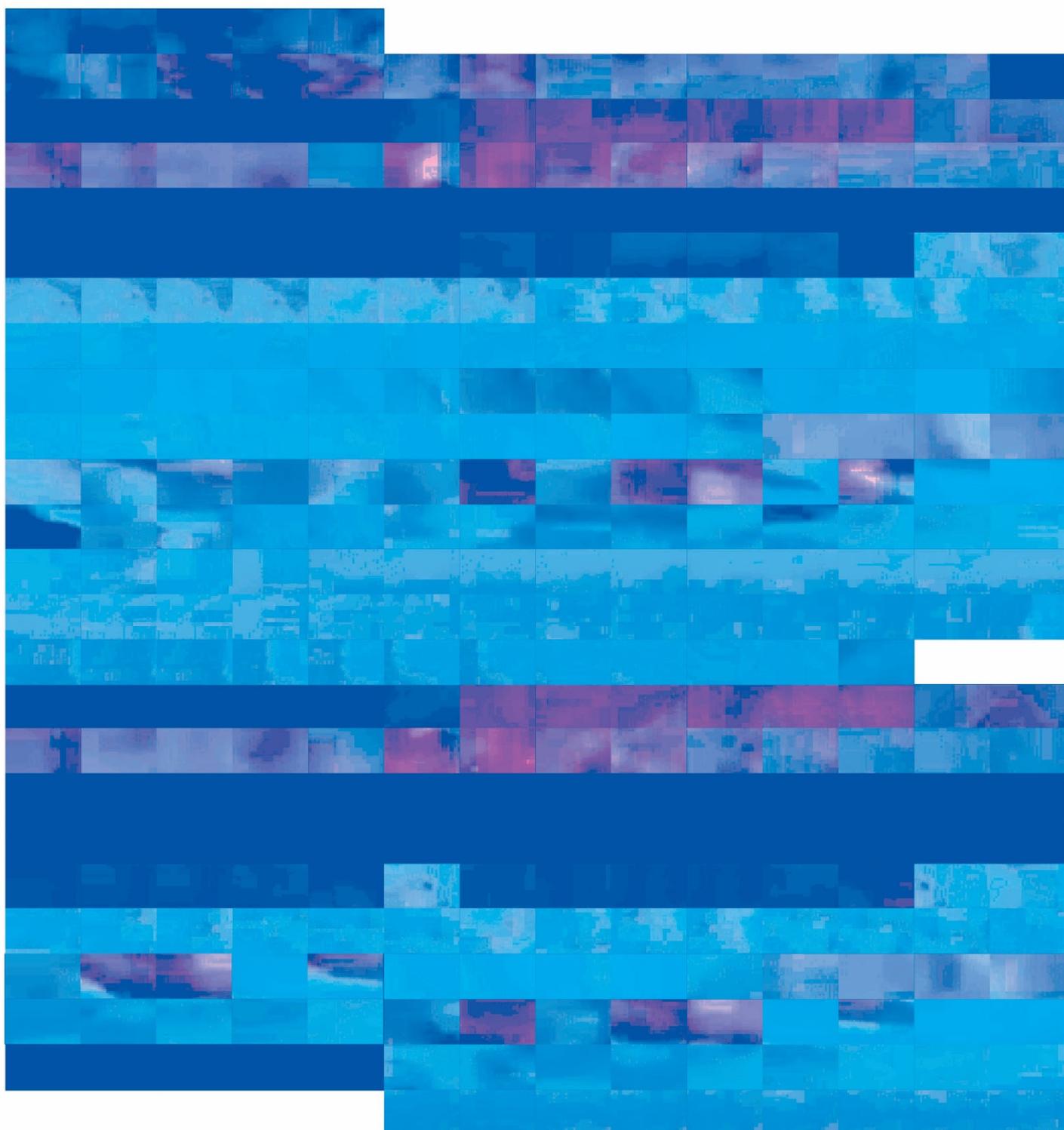




Le marché de l'animation en 2024

juin 2025





Centre national du cinéma et de l'image animée

291 boulevard Raspail, 75675 Paris Cedex 14

Tél : 01.44.34.38.26

Fax : 01.44.34.34.55

www.cnc.fr

Timothé Césa, Emma Cotterchio, Mathilde Gansemer, Pierre-Yves Gautier, Emma Golding, Sophie Jardillier, Chloé Labouriaux, Cécile Lacoue, Marianna Montalbano, Jérôme Tyl, Sophie Cheynet, Sylvain Dandine.

Sommaire

Objectifs	4
Synthèse	5
1. Cinéma	9
1.1. La production française de longs métrages d’animation	10
1.2. La distribution	18
1.3. Les résultats des films d’animation en salles.....	25
1.4. Le public des films d’animation en salles.....	30
1.5. Les films d’animation à la télévision	33
2. Audiovisuel	40
2.1. La production audiovisuelle d’animation	41
2.2. La diffusion de l’animation à la télévision	54
2.3. L’audience de l’animation à la télévision	59
3. Emploi	66
4. Vidéo	80
4.1. L’animation en vidéo à la demande par abonnement (VàDA)	81
4.2. L’animation en vidéo transactionnelle (à la demande et physique)	86
4.3. L’animation en vidéo gratuite	91
5. International	95
5.1. L’exportation des programmes audiovisuels français d’animation	96
5.2. Les films français d’animation à l’international	105
5.3. Les commandes de programmes d’animation dans le monde	114

Objectifs

Pour la 17^{ème} année consécutive, le Centre national du cinéma et de l'image animée publie son étude sur le marché de l'animation.

Cette étude analyse tant l'animation audiovisuelle que cinématographique à travers les œuvres produites et leur financement mais également leur diffusion en France, dans les salles de cinéma, à la télévision (en linéaire et en télévision de rattrapage), en vidéo (physique et à la demande), ainsi qu'à l'étranger, dans les salles de cinéma, sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement et chaînes de télévision. Elle met ainsi en lumière les caractéristiques spécifiques de la production et de la diffusion de ces œuvres.

Cette étude propose également un état des lieux de l'emploi dans le secteur de l'animation en France avec, au-delà d'une analyse des entreprises actives, des effectifs et de la masse salariale, un examen des métiers de l'animation. Les données sont présentées selon une dimension genrée.

Synthèse

Les 40 ans du MIFA

Le Festival international du film d'animation a été créé en 1960 à Annecy. Sur un rythme d'une manifestation tous les 2 ans, l'évènement devient annuel à partir de 1998. Le premier Marché international du film d'animation (Mifa) est, quant à lui, organisé en 1985 à l'initiative du ministère de la Culture et de son Plan Recherche Image visant à soutenir l'industrie de l'animation en France. Il fête, en 2025, ces 40 ans, et cet anniversaire est l'occasion de se replonger dans l'histoire de ce genre, longtemps réservé aux seuls enfants mais qui depuis s'est ouvert à d'autres publics, adolescents et adultes.

L'animation s'appuie sur différentes techniques (dessin animé, papier découpé, stop motion, 2D numérique ou 3D), toutes représentées au sein des différentes catégories du Festival (longs métrages, courts métrages, films de télévision, films de commande, films de fin d'études ou encore œuvres VR).

Le Festival international du film d'animation a permis à un certain nombre de talents d'émerger, notamment français, comme Jean-François Laguionie, qui, au total, a réalisé 7 longs métrages et 14 courts métrages et qui a été récompensé du Cristal du court métrage pour son premier court en 1965, *la Demoiselle et le violoncelliste*, ou du Prix de la critique en 1985 pour son premier long, *Gwen, le livre de sable*, ou encore Michel Ocelot, qui, au total, a réalisé 9 longs métrages, 9 courts métrages et 4 séries télévisées et qui a été récompensé du Grand Prix du long métrage en 1999 pour son premier film, *Kirikou et la Sorcière*, ou du Prix Fipresci en 1991 pour l'épisode *le Manteau de la vieille dame* de la série télévisée *Ciné Si*, ou plus récemment Sébastien Laudenbach, récompensé avec Chiara Malta du Cristal du long métrage et du Prix Fondation Gan à la diffusion en 2023 pour son film, *Linda veut du poulet*, ou Denis Do récompensé du Cristal du long métrage en 2018 pour son premier film, *Funan*.

Un vivier de talents français rendu possible grâce aux nombreuses écoles d'animation implantées sur le territoire et reconnues à l'échelle internationale. Denis Do est notamment diplômé des Gobelins, 1^{ère} au top 50 des écoles de l'Animation Career Review 2024 (hors Etats-Unis), classement dans lequel apparaissent huit autres écoles françaises (7 écoles en 2023). Sébastien Laudenbach, quant à lui, intervient régulièrement à La Poudrière, école d'enseignement supérieur privé et centre de formation professionnelle continue, 12^e du top 25 des formations professionnelles de l'Animation Career Review 2024 (hors Etats-Unis).

Le chemin parcouru par la filière est à souligner avec plus de 300 heures d'animation audiovisuelle produites en moyenne sur la dernière décennie, contre 70 heures en 1986. Un dynamisme également observé côté cinéma, avec plus de 10 films d'animation cinématographiques agréés chaque année, contre aucun en 1996.

Une production française paradoxalement toujours dynamique...

Après une année 2022 difficile, liée à une conjonction de facteurs (un cycle bas marqué qui a suivi le pic de production de 2021 post-crise sanitaire, l'attente de signature d'accords professionnels avec les diffuseurs, etc.), le secteur s'est repris progressivement, et dépasse, à nouveau, le seuil des 300 heures produites en audiovisuel en 2024 (316 heures en 2024). Le dynamisme de la production cinématographique se maintient par ailleurs, au deuxième plus haut niveau en cinéma (13 films agréés en 2024), derrière 2023 (18 films).

La production audiovisuelle aidée affiche, par ailleurs, une bonne santé financière avec un total des devis à 294,0 M€, soit un deuxième plus haut niveau historique derrière 2021

(314,5 M€), qui avait été largement portée par les reports de projets de l'année 2020, impactée par la crise sanitaire. La hausse plus conséquente des devis (+23,7 % par rapport à 2023) que du volume horaire produit (+13,7 %) entraîne une progression du coût horaire, à 931,6 K€ en 2024, à un plus haut niveau historique. Les partenaires étrangers restent indispensables au développement des projets d'animation et constituent leurs premiers financeurs. A 74,9 M€ en 2024 (+34,2 % par rapport à 2023), ils assument 25,5 % des investissements totaux, devant les producteurs français à 24,5 % (71,9 M€, +26,5 %) et les diffuseurs à 21,9 % (64,3 M€, +21,7 %). A noter la présence de trois premiers projets financés par les services mondiaux de vidéo à la demande par abonnement parmi les projets soutenus au Fonds de soutien audiovisuel : *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* et l'unitaire *Miraculous World Paris la fin de Ladybug* par Disney+ (initiés par TF1) ainsi que la partie 2 de la première saison de la série *Ghost Force* (8x11' – Zagtoon) par Netflix (cofinancé avec TF1). Le CNC a également augmenté ses soutiens en faveur du genre à 45,8 M€ (+6,7 %) mais sans pouvoir suivre la hausse des coûts, d'où un taux de couverture des aides en recul à 15,6 % en 2024 (18,0 % en 2023).

Côté cinéma, les films d'animation ont également une structure de financement spécifique, du fait du coût élevé des projets, de processus de fabrication longs et de leur complexité qui entraînent régulièrement des dépassements de budgets (63 % des films d'animation agréés entre 2015 et 2024 ont un coût définitif supérieur à leur devis). Comme pour l'audiovisuel, les partenaires étrangers sont incontournables ; ils représentent 18,7 % des devis totaux des films d'animation agréés en production entre 2015 et 2024, derrière les producteurs français (21,1 %) et les aides publiques et régionales (20,5 %). Toutefois, cette part monte à 34,3 % en y ajoutant les minimum garantis apportés par les producteurs français en prévision des ventes des œuvres à l'étranger ; les partenaires étrangers deviennent ainsi les premiers financeurs des films d'animation.

... dans une conjoncture internationale difficile qui affecte l'activité de prestation et l'emploi

Reflète de cette vitalité de la production française, 10 225 personnes sont employées par le secteur de l'animation en 2023, un nombre de salariés multiplié par 3,0 en 20 ans. Dans le même temps, la masse salariale est passée de 50,1 M€ en 2004 à 272,5 M€ en 2023 (x5,5). Malgré un léger recul par rapport à 2022 (-0,8 % en effectifs), l'emploi dans le secteur se maintient à un niveau élevé. Toutefois, les premiers chiffres d'Audiens pour l'année 2024 et sur les premiers mois de 2025 montrent un renversement de tendance : -10,5 % en 2024 par rapport à 2023 et -11,9 % en mars 2025 par rapport à mars 2023. Cette décroissance touche davantage les primo-entrants et, par voie de conséquence, les profils les plus jeunes.

L'animation, secteur international à tous les égards, pâtit d'une conjoncture mondiale difficile. Les dépenses en France de projets internationaux agréés dans le cadre du Crédit d'impôt international (C2I), bien que toujours à un niveau élevé (+80,1 % par rapport à 2019), reculent en 2024 pour s'établir à 166,6 M€ (-14,3 % par rapport à 2023). Le nombre de projets réalisant des dépenses en France sur l'année diminue également (41 œuvres d'animation en 2024, contre 55 en 2023), tout comme le nombre de nouveaux projets agréés (15 en 2024, contre 25 en 2023). Ces derniers éléments laissent présager une nouvelle baisse des dépenses en France pour l'année 2025, et reflètent la baisse du nombre de commandes de programmes d'animation des différents groupes audiovisuels et services de média à la demande (SMAD) dans le monde. Seule la zone Asie / Pacifique affiche une belle santé, avec un volume de commandes en croissance, à 373 programmes sur la période avril 2024-mars 2025 (+23 % par rapport à la même période de l'année précédente), très largement porté par les contenus

japonais et sud-coréens. Dans le même temps, les commandes en provenance de l'Amérique du Nord se stabilisent à 164 programmes, loin des niveaux atteints il y a trois ans (265 en 2020-2021), et celles en provenance de l'Europe de l'Ouest atteignent un plus bas niveau depuis la crise sanitaire à 96 programmes (-25 % par rapport à 2023).

Cette contraction du marché international résulte d'une volonté affichée des SMAD de rationaliser leurs investissements dans un objectif de rentabilité et plus globalement de la stratégie des acheteurs, notamment des chaînes de télévision, de diminuer leurs dépenses et de se concentrer sur des valeurs sûres, des licences fortes. L'animation française compte plusieurs licences audiovisuelles reconnues et sur lesquelles le secteur peut continuer à s'appuyer pour maintenir un certain niveau de ventes à l'international, des ventes qui s'inscrivent toutefois dans une tendance à la baisse depuis 4 ans et atteignent, en 2024, 51,2 M€, soit le plus bas niveau depuis 2015 (50,6 M€). L'animation s'est d'ailleurs fait détrôner par la fiction comme genre s'exportant le mieux depuis 2023.

Des défis à relever côté diffusion

En France, l'animation est présente sur l'ensemble des circuits de diffusion. Elle occupe ainsi 6,5 % du temps d'antenne des chaînes de télévision nationales gratuites (hors France 4) et de Canal+ pour 1,5 % de la consommation télévisuelle des téléspectateurs de 4 ans et plus. Cette part est, toutefois, à prendre avec précaution, la cible première des programmes d'animation audiovisuels étant les enfants. Elle est ainsi largement supérieure chez les 4-14 ans (16,1 %) et encore davantage chez les 4-10 ans (20,9 %). L'animation française est, par ailleurs, très bien représentée à la télévision puisqu'elle représente 60,2 % du volume horaire et 50,1 % de la consommation en 2024 (respectivement 62,4 % et 45,9 % en 2023). Au total, 10 862 heures d'animation (audiovisuelle et cinématographique) sont diffusées sur les chaînes nationales, 15 194 heures avec France 4, en hausse de 2,5 % par rapport à 2023 (+5,1 % hors France 4). Cette prédominance des œuvres nationales ne se retrouve toutefois pas sur les autres circuits de distribution et notamment en salles. En effet, le marché est très largement dominé par les œuvres américaines qui concentrent 82,1 % des 30,2 millions d'entrées des films d'animation en 2024 et monopolisent les 6 premières places du classement avec, en tête, *Vice-versa 2* (8,29 millions d'entrées) et *Vaiana 2* (6,68 millions). Le premier film français arrive à la 8^e place : il s'agit de la coproduction minoritairement française (Belgique, France, Lettonie), *Flow, le chat qui n'avait plus peur de l'eau*, suivi à la 9^e place de *La Plus Précieuse des Marchandises*, film 100 % français. A noter que ce marché connaît une hausse sensible de l'offre. 60 films d'animation sortent ainsi pour la première fois sur les écrans français en 2024, soit un plus haut niveau historique et un film de plus qu'en 2023. L'offre est portée par la hausse du nombre de films japonais (18 en 2024, à un plus haut niveau historique) ; l'offre de films français, à 13 films, est en léger retrait par rapport à 2023 (14 films) mais au 3^e plus haut niveau des 20 dernières années.

Les habitudes de consommation du public migrent, par ailleurs, progressivement vers les services de vidéo à la demande, surtout dans leur version gratuite (BVoD, YouTube, chaîne FAST) mais également par abonnement (vidéo à la demande par abonnement ou VàDA), une transformation des usages encore plus visible chez les enfants. Les 4-14 ans regardent deux fois moins d'animation en live à la télévision qu'il y a 5 ans (35 heures par an en 2024, hors France 4, contre 72 heures en 2019).

Sur les services de VàDA, l'offre d'animation est assez large : 13,8 % des catalogues sont des programmes d'animation, qu'ils soient audiovisuels ou cinématographiques, totalisant 4 598 titres pour 124 163 épisodes, Crunchyroll en tête avec près de 30 000 épisodes sur son seul service. Au global, ces œuvres représentent 4,7 % de la consommation, en temps passé,

des 15 ans et plus sur ces services, dont 58,7 % pour les programmes américains et 53,1 % sur Netflix. Les programmes d'animation français sont peu présents sur ces services (14,6 % de l'offre d'animation en décembre 2024) et sont, par conséquent, peu consommés (10,9 % du temps passé en 2024). Ces nouveaux lieux de consommation, à la demande, peuvent constituer un relai pour les œuvres d'animation françaises avec potentiellement de nouvelles cibles à adresser davantage mais également de nouvelles thématiques, voire de nouveaux formats à développer.

1. Cinéma

L'animation en 2024 :

La production française de longs métrages d'animation



13 films produits¹
4,2 % des films agréés
¹agrément des investissements



18,1 M€ en moyenne par film²
²agrément de production



apports étrangers
23,9 % du coût des films²

La distribution de films d'animation



60 films en première exclusivité
8,1 % de l'offre totale



13 films français
21,7 % de l'offre de films
d'animation



282 cinémas en 1^{ère} semaine
155 cinémas tous films confondus

Les résultats des films d'animation en salles



30,2 millions
d'entrées



19,4 % des
entrées totales



en moyenne par
entrée



Top 3 sur les entrées arrêtées au 31 décembre 2024.

Le public des films d'animation

3-14 ans



39,6 %

15-24 ans



19,6 %

25-49 ans



32,1 %

50 ans et plus



8,7 %

Les films d'animation à la télévision



138
films différents diffusés
donnant lieu à 428 diffusions



23,2 % de
films inédits



33,3 %
de films français



1
film le plus diffusé
depuis 1957

1.1. La production française de longs métrages d'animation

Cette partie analyse le financement et les coûts de production des films français d'animation agréés par le CNC.

Remarques méthodologiques

L'analyse de la production des films français d'animation s'appuie sur les œuvres ayant reçu l'agrément des investissements ou, quand celui-ci n'est pas requis, l'agrément de production.

L'analyse du financement et des coûts de production des films d'animation est construite à partir des données de l'agrément de production. Elle appréhende les apports définitifs des différents acteurs dans la production des films (les devis prévisionnels, communiqués au CNC dans les dossiers d'agrément des investissements avant tournage, pouvant subir des évolutions non négligeables). Ces analyses s'appuient uniquement sur les films d'animation d'initiative française, c'est-à-dire financés intégralement ou majoritairement par des investissements français.

Les films d'animation agréés : une production toujours dynamique

Entre 2005 et 2024, 180 films d'animation ont été agréés, soit 3,3 % de l'ensemble des films agréés tous genres confondus. Plus des deux tiers sont des coproductions (70,6 %) dont 40,6 % de coproductions majoritaires et 30,0 % de coproductions minoritaires. À titre de comparaison, les coproductions représentent 43,7 % des films de fiction (19,8 % de coproductions majoritaires, 23,9 % de coproductions minoritaires) et 29,7 % des documentaires (17,8 % de coproductions majoritaires, 11,8 % de coproductions minoritaires). 13 films d'animation sont agréés en 2024, soit cinq titres de moins qu'en 2023 (année record), mais au deuxième plus haut niveau historique avec 2022. Depuis 2019, la production de films d'animation affiche un fort dynamisme, à son échelle, avec au moins 10 films d'animation agréés chaque année, niveau atteint seulement 4 fois sur la période 2005-2018.

Cinq films d'animation agréés en 2024 sont des premiers films, soit 38,5 % des films d'animation agréés dans l'année (29,1 % tous genres confondus). Cette part s'établit à 45,5 % sur les vingt dernières années, contre 30,7 % dans l'ensemble de la production agréée.

Nombre de longs métrages d'animation agréés



Source : CNC. Agrément des investissements.

Parmi les 13 films d'animation agréés en 2024, cinq productions sont entièrement françaises. Les huit autres films sont des coproductions internationales, dont quatre d'initiative française. La production de ces 13 films d'animation a engagé huit pays différents en plus de la France en 2024 : la Belgique, le Luxembourg, l'Allemagne, le Canada, l'Espagne, la Pologne, la Finlande et la Malaisie.

Sur les 20 dernières années, la coproduction de films d'animation français a impliqué 28 partenaires différents. Les pays coproducteurs les plus réguliers sont la Belgique (64 coproductions), le Luxembourg (32 coproductions), l'Allemagne (18 coproductions), le Canada (16 coproductions) et l'Italie (13 coproductions).

Longs métrages d'animation agréés en 2024

titre	Réalisateur(s)	rang	coproduction ¹	devis (M€)
Astérix et le royaume de Nubie	Alexandre Heboyan	2	Fr-100	32,94
High in The Clouds	Toby Genkel	4	Fr-100	27,44
Urban jungle	Jean de Loriol	1	Fr-100	20,59
Yugly	Jérémy Degruson, Yanis Belaid	4 / 1	Be-81 / Fr-19	16,57
Les Légendaires	Guillaume Ivernel	3	Fr-88 / Be-12	14,89
Arco	Ugo Bienvenu	1	Fr-100	9,64
In Waves	Phuong Mai Nguyen	1	Fr-90 / Be-10	9,00
Sidi Kaba et la porte du retour	Rony Hotin	1	Fr-50 / All-21 / Lux-19 / Be-10	8,73
Le Corset	Louis Clichy	3	Fr-90 / Be-10	6,33
Olivia et le tremblement de terre invisible	Irene Iborra	1	Esp-69 / Fr-18 / Be-12	4,67
Fleak	Jens Moller	4	Finlande-62 / Pol-15 / Fr-12 / Malaisie-11	4,57
Blaise	Jean-Paul Guigue, Dimitri Planchon	2 / 2	Fr-100	1,93
Hola Frida	André Kadi, Karine Vézina	2	Ca-80 / Fr-20	1,28

¹Be = Belgique / Fr = France / Lux = Luxembourg / All = Allemagne / Esp = Espagne / Pol = Pologne / Ca = Canada.
Source : CNC.

Un coût définitif des films d'animation d'initiative française agréés très souvent supérieur au devis initial

L'analyse des coûts de production des films d'animation est limitée par le nombre de films agréés. 106 films d'initiative française ont reçu un agrément de production depuis 2005, soit 5 films par année en moyenne. La taille réduite de l'échantillon ne permet pas de dresser de réelles tendances. Il convient donc d'être prudent dans l'interprétation de ces données.

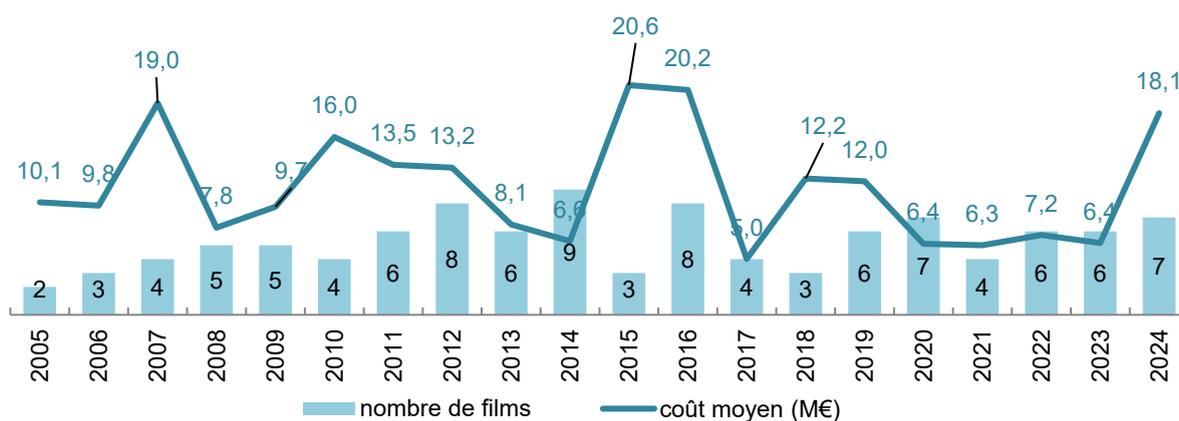
Entre 2005 et 2024, le coût moyen des films d'animation d'initiative française s'établit à 11,3 M€. Les films d'animation présentent des coûts, en moyenne, beaucoup plus importants que les films de fiction (5,2 M€ sur la période) et encore davantage que les documentaires (863,7 K€ sur la période).

Sur la dernière décennie (2015-2024), les films d'animation présentent des coûts définitifs en moyenne supérieurs de 6 % à leur devis. A l'inverse, les films de fiction présentent un coût définitif inférieur de 6 % en moyenne à leur devis. Pour les documentaires, l'écart est de -2 %. Au global, 63,0 % des films d'initiative française d'animation présentent un coût définitif

supérieur à leur devis, contre 26,1 % tous genres confondus (36,1 % des documentaires et 22,8 % des films de fiction).

En 2024, le coût moyen des sept films d'animation d'initiative française ayant obtenu l'agrément de production est de 18,1 M€. Hors *Miraculous le film*, le coût moyen s'établit à 6,05 M€, au plus bas niveau depuis 2017 (5,02 M€). A noter que la forte hausse constatée en 2015 et 2016 était déjà le fait de la présence de films à coût élevé : *Astérix et le domaine des dieux* (37,0 M€) en 2015, et *Le Petit Prince* (63,0 M€) et *Pourquoi j'ai pas mangé mon père* (53,5 M€) en 2016.

Coût moyen des longs métrages d'animation agréés

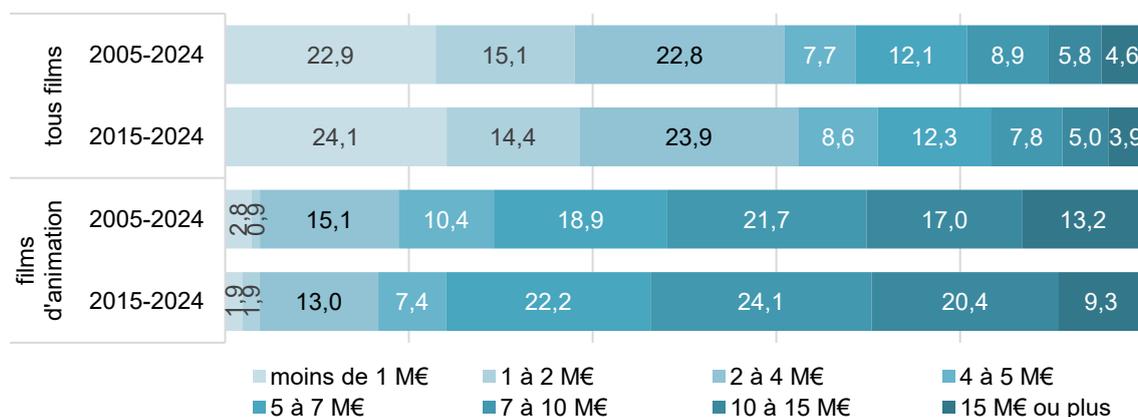


Source : CNC – Agrément de production

En 2024, sept films d'animation d'initiative française ont obtenu l'agrément de production (six en 2023). Le montant total des dépenses effectuées pour ces films est de 126,8 M€, un niveau en très forte hausse par rapport à 2023 (36,7 M€, soit +227,8 %) et par rapport à la moyenne sur 20 ans (60,1 M€, soit +110,9 %). Ce montant d'investissements particulièrement élevé s'explique par la présence au sein des films agréés en 2024 d'un titre au coût exceptionnel : *Miraculous le film*, film d'animation le plus cher de l'histoire en France (90,5 M€). 2024 affiche ainsi au global le niveau de dépenses dans l'animation cinématographique le plus élevé depuis le record de 2016 (161,7 M€), imputable à l'agrément cette année-là de deux superproductions d'animation : *Le Petit Prince* (63,0 M€) et *Pourquoi j'ai pas mangé mon père* (53,5 M€). *Miraculous le film* est par ailleurs le premier film d'animation dont le coût dépasse 15 M€ depuis *Astérix et le secret de la potion magique* en 2019. De façon plus générale, le nombre de grosses productions d'animation tend à baisser au cours des dernières années : quatre films d'animation dépassaient ce seuil entre 2014 et 2016 (*Le Petit Prince*, *Pourquoi j'ai pas mangé mon père*, *Astérix et le domaine des Dieux* et *Jack et la mécanique du cœur*), contre seulement deux depuis 2017. Il devrait néanmoins repartir à la hausse ces prochaines années, en raison de la hausse du volume de films d'animation à devis élevé ayant obtenu l'agrément des investissements depuis 2022. En 2024, un film d'animation présente un coût compris entre 2 M€ et 4 M€ (*Linda veut du poulet*), un entre 4 M€ et 5 M€ (*Sirocco et le royaume des courants d'air*), deux entre 5 M€ et 7 M€ (*les Contes du hérisson* et *la Sirène*) et deux entre 7 M€ et 10 M€ (*les As de la jungle 2* et *Mars Express*).

La répartition des films d'animation selon le coût de production montre une moindre disparité que l'ensemble des films agréés. Sur la période 2015-2024, plus de la moitié des films (53,7 %) ont un coût supérieur ou égal à 7 M€, contre seulement 16,7 % tous films confondus. À l'inverse, seulement 1,9 % des films d'animation coûtent moins de 1 M€, contre un quart de l'ensemble des films agréés (24,1 %).

Répartition des films agréés entre 2015 et 2024 selon le coût des films (%)



Source : CNC. Agrément de production

La structure du financement des longs métrages d'initiative française d'animation agréés varie fortement selon les années et les films concernés.

Sur la période 2015-2024, les producteurs sont la deuxième source de financement de ces films, représentant 21,1 % du total des coûts de production, soit une part nettement plus importante que dans l'ensemble des films d'initiative française (14,3 %). Les minima garantis (MG liés à la distribution en salles, l'édition vidéo ou l'exploitation à l'étranger) sont la première source de financement des films d'animation sur la période et représentent 23,1 % du total des coûts entre 2015 et 2024, soit une part supérieure à l'ensemble des films d'initiative française agréés sur la même période (15,0 %). L'année 2024 est néanmoins marquée par un film d'animation qui a affiché des préventes à l'international exceptionnelles. En excluant ce film, la part des MG dans le financement des films d'animation s'établit à 16,4 % sur la période et les MG redeviennent la deuxième source de financement des films d'animation, derrière les producteurs.

Les films d'animation bénéficient moins d'apports des diffuseurs que les fictions ou les documentaires : 11,9 % de leur financement provient de préventes ou d'apports en coproduction des diffuseurs, contre 31,5 % pour l'ensemble des films d'initiative française agréés. Cette différence tient au fait que le coût moyen des films d'animation est nettement plus élevé mais également au fait que les diffuseurs investissent moins dans le genre. En moyenne, ces derniers investissent 1,6 M€ par film d'animation qu'ils financent, contre 1,9 M€ tous genres confondus (2,1 M€ pour la fiction et 286,6 K€ pour le documentaire). Néanmoins, la grande majorité des films d'animation bénéficient d'apports de diffuseurs : au total sur la période, 47 films d'animation d'initiative française ont été financés par au moins un diffuseur, soit 87,0 % des films agréés (34,9 % des documentaires et 83,2 % des films de fiction). Sur la décennie, le groupe Canal+ (incluant la chaîne OCS, rachetée par le groupe en 2024) représente 45,5 % des apports en préachats des diffuseurs dans les films d'initiative française

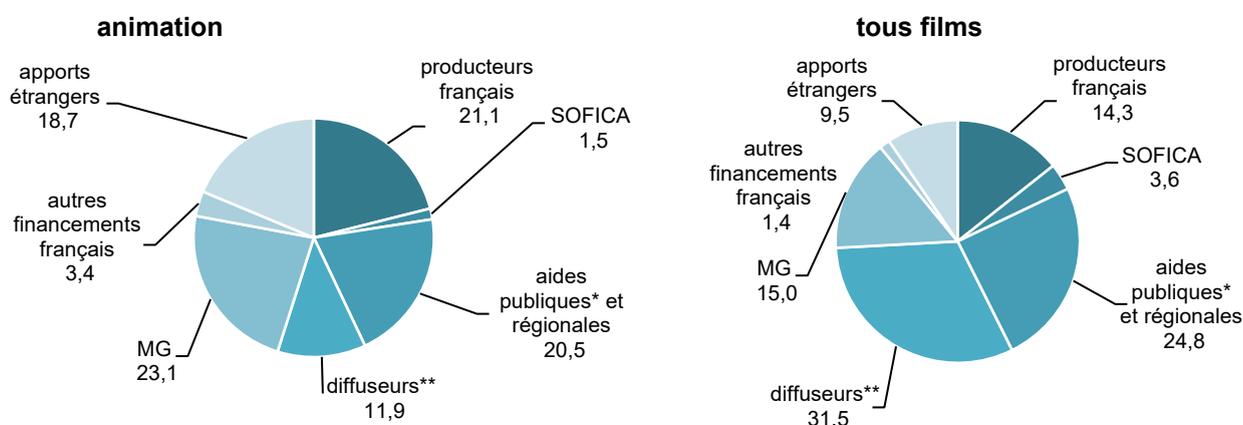
d'animation (57,7 % tous genres confondus) et France Télévisions 22,1 % (18,9 % tous genres confondus).

Si, en fonction des années, le poids des partenaires étrangers peut varier très fortement, ils représentent néanmoins une source importante de financement, totalisant 18,7 % des financements définitifs des films d'animation sur la période 2015-2024, contre 9,5 % pour l'ensemble des films d'initiative française agréés. Entre 2015 et 2024, 43 longs métrages d'initiative française d'animation agréés ont bénéficié d'un financement étranger, soit 79,6 % des films d'animation agréés sur la période (46,1 % des films de fiction et 31,9 % des documentaires).

Enfin, les financements publics (aides automatiques et sélectives du CNC, aides européennes, crédit d'impôt et aides des autres institutions publiques) représentent 20,5 % des coûts de production des films d'initiative française d'animation sur la période 2015-2024, un niveau inférieur à celui constaté sur l'ensemble des films d'initiative française agréés (24,8 %).

Sur la période, la part des aides publiques et du crédit d'impôt a nettement augmenté, en lien notamment avec la réforme des crédits d'impôts en 2016, et est passée de 14,7 % du total des coûts des films d'initiative française d'animation en 2015 à 39,0 % en 2024 (hors production exceptionnelle). Parmi les aides publiques, la part couverte par le crédit d'impôt est moins importante dans le financement des films d'animation (9,0 %) que dans l'ensemble de la production agréée sur la période (11,9 %). Le soutien automatique est également moins mobilisé : il représente 3,9 % chez les films d'animation contre 6,5 % dans l'ensemble de la production. A l'inverse, les aides sélectives et régionales couvrent 7,6 % des coûts des films d'animation contre 6,4 % pour l'ensemble des films. Au sein des aides sélectives, l'aide aux techniques d'animation représente 10,8 M€ sur la période 2015-2024, soit un montant légèrement supérieur à l'avance sur recettes avant réalisation (10,0 M€). Sur la décennie, 63,0 % des films d'animation agréés ont bénéficié de l'aide aux techniques d'animation, pour un montant moyen de 317,3 K€, tandis que 27,8 % ont bénéficié de l'avance sur recettes avant réalisation, pour un montant moyen de 540,0 K€. Tous genres confondus, 23,7 % des films agréés sont bénéficiaires de l'avance sur recettes avant réalisation, pour un montant moyen de 446,9 K€.

Répartition du financement définitif des longs métrages d'initiative française d'animation agréés entre 2015 et 2024 (%)



* Aides automatiques et sélectives du CNC, aides européennes, crédit d'impôt et aides des autres institutions publiques.

** Apports en coproduction et préachats.

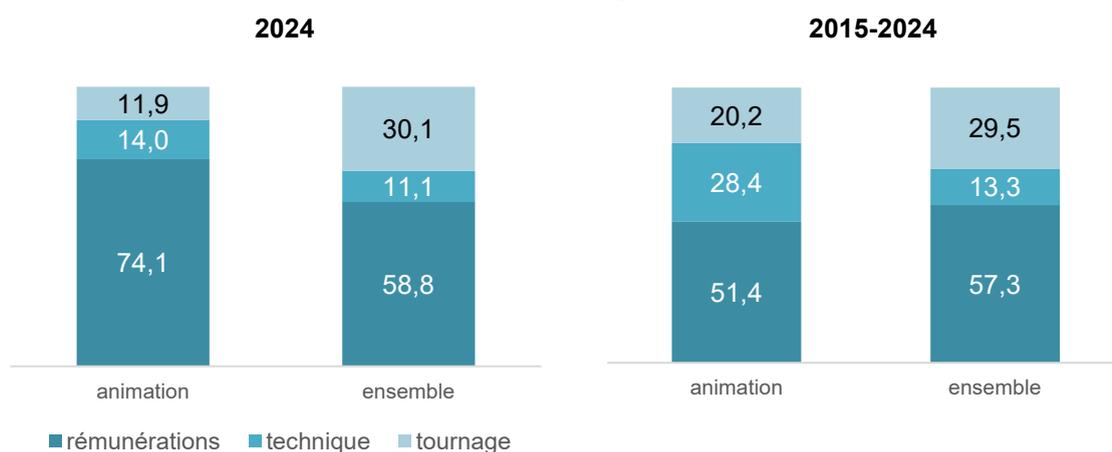
Source : CNC.

Près des ¾ des coûts de production des films d'animation d'initiative française liés à la rémunération

En raison du faible nombre de films d'animation agréés chaque année, la structure des coûts est tributaire de la nature de chaque film. Elle présente donc de fortes variations annuelles, qui ne permettent pas de dégager de tendances claires.

La structure des dépenses de production des films d'animation pour l'année 2024 est globalement en ligne avec celle observée en 2023. Les dépenses de rémunération constituent près des trois quarts du coût définitif (74,1 %, +0,3 point par rapport à 2023). Depuis 2021, celles-ci représentent toujours plus de 70 % des dépenses des films d'animation, contre une moyenne de 37,4 % entre 2015 et 2020. La part des dépenses techniques augmente légèrement, de 3,2 points sur un an, à 14,0 % du total des dépenses des films d'animation en 2024, à un niveau qui reste néanmoins très inférieur à la moyenne observée sur 10 ans (28,4 %). Enfin, la part des dépenses de tournage tombe à son plus bas niveau historique, à 11,9 % du coût total.

Principaux postes de coût de production selon le genre des films (%)



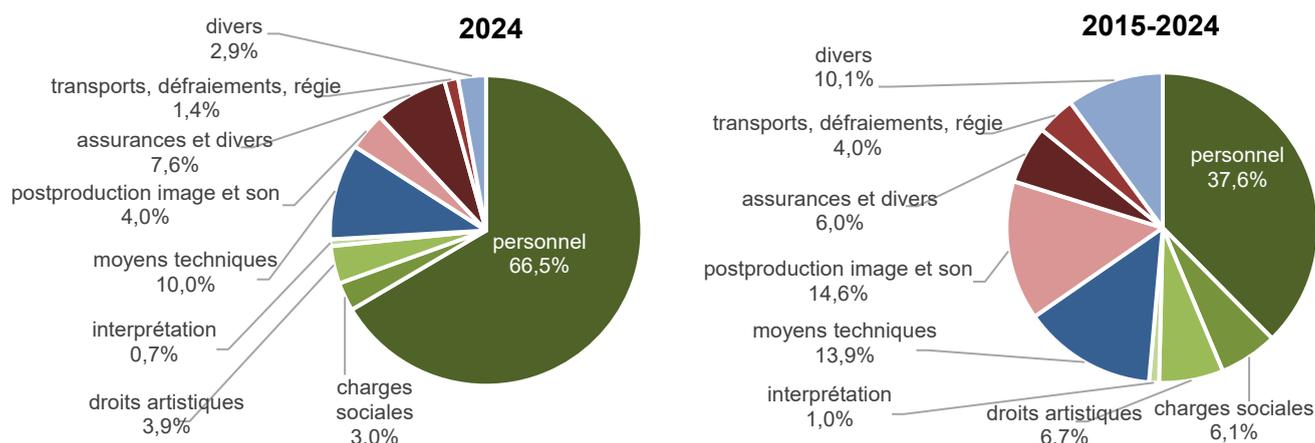
Les dépenses en sous-traitance des films d'animation sont incluses dans le poste « technique ».
Source : CNC.

