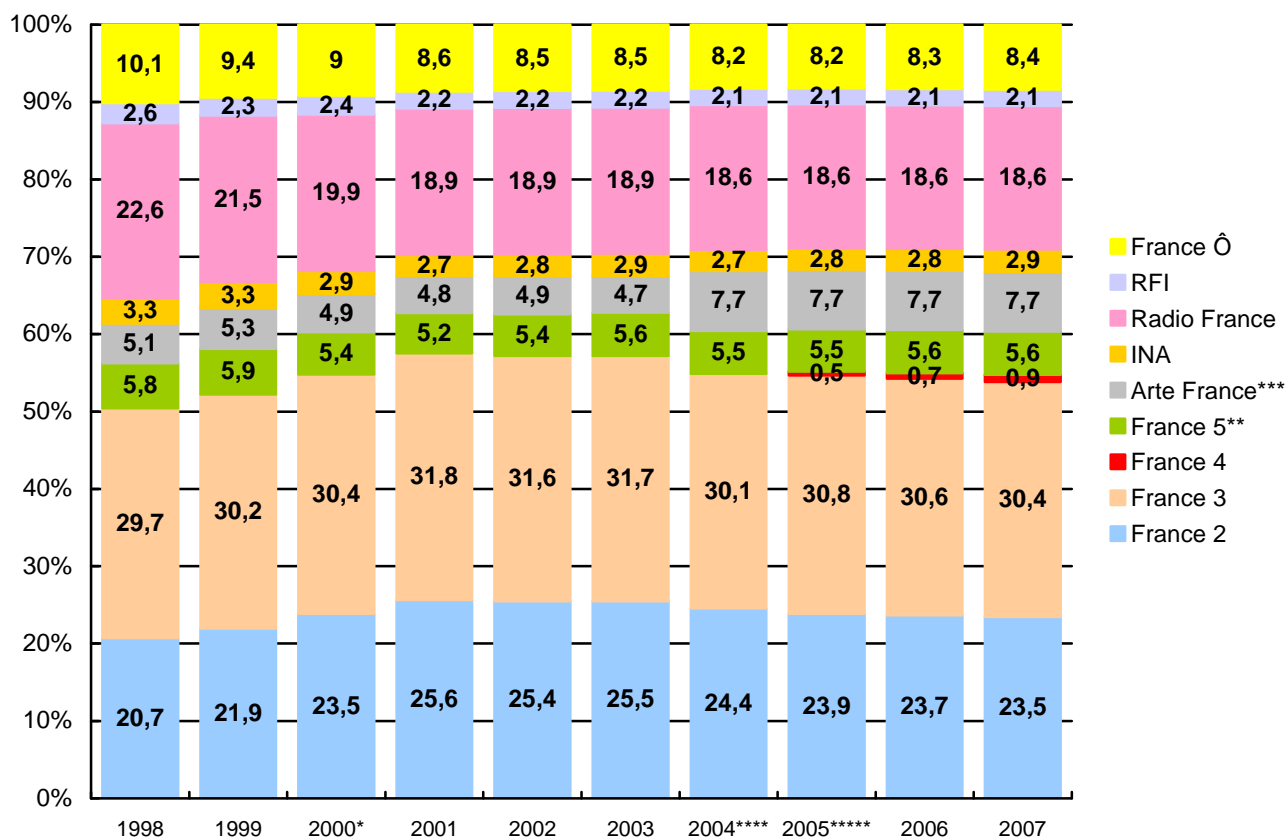
Source : DDM - Lois de Finances

Depuis 1998, les ressources hors taxes du compte de concours financiers de l'Etat à l'audiovisuel public ont connu une progression de 53,0 %, atteignant 2 733,0 M€ en 2007. Cette hausse est supérieure à celle des encaissements de redevance sur la période (+29,5 % à 2 305,4 M€ en 2007).

Dans un contexte de maintien des taux de la redevance audiovisuelle, l'augmentation plus rapide du montant de la redevance versée aux sociétés de programmes de l'audiovisuel public s'explique essentiellement par la progression des crédits budgétaires affectés au titre du remboursement des exonérations pour motifs sociaux, dont le montant a été multiplié par plus de dix entre 1998 et 2007. Cette évolution résulte également de la diminution des frais de gestion et de collecte de la redevance, qui passent de 73,5 M€ en 2004 à 24,0 M€ en 2007, suite à l'adossement de la redevance à la taxe d'habitation à partir de 2005.

Les chaînes publiques de télévision sont les principales bénéficiaires du produit de la redevance audiovisuelle. Elles en absorbent 76,5 % en 2007, soit une part équivalente à celle de 1998 (74,0 %).

Répartition de la ressource publique issue de la redevance (%)



* Les premiers comptes consolidés du groupe France Télévisions datent de 2000.

** La Cinquième jusqu'en 2001

*** La Sept-Arte jusqu'en 2000

**** A partir du 1^{er} juillet 2004, RFO est intégré au groupe France Télévisions.

***** A partir du 25 février 2005, la chaîne RFO devient France Ô. Le 31 mars 2005, la chaîne Festival devient France 4.

Source : Projets annuels de Loi de Finances.

Recettes de redevance (M€)

	1998	1999	2000*	2001	2002	2003	2004****	2005	2006	2007	Variation 1998/2007
France 2	354,6	402,4	486,8	582,1	596,3	608,0	616,2	623,4	631,0	641,2	80,8%
France 3	507,9	554,9	628,4	723,2	741,9	756,2	760,4	801,9	815,5	831,8	63,8%
France 4	-	-	-	-	-	-	-	12,4	17,7	23,4	NS
France 5**	99,3	109,0	112,0	117,9	126,2	132,8	138,7	144,4	149,5	154,2	55,3%
Arte France***	86,4	97,6	102,1	110,0	114,2	112,1	193,5	200,0	204,2	209,9	142,9%
INA	56,4	61,3	60,6	60,6	65,7	68,3	68,8	72,7	75,8	78,8	39,7%
Radio France	386,5	394,6	411,3	429,7	443,3	452,3	469,1	485,0	495,1	508,2	31,5%
RFI	44,9	42,7	49,3	49,0	51,3	52,3	53,0	53,7	55,9	56,5	25,8%
France Ô	172,8	173,5	186,1	195,5	199,2	203,1	206,8	214,0	220,0	228,9	32,5%
Total	1 708,8	1 835,9	2 069,1	2 276,4	2 344,2	2 387,6	2 525,7	2 607,5	2 664,6	2 733,0	59,9%

* Les premiers comptes consolidés du groupe France Télévisions datent de 2000.

** La Cinquième jusqu'en 2001.

*** La Sept-Arte jusqu'en 2000.

**** A partir du 1^{er} juillet 2004, RFO est intégré au groupe France Télévisions.

***** A partir du 25 février 2005, la chaîne RFO devient France Ô. Le 31 mars 2005, la chaîne Festival devient France 4.

Source : Projets annuels de Loi de Finances.

France Télévisions est un groupe à financement mixte qui bénéficie, d'une part de ressources publiques (redevance, dotations budgétaires directes et aides publiques), d'autre part de ressources commerciales (recettes de publicité et de parrainage, recettes de diversification). En

2007, les chaînes de France Télévisions captent 60,4 % du produit de la redevance versée aux secteurs audiovisuel et radiophonique publics (hors France Ô, intégré au groupe en juillet 2004). Depuis 1998, cette part a progressé de 4,1 points. Entre 1998 et 2007, les recettes de redevance de France Télévisions (à périmètre constant : France 2, France 3 et France 5) ont augmenté de 69,2 %.

B. La publicité

Première source de financement des chaînes hertziennes analogiques privées, la publicité est corrélée à l'audience de la télévision, à la puissance de chaque chaîne et à la conjoncture économique. En comparaison avec les autres médias, la télévision offre aux annonceurs le double avantage de toucher instantanément un grand nombre de personnes et de bénéficier d'une mesure d'audience très précise. La télévision demeure un média de masse qui permet d'atteindre plusieurs dizaine de millions de Français chaque jour.

La hausse continue de l'audience, conséquence de la multiplication du nombre de chaînes et du développement de l'offre de programmes, explique en grande partie la croissance du média télévision sur le marché publicitaire français. Depuis le début des années 80, la télévision est le deuxième média publicitaire derrière la presse, même si l'écart entre les deux tend à se réduire.

Evolution des investissements publicitaires bruts selon les chaînes (M€)*

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998/2007
France 2	696,8	704,5	581,0	501,7	564,0	578,8	621,0	625,4	647,0	603,2	-13,4%
France 3	372,0	369,4	328,6	295,7	346,3	355,6	342,1	311,6	424,0	409,0	+9,9%
France 5**	17,2	20,7	26,4	27,2	32,1	43,4	51,5	55,6	57,0	58,2	+239,1%
Chaînes publiques	1 086,0	1 094,7	936,0	824,6	942,4	977,8	1 014,6	992,6	1 128,0	1 070,4	-1,4%
TF1	1 986,2	2 190,2	2 467,3	2 424,3	2 549,6	2 698,7	2 837,6	2 824,9	3 001,0	3 027,2	+52,4%
M6	708,9	823,6	982,5	1 014,8	1 081,0	1 104,2	1 143,3	1 202,2	1 268,0	1 326,3	+87,1%
Canal+	109,5	120,7	144,7	109,8	119,6	110,3	116,1	111,7	107,0	111,4	+1,7%
Chaînes privées	2 804,6	3 134,6	3 594,5	3 548,9	3 750,2	3 913,2	4 097,0	4 138,8	4 376,0	4 464,9	+59,2%
Total	3 890,6	4 229,2	4 530,5	4 373,5	4 692,7	4 891,0	5 111,6	5 131,4	5 504,0	5 535,3	+42,3%
Variation annuelle	-	+8,7%	+7,1%	-3,5%	+7,3%	+4,2%	+4,5%	+0,4%	+7,3%	+0,6%	

* Hors frais de régie

** La Cinquième jusqu'en 2000

Source : TNS Media Intelligence

En dix ans, les investissements publicitaires bruts sur les chaînes hertziennes ont progressé de 42,3 %. Ils augmentent de 59,2 % pour les chaînes privées et affichent une relative stabilité pour les chaînes publiques (-1,4 %). Sur la même période, selon les comptes des chaînes, les recettes totales de publicité et de parrainage progressent de 36,2 %. Elles présentent une hausse de 49,7 % pour les chaînes privées et de 4,6 % pour les chaînes publiques.

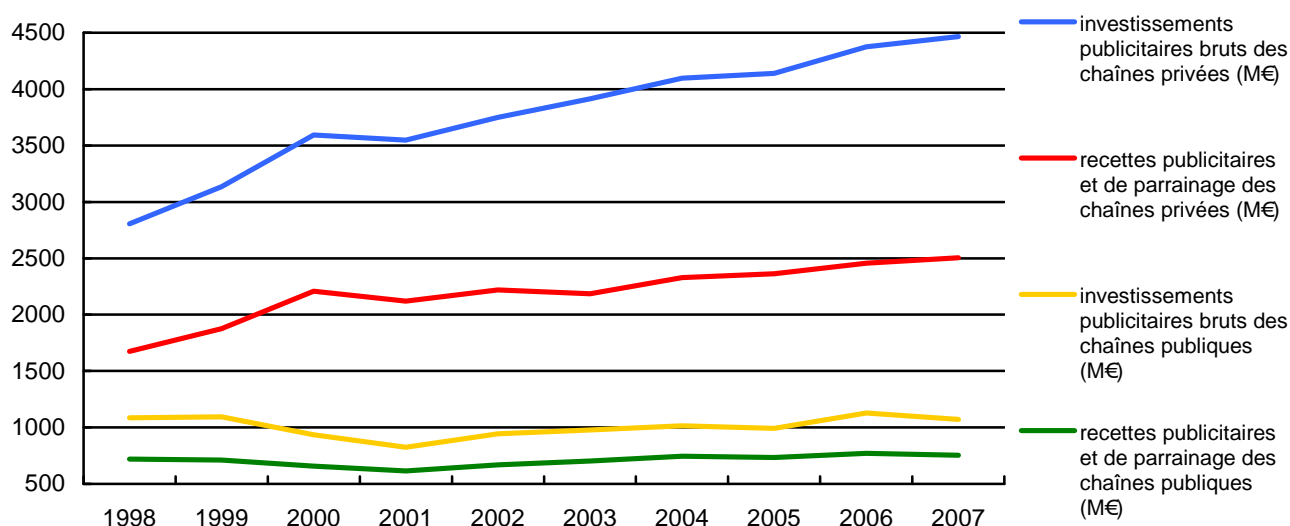
Evolution des recettes publicitaires et de parrainage selon les chaînes (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998/2007
France 2	430,0	430,6	403,5	350,5	378,2	395,9	425,6	430,4	446,8	427,0	-0,7%
France 3	283,8	272,1	244,6	251,0	268,7	276,9	288,8	268,8	289,6	289,4	+2,0%
France 5**	5,1	6,7	8,0	13,0	19,6	28,1	31,2	34,3	33,0	35,9	+603,9%
Chaînes publiques	718,9	709,4	656,1	614,5	666,5	700,9	745,6	733,5	769,4	752,3	+4,6%
TF1	1 225,6	1 351,3	1 570,9	1 496,9	1 507,0	1 543,7	1 645,5	1 645,5	1 707,9	1 718,3	+40,2%
M6	371,7	439,2	537,1	551,0	639,1	575,2	598,8	624,2	649,4	675,9	+81,8%
Canal+	76,2	85,1	100,9	72,0	73,0	68,0	84,0	91,0	99,0	111,0	+45,6%
Chaînes privées	1 673,5	1 875,6	2 208,9	2 119,9	2 219,1	2 186,9	2 328,3	2 360,7	2 456,3	2 505,2	+49,7%
Total	2 392,4	2 584,9	2 865,0	2 734,4	2 885,6	2 887,8	3 073,9	3 094,2	3 225,7	3 257,5	+36,2%
Variation annuelle	-	+8,0%	+10,8%	-4,6%	+5,5%	+0,1%	+6,4%	+0,7%	+4,2%	+1,0%	

* La Cinquième jusqu'en 2000

Source : Comptes annuels.

Evolution du marché publicitaire de la télévision selon le type de chaîne (M€)



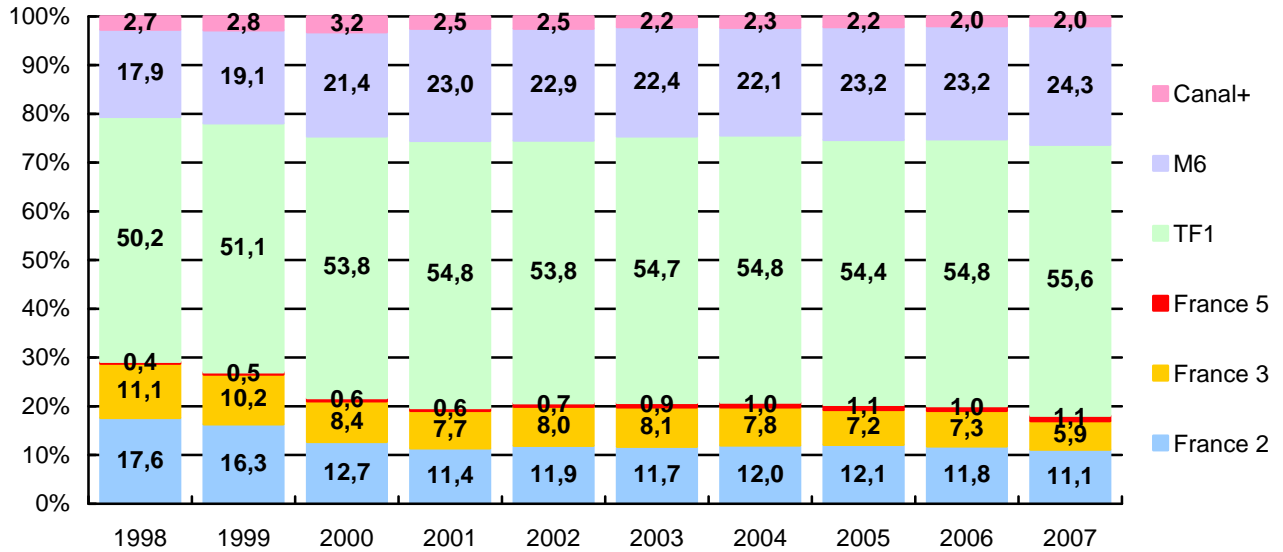
* Hors frais de régie

Sources : TNS Media Intelligence, comptes annuels.

Amorcé en 1994, le cycle de croissance de l'activité publicitaire sur le média télévision s'est intensifié en 1999 et 2000, avec l'essor des investissements publicitaires du secteur des télécommunications. L'année 2001 marque un recul de 3,5 % du marché publicitaire de la télévision hertzienne en clair, provoqué par l'éclatement de la bulle des télécommunications. A partir de 2002, le marché connaît de nouveau une croissance régulière.

L'année 2007 est marquée par l'ouverture du secteur de la distribution à la publicité télévisée dès le 1^{er} janvier. Pour autant, les investissements publicitaires bruts à la télévision affichent une stagnation en 2007 (+0,6 %). Cette évolution résulte principalement du ralentissement des investissements publicitaires des secteurs de l'automobile, de l'édition et des télécommunications. Parallèlement, le succès croissant des chaînes de la TNT, entrées sur le marché en 2005, vient entamer l'audience des chaînes historiques.

Répartition des investissements publicitaires bruts selon les chaînes nationales (%)



Source : TNS Media Intelligence

En 2007, les chaînes privées captent 81,9 % des recettes publicitaires brutes de la télévision. Le poids de ces chaînes sur le marché publicitaire s'est régulièrement renforcé au cours des dix dernières années (+11,1 points sur la période). TF1 réalise plus de la moitié des recettes publicitaires brutes et affiche une part de marché moyenne de 53,8 % sur la décennie. Cette part de marché connaît une progression régulière de 1998 à 2007 (+5,4 points). M6 bénéficie de la plus forte progression de part du marché publicitaire qui passe de 17,9 % en 1998 à 24,3 % en 2007.

En dix ans, les chaînes du groupe France Télévisions voient leur part de marché publicitaire diminuer progressivement. Elle passe de 29,1 % en 1998 à 18,1 % en 2007. La part de marché de France 2 diminue de 6,5 points entre 1998 et 2007, celle de France 3 baisse de 5,2 points. Avec des parts de marché respectives de 2,4 % et 0,8 % en moyenne sur la période, Canal+ et France 5 bénéficient d'un poids limité sur le marché publicitaire.

C. Les abonnements

Le groupe Canal+ compte plus de 10,5 millions de foyers abonnés en France¹ à fin 2007 dont 5,3 millions pour la seule chaîne Canal+. Créée en novembre 1984, la chaîne est accessible sur le réseau hertzien terrestre (en mode analogique et numérique), via le satellite, l'ADSL et les téléphones mobiles 3G. Le modèle économique de la chaîne, basé sur le principe d'un abonnement acquitté mensuellement par le consommateur, offre à Canal+ une relative stabilité de ses recettes et la rend moins dépendante des aléas de la conjoncture économique que les chaînes commerciales dites « gratuites ».

Depuis 1998, les recettes d'abonnement de Canal+ représentent en moyenne 91 % de son chiffre d'affaires, contre seulement 5,5 % pour les recettes publicitaires, le reste provenant des revenus des autres produits. La progression des revenus d'abonnement constatée depuis 2005 résulte de l'élargissement du portefeuille d'abonnés de Canal+, essentiellement porté par la croissance du marché de l'ADSL. Elle s'explique également par la poursuite de la numérisation du parc d'abonnés engagée par la chaîne.

¹ Source : Groupe Canal+ (abonnements individuels et collectifs, France y compris l'outre-mer et l'Afrique).

Evolution des recettes d'abonnement de Canal+ (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998/2007
CA Abonnement	1 308	1 375	1 410	1 445	1 432	1 392	1 348	1 377	1 466	1 581	+20,8%
Variation annuelle	-	+5,1%	+2,6%	+2,5%	-0,9%	-2,8%	-3,2%	+2,2%	+6,5%	+7,8%	-

Source : Comptes annuels.