Si la part des dépenses de rémunération est stable entre 2023 et 2024, la part des dépenses liées au personnel directement progresse très nettement en 2024, au détriment de la part des charges sociales. Ces évolutions sont à mettre en perspective avec le niveau élevé de dépenses réalisées à l'étranger en 2024, qui sont très majoritairement des dépenses de personnel mais qui n'impliquent pas le même niveau de charges sociales que les dépenses réalisées en France. Les dépenses de personnel (hors charges sociales) représentent ainsi 66,5 % des coûts totaux en 2024 (+11,4 points par rapport à 2023) et les charges sociales 3,0 % (-7,0 points). Hors *Miraculous le film*, dont les dépenses en personnel sont particulièrement importantes et notamment à l'étranger, les évolutions sont nettement moins marquées : +1,2 point sur les dépenses de rémunération à 56,2 % du total, et -1,2 point sur les charges sociales, à 8,7 %. La part des dépenses en personnel des films d'animation reste ainsi élevée en 2024, bien supérieure à celle constatée pour l'ensemble des films d'animation

agréés entre 2015 et 2024 (37,6 %), moyenne qui, pour rappel, recouvre d'importantes disparités en fonction des années.

Les dépenses techniques constituent le deuxième poste de dépenses de production des films d'animation en 2024 (14,0 % du coût total). A l'inverse des dépenses en rémunérations, la part des dépenses techniques a fortement diminué à partir de 2021. La part moyenne des dépenses techniques entre 2015 et 2020 était de 38,2 %, contre 11,8 % entre 2021 et 2024. Enfin, en 2024, la part des dépenses liées aux frais d'assurances et divers s'établit à 7,6 % (+0,8 point), au plus haut niveau depuis 2009 (8,3 %).

Répartition détaillée par poste des coûts de production des films d'animation (%)

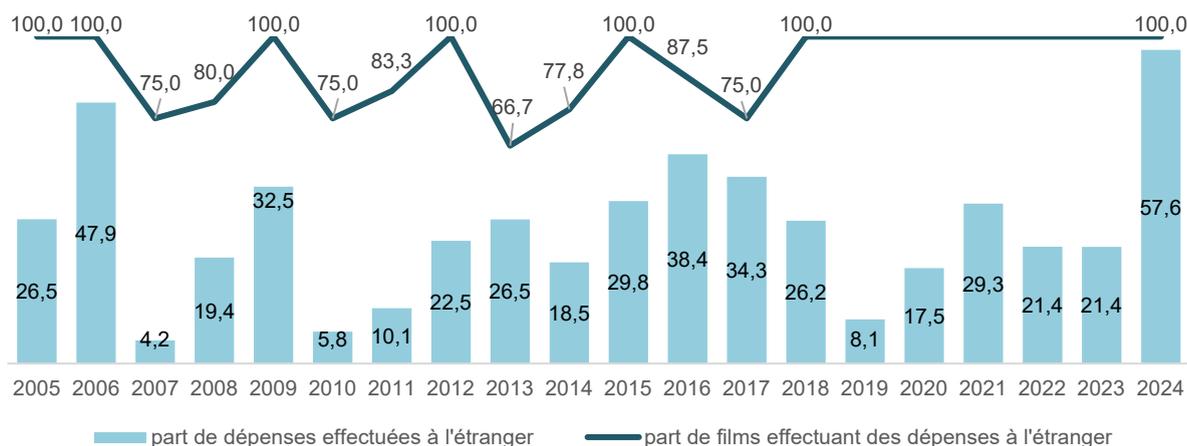


La rémunération des producteurs est incluse dans le poste « personnel ». Les dépenses techniques intègrent les dépenses en sous-traitance. Le poste « divers » comprend les frais généraux et les dépenses en décors et costumes.
Base : films d'initiative française d'animation. / Source : CNC.

Étant donné le petit nombre de films d'animation recevant un agrément de production chaque année, la part des dépenses à l'étranger peut être fortement impactée par un ou deux titres. Néanmoins, l'animation est le genre le plus propice aux collaborations avec l'étranger. Depuis 2005, 90,6 % de l'ensemble des films d'animation agréés ont effectué des dépenses à l'étranger. Cette internationalisation des projets semble depuis 2018 se systématiser, l'ensemble des films d'animation ayant, depuis cette date, effectué des dépenses extranationales.

Le total des dépenses à l'étranger s'élève à 73,0 M€ en 2024, un montant multiplié par 6 en un an et au plus haut niveau historique. La hausse de ces dépenses en 2024 est intégralement portée par *Miraculous le film*. Le précédent record, atteint en 2016 (62,1 M€), était déjà lié à des superproductions, *le Petit Prince* et *Pourquoi j'ai pas mangé mon père*. 2024 et 2016 sont ainsi les deux seules années où le seuil des 25 M€ de dépenses à l'étranger a été dépassé. En excluant *Miraculous le film*, le niveau de dépenses à l'étranger en 2024 passe en-dessous de la moyenne des 20 dernières années. La part de dépenses effectuées à l'étranger est, par nature, largement dépendante des projets et du type de coproductions. En 2024, 57,6 % des dépenses des films d'animation sont tournées vers l'international, au plus haut niveau historique. Hors *Miraculous le film*, cette part est inférieure à la moyenne observée sur les 20 dernières années. Depuis 2005, la part de dépenses à l'étranger des films d'animation varie d'année en année, sans qu'aucune hausse tendancielle ne soit observée.

Part des dépenses des films d'animation effectuées à l'étranger (%)



Base : films d'initiative française d'animation.

Source : CNC.

27,4 % des dépenses éligibles des films d'animation d'initiative française couvertes par le crédit d'impôt

82 films d'animation d'initiative française ont bénéficié du crédit d'impôt depuis 2004, soit 80,4 % des films d'animation agréés, une part qui s'élève à 70,1 % pour les films de fiction et 37,3 % pour les documentaires. Le montant total de crédit d'impôt alloué s'élève à 83,8 M€, soit environ 1 022,0 K€ par film en moyenne. Sur l'ensemble de la période, le crédit d'impôt représente 9,4 % du coût total des films d'animation bénéficiaires. A l'instar des deux autres genres, le taux de couverture des dépenses éligibles par les montants totaux de crédit d'impôt augmente en parallèle des différentes réformes du dispositif : 27,4 % des dépenses éligibles sont ainsi couvertes par le crédit d'impôt pour les films bénéficiant des derniers aménagements du dispositif, contre 22,1 % pour les films ayant un agrément des investissements entre 2013 et 2015 et 12,5 % pour ceux ayant bénéficié de la première génération de crédit d'impôt (2004-2012).

Films d'animation bénéficiant du crédit d'impôt

	CIC 1	CIC 2	CIC 3	ensemble
films bénéficiaires	45	5	32	82
dépenses éligibles (M€)	280,17	18,07	163,42	461,65
crédit d'impôt (M€)	35,10	4,00	44,71	83,81
coût total (M€)	603,52	33,80	257,84	895,17
dépenses éligibles (% du coût total)	46,4	53,4	63,4	51,6
crédit d'impôt (% des dépenses éligibles)	12,5	22,1	27,4	18,2
crédit d'impôt (% du coût total)	5,8	11,8	17,3	9,4

CIC 1 : films agréés en production ayant obtenu un agrément des investissements préalable entre 2004 et 2012 / CIC 2 : films agréés en production ayant obtenu un agrément des investissements préalable entre 2013 et 2015 / CIC 3 : films agréés en production ayant obtenu un agrément des investissements préalable entre 2016 et 2022.

Base : FIF d'animation.

Source : CNC.

1.2. La distribution

Remarque méthodologique

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

60 films d'animation en salles en 2024, un record historique porté par les productions japonaises

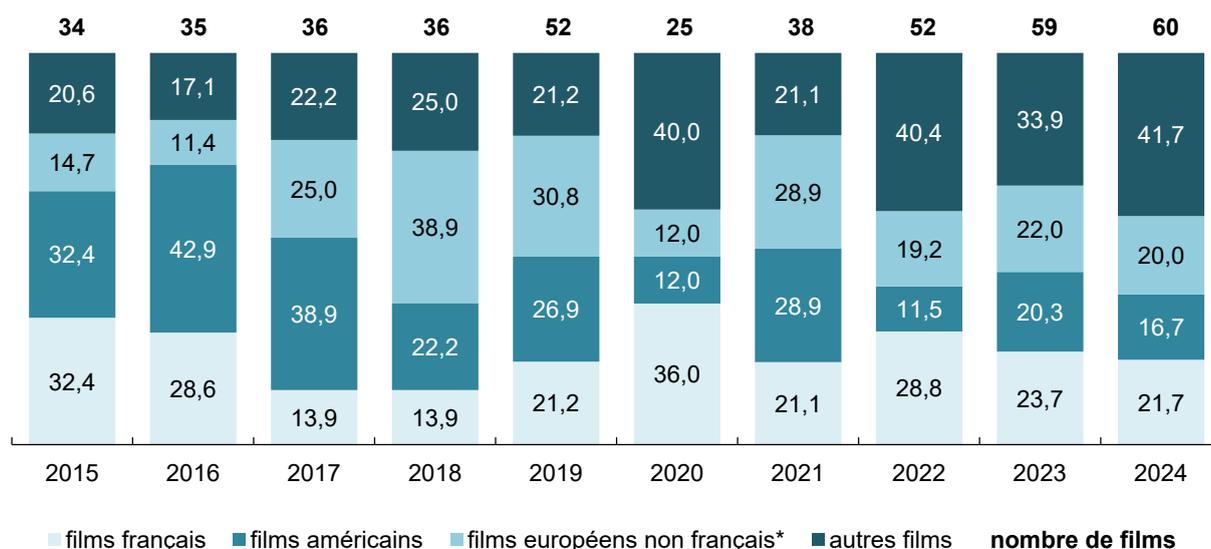
En 2024, 60 films d'animation (1 de plus qu'en 2023) font l'objet d'une première sortie commerciale en France, soit le plus haut niveau depuis 1996 (première année des statistiques sur les films en première exclusivité). 13 de ces 60 films sont français (-1 par rapport à 2023) dont 10 coproductions (4 majoritaires et 6 minoritaires), 10 sont américains (-2), 12 sont européens (-1) et 25 sont non européens et non américains (+5).

Entre 1996 et 2024, le nombre de films d'animation est passé de 10 à 60, soit une multiplication par 6. L'offre de films français est multipliée par 7 (2 films en 1996 et 13 en 2024, 7 films par an en moyenne sur la période), atteignant ainsi son troisième plus haut niveau, derrière 2022 (15) et 2023 (14). Le nombre de films d'animation américains est relativement fluctuant sur la période et se situe entre 3 (en 2020) et 15 (en 2016), avec une moyenne annuelle à neuf films depuis 1996. A 10 films en 2024, l'offre de films américains est dans la moyenne de la décennie (10 films en moyenne par an). Depuis 1999, au moins un film d'animation européen sort sur les écrans chaque année et au moins 4 par an depuis 2008 (hors 2020 – 3 films). Les films d'autres nationalités connaissent une forte progression, passant de quatre films en 1996 à 25 films en 2024, année record (seules quatre années comptent au moins 10 films d'animation non européens et non américains en première exclusivité : 2019 à 11 films, 2020 à 10, 2022 à 21 et 2023 à 20), notamment grâce à l'offre de films japonais qui s'est largement développée ces dernières années (3 en 1996, 13 en 2023 et 18 en 2024). Le développement de productions adaptées de mangas récents à succès (*My Hero Academia*, *Spy X Family*), ainsi que de mangas ou franchises plus anciennes mais toujours populaires (*One Piece*, *Nicky Larson*, *Détective Conan*, *Final Fantasy*) explique ce phénomène.

Entre 2015 et 2024, 427 films d'animation inédits sont sortis sur les écrans français, soit 6,6 % de l'ensemble des films sortis sur la période. Pour la première fois, du fait d'un nombre record de films en 2023 puis 2024, la majorité des films sont non européens et non américains (125 films, soit 14,1 % des films d'autres nationalités tous genres confondus de la période). 104 sont américains (9,9 % des films américains sortis sur la période), 101 sont français (2,9 %) et 97 sont européens (9,2 %). Au total, 30 nationalités sont représentées sur cette période. Hors Etats-Unis et France, le Japon (89 films), l'Allemagne (23 films), l'Espagne et la Grande-Bretagne (12 films chacun) sont les nationalités les plus représentées.

Au sein des films français, les coproductions sont majoritaires (72,3 %). L'animation est un genre pour lequel les producteurs trouvent souvent des partenaires à l'étranger.

Répartition des films d'animation en première exclusivité selon la nationalité (%)



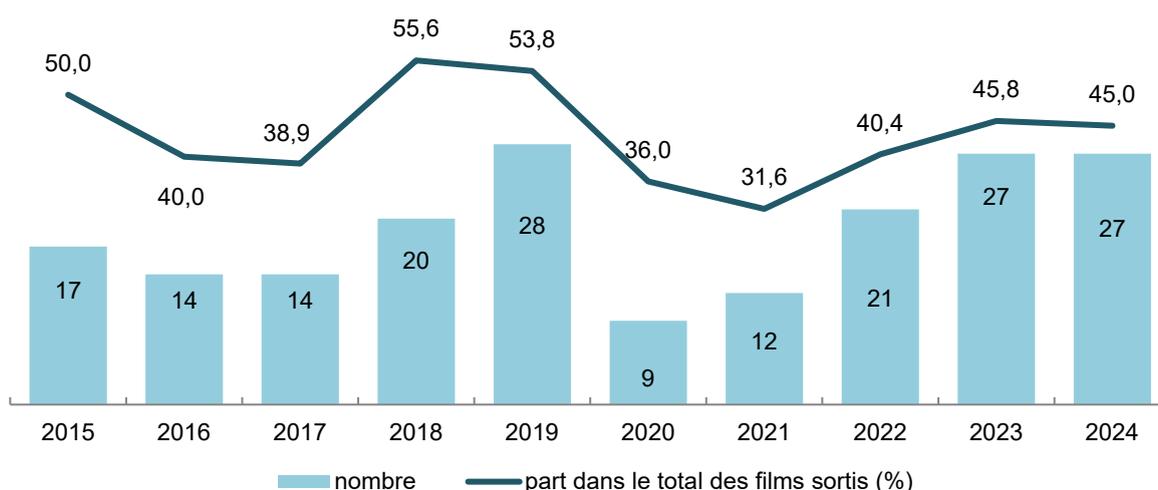
*Europe au sens continental.

Source : CNC.

En 2024, parmi les 60 films d'animation sortis en salles, 27 sont recommandés Art et Essai, au deuxième plus haut niveau depuis 1996 à égalité avec 2023 et derrière 2019 (28 films), soit 45,0 % des films d'animation en première exclusivité (43,7 % en moyenne sur la période 2015-2024). 11 films d'animation ont reçu le label jeune public en 2024, soit 40,7 % des films d'animation recommandés (43,4 % des films recommandés sur la décennie %).

Les films d'animation recommandés représentent 6,4 % de l'offre totale de films Art et Essai en première exclusivité en 2024 (4,9 % sur la période 2015-2024).

Films d'animation recommandés Art et Essai en première exclusivité



Source : CNC.

Avec 86 films, l'animation représente 35,0 % des films disponibles en 3D sur les dix dernières années, dont 65 sont des films américains (35,9 % des films américains disponibles en 3D et 75,6 % des films d'animation disponibles en 3D). En 2024, sept productions font l'objet d'une

sortie en 3D, six américaines et une chinoise (*Le Royaumes des abysses*), un chiffre qui progresse chaque année depuis 2020, mais qui reste malgré tout en-dessous des niveaux d'avant crise (12 en moyenne chaque année entre 2015 et 2019).

Une combinaison de sortie plus importante que la moyenne

Les films d'animation disposent de combinaisons de sortie importantes : 282 établissements en première semaine en moyenne en 2024 (-28 comparé à 2023, à un plus bas niveau depuis 2004 – 225 établissements en première semaine), contre 155 tous films en première exclusivité confondus (-11 sur un an, mais supérieur à la moyenne d'avant crise, 144 établissements en moyenne sur la période 2017-2019). Cet écart est observé quelle que soit la nationalité des films chaque année. En moyenne, un film français d'animation est projeté dans 246 établissements en première semaine (148 établissements tous films français confondus), un film américain dans 583 établissements (301 tous films américains), un film européen non français dans 266 établissements (151 tous films européens) et un film d'autres nationalités dans 189 établissements (74 tous films d'autres nationalités). Le premier film d'animation en termes d'établissements en première semaine est : *Moi, moche et méchant 4* (film américain) avec 890 établissements. Le premier film d'animation français, *Angelo dans la forêt sombre et mystérieuse*, est 12^e avec 411 établissements.

A leur sortie, les films d'animation Art et Essai sont programmés dans un nombre de salles inférieur à celui des films non recommandés. Un film d'animation Art et Essai est distribué dans 225 établissements en première semaine en moyenne en 2024, contre 329 établissements pour un film non recommandé. En 2024, le film d'animation Art et Essai projeté dans le plus grand nombre d'établissements en première semaine est *Niko le petit renne, mission Père-Noël* (production finlandaise) avec 492 établissements.

Depuis 2015, 49,5 % des films d'animation sont distribués dans 250 établissements ou plus lors de leur sortie en salles. A l'inverse, seuls 18,3 % sont projetés dans moins de 80 établissements en première semaine. Sur l'ensemble des films en première exclusivité, tous genres confondus, la part des films sortis dans 250 établissements ou plus en première semaine s'élève à 22,5 % sur la période 2015-2024, contre 51,1 % qui sortent dans moins de 80 établissements.

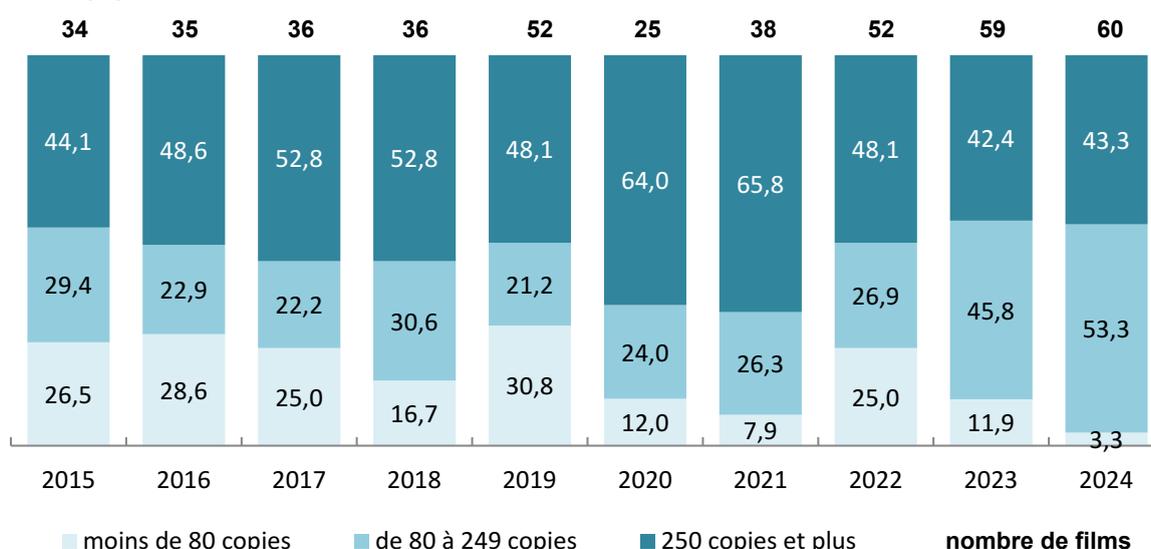
En 2024, 43,3 % des films disposent d'une large combinaison de sortie (250 établissements et plus), au deuxième plus bas niveau de la décennie derrière 2023 (42,4 %), en lien avec la nature de l'offre : moins de films américains, qui sont souvent largement distribués, et plus de films d'autres nationalités, avec des plans de sortie plus restreints. 53,3 % disposent d'une combinaison de sortie comprise entre 80 et 250 établissements, atteignant un plus haut niveau historique. 3,3 % des films disposent de plans de sortie plus restreints (moins de 80 établissements), soit le plus bas niveau historique.

En 2024, sur les 26 films d'animation inédits distribués dans 250 établissements ou plus en première semaine d'exploitation, huit sont américains (notamment *Moi, moche et méchant 4*, *Kung fu panda 4* et *Vice-versa 2*), sept sont des films d'autres nationalités (dont *Les Aventuriers de l'arche de Noé* ou *Le Royaume des abysses*), six sont des productions ou coproductions françaises (dont *Angelo dans la forêt sombre et mystérieuse*, *Petit Panda en*

Afrique ou Le Royaume de Kensuke) et cinq sont des films européens (dont *Croquette, le chat merveilleux* ou *Niko le petit renne, mission Père-Noël*).

Parmi les films à 250 établissements ou plus en première semaine, 12 sont recommandés Art et Essai (dont *Niko le petit renne, mission Père-Noël* avec 492 établissements ou *Léo, la fabuleuse histoire de Léonard de Vinci* avec 463 établissements). Par ailleurs, deux films (3,3 %) disposent d'une combinaison de sortie plus réduite, c'est-à-dire moins de 80 établissements : un film canadien (*Adam change lentement*, à 28 établissements) et un film sud-coréen (*Krishna et le maître de la forêt*, à 67 établissements).

Films d'animation en première exclusivité selon le nombre d'établissements en première semaine (%)



Source : CNC.

The Walt Disney Company, 1^{er} au classement 2024 avec 50,4 % de part de marché

Entre 2015 et 2024, 70 distributeurs participent à la sortie des 427 films d'animation inédits en salles, avec de grosses fluctuations selon les années, de 18 distributeurs pour 36 films en 2017 à 31 distributeurs pour 52 films en 2019.

En général, les majors américaines monopolisent la tête du classement des distributeurs en termes d'encaissements sur les films d'animation, sauf en 2018 ou en 2022, où SND était respectivement troisième et deuxième, grâce à la distribution d'*Astérix et le secret de la potion magique* et de *Destination Pékin* en 2018 et de *Vaillante* et *Samouraï Academy* en 2022. Sur ces dix dernières années, The Walt Disney Company est à la 1^{ère} place du classement. La distribution de *Toy Story 4* (2019), *Vaïana, la légende du bout du monde* (2016), *En avant* (2020), *Encanto, la fantastique famille Madrigal* (2021), *Buzz l'éclair* (2022), ou encore *Vice-versa 2* et *Vaïana 2* (2024) entre autres succès, lui permet de réaliser une part de marché de 31,1 % sur la période 2015-2024. Universal Pictures International, 2^e du classement, capte 26,7 % des encaissements distributeurs sur les films d'animation en première exclusivité entre 2015 et 2024, grâce notamment aux succès de films comme *Moi, moche et méchant 4* (2024),

les Minions (2015), *les Minions 2 : il était une fois Gru* (2022) ou encore *Super Mario Bros. le film* (2023). Twentieth Century Fox, qui a été racheté par The Walt Disney Company en 2019, est le troisième distributeur sur la période, avec 7,3 % des encaissements sur les films d'animation sortis entre 2015 et 2024 (11,2 % entre 2015 et 2019). La société distribue des films ayant rencontré un large succès en salles : le dernier épisode de *l'Age de glace* (2016) ou encore *Baby Boss* (2017). En ajoutant les résultats de la Fox à ceux de The Walt Disney Company, le groupe représente 38,4 % des encaissements des 10 dernières années.

SND, premier distributeur français du classement, occupe la cinquième place avec 4,6 % de part de marché entre 2015 et 2024, grâce notamment à *Astérix et le secret de la potion magique* (2018), *Astérix et le domaine des Dieux* (2014) et *les As de la Jungle 2* (2023).

En 2024, 23 distributeurs participent à la sortie des 60 films d'animation inédits sortis en salles. Les trois premiers distributeurs en termes d'encaissements sont The Walt Disney Company, avec 50,4 % de part de marché grâce aux larges succès de *Vice-versa 2* et *Vaiana 2*, Universal Pictures International avec 27,4 % de part de marché (*Moi, moche et méchant 4*, *Kung fu panda 4*) et KMBO, distributeur français, avec 4,8 % de part de marché (*Croquette, le chat merveilleux* %, *Le Royaume des abysses*). C'est la troisième fois de la décennie qu'un distributeur français arrive dans le top 3 des distributeurs de films d'animation après SND en 2018 et 2022.

Les 10 premiers distributeurs de films d'animation en première exclusivité¹

2015-2024			2024		
Distributeurs	part de marché (%)	films distribués	Distributeurs	part de marché (%)	films distribués
1 The Walt Disney Company	31,1	140	The Walt Disney Company	50,4	2
2 Universal Pictures International	26,7	122	Universal Pictures International	27,4	4
3 Twentieth Century Fox	7,3	28	KMBO	4,8	8
4 Sony Pictures Entertainment	7,0	60	Sony Pictures Entertainment	4,4	8
5 SND	4,6	44	Le Pacte	2,5	4
6 Paramount Pictures	4,5	51	UFO Distribution	1,5	2
7 Warner Bros.	4,1	55	StudioCanal	1,5	1
8 StudioCanal	1,8	79	Paramount Pictures	1,2	1
9 KMBO	2,0	119	Bac Films	1,0	1
10 Wild Bunch	1,8	62	Warner Bros.	0,5	1

¹ En termes d'encaissements distributeurs.

Source : CNC.

557,2 K€ de frais d'édition en moyenne par film d'animation d'initiative française en 2023

Remarques méthodologiques

Les informations sur les frais d'édition des films d'animation s'appuient sur les données du soutien automatique à la distribution, des contributions Canal+ et OCS à la distribution, de la contribution CNC à la distribution et sur une enquête ad hoc, réalisée chaque année auprès des éditeurs de films d'initiative française agréés sortis en salles. Sont exclus de l'analyse les films français non agréés, les films agréés minoritaires français et quelques films pour lesquels les informations n'ont pu être recensées.

Pour effectuer une analyse homogène des frais d'édition, ces derniers sont regroupés au sein de quatre catégories :



Il convient d'être prudent dans l'analyse des évolutions constatées compte tenu du faible nombre de films d'animation concernés chaque année.

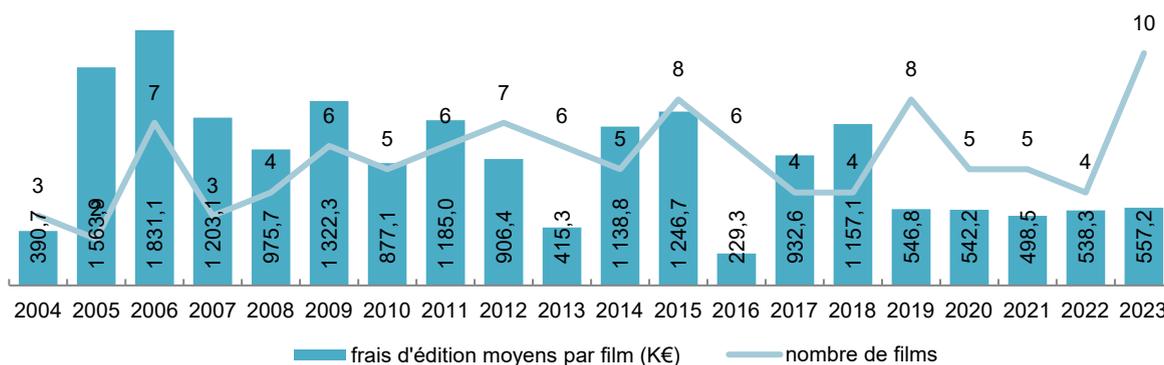
Chaque année, l'animation est un genre peu représenté parmi les sorties de films d'initiative française, entre 1,3 % (2005) et 5,1 % (2020) sur la période 2004-2023. Ils représentent ainsi 4,4 % des sorties en 2023. Le genre fait néanmoins l'objet de larges combinaisons de sortie et d'importants frais d'édition. Le nombre moyen d'établissements en première semaine par film d'animation d'initiative française s'élève ainsi à 326 en 2023, contre 227 pour les fictions et 28 pour les documentaires.

Le nombre de films d'animation d'initiative française sortis en salles en 2023 inclus dans le panel est au plus haut niveau avec 10 titres, contre 6 par an sur la période 2014-2023 et 5 par an sur la période 2004-2023.

Le nombre de films d'animation d'initiative française sortis chaque année ne permet pas de dégager une tendance, les variations tiennent parfois à la présence d'un seul film. Ainsi, la moyenne des frais d'édition de ces films est fluctuante sur la période 2004-2023 (de 229,3 K€ en 2016 à 1 831,1 K€ en 2006, porté par *Arthur et les minimoyes* et *Astérix et les vikings*).

En 2023, les frais moyens d'édition des films d'animation atteignent 557,2 K€, en légère hausse par rapport à l'année précédente (+3,5 % par rapport à 2022), notamment porté par *Miraculous le film* (plus du tiers des frais d'édition totaux de l'animation à lui seul). Il s'agit du montant le plus élevé depuis 2018 (porté par *Astérix et le secret de la potion magique*, avec plus de 2 M€ de frais d'éditions). En comparaison, ces frais s'élèvent à 498,9 K€ en moyenne pour la fiction (+0,6 %) et 98,9 K€ pour le documentaire (-24,2 %, une baisse qui s'explique notamment par la présence de deux films avec des frais d'édition supérieurs à 200 K€ en 2022, *le Chêne* et *Jane par Charlotte*).

Frais moyens d'édition des films d'animation d'initiative française

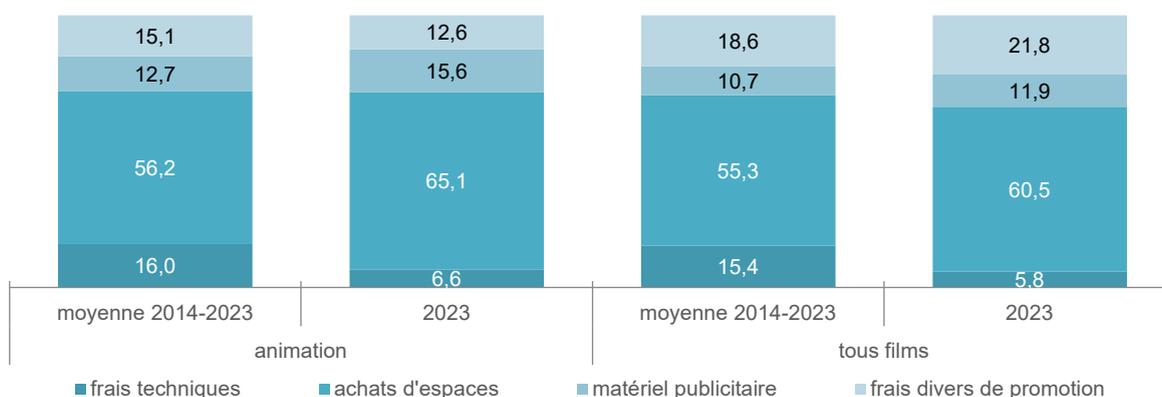


Source : CNC.

La structure des frais d'édition des films d'animation est proche de celle de l'ensemble des films d'initiative française. La majeure partie des dépenses est captée par les achats d'espaces, suivis par les frais divers de promotion, les dépenses en matériels publicitaires et les frais techniques. Toutefois, entre 2014 et 2023, la part des dépenses en matériel publicitaire des films d'animation est légèrement plus élevée, à 12,7 %, contre 10,7 % pour l'ensemble des films, tandis que celle des frais divers de promotion est moins élevée, à 15,1 %, contre 18,6 % pour l'ensemble des films. Les frais techniques représentent 6,6 % de la structure des frais d'édition des films d'animation en 2023, une part légèrement supérieure à l'ensemble des films (5,8 %). Le coût de ces frais techniques pour les films d'animation baisse de 84,4 % sur la décennie (37,0 K€ en moyenne par film en 2023, contre 237,7 K€ en 2014), une baisse encore plus marquée que celle observée sur l'ensemble des films (-79,0 %, passant de 126,2 K€ en moyenne par film en 2014 à 26,6 K€ en 2023), en lien avec la dématérialisation de la distribution et de la fin progressive des contributions numériques ou VPF qui ont pris fin le 31 décembre 2021.

La part des dépenses en achats d'espaces est au plus haut en 2023 sur l'ensemble des films (60,5 %) et encore davantage sur l'animation (65,1 %). Cette part apparaît bien au-dessus de la moyenne 2014-2023 (56,2 %). Hors frais techniques, le coût moyen des frais d'édition par film d'animation s'élève à 520,2 K€ en 2023, contre 901,1 K€ en 2014 (porté par *Astérix et le domaine des dieux*), soit -84,4 % (+0,3 % tous films confondus).

Structure des frais d'édition des films d'initiative française (%)

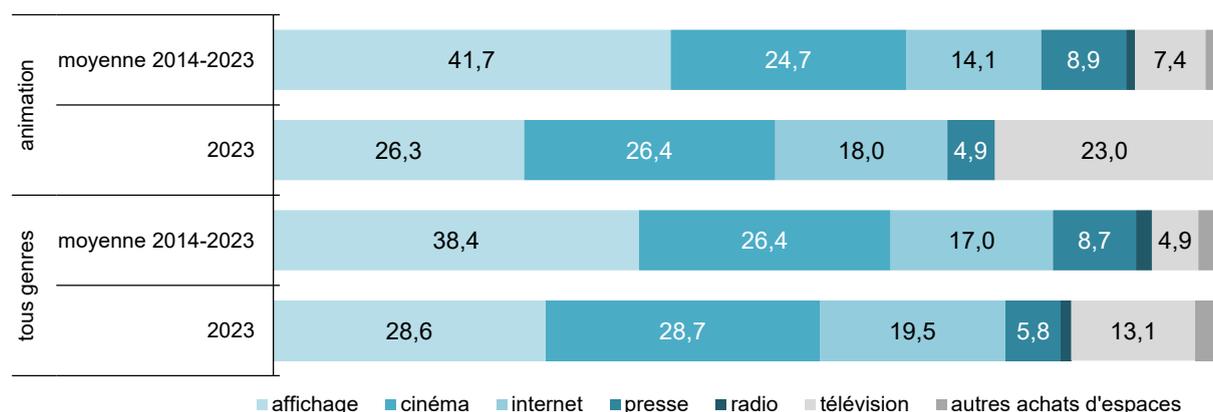


Source : CNC.

L'animation s'adressant généralement à un public plus large et plus occasionnel que les autres films, les éditeurs de films privilégient des supports publicitaires ciblant un large public. Les dépenses en affichage sont, en général, plus importantes pour les films d'animation (41,7 % des achats d'espaces sur la période 2014-2023) que pour l'ensemble des films (38,4 % sur la même période). Pour autant, en 2023, cette tendance s'inverse : 26,3 % pour les films d'animation contre 28,6 % tous genres confondus. A l'instar de l'ensemble des films (28,7 % des achats d'espaces), le cinéma est le premier média de promotion des films d'animation d'initiative française en 2023 (26,4 %) juste devant l'affichage (26,3 %). Le poste cinéma enregistre ainsi une hausse de 5,5 points sur un an pour les films d'animation.

Le 3^e média de promotion des films d'animation est la télévision, média de masse par excellence. L'ouverture expérimentale de la promotion du cinéma à la télévision a débuté en 2020 avant d'être pérennisée par le décret n°2024-313 du 5 avril 2024. Cette ouverture profite à l'ensemble des films, et notamment aux films d'animation : la part des dépenses en achats d'espaces à la télévision pour cette catégorie de films s'établit à 23,0 % en 2023 (15,2 % en 2022 et 1,0 % en 2019), contre 13,1 % pour l'ensemble des films (10,2 % en 2022 et 1,1 % en 2019). La place de la télévision dans les plans média est plus importante pour les films d'animation que pour l'ensemble des films, toujours en raison de la cible potentielle de ces films, qui est souvent un public large, familial et occasionnel du cinéma.

Structure des achats d'espaces publicitaires des films d'initiative française selon le média (%)



Source : CNC.

1.3. Les résultats des films d'animation en salles

Remarque méthodologique

Les résultats des films d'animation dans les salles de cinéma sont issus des déclarations de recettes hebdomadaires transmises par les exploitants au CNC.

Près de 20 % des entrées de films inédits réalisées par des films d'animation en 2024, un record

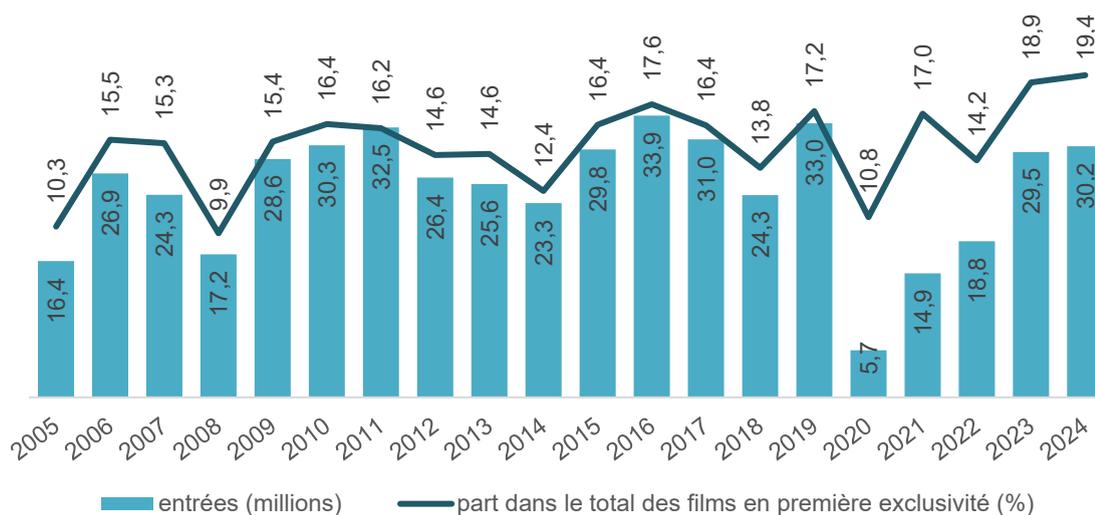
En 2024, les films d'animation en première exclusivité totalisent 30,2 millions d'entrées et 217,7 M€ de recettes. Sur l'ensemble des films en première exclusivité, le genre représente

19,4 % des entrées et 18,3 % des recettes, à un plus haut niveau historique tant en entrées qu'en recettes.

En 2024, le niveau de fréquentation pour les films d'animation augmente légèrement, de 2,3 % sur un an (29,5 millions d'entrées en 2023) tandis qu'au global, sur l'ensemble des films inédits, la fréquentation est totalement stable. A noter que la fréquentation des fictions inédites est, elle, en légère baisse sur un an (-1,4 %), quand celle des documentaires observe une large progression (+70,4 %), pour atteindre 2,6 millions d'entrées, notamment grâce à *Golo & Ritchie* (433 200 entrées).

Les films d'animation, dont une partie sort pendant les fêtes de fin d'année, continuent de cumuler des entrées sur l'année suivante. Sur les deux dernières décennies, entre 400 000 (2021) et 3,9 millions d'entrées (2007, notamment dû à *Arthur et les Minimoys*, sorti au cinéma le 13 décembre 2006) sont ainsi le fait de l'exploitation des films d'animation sortis l'année précédente. En 2024, ce sont 2,3 millions d'entrées générées par les films en continuation, notamment *Migration* sorti le 6 décembre 2023, soit un total pour les films d'animation inédits ou en continuation de 32,4 millions d'entrées.

Entrées des films d'animation inédits (sortis dans l'année)



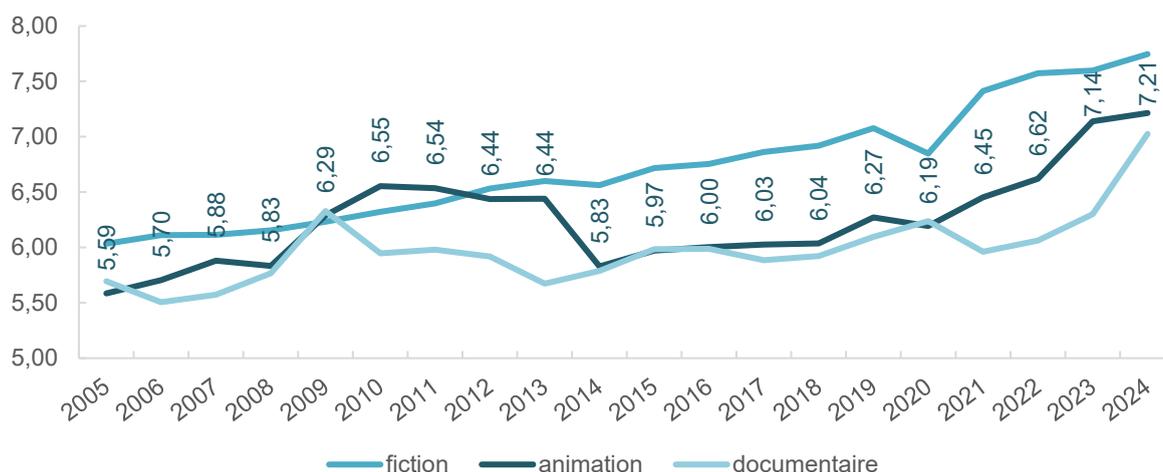
Source : CNC.

La recette moyenne par entrée (RME) des films d'animation en première exclusivité s'élève à 7,21 € en 2024, contre 7,75 € pour les films de fiction, 7,03 € pour les documentaires et 7,63 € tous genres confondus. La RME des films d'animation progresse chaque année depuis 2020 (6,19 €).

Elle augmente également par rapport au début de la décennie de 20,8 % (5,97 € en 2015), une hausse plus importante que celle observée tous films en première exclusivité confondus (+15,9 %). A noter que la baisse de la RME observée en 2014 dans le graphique qui suit résulte de la mise en place, cette année-là, de l'opération « 4 € pour les moins de 14 ans » dont l'objectif était de faire revenir en salles le jeune public. Les films d'animation ont davantage été impactés par cette opération, l'essentiel des films d'animation sortis ciblant les enfants.