Entamé en 1982 avec le lancement du « Plan câble », le développement du câble en France s'accroît dans les années quatre-vingt-dix, avec une progression régulière de la couverture du territoire. Face à la concurrence exercée par les bouquets satellitaires, les câblo-opérateurs entreprennent un processus de restructuration du marché début 2000, qui conduira en août 2007 à un rapprochement des réseaux historiques concurrents NC Numéricable et Noos, autour de la marque unique Numéricable.

En France, le marché de la télévision à péage s'est développé avec le bouquet satellitaire Canalsatellite, lancé en décembre 1992 en diffusion analogique. La commercialisation de son offre numérique CanalSat n'interviendra qu'en avril 1996. Entre temps, deux nouveaux bouquets satellitaires font leur apparition sur le marché français de la télévision payante : AB Sat, lancé par le groupe de production audiovisuelle AB en 1995, et TPS (Télévision Par Satellite), initié par TF1, France Télévisions, France Télécom, CLT-UFA, M6 et Suez Lyonnaise des Eaux fin 1996. A partir de la fin 2003, TPS sera ensuite déployé sur l'ADSL avec France Télécom.

Annoncé fin 2005, le rachat de TPS par Canal+ sera mis en œuvre en janvier 2007 avec la création d'une offre commerciale unifiée (Nouveau CanalSat). Cette étape achève le processus de concentration engagé par les acteurs du satellite dans un contexte de renforcement de la concurrence (développement de la TNT, arrivée des opérateurs de télécommunications). En fin d'année 2007, le groupe AB lance le bouquet BIS Télévisions, qui reprend la quasi totalité des chaînes de la TNT gratuite, complétées des chaînes issues de l'offre de base de AB Sat et de chaînes étrangères.

D. Comparaison européenne

Les recettes totales des cinq principaux marchés européens de la télévision, à savoir le Royaume-Uni, l'Allemagne, la France, l'Italie et l'Espagne, atteignent 53,3 Md€ en 2006², soit plus des trois quarts des recettes télévisuelles totales de l'Union européenne. Sur ces cinq marchés, les recettes de la télévision augmentent en moyenne de 4,1 % par an sur la période 1998-2006. Les recettes d'abonnement affichent la plus forte croissance (+7,4 % par an en moyenne), devant les recettes de publicité (+2,8 % par an) et les recettes publiques (subventions et redevance : +2,6 % par an en moyenne).

Au Royaume-Uni, premier marché européen de la télévision à péage, les recettes d'abonnement progressent en moyenne de 8,5 % par an entre 1998 et 2006. Parallèlement, les recettes publicitaires des chaînes augmentent seulement de 1,5 % par an en moyenne.

En France, l'essor du marché de la télévision payante, porté par le développement des bouquets numériques par satellite à partir de 1996, s'est accompagné d'une croissance continue des recettes d'abonnement (+6,7 % par an en moyenne entre 1998 et 2006). Cette progression apparaît largement supérieure à celle des recettes publicitaires sur la période (+1,8 % par an en moyenne). En 2006, les recettes publiques (subventions et redevance) du secteur télévisuel français s'élèvent à 1,73 Md€, soit 17,3 % des revenus totaux de la télévision. Ce niveau est près de trois fois inférieur à celui des recettes publiques en Allemagne et au Royaume-Uni (respectivement 4,66 Md€ et 4,83 Md€).

² Source : Estimations IDATE, d'après chiffres OEA.

Parmi les principaux pays de l'Union européenne, c'est en Allemagne que les fonds publics représentent la plus grande part du financement de la télévision (37,9 % des recettes totales en 2006). En comparaison avec la France, le marché de la télévision à péage reste relativement peu développé en Allemagne. Fin 2007, la société Premiere, principal opérateur de télévision payante en Allemagne, revendique 3,65 millions d'abonnés sur son bouquet payant distribué par câble et par satellite.

L'Espagne est un des pays européens où la part des recettes publicitaires dans le financement du secteur de la télévision est la plus élevée (66,7 % des recettes totales en 2006). Cette situation s'explique notamment par l'absence de redevance dans ce pays. L'Espagne est également un des marchés européens où la télévision à péage est la moins développée. La pénétration de l'offre multi-chaînes n'est que de 30 % à la fin 2005.

Evolution des recettes d'abonnement dans les cinq principaux marchés européens (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	Variation 1998/2007
Allemagne	2 563,5	2 460,0	3 055,6	3 200,7	3 261,5	3 379,8	3 503,0	3 621,1	3 626,8	+3,5%
Espagne	753,0	877,2	1 123,0	1 261,1	1 403,2	1 489,4	1 338,0	1 369,5	1 606,9	+7,9%
France	2 470,7	3 018,0	3 308,8	3 538,9	3 778,9	4 017,1	4 130,7	4 200,0	4 709,0	+6,7%
Italie	493,2	560,4	794,3	1 005,2	1 201,7	1 172,1	1 590,1	2 001,0	2 360,6	+16,9%
Royaume-Uni	2 838,8	3 941,6	3 731,1	4 633,4	4 812,6	4 880,2	5 461,3	5 978,4	6 395,6	+8,5%

Source : IDATE d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel

* Estimations

Evolution des recettes de la redevance et des subventions publiques dans les cinq principaux marchés européens (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	Variation 1998/2007
Allemagne	3 523,6	3 580,0	3 565,4	4 026,0	4 174,6	4 093,0	4 119,6	4 568,0	4 659,4	+2,8%
Espagne	0,0	0,0	74,1	71,0	79,2	80,0	82,0	83,6	85,3	-
France	1 919,2	2 011,0	1 259,8	1 431,8	1 470,5	1 499,5	1 632,7	1 700,0	1 734,0	-1,0%
Italie	1 239,5	1 250,1	1 384,8	1 432,2	1 465,8	1 519,1	1 564,8	1 482,5	1 512,2	+2,0%
Royaume-Uni	3 232,5	3 978,4	4 178,8	4 213,9	4 535,7	4 179,0	4 558,2	4 638,5	4 825,7	+4,1%

Source : IDATE d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel

* Estimations

Evolution des recettes publicitaires nettes dans les cinq principaux marchés européens (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*	Variation 1998/2007
Allemagne	4 041,7	4 317,6	4 705,3	4 469,0	3 958,4	3 819,0	3 860,0	3 930,0	4 008,6	-0,1%
Espagne	1 705,7	2 100,0	2 323,6	2 326,4	2 276,6	2 413,7	2 773,7	3 066,7	3 386,8	+7,1%
France	2 971,6	3 239,0	3 055,3	2 874,0	2 948,4	3 008,0	3 204,0	3 400,0	3 565,4	+1,8%
Italie	3 067,8	3 098,2	3 387,7	3 240,9	3 242,3	3 972,2	4 441,8	4 738,8	5 377,8	+5,8%
Royaume-Uni	4 732,4	5 884,0	5 561,7	5 644,0	5 049,7	4 921,5	5 392,1	4 718,4	5 481,3	+1,5%

Source : IDATE d'après l'Observatoire Européen de l'Audiovisuel

* Estimations

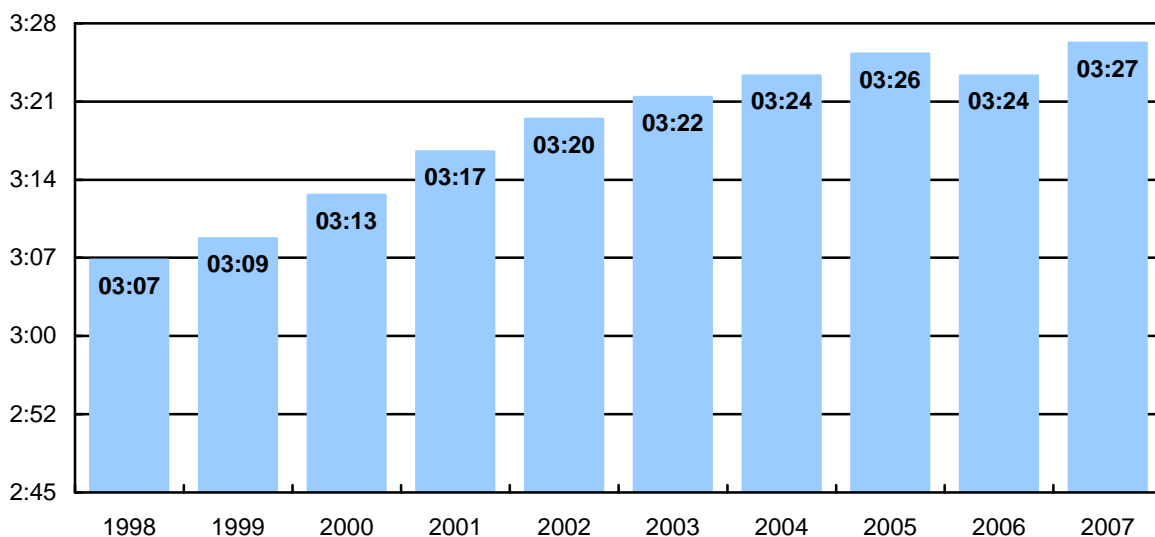
L'audience

A. Durée d'écoute

Durée d'écoute auprès des individus âgés de quatre ans et plus

En dix ans, la durée d'écoute quotidienne moyenne par individu a augmenté de vingt minutes, passant de 3h07 en 1998 à 3h27 en 2007. Après avoir fortement progressé au début des années 2000 (+4 minutes en 2000 et 2001), la durée d'écoute auprès des individus de quatre ans et plus augmente à un rythme moins soutenu les années suivantes (+3 minutes en 2002 puis +2 minutes jusqu'en 2005). La consommation de télévision recule pour la première fois de la décennie en 2006 avant de progresser de nouveau en 2007.

Evolution annuelle de la durée d'écoute quotidienne par individu (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00)



Source : Médiamétrie – Médiamat.

Durée d'écoute par âge et cible

L'analyse de la durée individuelle d'écoute fait apparaître une réduction de la consommation télévisuelle chez les adolescents et les jeunes adultes. Entre 1998 et 2007, la durée d'écoute recule ainsi de 6 minutes chez les 11-14 ans et de 10 minutes chez les 15-24 ans. En 2007, les 11-14 ans et les 15-24 ans sont les cibles les moins consommatrices de télévision. Cette place était occupée par les 4-10 ans en 1998. La consommation de la télévision s'avère ainsi en progression chez les plus jeunes (4-10 ans : +15 minutes entre 1998 et 2007) et également chez les 25-59 ans (+16 minutes entre 2000 et 2007). Enfin, la plus forte augmentation de durée d'écoute quotidienne moyenne est enregistrée auprès de la cible privilégiée des annonceurs, les ménagères de moins de 50 ans : +37 minutes entre 1998 et 2007.

Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge ou la cible (lundi-dimanche, 3h00-27h00)

	4 ans et plus	ménagères -50 ans	foyer	4-10 ans	11-14 ans	15-24 ans	25-59 ans
1998	3h07'	3h03'	5h11'	1h58'	2h17'	2h12'	-
1999	3h09'	3h09'	5h14'	2h02'	2h21'	2h11'	-
2000*	3h13'	3h16'	5h24'	2h05'	2h21'	2h05'	3h14'
2001	3h17'	3h24'	5h28'	2h11'	2h24'	2h08'	3h19'
2002	3h20'	3h23'	5h31'	2h14'	2h25'	2h10'	3h22'
2003	3h22'	3h19'	5h31'	2h11'	2h23'	2h02'	3h23'
2004	3h24'	3h29'	5h36'	2h10'	2h17'	2h07'	3h29'
2005	3h26'	3h36'	5h39'	2h10'	2h14'	2h05'	3h30'
2006	3h24'	3h39'	5h37'	2h07'	2h05'	1h58'	3h29'
2007	3h27'	3h40'	5h39'	2h13'	2h11'	2h02'	3h30'
Variation 1998-2007 (mn)	+0h20'	+0h37'	+0h28'	+0h15'	-0h06'	-0h10'	-
Variation 1998-2007 (%)	+10,7	+20,2	+9,0	+12,7	-4,4	-7,6	-

*A partir de 2000, les cibles 25-34 ans, 35-49 ans et 50 ans et plus sont regroupés au sein de la catégorie des 25-59 ans.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

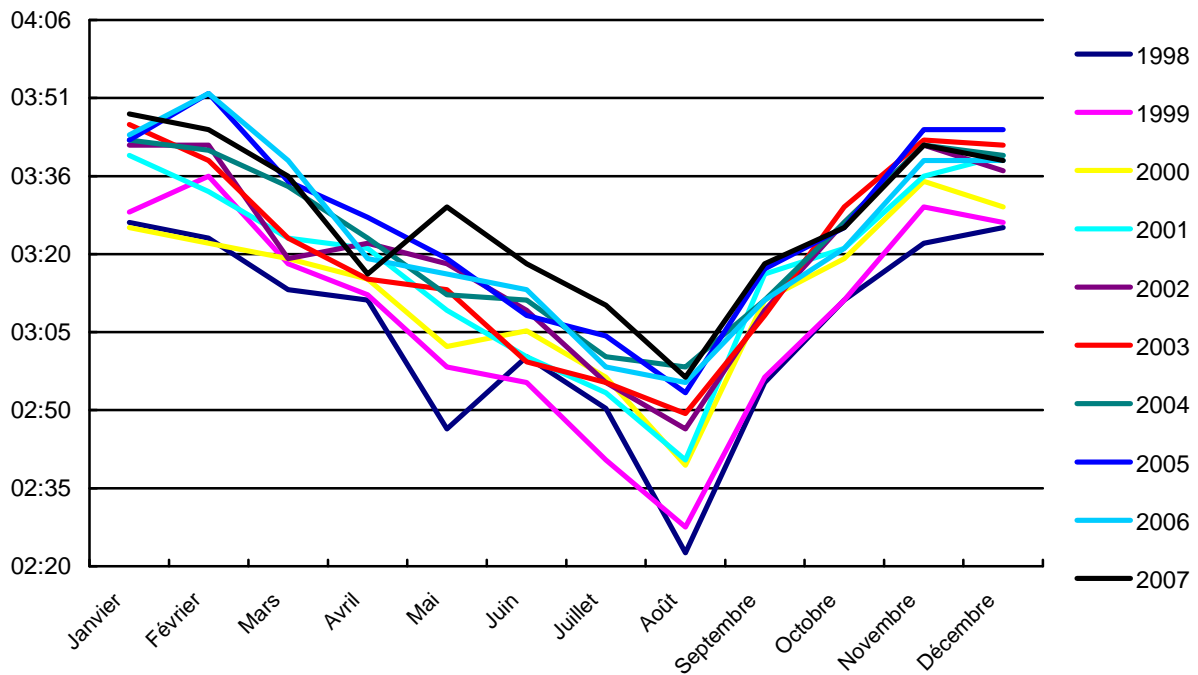
Saisonnalité de la consommation

L'écoute de la télévision est marquée par une réelle saisonnalité. Entre le mois de janvier et le mois d'août, la durée moyenne d'écoute quotidienne décroît. Entre août et décembre, elle progresse. L'automne et l'hiver sont traditionnellement des périodes où la consommation de télévision est la plus importante. En revanche, une réduction de la consommation apparaît au printemps et surtout en été, période de vacances scolaires, de météo plus favorable et au cours de laquelle la programmation des chaînes est généralement moins attractive.

Au cœur de l'été, le mois d'août est, sans exception ces dix dernières années, le mois le moins consommé de l'année. C'est également, depuis 2004 (à l'exception de 2006), le seul mois au cours duquel la durée d'écoute quotidienne par individu descend en-dessous de 3h00. Toutefois, le mois d'août (+34 minutes de durée quotidienne moyenne d'écoute entre 1998 et 2007) est celui qui enregistre la plus forte progression de durée d'écoute quotidienne après le mois de mai (+43 minutes). La durée d'écoute quotidienne en août 2007 est de fait plus élevée que celle des mois de mai, de juillet et de septembre 1998. Si la saisonnalité de la consommation de la télévision est une réalité, l'évolution observée pour le mois d'août montre qu'il existe encore un potentiel de croissance de la consommation de la télévision.

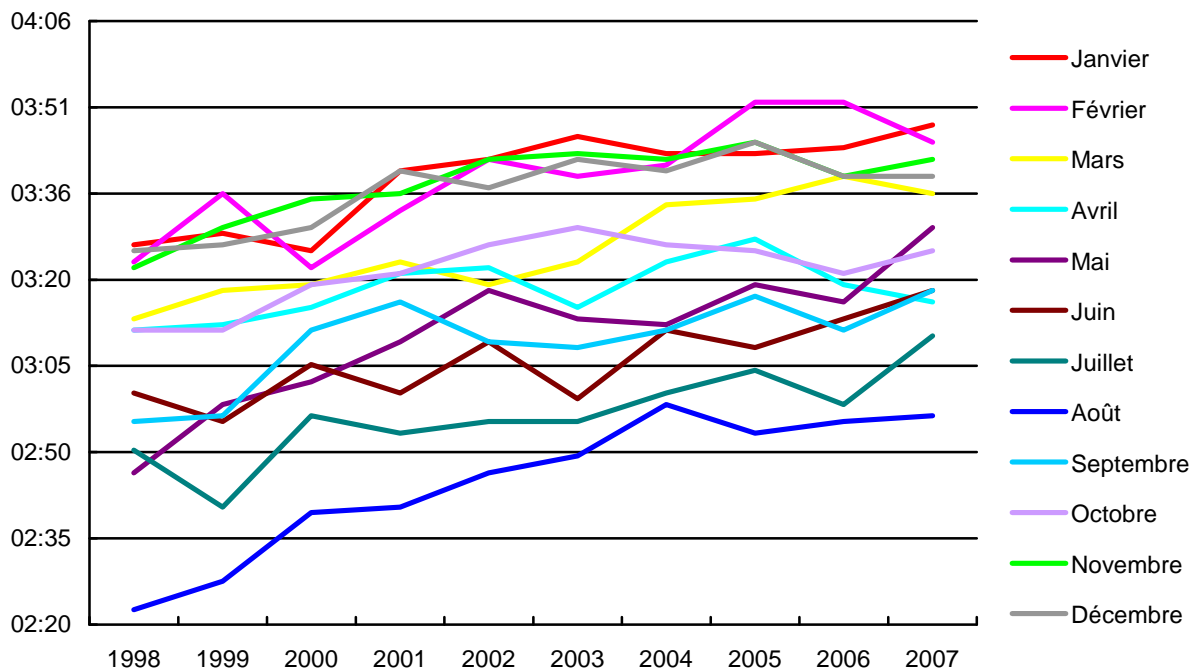
Août 1998 apparaît comme le mois des dix dernières années au cours duquel la durée quotidienne d'écoute de la télévision a été la plus faible, avec 2h23 en moyenne. Les mois de février 2005 et 2006 ont été, à l'inverse, les mois où les téléspectateurs ont passé le plus de temps devant leur petit écran (3h52 par jour en moyenne). L'écart annuel de durée d'écoute entre le mois le plus consommé et le mois le moins consommé a tendance à se réduire. Il est passé de 1h04 en 1998 à 51 minutes en 2007.

Evolution de la durée moyenne d'écoute quotidienne de la télévision par mois et par année (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00)



Source : Médiamétrie – Médiamat.

Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision par année et par mois (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00)



Source : Médiamétrie – Médiamat.

Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00)

	Janv.	Févr.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.	Année
1998	3h27'	3h24'	3h14'	3h12'	2h47'	3h01'	2h51'	2h23'	2h56'	3h12'	3h23'	3h26'	3h07'
1999	3h29'	3h36'	3h19'	3h13'	2h59'	2h56'	2h41'	2h28'	2h57'	3h12'	3h30'	3h27'	3h09'
2000	3h26'	3h23'	3h20'	3h16'	3h03'	3h06'	2h57'	2h40'	3h12'	3h20'	3h35'	3h30'	3h13'
2001	3h40'	3h33'	3h24'	3h22'	3h10'	3h01'	2h54'	2h41'	3h17'	3h22'	3h36'	3h40'	3h17'
2002	3h42'	3h42'	3h20'	3h23'	3h19'	3h10'	2h56'	2h47'	3h10'	3h27'	3h42'	3h37'	3h20'
2003	3h46'	3h39'	3h24'	3h16'	3h14'	3h00'	2h56'	2h50'	3h09'	3h30'	3h43'	3h42'	3h22'
2004	3h43'	3h41'	3h34'	3h24'	3h13'	3h12'	3h01'	2h59'	3h12'	3h27'	3h42'	3h40'	3h24'
2005	3h43'	3h52'	3h35'	3h28'	3h20'	3h09'	3h05'	2h54'	3h18'	3h26'	3h45'	3h45'	3h26'
2006	3h44'	3h52'	3h39'	3h20'	3h17'	3h14'	2h59'	2h56'	3h12'	3h22'	3h39'	3h39'	3h24'
2007	3h48'	3h45'	3h36'	3h17'	3h30'	3h19'	3h11'	2h57'	3h19'	3h26'	3h42'	3h39'	3h27'
Variation 1998-2007 (mn)	+0h21'	+0h21'	+0h22'	+0h05'	+0h43'	+0h18'	+0h20'	+0h34'	+0h23'	+0h14'	+0h19'	+0h13'	+0h20'
Variation 1998-2007 (%)	+10,1	+10,3	+11,3	+2,6	+25,7	+9,9	+11,7	+23,8	+13,1	+7,3	+9,4	+6,3	+10,7

Source : Médiamétrie – Médiamat.

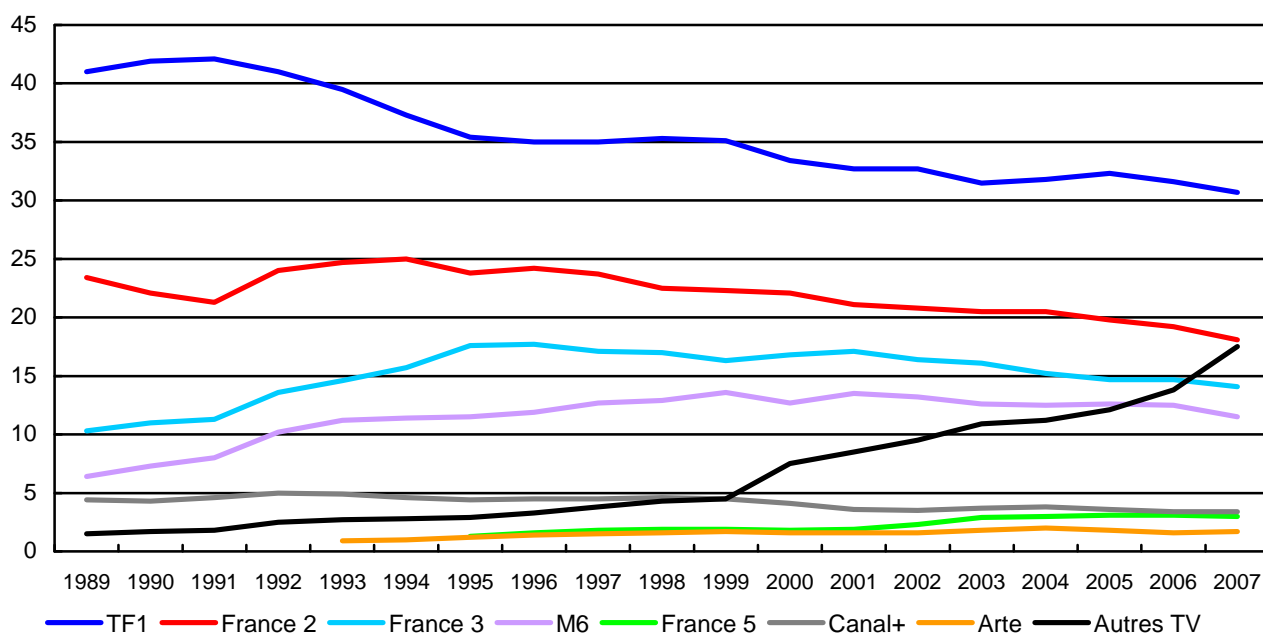
B. Part d'audience

Vingt ans d'audiences

Depuis 1989, date de la mise en place de l'audimétrie en France, le marché de la télévision a beaucoup évolué : disparition de La Cinq en 1992, naissance de Arte en 1992 puis de La Cinquième en 1994, lancement des bouquets satellitaires numériques en 1996, démarrage de la TNT en 2005, érosion de l'audience des chaînes historiques, augmentation de la part d'audience des « Autres TV ».

Trois chaînes affichent une part d'audience en baisse depuis 1989 : TF1 perd 10,3 points, France 2 est en retrait de 5,3 points, Canal+ recule d'un point. A l'inverse, France 3 affiche une progression de 3,8 points et M6 de 5,1 points sur la période. Les « Autres TV » n'ont cessé de conquérir des parts d'audience. Le développement de nouveaux modes de réception de la télévision (câble, satellite, ADSL, TNT) a permis aux téléspectateurs d'accéder à de nouvelles chaînes. L'ensemble de ces chaînes, qui regroupent les télévisions locales, régionales, étrangères, thématiques et TNT, connaît une progression régulière de l'audience. Cette croissance s'est naturellement accélérée ces dernières années avec la naissance de la Télévision Numérique Terrestre. En vingt ans, la part d'audience des « Autres TV » a été multipliée par près de douze.

Part d'audience par chaîne (en %, ensemble de la journée, 6 ans et plus jusqu'en 1992, 4 ans et plus par la suite)



Source : Observatoire Européen de l'Audiovisuel – Médiamétrie – Médiamat.

Part d'audience par chaîne (en %, ensemble de la journée, 6 ans et plus jusqu'en 1992, 4 ans et plus par la suite)

	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
France 2	23,4	22,1	21,3	24,0	24,7	25,0	23,8	24,2	23,7	22,5	22,3	22,1	21,1	20,8	20,5	20,5	19,8	19,2	18,1
France 3	10,3	11,0	11,3	13,6	14,6	15,7	17,6	17,7	17,1	17,0	16,3	16,8	17,1	16,4	16,1	15,2	14,7	14,7	14,1
La 5è - France 5	-	-	-	-	-	-	1,3	1,6	1,8	1,9	1,9	1,8	1,9	2,3	2,9	3,0	3,1	3,1	3,0
Arte	-	-	-	-	0,9	1,0	1,2	1,4	1,5	1,6	1,7	1,6	1,6	1,6	1,8	2,0	1,8	1,6	1,7
Chaînes publiques	33,7	33,1	32,6	37,6	40,2	41,7	43,9	44,9	44,1	43,0	42,2	42,3	41,7	41,1	41,3	40,7	39,4	38,6	36,9
TF1	41,0	41,9	42,1	41,0	41,0	39,5	37,3	35,4	35,0	35,3	35,1	33,4	32,7	32,7	31,5	31,8	32,3	31,6	30,7
La 5	13,0	11,7	10,9	ns	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
M6	6,4	7,3	8,0	10,2	11,2	11,4	11,5	11,9	12,7	12,9	13,6	12,7	13,5	13,2	12,6	12,5	12,6	12,5	11,5
Canal+	4,4	4,3	4,6	5,0	4,9	4,6	4,4	4,5	4,5	4,6	4,5	4,1	3,6	3,5	3,7	3,8	3,6	3,4	3,4
Chaînes privées	64,8	65,2	65,6	59,9	57,1	55,5	53,2	51,8	52,2	52,8	53,2	50,2	49,8	49,4	47,8	48,1	48,5	47,5	45,6
Autres TV	1,5	1,7	1,8	2,5	2,7	2,8	2,9	3,3	3,8	4,3	4,5	7,5	8,5	9,5	10,9	11,2	12,1	13,8	17,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

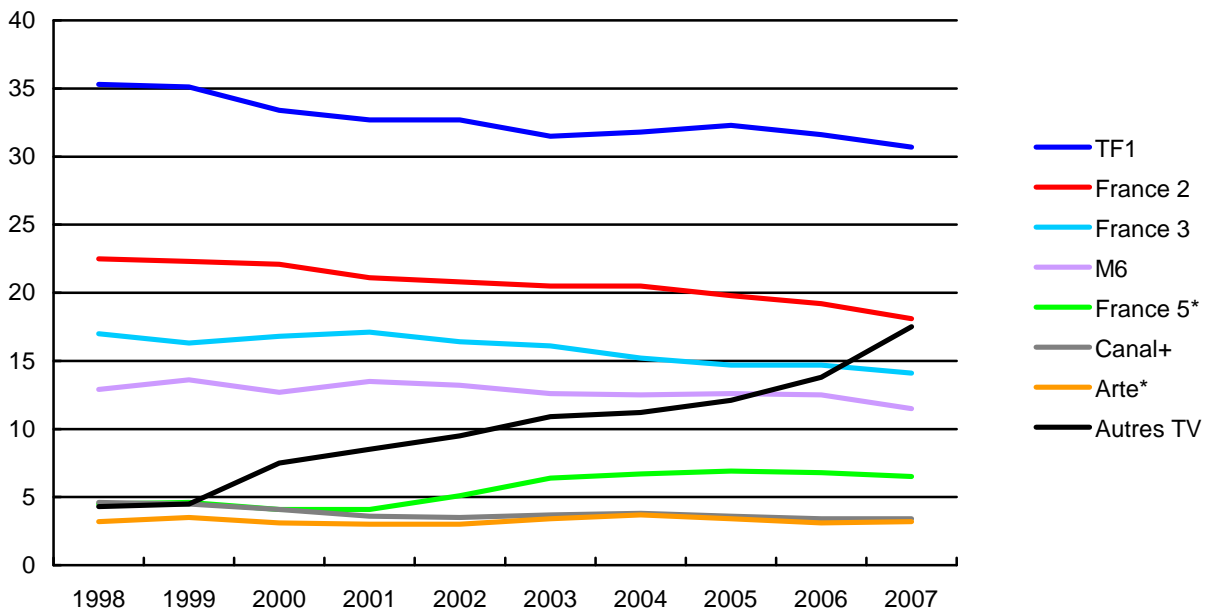
Source : Observatoire Européen de l'Audiovisuel – Médiamétrie – Médiamat.

Dix ans d'audiences

Entre 1998 et 2007, les plus fortes baisses de part d'audience sont enregistrées par les deux premières chaînes nationales : TF1 a perdu 4,6 points à 30,7 % de part d'audience en 2007, contre 35,3 % dix ans plus tôt ; France 2 est en retrait de 4,4 points à 18,1 % en 2007, contre 22,5 % en 1998. Si TF1 s'approche du seuil symbolique des 30,0 % de part d'audience en 2007, la chaîne demeure toutefois la première en termes d'audience. France 3 (-2,9 points à 14,1 % en 2007), M6 (-1,4 point à 11,5 %) et Canal+ (-1,2 point à 3,4 %) ont également perdu du terrain, mais de manière moins importante. Dans ce contexte, France 5 et Arte se distinguent. En dix ans, France 5 a gagné deux points de part d'audience pour atteindre 6,5 % en 2007. La part d'audience de Arte apparaît stable à 3,2 % en 2007. Il convient toutefois de noter que ces deux chaînes sont à leur tour en retrait depuis 2005-2006.

Depuis 1998, la part d'audience des « Autres TV » qui regroupent les chaînes locales, régionales, étrangères ou thématiques et surtout les chaînes de la TNT, connaît une progression régulière au détriment des chaînes hertziennes historiques. La part d'audience des « Autres TV » progresse ainsi de 13,2 points en dix ans. Derrière La Cinquième (devenue France 5) en 1998, les « Autres TV » ont vu leur audience croître sans discontinuer, dépasser celle de La Cinquième en 2000, celle de M6 en 2006 puis celle de France 3 en 2007. Elle se positionne désormais à 0,6 point de part d'audience derrière France 2.

Evolution des parts d'audience des chaînes hertziennes (en %, ensemble de la journée, 4 ans et plus)



*Pour France 5 et Arte, les résultats sont calculés sur les seuls horaires de diffusion en hertzien analogique : avant 19h pour France 5 et après 19h pour Arte ; par conséquent, leurs parts d'audience ne peuvent pas être additionnées à celles de France 2 et France 3.
Source : Médiamétrie – Médiamat.

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

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	22,5	22,3	22,1	21,1	20,8	20,5	20,5	19,8	19,2	18,1	-4,4 points
France 3	17,0	16,3	16,8	17,1	16,4	16,1	15,2	14,7	14,7	14,1	-2,9 points
France 5*	4,5	4,6	4,1	4,1	5,1	6,4	6,7	6,9	6,8	6,5	+2,0 points
Arte*	3,2	3,5	3,1	3,0	3,0	3,4	3,7	3,4	3,1	3,2	0,0 point
Chaînes publiques (F2 et F3)*	39,5	38,6	38,9	38,2	37,2	36,6	35,7	34,5	33,9	32,2	-7,3 points
TF1	35,3	35,1	33,4	32,7	32,7	31,5	31,8	32,3	31,6	30,7	-4,6 points
M6	12,9	13,6	12,7	13,5	13,2	12,6	12,5	12,6	12,5	11,5	-1,4 point
Canal+	4,6	4,5	4,1	3,6	3,5	3,7	3,8	3,6	3,4	3,4	-1,2 point
Chaînes privées	52,8	53,2	50,2	49,8	49,4	47,8	48,1	48,5	47,5	45,6	-7,2 points
Autres TV	4,3	4,5	7,5	8,5	9,5	10,9	11,2	12,1	13,8	17,5	+13,2 points
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	

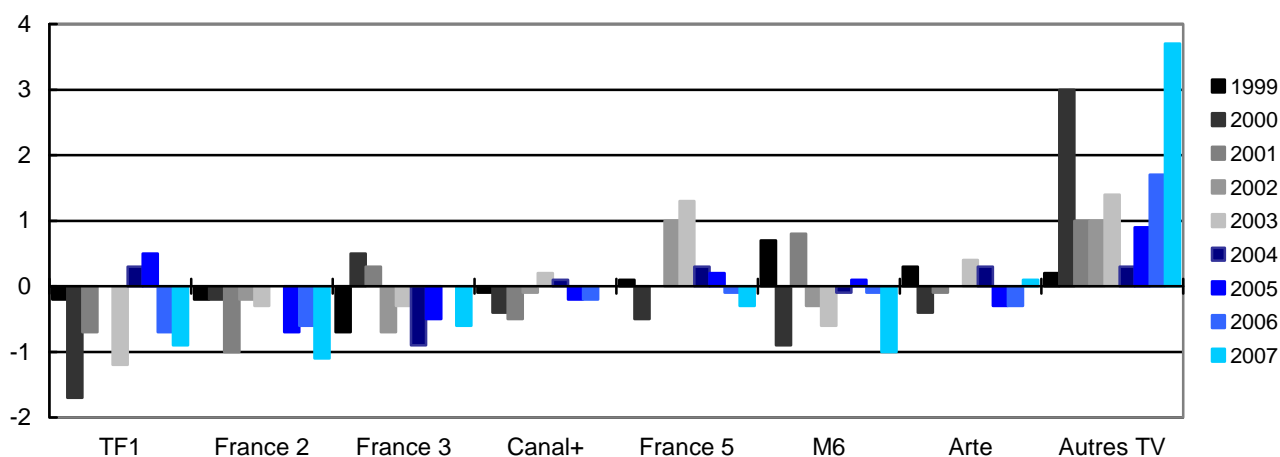
En gras et bleu, la plus forte part d'audience de la décennie par chaîne.

*Pour France 5 et Arte, les résultats sont calculés sur les seuls horaires de diffusion en hertzien analogique : avant 19h pour France 5 et après 19h pour Arte ; par conséquent, leurs parts d'audience ne peuvent pas être additionnées à celles de France 2 et France 3.

Source : Médiamétrie – Médiamat.

Sur les dix dernières années, 2005 apparaît comme une année charnière avec le lancement de la TNT. A partir de cette date, la croissance des « Autres TV » s'accélère (+0,9 point de part d'audience en 2005, +1,7 point en 2006, +3,7 points en 2007). Parallèlement, le recul des chaînes historiques s'accroît.

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



Source : Médiamétrie – Médiamat.

Aux heures de grande écoute, les chaînes historiques ont mieux résisté au développement des « Autres TV », à l'exception de France 3. Entre 1998 et 2007, la part d'audience agrégée des chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+ et M6) recule de 10,5 points entre 19h15 et 22h00 alors qu'elle affiche une baisse de 14,5 points sur l'ensemble de la journée.

Evolution de la part d'audience des chaînes (en %, heures de grande écoute 19h15-22h00, 4 ans et plus)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	21,0	21,2	21,1	20,5	21,2	20,7	21,0	20,2	19,6	18,1	-2,9 point
France 3	19,5	18,4	18,4	18,2	16,8	16,7	16,1	16,7	16,8	16,0	-3,5 points
Arte	2,7	3,0	2,9	2,8	3,0	3,3	3,7	3,4	3,1	3,2	+0,5 point
Chaînes publiques	43,2	42,6	42,4	41,5	41,0	40,7	40,8	40,3	39,5	37,3	-5,9 points
TF1	34,9	35,0	34,4	34,0	33,7	33,4	33,4	33,3	33,1	32,6	-2,3 point
M6	12,8	13,4	12,6	14,0	13,8	13,1	12,9	12,7	12,6	12,0	-0,8 point
Canal+	5,6	5,5	4,8	4,3	4,3	4,4	4,5	4,5	4,4	4,6	-1,0 point
Chaînes privées	53,3	53,9	51,8	52,3	51,8	50,9	50,8	50,5	50,1	49,2	-4,1 points
Autres TV	3,5	3,5	5,8	6,2	7,2	8,4	8,4	9,2	10,4	13,5	+10,0 points
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Source : Observatoire Européen de l'Audiovisuel – Médiamétrie – Médiamat.

C. Les meilleures audiences

Les 10 meilleures audiences

La plus forte audience mesurée sur la période 1998-2007 est également la plus forte audience de la télévision depuis la création de Médiamétrie. Elle a été mesurée le 5 juillet 2006 lors de la diffusion de la demi-finale de la Coupe du Monde de football opposant le Portugal à la France. Cet événement a été suivi par 22,2 millions de téléspectateurs.

Les 10 meilleures audiences (1998-2007)

	Chaîne	Genre	Programme	Date	Téléspectateurs (millions)
1	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : Portugal - France (demi-finale)	05-juil-06	22,2
2	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : France - Italie (finale)	09-juil-06	22,1
3	TF1	Sport	Euro 2000 : France – Italie	02-juil-00	21,4
4	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : France - Brésil (finale)	12-juil-98	20,6
5	TF1	Divers	Remise de la Coupe du Monde de football 1998	12-juil-98	19,8
6	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : Espagne – France	27-juin-06	19,6
7	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : Togo – France	23-juin-06	18,3
8	France 2	Sport	Euro 2000 : France – Portugal	28-juin-00	18,3
9	TF1	Sport	Coupe du Monde de Rugby : Angleterre - France	13-oct-07	18,3
10	TF1	Sport	Coupe du Monde de football : France – Corée du Sud	18-juin-06	18,1

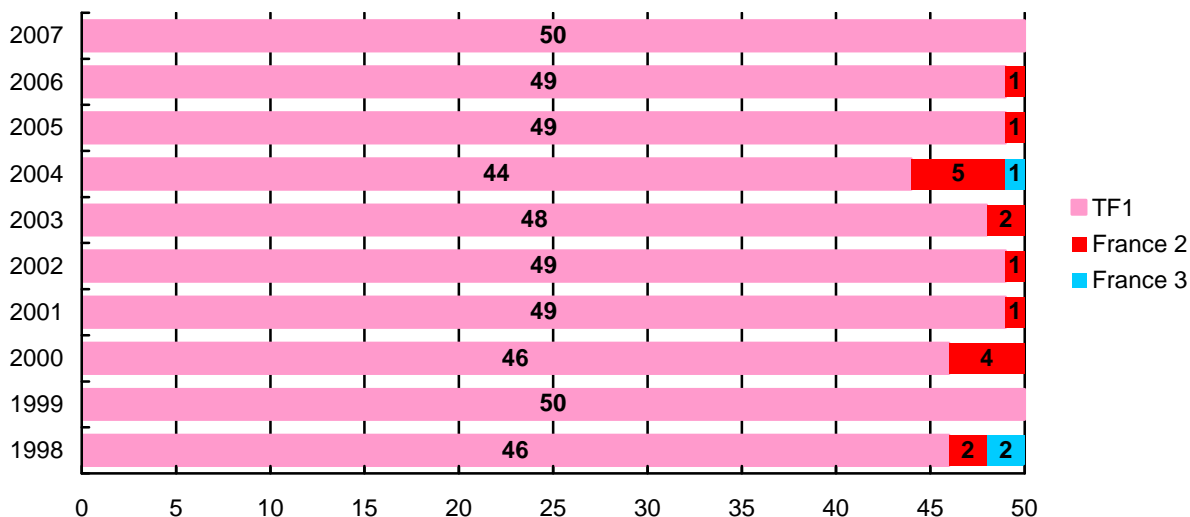
Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus) - Ecran Total - Communiqués TF1.