Depuis 2012, la RME des films de fiction en première exclusivité est toujours supérieure à celle des films d'animation. Entre 2009 et 2011, la RME des films d'animation était plus élevée. En 2009, une offre de films projetés en 3D fait surface et les premiers films disponibles avec cette technologie sont surtout des films d'animation. La 3D s'est étendue à la fiction à partir de 2011. En 2024, sept films d'animation sortent sur les écrans français avec une version 3D. Ils totalisent 24,0 millions d'entrées dont 2,8 % relèvent des projections en 3D (soit 0,8 million d'entrées, contre 3,7 % et 1,1 million d'entrées en 2023).

Recette moyenne par entrée des films inédits selon le genre



Source : CNC.

Une part de marché supérieure à l'avant crise pour les films d'animation américains

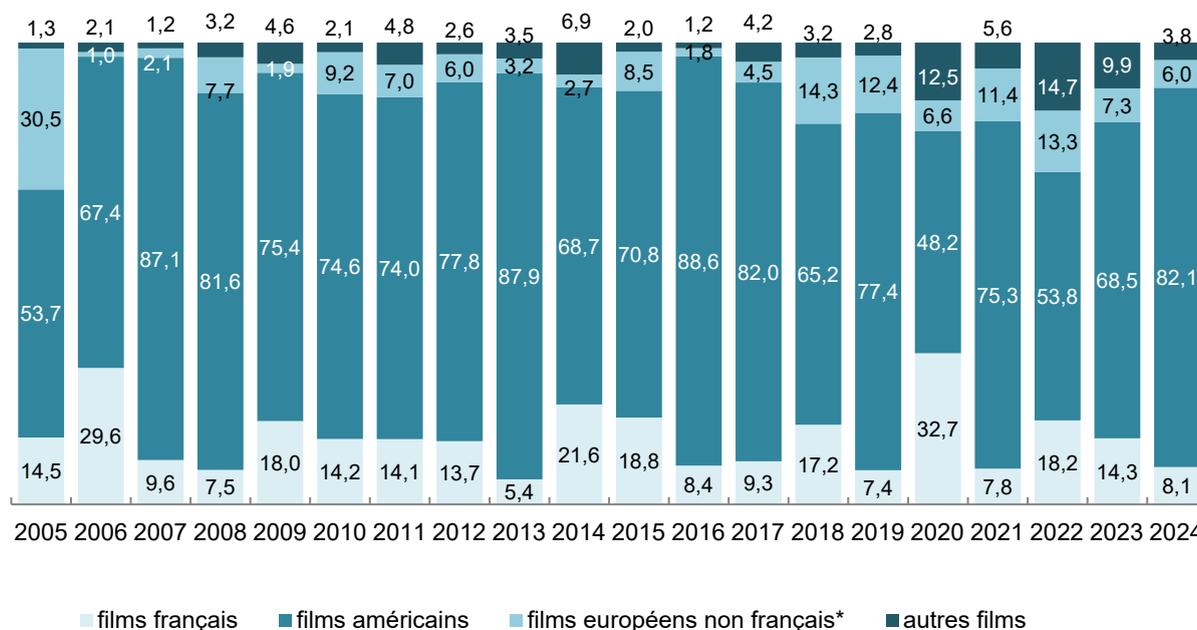
Les résultats en salles des films d'animation sont très fluctuants d'une année à l'autre. Ils dépendent d'une part du nombre de films en première exclusivité mais également du potentiel commercial de cette offre. En effet, si la plupart du temps, les films d'animation sont identifiés comme des films d'envergure dont la sortie en salles est attendue par les petits et les grands, certains films d'animation s'adressent à un public plus restreint (premières séances pour très jeunes enfants, films pour adultes ou jeunes adultes). Il est ainsi difficile de dégager une réelle tendance des résultats enregistrés.

Toutefois, ce segment de marché est largement dominé par l'animation américaine qui cumule 82,1 % des entrées en 2024 (74,9 % sur la période 2005-2024). Deux années montrent une moindre domination des films d'animation américains : 2005 avec une part de marché des films européens non français à son plus haut niveau (30,5 %) grâce notamment à la sortie en salles de deux films britanniques, *Wallace & Gromit - le Mystère du lapin garou* (2^e au classement des films de l'année) et *les Noces funèbres* (5^e), et 2020 avec une part de marché des films français à son plus haut niveau (32,7 %). Les belles performances de 2020 s'expliquent par l'absence de films américains du fait de la crise sanitaire (certains films étant sortis directement sur les plateformes) et notamment de films d'animation américains, qui a laissé la place aux films nationaux au moment de la réouverture des salles le 22 juin, comme *Bigfoot Family* ou encore *Yakari*. Il convient de mentionner également l'année 2006 au cours

de laquelle les films français d'animation ont enregistré une part de marché proche de 30 % grâce à la sortie en salles de *Arthur et les Minimoys*.

En 2024, la part de marché des films français d'animation s'élève à 8,1 %, en diminution par rapport à 2023 (-6,2 points), et en-dessous de la moyenne des 20 dernières années (13,7 %). Les films non européens et non américains enregistrent également une moindre performance en 2024 avec une part de marché à 3,8 % (9,9 % en 2023) mais à un niveau semblable à celui des 20 dernières années (4,1 %), malgré un nombre de films sortis en 2024 (25 films) quasiment trois fois supérieur à la moyenne 2005-2024 (9 films par an). La part de marché des films européens baisse, elle, de 1,3 point sur un an (6,0 % en 2024 et 7,3 % en 2023), légèrement en-dessous de la moyenne des deux dernières décennies (7,2 %). A l'inverse, la part de marché des films américains progresse sur un an : +13,6 points à 82,1 % en 2024, dépassant la moyenne sur 20 ans (74,9 %). Les six premiers films en termes d'entrées en 2024 sont en effet américains et cumulent à eux seuls plus de 80 % des entrées totales des films d'animation. Trois films français et un film européen complètent le top 10 des films d'animation en 2024.

Répartition des entrées en salles des films d'animation inédits selon la nationalité (%)



*Europe au sens continental.

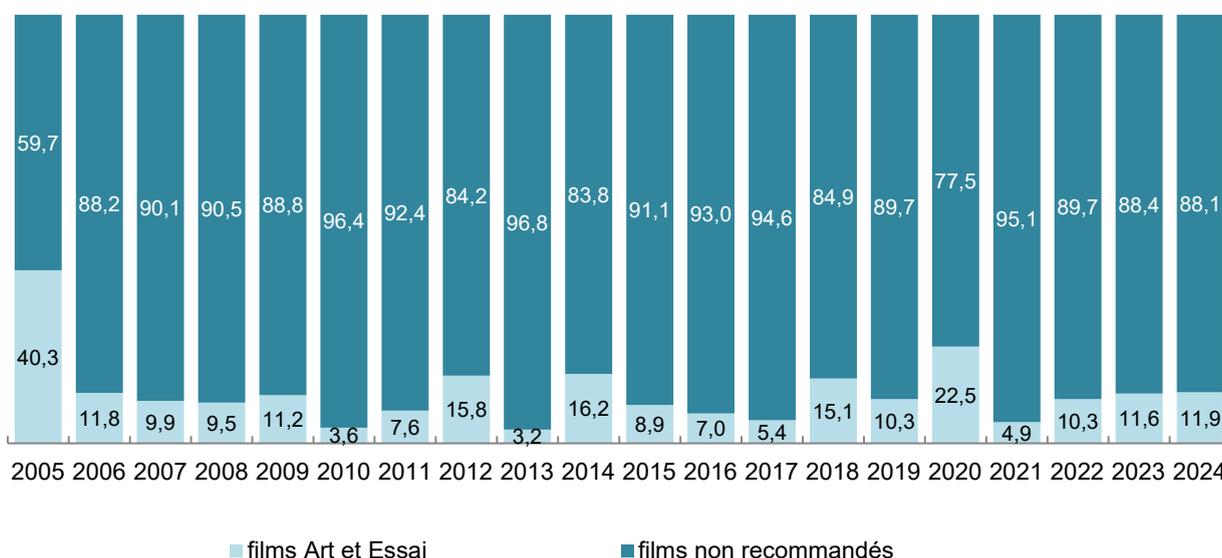
Source : CNC.

En 2024, les entrées des films d'animation Art et Essai augmentent de 4,8 % par rapport à 2023 (3,6 millions en 2024) et de 32,8 % par rapport à la moyenne sur 20 ans (2,7 millions d'entrées par an). La fréquentation des films non recommandés progresse de 2,0 % par rapport à 2023 (26,6 millions en 2024) et de 18,6 % par rapport à la moyenne sur 20 ans (22,4 millions). La fréquentation des films d'animation reste largement portée par les films non recommandés. Toutefois, la part de marché des films Art et Essai s'établit à 11,9 %, soit une légère augmentation par rapport à 2023 (+0,3 point), et un niveau relativement élevé au regard des vingt dernières années (10,8 % sur la période 2005-2024). A noter que les films

recommandés représentent 45,0 % de l'offre de films d'animation en première exclusivité en 2024 et 44,4 % sur la période 2005-2024.

En 2024, le top 20 des films d'animation compte neuf films recommandés : six productions ou coproductions françaises (notamment *Flow, le chat qui n'avait plus peur de l'eau*, 8^e ou *La Plus Précieuse des Marchandises*, 9^e), deux productions européennes (*Léo, la fabuleuse histoire de Léonard de Vinci*, 11^e, film irlandais, et *Niko le petit renne, mission Père-Noël*, 12^e, coproduction Finlande-Irlande) et une production chinoise (*Le Royaume des abysses*, 19^e). A noter que la part élevée d'entrées réalisées par les films Art et Essai en 2005 s'explique notamment par la sortie cette année-là de quatre films d'animation recommandés à succès : *Wallace et Gromit : Le mystère du lapin garou* (2,2 millions d'entrées), *Kirikou et les bêtes sauvages* (1,4 million d'entrées), *Les Noces funèbres* (1,4 million d'entrées) et *Le Château ambulante* (1,3 million d'entrées).

Répartition des entrées selon la recommandation des films d'animation inédits (%)



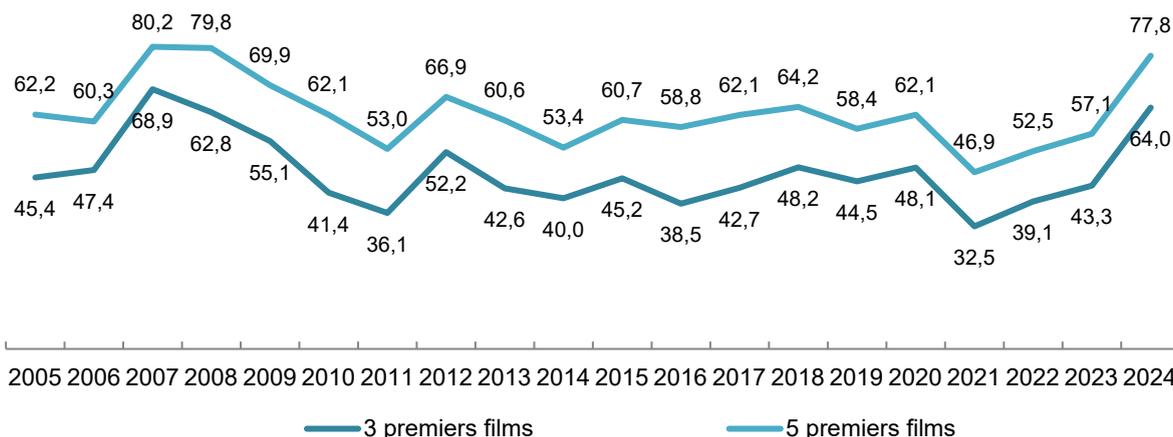
Source : CNC.

Trois films d'animation à plus de 4 millions d'entrées, une première

En 2024, 36 des 60 films d'animation sortis en salles réalisent moins de 100 000 entrées. 9 réalisent 500 000 entrées ou plus dont quatre cumulent plus de 2 millions : *Vice-versa 2* (8,3 millions), *Vaiana 2* (6,7 millions), *Moi, moche et méchant 4* (4,4 millions) et *Kung fu panda 4* (2,4 millions).

En 2024, les trois films d'animation les plus performants totalisent 64,0 % des entrées (43,3 % en 2023), soit un plus haut niveau depuis 2007 (68,9 %). Les cinq premiers en totalisent 77,8 % (57,1 % en 2023), plus haut niveau depuis 2008 (79,8 %). Ce niveau de concentration est élevé alors même que le nombre de films d'animation en première exclusivité est à un record historique (60).

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



Source : CNC.

L'offre de films d'animation plus riche en films porteurs peut expliquer la plus forte concentration observée en 2024 : pour la première fois depuis 1996, trois films sont au-dessus des 4 millions d'entrées, contre un en 2023 et aucun depuis 2019. Parmi ces 3 films, *Vice-versa 2* est le plus grand succès pour un film d'animation sur les 20 dernières années et *Vaiana 2* le 6^e plus grand succès.

Les 10 premiers films d'animation sortis en salles en 2024 (en termes d'entrées)

titre	distributeur	nationalité ¹	sortie	entrées (millions) ²
1 <i>Vice-versa 2</i>	The Walt Disney Company	US	19/06/24	8,29
2 <i>Vaiana 2</i>	The Walt Disney Company	US	27/11/24	6,68
3 <i>Moi, moche et méchant 4</i>	Universal Pictures International	US	10/07/24	4,38
4 <i>Kung fu panda 4</i>	Universal Pictures International	US	27/03/24	2,36
5 <i>Le Robot sauvage</i>	Universal Pictures International	US	09/10/24	1,80
6 <i>Garfield - héros malgré lui</i>	Sony Pictures Entertainment	US	31/07/24	0,84
7 <i>Croquette, le chat merveilleux</i>	KMBO	GB	16/10/24	0,62
8 <i>Flow, le chat qui n'avait plus peur de l'eau</i>	UFO Distribution	FR	30/10/24	0,52
9 <i>La Plus Précieuse des Marchandises</i>	StudioCanal	FR	20/11/24	0,52
10 <i>Le Royaume de Kensuke</i>	Le Pacte	FR	07/02/24	0,43

¹ FR : France / GB : Grande-Bretagne / US : Etats-Unis.² Entrées arrêtées au 31 décembre 2024. / Source : CNC.

1.4. Le public des films d'animation en salles

Remarques méthodologiques

L'institut Vertigo réalise l'enquête CinExpert, un dispositif qui s'appuie sur une étude hebdomadaire réalisée en ligne auprès de 2 000 spectateurs 7 derniers jours âgés de 3 ans et plus, tout au long de l'année. Cet outil permet de mesurer la composition du public d'environ 300 films par an (films dont la combinaison de sortie excède ou égale 50 établissements en première semaine d'exploitation).

Définitions

Les spectateurs **assidus** vont au moins une fois par semaine au cinéma, les spectateurs **réguliers** y vont au moins une fois par mois (et moins d'une fois par semaine) et les **occasionnels** au moins une

fois par an (et moins d'une fois par mois). Les **habitués** du cinéma regroupent les assidus et les réguliers.

Près de 40 % des entrées en salles des films d'animation sont réalisées par les enfants de 3 à 14 ans

Parmi les différents genres de films, l'animation présente un public très spécifique. Les films d'animation attirent un public plus jeune, plus inactif (en lien avec la large présence d'enfants au sein des spectateurs, et donc d'élèves et étudiants) et plus occasionnel. La présence importante d'enfants est également la raison pour laquelle la part des occasionnels est plus élevée au sein du public des films d'animation (64,4 % d'occasionnels chez les 3-14 ans en 2024).

La part des 3-14 ans est cependant en légère baisse comparé à 2022 : ils représentent 39,6 % du public des films d'animation en 2024, contre 42,2 % en 2022 (-2,6 points). En 2024, ce recul s'accompagne d'une hausse de la part des 15-24 ans, qui composent 19,6 % du public, contre 15,9 % l'année précédente (+3,7 points) et 16,8 % en 2022 (+2,8 points). Cette progression est notamment portée par *Vice-versa 2* (8,29 millions d'entrées), dont 25,0 % des entrées relèvent des spectateurs de 15-24 ans. Elle s'inscrit également dans une tendance à la hausse de la part des entrées des films d'animation réalisée par les 15-24 ans depuis 2016 (12,2 %, +7,4 points). A l'inverse, la part des seniors atteint son niveau le plus bas depuis 2016, à 8,7 % (-0,9 point par rapport à 2023). Huit films attirent en 2024 plus de 15 % de seniors (13 en 2023) ; parmi eux, *La Plus Précieuse des Marchandises* (0,52 million d'entrées) se démarque avec un public constitué à 59,9 % de 50 ans et plus. De manière générale, les films d'animation Art et Essai attirent davantage de seniors. En 2024, ils représentent, en moyenne, 14,9 % des entrées de ces films, contre 7,7 % pour les films d'animation non recommandés.

En 2022 et 2023, la part des hommes dans les entrées des films d'animation était majoritaire, portée par la sortie d'animations japonaises de films adaptés de jeux vidéo comme *Super Mario Bros. le film* (7,36 millions d'entrées dont 53,4 % réalisées par des hommes). En 2024, le public est à nouveau plus féminin, les spectatrices réalisant 54,6 % des entrées des films d'animation, contre 49,2 % de celles de l'ensemble des films. Les deux premiers films d'animation en termes d'entrées attirent plus de 60 % de femmes : *Vice-versa 2* (8,29 millions d'entrées dont 60,7 % réalisées par des femmes) et *Vaiana 2* (6,68 millions d'entrées dont 60,6 % réalisées par des femmes). Le public est, à l'inverse, davantage masculin pour *Moi, moche et méchant 4* (4,38 millions d'entrées dont 53,0 % réalisées par des hommes) et *Kung fu panda 4* (2,36 millions d'entrées dont 54,8 % réalisées par des hommes). Les hommes réalisent 53,5 % des entrées des films Art et Essai (45,1 % pour les autres films).

Public des films d'animation sortis en salles (%)

	2020	2021	2022	2023	2024	tous films 2024
nombre de films	20	33	31	38	45	389
genre						
femmes	50,6	52,3	46,1	48,5	54,6	49,2
hommes	49,4	47,7	53,9	51,5	45,4	50,8
âge						
enfants (3-14 ans)	43,2	43,7	42,2	41,0	39,6	18,9
jeunes (15-24 ans)	15,2	13,0	16,8	15,9	19,6	19,2
adultes (25-49 ans)	32,1	32,8	31,5	33,5	32,1	33,4
seniors (50 ans et plus)	9,5	10,5	9,5	9,6	8,7	28,6
activité professionnelle¹						
CSP+	17,7	18,9	18,3	19,2	19,2	26,5
CSP-	21,8	21,1	23,2	22,2	23,0	26,6
inactifs	60,4	60,0	58,5	58,6	57,8	46,9
habitat						
région parisienne	19,0	21,5	22,1	20,5	17,9	21,1
autres régions	81,0	78,5	77,9	79,5	82,1	78,9
habitudes de fréquentation cinéma						
assidus	19,2	14,7	15,1	14,9	12,8	20,3
réguliers	49,5	47,2	49,9	47,8	44,2	47,2
occasionnels	31,3	38,1	35,0	37,4	43,0	32,4

¹ CSP + : artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres et professions intellectuelles supérieures, professions intermédiaires / CSP - : agriculteurs exploitants, ouvriers et employés / inactifs : retraités, élèves et étudiants, personnes sans emploi.

Base : films d'animation sortis en salles dans 50 établissements ou plus en première semaine.

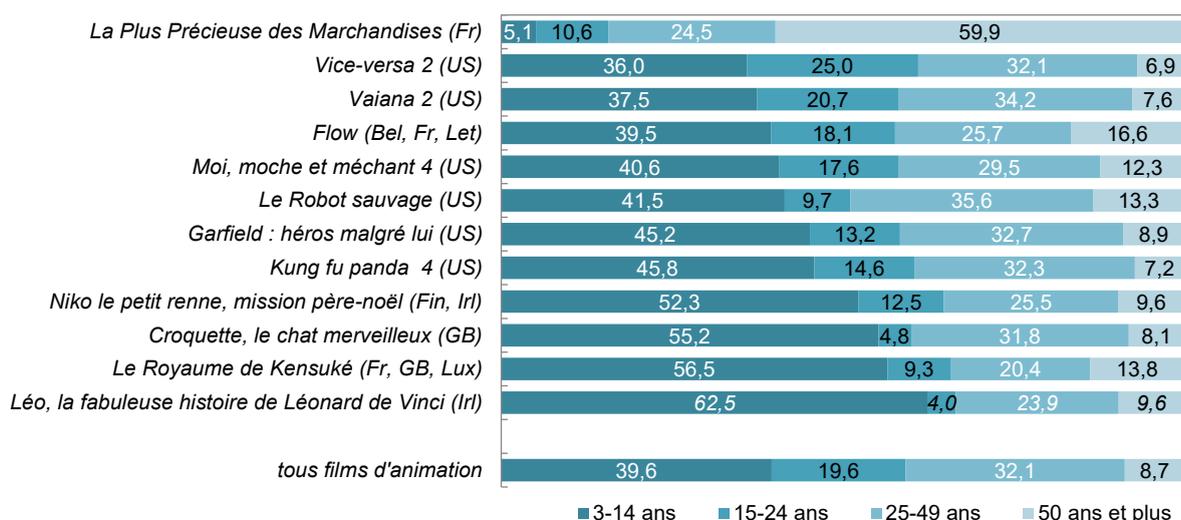
Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus.

Les 3-14 ans surreprésentés dans les entrées des films d'animation

Les analyses qui suivent mettent en évidence les spécificités en termes d'âge du public de 12 films d'animation sortis en salles en 2024, pour lesquels le nombre d'interviews (au moins 150) est suffisant pour une analyse individuelle. Ces films réalisent les douze meilleurs résultats de l'animation en salles en 2024.

Pour huit films, les enfants de 3 à 14 ans sont surreprésentés par rapport à la moyenne des films d'animation étudiés en 2024 (39,6 %). C'est au sein du public du film irlandais *Léo, la fabuleuse histoire de Léonard de Vinci* que la part des 3-14 ans est la plus élevée (0,32 million d'entrées dont 62,5 % réalisées par des 3-14 ans), suivi du film franco-britannico-luxembourgeois *Le Royaume de Kensuké* (0,43 million d'entrées dont 56,5 % réalisées par des 3-14 ans) et du film britannique *Croquette, le chat merveilleux* (0,62 million d'entrées dont 55,2 % réalisées par des 3-14 ans). Les 3-14 ans sont légèrement sous-représentés parmi les spectateurs des deux premiers films en termes d'entrées, les films américains *Vice-versa 2* (36,0 %) et *Vaiana 2* (37,5 %), qui se distinguent par une part plus importante de 15-24 ans dans leur public (respectivement 25,0 % et 20,7 % des entrées). La part des 50 ans et plus dépasse les 10 % pour cinq films : le film français *La Plus Précieuse des Marchandises* (59,9 %), le film belgo-franco-letton *Flow* (0,52 million d'entrées, dont 16,6 % réalisées par des 50 ans et plus), les films américains *Moi, moche et méchant 4* (12,3 %) et *Le Robot sauvage* (1,80 million d'entrées dont 13,3 %), et *Le Royaume de Kensuké* (0,43 million dont 13,8 %).

Structure du public de 10 des premiers films d'animation en 2024 (%)



Bel : Belgique / Fin : Finlande / Fr : France / GB : Grande-Bretagne / Irl : Irlande / Let : Lettonie / Lux : Luxembourg / US : Etats-Unis.

Source : CNC – Vertigo, enquête CinExpert, spectateurs 7 derniers jours, 3 ans et plus. Films d'animation pour lesquels au moins 200 interviews ont été réalisées.

1.5. Les films d'animation à la télévision

Remarques méthodologiques

Les résultats présentés dans cette étude sont issus, jusqu'en 2023, d'une base de données commune à l'Arcom et au CNC qui recense toutes les diffusions de films de long métrage sur les chaînes des groupes publics (France Télévisions, Arte et LCP-AN), sur celles des groupes privés gratuits (groupes TF1, M6, NRJ, CMA CGM et La Chaîne L'Equipe) et sur celles du groupe Canal+. La partie consacrée à Canal+ concerne uniquement les diffusions de films sur la chaîne historique (hors déclinaisons comme Canal+ Grand Écran, Canal+ Box Office, Canal+ Cinéma(s), Canal+ Sport 360, Canal+ Foot, Canal+ Sport, Canal+ Kids, Canal+ Séries et Canal+ Docs).

Depuis 2024, ces données sont issues des relevés d'audience de Médiamétrie pour la majorité des chaînes, excepté pour France 4, LCP-AN et La Chaîne L'Equipe qui ne sont pas suivies par Médiamétrie et dont les données viennent directement des chaînes concernées, sans information sur les audiences. A noter que la diffusion de la chaîne France Ô a pris fin le 23 août 2020.

De façon à avoir des données historiques, les tableaux et graphiques qui suivent, attribuent les différentes chaînes et leurs diffusions à leur groupe audiovisuel actuel, de façon rétroactive. Les films diffusés sur une chaîne ayant fait l'objet d'un rachat seront ainsi comptabilisés dans le nouveau groupe d'appartenance, même les années antérieures à l'acquisition.

Les films de long métrage pris en compte pour cette étude sont ceux qui relèvent de la définition de l'œuvre cinématographique au sens de l'article 2 du décret n°90-66 du 17 janvier 1990 modifié.

La nationalité d'un film est déterminée par le visa délivré par le CNC quand il existe, sans préjudice de la qualification définitive d'œuvre d'expression originale française et/ou d'œuvre européenne attribuée par l'Arcom dans les conditions fixées par l'article 6-1 du décret du 17 janvier 1990 précité.

A compter du 7 août 2020, un assouplissement de la diffusion des œuvres cinématographiques à la télévision a été publié par décret, autorisant la diffusion de davantage de films, supprimant les jours

interdits (mercredi et vendredi soir, samedi toute la journée et dimanche avant 20h30) et encadrant la diffusion des films le samedi soir après 20h30.

Maintien de l'offre de films d'animation sur les chaînes nationales

138 films d'animation différents sont diffusés à la télévision (chaînes nationales gratuites et Canal+) en 2024, soit un titre de plus qu'en 2023 (+0,7 %). Avant crise, sur la période 2015-2019, 157 films d'animation étaient diffusés en moyenne par an. Au global, tous genres confondus, 2 050 films différents sont diffusés à la télévision en 2024, en légère baisse sur un an (-0,7 %, 2 065 films en 2023), quand 2 433 films par an en moyenne étaient diffusés entre 2015 et 2019.

Le groupe M6 est celui qui propose l'offre la plus dense avec 80 films diffusés sur ses antennes en 2024 (88 en 2023), contre 73 en moyenne par an sur la période 2015-2019. C'est la chaîne Gulli qui est la plus active et, à elle seule, diffuse 67 films en 2024, un niveau largement supérieur à celui observé avant la crise sanitaire (35 films par an entre 2015 et 2019) et à un plus haut niveau historique, en lien avec la hausse du nombre de films diffusés le vendredi soir et la création d'une nouvelle case cinéma le mardi soir. Le reste des chaînes du groupe baisse son offre de films d'animations : 7 en 2024 sur M6 (15 en 2023), un plus bas niveau depuis l'arrivée des nouvelles chaînes TNT fin 2012 ; 12 sur W9 (17 en 2023), dans la moyenne d'avant crise (12 sur 2015-2019) ; 10 sur 6ter, atteignant son plus bas niveau depuis 2013 (10 également). 16 films sont diffusés par deux, voire trois chaînes du groupe (*Astérix le Gaulois*, diffusé 2 fois sur W9, deux fois sur Gulli et une fois sur 6ter), notamment neuf films de la franchise *Astérix*.

L'offre d'animation baisse légèrement sur le groupe Canal+, à 24 films en 2024, à un niveau inférieur à celui du début de la décennie (30 films par an en moyenne sur la période 2015-2019). Le groupe reste toutefois le deuxième diffuseur en volume (ex-aequo avec le groupe TF1), place qu'il occupe depuis 2019. Canal+ est la chaîne qui porte l'offre du groupe : 23 films diffusés en 2024 contre un sur CStar (*Ferdinand*). Aucun n'est diffusé à la fois sur la chaîne mère et une autre chaîne.

24 films sont proposés sur les chaînes du groupe TF1, un niveau dans la moyenne de celui observé avant la crise sanitaire (24 films en moyenne chaque année entre 2015 et 2019), en hausse par rapport à 2023 (18 films). L'offre du groupe est portée, en 2024, par les 19 films diffusés sur la chaîne TF1 (9 en 2023), un plus haut niveau historique. TFX et TF1 Séries Films diffusent chacune 8 films (respectivement 4 et 7 en 2023), dans la moyenne d'avant crise pour TFX (8 par an entre 2015 et 2019) et un plus haut niveau pour TF1 Séries Films ; et TMC en diffuse 2, en-dessous de la moyenne d'avant crise (6 par an entre 2015 et 2019). En 2024, le groupe TF1 semble davantage adopter une stratégie de multidiffusion des films d'animation entre ses chaînes : 13 films sont diffusés sur deux ou trois chaînes du groupe, quand seulement trois l'étaient en 2023.

L'offre de films d'animation reste à un faible niveau sur France Télévisions en 2024. Le groupe programme sept films d'animation sur ses antennes, contre cinq en 2023 mais 32 en moyenne

par an sur la période 2015-2019. Cette baisse résulte en partie de l'arrêt de la diffusion de films d'animation sur France 3 depuis 2020, quand la chaîne en programmait 8 en moyenne par an entre 2015 et 2019. En 2024, France 2 diffuse deux films d'animation (*La Famille Addams* et *Le Pôle Express*) et France 4 cinq (dont *La Tortue Rouge* et *Les Hirondelles de Kaboul*). Les deux chaînes réduisent leur offre par rapport au début de la décennie, respectivement 7 et 18 par an en moyenne sur la période 2015-2019. Aucun film n'est diffusé sur deux chaînes du groupe en 2024.

Nombre de films d'animation diffusés à la télévision

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
France Télévisions²	28	31	27	42	30	21	21	11	5	7
France 2	5	5	4	7	12	2	8	2	2	2
France 3	10	8	10	11	3	-	-	-	-	-
France 4	13	17	15	27	19	20	16	10	3	5
France 5	-	2	1	2	-	-	-	-	-	-
France Ô ¹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe TF1²	24	26	25	22	25	23	13	14	18	24
TF1	12	7	12	11	11	13	6	9	9	19
TMC	8	9	4	2	5	6	1	-	1	2
TFX	5	14	7	9	7	4	6	8	4	8
TF1 Séries Films	1	-	5	4	2	1	3	3	7	8
Groupe M6²	66	66	67	79	88	101	103	84	88	80
M6	17	17	20	21	21	19	21	17	15	7
W9	11	12	9	10	18	13	11	15	17	12
6ter	14	18	16	21	22	18	22	13	18	10
Gulli	32	32	33	35	44	68	67	63	55	67
Groupe Canal+²	25	27	30	30	40	57	39	19	29	24
Canal+	25	26	29	26	40	56	35	18	27	23
C8	-	1	1	4	-	1	4	1	2	-
CStar	-	-	-	-	-	-	1	-	1	1
NRJ Group²	4	6	5	2	1	-	-	-	-	-
NRJ12	3	3	5	2	1	-	-	-	-	-
Chérie 25	1	3	-	-	-	-	-	-	-	-
Groupe CMA CGM²	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Découverte	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
RMC Story	2	2	-	-	-	-	-	-	-	-
autres chaînes										
Arte	1	3	3	4	3	2	4	4	3	4
LCP-AN	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
La Chaîne L'Equipe	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-
total³	141	149	151	164	179	180	174	131	137	138

¹ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

² Total hors double compte.

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

Source : CNC-Arcom-Médiamétrie.

Au total, 19 films d'animation sont programmés pour la première fois en 2024 sur les chaînes en clair, soit 13,8 % des films d'animation diffusés sur les chaînes nationales gratuites (9,5 % en 2023, 18,4 % en moyenne entre 2015 et 2019).

Canal+ programme, par ailleurs, 13 films d'animation pour la première fois sur son antenne en 2024 (18 en 2023, 19 en moyenne chaque année entre 2015 et 2019), soit 56,5 % de son offre (66,7 % en 2023, 67,7 % sur la période 2015-2019). Les autres films rediffusés sur la chaîne sont des films récents qu'elle avait diffusés pour la première fois l'année précédente.

Les 138 films d'animation programmés donnent lieu à 428 diffusions (+2,9 % par rapport à 2023), à un troisième plus haut niveau historique derrière 2021 (481 diffusions) et 2020 (466 diffusions). La fréquence de rediffusion progresse ainsi en 2024. Un film d'animation est diffusé en moyenne 3,1 fois (3,0 fois en 2023), au plus haut niveau historique. Canal+, Gulli et 6ter sont les chaînes qui ont le plus recours à cette pratique. Chaque film d'animation est ainsi programmé, en moyenne, 6,7 fois sur Canal+, plus haut niveau historique et largement supérieur à la moyenne 2015-2019 (entre 2,5 et 4,2 fois par an). Sur Gulli, un film est programmé 2,2 fois (2,7 fois en moyenne entre 2015 et 2019), comme sur 6ter (1,7 fois en moyenne entre 2015 et 2019).

Nombre de diffusions de films d'animation à la télévision

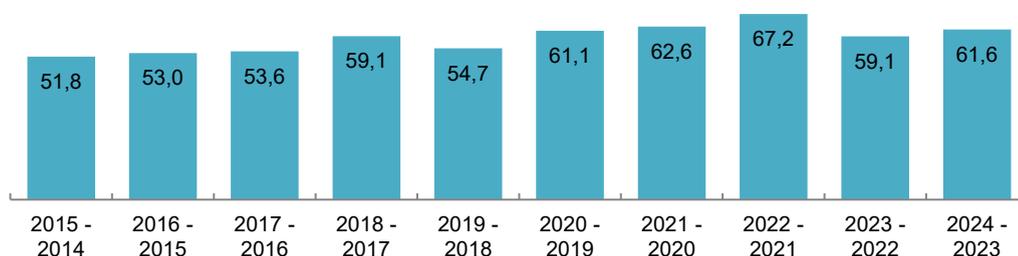
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
France Télévisions ¹	35	42	40	68	49	40	32	14	5	9
Groupe TF1	31	43	39	35	32	32	26	30	28	61
Groupe M6	147	155	164	167	211	247	299	196	216	195
Groupe Canal+	87	114	100	75	100	143	114	99	164	156
NRJ Group	4	7	9	3	2	-	-	-	-	-
Groupe CMA CGM	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-
Arte	2	8	6	8	5	4	4	5	3	7
LCP-AN	-	-	4	-	-	-	-	-	-	-
La Chaîne L'Equipe	-	-	-	-	-	-	6	4	-	-
Total	309	372	362	356	399	466	481	348	416	428

¹ Arrêt de la diffusion de France Ô le 23 août 2020.

Source : CNC-Arcom-Médiamétrie.

Les chaînes de télévision rediffusent régulièrement les mêmes films d'une année sur l'autre. En 2024, 61,6 % des films d'animation programmés à la télévision avaient déjà été diffusés en 2023, une pratique en hausse sur un an (59,1 % en 2023) et encore davantage par rapport à 2015 (51,8 %). Cette pratique s'est très largement démocratisée avec l'arrivée des nouvelles chaînes de la TNT. Gulli est la chaîne qui y a le plus recours : 40 films diffusés en 2023 sont ainsi rediffusés sur la chaîne en 2024 (59,7 % de l'offre). Elle est suivie par W9 (8 films, soit 66,7 % de l'offre).

Part des films d'animation diffusés deux années de suite quelle que soit la chaîne (%)



Source : CNC-Arcom-Médiamétrie.

L'ensemble des films présents dans le top 10 des films d'animation les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites depuis 1957 sont français. *Astérix et les Indiens* (1994, de nationalité allemande) est le premier film européen, à la 11^e place du classement avec

51 diffusions. Le premier film américain est *Shrek* (2001), qui se hisse à la 28^e place avec 26 diffusions. Enfin, le film israélien, *Valse avec Bachir* (2007), est le premier film non européen et non américain à apparaître au classement avec 14 diffusions (65^e).

Films d'animation les plus diffusés sur les chaînes nationales gratuites¹ depuis 1957

titre	production	nationalité ²	dernière diffusion TV	nombre de diffusions	dont en première partie de soirée	nb. moyen de diffusions par an
<i>Les Douze Travaux d'Astérix</i>	1975	FR	2024	63	48	1,7
<i>Astérix et Cléopâtre</i>	1968	FR	2024	62	47	1,5
<i>Kirikou et les bêtes sauvages</i>	2004	FR	2021	61	23	4,4
<i>Astérix le Gaulois</i>	1967	FR	2024	60	43	1,4
<i>Astérix et la surprise de César</i>	1985	FR	2024	59	54	2,3
<i>Astérix chez les Bretons</i>	1985	FR	2024	58	52	2,2
<i>Tintin et le lac aux requins</i>	1972	BE / FR	2024	57	24	2,0
<i>Tintin et le temple du soleil</i>	1969	BE / FR	2024	56	20	2,0
<i>Astérix et le coup du menhir</i>	1988	FR	2024	54	48	2,1
<i>Kirikou et la sorcière</i>	1995	FR	2021	53	27	2,7

Note : Le classement a été établi en comptant le nombre de diffusions, multidiffusions comprises, sur l'ensemble des chaînes nationales gratuites.

¹ Toutes chaînes nationales gratuites confondues. / ² BE : Belgique / FR : France. / Source : CNC-Arcom-Médiémétrie.

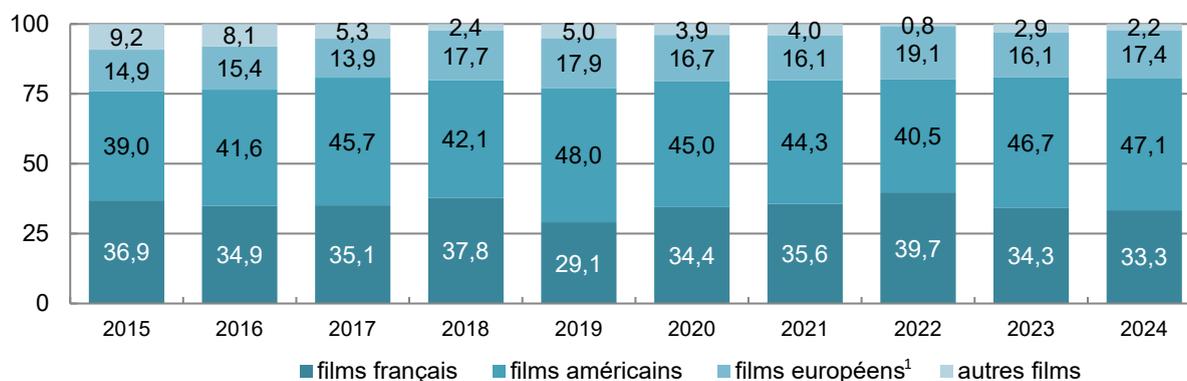
Une majorité de films d'animation américains à la télévision

En 2024, l'offre de films d'animation français est relativement stable (-1 titre à 46 films) et celle de films non européens et non américains également, restant très marginale (-1 titre à 3 films). A l'inverse, les offres de films européens et américains progressent légèrement (respectivement +2 titres à 24 films et +2 titres à 66 films).

Les films d'animation français représentent 33,3 % de l'offre (34,3 % en 2023 et 35,1 % en moyenne sur la décennie), les films américains 47,8 % (respectivement 46,7 % et 44,1 %), les films européens non français 17,4 % (respectivement 16,1 % et 16,5 %) et les films d'autres nationalités 2,2 % (respectivement 2,9 % et 4,3 %).

Les films français et américains sont un peu plus multidiffusés : 3,3 diffusions en moyenne par film français en 2024 (3,1 en 2023), 3,3 pour les films américains (2,9 en 2023) et 2,3 pour les films européens non français (2,4 en 2023). A noter qu'en 2024, les trois films d'autres nationalités sont des films asiatiques : deux sont diffusés sur Canal+ (*Suzume* et *Dragon Ball Super : Super Hero*, tous deux japonais) et un est diffusé sur France 4 (*Nous, les chiens*, film sud-coréen).

Films d'animation diffusés à la télévision selon la nationalité (hors double compte)



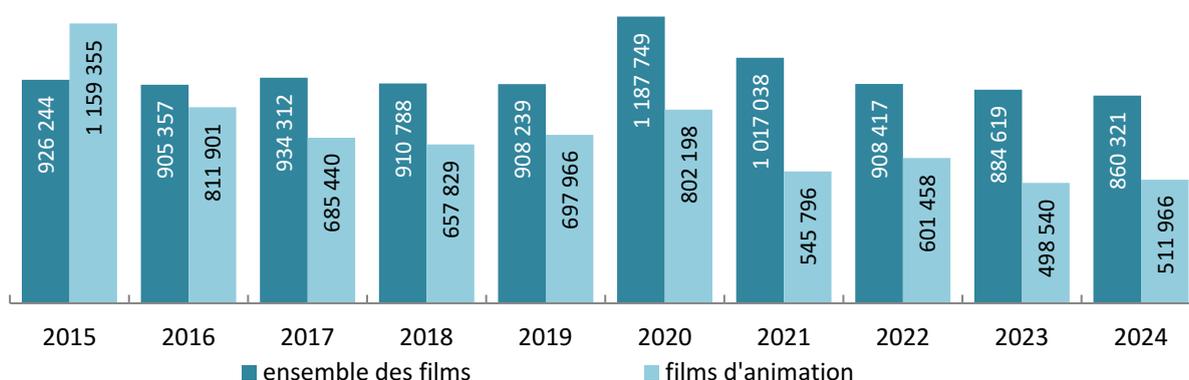
Note : Les films diffusés sur des chaînes différentes la même année sont comptabilisés une seule fois. Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une même année, il est comptabilisé une seule fois.

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

Une audience moyenne des films d'animation dans une tendance à la baisse, plus marquée que pour l'ensemble des films

En 2024, les films d'animation diffusés en première partie de soirée réalisent une audience moyenne de 512 000 téléspectateurs, en légère hausse sur un an (+2,7 %). Tous films confondus, en moyenne, 860 300 téléspectateurs regardent un film diffusé en première partie de soirée en 2024 (-2,7 % sur un an). Le nombre moyen de téléspectateurs en première partie de soirée cinéma suit une tendance baissière sur 10 ans, mais d'une plus grande ampleur pour les films d'animation : au global, l'audience moyenne baisse de 8,9 % en 2024 comparée à la moyenne décennale, contre -26,6 % pour les films d'animation.

Nombre moyen de téléspectateurs pour les films diffusés en première partie de soirée sur les chaînes nationales gratuites



Note : Si un film est diffusé sur la même chaîne plusieurs fois au cours d'une période de 3 mois, seule la première diffusion est comptabilisée pour le calcul de la moyenne.

Source : CNC – Arcom - Médiamétrie

En 2024, les 10 meilleures audiences des films d'animation à la télévision sont composées de huit films américains et deux films français (tous deux de la franchise *Astérix*). Six d'entre elles sont réalisées sur TF1 et quatre sur M6 ; sept sont réalisées en première partie de soirée et trois en journée. La meilleure audience est effectuée par *Tous en scène 2*, diffusé pour la première fois sur une chaîne en clair en première partie de soirée le 25 février 2024 sur TF1, avec 2,8 millions de téléspectateurs. Le premier film d'animation français arrive 5^e, il s'agit d'*Astérix et le secret de la potion magique*, diffusé pour la deuxième fois en clair en première partie de soirée le 19 avril 2024 sur M6, avec 2,0 millions de téléspectateurs.

Top 10 des meilleures audiences pour un film d'animation à la télévision en 2024

titre	nationalité ¹	date de diffusion	horaire ²	rang de diffusion	chaîne	téléspectateurs (millions)
1 <i>Tous en scène 2</i>	US	25/02/24	prime time	1	TF1	2,76
2 <i>Coco</i>	US	19/01/24	prime time	2	M6	2,47
3 <i>Les Minions 2 il était une fois Gru</i>	US	10/11/24	prime time	1	TF1	2,43
4 <i>Le Chat Potté 2 : la dernière quête</i>	US	25/12/24	prime time	1	TF1	2,34
5 <i>Astérix et le secret de la potion magique</i>	FR	19/04/24	prime time	2	M6	2,04
6 <i>L'Age de glace 3 : le temps des dinosaures</i>	US	25/12/24	journée	12	TF1	1,84
7 <i>L'Age de glace 2</i>	US	25/12/24	journée	15	TF1	1,78
8 <i>Baby Boss</i>	US	01/01/24	journée	4	TF1	1,75
9 <i>Astérix et le domaine des dieux</i>	FR / BE	12/04/24	prime time	7	M6	1,70
10 <i>La Reine des neiges 2</i>	US	23/02/24	prime time	2	M6	1,61

¹ BE : Belgique / FR : France / US : Etats-Unis. / ² Prime time : de 20h30 à 22h29 / journée : de 07h00 à 20h29.

Source : CNC – Arcom – Médiamétrie.

Sur la dernière décennie, les 10 meilleures audiences ont toutes été réalisées avant 2021 (quatre en 2015 et 2020, une en 2016 et 2018), par des films américains et en première partie de soirée uniquement. La meilleure audience revient à *Baby Boss*, diffusé pour la première fois en clair le 12 avril 2020 sur TF1 et réunissant 6,6 millions de téléspectateurs.

Top 10 des meilleures audiences pour un film d'animation à la télévision entre 2015 et 2024

titre	nationalité ¹	date de diffusion	horaire ²	rang de diffusion	chaîne	téléspectateurs (millions)
1 <i>Baby Boss</i>	US	12/04/20	prime time	1	TF1	6,56
2 <i>La Reine des neiges</i>	US	19/12/16	prime time	1	M6	6,55
3 <i>Moi moche et méchant 2</i>	US	20/12/15	prime time	1	TF1	6,29
4 <i>Moi moche et méchant 3</i>	US	05/04/20	prime time	2	TF1	6,09
5 <i>Les Aventures de Tintin le secret de la licorne</i>	US	22/02/15	prime time	1	TF1	6,09
6 <i>L'Age de glace 4 la dérive des continents</i>	US	05/04/15	prime time	1	TF1	5,97
7 <i>L'Age de glace les lois de l'univers</i>	US	23/12/18	prime time	1	TF1	5,78
8 <i>Les Croods</i>	US	25/10/15	prime time	1	TF1	5,71
9 <i>Tous en scène</i>	US	03/05/20	prime time	2	TF1	5,11
10 <i>Hôtel Transylvanie</i>	US	19/04/20	prime time	6	TF1	4,93

¹ US : Etats-Unis.

² prime time : de 20h30 à 22h29.

Source : CNC – Arcom - Médiamétrie

2. Audiovisuel

L'animation en 2024 :

La production audiovisuelle d'animation



316 heures aidées



294,0 M€ de devis



54 sociétés de production

L'animation à la télévision sur les chaînes nationales



heures d'animation sur les chaînes nationales¹



53,2 % de l'offre est diffusée avant 8h30²



60,2 % de l'offre est française²

L'audience de l'animation à la télévision sur les chaînes nationales



Part de l'animation dans la consommation TV des 4-10 ans²



Meilleure audience des séries d'animation²



Répartition de l'audience de l'animation sur les 4-10 ans²

¹ Y compris France 4.

² Hors France 4.

2.1. La production audiovisuelle d'animation

Remarques méthodologiques

Les données sur la production audiovisuelle sont issues des dossiers relatifs aux aides à la production audiovisuel du fonds de soutien du CNC. Elles présentent donc des écarts avec les données présentées par les chaînes ou l'Arcom.

Une version plus complète de cette analyse est disponible sur le site du CNC : www.cnc.fr.

Un volume horaire d'animation aidé qui repasse le seuil des 300 heures en 2024

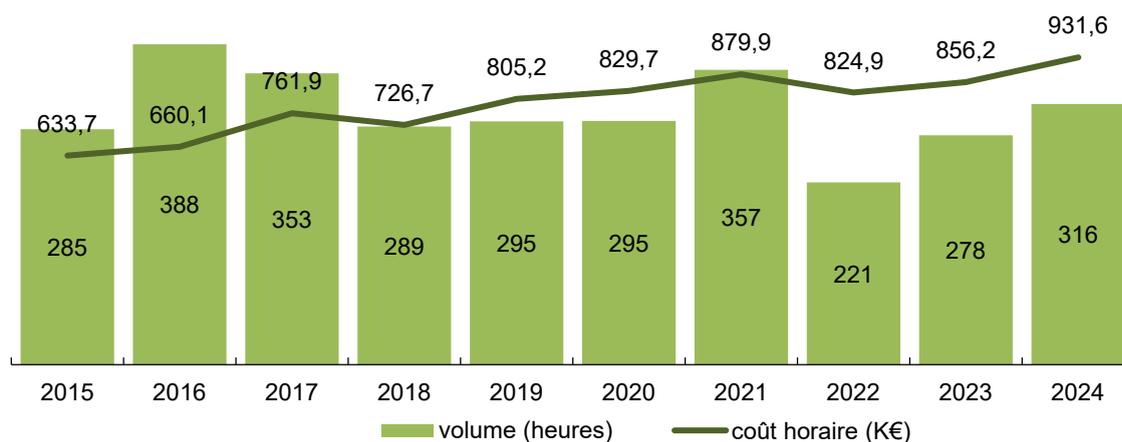
Après avoir atteint son niveau le plus faible depuis 2003 (208 heures) en 2022 (221 heures) en raison de plusieurs facteurs, dont le décalage de projets, une baisse du nombre d'épisodes par saison et davantage de formats courts, le volume de production d'animation avait rebondi en 2023 (278 heures). Ce rebond se confirme en 2024, avec une nouvelle hausse par rapport à 2023, à 316 heures (+13,7 %), soit un niveau supérieur à la moyenne observée entre 2015 et 2024 (308 heures par an).

La production d'animation, marquée par des cycles de production de deux ou trois ans, connaît généralement des variations annuelles des volumes comptabilisés. La hausse constatée en 2023 et en 2024 est notamment portée par un nombre plus élevé de titres au volume horaire important. En 2024, 28 productions d'animation aidées ont une durée supérieure à 6 heures, contre 26 en 2023 et 19 en 2022 (25 en 2019). Cette hausse globale s'explique aussi par celle du nombre de séries avec des épisodes plus longs. En 2024, seules 32,7 % des séries d'animation aidées ont des épisodes d'une durée inférieure ou égale à 8 minutes, tandis que leur part s'élevait à 50,0 % en 2022 (38,9 % en 2023). Dans le même temps, la proportion de séries dont les épisodes font plus de 23 minutes est passée de 10,0 % en 2022 à 16,4 % en 2024 (11,1 % en 2023).

En 2024, le montant des devis des programmes d'animation augmente de 23,7 % par rapport à 2023, à 294,0 M€. En parallèle, le coût horaire de l'animation s'élève à 931,6 K€, soit son plus haut niveau historique (+8,8 % par rapport à 2023 et +6,7 % en euros constants). En excluant les programmes initiés ou cofinancés par les SMAD en 2024, le coût horaire des œuvres d'animation est inférieur, à 823,1 K€ en 2024, en légère baisse par rapport à 2023 (-3,9 %).

Le genre représente 7,2 % des heures totales de programmes aidés par le CNC en 2024 (6,9 % en 2023 et 6,9 % en moyenne sur la décennie).

Volume et coût horaire d'animation aidée



Source : CNC.

Plus du quart des financements de l'animation assurés par des partenaires étrangers

En 2024, en lien avec la hausse des devis, les financements français destinés à la production d'œuvres d'animation s'élèvent à 219,0 M€, en croissance de 20,5 % par rapport à 2023. Les financements français représentent 74,5 % du montant total des devis des programmes d'animation aidés par le CNC (76,5 % en 2023). Depuis 2008, la part des financements français est toujours supérieure à 70 %.

Dans le détail, les apports des producteurs français augmentent pour la deuxième année consécutive et s'élèvent à 71,9 M€ (+24,5 % par rapport à 2023). Ils représentent 24,5 % du montant total des devis (23,9 % en 2023), au plus haut niveau depuis 2000 (première année des statistiques sur le financement des programmes).

La contribution des diffuseurs progresse également pour la deuxième année consécutive à 64,3 M€ (+21,7 %) et dépasse ainsi la moyenne de la période 2015-2024 (54,2 M€). Ces derniers financent mieux les programmes qu'ils soutiennent puisqu'ils apportent, en moyenne, 203,9 K€ par heure d'animation, un plus haut niveau historique. Cette hausse de l'apport horaire des diffuseurs n'étant pas aussi forte que celle des devis, leur taux de couverture baisse néanmoins, à 21,9 % du total des devis, un niveau en très léger retrait par rapport à 2023 (22,2 %) et à la moyenne de la décennie (22,3 %).

L'apport total du CNC dans le financement des programmes d'animation s'élève à 45,8 M€, en hausse de 6,7 % par rapport à 2023 (42,9 M€). Les aides du CNC couvrent 15,6 % des devis en 2024 (18,0 % en 2023, 19,6 % en moyenne sur la décennie), au plus bas niveau depuis 2004 (14,8 %). L'apport horaire moyen du CNC (compléments d'aides inclus) s'établit à 145,0 K€ (154,5 K€ en 2023).

Les préventes en France s'établissent à 12,9 M€, en hausse de 10,7 % par rapport à 2023 (11,7 M€), et à un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (9,1 M€). Deux programmes d'animation font l'objet d'une prévente en France d'un montant supérieur ou égal à 1 M€ en 2024, contre six en 2023 et quatre en 2022.

La part des collectivités territoriales pour l'animation (2,8 % en 2024) est légèrement supérieure à celle observée pour la fiction (1,4 %) et légèrement inférieure à celle observée pour le documentaire (3,9 %). Dans le détail, deux régions se démarquent, la région Auvergne

Rhône Alpes et la Nouvelle-Aquitaine, avec respectivement 16,9 % et 16,5 % des financements des collectivités territoriales dans l'animation.

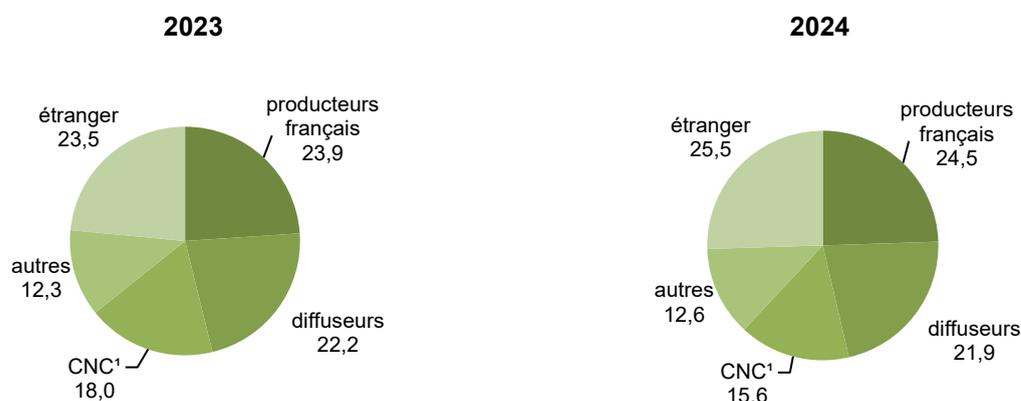
Financement prévisionnel de l'animation (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
financements français	137,2	198,3	208,3	166,8	175,1	176,0	223,3	138,2	181,8	219,0
producteurs français	38,8	51,5	61,3	47,4	57,5	53,5	68,2	44,9	56,9	71,9
préventes en France	7,6	10,7	9,7	4,6	6,8	12,3	6,4	8,9	11,7	12,9
diffuseurs	43,3	61,5	63,7	48,1	49,1	51,7	67,6	39,8	52,9	64,3
SOFICA	2,6	2,8	2,8	5,9	2,2	3,1	5,7	4,6	3,8	7,9
CNC y compris compléments ¹	36,7	60,2	59,0	49,3	50,3	45,5	57,2	29,1	42,9	45,8
autres financements français ²	8,2	11,6	11,9	11,6	9,2	9,8	18,2	10,8	13,8	16,2
financements étrangers	43,7	58,0	60,7	43,0	62,3	69,1	91,2	44,2	55,8	74,9
coproductions étrangères	25,7	26,7	20,2	14,1	28,4	18,4	44,1	23,6	36,3	35,2
préventes à l'étranger	18,0	31,3	40,5	28,9	33,8	50,7	47,0	20,6	19,5	39,8
total des financements	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	237,6	294,0

¹ Compléments : aides accordées après la première décision.

² Autres financements français : autres aides du CNC, collectivités territoriales, aides européennes, mécénat, bourses, etc.
Source : CNC.

Financement prévisionnel de l'animation (%)



¹ Y compris les compléments d'aides.

Autres = préventes en France + SOFICA + autres financements français.

Source : CNC.

En 2024, la part des apports étrangers dans le financement des programmes d'animation s'élève à 25,5 %, un niveau légèrement supérieur à la moyenne des dix dernières années (24,8 %) et qui fait des apports étrangers en 2024, la première source de financement de l'animation. La part des financements étrangers dans le total des devis des programmes d'animation aidés est relativement fluctuante chaque année : depuis 2014, elle oscille entre 20 % et 29 %. L'animation est toutefois le genre pour lequel la part des apports étrangers est la plus élevée, notamment en raison de coûts de production importants qui nécessitent l'intervention de partenaires plus nombreux. Le haut niveau des apports étrangers en animation s'explique également par le fait que l'animation est un genre qui s'exporte traditionnellement bien et que le savoir-faire français sur le genre est reconnu à l'international. Sur les dix dernières années, la part des apports étrangers s'élève, en moyenne, à 6,4 % pour le documentaire et à 5,0 % pour la fiction.

En 2024, 265 heures d'animation bénéficient d'un financement étranger (coproduction et/ou prévente), soit 83,8 % du volume total produit (236 heures, soit 85,0 % en 2023). En 2024, 245 heures d'animation à majorité française ont été initiées avec un financement étranger total

de 61,6 M€ (211 heures pour 39,5 M€ en 2023), dont 23,7 M€ d'apports en coproduction et 37,9 M€ de préventes, et 20 heures d'animation minoritaire française ont bénéficié de 13,3 M€ de financements étrangers (25 heures pour 16,3 M€ en 2023), dont 11,4 M€ d'apports en coproduction et 1,9 M€ de préventes. La forte hausse des financements étrangers en 2024 est notamment portée par deux programmes avec des apports étrangers supérieurs à 8 M€, les saisons 6 et 7 de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* et la saison 3 des *Schtroumpfs*.

Le coût horaire moyen des programmes exclusivement financés par des capitaux français est de 637,3 K€ en 2024 (685,5 K€ en 2023), contre 966,8 K€ pour les coproductions avec au moins un partenaire étranger (886,3 K€ en 2023). Le coût horaire moyen des coproductions est notamment porté par 5 programmes dont le coût horaire est supérieur à 1,5 M€.

Baisse de la part de France Télévisions dans le financement de l'animation

Commandes des diffuseurs en animation

	heures initiées ¹		heures totales ²		apport des diffuseurs (M€) ²		coût horaire (K€) ¹		apport horaire (K€) ¹		taux de financement (%) ¹	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
France Télévisions	152	127	155	139	29,57	25,63	880,3	864,0	194,5	189,9	22,1	22,0
Groupe Canal+	23	57	52	68	6,07	10,07	780,7	792,7	203,2	168,7	26,0	21,3
Groupe TF1	49	49	50	51	7,96	9,02	859,1	1 296,6	160,8	176,4	18,7	13,6
Groupe M6	46	48	56	48	7,51	7,35	868,4	794,8	129,8	152,8	15,0	19,2
Groupe Arte	2	4	2	4	0,52	1,14	975,6	958,1	219,7	326,9	22,5	34,1
chaînes locales	0,5	0,1	0,5	0,1	0,07	0,02	554,8	979,1	144,8	142,8	26,1	14,6
autres diffuseurs	4	30	6	61	0,97	11,10	230,3	1 118,6	13,3	8,6	27,8	23,1
dont SMAD	-	1	-	22	-	2,20	-	1 409,9	-	224,7	-	15,9
total	278	316	278	316	52,85	64,32	856,2	932,9	176,6	186,2	20,6	20,0

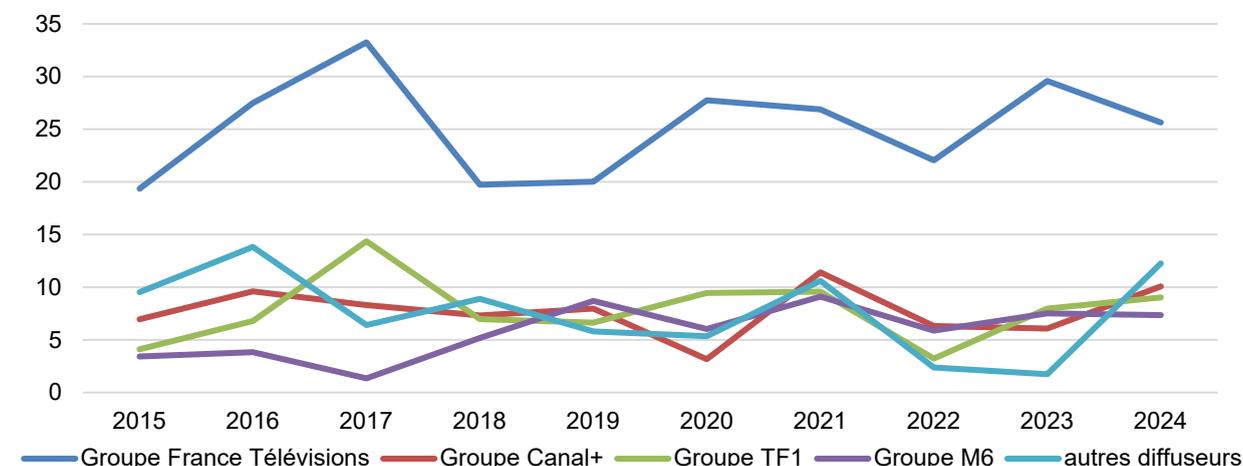
¹ En tant que premier diffuseur.

² Tous rangs de diffusion confondus.

Source : CNC.

En 2024, la baisse du nombre d'heures de programmes commandées par le groupe France Télévisions est compensée par une hausse des commandes de plusieurs autres diffuseurs, notamment payants.

Apports des principaux diffuseurs à la production de programmes d'animation (M€)



Source : CNC.

En 2024, le groupe **France Télévisions**, premier financeur du genre depuis 2007 (première année des statistiques), initie 40,4 % du volume horaire total d'animation mis en production, soit une part en baisse de 14,2 points par rapport à 2023 (54,6 %). Le groupe représente, en parallèle, 39,8 % des investissements de l'ensemble des chaînes, contre 55,9 % en 2023. Il participe à la production de 139 heures d'animation (-10,5 % par rapport aux 155 heures de 2023) dont 127 en tant que premier diffuseur (-16,0 % par rapport aux 152 heures de 2023). Son apport total s'établit à 25,6 M€, en baisse de 13,3 % par rapport à 2023 mais dans la moyenne de la décennie (25,2 M€). L'apport horaire du groupe en tant que premier diffuseur recule de 2,4 % à 189,9 K€ dans un contexte de légère baisse du coût horaire moyen des programmes financés (-1,8 % par rapport à 2023, à 864,0 K€). En 2024, France Télévisions initie la production de 21 séries d'animation (26 en 2023 et 22 en moyenne sur la décennie), dont les nouvelles séries *Baby Lemmings* (78x7' – Hari Studios) et *les Aventures de Pil* (52x13' – Tat Productions), et de 3 unitaires (3 également en 2023 et en moyenne sur la décennie). Le groupe produit également la deuxième saison de *Première Page* (11x22' – Scalaé Productions).

En 2024, le **groupe Canal+** participe à la production de 68 heures de programmes d'animation (52 heures en 2023) dont 57 en tant que premier diffuseur (23 heures en 2023), pour un investissement total de 10,1 M€ (6,1 M€ en 2023). Le volume horaire d'animation initié par le groupe en 2024 est ainsi supérieur à la moyenne annuelle des dix dernières années (44 heures). Le coût horaire des programmes d'animation financés par Canal+ en tant que premier diffuseur s'établit à 792,7 K€ (+1,5 %), à un niveau supérieur à la moyenne de ces dix dernières années (704,7 K€, +12,5 %), et au 3^e plus haut niveau historique. Le groupe apporte, en moyenne, 168,7 K€ par heure d'animation initiée en 2024 (-17,0 % par rapport à 2023). Le taux de couverture du groupe baisse par conséquent de 4,8 points par rapport à 2023, à 21,3 % (21,9 % en moyenne sur la décennie). En tant que premier diffuseur, le groupe Canal+ participe à la production de 8 séries dont *Ki & Hi* (52x12' – Method Animation et Thematics Prod) et *Miffy* (78x7' – StudioCanal Series et Superprod) et de 3 unitaires (8 séries et 1 unitaire en 2023).

En 2024, la contribution du **groupe TF1** à l'animation s'établit à 9,0 M€ (+13,3 % par rapport à 2023) pour 51 heures de programmes (+1 heure par rapport à 2023). Le groupe TF1 est le premier diffuseur de 49 heures de programmes (comme en 2023) avec un apport moyen de 176,4 K€ par heure d'animation initiée (+9,7 % par rapport à 2023). Le coût horaire moyen de ces programmes s'établit à 1 296,6 K€, un montant qui augmente fortement sur un an (+50,9 %). Ce coût horaire est porté par la saison 3 des *Schtroumpfs* et les saisons 6 et 7 de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir*. Du fait de ces programmes au coût horaire particulièrement élevé, le taux de couverture du groupe TF1 diminue entre 2023 et 2024 et passe de 18,7 % à 13,6 %, soit le plus bas niveau depuis le début du suivi statistique en 2007 (19,7 % en moyenne sur la décennie). Le groupe initie deux nouvelles séries, *Witch Detectives* (26x22' – Method Animation et Thematics Prod) et *Migali* (52x11' – Easy Peasy Entertainment), ainsi que la saison 3 des *Schtroumpfs* (52x12' – Dupuis Audiovisuel et Ellipsanime Productions) et les saisons 6 et 7 de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* (52x23' – Method Animation et ZagToon).

En 2024, l'apport du **groupe M6** dans l'animation s'élève à 7,4 M€ (-2,1 % par rapport à 2023) sur 48 heures de programmes (-14,1 %), toutes en tant que premier diffuseur (56 heures de programmes en 2023, dont 46 en tant que premier diffuseur). Le groupe apporte, en moyenne, 152,8 K€ par heure d'animation initiée (+17,7 %) et le coût horaire moyen de ses programmes s'établit à 794,8 K€ (-8,5 %), à un niveau qui demeure toutefois au-dessus de la moyenne des dix dernières années (727,2 K€). Le taux de couverture augmente de 4,3 points sur un an à 19,2 %, soit un niveau également supérieur à la moyenne des 10 dernières années (17,0 %). Comme en 2023, le groupe M6 initie 5 séries, dont la nouveauté *Underdog* (52x11' – Superprod).

Après une année 2023 marquée par un très faible engagement du **groupe Disney** dans la production d'animation aidée avec seulement une heure financée et aucune heure en tant que premier diffuseur, le groupe augmente très fortement son volume de commande à 21 heures, dont une en tant que 1^{er} diffuseur. Le volume horaire total du groupe reste néanmoins en retrait par rapport à la moyenne des dix dernières années qui s'élève à 33 heures. En 2024, le groupe initie la production d'un unitaire pour sa chaîne Disney Junior, *Miraculous World Paris la fin de Ladybug* (48', Method Animation et Zagtoon).

Pour la première fois, deux chaînes de télévision étrangères, Boomerang et Nickelodeon Junior, investissent dans la production d'animation aidée à hauteur de 10 heures chacune, toutes en tant que premier diffuseur.

Alors qu'ils n'avaient pas financé de productions aidées d'animation en 2023 malgré l'ouverture cette année-là du fonds de soutien audiovisuel aux œuvres qui leur étaient destinées, les **services étrangers de vidéo à la demande** contribuent en 2024 à la production de 22 heures, dont une en tant que premier diffuseur. Cet investissement est largement porté par Disney+ qui participe au financement de 21 heures de programmes d'animation pour la production des saisons 6 et 7 de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* ainsi que de l'unitaire *Miraculous World Paris la fin de Ladybug*. Netflix initie quant à lui la production d'une heure d'animation, avec la partie 2 de la première saison de la série *Ghost Force* (8x11' – Zagtoon).

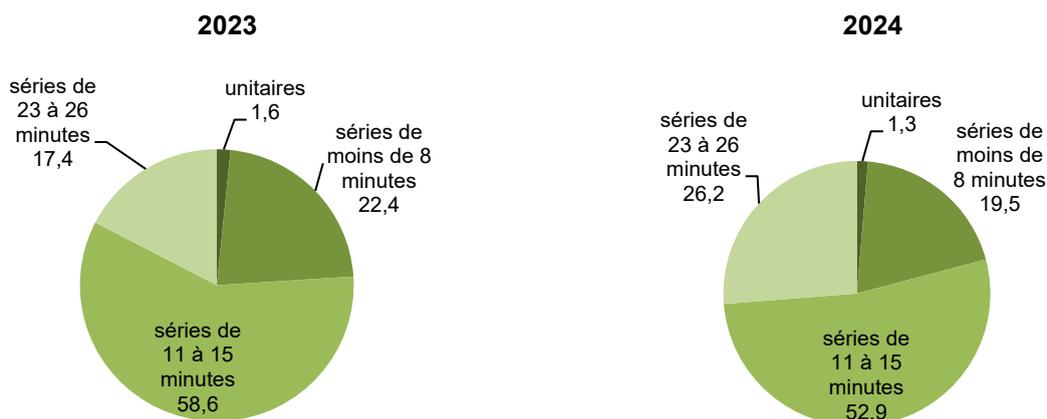
Un volume horaire au plus haut niveau de la décennie pour les séries de 23 à 26 minutes

En 2024, les séries de 11 à 15 minutes demeurent le premier format des programmes d'animation aidés par le CNC (52,9 % du volume horaire), devant les séries de 23 à 26 minutes (26,2 %) et celles de moins de 8 minutes (19,5 %). Après un fort recul de 17,9 points en 2023, la part des séries de moins de 8 minutes en volume horaire est à nouveau en baisse de 2,9 points à 19,5 %, au plus bas niveau depuis 2007 (première année des statistiques sur les formats). Sur les 18 séries de ce format, 14 sont des nouvelles séries, dont *Taki Tanuki* (52x7' – La Chouette Compagnie) et *Music Queer* (20x3' – La Générale de Production Audiovisuelle et XBO Films). En 2024, la part des séries de 11 à 15 minutes est également en recul (-5,7 points, à 52,9 %), tandis que celle des séries de 23 à 26 minutes augmente de 8,9 points, à 26,2 %.

11 nouvelles séries de 11 à 15 minutes, sur 20 au total, sont recensées dont *Karters* (52x12' – Method Animation et Thematics Prod), *Froggie* (52x11' – Monello Productions et Zodiak Kids Studio France) et *Submarine Jim* (52x11' – Xilam Animation).

La hausse de la part des séries de 23 à 26 minutes est portée par les deux saisons de *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* qui représentent 19,9 heures, soit près du quart du volume horaire des séries de 23 à 26 minutes (24,1 %). Sur les 9 programmes de 23 à 26 minutes en 2024, six sont des nouvelles séries dont *Grand Galop* (26x22' – Frogbox) et *20, allée de la Danse* (26x22' – Cottonwood Media).

Structure des formats d'animation en volume horaire (%)

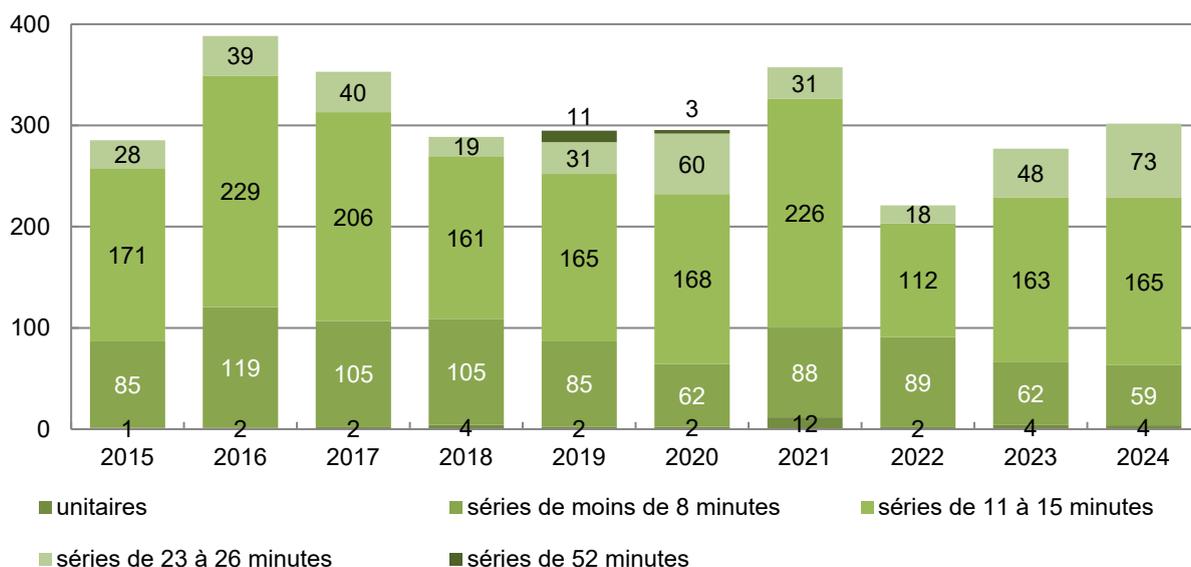


Source : CNC.

Les programmes français d'animation se déclinent quasi exclusivement en séries (311 heures sur 316 en 2024). En 2024, le volume horaire des séries de moins de 8 minutes est stable par rapport à 2023 (-0,8 % à 59 heures), à un niveau nettement en deçà de la moyenne de la décennie (86 heures). A l'inverse, le volume de séries de 11 à 15 minutes augmente légèrement sur un an (+2,6 % à 167 heures), à un niveau qui reste néanmoins inférieur à la moyenne décennale (177 heures en moyenne sur 10 ans). Le volume de séries de 23 à 26 minutes est quant à lui en forte augmentation (+71,6 % à 83 heures) et au plus haut niveau de la décennie.

Le coût horaire de l'animation s'établit à 756,1 K€ pour les séries de moins de 8 minutes (-11,0 % sur un an), 865,3 K€ pour les séries de 11 à 15 minutes (+8,4 % par rapport à 2023), 1 128,0 K€ pour les séries de 23 à 26 minutes (+18,1 % par rapport à 2023) et à 2 253,8 K€ pour les unitaires (+14,2 % vs. 2023).

Volume selon les formats d'animation (heures)



Source : CNC.

Formats des programmes d'animation

	heures					coût horaire (K€)				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
unitaires	2	12	2	4	4	898,7	1 952,0	1 485,9	1 973,2	2 253,8
séries de moins de 8 minutes	62	88	89	62	62	767,0	833,2	789,3	849,8	756,1
séries de 11 à 15 minutes	168	226	112	163	167	812,1	827,9	778,2	798,5	865,3
séries de 23 à 26 minutes	60	31	18	48	83	930,7	988,8	1 208,6	955,1	1 128,0
séries de 52 minutes	3	-	-	-	-	1 009,8	-	-	-	-
total	295	357	221	278	316	829,7	879,9	824,9	856,2	931,6

Source : CNC.

Plus d'un tiers des programmes d'animation avec un coût horaire supérieur ou égal à 1 M€, plus haut niveau de la décennie

En 2024, 71,5 % du volume horaire aidé d'animation présente un coût horaire supérieur ou égal à 800 K€, une part en très forte hausse par rapport à 2023 (48,3 %, soit +23,2 points) et très nettement supérieure aux niveaux enregistrés au début de la décennie (entre 15 % et 35 %).

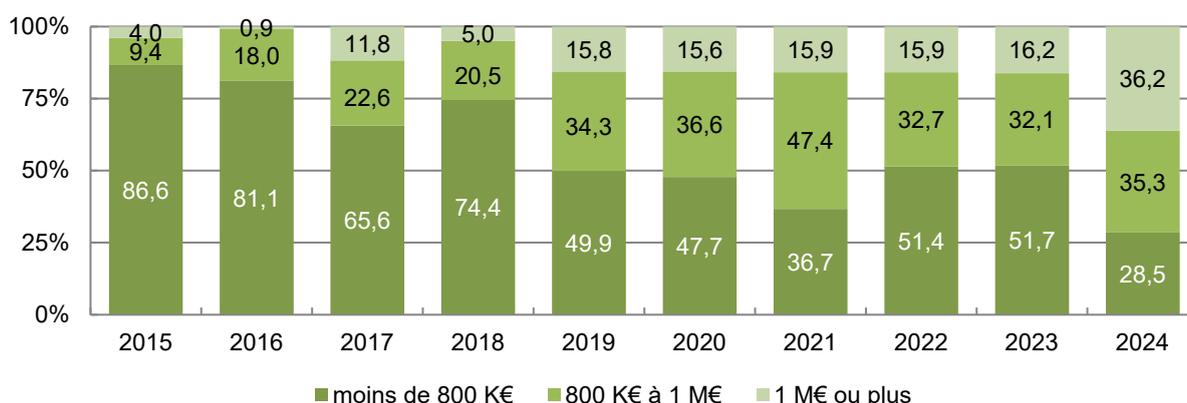
En 2024, 36,2 % des programmes d'animation ont même un coût horaire supérieur ou égal à 1 M€ (16,2 % en 2023). Ils concentrent 48,4 % du montant total des devis (24,5 % en 2023), 46,9 % des apports des diffuseurs (18,4 % en 2023) et 36,9 % des apports du CNC hors compléments (16,8 % en 2023).

Production aidée d'animation selon le coût horaire

	heures		devis (M€)		diffuseurs (M€)		CNC (M€) ¹	
	2023	2024	2023	2024	2023	2024	2023	2024
inférieur à 500 K€	9	9	2,0	2,0	0,5	0,6	0,6	0,5
500 K€ à 600 K€	1	31	0,6	16,4	0,3	5,5	0,2	3,6
600 K€ à 700 K€	69	29	46,0	18,6	11,1	5,0	8,1	4,1
700 K€ à 800 K€	64	21	48,9	16,3	14,0	3,4	6,9	2,5
800 K€ à 900 K€	29	99	25,2	86,1	5,3	17,0	3,5	11,6
900 K€ à 1 000 K€	60	13	56,7	12,3	11,9	2,8	9,4	1,9
1 000 K€ à 1 500 K€	42	99	50,9	115,3	8,0	25,7	5,0	12,0
1 500 K€ et plus	3	15	7,4	27,0	1,8	4,5	0,9	2,1
total	278	316	237,6	294,0	52,9	64,3	34,5	38,3

¹ Hors compléments d'aide. / Source : CNC.

Heures aidées d'animation selon le coût horaire (%)



Source : CNC.

Une part des dépenses en France qui retrouve son niveau de 2020

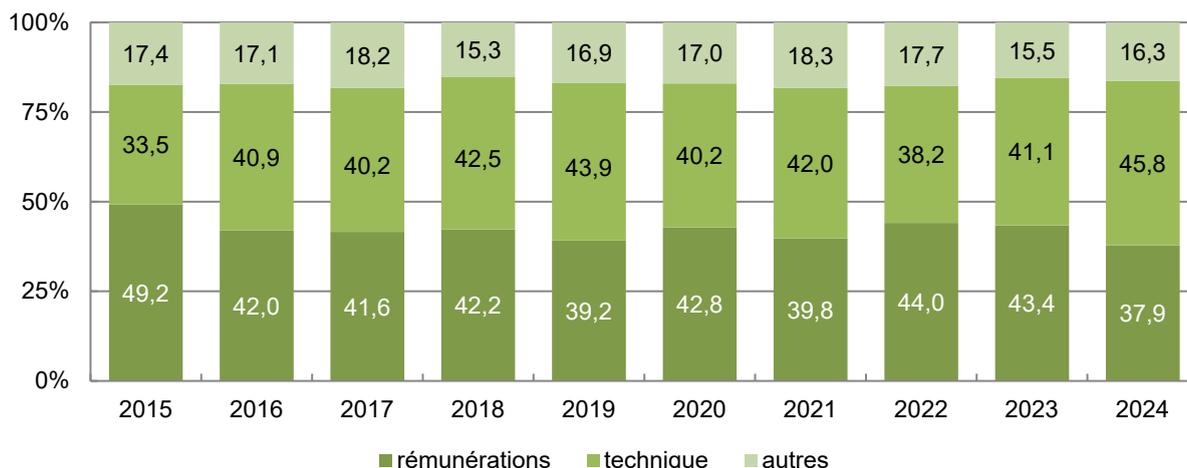
En 2024, les frais techniques sont le premier poste de dépenses pour la production de programmes d'animation (45,8 % du total), devant les frais de rémunération (37,9 %) et les dépenses de tournage (16,3 %). Sur la dernière décennie, il s'agit de la 4^e année à présenter cette hiérarchie des trois grands postes après 2018, 2019 et 2021. Les autres années, les frais de rémunération étaient le premier poste de dépenses, devant les frais techniques et les dépenses de tournage. En 2024, la hausse des dépenses techniques est portée par 14 programmes dont les frais techniques et de laboratoires sont supérieurs à 4 M€, contre deux fois moins en 2023 (7 programmes).

Postes de dépenses de production d'animation (M€)

	France		étranger		total	
	2023	2024	2023	2024		
rémunérations	89,7	99,2	13,5	12,1	103,2	111,3
droits artistiques	11,4	14,7	3,0	2,8	14,4	17,5
personnel	48,2	52,3	8,2	7,2	56,3	59,5
interprétation	1,9	2,6	1,7	1,6	3,5	4,2
charges sociales	28,3	29,6	0,6	0,5	28,9	30,1
moyens techniques, laboratoires	65,9	99,2	31,7	35,5	97,7	134,7
tournage	31,1	42,8	5,7	5,1	36,8	48,0
décors et costumes	0,04	-	-	-	0,04	-
transport, défraiement, régie	3,0	3,2	0,2	0,4	3,2	3,6
assurance, divers	5,6	9,4	1,9	2,4	7,5	11,8
frais généraux	14,7	19,1	2,0	1,6	16,8	20,7
imprévus	7,7	11,1	1,6	0,7	9,2	11,9
total	186,7	241,2	50,9	52,8	237,6	294,0

Source : CNC.