La meilleure audience de chacune de ces dix dernières années a été réalisée par TF1, grâce à des programmes sportifs (football et rugby) pour sept des dix années étudiées. Pour les trois autres années, il s'agissait d'un film français en 2001 (*le Dîner de cons*), d'un journal d'information en 2002 (« 20 heures ») et d'une fiction française en 2003 (*l'Affaire Dominici*).

Les 50 meilleures audiences

Le classement des cinquante meilleures audiences annuelles est également dominé par TF1. Ces dix dernières années, TF1 a réalisé l'intégralité des cinquante meilleures audiences à deux reprises : en 1999 et en 2007. A l'exception de TF1, qui a enregistré 88 % à 100 % des cinquante meilleures audiences annuelles ces dix dernières années, seules les deux chaînes publiques France 2 et France 3 sont parvenues à inscrire des programmes dans ce palmarès. 2004 est l'année la plus prolifique pour le service public avec six programmes dans le classement des cinquante meilleures audiences, dont trois matches du championnat européen de football.

Les 50 meilleures audiences selon la chaîne

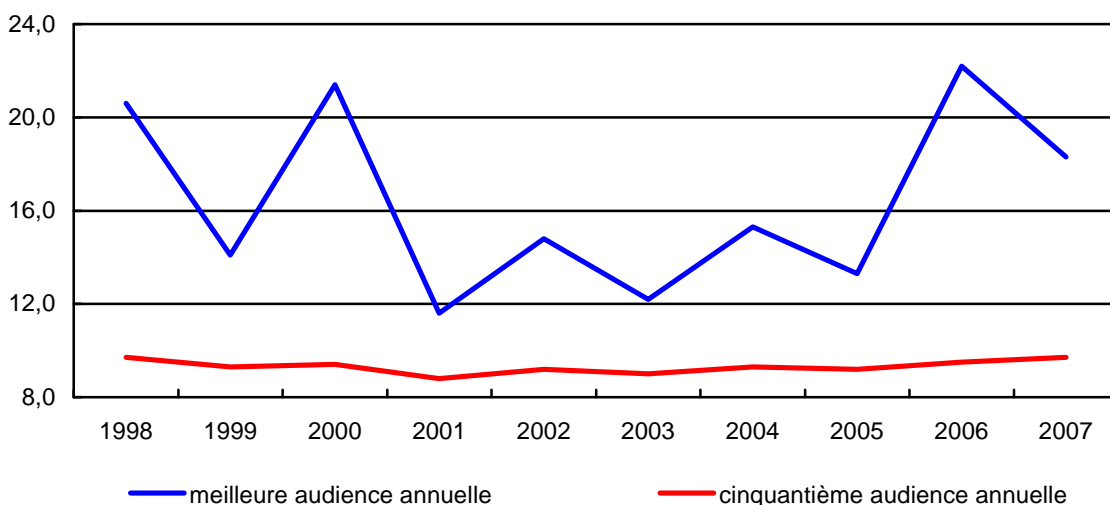


So

urce : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus) - Ecran Total - Communiqués TF1.

Malgré le recul des parts d'audience des chaînes historiques, la puissance de ces chaînes demeure élevée. Ainsi, TF1, peut réunir des audiences très importantes, comme le montre l'évolution de la meilleure audience et de la cinquantième meilleure audience annuelle (stable à 9,3 millions de téléspectateurs en moyenne).

La meilleure et la cinquantième audience annuelle de 1998 à 2007 (millions de téléspectateurs)



Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus) - Ecran Total - Communiqués TF1.

Le genre des programmes qui réalisent les meilleures audiences

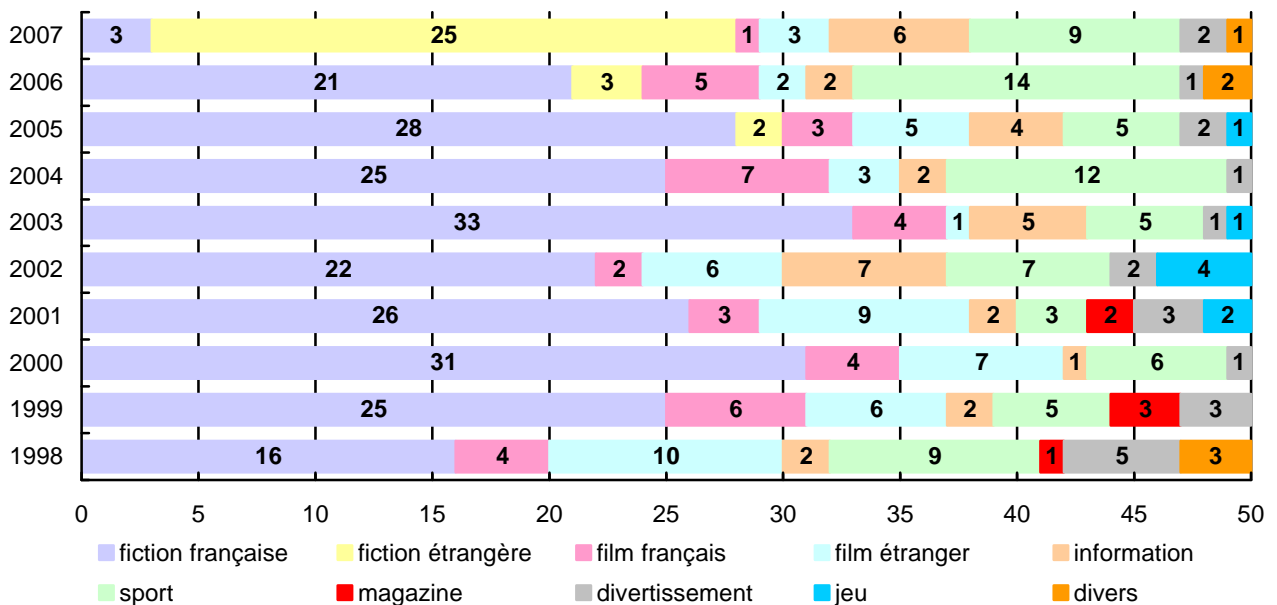
Trois genres de programmes composent l'essentiel du classement des cinquante meilleures audiences des dix dernières années : la fiction (52,0 % du total des 500 programmes étudiés), le cinéma (18,2 %) et le sport (15,0 %).

Depuis 1998, la présence des séries américaines dans le classement des meilleures audiences s'est renforcée. Totalement absentes du classement entre 1998 et 2004, les séries américaines (*les Experts : Miami, les Experts : Manhattan*) occupent la moitié des places du classement des cinquante meilleures audiences en 2007. A l'inverse, les fictions françaises, toujours très présentes dans les classements, voient leur place diminuer depuis 2003. Pour autant, la fiction reste toujours attractive pour les téléspectateurs.

Progressivement, les œuvres cinématographiques françaises ou étrangères ont quasiment disparu du classement des cinquante meilleures audiences annuelles. Le nombre de films dans ce palmarès est passé de 14 en 1998 à 4 en 2007.

En revanche, l'information et le sport ont toujours occupé une place significative dans ces classements, en fonction de l'actualité (soirées électorales, Championnat d'Europe ou Coupe du Monde de football). Leur place a même tendance à s'accroître à partir de 2002.

Les 50 meilleures audiences selon le genre



Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus) - Ecran Total - Communiqués TF1.

Les 50 meilleures audiences : nombre de programmes par genre

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Fiction française	16	25	31	26	22	33	25	28	21	3
Fiction étrangère	0	0	0	0	0	0	0	2	3	25
Film français	4	6	4	3	2	4	7	3	5	1
Film étranger	10	6	7	9	6	1	3	5	2	3
Information	2	2	1	2	7	5	2	4	2	6
Sport	9	5	6	3	7	5	12	5	14	9
Magazine	1	3	0	2	0	0	0	0	0	0
Divertissement	5	3	1	3	2	1	1	2	1	2
Jeu	0	0	0	2	4	1	0	1	0	0
Divers	3	0	0	0	0	0	0	0	2	1
Total	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

Ont été retenues les émissions dont la durée est supérieure à cinq minutes. Pour chaque année, seule la plus forte audience de chaque édition a été retenue pour les journaux télévisés (en 2005 par exemple, 56 journaux de 20 heures ont dépassé les 10 millions de téléspectateurs).

Source : Médiamétrie – Médiamat (ensemble de la journée, 4 ans et plus) - Ecran Total - Communiqués TF1.

L'offre de programmes

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

L'offre de chaînes hertziennes gratuites s'est fortement développée entre 1998 et 2007. En 1998, sept chaînes étaient proposées (TF1, France 2, France 3, La Cinquième et Arte qui se partagent un même canal, M6 et Canal+). A partir de 2005, ce nombre passe à dix-huit avec la naissance et le développement de la Télévision Numérique Terrestre (TF1, France 2, France 3, Canal+ en clair, France 5, M6, Arte, Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ 12, La Chaîne Parlementaire – Assemblée Nationale et Public Sénat qui se partagent un même canal, France 4, BFM TV, i>télé, Europe 2 TV devenue Virgin 17 et Gulli). Les téléspectateurs ont désormais accès à de nouvelles chaînes généralistes mais également à des chaînes destinées à des publics spécifiques (enfants, jeunes adultes) ou proposant des offres thématiques (information, musique, vie citoyenne).

Naissance et développement des chaînes de la TNT

Date de lancement	Nouvelles chaînes	Nom des chaînes
31 mars 2005	8	Direct 8, W9, TMC, NT 1, NRJ 12, LCP-AN, Public Sénat, France 4
14 octobre 2005	1	i>télé
17 octobre 2005	1	Europe 2 TV (devenue Virgin 17)
18 novembre 2005	1	Gulli
28 novembre 2005	1	BFM TV

Source : CSA.

Sur les chaînes historiques en clair (TF1, France 2, France 3, Arte, La Cinquième – France 5, M6), l'offre de programmes progresse de 4,1 % en volume horaire entre 1998 et 2007. Sur la même période, la consommation de télévision des téléspectateurs sur ces chaînes apparaît en retrait de 5,5 % en volume horaire. Ceci confirme la montée en puissance des « Autres TV » (chaînes thématiques du câble, du satellite et de l'ADSL et chaînes TNT), dans la mesure où la durée d'écoute moyenne par individu progresse en parallèle.

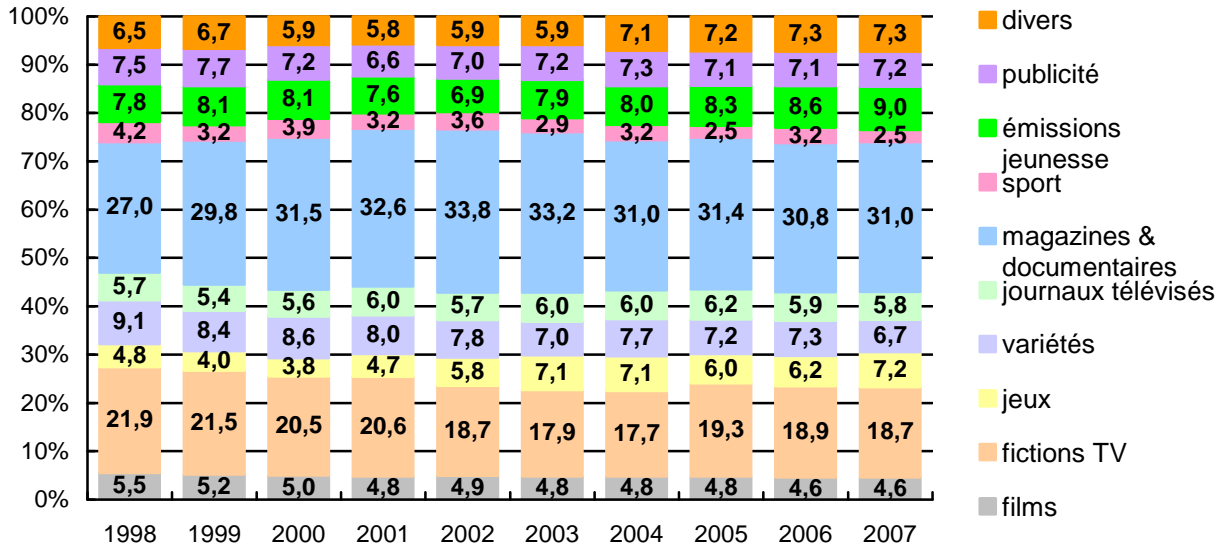
La structure de l'offre et de la consommation de programmes diffusés sur les chaînes hertziennes en clair selon le genre s'avère relativement stable sur la période 1998-2007.

Les magazines et documentaires sont le genre le plus proposé par les chaînes (31,2 % du volume horaire total des programmes diffusés sur la décennie), devant la fiction (19,6 %), les émissions jeunesse (8,0 %) et les variétés (7,8 %). Cependant, les parts de la fiction et des variétés dans l'offre totale diminuent respectivement de 3,2 points et 2,4 points sur la période.

Les chaînes réduisent également leur offre de films (-0,9 point) et de sport (-1,7 point). Le volume de sport diffusé est globalement en recul mais il connaît des variations d'une année à l'autre en raison des événements sportifs en années paires (Coupe du Monde et Euro de football, Jeux Olympiques).

En revanche, les chaînes renforcent la présence dans leurs grilles de programmes des jeux (+2,4 points), des magazines - documentaires (+4,0 points avec une forte croissance entre 1998 et 2002 et un repli à partir de 2003) et de programmes jeunesse (+1,2 point). La publicité, dont les volumes sont limités par la réglementation, représente environ 7,0 % du volume horaire annuel des programmes.

Structure de l'offre télévisuelle selon le genre de programmes (%)*



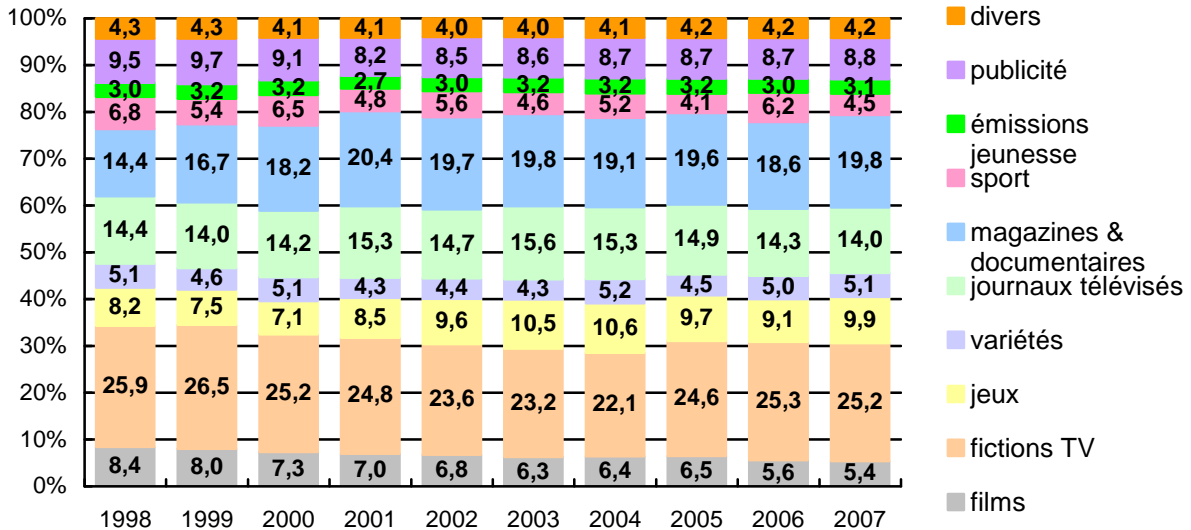
*chaînes hertziennes en clair (TF1, France 2, France 3, Arte, La Cinquième - France 5, M6).

Lecture : en 2006, les jeux représentent 6,2 % de l'offre de programmes des chaînes hertziennes en volume horaire.

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

Les variations des durées de consommation de la télévision sont à mettre en parallèle avec l'évolution des volumes de programmes offerts. Offre et consommation connaissent sensiblement les mêmes orientations. La consommation est naturellement fonction de l'offre : le téléspectateur regarde davantage de programmes sportifs quand il y a plus de programmes proposés, en particulier les grands événements. A l'inverse, l'offre est également dépendante de la consommation, les chaînes faisant évoluer leur offre en fonction de l'évolution de la consommation, c'est-à-dire de l'audience des programmes.

Structure de la consommation télévisuelle selon le genre de programmes (%)*



*chaînes hertziennes en clair (TF1, France 2, France 3, Arte, La Cinquième - France 5, M6).

Lecture : en 2006, les jeux représentent 9,1 % du temps d'écoute des téléspectateurs.

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

En 1998, le genre le plus consommé par les téléspectateurs était la fiction télévisuelle. C'est toujours le cas en 2007. La fiction représente en effet le quart de la consommation des téléspectateurs. Autres genres plébiscités par le public : les magazines – documentaires (en moyenne 18,6 % du volume consommé entre 1998 et 2007) et l'information (14,7 %). Trois genres ont vu leur part dans la consommation totale des téléspectateurs augmenter : les magazines et documentaires (+5,4 points), les jeux (+1,7 point) et les émissions jeunesse (+0,1 point). Les films (-3,0 points) et le sport (-2,3 points) enregistrent les plus fortes baisses de consommation des téléspectateurs.

La structure de l'offre et de la consommation de programmes sur les chaînes en clair fait apparaître une surconsommation de certains genres dont les journaux télévisés en premier lieu. Ils représentent 5,8 % du volume horaire offert par les chaînes et constituent 14,7 % du temps d'écoute des téléspectateurs, soit un rapport de surconsommation de 2,5 en moyenne sur la période 1998-2007. Les fictions télévisuelles (24,6 % de la consommation pour 19,6 % de l'offre), les jeux (9,1 % pour 5,6 %), le sport, les films et la publicité sont également surconsommés. A l'inverse, bien qu'ils se distinguent comme le deuxième genre le plus consommé, les magazines et documentaires apparaissent particulièrement sous-consommés : ils représentent en moyenne 19,8 % de la consommation des téléspectateurs pour 31,0 % de l'offre. Les variétés et surtout les émissions jeunesse (3,1 % de la consommation pour 8,0 % de l'offre, soit le rapport moyen de consommation le plus faible à 0,4) sont également sous-consommées par les téléspectateurs en comparaison de ce que ces genres représentent dans l'offre de programmes des chaînes. Il convient cependant de souligner que les données de consommation étudiées concernent l'ensemble des individus de 4 ans et plus, soit une cible nettement plus large que celle à laquelle sont destinés les programmes jeunesse, ce qui explique cette sous-consommation apparente. Les évolutions ne sont pas les mêmes pour tous les genres de programmes. L'écart entre la consommation et l'offre de films est en diminution continue entre 1998 et 2007. La fiction télévisuelle est, au contraire, de plus en plus surconsommée (l'écart consommation-offre progresse de 2,6 points entre 1998 et 2007).