Répartition des dépenses de production d'animation par grand poste (%)¹



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

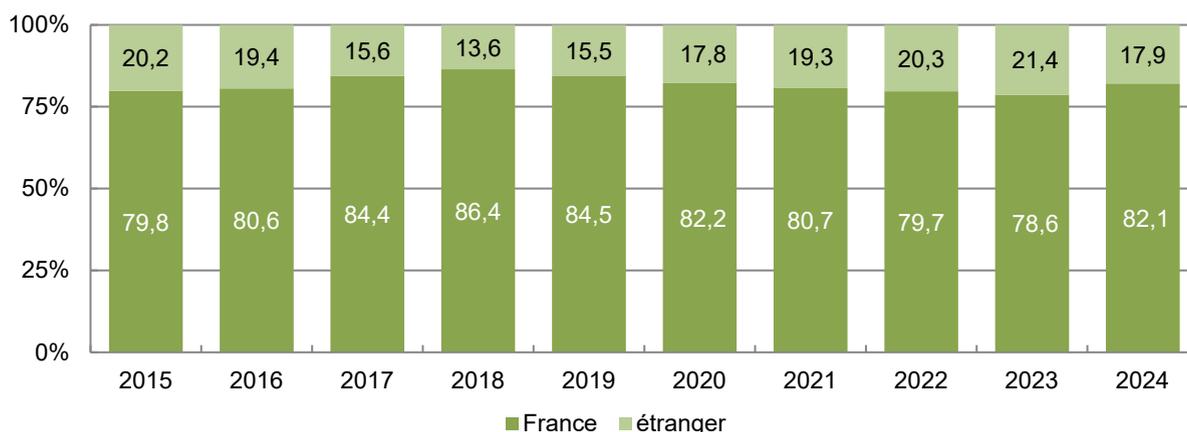
Après cinq années de baisse consécutives, la part des dépenses de production des programmes d'animation en France repart à la hausse et franchit à nouveau le seuil des 80 %. Elle s'établit à 82,1 % en 2024 (78,6 % en 2023) et retrouve ainsi son niveau de 2020 (82,2 %), proche de la moyenne de la décennie (81,9 %).

Dépenses de production d'animation selon leur localisation (M€)

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
France	144,4	206,5	226,9	181,3	200,5	201,6	253,6	145,2	186,7	241,2
étranger	36,5	49,8	42,1	28,5	36,9	43,5	60,8	37,1	50,9	52,8
total	180,8	256,3	269,0	209,8	237,4	245,1	314,5	182,3	237,6	294,0

Source : CNC.

Répartition des dépenses de production d'animation selon leur localisation (%)



Source : CNC.

En volume horaire, 11,7 % des œuvres d'animation mises en production en 2024 sont intégralement produites en France, contre 21,7 % en 2023 (18,6 % en moyenne entre 2015 et 2024). En 2024, 99,1 % des séries de 23 à 26 minutes incluent des dépenses à l'étranger et 90,9 % séries de 11 à 15 minutes, des résultats en ligne avec la moyenne de la décennie

(respectivement 95,4 % et 89,8 %). Les séries plus courtes et les unitaires sont moins nombreux proportionnellement à faire des dépenses à l'étranger, 74,3 % des séries de 8 minutes ou moins et 74,1 % des unitaires, des résultats toutefois plus élevés que la moyenne observée sur la décennie (respectivement 59,8 % et 63,4 %).

Volume horaire d'animation selon le format et le taux de dépenses en France

	unitaires	séries de moins de 8 mn	séries de 11 à 15 mn	séries de 23 à 26 mn	total
2023					
inférieur à 70 %	1	6	38	-	45
70 % à 80 %	1	7	39	31	78
80 % à 100 %	3	23	52	17	94
100 %	0	26	34	-	60
total	4	62	163	48	278
2024					
inférieur à 70 %	1	-	20	-	21
70 % à 80 %	2	16	71	38	126
80 % à 100 %	0	30	62	44	136
100 %	1	16	15	-	32
total	4	62	167	83	316

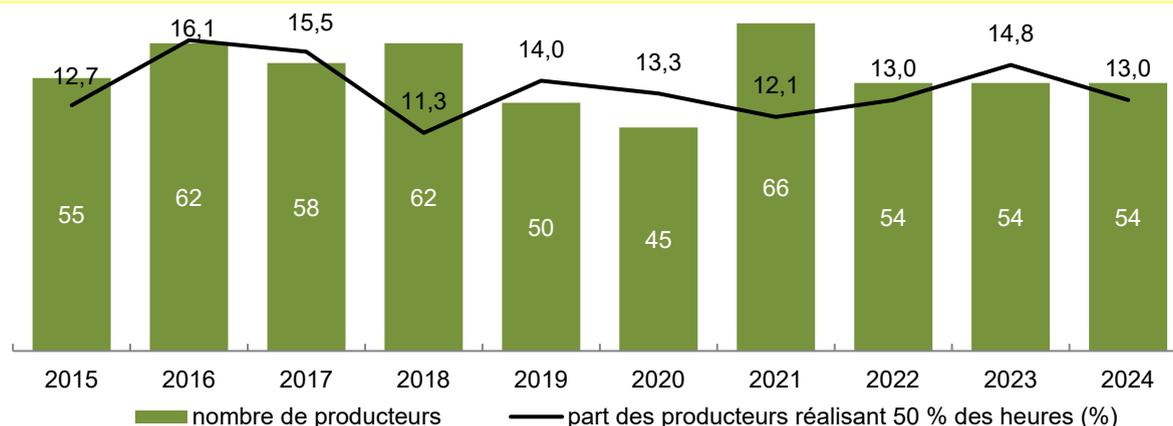
Source : CNC.

54 producteurs actifs en animation dont 81 % mono-client

En 2024, 54 producteurs sont actifs dans le secteur de l'animation (56 en moyenne chaque année sur les dix dernières années). Sept entreprises (13,0 % de l'ensemble des entreprises) produisent 50 % du volume horaire total d'animation (8 entreprises en moyenne sur la décennie, soit 4,7 %).

193 producteurs différents d'animation sont recensés entre 2015 et 2024.

Nombre de producteurs actifs en animation



Source : CNC.

Sur les cinq dernières années (2020-2024), Method Animation se classe en tête des producteurs d'animation avec 143 heures de programmes, devant Xilam Animation (103 heures) et Zodiak Kids (82 heures). Trois sociétés avec des stratégies de production différentes : Method Animation partage sa production entre production exclusive (49,3 % du volume total produit par la société sur la période) et coproduction (50,7 %), notamment avec

Zagtoon sur *Miraculous* mais également comme seul producteur avec *Petronix Defenders*, Xilam Animation s’oriente davantage vers la production exclusive (76,9 %), notamment avec *Oggy et les cafards* ou *Oggy Oggy*, et, à l’inverse, Zodiak Kids davantage vers la coproduction (69,6 %), notamment avec Monello Productions sur *Foot2rue* ou avec Banijay Studios France sur *Totally Spies*.

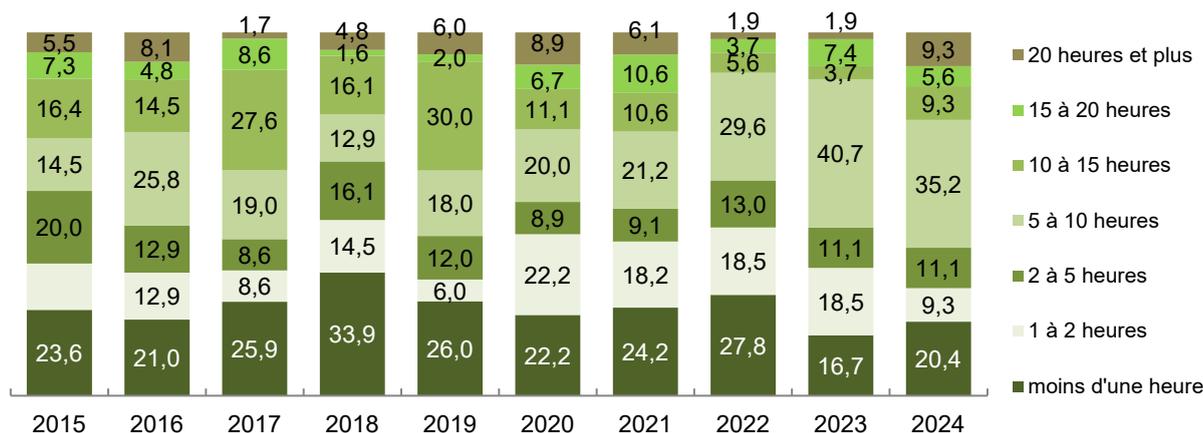
Les 10 premiers producteurs d’animation entre 2020 et 2024

	total		exclusivité		coproduction ¹	
	heures	heures	% du total	heures	% du total	
1 Method Animation	143	71	49,3	73	50,7	
2 Xilam Animation	103	79	76,9	24	23,1	
3 Zodiak Kids	82	25	30,4	57	69,6	
4 Monello Productions	77	29	37,8	48	62,2	
5 Watch Next Media	73	48	65,5	25	34,5	
6 Zagtoon	55	12	22,7	42	77,3	
7 TeamTO	53	53	100,0		0,0	
8 Cyber Group Studios	48	19	40,0	29	60,0	
9 Superprod	46	18	39,6	28	60,4	
10 Blue Spirit Productions	44	29	66,7	15	33,3	

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

En 2024, 75,9 % des entreprises produisent moins de 10 heures d’animation (87,0 % en 2023) et 20,4 % en produisent moins d’une heure (16,7 % en 2023). Cinq sociétés affichent une production supérieure à 20 heures en 2024, contre une seule en 2023. Method Animation produit plus de 20 heures d’animation pour la deuxième année consécutive et est, cette fois-ci, accompagnée de Thematics Prod, Monello Productions, Zodiak Kids Studio France et Zagtoon. Method Animation est, par ailleurs, le seul producteur aidé pour cinq œuvres d’animation en 2024 (aucun en 2023). Cinq producteurs sont aidés pour trois œuvres (deux en 2023) et sept autres producteurs pour deux œuvres (10 en 2023).

Répartition des producteurs selon le nombre d’heures d’animation produites (%)

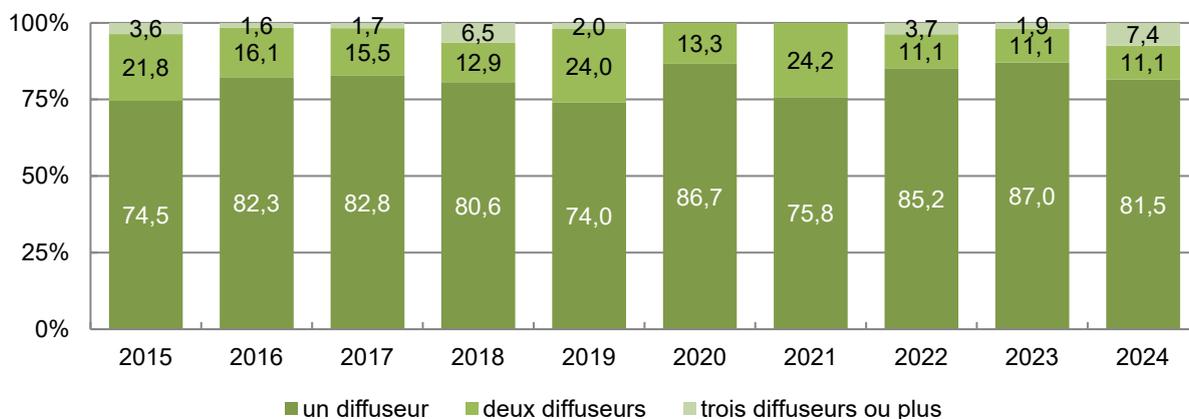


Source : CNC.

Les producteurs d’animation reçoivent, en général, leurs commandes d’un seul diffuseur. En 2023, 81,5 % des entreprises (44 entreprises) produisent des programmes d’animation pour

un seul diffuseur, une exclusivité proche de celle observée sur la fiction (82,5 %), et 18,5 % (10 entreprises) produisent des programmes d'animation pour deux diffuseurs ou plus.

Répartition des producteurs selon le nombre de diffuseurs¹ d'animation (%)

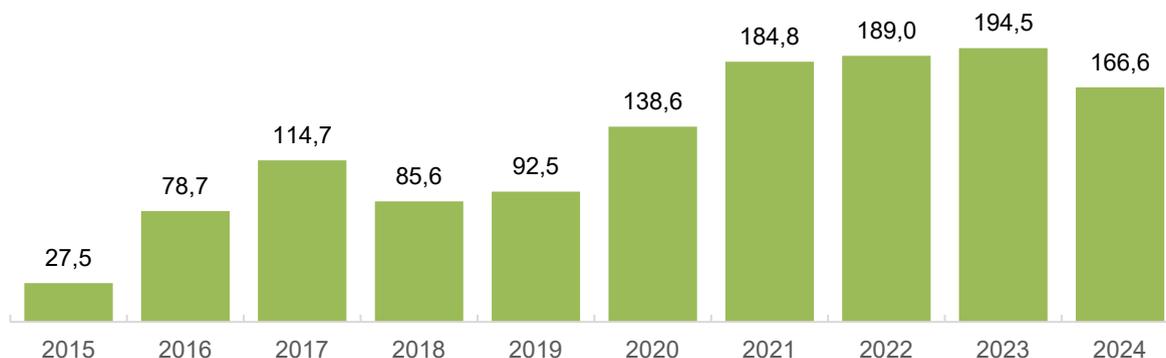


¹ En tant que premier diffuseur.
Source : CNC.

Une activité de prestations en recul en 2024

Les prestations restent à un niveau élevé, bien qu'en net recul par rapport à 2023. En 2024, 41 œuvres d'animation agréées au crédit d'impôt international (C2I), dont 35 œuvres audiovisuelles, ont généré des dépenses en France, contre 55 en 2023 (dont 44 audiovisuelles) et 11 en 2015 (dont 8 audiovisuelles). Au total, ces dépenses s'élèvent à 166,6 M€ en 2024, soit -14,3 % par rapport à 2023 (194,5 M€, niveau record) mais +80,1 % par rapport à 2019 (92,5 M€). La baisse constatée en 2024 provient presque intégralement des œuvres audiovisuelles (-37,8 %, à 60,0 M€ en 2024), les dépenses prévisionnelles pour des œuvres cinématographiques étant quant à elles relativement stables (-2,1 %, à 106,3 M€). En 2024, 15 œuvres ont été nouvellement agréées au titre du C2I, dont 12 projets audiovisuels et 2 cinématographiques (et un projet VR) contre 25 œuvres dont 19 audiovisuelles et 3 cinématographiques en 2023, ce qui devrait se traduire par une nouvelle baisse des dépenses en prestation en France à court terme.

Dépenses France des projets d'animation audiovisuels et cinématographiques agréés au C2I (M€)



Source : CNC.

2.2. La diffusion de l'animation à la télévision

Remarques méthodologiques

L'offre d'animation à la télévision est composée de programmes audiovisuels et de films cinématographiques. Les analyses sur l'offre d'animation à la télévision n'ont pas pour objectif d'étudier le respect des obligations de diffusion des chaînes de télévision en matière de diffusion de programmes. Elles ne sont pas comparables à celles qui émanent de l'Arcom.

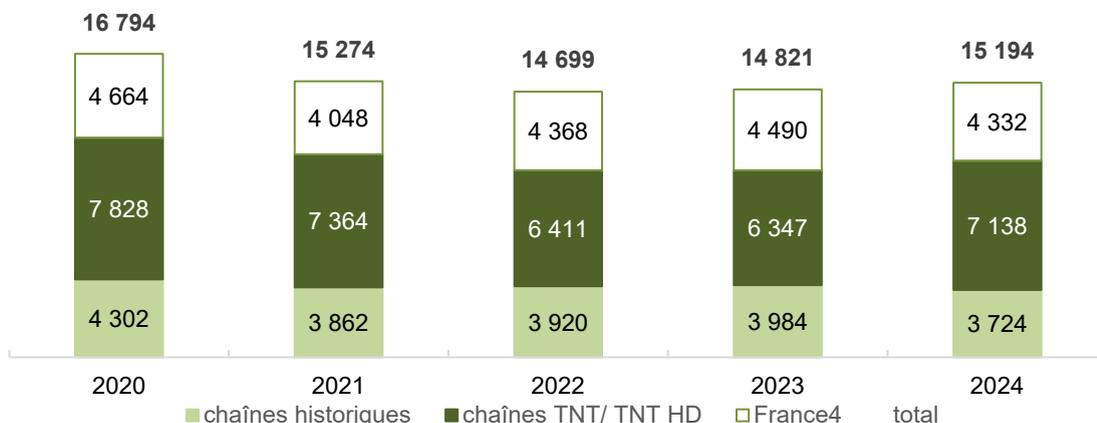
La consommation d'animation à la télévision correspond à l'audience consolidée des programmes. Elle prend en compte l'ensemble des audiences réalisées par un programme, en direct et différé, sur 7 jours à partir de sa diffusion live.

A noter l'**exclusion de France 4** à partir de l'année 2022 dans le périmètre de mesure d'audience de Médiamétrie. Les données des années précédentes ont donc été recalculées en excluant la chaîne du périmètre afin de pouvoir faire des comparaisons sur des périmètres équivalents. Les données concernant l'offre de la chaîne France 4 ont été communiquées directement au CNC par France Télévisions.

Plus de 15 000 heures d'animation sur les chaînes nationales

En 2024, les chaînes nationales diffusent, en incluant France 4, 15 194 heures d'animation. Hors France 4, l'offre s'élève à 10 862 heures selon Médiamétrie. Si le volume d'animation diffusé sur les chaînes nationales augmente de 531 heures au global par rapport à 2023 (+5,1 %), il recule de 259 heures (-6,5 %) sur les chaînes historiques (TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte), à 3 724 heures, son plus bas niveau depuis 2019 (3 720 heures). Cette baisse est notamment liée à la diminution de l'offre sur M6 à 131 heures (-54,6 %) et de TF1, à 688 heures (-9,0 %). Les offres des deux chaînes sont en recul du fait du repositionnement de leurs cases matinales (en septembre 2023 pour M6 et en janvier 2024 pour TF1), qui s'est notamment traduit par le transfert d'une partie de la programmation de TFou (TF1) sur TFX. Le volume augmente de 790 heures (+12,5 %) sur les chaînes TNT/TNT HD diffusant de l'animation (C8, W9, TMC, TFX, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, CSTAR), à 7 138 heures en 2024. L'offre de TFX, portée par l'arrivée de TFou et une stratégie globale de renforcement de sa programmation jeunesse, est multipliée par 3,6, à 904 heures (245 heures en 2023), alors que le volume d'animation diffusé sur 6ter et W9 baisse fortement (respectivement -62,3 % à 58 heures et -37,5 % à 25 heures).

L'offre d'animation sur les chaînes nationales par type de chaînes (heures)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2024, les programmes audiovisuels composent 93,8 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales (10 191 heures au total, soit une hausse de 4,9 % par rapport à 2023), contre 6,2 % pour les films cinématographiques (671 heures au total, soit une hausse de 8,2 %). L'offre de films cinématographiques d'animation s'est notamment réduite de 30 heures par rapport à 2023 sur Canal +. Elle progresse de 33 heures sur TF1, et de 18 heures sur TFX. Les offres des chaînes M6, 6ter et W9 baissent par rapport à 2023 (respectivement -21 heures, -36 heures et -15 heures), alors que celle de Gulli augmente de 59 heures.

La part des films cinématographiques dans l'offre d'animation s'élève à 8,0 % sur les chaînes historiques, contre 5,2 % sur les chaînes TNT/TNT HD. Dans l'offre de cinéma d'animation, les chaînes TNT représentent 55,7 % de l'offre, contre 44,3 % pour les chaînes historiques en 2024 (respectivement 51,4 % et 48,6 % en 2023).

L'offre d'animation sur les chaînes nationales par type de programmes (heures)¹



¹ Hors France 4.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

Au global, l'offre d'animation progresse de 5,1 % par rapport à 2023. En agrégeant les volumes de diffusion par groupe audiovisuel, le groupe M6 se place en première position avec 6 334 heures (-19,2 % par rapport à 2023), portée par Gulli, première chaîne, et de loin, en termes d'offres (6 120 heures en 2024, soit 242 heures de plus qu'en 2023). A l'inverse, l'offre de France Télévisions est stable (2 549 heures, hors France 4, +1,1 %) et celle du groupe TF1 progresse (1 619 heures, +22,6 %). Comme pour M6, l'offre d'animation du groupe Canal+ diminue (350 heures, -10,2 %).

Dans le détail, cette offre diminue de 157 heures sur M6 (131 heures), liée à la stratégie de programmation de la chaîne qui diminue la diffusion de programmes d'animation en matinée (121 heures en 2024, contre 245 heures en 2023), et de 96 heures sur 6ter (58 heures), en lien avec l'arrêt de la diffusion de deux séries *Jayce* et *les Aventures de Tintin* ainsi qu'à un nombre de films programmés en retrait (10 en 2024, contre 24 en 2023).

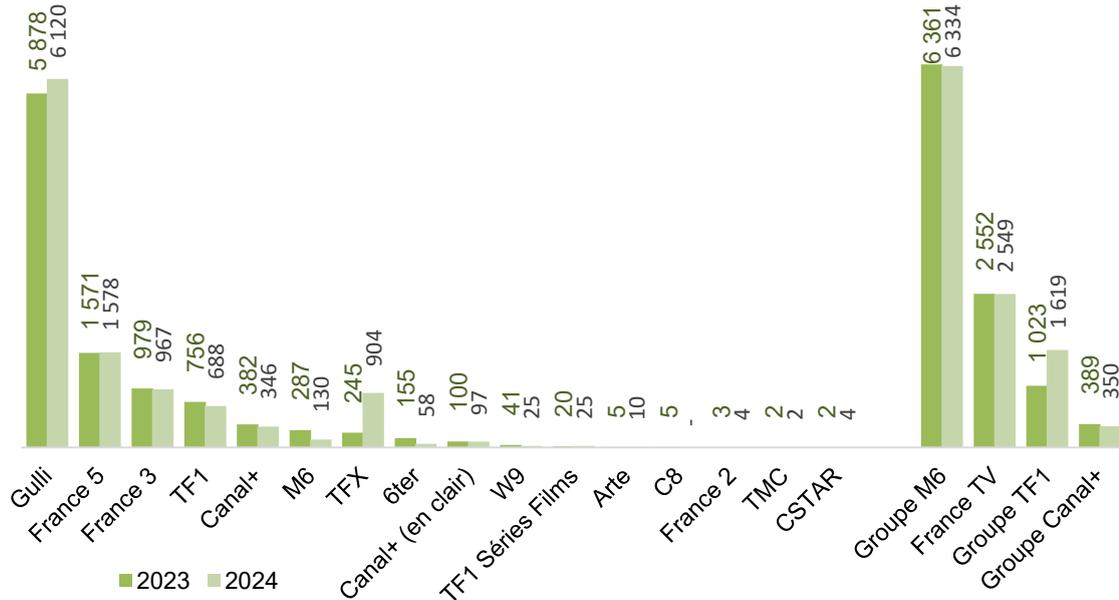
Pour rappel, France 4 était auparavant la seconde chaîne, derrière Gulli, en termes d'offre d'animation. La réorganisation de la grille de France 4, structurée autour de deux blocs de programmes distincts (Okoo et Culturebox) depuis septembre 2021 s'est accompagnée d'une augmentation de l'offre d'animation sur France 5. L'offre de la chaîne reste stable à

1 578 heures (+7 heures), deuxième plus haut niveau derrière 2022 (1 621 heures), en progression de 30,6 % depuis 2020 (1 208 heures).

L'offre d'animation recule de 68 heures sur TF1 (688 heures) mais augmente de 660 heures sur TFX (904 heures), suite au passage d'une partie de TFou sur TFX et au développement de l'offre jeunesse de TFX..

Canal+ propose 36 heures d'animation en moins en 2024, à 346 heures, quasiment uniquement liée au recul de la diffusion de films cinématographiques d'animation (-33 heures sur un an).

Nombre d'heures d'animation sur les chaînes nationales



Composition des groupes : **Groupe M6** : M6, W9, Gulli, 6ter ; **France TV** : France 2, France 3, France 5 ; **Groupe TF1** : TF1, TMC, TFX, TF1 Séries et Films ; **Groupe Canal+** : Canal+, C8, CSTAR.
 Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

Une offre d'animation sur les chaînes nationales en hausse après 8h30

En 2024, l'offre d'animation sur les chaînes nationales progresse de 1,3 % avant 8h30 par rapport à 2023, à 5 080 heures, et de 8,8 % après 8h30 à 5 782 heures. L'offre d'animation avant 8h30 recule sur TF1 (-169 heures), au profit de TFX (+390 heures), et sur M6 (-124 heures). L'offre après 8h30 s'est particulièrement étoffée sur TFX (+269 heures), Gulli (+224 heures) et TF1 (+101 heures).

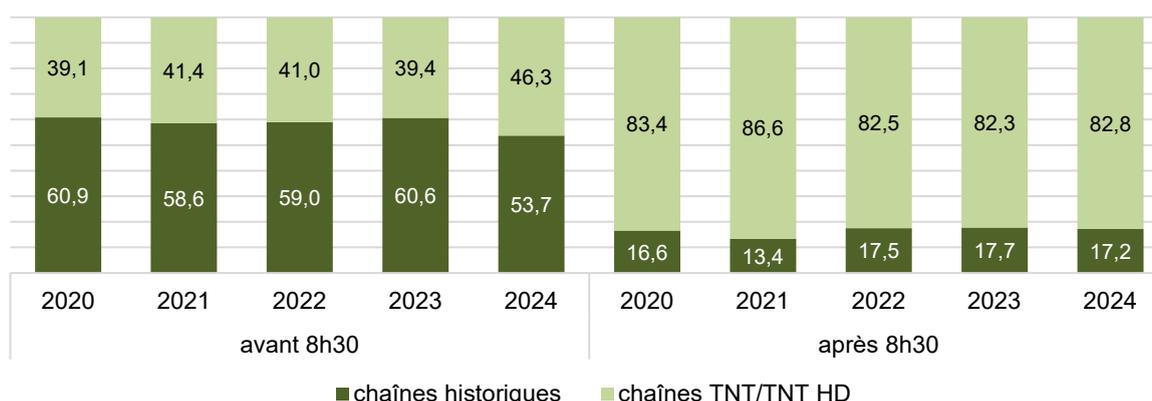
L'offre proposée par les chaînes historiques et les chaînes TNT/TNT HD semble être relativement complémentaire. 73,4 % de l'offre d'animation des chaînes historiques est programmée avant 8h30 (76,3 % en 2023) alors que 67,1 % de celle des chaînes TNT/TNT HD est diffusée après 8h30 (68,9 % en 2023). Au global, 53,2 % de l'offre d'animation est proposée après 8h30 (51,5 % en 2023).

En ce qui concerne les jours de diffusion, sur l'ensemble des chaînes nationales, le samedi reste celui qui affiche le volume de diffusion d'animation le plus élevé (1 909 heures), et en

hausse par rapport à 2023 (+12,0 %). A noter que l'offre d'animation de TF1 progresse sensiblement sur ce jour, passant de 91 heures en 2023 à 216 heures en 2024 (+124 heures). Avant la crise sanitaire, le dimanche était le jour où l'animation était la plus diffusée avec notamment 2 043 heures en 2019. En 2024, ce volume recule à 1 581 heures (-12 heures par rapport à 2023, -463 heures par rapport à 2019), un niveau qui reste toutefois légèrement supérieur à celui des autres jours de la semaine (entre 1 382 heures le jeudi et 1 530 heures le mardi).

En 2024, sur les chaînes nationales, le volume horaire d'animation est stable hors vacances scolaires (-0,3 %) par rapport à 2023, mais augmente de 11,5 % pendant les vacances. En période scolaire, l'offre progresse notamment de 384 heures sur TFX (512 heures), 232 heures sur Gulli (2 781 heures) et 54 heures sur France 3 (654 heures). En 2024, les congés scolaires couvrent 43,4 % des jours de l'année (toutes zones confondues) mais totalisent 49,1 % de l'offre d'animation sur les chaînes nationales. Cette proportion atteint 52,7 % sur les chaînes historiques contre 47,3 % sur les chaînes TNT/TNT HD.

Répartition des heures d'animation selon l'horaire de diffusion (%)



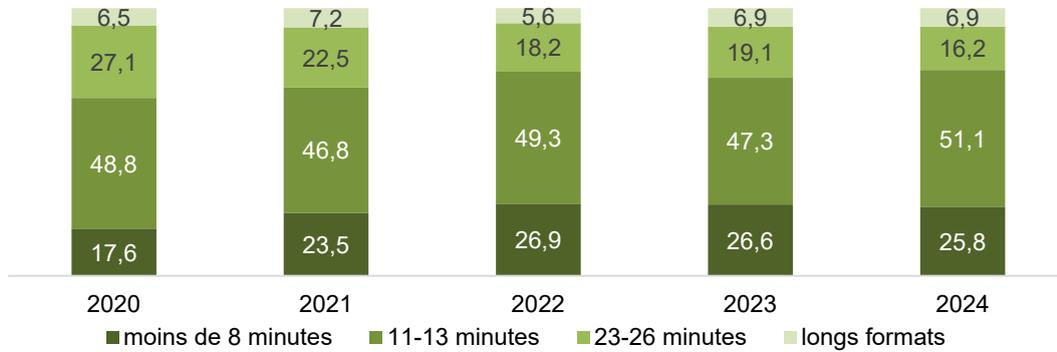
Source : Médiamétrie – Médiamat – Tous droits réservés.

Une hausse sensible des séries de formats courts par rapport à l'avant crise

En 2024, le volume des programmes de formats longs, films cinématographiques mais également téléfilms ou épisodes spéciaux, est en hausse de 4,7 % par rapport à 2023, à 750 heures ; cela reste néanmoins le format le moins représenté dans l'offre d'animation (6,9 % en 2024). Le volume des programmes de 23 à 26 minutes (1 760 heures) baisse, quant à lui, de 10,8 % par rapport à 2023. L'offre de programmes de formats courts (moins de 13 minutes) poursuit sa progression, et s'établit à 8 352 heures (+9,3 %). Plus précisément, les programmes de moins de 8 minutes enregistrent un léger recul de 1,8 % (2 801 heures), alors que l'offre de programmes de 11 à 13 minutes est en hausse de 13,5 % (5 551 heures). Ces deux formats se sont largement développés depuis la crise sanitaire : ils représentaient 60,3 % du volume d'animation diffusé à la télévision en 2019, ils en représentent plus des trois quarts en 2024 (76,9 %). Les séries de 11 à 13 minutes demeurent le premier format d'animation diffusé sur les chaînes nationales (51,1 % du volume horaire total), en hausse par

rapport à 2023 (47,3 %), devant celles de moins de 8 minutes (25,8 %, contre 26,6 % en 2023 mais 19,7 % en 2019), celles de 23 à 26 minutes (16,2 %, contre 19,1 % en 2023 et 33,4 % en 2019) et les formats longs (6,9 %, comme en 2023 et 6,3 % en 2019).

Répartition du volume horaire d’animation sur les chaînes nationales selon le format (%)



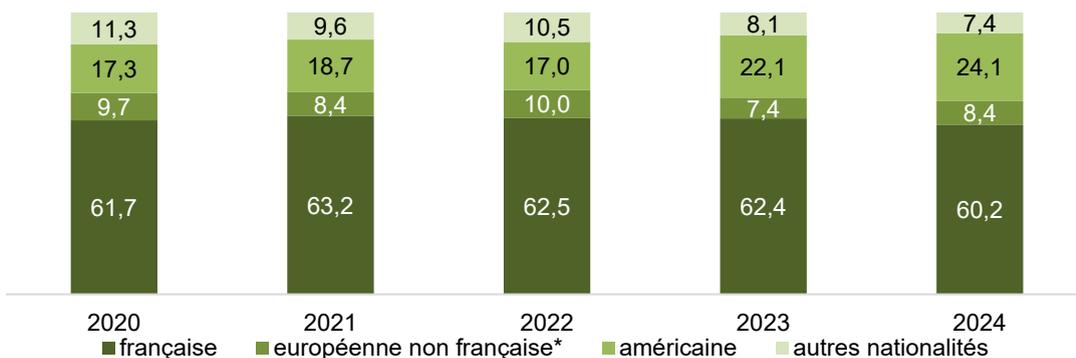
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

Une large majorité de programmes français au sein de l’offre d’animation des chaînes nationales

L’offre d’animation sur les chaînes nationales est largement dominée par les programmes français avec 6 536 heures en 2024 (+1,3 % par rapport à 2023), devant les programmes américains (2 620 heures) qui apparaissent toutefois en forte hausse pour la deuxième année consécutive (+15,0 % par rapport à 2023 et +49,2 % par rapport à 2022). Après un fort recul en 2023 (-25,9 % par rapport à 2022), l’offre de programmes européens non français enregistre une hausse de 18,4 %, à 907 heures. L’offre de programmes étrangers non européens et non américains recule de 5,0 %, à 799 heures.

Les programmes français composent 60,2 % de l’offre d’animation sur les chaînes nationales (62,4 % en 2023), une part toujours supérieure à 60 % depuis 2020, bien qu’en baisse depuis 2022 au profit des programmes américains qui composent 24,1 % de l’offre en 2024 (22,1 % en 2023 et au plus haut depuis 2019). La hausse de l’offre de programmes américains est notamment portée par France 3 et TFX. Les programmes européens non français concentrent 8,4 % de l’offre d’animation (7,4 % en 2023) et les programmes d’autres nationalités 7,4 % (8,1 % en 2023 et au plus bas depuis 2015, première année de suivi).

Répartition du volume horaire d’animation sur les chaînes nationales selon la nationalité (%)



* Européenne au sens continental. / Source : Médiamétrie – Médiamat – Tous droits réservés.

22 chaînes thématiques consacrent au moins un quart de leur grille à l'animation

A l'offre des chaînes nationales, s'ajoute l'offre d'animation des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l'ADSL. En février 2025, 22 chaînes consacrent au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation (hors canaux de diffusion décalée) selon le Médiamat' Thématik, soit deux de plus qu'en 2022 (Cartoonito et Dreamworks).

Liste des chaînes d'animation diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l'ADSL en février 2025 couvertes par le Médiamat' Thématik¹

Boomerang (et Boomerang+1)	Mangas
Canal J	MCM
Cartoon Network	Nickelodeon (et Nickelodeon+1)
Cartoonito	Nickelodeon Junior
Disney Channel (et Disney Channel+1)	Nickelodeon Teen
Disney Junior	Piwi+
Dreamworks	TéléTOON+ (et TéléTOON+1)
Game One (et Game One+1)	TiJi
J-One	

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience Médiamat'Thématik.

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

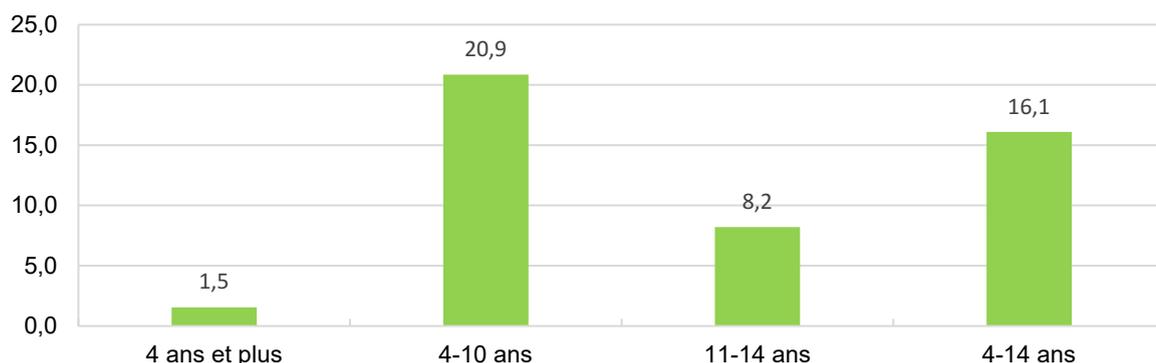
2.3.L'audience de l'animation à la télévision

Une consommation plus importante chez les 4-10 ans que chez les 11-14 ans

L'animation enregistre une part d'audience largement plus élevée sur son public cible, à 16,1 % sur les 4-14 ans (soit 35 heures de durée d'écoute par individu sur un an), contre 1,5 % sur l'ensemble des Français de 4 ans et plus (13 heures). Le genre est sur-consommé par les enfants puisqu'il constitue 6,5 % seulement de l'offre globale de programmes sur les chaînes nationales selon Médiamétrie. Plus précisément, et comme chaque année, ce sont les 4-10 ans qui consacrent la plus large part de leur durée d'écoute à l'animation, à 20,9 % (46 heures en 2024),

A noter qu'à partir de 2024, la mesure d'audience intègre les foyers non-équipés TV et les écrans internet à domicile, ce qui peut avoir des effets sur la durée d'écoute et ne permet pas de faire de comparaison avec les années précédentes.

Part de l'animation dans la consommation des chaînes nationales¹ selon l'âge en 2024 (%)²



¹ TF1, France 2, France 3, Canal+, France 5, M6, Arte, C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, CStar, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25.

² A partir de 2024, la mesure d'audience intègre les foyers non-équipés TV et les écrans internet à domicile.

Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2024, les meilleures audiences d'animation en cinéma et en série à la télévision sur les 4 ans et plus sont deux œuvres américaines : *Tous en scène 2* (TF1, 2,8 millions de téléspectateurs) côté cinéma et *Paw Patrol la Pat'patrouille* côté séries (TF1, 0,9 million de téléspectateurs). Si les cinq meilleures audiences de films d'animation à la télévision ont été enregistrées en 2024 par des films américains, du côté des séries, à l'exception de la meilleure audience, les quatre autres places sont occupées par des programmes français (avec en tête *Athleticus*, sur Arte). Par ailleurs, quatre des cinq premières séries en termes d'audience sont des programmes d'animation diffusés sur Arte et s'adressant à un public plus âgé, démontrant l'intérêt des adultes pour les programmes d'animation.

A noter qu'en 2024, le premier film français est *Astérix et le secret de la potion magique*, diffusé sur M6, à la 6^e place (2,0 millions de spectateurs).

Palmarès des meilleures audiences d'animation à la télévision en 2024 (4 ans et plus)

rang	date	début	chaîne	programme	nationalité	millions de téléspectateurs	pda ¹ (%)
films d'animation							
1	25 févr.	21h15	TF1	<i>Tous en scène 2</i>	Etats-Unis	2,8	13,6
2	19 janv.	21h14	M6	<i>Coco</i>	Etats-Unis	2,5	12,8
3	10 nov.	21h12	TF1	<i>Les Minions 2, il était une fois Gru</i>	Etats-Unis	2,4	12,3
4	16 févr.	21h14	TF1	<i>Le Roi Lion</i>	Etats-Unis	2,4	11,9
5	25 déc.	21h12	TF1	<i>Le Chat Potté 2, la dernière quête</i>	Etats-Unis	2,3	13,7
séries d'animation*							
1	16 mars	8h47	TF1	<i>Paw Patrol la Pat'patrouille</i>	Etats-Unis	0,9	18,8
2	21 juin	20h53	Arte	<i>Athleticus</i>	France	0,8	4,3
3	16 déc.	20h51	Arte	<i>Samuel</i>	France	0,8	3,5
4	16 févr.	20h52	Arte	<i>Mères anonymes</i>	France	0,7	3,5
5	18 oct.	20h52	Arte	<i>De Gaulle à la plage</i>	France	0,7	3,4

¹ pda : part d'audience.

* Pour les séries d'animation, seule la meilleure audience d'un même titre a été retenue.

Source : Médiamétrie - Médiamat.

Palmarès des meilleures audiences de séries d'animation* à la télévision en 2024 (4-14 ans)

rang	date	début	chaîne	programme	nationalité	millions de téléspectateurs	pda ¹ (%)
1	13 mars	8h47	TF1	<i>Paw Patrol la Pat'patrouille</i>	Etats-Unis	0,4	53,1
2	21 janv.	6h39	TF1	<i>Chuggington</i>	Royaume-Uni	0,2	94,0
3	27 juil.	9h33	Gulli	<i>Les Sisters</i>	France	0,2	31,8
4	12 juil.	12h47	Gulli	<i>Zig et Sharko</i>	France	0,2	31,8
5	30 nov..	7h33	TF1	<i>Ruben et Cie</i>	Etats-Unis	0,2	70,3

¹ pda : part d'audience.

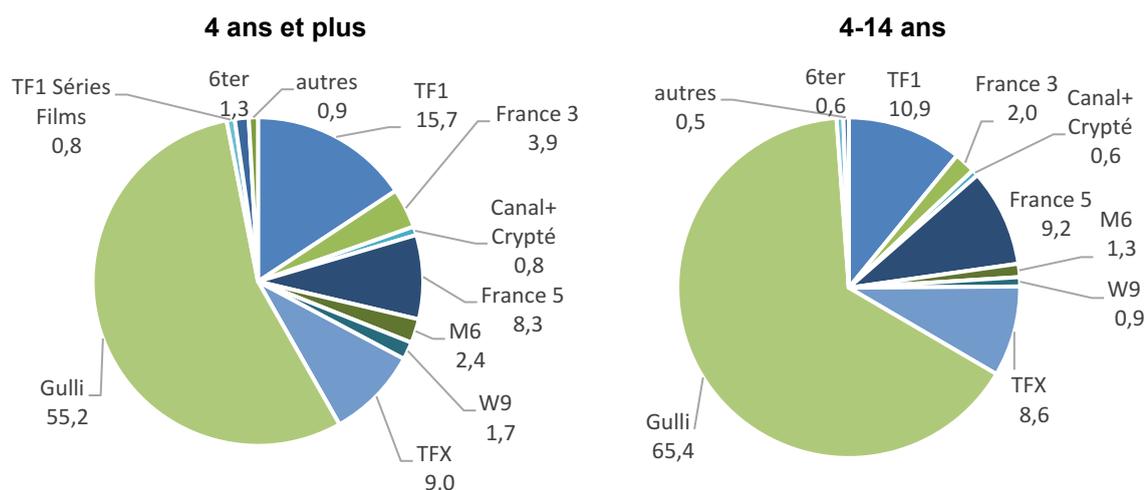
*Seule la meilleure audience d'un même titre a été retenue.