B. L'offre de fiction

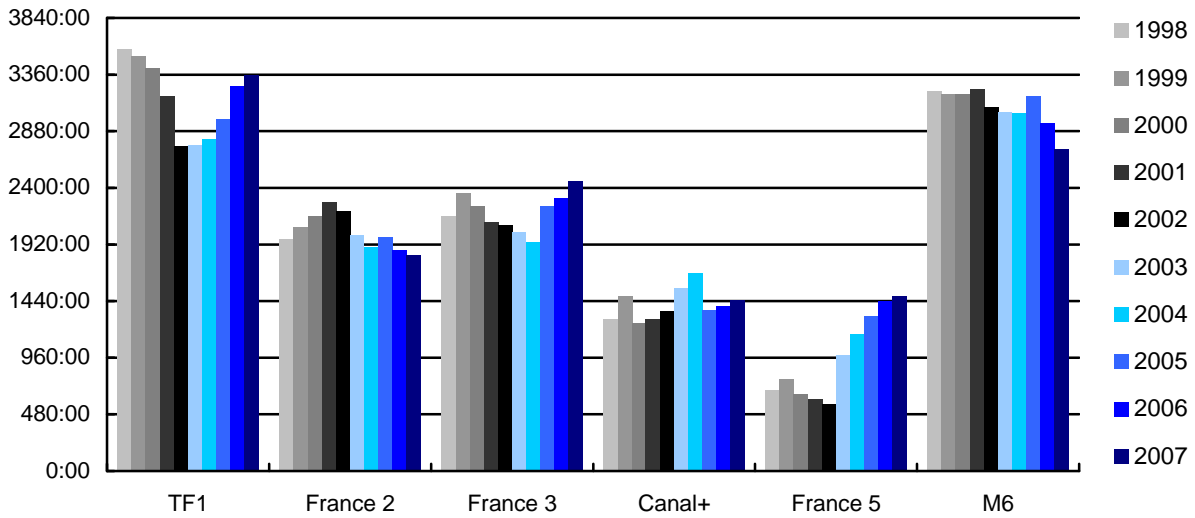
Le volume de fictions télévisuelles (animation jeunesse incluse) diffusées sur TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 et M6 progressent de 3,1 % entre 1998 et 2007. Cette hausse s'explique principalement par le développement de France 5 dont le volume de fiction (essentiellement des programmes jeunesse) a doublé sur la période. Hors France 5, l'offre de fiction décline en effet de 3,2 %. Sur l'ensemble de la journée, les deux chaînes privées en clair (TF1 et M6) sont les plus importants diffuseurs de fiction télévisuelle, avec un volume annuel moyen de plus de 3 000 heures par chaîne. Chacune des deux chaînes publiques généralistes (France 2 et France 3) diffusent un millier d'heures de fiction de moins en moyenne.

Aux heures de grande écoute (18h00-23h00), l'offre de fiction est en recul de 13,8 % entre 1998 et 2007 sur TF1, France 2, France 3 et M6. Toutefois, après une période de déclin continu entre 1998 et 2004 (point bas à 1 554 heures), le volume de fiction offerte croît de nouveau à partir de 2005, sous l'impulsion de l'ensemble des chaînes.

Sur l'ensemble de la période, M6 est le premier diffuseur de fiction aux heures de grande écoute, avec une large part accordée aux fictions américaines. Pour autant, la chaîne a considérablement réduit son volume de fiction sur cette plage horaire : il passe de 1 147 heures en 1998 à 738 heures en 2007 (-35,7 %).

France 3 est la seule chaîne ayant élargi son offre de fiction aux heures de grande écoute entre 1998 et 2007 (+63,3 %). France 3 demeure cependant celle des quatre chaînes étudiées qui diffuse le moins de fiction sur cette plage horaire.

Offre de fiction télévisuelle* par chaîne sur l'ensemble de la journée (heures)



*to

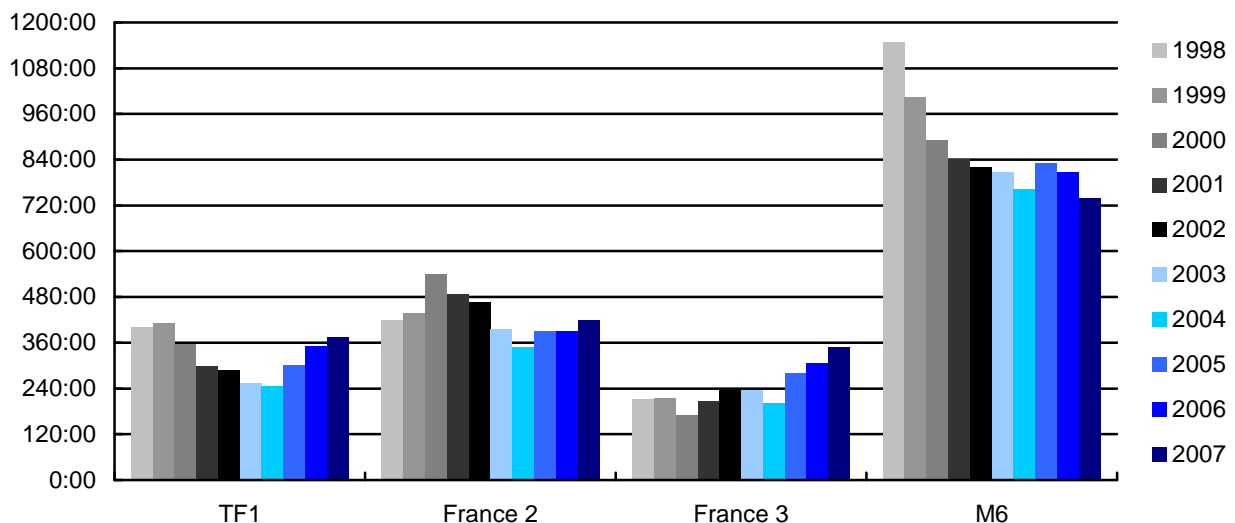
utes nationalités, y compris animation jeunesse.
Source : CSA.

Offre de fiction télévisuelle* par chaîne sur l'ensemble de la journée

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	1962h18'	2060h18'	2157h46'	2280h44'	2203h25'	1999h50'	1895h43'	1978h00'	1867h10'	1823h47'	-7,1%
France 3	2155h30'	2352h57'	2238h22'	2105h30'	2084h33'	2018h29'	1937h10'	2240h09'	2311h59'	2455h08'	+13,9%
France 5	681h01'	775h35'	645h33'	605h43'	564h59'	975h40'	1155h59'	1310h04'	1439h10'	1474h59'	+116,6%
Chaînes publiques	4798h49'	5188h50'	5041h41'	4991h57'	4852h57'	4993h59'	4988h52'	5528h13'	5618h19'	5753h54'	+19,9%
TF1	3571h01'	3517h31'	3416h11'	3171h33'	2750h47'	2757h33'	2809h25'	2979h53'	3255h15'	3351h01'	-6,2%
M6	3220h49'	3194h23'	3192h45'	3237h54'	3080h17'	3042h13'	3032h55'	3177h53'	2943h05'	2726h27'	-15,3%
Canal+	1284h25'	1476h47'	1253h24'	1284h51'	1354h40'	1546h42'	1670h13'	1358h00'	1392h00'	1444h00'	+12,4%
Chaînes privées	8076h15'	8188h41'	7862h20'	7694h18'	7185h44'	7346h28'	7512h33'	7515h46'	7590h20'	7521h28'	-6,9%
Total	12875h04'	13377h31'	12904h01'	12686h15'	12038h41'	12340h27'	12501h25'	13043h59'	13208h39'	13275h22'	+3,1%

*toutes nationalités, y compris animation jeunesse.
Source : CSA.

Offre de fiction télévisuelle* par chaîne aux heures de grande écoute (18h00-23h00)



*toutes nationalités, y compris animation jeunesse. Source : CSA.

Offre de fiction télévisuelle* par chaîne aux heures de grande écoute (18h00-23h00)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	419h55'	438h17'	540h10'	486h29'	466h28'	393h12'	347h38'	390h00'	388h45'	419h16'	-0,2%
France 3	212h16'	213h05'	169h35'	207h00'	235h38'	233h35'	200h54'	279h28'	305h28'	346h34'	+63,3%
Chaînes publiques	632h11'	651h22'	709h45'	693h29'	702h06'	626h47'	548h32'	669h28'	694h13'	765h50'	+21,1%
TF1	400h06'	410h07'	355h25'	298h19'	288h05'	253h44'	244h29'	300h35'	350h57'	374h56'	-6,3%
M6	1147h13'	1002h04'	890h56'	841h18'	820h27'	806h52'	760h39'	830h06'	806h11'	738h00'	-35,7%
Chaînes privées	1547h19'	1412h11'	1246h21'	1139h37'	1108h32'	1060h36'	1005h08'	1130h41'	1157h08'	1112h56'	-28,1%
Total	2179h30'	2063h33'	1956h06'	1833h06'	1810h38'	1687h23'	1553h40'	1800h09'	1851h21'	1878h46'	-13,8%

*y compris animation jeunesse.

Source : CSA.

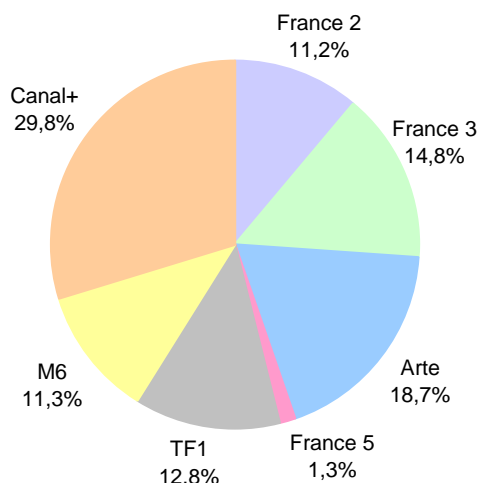
C. L'offre de films

Offre de films sur l'ensemble de la journée

Parmi les chaînes hertziennes, Canal+ est le principal diffuseur de films à (29,8 % du nombre de films diffusés sur les chaînes hertziennes entre 1998 et 2007). En dehors de ce cas particulier, et de celui de Arte, qui n'est pas soumise aux mêmes obligations de diffusion de films que les autres chaînes en clair, France 3 est la chaîne qui a diffusé le plus de films ces dix dernières années. France 3 utilise largement la possibilité offerte aux chaînes de diffuser plus de 192 films par an à condition que ce soit des œuvres d'art et d'essai. La chaîne diffuse au total 2 195 films 1997 et 2008, y compris les rediffusions d'un même film sur des années différentes.

Le nombre annuel de films diffusés sur les chaînes en clair recule de 4,7 % entre 1998 et 2007 (1 109 films en 1998, 1 057 films en 2007). Toutefois, après un point bas à moins de 1 000 films en 2002, la tendance s'est inversée. Hors Arte et France 5, la baisse du nombre de films diffusés atteint -5,6 % sur la période. En dix ans, France 2 et M6 réduisent respectivement leur offre cinématographique de 18,4 % (-37 films) et 22,6 % (-43 films). France 5 abandonne complètement la diffusion de films en 2007, après l'avoir réduite drastiquement depuis 2001. Le nombre de films diffusés sur TF1 est d'une grande régularité tout au long de la période, proche du plafond des 192 films autorisés. France 3 développe son offre depuis 2004 et augmente ainsi son nombre de films diffusés de 17,4 % (+36 films) en dix ans. Enfin, entre 1998 et 2007, le nombre de films diffusés progresse de 15,9 % sur Arte (+43 films) et de 3,6 % sur Canal+ (+16 films).

Structure du nombre de films diffusés selon la chaîne (1998-2007)



Source : CSA-CNC.

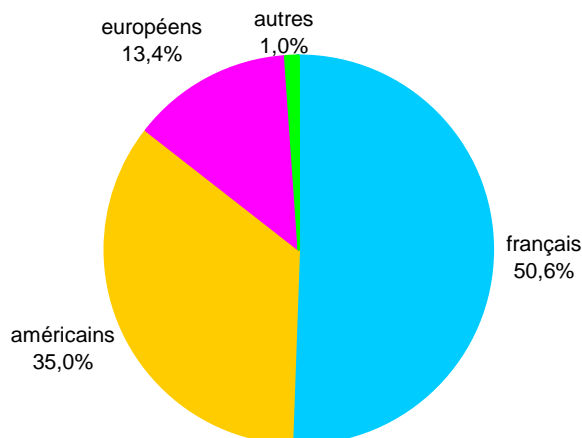
Evolution du nombre de films diffusés sur les chaînes hertziennes

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	201	197	154	163	143	158	164	158	154	164	-18,4%
France 3	207	215	201	203	206	209	244	237	230	243	+17,4%
France 5	51	52	51	8	10	8	11	1	4	0	-100,0%
Arte	270	265	256	285	263	266	258	271	315	313	+15,9%
Chaînes publiques	729	729	662	659	622	641	677	667	703	720	-1,2%
TF1	190	192	192	190	191	191	189	191	183	190	0,0%
M6	190	185	175	161	159	170	165	173	141	147	-22,6%
Canal+	448	452	460	446	406	400	436	436	463	464	+3,6%
Chaînes privées	828	829	827	797	756	761	790	800	787	801	-3,3%
Total	1 557	1 558	1 489	1 456	1 378	1 402	1 467	1 467	1 490	1 521	-2,3%
Total hors Canal+	1 109	1 106	1 029	1 010	972	1 002	1 031	1 031	1 027	1 057	-4,7%

Source : CSA-CNC.

Le nombre de films français diffusés sur TF1, France 2, France 3 et M6 progresse de 1,8 % entre 1998 et 2007. Celui des films américains est en retrait de 9,5 % et celui des films européens (hors français) recule de 17,8 %. Au cours de la dernière décennie, les films français représentent 50,6 % des films diffusés sur les quatre principales chaînes françaises, devant les films américains (35,0 %) et les films européens (13,4 %). Les cinématographies des autres régions du monde sont quasi absentes des grilles de ces chaînes (1,0 %).

Structure du nombre de films diffusés sur TF1, France 2, France 3 et M6 selon la nationalité (1998-2007)



Source : CSA-CNC.

Nombre de films diffusés selon leur nationalité sur TF1, France 2, France 3 et M6

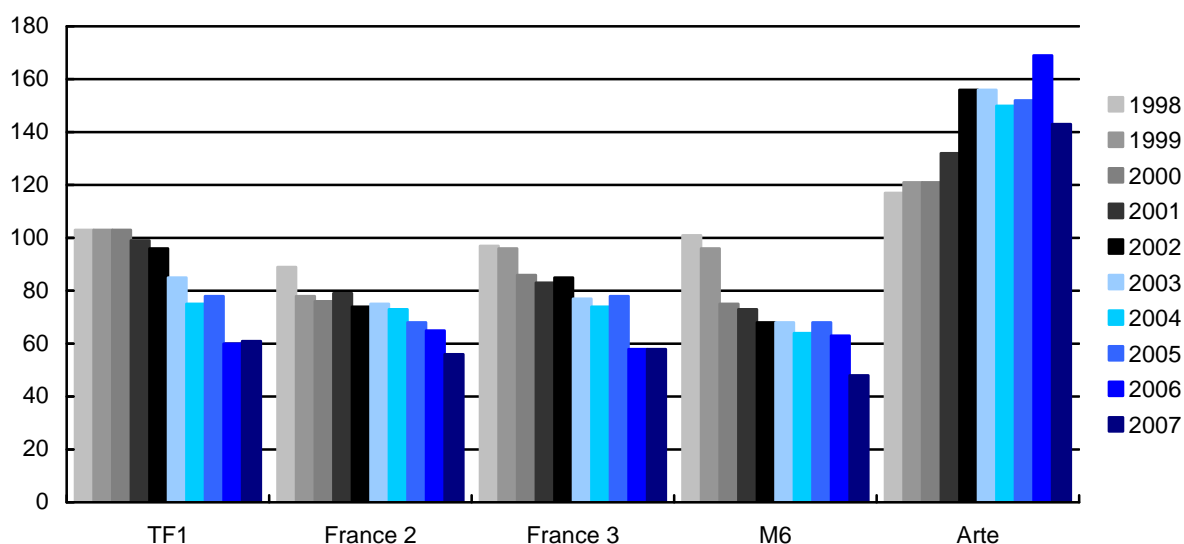
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
Français	385	384	361	350	347	363	411	396	362	392	+1,8%
Américains	284	268	251	256	257	261	259	258	242	257	-9,5%
Européens	107	127	102	101	92	95	87	98	98	88	-17,8%
Autres	12	10	8	10	3	9	5	7	6	7	-41,7%
Total	788	789	722	717	699	728	762	759	708	744	-5,6%

Source : CSA-CNC.

Offre de films en première partie de soirée

En première partie de soirée, le nombre de films diffusés sur TF1, France 2, France 3, M6 et Arte baisse significativement entre 1998 et 2007 (-27,8 % et -42,8 % hors Arte). M6 est la chaîne qui diffuse le moins de films en 2007 (48 titres, contre 101 en 1998, soit une diminution de 52,5 %). Sur la période, le nombre de films recule de 40,8 % sur TF1, de 40,2 % sur France 3 et de 37,1 % sur France 2. Seule Arte élargit son offre de films en première partie de soirée (+22,2 %) pour atteindre 143 films diffusés en 2007.

Evolution du nombre de films diffusés en première partie de soirée* selon la chaîne



*entre 20h30 et 22h30.
Source : CSA-CNC.

Nombre de films diffusés en première partie de soirée* selon la chaîne

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	89	78	76	79	74	75	73	68	65	56	-37,1%
France 3	97	96	86	83	85	77	74	78	58	58	-40,2%
Arte	117	121	121	132	156	156	150	152	169	143	+22,2%
Chaînes publiques	303	295	283	294	315	308	297	298	292	257	-15,2%
TF1	103	103	103	99	96	85	75	78	60	61	-40,8%
M6	101	96	75	73	68	68	64	68	63	48	-52,5%
Chaînes privées	204	199	178	172	164	153	139	146	123	109	-46,6%
Total	507	494	461	466	479	461	436	444	415	366	-27,8%
Total hors Arte	390	373	340	334	323	305	286	292	246	223	-42,8%

*entre 20h30 et 22h30.
Source : CSA-CNC.

D. La diffusion des œuvres audiovisuelles

D'après l'article 4 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié, relatif à la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, « constituent des œuvres audiovisuelles les émissions ne relevant pas d'un des genres suivants : œuvres cinématographiques de longue durée ; journaux et émissions d'information ; variétés ; jeux ; émissions autres que fictions majoritairement réalisées en plateau ; retransmissions sportives ; messages publicitaires ; téléachat ;

autopromotion ; services de télétexte ». Par déduction, sont considérées comme œuvres audiovisuelles, les genres de programmes suivants : fiction télévisuelle, animation, documentaire, magazine et divertissement minoritairement réalisé en plateau, vidéomusiques, œuvres cinématographiques de court métrage, concerts et spectacles. Les chaînes de télévision doivent consacrer, dans le total du temps annuellement consacré à la diffusion d'œuvres audiovisuelles sur l'ensemble de la journée et aux heures de grande écoute (de 18h00 à 23h00 et le mercredi de 14h00 à 23h00 pour TF1, France 2 et France 3 ; de 17h00 à 23h00 et le mercredi de 14h00 à 23h00 pour M6 ; de 20h30 à 22h30 pour Canal+) au moins 60,0 % à la diffusion d'œuvres européennes et 40,0 % à la diffusion d'œuvres d'expression originale française (EOF).

Entre 1998 et 2007, le volume global d'œuvres audiovisuelles sur les chaînes hertziennes progresse de 10,9 % (+3,5 % aux heures de grande écoute). Cette augmentation est principalement le fait du service public. France 5, qui passe à une diffusion en mode numérique hertzien 24h sur 24 en 2005, augmente son volume d'œuvres de 80,2 % en dix ans. Depuis 2006, la chaîne est le premier diffuseur d'œuvres audiovisuelles. Le volume d'œuvres audiovisuelles diffusé par France 3 progresse de 34,0 % et celui de France 2 de 0,3 %. Les chaînes privées TF1 et M6, qui diffusent des volumes d'œuvres audiovisuelles supérieurs, réduisent ces volumes au cours de la période (respectivement -2,5 % et -17,5 %).

Cette évolution profite aux œuvres européennes (+20,1 %) et d'expression originale française (+19,8 %) alors que le volume d'œuvres étrangères recule (-7,0 %). Les œuvres étrangères sont ainsi en retrait sur les quatre chaînes généralistes (TF1, France 2, France 3 et M6) sauf aux heures de grande écoute sur TF1. Pour ce qui concerne l'évolution du volume d'œuvres européennes et francophones diffusées, les chaînes publiques s'opposent aux chaînes privées : ce volume apparaît en effet en hausse sur France Télévisions et en baisse sur les chaînes privées (à l'exception des œuvres EOF aux heures de grande écoute sur M6). M6 est le principal diffuseur d'œuvres étrangères, sur l'ensemble de la journée mais également en soirée. A ces horaires, la différence avec les autres chaînes est encore plus marquée. Depuis 2005, France 3 apparaît comme le premier diffuseur d'œuvres EOF sur l'ensemble de la journée.