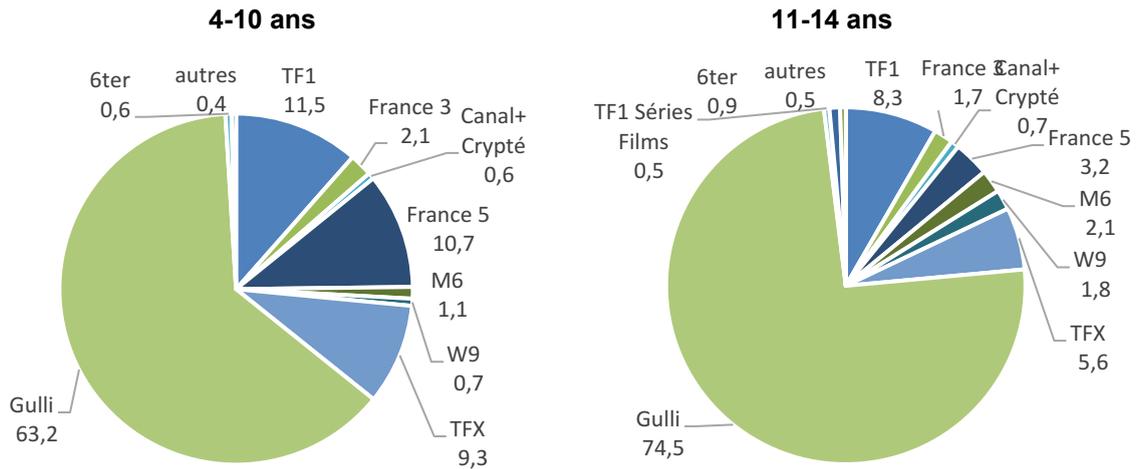
Source : Médiamétrie - Médiamat.

En 2024, les chaînes TNT/TNT HD (C8, W9, TMC, TFX, NRJ12, CSTAR, Gulli, TF1 Séries Films, 6ter, RMC Story, RMC Découverte, Chérie 25) représentent 68,3 % de la consommation d'animation sur les chaînes nationales sur les 4 ans et plus (+5,8 points sur un an), jusqu'à 74,1 % sur les 4-10 ans (+9,7 points) et 83,7 % sur les 11-14 ans (+3,2 points). Cette dynamique accompagne notamment le développement de l'offre de TFX, qui passe de 245 heures d'animation en 2023 à 904 heures en 2024. La chaîne capte ainsi 8,6 % du temps d'écoute de programmes d'animation des 4-14 ans en 2024, contre 0,8 % en 2023.

Gulli est, quel que soit l'âge du public, la première chaîne en termes de consommation d'animation, devant TF1. Sur les 4-10 ans, la chaîne totalise 63,2 % de la durée d'écoute des programmes d'animation de l'ensemble des chaînes nationales (+1,4 point), contre 11,5 % pour TF1 (-8,7 points, à la suite de la reconfiguration de sa matinale), 10,7 % pour France 5 (+2,1 points) et 9,3 % pour TFX (+8,6 points). Sur les 11-14 ans, Gulli totalise 74,5 % de la durée d'écoute des programmes d'animation (-1,0 point), devant TF1 avec 8,3 % (-2,0 points) et TFX avec 5,7 % (+4,8 points). Sur les 4-14 ans, et par groupe audiovisuel, le groupe M6 arrive en tête (68,2 %, -0,9 point), devant le groupe TF1 (19,7 %, +0,3 point) et France Télévisions (11,3 % hors France 4, +0,8 point).

Répartition de la consommation d'animation sur les chaînes nationales selon l'âge du public en 2024¹ (% en durée d'écoute)



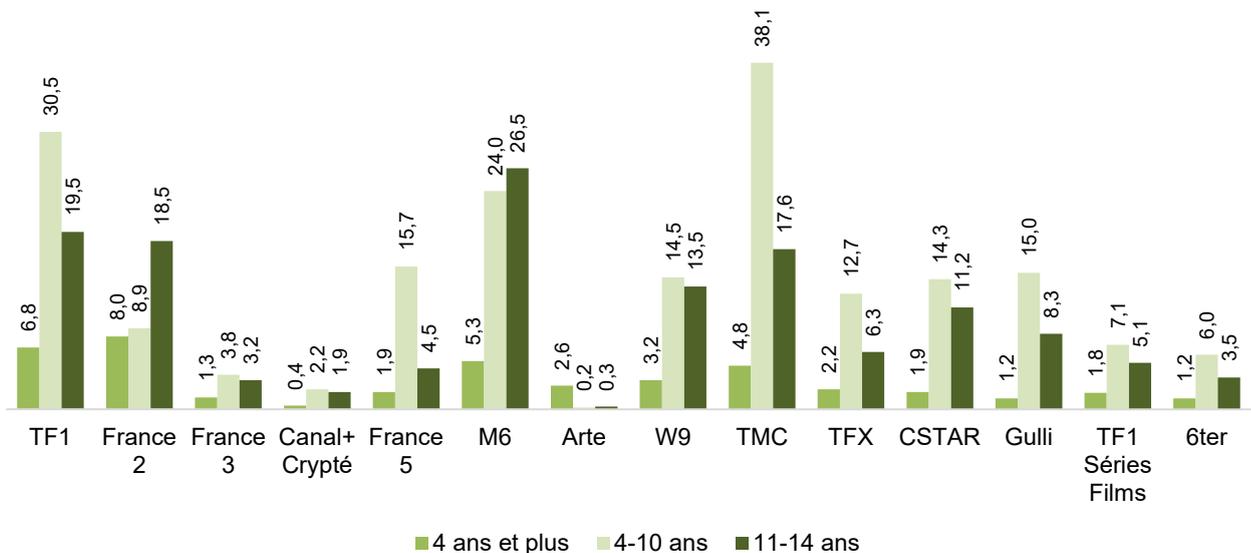


¹ La catégorie « autres » comprend les chaînes représentant moins de 0,4 % de la consommation totale.
Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2024, TMC enregistre la meilleure part d'audience pour un film d'animation parmi les chaînes nationales sur les 4-14 ans (29,2 %), et encore davantage sur les 4-10 ans (38,1 %), grâce au long métrage *Moi, moche et méchant 3*. Elle est suivie de TF1 (28,2 % de part d'audience en moyenne sur les programmes d'animation, cinéma et audiovisuel, sur les 4-14 ans et 30,5 % sur les 4-10 ans) et de M6 (24,8 %, avec une part similaire pour les 4-10 ans et les 11-14 ans).

France 2 affiche, de son côté, la meilleure performance sur les 4 ans et plus (8,0 %) ; son offre d'animation se compose uniquement de deux longs métrages en 2024 (*Le Pôle Express* et *La Famille Adams*), sans doute regardés en famille. La chaîne devance TF1 (6,8 % de part d'audience sur les 4 ans et plus) et M6 (5,3 %).

Part d'audience de l'animation sur les cibles 4 ans et plus, 4-10 ans et 11-14 ans sur les chaînes nationales en 2024 (%)



Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

En 2024, les programmes d'animation diffusés après 8h30 représentent 77,3 % de la consommation d'animation des 4 ans et plus sur les chaînes nationales (+1,7 point par rapport à 2023), 74,0 % sur les 4-10 ans (+1,7 point) et 84,2 % sur les 11-14 ans (-1,6 point), pour 53,2 % de l'offre, et sont donc sur-consommés par rapport aux tranches matinales avant 8h30.

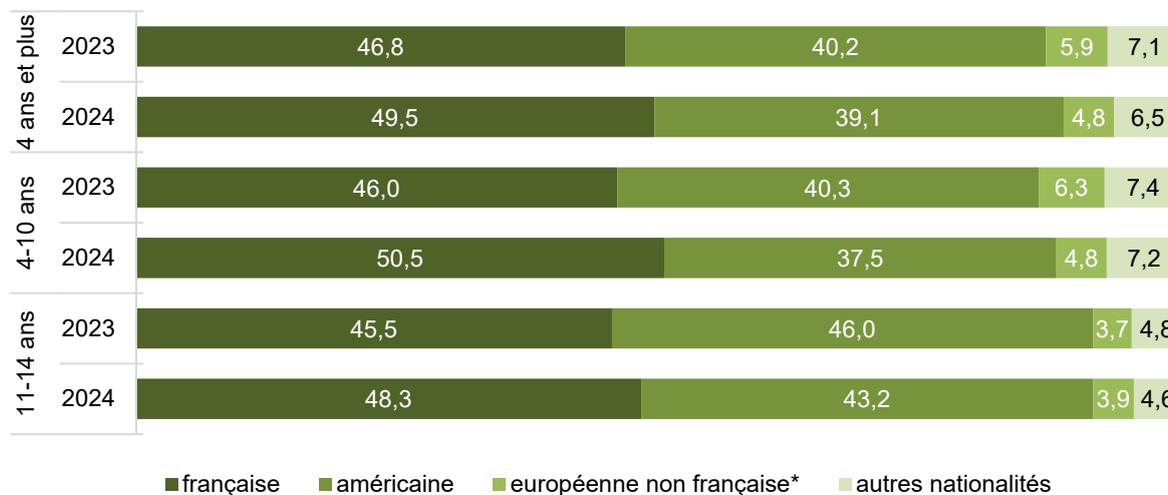
En 2024, les vacances scolaires représentent 53,4 % de la consommation d'animation sur les chaînes nationales des 4 ans et plus (-0,5 point par rapport à 2023), 49,7% sur les 4-10 ans (+1,8 point) et 51,1 % sur les 11-14 ans (-0,6 point), pour 49,1 % de l'offre.

En 2024, les programmes d'animation de 11 à 13 minutes, 51,1 % du volume horaire programmé, représentent la majorité de la consommation pour toutes les tranches d'âge, soit 57,2 % pour les 11-14 ans (-3,4 points), 58,4 % pour les 4-10 ans (-1,9 point) et 48,8 % pour les 4 ans et plus (-0,1 point). Leur poids dans la consommation d'animation des 4-14 ans recule toutefois au profit des programmes de moins de 8 minutes et des longs formats. Les programmes de moins de 8 minutes totalisent ainsi 14,7 % de la consommation des 4-10 ans (+1,7 point) et 9,0 % de celle des 11-14 ans (+2,2 points), pour 25,8 % de l'offre. Si la part de ce format dans la consommation d'animation fluctue d'année en année, celle des formats longs (films et unitaires audiovisuels) suit une tendance à la hausse depuis 2020. Ils représentent, en 2024, 6,9 % de l'offre mais réalisent 14,5 % de la consommation d'animation des 4-10 ans (+0,9 point par rapport à 2023 et +3,5 points par rapport à 2020), 21,6 % de celle des 11-14 ans (respectivement +2,0 points et +8,4 points) et 23,7 % de celle des 4 ans et plus (respectivement +1,0 point et +6,4 points). Cela en fait le deuxième format le plus regardé par les 4 ans et plus et les 11-14 ans. *Tous en scène 2* est le 1^{er} film d'animation en termes d'audiences (2,8 millions de téléspectateurs – TF1) en 2024, il est 72^e au classement tous films. Les programmes de 23 à 26 minutes captent 13,6 % de la consommation d'animation des 4 ans et plus, 12,4 % de celle des 4-10 ans et 12,1 % de celle des 11-14 ans, des parts en diminution depuis 2020. Ils composent 16,2 % de l'offre en 2024 (-2,9 points par rapport à 2023).

En 2024, les programmes français d'animation, qui totalisent 60,2 % de l'offre, représentent la part de la consommation la plus importante sur l'ensemble des tranches d'âges : 50,5 % chez les 4-10 ans (+4,5 points), 48,3 % chez les 11-14 ans (+2,9 points) et 49,5 % chez les 4 ans et plus (+2,7 points).

L'animation américaine enregistre sa part du temps d'écoute la plus haute chez les 11-14 ans avec 43,2 % de leur consommation. Cela s'explique notamment par les séries américaines diffusées sur Gulli depuis quelques années telles que *Bienvenue chez les Loud* ou *Bienvenue chez les Casagrandes*, et, plus récemment, *Spidey et ses amis extraordinaires* ou *Kamp Koral*. Les programmes américains surperforment au vu de leur part dans l'offre, à 39,1 % de la consommation sur les 4 ans et plus pour 24,1 % de l'offre. Si la part de l'offre de programmes américains est en hausse pour la deuxième année consécutive (+2,0 points par rapport à 2023 et +7,1 points par rapport à 2022), leur part dans la consommation recule sur toutes les cibles entre 2023 et 2024 : -1,1 point pour les 4 ans et plus (39,1 %), -2,8 points pour les 4-10 ans (37,5 %) et les 11-14 ans (43,2 %).

Répartition de la consommation d'animation sur les chaînes nationales selon la nationalité (% en durée d'écoute)

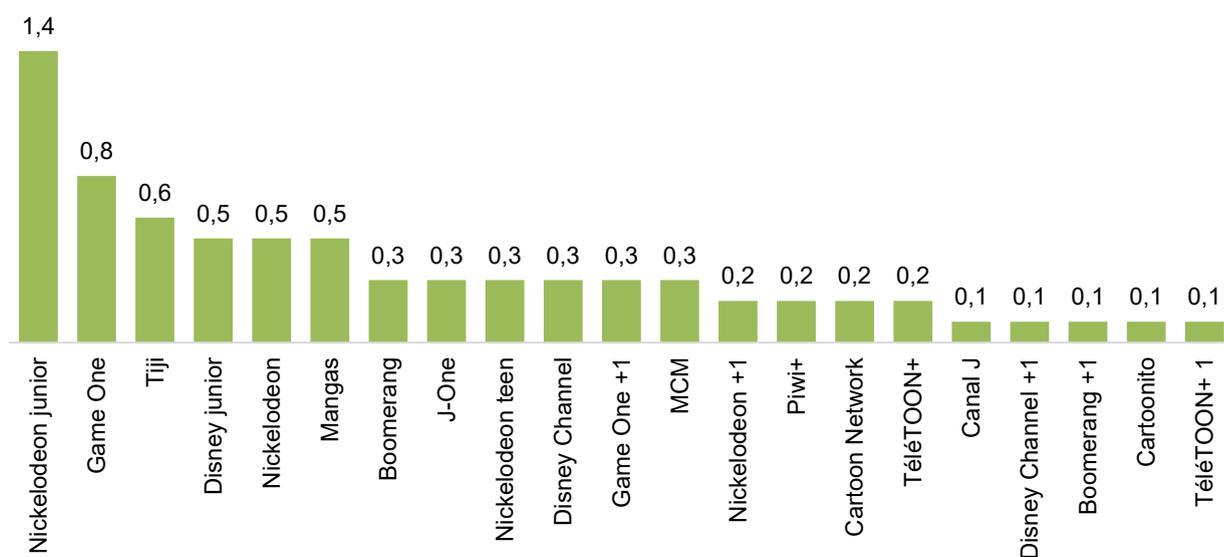


* Européenne au sens continental. / Source : Médiamétrie - Médiamat - Tous droits réservés.

Une baisse de l'audience qui se poursuit pour les chaînes thématiques d'animation

D'après les derniers résultats d'audience des chaînes thématiques diffusées sur le câble, le satellite, la fibre et l'ADSL, le panel des chaînes thématiques d'animation étudiées (chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience MédiamatThématik) recueille moins de 0,7 % de part d'audience entre septembre 2024 et février 2025 parmi les Français âgés de 4 ans et plus ayant accès à une offre élargie de chaînes. Plus précisément, au sein de l'univers des chaînes thématiques étudiées par Médiamétrie, ces chaînes recueillent 7,4 % de part d'audience, soit une baisse de 1,4 point par rapport à la période s'étendant de septembre 2023 à février 2024 (8,8 %). En restant sur ce périmètre des chaînes thématiques, à l'exception de Tiji (+0,2 point), Mangas (+0,1 point) et Télétoon+ (+0,1 point) qui enregistrent de légères hausses de leur part d'audience, les performances des autres sont stables ou à la baisse. Nickelodeon junior enregistre la baisse la plus importante, à 1,4 % (-0,3 point).

En additionnant l'audience des chaînes par groupe audiovisuel, le groupe américain Paramount (Nickelodeon junior, Nickelodeon teen, Nickelodeon, Nickelodeon +1, Game One, Game One +1, J-One) occupe la première place avec 3,8 % de part d'audience sur le périmètre des chaînes thématiques (-1,0 point), suivi par les groupes Disney (Disney Junior, Disney Channel, Disney Channel +1) à 0,9 % (-0,4 point) et Warner Bros. Discovery (Cartoon Network, Boomerang, Boomerang +1, Cartoonito) à 0,7 % (-0,1 point). Au total, les chaînes des groupes américains représentent 5,4 % de part d'audience, contre 1,7 % pour les chaînes des groupes français M6 (MCM, Canal J, Tiji), Mediawan Thematics (Mangas) et Canal+ (Piwi+, Télétoon+, Télétoon +1).

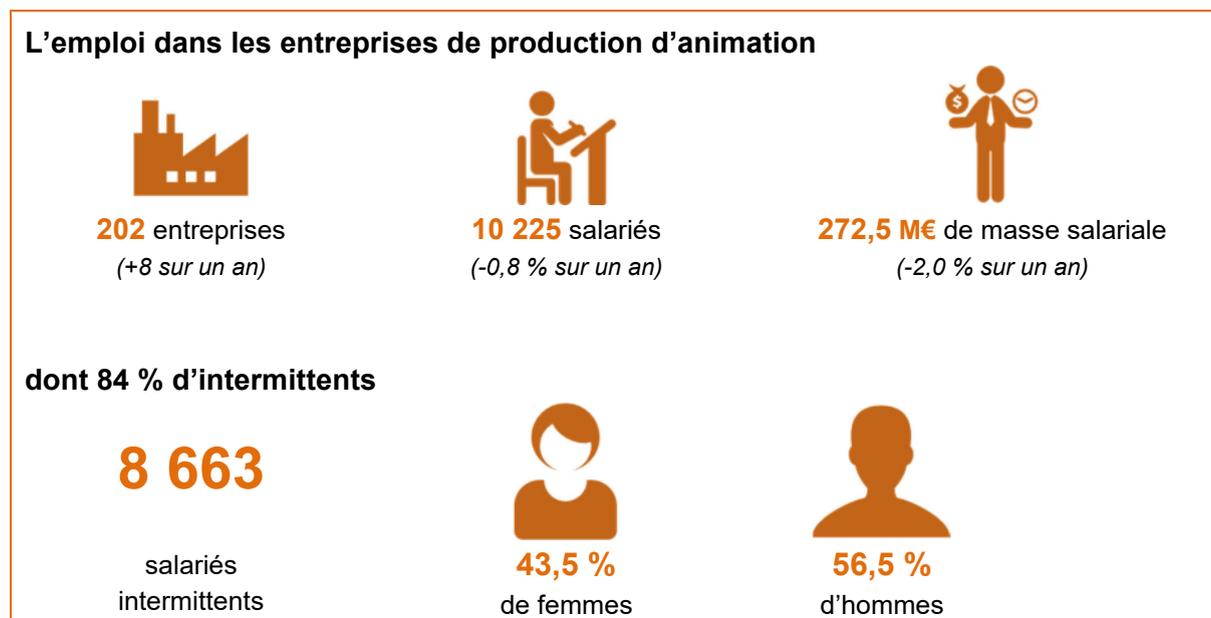
Part d'audience thématiques* des chaînes thématiques d'animation – sept. 2024-févr. 2025¹ (%)

* Part d'audience calculée sur la base de l'ensemble des chaînes thématiques marquées

¹ Chaînes consacrant au moins un quart de leur grille de programmes à l'animation et souscrivant à l'étude d'audience Médiamat'Thématik. / Source : Médiamétrie – Médiamat'Thématik (ensemble univers) – ensemble de la journée, 4 ans et plus.

3. Emploi

L'animation en 2023 :



Source : Audiens.

Remarques méthodologiques

La partie ci-après présente des statistiques issues des données d'Audiens, groupe de protection sociale dédié aux secteurs de la culture, de la communication et des médias. Jusqu'en 2016, les entreprises adhérentes étaient tenues de fournir une déclaration nominative annuelle des salaires. Depuis 2017, les déclarations nominatives annuelles ont été remplacées par les déclarations sociales nominatives (DSN) mensuelles. Ces déclarations contiennent notamment, pour chaque période d'activité déclarée, les dates de début et de fin d'activité, la catégorie professionnelle ainsi que le salaire brut après abattement pour frais professionnels pour les professions qui peuvent bénéficier de cette déduction.

Le périmètre d'analyse a été défini en concertation avec AnimFrance et le CNC, et couvre 343 établissements de production de films et de programmes d'animation sur la période 2004-2023, dont 202 entreprises actives en 2023.

La notion d'entreprise s'entend au sens du SIREN de celle-ci. La situation de chaque entreprise résume la situation de l'ensemble des établissements de cette entreprise. Pour certaines entités ayant plusieurs activités, seule l'activité relative à la production de films et programmes d'animation est étudiée.

Depuis 2018, les informations relatives aux personnels permanents sont traitées par Audiens pour l'ensemble des entreprises avec de l'activité déclarée. Avant cette date, quelques entreprises relevaient d'autres caisses de retraite complémentaire pour leurs effectifs permanents, qui ne figurent par conséquent pas dans les historiques. Seuls les personnels techniques (permanents et intermittents) du secteur sont étudiés. Le personnel artistique en CDD d'usage (ou intermittent) n'est pas présenté dans cette étude. En raison d'une modification du périmètre d'analyse, l'ensemble des historiques a été retravaillé.

La version complète de l'étude réalisée par Audiens est consultable sur le site :

<https://www.audiens.org/accueil/groupe-audiens/au-service-des-professions.html>

Les informations relatives à l'évolution mensuelle de l'emploi dans les secteurs soutenus par le CNC sont issues de l'outil Datalab, développé par Audiens. Le secteur d'activité « production de films et de programmes d'animation » tel que défini par Audiens est déterminé sur la base du code APE de l'entreprise, des conventions collectives utilisées ainsi que de son activité réelle déclarée à Audiens. Ce périmètre inclut un nombre plus important d'entreprises que celui utilisé dans le reste de l'étude.



3.1. Les entreprises de production de films et de programmes d'animation

Augmentation et consolidation du parc d'entreprises en 2023

En 2023, le parc d'entreprises du secteur de l'animation progresse pour la deuxième année consécutive. 202 sociétés sont déclarées, soit une hausse de 4,1 % par rapport à 2022 (194 entreprises). De façon plus précise, trois phases de construction du parc français d'entreprises d'animation peuvent être dégagées.

Tout d'abord, une forte croissance du nombre d'entreprises entre 2004 (78 entreprises) et 2011 (138 entreprises, soit +76,9 %), avec l'émergence conjointe de structures de grande

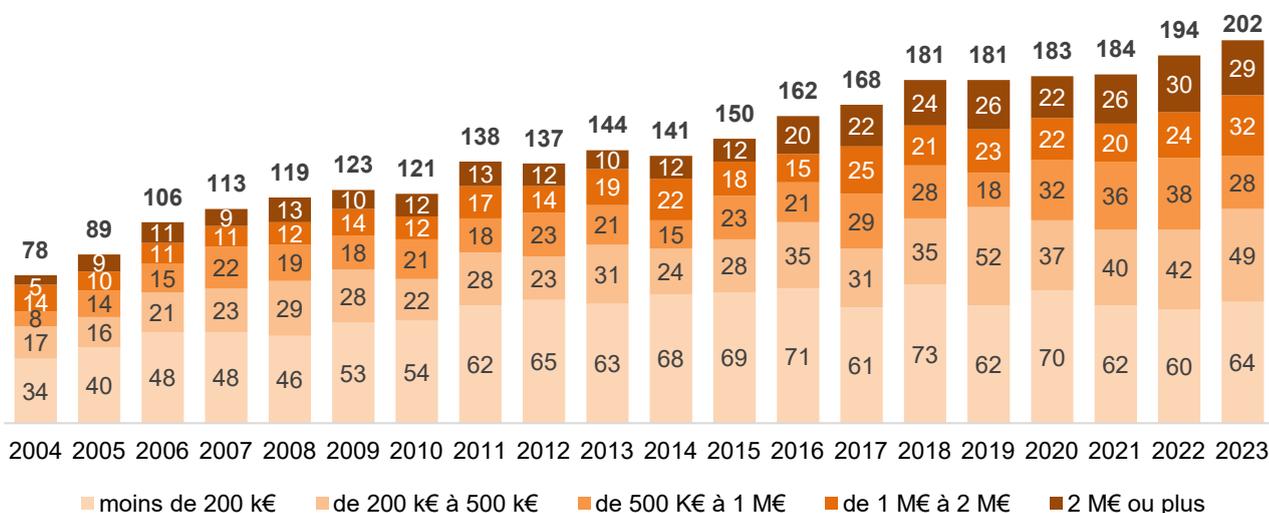
envergure, parmi lesquelles Illumination MacGuff ou Blue Spirit : en 2011, 13 entreprises déclarent plus de 2 M€ de masse salariale, contre 5 en 2004.

Après quatre années de stabilisation du parc d'entreprises, un regain de dynamisme se fait sentir à partir de 2015 et fait écho au rayonnement international de la France en matière d'animation et à l'augmentation du nombre de projets internationaux ambitieux réalisés, tout ou partie, sur le territoire. En 2018, 181 entreprises du secteur de l'animation déclarent de l'activité auprès d'Audiens, soit +28,4 % par rapport à 2014 (141 entreprises). Ce nouveau mouvement de croissance s'accompagne également d'une consolidation de l'assise des acteurs déjà en place, ainsi que de la relocalisation en France de studios (dont WatchNext media, Superprod, Madlab Animations, Go-N, Samka Productions), qui participent à l'augmentation du nombre de sociétés de grande envergure. En 2018, 24 entreprises déclarent plus de 2 M€ de masse salariale, soit le double du nombre observé en 2014.

Depuis 2018, la capacité à employer des entreprises s'est accrue : en 2023, moins d'un tiers (31,7 %) des entreprises déclarent moins de 200 K€ de masse salariale, une part en baisse par rapport à 2019 (36,9 %) et nettement inférieure à celle du début de la décennie (48,2 % en 2014). Dans ce contexte de consolidation des entreprises, la polarisation autour de quelques très grosses entreprises demeure toutefois importante. En 2023, 13 entreprises concentrent plus la moitié de la masse salariale totale, une concentration en recul par rapport à 2022 (10 entreprises) et 2019 (9 entreprises).

Dans le cadre du plan d'investissement national France 2030 et de l'appel à projet « La grande fabrique de l'image », coordonné par le CNC, la structuration du secteur devrait se poursuivre selon deux axes directifs majeurs. D'une part, les investissements visent à renforcer les entreprises motrices du secteur, avec la labellisation de projets portés par des acteurs majeurs (Xilam, Mikros Images), ainsi que le développement de studios créatifs en forte croissance comme Miam ! Animation (*Edmond et Lucie, Les Minus*), qui a ainsi finalisé son pipeline de production en temps réel, ou encore TAT Studio (*Astérix et Obélix : le combat des chefs, Falcon Express*) qui vise un doublement de sa capacité de production. D'autre part, les investissements ont vocation à renforcer le positionnement de la France à l'échelle mondiale sur des filières de niches stratégiques (*stop motion, motion capture*).

Nombre d'entreprises en fonction de la masse salariale annuelle brute



Source : Audiens.

Un mouvement de décentralisation continu

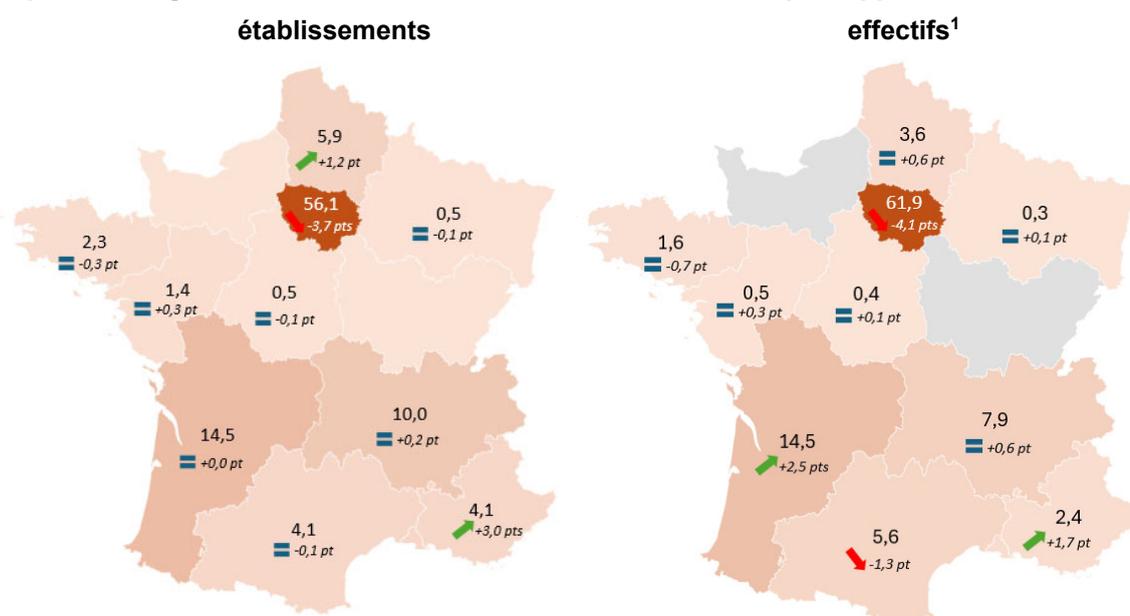
L'augmentation du nombre d'entreprises s'est accompagnée d'une progressive décentralisation de l'implantation de leurs établissements. La part d'établissements de production de films et de programmes d'animation implantés en Île-de-France demeure majoritaire en 2023 (56,1 %), mais en baisse continue depuis 2019 (59,8 % et 57,5 % en 2022). L'activité en régions gravite principalement autour de pôles d'animation, comme en région Nouvelle-Aquitaine (14,5 % des établissements en 2023, avec notamment le pôle image Magelis à Angoulême) et en région Auvergne-Rhône-Alpes (10,0 %, avec la Cartoucherie à Bourg-lès-Valence).

Dans le cadre du plan d'investissement France 2030, le renforcement des pôles régionaux constitue un axe clef de développement des filières de l'animation, avec la labellisation de Foliascope en région Auvergne-Rhône-Alpes (développement d'un centre dédié à la *stop motion*) ou encore de TAT Studio en Occitanie. D'autres régions françaises bénéficieront également du dynamisme impulsé par France 2030, à l'instar de la Bretagne (Studio Personne n'est parfait, positionné sur la *stop motion*) et les Hauts-de-France (Kazoo Animation).

Le développement du secteur en régions bénéficie également du maillage territorial en matière de formations, avec un accompagnement par France 2030 de plusieurs projets implantés dans les territoires, à l'instar de La Plateforme, l'École des Nouvelles Images et Isart Digital (Provence-Alpes-Côte d'Azur), d'Idem Formation et ARTFX (Occitanie), de l'École Cartoucherie Animation Solidaire et de l'Ogec Lycée et Institut Montplaisir (Auvergne-Rhône-Alpes), ou encore de Films en Bretagne (Bretagne) et Parallel 14 (Martinique).

Le développement extra-francilien des établissements de production de films et de programmes d'animation est toutefois principalement porté par l'émergence de nouveaux établissements. Par conséquent, la grande majorité des effectifs reste en 2023 largement rattachée à des établissements localisés en Île-de-France, bien que cette part diminue sur les dernières années (61,9 % en 2023, contre 66,0 % en 2019).

Répartition régionale des établissements en 2023 et évolution par rapport à 2019



¹ Selon l'adresse de l'établissement. / Source : Audiens.

3.2. La masse salariale et les effectifs

Un tassement de l'activité en 2023, après une décennie de hausse portée par les investissements domestiques et internationaux

Après deux années de très forte progression (+24,4 % entre 2020 et 2022), les effectifs dans les entreprises de production de films et de programmes d'animation se stabilisent en 2023 (-0,8 %, à 10 225 salariés). Le volume d'emploi atteint ainsi le deuxième plus haut niveau des 20 dernières années après 2022 (10 312 salariés), avec des effectifs multipliés par 3,0 par rapport à 2004. Sur cette même période, la masse salariale a été multipliée par 5,4, à 272,5 M€ en 2023 en euros courants (multiplié par 4,0 en euros constants).

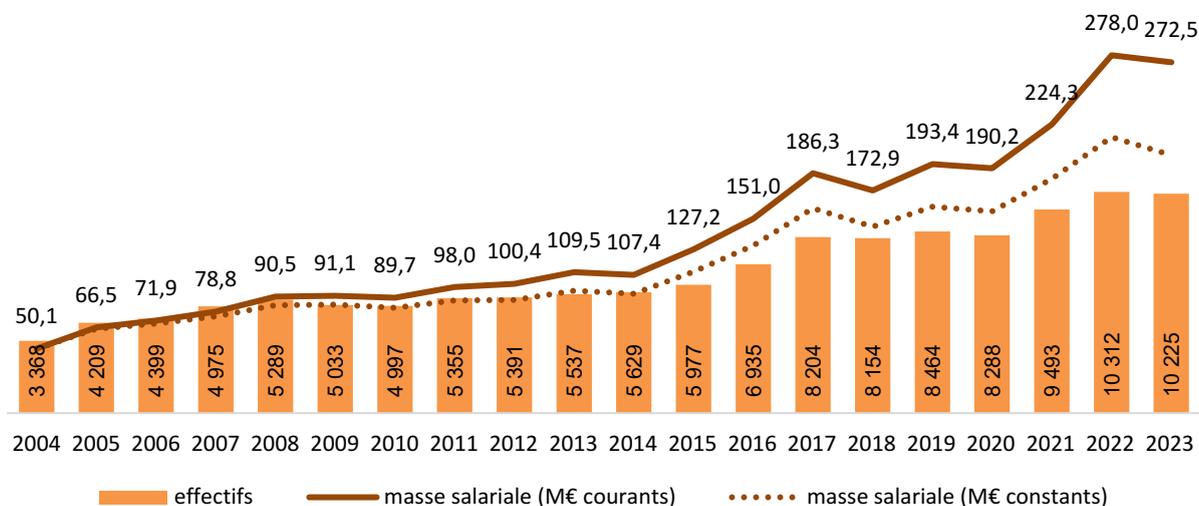
La forte progression de l'activité lors des vingt dernières années peut être rapprochée des politiques publiques incitatives de localisation ou relocalisation des productions d'animation en France. Tout d'abord, par les mises en place successives des crédits d'impôt cinéma (2004) et audiovisuel (2005), avec une importante croissance de l'emploi observée jusqu'en 2008 : 5 289 salariés déclarés en 2008 pour 90,5 M€ de masse salariale, soit respectivement +57,0 % et +80,7 % par rapport à 2004. À partir de 2010, l'instauration du crédit d'impôt international destiné à développer l'attractivité du territoire français pour les productions internationales, accompagne une nouvelle dynamique de croissance dans le secteur. Après une période de hausse modérée de l'emploi entre 2010 et 2015 (taux de croissance annuel moyen de 3,6 %), le nombre de salariés employés par le secteur connaît une croissance marquée jusqu'en 2017 (+37,3 % entre 2015 et 2017), de façon concomitante au développement massif des dépenses françaises des projets d'animation éligibles au crédit d'impôt international (dépenses en France multipliées par 4,2 entre 2015 et 2017). À noter qu'en janvier 2016, la réforme du crédit d'impôt cinéma étend le dispositif aux œuvres tournées majoritairement en langue étrangère, à condition que ce soient des œuvres à forts effets visuels ou que cela soit justifié par le scénario. En parallèle, une première réforme du crédit d'impôt international en janvier 2016 augmente le taux à 30 % (20 % avant réforme) et le plafond à 30 M€ (4 M€ avant réforme) ; puis en janvier 2020, une deuxième réforme revalorise le taux à 40 % pour les œuvres à forts effets visuels.

La fin de la période étudiée, qui observe des niveaux d'emploi records, est marquée par l'ampleur des investissements réalisés dans des studios français pour la production d'œuvres, qu'elles soient françaises ou internationales. Certes, les montants investis en France dans les projets d'animation audiovisuelle aidés par le CNC en 2022 et 2023 reculent par rapport aux années précédentes (respectivement 145,2 M€ et 186,7 M€, contre 253,6 M€ en 2021), mais l'activité générée en 2022 et 2023 provient en partie de projets aidés auparavant, le secteur de l'animation se caractérisant par des processus de fabrication des œuvres longs, sur plusieurs années. En parallèle, les dépenses en France pour la production de films d'animation sont à un niveau plus élevé dans la période récente qu'au cours de l'ensemble de la décennie (36,8 M€ en moyenne par an pour les films agréés entre 2021 et 2023, contre 31,7 M€ par an entre 2014 et 2023, soit +16,3 %). Enfin, le dynamisme de la production internationale se confirme avec 194,5 M€ de dépenses prévisionnelles en France en 2023 pour les projets d'animation audiovisuelle et cinématographique agréés au crédit d'impôt international, soit le plus haut niveau jamais enregistré (+2,9 % sur un an).

En outre, la croissance plus rapide de la masse salariale par rapport aux effectifs s'explique, au-delà de l'effet de l'inflation, par une hausse du salaire moyen, notamment en raison d'une

part plus importante de profils expérimentés, d'effectifs cadres et d'un volume horaire en forte progression. Les détails concernant ces évolutions sont abordés dans la suite de cette étude.

Emploi et masse salariale dans le secteur de la production de films et programmes d'animation



Source : Audiens.

À l'instar des autres entreprises du secteur audiovisuel et cinématographique, le recours aux intermittents (CDD d'usage) est la pratique dominante des entreprises produisant des films et des programmes d'animation. En 2023, 83,5 % des salariés sont intermittents, une part en légère baisse pour la deuxième année consécutive (84,0 % en 2022, 84,7 % en 2021) après avoir fortement augmenté sur la période (77,8 % des effectifs en 2004).

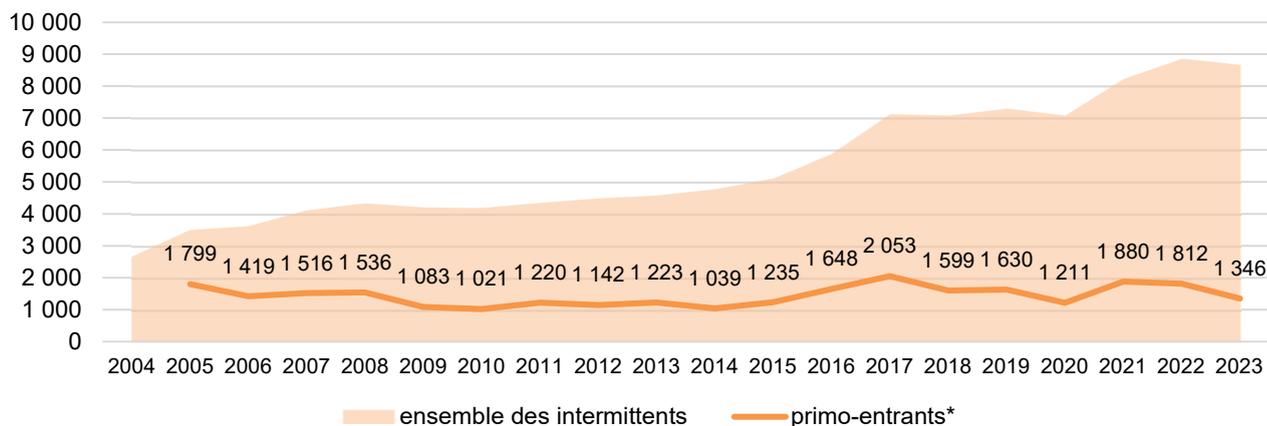
La part de salariés en CDI demeure relativement stable depuis 2014 (entre 10 % et 12 % des effectifs). La part de salariés en CDD se réduit en revanche, atteignant en 2023 son plus bas niveau historique (3,8 %).

Un emploi intermittent en léger repli

Après deux années de très forte croissance (+25,0 % entre 2020 et 2022) et un niveau record atteint en 2022 (8 855 salariés), le niveau d'emploi des intermittents accuse un léger recul en 2023, à 8 663 salariés (-2,2 % sur un an). Malgré ce recul, le nombre d'intermittents salariés par des entreprises se maintient à son deuxième plus haut niveau, nettement au-dessus de la moyenne de la décennie (7 012 salariés par an entre 2014 et 2023).

Cette baisse des effectifs sur un an s'observe plus particulièrement au niveau des primo-entrants dans le secteur : 1 346 nouveaux intermittents en 2023 ont été recrutés, en net recul par rapport aux niveaux élevés des deux années précédentes (1 880 en 2021 et 1 812 en 2022), et le plus bas niveau depuis 2015, hors années de crise sanitaire. Malgré cette baisse du nombre de primo-entrants dans le secteur, le territoire français demeure très attractif auprès des étudiants. Selon une étude du Réseau des écoles de cinéma d'animation (RECA), 91 % des étudiants interrogés dans les écoles d'animation en 2023 expriment la volonté de travailler en France, une part qui s'est largement accrue depuis la pandémie de Covid-19 (70 % en 2021 et 55 % en 2020).

Nombre de salariés intermittents primo-entrants* dans le secteur de la production de films et de programmes d'animation



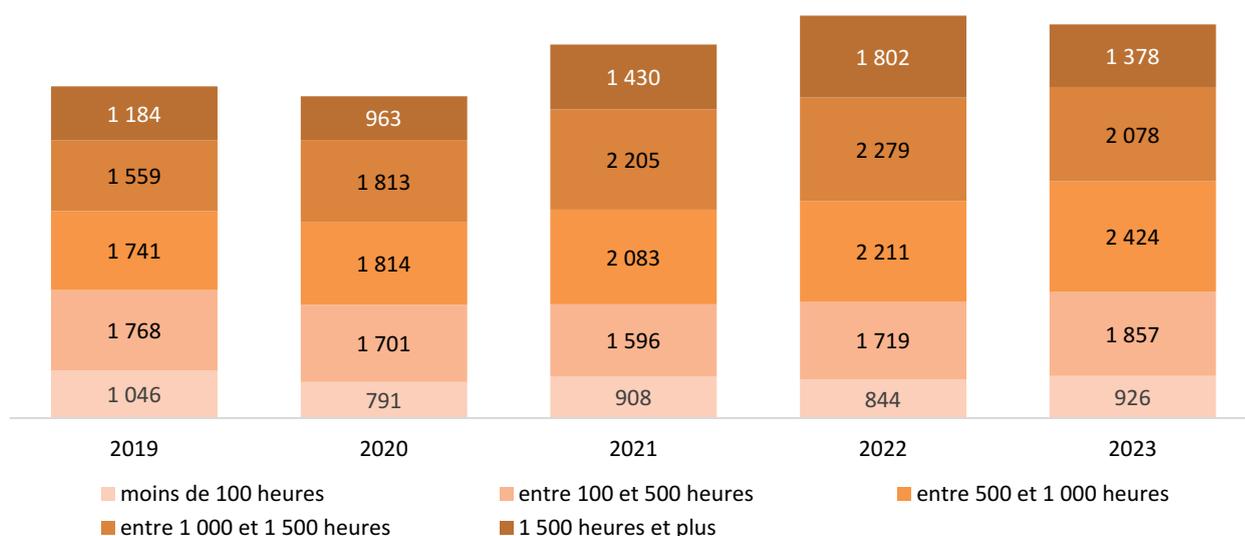
*Les primo-entrants de l'année N correspondent aux personnes salariées en année N n'ayant jamais été déclarées auprès d'Audiens par une des entreprises du secteur entre 2004 et l'année N-1 incluse.
Source : Audiens.

Le pic d'activité des entreprises de production de films et de programmes d'animation a entraîné une intensification du temps de travail entre 2018 et 2022. En revanche, le nombre d'heures travaillées par les salariés intermittents en 2023 diminue par rapport à 2022, à 7,3 millions d'heures en 2023 (8,1 millions en 2022, soit -10,3 %), un niveau qui reste toutefois nettement supérieur à celui constaté lors des années précédentes (6,1 millions d'heures travaillées en moyenne entre 2018 et 2021). Le volume horaire connaissant une baisse plus marquée que les effectifs intermittents (respectivement -10,3 % et -2,2 % par rapport à 2022), il s'ensuit que le nombre moyen d'heures déclarées pour un technicien intermittent connaît aussi une baisse significative, à 840 heures travaillées en moyenne, contre 917 heures en 2022 et 871 en 2021 (415 heures en moyenne pour l'ensemble des intermittents du spectacle enregistré et du spectacle vivant en 2023 selon France Travail¹). Cette réduction du nombre d'heures travaillées se traduit notamment par une baisse des effectifs ayant travaillé plus de 1 500 heures en 2023 (-23,5 % sur un an, à 1 378 salariés) et de ceux ayant travaillé entre 500 et 1 500 heures (-8,8 %, à 2 078 salariés) ; en parallèle, les effectifs des autres tranches d'heures travaillées progressent en 2023.

De façon plus générale, l'évolution de la répartition par tranche d'heures travaillées des intermittents depuis 2019 rend compte d'une augmentation généralisée du volume horaire travaillé par individu, qui se manifeste par un nombre croissant d'intermittents avec au moins 500 heures travaillées par rapport à 2019 (+31,1 %), et, à l'inverse, par une quasi-stabilité en-dessous de ce seuil (-1,1 %).

¹ « [L'emploi intermittent dans le spectacle au cours de l'année 2023](#) », France Travail, Direction des Statistiques, des Études et de l'Évaluation, p. 5. Consulté le 22/05/2025.

Effectifs intermittents selon le volume d'heures travaillées annuellement



Base : secteur de la production de films et de programmes d'animation.

Source : Audiens.

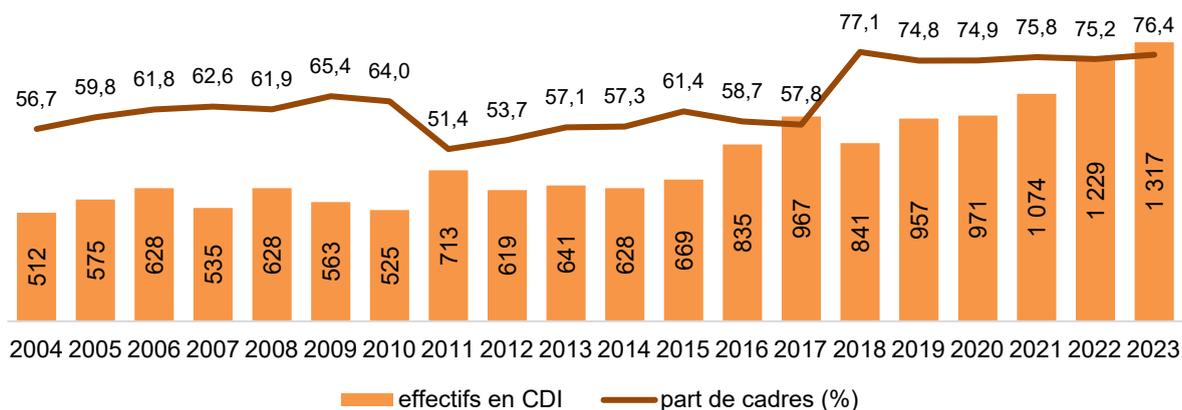
Pérennisation et montée en qualification des salariés permanents

Les effectifs permanents sont constitués des salariés employés en CDI et CDD. Bien que minoritaires dans le secteur de la production de films et de programmes d'animation, l'étude des salariés permanents rend compte d'une pérennisation et d'une montée en compétences des profils évoluant dans le secteur.

En 2023, la part occupée par les salariés en CDI dans les effectifs s'établit à 12,7 % de l'ensemble des salariés du secteur, une part en légère progression depuis 2014 (11,0 %). Le nombre de salariés en CDI connaît toutefois une nette progression sur l'ensemble de la période, passant de 628 salariés en 2014 à 1 317 salariés en 2023 (+109,7 %), soit le plus haut niveau de la décennie. Sur le périmètre des seuls effectifs permanents, les salariés en CDI représentent 76,9 % des effectifs de cette catégorie d'emploi (68,0 % en 2014), également le plus haut niveau de la décennie.

Ces contrats concernent majoritairement des emplois qualifiés : pour les trois quarts (76,4 %) d'entre eux, il s'agit de postes de cadres. Ces postes correspondent entre autres à des métiers de directeurs de studio, de directeurs de production ou encore d'ingénieurs R&D. Depuis 2004, la part de salariés en CDI exerçant une fonction de cadre augmente globalement, malgré plusieurs variations. L'année 2018 (notamment marquée par le développement massif des dépenses en France des projets bénéficiaires du crédit d'impôt international) marque plus particulièrement un tournant dans le développement des postes de cadres, avec 77,1 % de CDI cadres cette année-là, contre 57,8 % en 2017 (+19,3 points).

Salariés en CDI et part de cadres (%)



Source : Audiens.

Un vieillissement des salariés permanents lié à la pérennisation des emplois

Bien que toujours minoritaire en 2023, la part des salariés âgés d’au moins 40 ans augmente continuellement sur la période. 46,8 % des salariés en CDI du secteur de l’animation ont ainsi 40 ans ou plus, contre 40,6 % en 2014 et 26,2 % en 2004. L’augmentation de la part de salariés âgés d’au moins 40 ans s’explique notamment par la pérennisation des emplois dans le secteur, avec une longévité professionnelle qui s’accompagne d’un vieillissement naturel des effectifs permanents. En parallèle, l’attractivité des postes permanents auprès des jeunes se confirme : 260 salariés en CDI sont âgés de moins de 30 ans en 2023, un nombre supérieur à la moyenne constatée sur la dernière décennie (205 salariés de moins de 30 ans par an). La forte augmentation des salariés intermittents sur les dix dernières années concerne l’ensemble des effectifs, quelle que soit leur tranche d’âge ; en conséquence, la pyramide des âges des salariés en CDDU varie assez peu. Sur l’ensemble de la période, les effectifs âgés de moins de 40 ans demeurent largement majoritaires (75,3 % en 2023), une part relativement stable sur l’ensemble de la décennie (74,1 % en 2014).

Les CDD de droit commun sont peu nombreux dans le secteur de la production de films et de programmes d’animation, et en proie à de nombreuses variations sur la période. 396 salariés sont employés en CDD en 2023, soit 12,6 % de moins qu’en 2022 (453 salariés en CDD) mais un niveau supérieur à la moyenne de la décennie (386 salariés en moyenne entre 2014 et 2023). Contrairement aux salariés en CDI, ces emplois concernent majoritairement des postes de non-cadres : en 2023, seuls 8,3 % des salariés en CDD occupent un poste de cadre (14,1 % en 2022 et 16,8 % en 2021).

3.3. La place des femmes dans le secteur

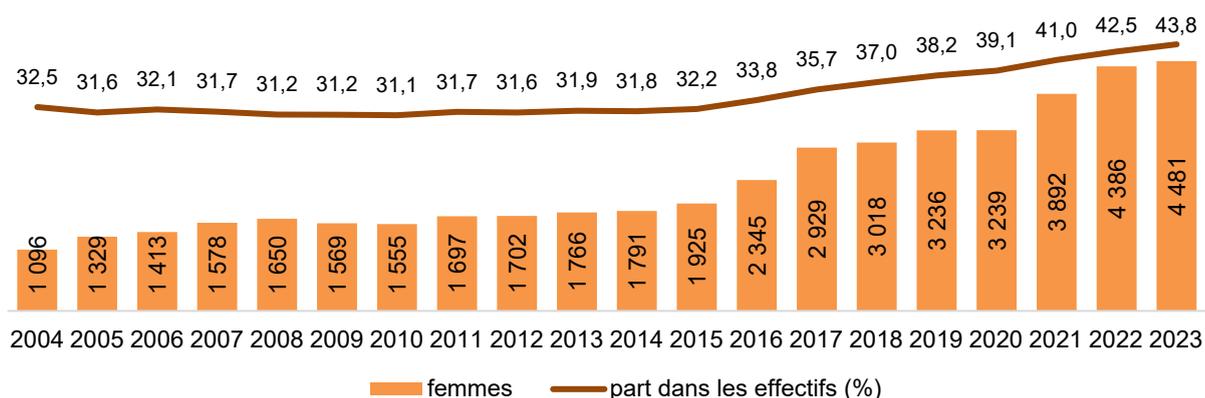
Une féminisation continue du secteur depuis 10 ans, avec une parité parmi les nouveaux entrants

Le secteur de l'animation demeure majoritairement masculin, malgré une dynamique continue de féminisation des effectifs depuis 2015.

En 2023, 4 481 femmes sont employées par une entreprise du secteur, un niveau record, en légère hausse sur un an (4 386 femmes en 2022, soit +2,2 %) et en très forte progression sur la décennie (1 925 femmes en 2014, soit +150,2 %). Dépassant le seuil des 40 % depuis 2021 (42,5 % en 2022, 41,0 % en 2021), la part de femmes s'établit en 2023 à 43,8 %, un nouveau record. Si cette part avait peu évolué de 2004 à 2015 (entre 31 % et 33 %), elle connaît une hausse significative à partir de 2016 et gagne plus d'un point chaque année à partir de cette date.

Le renforcement de la part de femmes dans les effectifs est d'autant plus prononcé au sein des nouveaux entrants dans le secteur. En 2023, les primo-entrants intermittents sont paritaires (50,2 % de femmes), après trois années durant lesquelles la part de femmes s'est approchée de la parité (48,3 % en 2022, 45,8 % en 2021 et 47,5 % en 2020), ce qui permet d'anticiper une poursuite de la féminisation du secteur lors des prochaines années. De façon plus générale, la part de nouvelles entrantes dans le secteur progresse sur l'ensemble de la décennie (31,8 % en 2014). La hausse récente de la part de femmes parmi les nouveaux entrants se traduit également dans la pyramide des âges : en 2023, 48,4 % des effectifs de moins de 40 ans sont des femmes, contre seulement 27,5 % des effectifs âgés de 40 ans et plus.

Nombre de femmes salariées dans le secteur de l'animation et part dans l'ensemble des effectifs (%)



Source : Audiens.

En 2023, la part de femmes au sein des salariés permanents en équivalent temps plein est en très léger recul (45,3 %, contre 46,0 % en 2022), après une décennie de hausse continue (40,8 % en 2014).

Cette part varie selon le niveau de qualification. Elle est plus importante pour les emplois non-cadres et même majoritaire (52,3 %) et ce, depuis 2018 ; elle est en revanche moindre au sein des emplois cadres (42,0 %), mais progresse sur un an (41,0 % en 2022).

La part de femmes au sein des salariés intermittents est encore moins importante que chez les salariés permanents mais progresse vivement depuis 2017 et porte la féminisation observée sur l'ensemble des effectifs. En 2023, la part des femmes au sein des intermittents continue d'augmenter, à 43,5 %, contre 41,7 % en 2022 et 30,2 % en 2014 (+13,3 points en dix ans). Avant cette dynamique de féminisation observée à partir de 2017, la part de femmes était relativement stable, variant entre 28 % et 32 % chaque année.

Forte polarisation genrée des métiers du secteur

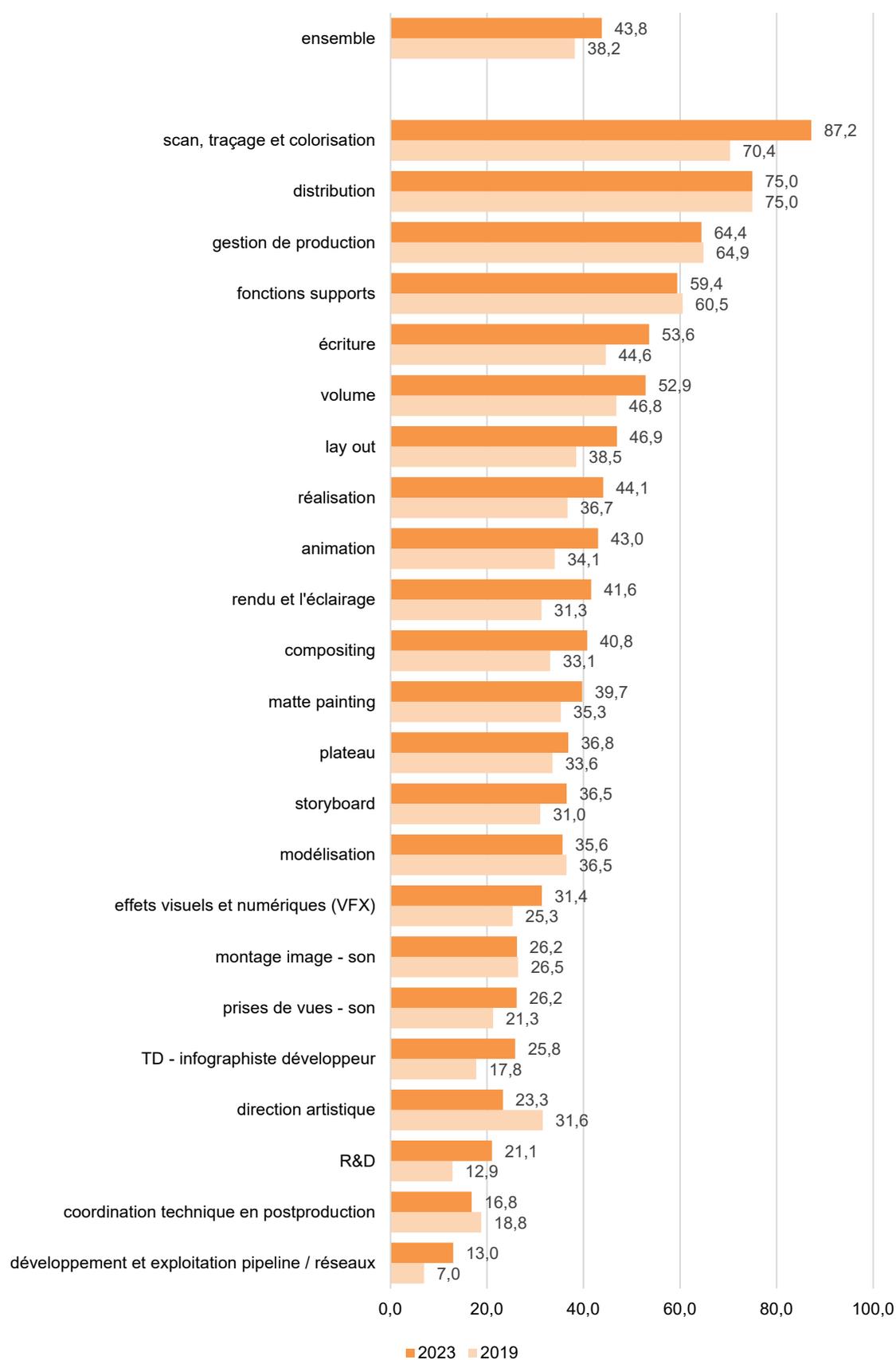
Malgré ce contexte de féminisation du secteur, la polarisation genrée des professions demeure marquée.

Après la catégorie du scan, du traçage et de la colorisation (87,2 % de femmes, mais seulement 39 salariés dans cette catégorie), les femmes sont davantage présentes dans les métiers d'accompagnement de la production de films et de programmes d'animation : elles sont 75,0 % dans les métiers de la distribution, 64,4 % dans les métiers de la gestion de production et 59,4 % dans les fonctions supports. Elles sont, en outre, légèrement plus nombreuses en écriture (53,6 %) et dans les métiers du volume (52,9 %), et presque aussi nombreuses que les hommes dans les métiers du lay out (46,9 %).

À l'inverse, elles sont peu représentées au sein des métiers du tournage et de la postproduction, avec moins du tiers des effectifs pour les métiers des effets visuels numériques (31,4 %), du montage image / son (26,2 %), des prises de vues / son (26,2 %) et dans la coordination technique en postproduction (16,8 %). Au sein des métiers de l'animation, lesquels regroupent 25,3 % des effectifs en 2023, 43,0 % des emplois sont occupés par des femmes.

Entre 2019 et 2023, la part des femmes tend toutefois à augmenter dans la plupart des familles de métiers identifiées. Cette évolution est particulièrement importante pour les métiers du rendu et de l'éclairage (41,6 % en 2023 contre 31,3 % en 2019, soit +10,3 points), de l'écriture (53,6 % contre 44,6 %, soit +9,0 points), de l'animation (43,0 % contre 34,1 %, soit +8,9 %) et du lay out (46,9 % contre 38,5 %, soit +8,4 points). La progression de la proportion de femmes est par ailleurs notable dans certaines catégories largement occupées par des hommes, en particulier les métiers de la R&D (21,1 % contre 12,9 %, soit +8,2 points), infographistes développeurs (25,8 % contre 17,8 %, soit +8,0 points), les VFX (31,4 % contre 25,3 %, soit +6,1 points) et le développement et l'exploitation du pipeline et des réseaux (13,0 % contre 7,0 %, soit +6,0 points). À l'inverse, la part de femmes en direction artistique diminue nettement sur la période (23,3 % contre 31,6 %, soit -8,3 points), ce qui s'explique principalement par l'augmentation du nombre d'hommes dans cette catégorie de métiers (91 en 2019 contre 125 en 2023, soit +34 individus), le nombre de femmes étant quant à lui relativement stable (42 en 2019 contre 38 en 2023, soit -4 individus).

Part de femmes par famille de métiers (%)



Source : Audiens.

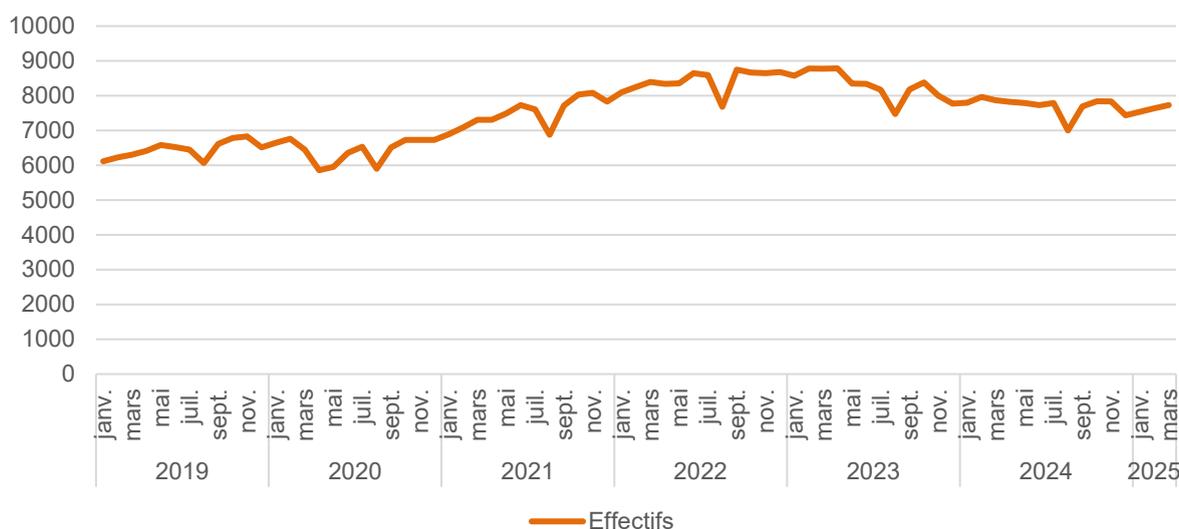
3.4. Les perspectives d'évolution du secteur

Les données analysées dans cette partie sont basées sur le Datalab, outil de mesure mensuelle de l'emploi développé par Audiens, et s'appuient sur un périmètre de sociétés de production de films et de programmes d'animation plus large que celui étudié précédemment. Les données doivent par conséquent être interprétées avec prudence, mais permettent de dégager des premières tendances de l'évolution de l'emploi sur l'année 2024 ainsi que sur les premiers mois de l'année 2025.

Après une année 2021 record avec 253,6 M€, les dépenses en France pour des projets audiovisuels aidés par le CNC en 2022 et 2023 ont fortement baissé, à respectivement 145,2 M€ et 186,7 M€, soit -42,7 % et -26,4 % par rapport à 2021. Bien que cette baisse soit en partie compensée par l'activité de prestation pour des projets d'animation agréés au C2I, dont les dépenses prévisionnelles atteignent un niveau record en 2023 (194,5 M€, contre 189,0 M€ en 2022 et 184,8 M€ en 2021), le ralentissement des dépenses en France pour des productions domestiques semble avoir entraîné des répercussions sur l'activité des entreprises du secteur de l'animation à partir d'avril 2023.

Après la pandémie de Covid-19 et le premier confinement (mars-avril 2020), le secteur de la production de films et de programmes d'animation s'était distingué par une forte croissance continue de l'emploi, de 5 857 salariés en avril 2020 à 8 748 salariés en septembre 2022 (+49,4 %, pour un taux de croissance mensuel moyen de 0,9 %). Après une période de stabilité entre septembre 2022 et avril 2023, les effectifs du secteur diminuent progressivement, passant ainsi de 8 772 salariés en mars 2023 à 7 226 salariés en mars 2025 (-11,9 %), un niveau qui reste toutefois nettement supérieur à celui de mars 2019 (6 302 salariés, soit +22,6 %).

Effectifs des entreprises de production de films et de programmes d'animation



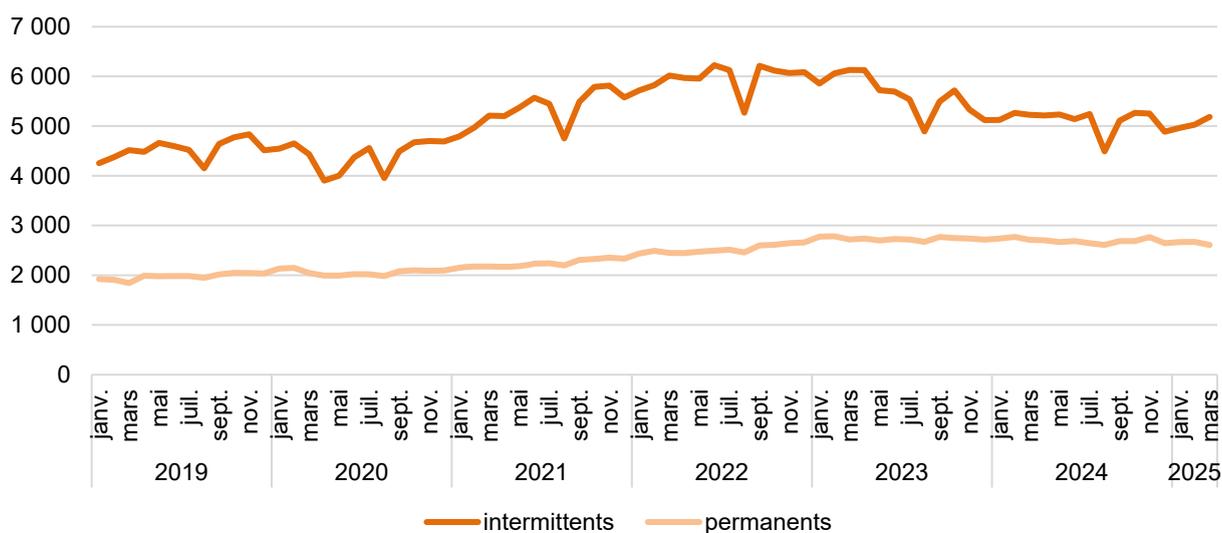
Données arrêtées en mai 2025. / Source : Datalab - Audiens.

La réduction de l'emploi observée depuis avril 2023 touche différemment les deux populations de salariés considérées au sein des sociétés de production de films et de programmes d'animation.

Pour les salariés intermittents, le niveau d'emploi, lié à la variation conjoncturelle de l'activité, diminue de 15,4 % entre mars 2023 (6 130 salariés intermittents) et mars 2025 (5 184 intermittents). En parallèle de l'emploi intermittent, le nombre de salariés permanents, qui découle de la stabilisation des entreprises et de leur capacité à appréhender une activité pérenne, baisse de manière moins prononcée (2 610 salariés permanents en mars 2025 contre 2 719 en mars 2023, soit -4,0 %).

La baisse des effectifs constatée sur la période concerne davantage les moins de 30 ans, et laisse présupposer une difficulté accrue d'accès au marché des jeunes diplômés. En mars 2025, les entreprises de production de films et de programmes d'animation comptent parmi leurs effectifs 2 150 salariés de moins de 30 ans, soit -27,0 % par rapport à mars 2023. Les effectifs de toutes les autres tranches d'âge baissent également, mais sans commune mesure (-4,4 % pour les effectifs de 30 ans et plus).

Effectifs des entreprises de production de films et de programmes d'animation selon le statut



Données arrêtées en mai 2025.

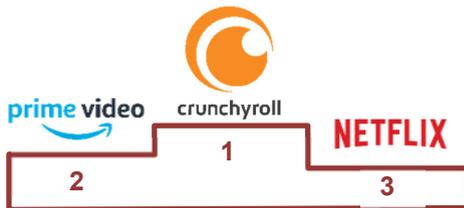
Source : Datalab - Audiens.

4. Vidéo

L'animation en 2024 :

L'animation en VàDA (vidéo à la demande par abonnement)

124 163 épisodes
disponibles en décembre 2024
(+41,8 % en un an)



Offre¹ en nombre d'épisodes
(décembre 2024)

Animation française
14,6 % de l'offre et 10,9 % de la
consommation



Consommation¹ en nombre d'heures
(année 2024)

¹L'analyse de la consommation par Médiamétrie porte sur un périmètre différent de celui de l'offre, couvrant ainsi moins de services. Voir page suivante pour connaître les services couverts par chaque segment.

L'animation en vidéo physique



23,8 M€
de chiffre d'affaires



2,8 millions
de vidéogrammes vendus

Le cinéma d'animation en vidéo physique



selon le nombre de supports vidéo vendus

L'audiovisuel pour enfants en vidéo physique



selon le nombre de supports vidéo vendus

L'animation audiovisuelle en vidéo transactionnelle (achat et location)



1,1 M€
de chiffre d'affaires



584,2 K€
paiement à l'acte

558,9 K€
location

4.1.L'animation en vidéo à la demande par abonnement (VàDA)

Remarques méthodologiques

Les données relatives aux offres des services de VàDA sont collectées par Médiamétrie au cours de la dernière semaine de chaque mois étudié. La catégorie « Animation » correspond à l'ensemble des films et programmes audiovisuels d'animation, qu'ils soient destinés aux enfants, aux adolescents ou aux adultes.

La notion de titre correspond à une entrée dans un catalogue sans prendre en compte son nombre d'épisodes ou de saisons. Il peut s'agir aussi bien d'une série que d'un film ou d'un documentaire. Dans ce mode de calcul : 1 film = 1 série = 1 documentaire = 1 titre. Le calcul par titre permet d'estimer la diversité de l'offre.

La notion d'épisode cumule pour chaque titre le nombre d'épisodes disponibles sur le service. Une série de 2 saisons de 20 épisodes chacune représentera donc 40 épisodes. Un film ou un titre unitaire sera toujours comptabilisé comme un seul épisode. Le calcul par épisode permet d'estimer le volume global de l'offre.

L'offre et la consommation de VàDA sont mesurées chaque mois par la société Médiamétrie. L'analyse de l'offre couvre 18 services : ADN, AppleTV+, Benshi, Canal+ Séries, Crunchyroll, Disney+, Filmo, Gullimax, Max, myCANAL, Netflix, OCS, Paramount+, Pass Warner, Prime Video, Shadowz, TFOU Max et UniversCiné.

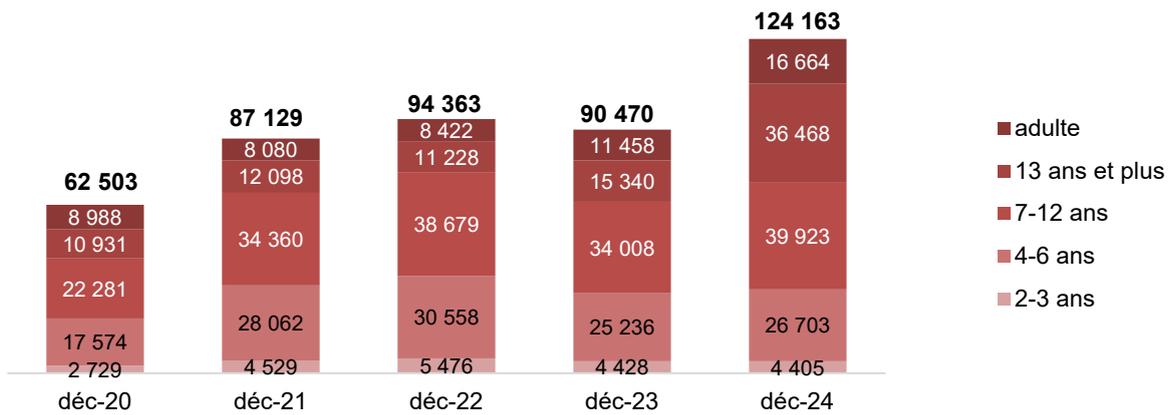
L'analyse de la consommation couvre 13 services : AppleTV+, Canal+ Séries, Disney+, Filmo, Gullimax, Max, myCANAL, Netflix, OCS, Paramount+, Pass Warner, Prime Video et TFOU Max.

Plus de 120 000 épisodes d'animation disponibles, en forte hausse sur un an

En décembre 2024, 124 163 épisodes de programmes d'animation sont disponibles sur les services de VàDA, soit 4 598 titres distincts (+1 356 titres, soit +41,8 % par rapport à décembre 2023). Après un recul important du nombre d'épisodes d'animation disponibles en 2023 en raison de la fermeture définitive de Salto, l'offre est de nouveau en hausse par rapport à décembre 2023 (+33 693 épisodes, soit +37,2 %), une hausse largement imputable à l'intégration de Crunchyroll. Sur un périmètre constant, le nombre d'épisodes de programmes d'animation progresse de 14,0 % en un an (+10 166 épisodes entre décembre 2023 et décembre 2024) et de 54,4 % par rapport à décembre 2020 (+29 180 épisodes). Le nombre de titres est également en hausse sur cette période, à périmètre constant : de 11,8 % sur un an (+320 titres) et de 51,0 % par rapport à décembre 2020 (+1 024 titres).

Sur l'ensemble des épisodes d'animation disponibles en VàDA en décembre 2024, 86,7 % sont des programmes « jeunesse » et 13,3 % à destination des adultes. Dans le détail des programmes jeunesse, 37,1 % sont destinés à des enfants de 7 à 12 ans (43,0 % en décembre 2023), 33,9 % aux consommateurs de 13 ans et plus (19,4 % en décembre 2023), 24,8 % aux enfants de 4 à 6 ans (31,9 % en décembre 2023) et 4,1 % aux enfants de 2 à 3 ans (5,6 % en décembre 2023). La forte augmentation de la part des programmes destinés aux 13 ans et plus (+14,5 points en un an) s'explique par l'intégration de Crunchyroll dans le panel en janvier 2024 dont 68,6 % des épisodes d'animation jeunesse disponibles s'adressent à cette tranche d'âge.

Episodes d'animation disponibles sur les services de VàDA selon la cible d'âge

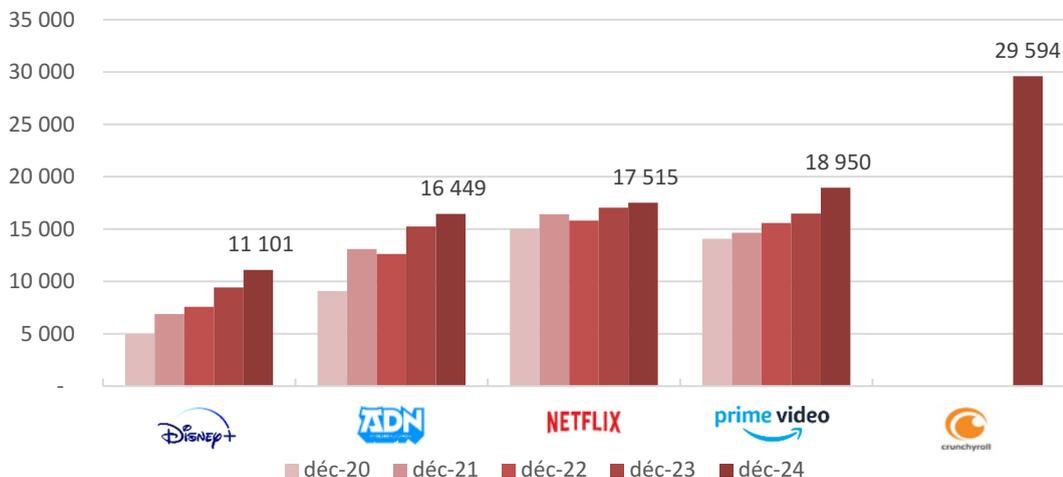


Source : Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie – Harris Interactive.

Avec 99,5 % de son offre composée d'animation et 29 594 épisodes disponibles en décembre 2024, Crunchyroll s'impose, de loin, à la première place du classement en termes de profondeur de catalogue. Grâce au renforcement de son catalogue d'animation (entrée de plusieurs titres avec plus de 100 épisodes tels que *Babar : Les Aventures de Badou* ou *Batman, la série animée*), Prime Video propose, en décembre 2024, 18 950 épisodes d'animation (16 470 en décembre 2023) et se hisse à la deuxième place, devant Netflix (17 515 épisodes, contre 17 034 en décembre 2023). Le top 5 en termes d'offres d'animation est complété par ADN avec 16 449 épisodes (15 234 épisodes en décembre 2023) et Disney+ avec 11 101 épisodes (9 417 épisodes un an plus tôt).

En décembre 2024, l'animation représente 36,6 % du catalogue de Disney+ en nombre d'épisodes, une part en forte baisse par rapport à décembre 2020 (51,1 %, soit -14,4 points mais 34,8 % en décembre 2023). L'offre d'épisodes augmentant par ailleurs, le recul de la part du genre dans le total du catalogue du service résulte d'un développement plus important de l'offre de fiction (15 996 épisodes de fiction qui représentent 52,8 % de l'offre du service soit +14,8 points par rapport à décembre 2020). La part de l'animation dans le catalogue de Prime Video s'élève à 42,8 % en décembre 2024 (+4,5 points par rapport à décembre 2020) et à 31,9 % pour Netflix (-2,4 points, au profit du documentaire à +2,6 points).

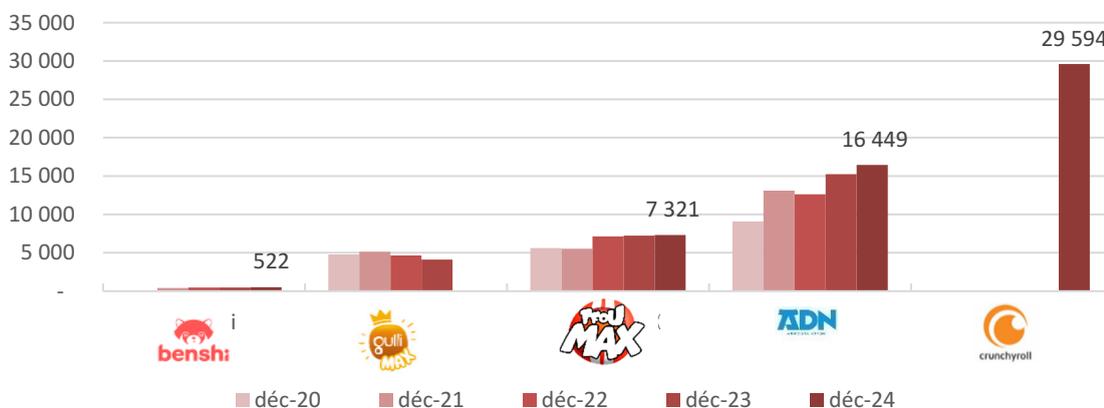
Catologue d'animation des cinq principaux services (nombre d'épisodes)



Source : Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie – Harris Interactive.

Les services spécialisés dans les programmes jeunesse, Crunchyroll, Benshi, TFOU MAX, et ADN, concentrent 43,4 % de l'offre disponible de programmes d'animation en nombre d'épisodes en décembre 2024, dont 23,8 % pour Crunchyroll. Hors Crunchyroll, ces services représentent 19,6 % de l'offre d'animation en VàDA, une part en baisse par rapport à décembre 2023 (29,9 %) due au retrait de GulliMax du panel fin novembre 2024. A périmètre constant, le nombre d'épisodes d'animation proposés par Benshi, TFOU MAX et ADN progresse (+1 361 épisodes), à 24 292 épisodes en décembre 2024. Cette hausse résulte de la montée en puissance du catalogue d'ADN (+1 215 épisodes) tandis que l'offre de TFOU MAX et de Benshi augmente de manière bien plus modérée (respectivement +88 épisodes et +58 épisodes).

Catalogue d'animation des services spécialisés dans les programmes jeunesse (nombre d'épisodes)



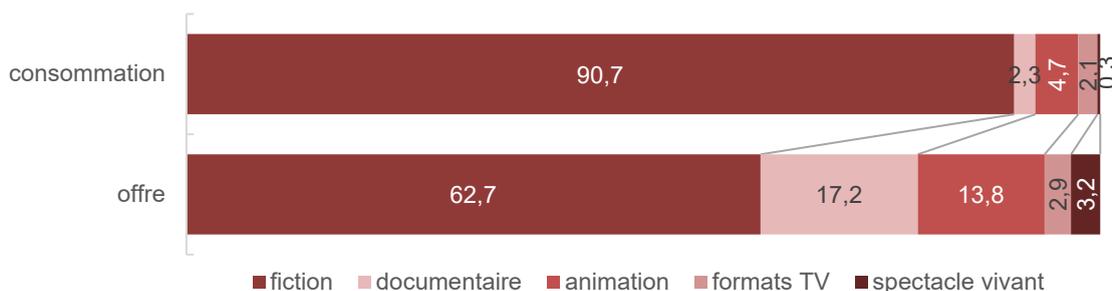
Source : Baromètre de l'offre SVOD Médiamétrie – Harris Interactive.

La moitié de la consommation de programmes d'animation réalisée sur Netflix

Il convient de rappeler que la mesure de la consommation en VàDA n'est réalisée que sur les individus de 15 ans et plus, alors qu'une part importante de l'offre d'animation des services est destinée aux moins de 13 ans (66,1 % des épisodes en décembre 2024).

Les programmes d'animation représentent 13,8 % de l'offre de programmes des services de VàDA en nombre de titres en décembre 2024 (42,0 % des épisodes) et 4,7 % de la consommation totale de programmes en VàDA en temps passé par les 15 ans et plus sur l'année 2024.

L'offre¹ (nombre de titres) et la consommation² (temps passé) selon le genre (%)

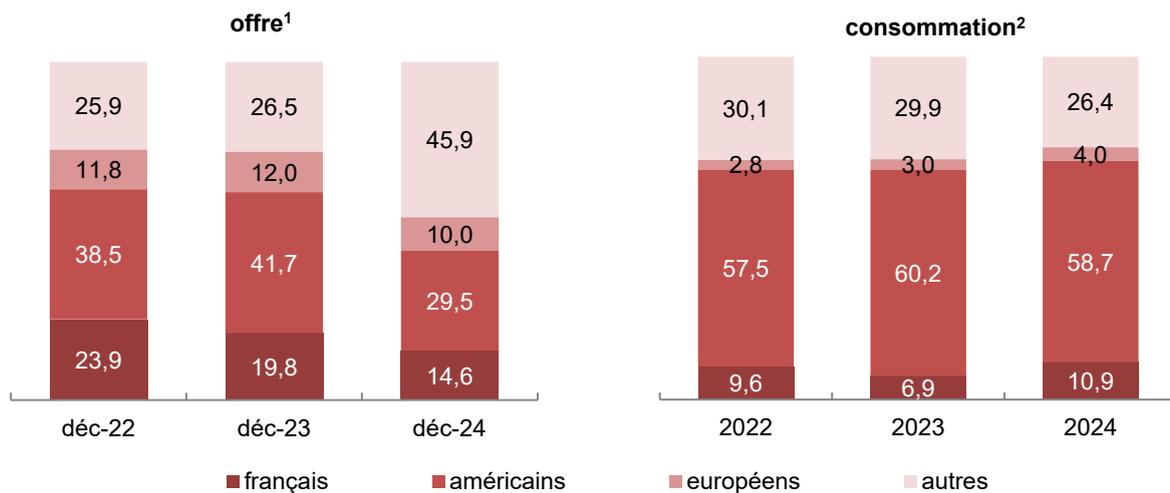


Périmètres : ¹en décembre 2024, ²sur l'année 2024. / Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

En décembre 2024, près de la moitié (45,9 %) de l'offre de programmes d'animation est non américaine et non européenne, une catégorie majoritairement composée de titres japonais (39,2 % de l'offre). Cette part des titres d'animation d'autres nationalités progresse fortement sur un an (+19,4 points par rapport à décembre 2023) suite à l'intégration de Crunchyroll dans le panel dont 95,7 % du catalogue d'animation est d'origine japonaise en décembre 2024. Les programmes d'animation américains représentent 29,5 % de l'offre (-12,2 points par rapport à décembre 2023), contre 14,6 % pour les titres français (-5,2 points) et 10,0 % pour les programmes européens (-2,0 points).