Evolution des volumes diffusés d'œuvres audiovisuelles selon l'origine entre 1998 et 2007 (%)

	Ensemble de la diffusion			Heures de grande écoute		
	Européen (y compris EOF)	Expression Originale Française	Etranger (non européen)	Européen (y compris EOF)	Expression Originale Française	Etranger (non européen)
France 2	+13,4	+14,1	-30,4	+15,9	+4,9	-22,9
France 3	+60,2	+62,3	-16,0	+40,4	+58,8	-45,7
France 5	+93,1	+82,0	+37,2	-	-	-
Chaînes publiques*	+56,5	+55,6	-7,2	+27,7	+30,9	-30,2
TF1	-3,4	-11,7	-0,9	-10,0	-22,3	+5,8
M6	-18,2	-14,8	-16,4	-4,6	+2,6	-5,3
Canal+	+12,4	+15,8	+6,1	+24,2	+8,4	+139,5
Chaînes privées	-7,6	-8,1	-7,0	-4,1	-5,5	+3,5
Total - par origine	+20,1	+19,8	-7,0	+7,9	+9,0	-5,6
Total général		+10,9			+3,5	

*Hors France 5 aux heures de grande écoute.

Source : CSA.

Le dispositif réglementaire des quotas de diffusion, contrôlé par le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel, répond à un objectif de développement et de défense d'une identité culturelle par l'exposition des œuvres européennes et francophones sur les antennes françaises. L'analyse de la réalisation des quotas de diffusion au cours des dix dernières années révèle que les chaînes publiques sont les plus volontaristes en la matière. Les écarts entre les quotas réalisés et les

planchers autorisés sont en effet les plus forts sur les chaînes publiques (+9,6 points à +36,2 points sur France 2, France 3 et France 5, en moyenne sur la période 1998-2007).

Si TF1 semble également avoir mené une politique volontariste en faveur des œuvres d'expression française avant 2005 (écart positif pour les quotas EOF de 11,4 points sur l'ensemble de la diffusion et de 17,7 points aux heures de grande écoute), l'écart positif entre la réalisation et l'obligation s'est resserré depuis cette date. La part des œuvres françaises apparaît en effet en baisse depuis 2005, année du retour des fictions américaines en première partie de soirée sur la chaîne. Elle atteint 46,5 % en 2007 aux heures de grande écoute.

Les quotas atteints par M6 sont très stables sur la période et très proches des limites autorisées. La chaîne détient les plus faibles écarts entre le réalisé et l'autorisé.

La différence entre les chaînes publiques et les chaînes privées s'accroît : les premières diffusent une part croissante d'œuvres audiovisuelles européennes et francophones alors que les chaînes privées diminuent ou stabilisent cette offre dans le total des œuvres diffusées.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes hertziennes (durées)

			1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
TF1	Ensemble de la journée	Total	4987h09	5184h29	5195h32	4934h57	4651h50	4540h24	4559h22	4614h26	4816h35	4864h43
		EUR	3095h23	3285h03	3310h47	3031h43	2911h12	2821h03	2856h56	2812h18	2924h58	2990h04
		EOF	2588h25	2681h17	2680h18	2515h37	2577h01	2405h31	2469h11	2341h32	2317h01	2285h48
	Heures de grande écoute	Total	672h38	734h26	682h37	627h58	539h59	504h35	484h57	537h05	601h18	640h11
		EUR	453h51	502h21	486h42	474h41	356h15	340h39	346h09	343h29	365h52	408h39
		EOF	383h15	446h29	409h43	398h19	316h47	319h38	305h02	280h31	322h13	297h37
F2	Ensemble de la journée	Total	3155h49	3317h34	3447h31	3438h30	3332h11	3267h05	3252h21	3392h06	3289h50	3166h16
		EUR	2217h16	2329h33	2445h21	2347h19	2402h42	2335h05	2373h32	2514h33	2555h10	2513h26
		EOF	1550h18	1680h47	1672h10	1568h35	1491h11	1598h22	1629h29	1726h06	1844h26	1768h44
	Heures de grande écoute	Total	687h13	705h07	812h47	784h15	754h38	686h21	672h58	742h03	739h20	712h49
		EUR	471h32	448h26	506h26	523h16	519h54	511h13	504h18	559h24	604h46	546h30
		EOF	382h20	380h50	409h23	429h32	413h00	425h52	412h23	472h51	516h07	401h12
F3	Ensemble de la journée	Total	3253h43	3458h36	3355h26	3148h08	3508h27	3551h59	3435h28	3942h25	4127h28	4361h21
		EUR	2136h39	2218h16	2149h26	1956h36	2278h38	2441h41	2558h14	2830h34	3147h13	3422h54
		EOF	1800h39	1922h22	1883h32	1616h40	1960h39	2111h54	2211h48	2505h09	2729h47	2923h11
	Heures de grande écoute	Total	541h15	593h44	554h38	614h55	599h50	568h39	530h39	663h09	666h10	671h40
		EUR	438h30	459h45	451h14	530h20	506h58	490h36	482h47	611h13	609h23	615h50
		EOF	356h42	381h57	410h25	436h43	418h24	412h12	452h22	553h36	584h53	566h31
C+	Ensemble de la journée	Total	2502h24	2695h12	2456h34	2501h53	2558h13	2727h13	2620h16	2608h00	2769h00	2754h00
		EUR	1583h12	1623h30	1593h04	1534h47	1678h07	1681h58	1466h14	1650h00	1785h00	1779h00
		EOF	1234h45	1204h51	1111h23	1107h26	1121h10	1157h59	901h18	1184h00	1336h00	1430h00
	Heures de grande écoute	Total	148h15	176h30	141h59	159h45	132h28	151h55	163h45	181h00	203h00	225h00
		EUR	112h46	104h56	93h51	106h48	94h34	100h47	103h07	110h00	133h00	140h00
		EOF	91h22	89h41	81h01	91h38	84h10	79h44	68h51	76h00	86h00	99h00
F5	Ensemble de la journée	Total	3116h47	3682h21	3817h04	3929h52	3681h16	3790h39	3806h22	5384h00	5852h00	5618h00
		EUR	2400h48	2924h03	3087h19	3332h21	2862h52	3169h59	3126h39	4402h00	4756h00	4636h00
		EOF	1983h30	2253h14	2517h04	2747h48	2068h12	2171h48	1990h07	3084h00	3514h00	3610h00
	Heures de grande écoute	Total								852h00	1019h00	1010h00
		EUR	France 5 est soumise aux obligations de diffusion sur cette tranche horaire à partir du 1 ^{er} avril 2005							700h00	882h00	887h00
		EOF							536h00	690h00	778h00	
M6	Ensemble de la journée	Total	6684h27	6663h57	6496h58	6393h01	6097h35	5853h40	5778h34	5907h39	5757h32	5512h11
		EUR	4188h55	4200h05	4049h51	3953h44	3732h43	3519h06	3507h55	3571h25	3576h54	3426h14
		EOF	3035h08	3008h28	2895h18	2746h53	2631h41	2503h13	2551h12	2493h28	2683h06	2585h20
	Heures de grande écoute	Total	1553h56	1569h45	1585h54	1532h41	1489h46	1481h56	1417h49	1520h51	1504h30	1477h58
		EUR	944h26	965h49	988h22	958h17	923h15	909h03	862h51	944h39	915h08	900h47
		EOF	644h07	665h03	649h43	632h59	638h10	630h20	577h05	623h03	624h43	660h41

EUR : Œuvres européennes, EOF : Œuvres d'expression originale française.

Source : CSA.

Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes hertziennes (%)

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	
TF1	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	62,1	63,4	63,7	61,4	62,6	62,1	62,7	60,9	60,7	61,5
		EOF	51,9	51,7	51,6	51,0	55,4	53,0	54,2	50,7	48,1	47,0
	Heures de grande écoute	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		EUR	67,5	68,4	71,3	75,6	66,0	67,5	71,4	64,0	60,8	63,8
		EOF	57,0	60,8	60,0	63,4	58,7	63,3	62,9	52,2	53,6	46,5
F2	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	70,3	70,2	70,9	68,3	72,1	71,5	73,0	74,1	77,7	79,4
		EOF	49,1	50,7	48,5	45,6	44,8	48,9	50,1	50,9	56,1	55,9
	Heures de grande écoute	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		EUR	68,6	63,6	62,3	66,7	68,9	74,5	74,9	75,4	81,8	76,7
		EOF	55,6	54,0	50,4	54,8	54,7	62,0	61,3	63,7	69,8	56,3
F3	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	65,7	64,1	64,1	62,2	64,9	68,7	74,5	71,8	76,3	78,5
		EOF	55,3	55,6	56,1	51,4	55,9	59,5	64,4	63,5	66,1	67,0
	Heures de grande écoute	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		EUR	81,0	77,4	81,4	86,2	84,5	86,3	91,0	92,2	91,5	91,7
		EOF	65,9	64,3	74,0	71,0	69,8	72,5	85,2	83,5	87,8	84,3
C+	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	63,3	60,2	64,8	61,3	65,6	61,7	56,0	63,3	64,5	64,6
		EOF	49,3	44,7	45,2	44,3	43,8	42,5	34,4	45,4	48,2	51,9
	Heures de grande écoute	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		EUR	76,1	59,5	66,1	66,9	71,4	66,3	63,0	60,8	65,5	62,4
		EOF	61,6	50,8	57,1	57,4	63,5	52,5	42,0	42,0	42,4	44,0
F5	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	77,0	79,4	80,9	84,8	77,8	83,6	82,1	81,8	81,3	82,5
		EOF	63,6	61,2	65,9	69,9	56,2	57,3	52,3	57,3	60,0	64,3
	Heures de grande écoute	Total	France 5 est soumise aux obligations de diffusion sur cette tranche horaire à partir du 1 ^{er} avril 2005							100,0	100,0	100,0
		EUR								82,2	86,6	87,8
		EOF								62,9	67,7	77,0
M6	Ensemble de la journée	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	
		EUR	62,7	63,0	62,3	61,8	61,2	60,1	60,7	60,5	62,1	62,2
		EOF	45,4	45,1	44,6	43,0	43,2	42,8	44,1	42,2	46,6	46,9
	Heures de grande écoute	Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
		EUR	60,8	61,5	62,3	62,5	62,0	61,3	60,9	62,1	60,8	60,9
		EOF	41,5	42,4	41,0	41,3	42,8	42,5	40,7	41,0	41,5	44,7

EUR : Œuvres européennes, EOF : Œuvres d'expression originale française. Un chiffre en gras et rouge indique le non respect d'un quota.

Source : CSA.

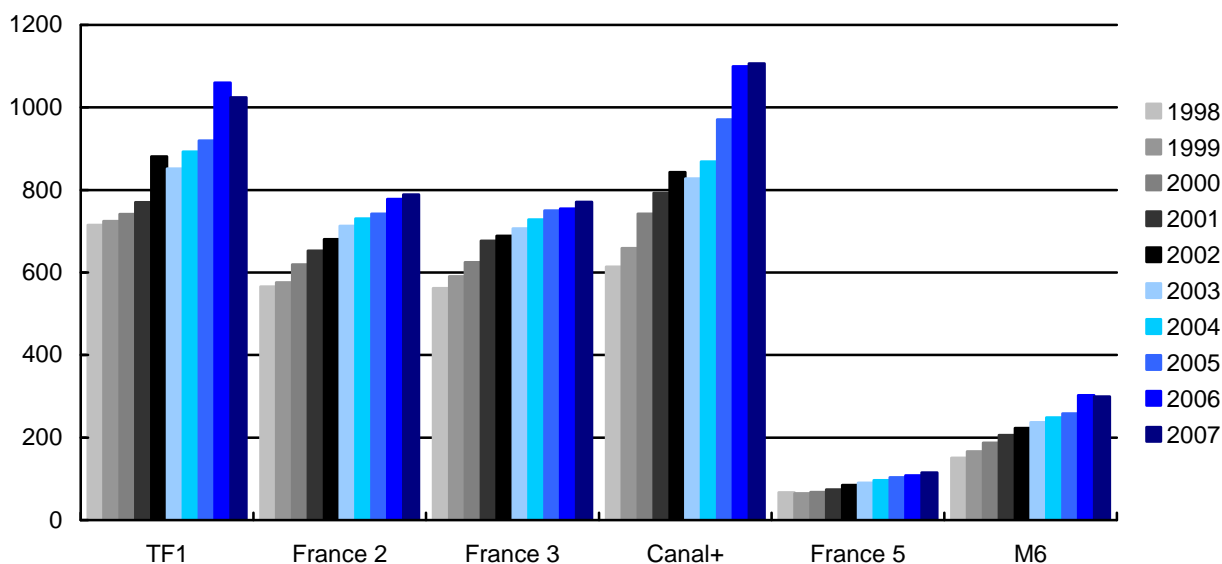
Les dépenses de programmes

A. Les coûts de grille

En 2007, les chaînes hertziennes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5 et M6) ont dépensé 4 104,6 M€ pour alimenter leurs grilles de programmes, soit 53,4 % de plus qu'en 1998 (2 675,0 M€).

M6 est la chaîne dont les investissements augmentent le plus : son coût de grille a presque doublé en dix ans (+98,1 %). Sa grille a profondément évolué depuis 1998. Elle reste toutefois, et de loin, la chaîne généraliste présentant le coût de grille le plus faible (299,1 M€ en 2007). Ce dernier a toutefois connu une hausse importante en 2006 en raison de l'acquisition, pour la première fois, d'une partie des droits de la Coupe du Monde de football organisée en Allemagne. Canal+ affiche le coût de grille le plus important du paysage audiovisuel français, en raison des coûts élevés des droits du cinéma et du sport qui sont acquittés pour offrir en première diffusion et en exclusivité des programmes destinés à satisfaire et fidéliser ses abonnés. Canal+ présente la deuxième plus forte progression du coût de grille des chaînes hertziennes entre 1998 et 2007 (+80,3 %). Son coût de grille dépasse celui de TF1 à partir de 2005, en raison de l'inflation des droits du championnat de football de Ligue 1, acquis par Canal+ sur la période 2005-2008 pour 600 M€ par saison. TF1, dont la grille était la plus onéreuse des chaînes en 1998, a vu le coût de ses programmes progresser de 43,3 % en dix ans. Le coût de grille de TF1 a connu des fluctuations importantes les années de Coupe du Monde de football : en 1998, en 2002 et en 2006. Enfin, l'évolution des coûts de grilles des chaînes publiques a été régulière. Entre 1998 et 2007, le coût de grille progresse de 39,3 % pour France 2, de 37,2 % pour France 3 et de 70,9 % pour La Cinquième, devenue France 5.

Evolution des coûts de grilles des chaînes hertziennes (M€)



Source : Comptes annuels.

Coûts de grilles des chaînes hertziennes (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	566,1	575,7	619,5	652,7	680,6	712,8	730,7	741,9	778,0	788,6	+39,3%
France 3	562,1	590,6	624,7	676,9	688,7	706,3	728,5	749,8	755,0	771,0	+37,2%
France 5	67,1	64,2	67,3	73,8	84,5	90,2	96,7	103,7	107,8	114,7	+70,9%
Chaînes publiques	1 195,3	1 230,5	1 311,5	1 403,4	1 453,8	1 509,3	1 555,9	1 595,4	1 640,8	1 674,3	+40,1%
TF1	714,7	724,0	741,2	770,1	881,6	852,0	893,2	919,4	1060,1	1024,2	+43,3%
M6	151,0	166,6	187,4	205,9	222,7	237,3	248,6	258,4	302,5	299,1	+98,1%
Canal+	614,0	659,0	742,0	793,0	843,0	828,0	869,0	971,0	1 100,0	1107,0	+80,3%
Chaînes privées	1479,7	1549,6	1670,6	1769,0	1947,3	1917,3	2010,8	2148,8	2462,6	2430,3	+64,2%
Total	2 675,0	2 780,1	2 982,1	3 172,4	3 401,1	3 426,6	3 566,7	3 744,2	4 103,4	4 104,6	+53,4%

Source : Comptes annuels.

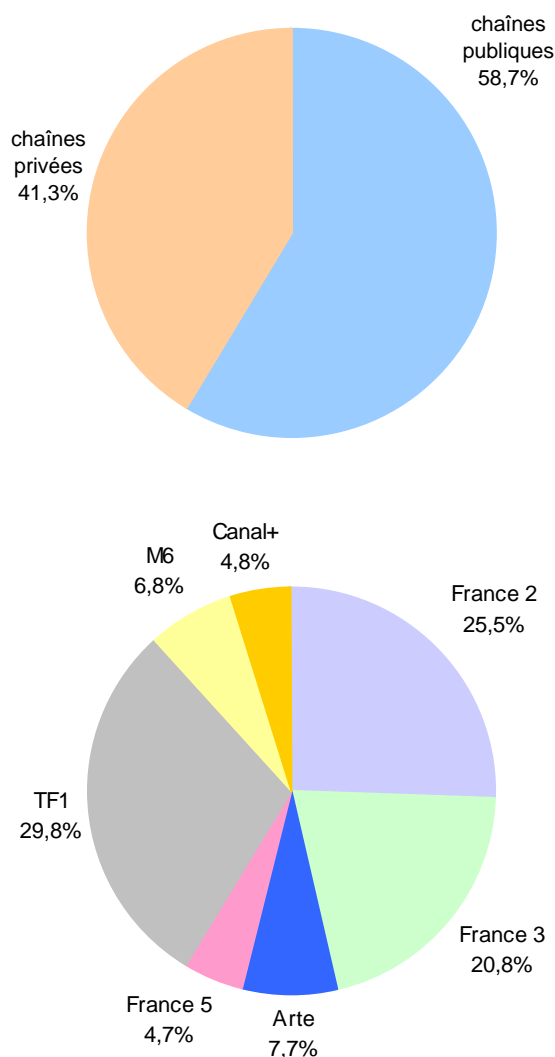
B. L'investissement dans la production audiovisuelle

Entre 1998 et 2007, les chaînes hertziennes (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) contribuent à la production audiovisuelle aidée par le CNC à hauteur de 5 684,6 M€, soit 1,56 M€ par jour en moyenne depuis 10 ans. Leurs investissements s'élèvent à 659,6 M€ en 2007, contre 459,0 M€ en 1998, soit une progression de 43,7 % en dix ans. Hors Arte, cette hausse s'établit à +43,1 %, soit une évolution proche de l'augmentation du coût des grilles des chaînes sur la même période. La progression des investissements des chaînes hertziennes sur la période est largement soutenue par les chaînes publiques qui sont responsables de 70,3 % de la croissance.

Entre 1998 et 2007, les chaînes publiques apportent 58,7 % du montant total des investissements des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle (41,3 % pour les chaînes privées). Le groupe France Télévisions investit à lui seul la moitié (51,0 %) des sommes totales dépensées par les chaînes hertziennes. En dix ans, l'investissement des chaînes publiques progresse plus vite (+54,7 %, soit +141,1 M€) que celui des chaînes privées (+29,6 %, soit +59,6 M€).

En dix ans, TF1 est la chaîne qui investit le plus dans la production audiovisuelle (1 692,1 M€, soit 29,8 % du total). Toutefois, la progression des investissements de TF1 a été moins rapide que celle de France 2. En 2006, cette dernière devient la chaîne investissant le plus dans la production audiovisuelle. Entre 1998 et 2007, M6 assume 6,8 % du total des investissements des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle.

Structure des investissements dans la production audiovisuelle par chaîne (1998-2007)



Source : CNC.

Engagements financiers des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle aidée* entre 1998 et 2007 (M€)

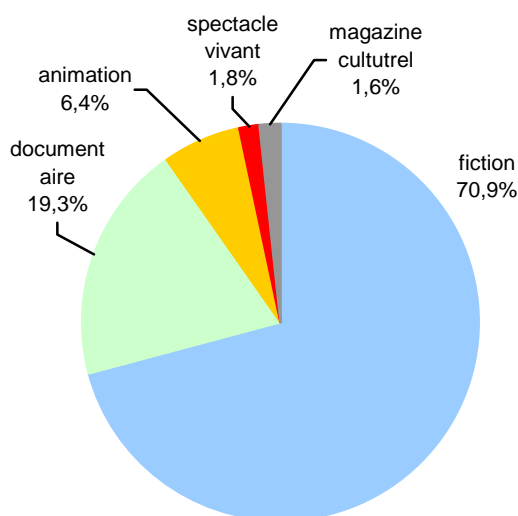
	Fiction	Documentaire	Animation	Spectacle vivant	Magazine d'intérêt culturel	Total
France 2	1 256,4	120,6	36,7	19,2	16,6	1 449,5
France 3	674,7	304,8	138,1	43,3	21,7	1 182,6
France 5	4,6	209,5	23,3	1,0	26,1	264,5
Arte France	142,9	245,0	2,4	31,5	17,4	439,2
Chaînes publiques	2 078,6	880,0	200,6	95,0	81,9	3 336,0
TF1	1 493,7	95,4	98,3	3,3	1,4	1 692,1
M6	270,1	60,2	52,4	0,6	3,0	386,4
Canal+	186,6	64,2	12,1	2,0	5,3	270,2
Chaînes privées	1 950,4	219,8	162,8	5,9	9,6	2 348,6
Total	4 029,0	1 099,9	363,5	100,8	91,5	5 684,6

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les chaînes hertziennes ont très largement orienté leurs financements de la production audiovisuelle vers la fiction, qui capte 70,9 % des investissements totaux réalisés entre 1998 et 2007, soit 4 029,0 M€. Viennent ensuite le documentaire (19,3 % pour 1 099,9 M€), l'animation (6,4 % pour 363,5 M€), le spectacle vivant et le magazine culturel. La fiction apparaît comme le genre dominant des investissements, sauf pour France 5 et Arte, qui privilégient le documentaire. En évolution, le spectacle vivant est le genre qui connaît la plus forte croissance entre 1998 et 2007 ; les investissements des chaînes ont plus que doublé sur ce segment (+110,0 %). En valeur, c'est la fiction qui affiche la plus forte croissance à +164,1 M€. Les investissements dans l'animation ont connu la plus faible croissance (+6,5 % entre 1998 et 2007). Après un point bas en 2003 suite à plusieurs années de repli, le genre présente toutefois une nouvelle embellie par la suite. Quasi exclusivement assimilée à des programmes jeunesse en France, l'animation semble subir les effets de la concurrence que représentent les chaînes du câble, du satellite et de la TNT destinées aux enfants pour les chaînes hertziennes.

Structure des investissements dans la production audiovisuelle selon le genre (1998-2007)



Source : CNC

Engagements financiers des chaînes hertziennes (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) dans la production audiovisuelle aidée selon le genre* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
Fiction	316,6	332,0	347,1	376,5	419,6	375,5	413,7	451,6	515,6	480,7	+51,8%
Documentaire	88,4	97,1	117,7	103,1	121,8	103,6	112,9	113,6	126,1	115,6	+30,8%
Animation	41,3	35,2	32,4	37,1	26,7	23,6	40,6	34,6	47,9	44,0	+6,5%
Spectacle vivant	5,0	7,4	9,9	9,7	11,0	10,0	13,8	11,0	12,5	10,5	+110,0%
Magazine culturel	7,7	6,2	4,6	4,0	16,6	5,1	7,6	12,9	18,0	8,8	+14,4%
Total	459,0	477,9	511,7	530,4	595,7	517,9	588,6	623,7	720,1	659,6	+43,7%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Engagements financiers des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle aidée selon la chaîne* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	110,1	124,5	111,0	131,5	143,9	135,2	157,7	157,2	198,9	179,5	+63,0%
France 3	101,2	98,7	83,7	99,3	108,2	119,1	132,4	135,5	158,2	146,3	+44,5%
France 5	17,3	17,0	24,8	24,1	35,4	25,6	25,4	29,3	37,1	28,6	+65,4%
Arte France	29,3	37,1	39,6	42,5	55,5	43,2	56,6	41,2	49,6	44,6	+52,2%
Chaînes publiques	257,9	277,3	259,2	297,5	343,1	323,1	372,1	363,1	443,7	399,0	+54,7%
TF1	146,9	142,3	180,4	168,9	201,1	158,8	164,2	175,8	178,9	174,8	+19,0%
M6	24,5	27,6	40,0	49,7	43,3	28,3	32,1	54,0	51,6	35,3	+44,3%
Canal+	29,7	30,7	32,1	14,3	8,3	7,7	20,2	30,8	45,9	50,6	+70,4%
Chaînes privées	201,1	200,5	252,5	232,9	252,7	194,8	216,5	260,6	276,3	260,7	+29,6%
Total	459,0	477,9	511,7	530,4	595,7	517,9	588,6	623,7	720,1	659,6	+43,7%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

La production audiovisuelle par genre

Les investissements des diffuseurs pour la production de fiction sont partagés à parts presque égales entre les chaînes publiques et les chaînes privées. La télévision publique finance 51,6 % du total des investissements entre 1998 et 2007, contre 48,4 % pour les chaînes privées. TF1, qui a investi 1 493,7 M€ sur la période, est le premier contributeur à la production de fiction, devant France 2 (31,2 %). Toutefois, l'écart entre les deux chaînes s'est réduit au cours de la période. En dix ans, France 2 augmente ses apports de 75,4 %. Ceux de TF1 progressent de 27,2 % dans le même temps. Après avoir diminué ses investissements entre 1998 et 2003 (point bas à 2,1 M€), Canal+ fait de la fiction originale un nouveau pilier de sa grille, à côté du cinéma et du sport. 2004 marque ainsi le début d'une croissance des investissements de la chaîne cryptée dans la fiction qui atteignent un niveau record de 43,3 M€ en 2007, soit le double de celui de 1998. Comparé aux autres chaînes hertziennes, M6 investit peu dans la fiction française (27,0 M€ par an en moyenne). TF1 et France 2 sont les deux chaînes qui concentrent le plus leurs investissements sur un seul genre : entre 1998 et 2007, la fiction représente 88,3 % des investissements de TF1 et 86,7 % de ceux de France 2.

Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans la fiction* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	90,2	100,5	92,1	116,1	128,1	124,0	139,0	134,4	173,8	158,2	+75,4%
France 3	56,5	46,9	43,5	49,7	59,9	75,9	72,7	85,1	98,8	85,7	+51,7%
France 5	0,2	0,3	0,1	0,6	0,2	0,1	0,1	1,5	1,4	0,1	-50,0%
Arte France	6,8	16,1	11,6	13,8	20,3	15,3	20,5	10,6	14,8	13,1	+92,6%
Chaînes publiques	153,7	163,8	147,3	180,2	208,6	215,2	232,3	231,6	288,8	257,1	+67,3%
TF1	125,6	127,1	150,0	156,1	174,6	141,4	143,2	159,7	156,1	159,8	+27,2%
M6	15,6	19,8	29,3	31,4	33,1	16,8	26,3	39,3	37,9	20,6	+32,1%
Canal+	21,7	21,3	20,3	8,9	3,3	2,1	11,8	21,0	32,9	43,3	+99,5%
Chaînes privées	162,9	168,2	199,6	196,4	211,0	160,3	181,4	220,1	226,9	223,7	+37,3%
Total	316,6	332,0	347,1	376,5	419,6	375,5	413,7	451,6	515,6	480,7	+51,8%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les chaînes publiques apportent 80,0 % des investissements réalisés par l'ensemble des chaînes hertziennes dans le documentaire entre 1998 et 2007. 27,7 % du montant total des contributions sont apportés par France 3, 22,3 % par Arte, 19,1 % par France 5 et 11,0 % par France 2. Les chaînes privées sont moins portées vers le genre documentaire. Cependant, elles accroissent leurs investissements de 62,6 % en dix ans (+24,0 % pour les chaînes publiques). M6 est la chaîne dont l'apport progresse le plus : il est multiplié par 3,5 entre 1998 et 2007 et se situe désormais à un niveau proche (10,5 M€ en 2007) de celui des investissements réalisés par France 2 (12,5 M€).

Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le documentaire* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	11,9	15,9	14,5	9,9	9,9	8,2	10,3	13,9	13,7	12,5	+5,0%
France 3	26,6	32,7	25,5	32,2	29,9	29,6	31,5	31,9	32,5	32,3	+21,4%
France 5	13,9	14,2	22,0	21,6	25,0	22,0	21,0	22,9	24,4	22,5	+61,9%
Arte France	20,5	17,7	24,4	23,8	26,4	23,0	31,0	25,8	29,2	23,1	+12,7%
Chaînes publiques	72,9	80,5	86,4	87,6	91,2	82,8	93,9	94,6	99,8	90,4	+24,0%
TF1	5,8	7,3	19,1	3,4	19,6	8,3	8,5	5,1	10,2	8,2	+41,4%
M6	3,0	2,9	3,8	8,1	6,2	7,3	4,3	8,2	6,0	10,5	+250,0%
Canal+	6,7	6,4	8,4	4,0	4,9	5,3	6,3	5,6	10,1	6,5	-3,0%
Chaînes privées	15,5	16,6	31,3	15,5	30,7	20,8	19,1	19,0	26,3	25,2	+62,6%
Total	88,4	97,1	117,7	103,1	121,8	103,6	112,9	113,6	126,1	115,6	+30,8%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Comme pour la fiction, l'équilibre des investissements entre les chaînes publiques et les chaînes privées est relativement bien assuré en ce qui concerne l'animation (respectivement 55,2 % et 44,8 % des dépenses réalisées entre 1998 et 2007). France 3, qui fournit à elle seule 38,0 % du montant financier global engagé par les chaînes dans le genre, est le premier investisseur dans l'animation. Ses investissements doublent sur la période. Au sein de France Télévisions, seuls les engagements de France 2 fléchissent, France 5 multipliant par quatre ses dépenses dans l'animation. Deuxième investisseur du genre, TF1 dépense 98,3 M€ en dix ans (27,0 % du total). Cependant, le montant de ses apports tombe à 6,7 M€ en 2007, soit le plus bas niveau de la décennie après celui de 2002 (6,6 M€). Comme pour la fiction, 2004 apparaît comme une année de rupture pour Canal+ avec une reprise des investissements dans l'animation, qui n'atteignent toutefois pas leurs plus hauts niveaux des années 1999-2000. Les investissements dans l'animation sont ainsi en repli sur les trois chaînes privées.

Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans l'animation* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	6,5	7,5	1,9	3,5	1,9	0,7	4,3	3,4	3,8	3,2	-50,8%
France 3	12,7	12,5	8,4	12,0	12,5	8,0	19,3	9,1	17,9	25,8	+103,1%
France 5	0,8	0,4	1,3	1,1	2,1	1,9	3,4	3,3	5,5	3,4	+325,0%
Arte France	0,3	0,4	0,7	0,6	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	-100,0%
Chaînes publiques	20,3	20,8	12,4	17,2	16,5	10,9	26,9	15,9	27,3	32,4	+59,6%
TF1	14,2	7,6	10,5	9,2	6,6	8,5	12,0	10,8	12,2	6,7	-52,8%
M6	5,5	3,7	6,3	9,5	3,6	4,2	1,5	6,4	7,7	4,1	-25,5%
Canal+	1,3	3,0	3,2	1,2	0,1	0,0	0,2	1,5	0,8	0,8	-38,5%
Chaînes privées	21,0	14,3	20,0	19,9	10,2	12,7	13,7	18,7	20,7	11,6	-44,8%
Total	41,3	35,2	32,4	37,1	26,7	23,6	40,6	34,6	47,9	44,0	+6,5%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Les chaînes publiques réalisent plus de 90,0 % des investissements dans le spectacle vivant et les magazines d'intérêt culturel entre 1998 et 2007. Elles allouent 95,0 M€ au spectacle vivant et 81,9 M€ au magazine d'intérêt culturel sur la période, contre respectivement 5,9 M€ et 9,6 M€ pour les chaînes privées. Les investissements de ces dernières dans les deux genres sont quasi inexistantes en 2007. En dix ans, les investissements de France 2 dans le spectacle vivant sont passés de 0,5 M€ à 3,8 M€. Au cours des dix dernières années, France 3 investit 43,0 % des sommes totales dépensées par les chaînes hertziennes dans le spectacle vivant.

Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le spectacle vivant* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	0,5	0,5	1,8	2,0	2,0	1,8	1,7	2,5	2,6	3,8	+660,0%
France 3	2,6	3,8	4,4	4,0	5,4	4,4	5,7	5,1	5,9	2,0	-23,1%
France 5	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,5	-
Arte France	1,7	2,8	2,6	3,3	3,3	3,1	4,2	3,2	3,2	4,1	+141,2%
Chaînes publiques	4,8	7,1	8,9	9,3	10,7	9,3	11,6	10,8	12,1	10,4	+116,7%
TF1	0,1	0,1	0,8	0,2	0,3	0,6	0,5	0,2	0,4	0,1	0,0%
M6	0,1	0,2	0,1	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	-100,0%
Canal+	0,0	0,0	0,2	0,1	0,0	0,0	1,7	0,0	0,0	0,0	-
Chaînes privées	0,2	0,3	1,1	0,3	0,4	0,7	2,2	0,2	0,4	0,1	-50,0%
Total	5,0	7,4	9,9	9,7	11,0	10,0	13,8	11,0	12,5	10,5	+110,0%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le magazine d'intérêt culturel* (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	1,0	0,1	0,7	0,0	2,1	0,5	2,4	3,0	5,0	1,8	+78,9%
France 3	2,8	2,8	1,9	1,4	0,5	1,3	3,1	4,3	3,1	0,5	-82,2%
France 5	2,4	2,1	1,3	0,8	8,1	1,6	0,9	1,5	5,3	2,1	-12,3%
Arte France	0,0	0,1	0,3	1,0	5,5	1,4	0,9	1,5	2,4	4,3	-
Chaînes publiques	6,2	5,1	4,2	3,2	16,2	4,8	7,4	10,3	15,8	8,7	+40,0%
TF1	1,2	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0	-100,0%
M6	0,3	1,0	0,5	0,7	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	-62,1%
Canal+	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,3	0,2	2,6	2,1	0	-
Chaînes privées	1,5	1,1	0,5	0,8	0,4	0,3	0,2	2,6	2,1	0,1	-93,3%
Total	7,7	6,2	4,6	4,0	16,6	5,1	7,6	12,9	18,0	8,8	+14,4%

*tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC

L'investissement dans la production audiovisuelle vue par le CSA

Les chaînes de télévision sont soumises à des obligations de production (décret n° 2001-609 du 9 juillet 2001) qui correspondent à un pourcentage de leur chiffre d'affaires de l'année précédente, dans l'objectif de contribuer au développement de la production d'œuvres audiovisuelles françaises et européennes. A ce titre, le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) prend en compte les sommes investies par les chaînes en préachats, coproductions, commandes d'écriture et achats de droits.

Les données du CSA sont différentes de celles du CNC pour deux raisons principales :

- Elles portent sur les œuvres audiovisuelles (voir L'offre de programmes – La diffusion des œuvres audiovisuelles), concept plus large que les seuls programmes aidés par le CNC ; les montants de la production audiovisuelle au sens du CSA sont donc plus élevés.
- les dates de prise en compte d'une production ne sont pas les mêmes : date d'attribution de la subvention pour le CNC, date de début de tournage pour le CSA.

Investissements des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	123,1	125,9	134,7	147,0	159,4	170,7	177,1	184,7	194,2	191,2	+55,3%
France 3	95,0	93,7	95,1	102,8	110,1	117,1	120,7	124,7	131,3	133,5	+40,6%
France 5	18,6	15,3	17,4	21,0	32,2	32,3	36,9	45,4	48,0	47,5	+155,1%
Chaînes publiques	236,7	234,8	247,1	270,8	301,7	320,0	334,7	354,8	373,5	372,2	+57,2%
TF1	160,5	168,0	184,5	214,0	218,6	219,5	225,5	240,6	241,0	251,0	+56,4%
M6	59,6	67,2	79,1	96,1	89,2	90,6	91,7	95,5	99,6	103,8	+74,3%
Canal+	51,4	55,8	63,5	63,8	65,0	70,8	69,6	72,2	75,4	80,0	+55,5%
Chaînes privées	271,5	290,9	327,1	373,9	372,7	380,9	386,7	408,3	416,1	434,7	+60,1%
Total	508,1	525,7	574,2	644,6	674,4	701,0	721,4	763,1	789,5	806,9	+58,8%

Source : CSA

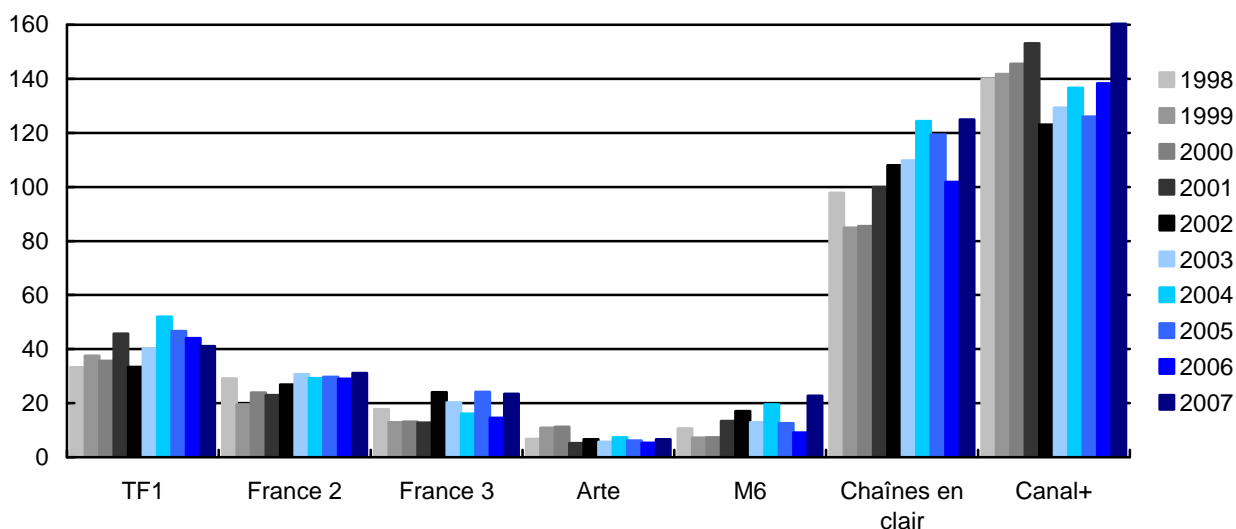
En dix ans, l'investissement total des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle progresse de 58,8 %, passant de 508,1 M€ en 1998 à 806,9 M€ en 2007. La contribution de chacune des chaînes connaît une évolution régulière sur la période. L'ensemble des chaînes hertziennes dépensent 6 709,0 M€ entre 1998 et 2007, soit 1 024,4 M€ de plus que sur le total de la production audiovisuelle au sens du CNC. Les chaînes privées financent plus de la moitié des dépenses déclarées par les diffuseurs (54,6 %, contre 45,4 % pour les chaînes publiques). TF1 apparaît comme la chaîne ayant le plus investi dans la production audiovisuelle de ces dix dernières années.

C. L'investissement dans la production cinématographique

Parallèlement à la production audiovisuelle, les chaînes de télévision ont des obligations d'investissement dans la production cinématographique. Les chaînes en clair doivent investir, en préachats ou en parts de coproduction, un minimum de 3,2 % de leur chiffre d'affaires net de l'année précédente dans des films européens et au moins 2,5 % du chiffre d'affaires doivent être consacrés à des films d'expression originale française (EOF). 75,0 % des dépenses doivent respecter des critères d'indépendance. De son côté, Canal+ doit consacrer au moins 12,0 % de ses ressources totales annuelles de l'exercice en cours à l'acquisition de films européens et au moins 9,0 % à l'acquisition de films EOF. La chaîne doit également respecter une clause de diversité qui consiste à réserver une part de ses investissements pour des films à petit budget. Pour les exercices 2005 à 2009, cette part a été fixée à 17,0 % de l'obligation consacrée à des films EOF dont le devis est égal ou inférieur à 4,0 M€). En outre, Canal+ doit consacrer au moins 80,0 % du montant d'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques EOF à des préachats (acquisition de droits de diffusion en exclusivité acquis avant la date du début des prises de vues). Les apports en coproduction ne sont pas comptabilisés dans les obligations de Canal+. Enfin, les trois quarts des dépenses consacrées à l'acquisition de films EOF et de films agréés par la chaîne cryptée sont consacrés à la production indépendante.

Entre 1998 et 2007, les chaînes en clair participent au financement de près d'un film agréé sur deux (47,5 %), soit 962 films pour 1 056,6 M€ investis, ce qui correspond à un apport moyen par film de 1,1 M€. En dix ans, le volume global d'investissement des chaînes en clair enregistre une hausse de 27,8 %, pour un nombre de films en progression de 11,8 %. Les chaînes en clair améliorent ainsi leur apport moyen par film. Alors que le nombre de films agréés progresse de 24,6 % en dix ans, la part des films financés par les chaînes en clair affiche une tendance à la baisse (de 50,8 % en 1998 à 45,6 % en 2007). Ce constat implique qu'un nombre croissant de films produits ne bénéficient de la participation d'aucune chaîne de télévision en clair (124 films en 2007, contre 90 en 1998).

Evolution de la participation des chaînes hertziennes au financement des films agréés (M€)



Source : CNC.

Parmi les chaînes en clair, TF1 est la chaîne qui investit le plus dans le cinéma (409,7 M€ entre 1998 et 2007), avec un apport moyen par film le plus élevé de toutes les chaînes (1,9 M€). France 2 participe au financement du plus grand nombre de films : 299 en dix ans. M6 enregistre la plus forte croissance des investissements (+112,5 %) alors que ceux de Arte (qui ne relève pas du droit français et n'a donc aucune obligation de production) diminuent de 4,2 %.

Les engagements de Canal+ dans le cinéma sont supérieurs à ceux de l'ensemble des chaînes en clair. 1 242 films agréés ont fait l'objet d'un préachat de Canal+ au cours de ces dix dernières années, pour un montant global de 1 393,9 M€. Les apports de la chaîne cryptée progressent de 14,6 % entre 1998 et 2007.

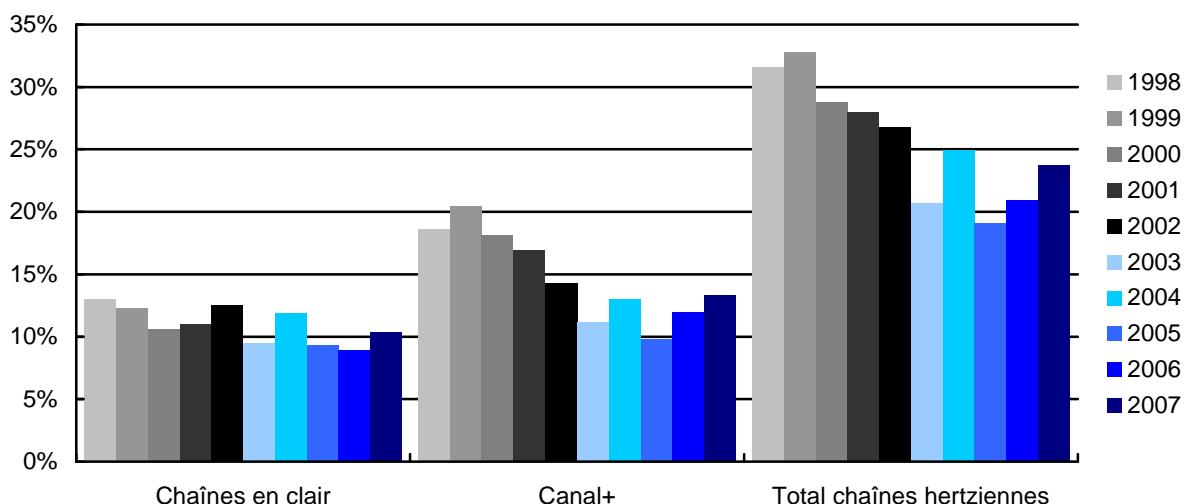
Participation des chaînes hertziennes au financement des films agréés (M€)

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	Coproductions	12,5	8,6	9,4	7,9	8,6	10,8	11,7	11,9	10,5	12,1	-3,4%
	Préachats	16,6	10,9	14,5	15,1	18,3	19,9	17,5	17,8	18,5	19,0	+14,9%
	Total des apports	29,1	19,5	23,9	23,0	26,9	30,7	29,2	29,7	29,0	31,1	+7,0%
France 3	Coproductions	7,9	5,5	5,6	5,1	10,0	8,8	6,9	10,7	6,6	10,4	+31,2%
	Préachats	9,9	7,4	7,5	7,7	14,0	11,4	9,2	13,5	8,0	13,1	+32,2%
	Total des apports	17,8	12,9	13,1	12,8	24,0	20,2	16,1	24,2	14,6	23,5	+31,8%
Arte	Coproductions	4,3	7,8	4,1	3,0	3,4	3,2	5,0	4,0	3,2	3,8	-10,2%
	Préachats	2,6	3,1	7,1	2,2	3,2	2,5	2,4	2,2	2,1	2,7	+5,7%
	Total des apports	6,8	10,9	11,2	5,2	6,6	5,7	7,4	6,2	5,3	6,6	-4,2%
Chaînes publiques	Coproductions	24,7	21,9	19,1	16,0	22,0	22,8	23,6	26,6	20,3	26,3	+6,5%
	Préachats	29,1	21,4	29,1	25,0	35,5	33,8	29,1	33,5	28,6	34,9	+20,0%
	Total des apports	53,8	43,3	48,2	41,0	57,5	56,6	52,7	60,1	48,9	61,2	+13,8%
TF1	Coproductions	9,7	9,1	7,0	8,7	8,6	8,9	12,8	8,6	8,5	8,7	-10,8%
	Préachats	23,6	28,4	28,7	37,0	24,8	31,3	39,2	38,1	35,6	32,5	+37,3%
	Total des apports	33,3	37,5	35,7	45,7	33,4	40,2	52,0	46,7	44,1	41,1	+23,3%
M6	Coproductions	4,7	2,6	1,8	2,9	3,7	2,4	3,2	2,8	1,7	5,0	+6,4%
	Préachats	6,0	4,6	5,6	10,5	13,4	10,5	16,4	9,8	7,4	17,7	+196,4%
	Total des apports	10,7	7,2	7,4	13,4	17,1	12,9	19,6	12,6	9,1	22,7	+112,5%
Chaînes privées en clair	Coproductions	14,4	11,7	8,8	11,6	12,3	11,3	16,0	11,4	10,2	13,7	-5,2%
	Préachats	29,6	33,0	34,3	47,5	38,2	41,8	55,6	47,9	43,0	50,1	+69,4%
	Total des apports	44,0	44,7	43,1	59,1	50,5	53,1	71,6	59,3	53,2	63,8	+45,0%
Chaînes en clair	Coproductions	39,1	30,5	28,0	27,6	34,3	34,2	39,7	38,0	30,4	40,0	+2,1%
	Préachats	58,7	54,4	57,5	72,4	73,7	75,6	84,7	81,5	71,5	85,0	+44,9%
	Total des apports	97,8	84,9	85,5	100,0	108,0	109,8	124,4	119,4	101,9	124,9	+27,8%
Canal+	Préachats	139,9	141,8	145,5	153,1	123,0	129,3	136,7	126,0	138,3	160,3	+14,6%
Total chaînes hertziennes		237,7	226,7	231,0	253,1	231,0	239,1	261,1	245,5	240,2	285,2	+20,0%

Source : CNC

Entre 1998 et 2007, les chaînes hertziennes (en clair et Canal+) couvrent un quart (24,9 %) des investissements totaux dans les films agréés, soit un apport de 2 450,4 M€ sur un total de 9 852,2 M€. Leur participation au financement des films est en croissance de 20,0 % en dix ans. En 2007, le montant de financement des films par les chaînes en clair et par Canal+ est le plus important de la période. Toutefois, le cinéma réduit sa dépendance à l'égard de la télévision puisque la part du financement des chaînes est passée de 31,6 % en 1998 à 23,7 % en 2007.

Evolution de la part de l'apport des chaînes hertziennes dans le financement des films agréés (%)



Source : CNC

Part de l'apport des chaînes hertziennes dans le financement des films agréés

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Total 1998-2007
Investissements totaux dans les films agréés (M€)	753,3	692,0	803,3	905,2	860,7	1 153,3	1 048,8	1 286,1	1 148,5	1 201,1	9 852,2
Part du financement par les chaînes en clair	13,0%	12,3%	10,6%	11,0%	12,5%	9,5%	11,9%	9,3%	8,9%	10,4%	10,7%
Part du financement par Canal+	18,6%	20,5%	18,1%	16,9%	14,3%	11,2%	13,0%	9,8%	12,0%	13,3%	14,1%
Part du financement par les chaînes hertziennes	31,6%	32,8%	28,8%	28,0%	26,8%	20,7%	24,9%	19,1%	20,9%	23,7%	24,9%

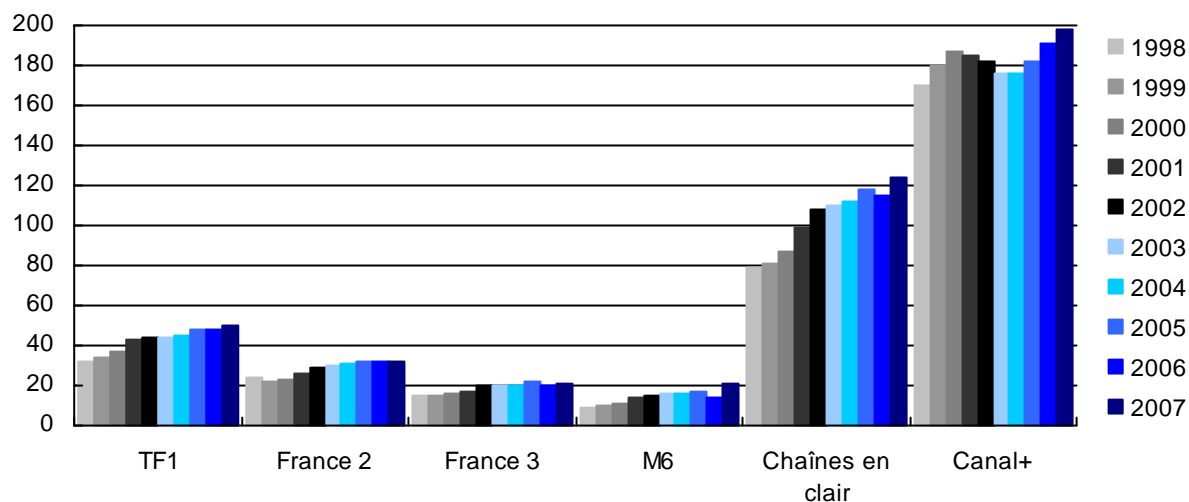
Source : CNC

Dans les données du CNC, pour ce qui concerne les apports des chaînes, seuls apparaissent les investissements dans les films dont la production a débuté dans l'année (agrément des investissements). Ce calendrier explique les éventuels écarts avec les montants d'investissement déclarés chaque année par les chaînes au CSA. Les évolutions annuelles sont donc à considérer avec précaution, notamment au regard des obligations de production.

L'investissement dans la production cinématographique vue par le CSA

Les chaînes hertziennes en clair sont soumises (décret n°2001-1333 du 28 décembre 2001) à l'obligation de contribution à la production cinématographique dès qu'elles diffusent plus de 52 films par an, ce qui est le cas de l'ensemble des chaînes à l'exception de France 5. Cette dernière n'apparaît donc pas ci-après, tout comme Arte, qui n'est pas soumise au contrôle du CSA. Canal+, en tant que chaîne cryptée, est soumise à des obligations différentes de celles des chaînes en clair (décret n°2001-1332 du 28 décembre 2001).

Evolution des contributions des chaînes hertziennes à la production cinématographique d'œuvres européennes selon le CSA (M€)



Source : CSA.

Contributions des chaînes hertziennes à la production cinématographique d'œuvres européennes selon le CSA (M€)

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Variation 1998-2007
France 2	23,7	22,1	23,4	25,6	29,0	29,9	30,9	32,2	32,1	32,1	+35,7%
France 3	15,1	15,1	15,9	16,9	19,8	20,4	20,3	21,7	20,4	20,9	+38,2%
Chaînes publiques	38,8	37,2	39,3	42,5	48,8	50,3	51,2	53,9	52,5	53,0	+36,7%
TF1	31,8	33,7	36,6	42,6	43,6	43,6	44,7	47,7	48,0	50,1	+57,4%
M6	8,7	10,2	11,5	14,2	15,3	16,0	16,0	16,7	14,5	21,2*	+145,6%
Chaînes privées en clair	40,5	44,0	48,1	56,7	58,9	59,6	60,8	64,4	62,4	71,3	+76,2%
Chaînes en clair	79,3	81,2	87,4	99,3	107,7	109,8	111,9	118,3	114,9	124,3	+56,9%
Canal+	170,2	180,0	186,9	185,2	182,4	175,7	175,6	182,4	191,4	198,5	+16,6%
Total	249,5	261,2	274,3	284,4	290,2	285,5	287,5	300,7	306,2	322,8	+29,4%

Obligation en vigueur en 2007 : investissement de 3,2 % du chiffre d'affaires de l'année précédente dans les œuvres européennes pour les chaînes en clair et de 12,0 % pour Canal+. La contribution des chaînes en clair correspond à des apports en préachats et en coproduction, celle de Canal+ à des acquisitions de droits de diffusion (contrats de préachat et d'achat de droits de diffusion).

*En 2007, M6 a rattrapé le déficit engendré sur l'exercice 2006 en raison de l'abandon, au cours du premier trimestre 2007, de la production d'un film à laquelle la chaîne avait apporté une contribution de 3,06 M€.

Source : CSA.

Le volume financier total des investissements déclarés par les chaînes hertziennes s'élève à 322,8 M€ en 2007, contre 249,5 M€ en 1998, soit une progression de 29,4 %. Sur ces dix années, les chaînes contribuent à la production cinématographique à hauteur de 2 862,3 M€. Canal+ est le premier investisseur dans le cinéma. La chaîne cryptée finance à elle seule 63,9 % des contributions des chaînes hertziennes. Entre 1998 et 2007, France 2 est la chaîne hertzienne en clair qui participe au financement du plus grand nombre de films (304 films), devant France 3 (214 films), TF1 (212 films) et M6 (128 films). Sur le plan financier, TF1 est le premier investisseur avec un apport de 422,4 M€ en dix ans, devant France 2, France 3 et M6. C'est pour M6 que le nombre de films financés progresse le moins. En revanche, M6 est la chaîne dont l'apport moyen par film augmente le plus sur la période (+129,2 %), même s'il reste inférieur à celui de TF1 (1,2 M€ pour M6, contre 2,0 M€ pour TF1). L'apport moyen par film se situe à 0,9 M€ sur les chaînes publiques (en baisse de 3,9 % sur France 3).

Index des tableaux et graphiques

Evolution du montant de la redevance (€).....	6
Evolution de la ressource publique issue de la redevance (M€).....	7
Répartition de la ressource publique issue de la redevance (%).....	8
Répartition de recettes de redevance (M€).....	8
Evolution des investissements publicitaires bruts selon les chaînes (M€)*.....	9
Evolution des recettes publicitaires et de parrainage selon les chaînes (M€).....	10
Evolution du marché publicitaire de la télévision selon le type de chaîne (M€).....	10
Répartition des investissements publicitaires bruts selon les chaînes nationales (%).....	11
Evolution des recettes d'abonnement de Canal+ (M€).....	12
Evolution des recettes d'abonnement dans les cinq principaux marchés européens (M€).....	13
Evolution des recettes de la redevance et des subventions publiques dans les cinq principaux marchés européens (M€).....	13
Evolution des recettes publicitaires nettes dans les cinq principaux marchés européens (M€).....	13
Evolution annuelle de la durée d'écoute quotidienne par individu (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00).....	14
Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision selon l'âge ou la cible (lundi-dimanche, 3h00-27h00).....	15
Evolution de la durée moyenne d'écoute quotidienne de la télévision par mois et par année (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00).....	16
Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision par année et par mois (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00).....	16
Evolution de la durée d'écoute quotidienne de la télévision par mois (4 ans et plus, lundi-dimanche, 3h00-27h00).....	17
Part d'audience par chaîne (en %, ensemble de la journée, 6 ans et plus jusqu'en 1992, 4 ans et plus par la suite).....	18
Part d'audience par chaîne (en %, ensemble de la journée, 6 ans et plus jusqu'en 1992, 4 ans et plus par la suite).....	18
Evolution des parts d'audience des chaînes hertziennes (en %, ensemble de la journée, 4 ans et plus).....	19
Parts d'audience des chaînes hertziennes (en %, ensemble de la journée, 4 ans et plus).....	20
Evolution des gains et pertes de part d'audience des chaînes hertziennes (en points, ensemble de la journée, 4 ans et plus).....	20
Evolution de la part d'audience des chaînes (en %, heures de grande écoute 19h15-22h00, 4 ans et plus).....	21
Les 10 meilleures audiences (1998-2007).....	21
Les 50 meilleures audiences selon la chaîne.....	22
La meilleure et la cinquantième audience annuelle de 1998 à 2007 (millions de téléspectateurs).....	22
Les 50 meilleures audiences selon le genre.....	23
Les 50 meilleures audiences : nombre de programmes par genre.....	24
Naissance et développement des chaînes de la TNT.....	25
Structure de l'offre télévisuelle selon le genre de programmes (%)*.....	26
Structure de la consommation télévisuelle selon le genre de programmes (%)*.....	26
Offre de fiction télévisuelle* par chaîne sur l'ensemble de la journée (heures).....	28
Offre de fiction télévisuelle* par chaîne sur l'ensemble de la journée.....	28
Offre de fiction télévisuelle* par chaîne aux heures de grande écoute (18h00-23h00).....	28
Offre de fiction télévisuelle* par chaîne aux heures de grande écoute (18h00-23h00).....	29
Structure du nombre de films diffusés selon la chaîne (1998-2007).....	29
Evolution du nombre de films diffusés sur les chaînes hertziennes.....	30
Structure du nombre de films diffusés sur TF1, France 2, France 3 et M6 selon la nationalité (1998-2007).....	30
Nombre de films diffusés selon leur nationalité sur TF1, France 2, France 3 et M6.....	30
Evolution du nombre de films diffusés en première partie de soirée* selon la chaîne.....	31
Nombre de films diffusés en première partie de soirée* selon la chaîne.....	31
Evolution des volumes diffusés d'œuvres audiovisuelles selon l'origine entre 1998 et 2007 (%).....	32
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes hertziennes (durées).....	33
Diffusion des œuvres audiovisuelles sur les chaînes hertziennes (%).....	34
Origine de la fiction* diffusée par les chaînes de télévision dans 13 pays européens en 2006** (%)	Erreur ! Signet non défini.
Origine de la fiction* diffusée par les chaînes de télévision dans 13 pays européens en 2006 selon le genre (%).....	Erreur ! Signet non défini.
Origine des téléfilms et séries-feuilletons diffusés par les chaînes de télévision dans 13 pays européens en 2006 (%).....	Erreur ! Signet non défini.

Origine des courts métrages et programmes d'animation diffusés par les chaînes de télévision dans 13 pays européens en 2006 (%).....	Erreur ! Signet non défini.
Origine des films diffusés par les chaînes de télévision dans 13 pays européens en 2006 (%).....	Erreur ! Signet non défini.
Evolution des coûts de grilles des chaînes hertziennes (M€)	35
Structure des investissements dans la production audiovisuelle par chaîne (1998-2007)	37
Engagements financiers des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle aidée* entre 1998 et 2007 (M€).....	37
Structure des investissements dans la production audiovisuelle selon le genre (1998-2007).....	38
Engagements financiers des chaînes hertziennes (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte) dans la production audiovisuelle aidée selon le genre* (M€)	38
Engagements financiers des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle aidée selon la chaîne* (M€).....	39
Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans la fiction* (M€)	39
Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le documentaire* (M€)	40
Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans l'animation* (M€)	40
Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le spectacle vivant* (M€).....	41
Engagements financiers des diffuseurs hertziens dans le magazine d'intérêt culturel* (M€)	41
Investissements des chaînes hertziennes dans la production audiovisuelle (M€).....	42
Evolution de la participation des chaînes hertziennes au financement des films agréés (M€).....	43
Participation des chaînes hertziennes au financement des films agréés (M€)	44
Evolution de la part de l'apport des chaînes hertziennes dans le financement des films agréés (%)	45
Part de l'apport des chaînes hertziennes dans le financement des films agréés	45
Evolution des contributions des chaînes hertziennes à la production cinématographique d'œuvres européennes selon le CSA (M€).....	46
Contributions des chaînes hertziennes à la production cinématographique d'œuvres européennes selon le CSA (M€)	46