Comparativement à l'offre, les programmes d'animation de nationalité américaine sont surconsommés sur les services de VàDA. En effet, ils représentent 58,7 % de la consommation d'animation en 2024 (-1,5 point par rapport à décembre 2023), contre 26,4 % pour ceux d'autres nationalités (-3,5 points) et 4,0 % pour ceux européens (+1,0 point). Avec 10,9 % de part de consommation, les titres d'animation français sont sous-consommés par rapport à leur part dans l'offre. Néanmoins, la consommation est en hausse de 4,0 points par rapport à 2023, grâce à la sortie de la deuxième saison de la série d'animation franco-américaine *Arcane*.

Structure de l'offre (nombre de titres) et de la consommation (temps passé) selon la nationalité des programmes (%)



Périmètres : ¹en décembre, ²sur l'année entière.

Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

En 2024, 53,1 % des programmes d'animation en VàDA sont consommés sur Netflix (51,0 % en 2023), une proportion proche de la part de marché du service tous genres confondus (57,5 %). Sur Disney+, la consommation des programmes d'animation est beaucoup plus conséquente que l'ensemble des genres ; en 2024, 30,6 % des titres d'animation sont consommés sur ce service, contre 9,7 % des titres tous genres confondus. Un constat inverse pour Prime Video, qui ferme la marche du podium, avec 8,1 % de la consommation des programmes d'animation et 15,9 % tous genres confondus. Ces trois services concentrent 91,8 % de la consommation de programmes d'animation en 2024, en légère baisse par rapport à 2023 (92,9 %) et plus marquée par rapport à 2022 (94,2 %).

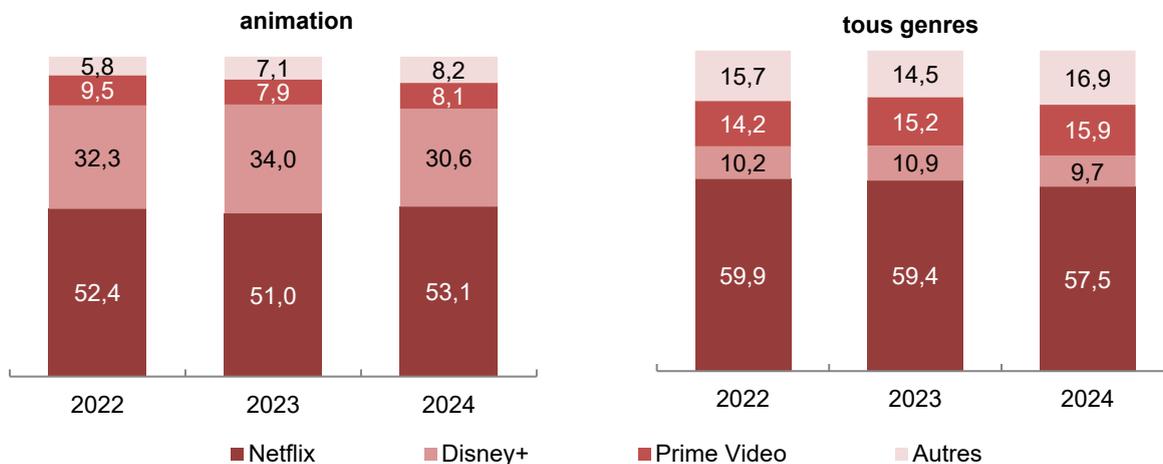
Le service français myCANAL est 4^e avec 3,9 % de la consommation d'animation (11,4 % tous genres confondus). Les services spécialisés dans les programmes jeunesse, TFOU MAX et

GulliMax, représentent, en cumulé, seulement 1,1 % de la consommation en 2024. A noter que Benshi, Crunchyroll et ADN ne font pas partie du panel du baromètre SVOD de la consommation de Médiamétrie.

Parmi les trois services américains majeurs, Prime Video est celui qui présente la plus forte part d'animation française dans son offre d'animation en décembre 2024 (23,9 %, -0,8 point par rapport à décembre 2023) avec des titres jeunesse phares tels que *La Super Patrouille* ou encore *Sally Bollywood*. Les programmes français représentent 8,0 % de l'offre d'animation totale de Netflix (+0,7 point) et 4,8 % de celle de Disney+ (+2,1 points).

Par ailleurs, l'animation française représente 15,2 % de la consommation d'animation de Netflix en 2024. Une part en hausse de 6,4 points par rapport à 2023 permise par les titres *Arcane* (1^{er} au classement toutes nationalités confondues) et *Les Sisters*. Cette part s'élève à 11,8 % pour Prime Video (+1,2 point) et à 1,4 % pour Disney+ (+0,7 point).

Structure de la consommation en nombre de titres par genre et par service (%)



Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

Les 10 titres d'animation les plus consommés en 2024 représentent 17,1 % de la consommation de programmes d'animation en temps passé (15,3 % en 2023). *Arcane*, série d'animation originale fabriquée par le studio français Fortiche et développée par l'américain Riot Games, se hisse à la première place et concentre à elle seule 4,7 % de la consommation totale d'animation. Deux productions du top 10 sont japonaises (5 en 2023), *One Piece* (2^e) et *l'Attaque des Titans* (4^e) et sont dans ce classement les seules séries adaptées d'un manga. Le reste du classement est composé uniquement de programmes de nationalité américaine. Trois titres sont des longs métrages d'animation (aucun en 2023) ; *Super Mario Bros. le film* (5^e du classement VàDA), *Vaiana, la légende du bout du monde* (8^e), tous deux premiers au box-office France lors de leur année de sortie respective (2023 et 2016), ainsi que *Vice-versa* (10^e, et 6^e au box-office lors de sa sortie en salles en 2015). La présence de ces deux titres d'animation de Disney dans ce classement s'explique notamment par les sorties en salles des deuxièmes opus en 2024, *Vice-Versa 2* en juin et *Vaiana 2* en novembre, qui ont boosté la consommation des premiers volets présents sur les services de VàDA.

Top 10 des programmes d'animation en 2024

	titre	nationalité ¹	format	service	heures de visionnage (millions)
1	<i>Arcane</i>	FR / US	série	Netflix	11,8
2	<i>One Piece</i>	JP	série	Netflix, Prime Video	5,3
3	<i>Les Simpson</i>	US	série	Disney+	4,7
4	<i>L'Attaque des Titans</i>	JP	série	Netflix	4,1
5	<i>Super Mario Bros. le film</i>	US	long métrage	Netflix, myCANAL	3,8
6	<i>Rick et Morty</i>	US	série	Netflix, Max	3,3
7	<i>South Park</i>	US	série	Paramount+, myCANAL	2,9
8	<i>Vaiana, la légende du bout du monde</i>	US	long métrage	Disney+	2,8
9	<i>Star Wars : The Bad Batch</i>	US	série	Disney+	2,4
10	<i>Vice-versa</i>	US	long métrage	Disney+	2,2

¹ FR = France, US = Etats-Unis, JP = Japon. / Source : Baromètre de la consommation SVOD – Médiamétrie.

Une analyse du classement par tranche d'âge montre que la série d'animation française, *Arcane*, fait l'unanimité en étant toujours dans le top 3 si ce n'est premier. Néanmoins, des différences s'opèrent concernant les autres titres. Les séries animées japonaises se démarquent fortement auprès des 15-24 ans avec 5 programmes dans le top 10 : *Boruto : Naruto Next Generations* (2^e), *Baki Hanma* (4^e), *Vinland Saga* (6^e), *L'Attaque des Titans* (7^e) et *Tokyo Ghoul* (9^e).

Le top 10 des 25-34 ans compte davantage de programmes d'animation pour enfants tels que les longs métrages *Vaiana, la légende du bout du monde* (6^e), *Vice-versa* (8^e) ou *Elémentaire* (10^e) ainsi que le dessin animé *Gabby et la maison magique* (9^e).

Le classement des 10 titres les plus vus par les 35-49 ans, traduit, assez naturellement, une appétence pour les séries d'animation pour adultes avec *Rick et Morty* (1^{er}), *Family Guy – Les Griffin* (6^e) et *American Dad* (7^e). Cette tranche d'âge semble également apprécier les programmes d'animation de science-fiction tels que *Star Wars : The Bad Batch* (5^e), *Invincible* (9^e) ou *Star Wars : Clone Wars* (10^e).

Enfin, dans le classement des 50 ans et plus se côtoient des séries animées japonaises comme *L'Attaque des Titans* (2^e), *Pluto* (7^e), *One Piece* (8^e) et *Monster* (9^e) et des longs métrages d'animation pour enfants tels que *Cars 3* (5^e) et *Elémentaire* (10^e), ce qui peut s'expliquer par la part potentielle de grands-parents dans cette tranche d'âge qui apprécie de regarder des programmes avec leurs petits-enfants.

4.2. L'animation en vidéo transactionnelle (à la demande et physique)

Remarques méthodologiques

Ces données ne portent que sur les programmes audiovisuels d'animation.

Les données relatives aux offres des services de VàD (location et vente) sont collectées par AQOA. Les dépenses sont évaluées à partir des données de consommation réelles collectées auprès d'un panel d'acteurs du marché (distributeurs et services de VàD). Les références actives sont les programmes qui ont fait l'objet d'au moins une transaction en VàD à l'acte (location et vente) au cours

de la période étudiée. Une référence correspond à un épisode. La catégorie 'autres programmes' regroupe les documentaires audiovisuels, les captations de spectacles, de théâtre, de concerts et d'humour.

Les dépenses des ménages en vidéo physique sont évaluées par l'institut GfK Consumer Choices à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, par correspondance et sur internet (hors kiosques et stations-services et hors location). Les évaluations de GfK Consumer Choices ne distinguent pas l'animation hors film à proprement parler. L'institut isole néanmoins un ensemble de programmes audiovisuels destinés aux enfants.

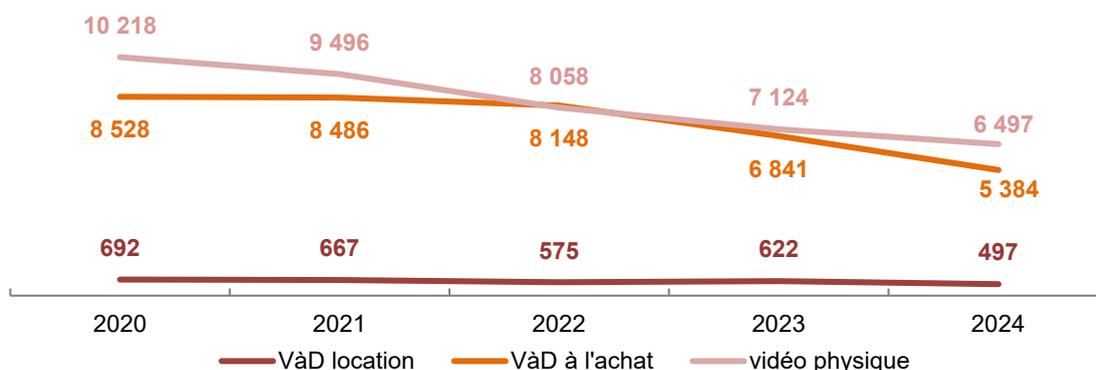
Toutes les données s'entendent toutes taxes comprises (TTC).

Nouvelle baisse de l'offre de programmes audiovisuels d'animation en vidéo à l'acte

En 2024, 5 384 références de programmes audiovisuels d'animation sont actives en vidéo à la demande (VàD) à l'achat, soit une baisse de 21,3 % par rapport à 2023. Le nombre de références recule également en location (-20,1 % par rapport à 2023) et s'établissent à 497 titres audiovisuels d'animation distincts. Ces programmes représentent 6,5 % du catalogue disponible à l'achat tous genres confondus et 1,3 % du catalogue disponible en location, contre respectivement 8,4 % et 1,7 % en 2023. En vidéo physique, le nombre de références actives de programmes audiovisuels pour enfants (animation et fiction) est aussi en recul (-8,8 % par rapport à 2023) à 6 497, mais se maintient tout de même comme le premier marché de la vidéo à l'acte en termes d'offre.

Le recul du nombre de références de programmes audiovisuels d'animation est plus conséquent sur 5 ans : -32,4 % par rapport à 2020 pour la VàD transactionnelle (achat et location) et -36,4 % pour la vidéo physique. Dans le détail, en VàD, le nombre de références de programmes d'animation baisse de 36,9 % à l'achat et de 28,1 % en location. Cette baisse s'explique notamment par le glissement d'une partie de l'offre vers la vidéo à la demande par abonnement, segment plus adapté à la cible des enfants. Depuis plusieurs années, certains ayants droits ont limité leur offre transactionnelle au profit de leurs propres services de VàDA en transférant notamment des titres ou licences phares jeunesse sur ces derniers (par exemple *la Pat'Patrouille* sur Paramount+ ou *Peppa Pig* sur Max). A titre indicatif, le nombre d'épisodes d'animation disponibles en VàDA a été multiplié par près de 2 (1,9) entre décembre 2020 et décembre 2024.

Nombre de références actives de programmes audiovisuels d'animation¹ en vidéo transactionnelle



¹ Pour le marché de la vidéo physique est comptabilisé l'ensemble des programmes pour enfants (animation + fiction).
Source : CNC – AQOA - GfK.

Vidéo

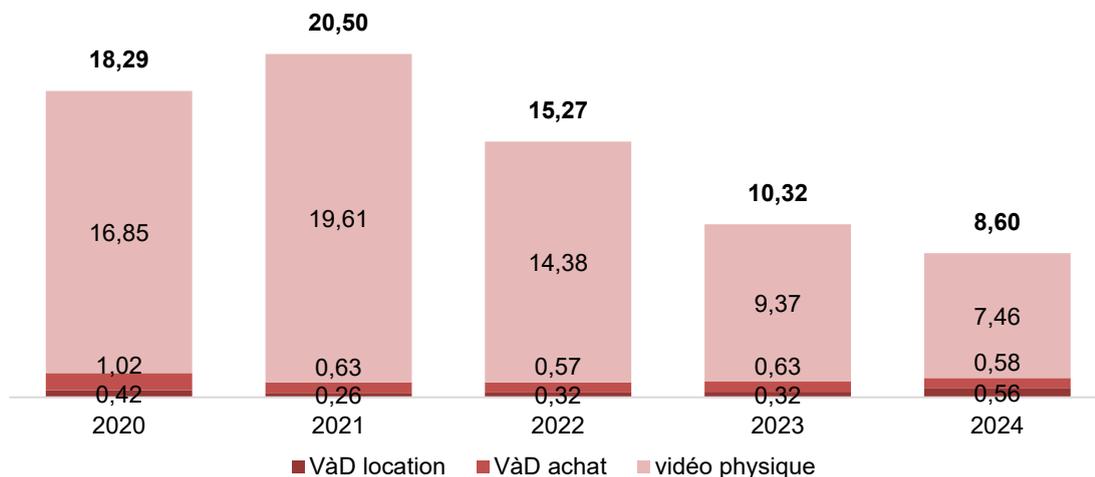
Les programmes audiovisuels d'animation français représentent 18,5 % des références actives d'animation en V&D transactionnelle (location + achat) en 2024 (-0,5 point par rapport à 2023). Cette part est en fort recul depuis la crise sanitaire puisqu'ils constituaient 40,4 % de l'offre de références actives de programmes audiovisuels d'animation en 2020 (soit -21,9 points en cinq ans). Une baisse qui se fait notamment au profit de l'offre de programmes américains qui passe de 45,8% de références actives en 2020 à 77,7 % en 2024.

Recul du chiffre d'affaires des programmes audiovisuels en vidéo transactionnelle

Le marché des programmes audiovisuels pour enfants en vidéo transactionnelle, physique ou à la demande, atteint 8,6 M€ en 2024 (-16,7 % par rapport à 2023) et a été divisé par plus de deux (2,3) entre 2020 et 2024. Le chiffre d'affaires généré par les programmes audiovisuels pour enfants en vidéo transactionnelle est essentiellement porté par la vidéo physique qui représente 86,7 % du chiffre d'affaires, contre 13,3 % pour la vidéo à la demande.

Les ventes en vidéo physique de programmes audiovisuels pour enfants atteignent 7,5 M€, et accusent une baisse de 20,4 % par rapport à 2023. Un recul qui s'inscrit dans un contexte de recul des ventes de hors film (-12,5 %). Le circuit de la V&D à l'achat accuse une baisse plus modérée : -7,7 % à 584,2 K€ en 2024. À l'inverse, le circuit de la V&D locative est en hausse sur un an (+72,5 % par rapport à 2023) et remonte à 558,9 K€, soit son plus haut niveau des cinq dernières années. Un haut niveau qui peut s'expliquer par les bonnes performances de certaines franchises telles que *Scooby-Doo* ou bien encore *Barbie*, probablement lié au succès du film sorti en salles en juillet 2023.

Ventes de programmes audiovisuels d'animation¹ en vidéo transactionnelle (M€)



¹ Pour le marché de la vidéo physique est comptabilisé l'ensemble des programmes pour enfants (animation + fiction).
Source : CNC – AQOA - GfK.

En 2024, le chiffre d'affaires des programmes français est inférieur, pour la première fois, à 1,0 M€ et s'établit à 978,6 K€ (-5,1 % par rapport à 2023 et -61,5 % par rapport à 2020). La vidéo physique génère 905,0 K€ de ce chiffre d'affaires (-4,6 % et -61,7 %), contre 73,4 K€ pour la V&D transactionnelle (-10,7 % et -58,8 %). Les programmes français totalisent 6,4 %

du chiffre d'affaires de l'animation en VàD transactionnelle et 12,1 % en vidéo physique en 2024, contre respectivement 8,6 % et 10,1 % en 2023 (14,0 % et 14,3 % en 2020).

Le palmarès des programmes d'animation les plus consommés en VàD transactionnelle en 2024 est essentiellement composé de titres américains issus des licences *Barbie* et *Scooby-Doo*. À ce titre le podium est occupé par trois films *Barbie : Barbie et le secret des sirènes* en tête, suivi de *Barbie Fairytopia : Mermaidia* et de *Barbie et le secret des sirènes 2*. Deux programmes français se hissent dans ce classement, la saison 5 de la série *T'Choupi* (5^e) et le volume 3 des *Barbapapa en famille : Les Barbapapa se mettent au vert* (6^e).

En vidéo physique, le podium est occupé par trois films *direct-to-video* (c'est-à-dire non sorti en salles en France) américains de Disney : *Raya et le dernier dragon* (1^{er}), *Alerte rouge* (2^e) et *Luca* (3^e). La première saison de la série animée française *Arcane*, se fait une place (7^e) au sein de ce classement presque exclusivement américain.

Classement des 10 premiers programmes d'animation et audiovisuels pour enfants en 2024

programmes d'animation en VàD transactionnelle				
	titre	nationalité ¹	format	volume
1	Barbie et le secret des sirènes	US	unitaire	2 582
2	Barbie Fairytopia : Mermaidia	US	unitaire	1 491
3	Barbie et le secret des sirènes 2	US	unitaire	1 227
4	Barbie et ses sœurs au club hippique	US	unitaire	1 099
5	T'Choupi - S05	FR	série	977
6	Barbapapa en famille (vol.3) : les Barbapapa se mettent au vert	FR	unitaire	968
7	Joyeux Halloween Scoobydoo!	US	unitaire	957
8	Scoobydoo : Retour sur l'île aux zombies	US	unitaire	941
9	Scooby-Doo! & Krypto Too!	US	unitaire	918
10	Scooby Doo 2 les monstres se déchaînent	US	unitaire	872

¹ US = Etats-Unis / FR = France.

Source : CNC – AQOA.

programmes audiovisuels pour enfants en vidéo physique				
	titre	nationalité ¹	format	unités vendues
1	Raya et le dernier dragon	US	unitaire	11 832
2	Alerte rouge	US	unitaire	10 092
3	Luca	US	unitaire	9 205
4	Avalonia : l'étrange voyage	US	unitaire	8 535
5	Hôtel Transylvanie : changements monstres	US	unitaire	8 285
6	Lilo et Stitch 2 : Hawaï, nous avons un problème	US	unitaire	7 628
7	Arcane saison 1	FR	série	6 501
8	Soul	US	unitaire	6 109
9	Le Roi lion 2 : l'honneur de la tribu	US	unitaire	4 221
10	Knuckles	US	unitaire	4 110

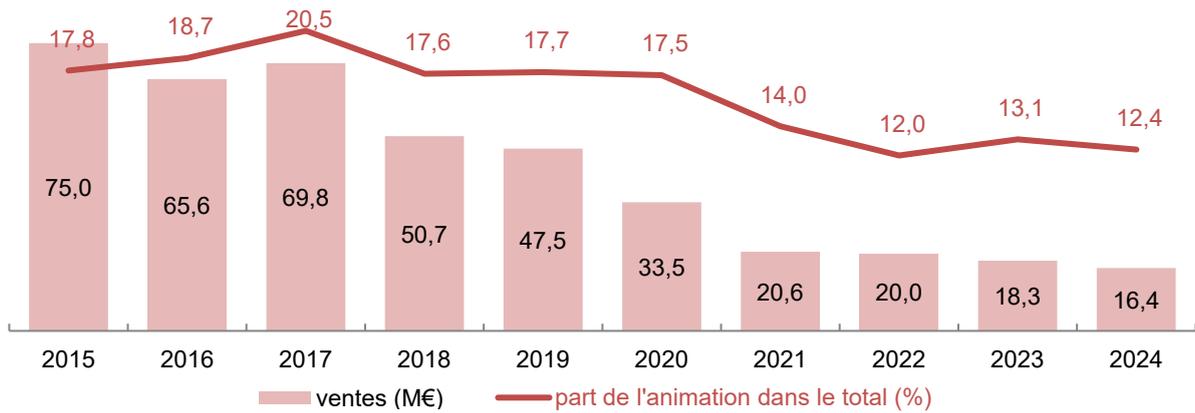
¹ US = Etats-Unis / FR = France.

Source : CNC – GfK.

Les ventes des films d'animation en vidéo physique poursuivent leur décroissance

En 2024, les longs métrages d'animation réalisent 12,4 % du chiffre d'affaires du cinéma en vidéo physique (13,1 % en 2023), au deuxième plus bas niveau historique après 2022 (12,0 %). En valeur, le chiffre d'affaires baisse de 10,5 % par rapport à 2023 et de 51,1 % par rapport à 2020 pour s'établir à 16,4 M€ en 2024, un plus bas niveau historique.

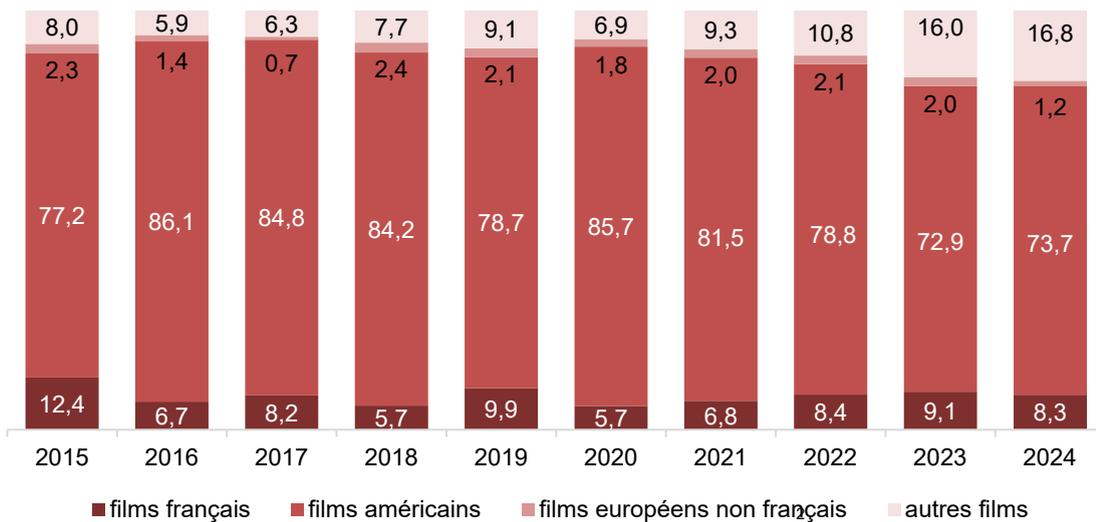
Ventes¹ de films d'animation en vidéo physique (M€)



¹ Ventes toutes taxes comprises (TTC). / Source : CNC – GfK Consumer Choices.

Les ventes de films français d'animation s'élèvent à 1,4 M€ en 2024 (-17,7 % par rapport à 2023). Les revenus des films américains d'animation reculent de 9,5 % par rapport à 2023 à 12,1 M€. Le marché continue d'être largement dominé par les films américains qui représentent 73,7 % du chiffre d'affaires réalisé, contre 8,3 % pour les films français, 1,2 % pour les films européens non français et 16,8 % pour les films non européens et non français. Cette place prépondérante des titres américains se ressent également dans le palmarès des films d'animation les plus achetés en vidéo physique en 2024. A l'exception de la 10^e place occupée par le film japonais *Le Garçon et le Héron*, l'ensemble du classement est occupé par des titres américains. *Wish : Asha et la bonne étoile* se hisse à la tête du classement, et à la 8^e place du classement général des ventes de films tous genres confondus.

Résultats des films d'animation en vidéo physique selon la nationalité (en %)¹



¹ Ventes TTC (toutes taxes comprises).

² Europe au sens continental.

Source : CNC – GfK Consumer Choices.

Classement des films d'animation selon le volume vendu en vidéo physique en 2024

	titre	nationalité ¹	unités vendues
1	Wish : Asha et la bonne étoile	US	72 724
2	Vice-versa 2	US	60 460
3	La Pat'Patrouille : la super patrouille le film	US	55 294
4	Super Mario Bros. le film	US	48 328
5	Élémentaire	US	44 752
6	Spider-Man: across the spider-verse	US	25 466
7	Kung fu panda 4	US	24 954
8	Moi, moche et méchant 4	US	23 628
9	Encanto : la fantastique famille Madrigal	US	23 027
10	Le Garçon et le Héron	JP	19 910

¹ US : Etats-Unis / JP : Japon.

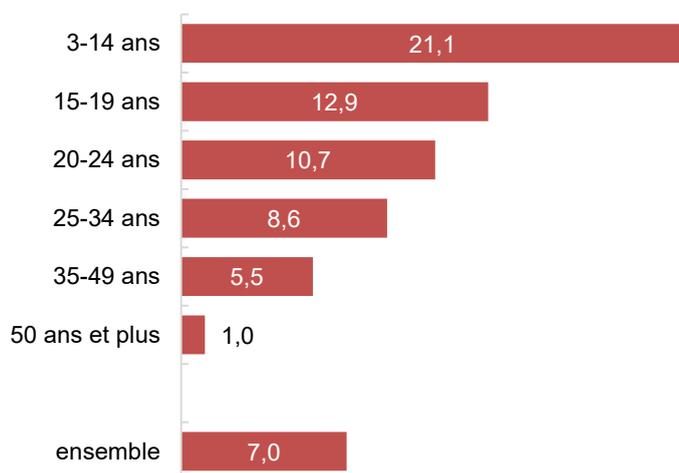
Source : CNC – GfK Consumer Choices.

4.3. L'animation en vidéo gratuite

21,1 % des enfants de 3-14 ans regardent des dessins animés chaque mois sur les sites de partage de vidéo en ligne

Selon Vertigo, en moyenne par mois, 7,0 % des Français ont regardé au moins un dessin animé sur un de site de partage de vidéo (YouTube, Dailymotion ou autres) en 2024. La pratique est davantage répandue chez les plus jeunes, à 21,1 % pour les 3-14 ans, et décroît ensuite avec l'âge (11,2 % pour les 15-24 ans et jusqu'à 1,0 % pour les 50 ans et plus).

Part des Français ayant regardé au moins un dessin animé sur un site de partage de vidéo sur internet par mois en 2024 (%)



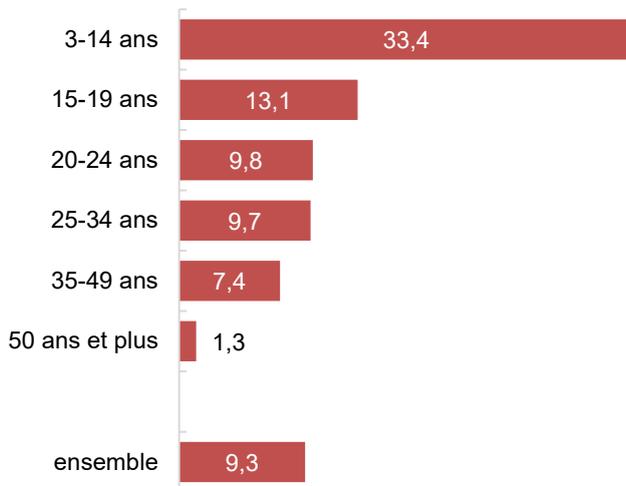
Base : Français de 3 ans et plus.

Source : Vertigo.

Un tiers des enfants de 3 à 14 ans regardent des dessins animés sur les services de télévision de rattrapage

En 2024, 9,3 % des Français ont regardé, en moyenne chaque mois, au moins un dessin animé sur les services gratuits de télévision de rattrapage selon Vertigo. Cette part est largement plus importante pour les 3-14 ans (33,4 %) que pour les autres tranches d'âge. Elle reste toutefois supérieure à la moyenne pour les 15-24 ans (10,6 % en moyenne par mois), et à un niveau similaire pour les 25-34 ans (9,7 %).

Part des Français ayant regardé des dessins animés sur au moins un service de télévision de rattrapage chaque mois en 2024 (%)



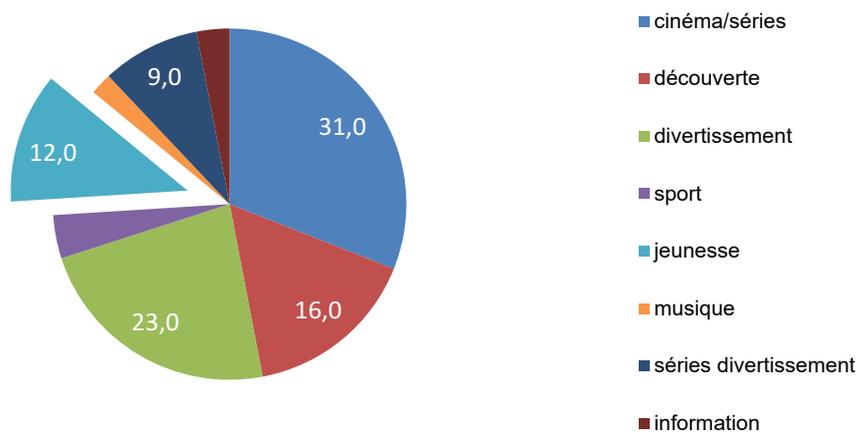
Base : Français de 3 ans et plus.
Source : Vertigo.

43 chaînes FAST dédiées à la jeunesse à la fin de l'année 2024

Les chaînes FAST (*Free Advertising Supported Streaming Television*) poursuivent leur développement dans le paysage audiovisuel français. Ces chaînes diffusées en streaming, s'apparentent aux chaînes de télévision linéaires mais sont créées à partir de catalogues de contenus à la demande et sont diffusées en streaming.

Selon NPA Conseil, à fin décembre 2024, 356 chaînes FAST en langue française sont disponibles en France (273 en décembre 2023) sur les neufs principaux services opérant sur le marché français (france.tv, LG Channels, M6+, Molotov Channels, Plex, Pluto TV, Rakuten TV, Samsung TV Plus et TF1+). Les chaînes FAST consacrées à la jeunesse représentent 12,0 % de l'offre globale disponible sur ces services, soit 43 chaînes disponibles en décembre 2024 (29 en décembre 2023). Parmi celles-ci, certaines sont dédiées à l'animation et, en général, à une franchise telles les Lapins Crétins, Bob l'éponge, les Razmoket, Dora l'exploratrice, Yu-Gi-Oh! ou bien Inazuma Eleven. D'autres sont plus généralistes comme Pluto TV Kids ou Rakuten TV Famille.

Répartition de l'offre de chaînes FAST selon la thématique en décembre 2024 (%)



Source : NPA Conseil.

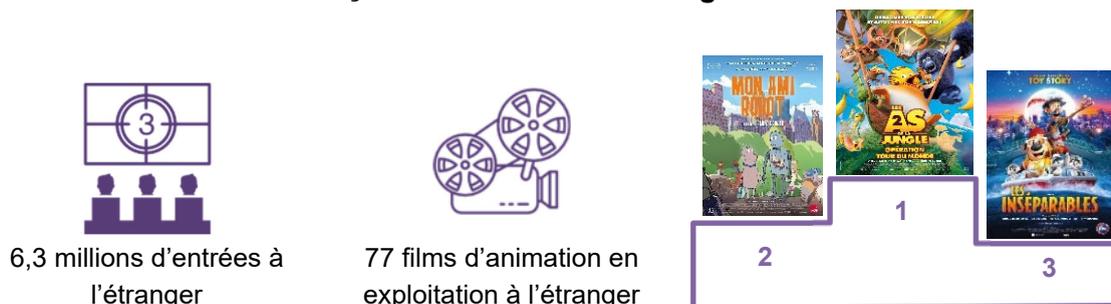
5. International

L'animation :

Les ventes de programmes audiovisuels d'animation à l'international En 2023



Les entrées des films français d'animation à l'étranger en 2024



La présence des œuvres françaises sur les plateformes de VàDA à l'international en janvier 2025



La présence des œuvres françaises sur les chaînes de télévision à l'international en 2024



5.1. L'exportation des programmes audiovisuels français d'animation

Des ventes de programmes audiovisuels d'animation à l'international à nouveau en recul

Remarques méthodologiques

Les résultats des programmes audiovisuels français à l'exportation présentés ci-après sont issus d'une enquête conduite à l'échelon national par le CNC et Unifrance, auprès des professionnels de la production et de la vente de programmes audiovisuels. Pour plus de détails, consulter l'édition 2023 de [L'exportation des programmes audiovisuels français en 2023](#), publiée par le CNC en collaboration avec Unifrance. Les données relatives aux ventes de programmes audiovisuels pour l'année 2024 ne sont pas encore disponibles au moment de la publication de la présente étude.

Après avoir atteint des niveaux très élevés de 2016 à 2020, les ventes d'animation française sont dans une tendance à la baisse qui se confirme à nouveau en 2023, à 51,2 M€ (-11,2 %). Pour la deuxième fois depuis 1999 (première année du suivi statistique par genre), l'animation n'est pas le premier genre à l'export et se classe deuxième. Elle représente 25,2 % des ventes totales en 2023 (-1,7 point par rapport à 2022), de nouveau derrière la fiction (36,6 %).

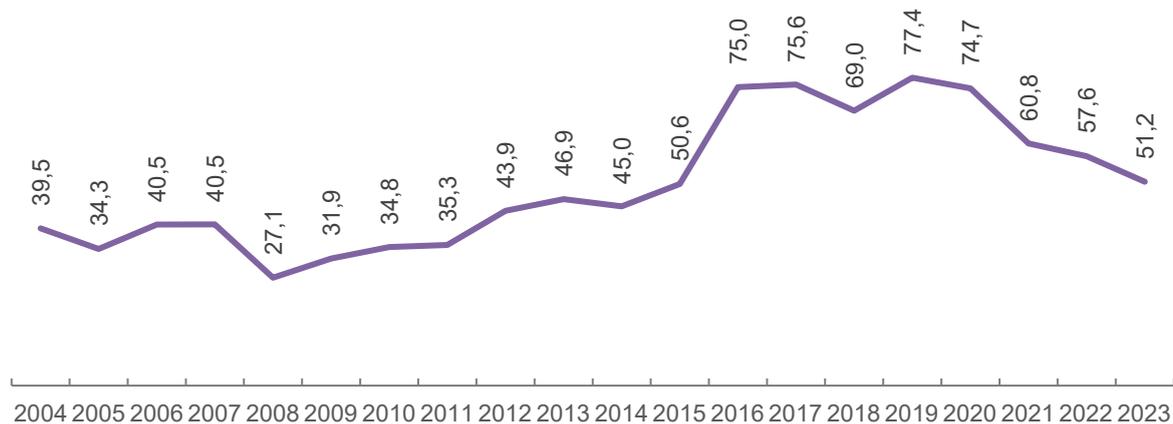
En termes de répartition géographique des ventes, la part de marché de l'Europe de l'Ouest est en nette progression et passe de 26,9 % à 43,4 % en 2023, soit le plus haut niveau depuis 2014 (59,6 %). La région Asie / Océanie prend la deuxième place (troisième en 2022, derrière l'Amérique du Nord) avec une part de marché de 12,8 %, en baisse de 2,3 points par rapport à 2022. L'Amérique du Nord représente 8,5 % des ventes totales, contre 24,8 % en 2022 et 16,5 % en moyenne sur la décennie. Il s'agit de la plus faible part de marché pour la région depuis 2008 (5,0 %). Enfin, la part de marché des droits monde, qui était passée de 35,4 % en 2021 à 24,0 % en 2022, se stabilise à 25,2 % en 2023.

En 2023, comme dans les autres genres, les incertitudes et les mutations du secteur ont pesé sur l'activité des exportateurs de programmes d'animation. Les programmes d'animation français continuent de circuler dans le monde et bénéficient d'un haut niveau de reconnaissance, en particulier les séries préscolaires, mais le genre n'échappe pas à la baisse générale des prix d'acquisition, au manque de visibilité des acheteurs sur leurs budgets, et à la tendance globale de ralentissement des achats et des financements. La qualité artistique de la production française, notamment les programmes avec un aspect éducatif marqué ou ceux qui ciblent un public familial, reste mondialement reconnue, avec des propriétés intellectuelles fortes et variées, disponibles sur un grand nombre de territoires, par exemple *Zig & Sharko* (Xilam Animation), *Molang* (Millimages) ou encore *Gigantosaurus* (Cyber Group Studios). Ces programmes sont, d'ailleurs, particulièrement alignés avec la demande des diffuseurs linéaires, notamment publics et européens, qui demeurent des partenaires privilégiés pour ce type de programmes.

Le niveau en retrait des ventes de programmes d'animation français s'explique également par une tendance des diffuseurs et des services de VàDA à prendre moins de risques et à se

concentrer sur l'acquisition de marques connues, qui ont fait leurs preuves dans d'autres pays assurant une certaine part d'audience mais aussi des revenus grâce aux produits dérivés. En outre, de plus en plus de pays encouragent une production nationale d'animation (le Canada, l'Australie, ou les pays d'Europe de l'Est par exemple), se positionnant ainsi comme des concurrents sérieux pour l'animation française, surtout auprès des diffuseurs de leurs propres territoires.

Ventes internationales de programmes audiovisuels d'animation français (M€)



Source : CNC – Unifrance.

En 2023, le niveau de concentration du secteur de l'exportation de programmes d'animation baisse. Les cinq premières sociétés concentrent, en effet, 51,9 % des recettes internationales du genre, soit 18,2 points de moins par rapport à 2022 et 7,5 points de moins que la moyenne de la décennie (59,4 %). Le poids des dix premières sociétés est également en baisse, dans une moindre mesure, à 83,4 % du total des ventes du genre (-1,7 point) mais reste supérieur à la moyenne de la décennie (79,2 %).

Le niveau de concentration élevé de l'animation reflète la complexité d'ensemble (financière, technique, artistique et temporelle) du processus de production et de commercialisation du genre. La distribution à l'international de séries d'animation exige de lourds investissements, à la fois marketing mais aussi de versions linguistiques, qui restreignent l'accès au secteur et nécessitent souvent, pour le modèle économique, d'intégrer production et distribution. L'importance de la propriété intellectuelle dans la vente d'animation est également un facteur majeur expliquant la forte concentration du secteur. Si les résultats à l'export de l'animation sont en baisse en 2023 au global, le chiffre d'affaires de plusieurs distributeurs progresse nettement par rapport à 2022. La plupart ont cependant souffert du contexte économique, de la baisse des commandes de programmes d'animation au niveau mondial, et en particulier en Amérique du Nord, liée en partie à la rationalisation des investissements des services de VàDA.

Des ventes en Europe de l'Ouest en fort rebond

Europe de l'Ouest

Les exportations de programmes d'animation en **Europe de l'Ouest** affichent une forte hausse de 43,0 % en 2023 à 22,2 M€, soit un niveau en ligne avec la moyenne de la décennie (22,1 M€). Au total, l'Europe de l'Ouest représente 43,4 % des ventes d'animation française dans le monde, en importante augmentation de 16,5 points par rapport à 2022, dépassant ainsi la moyenne de la décennie à 34,7 %.

La **zone Royaume-Uni + Irlande** augmente fortement ses achats d'animation à 4,8 M€ (+65,7 %). En 2023, la zone devient le premier marché mondial pour l'animation. En 2023, la chaîne enfants Tiny Pop a notamment fait l'acquisition de la série d'animation *Pyjamasques Power Heroes le cercle des héros* (52x11' – FrogBox).

Les achats de l'**Allemagne** (avec l'Autriche) en animation baissent pour la deuxième année consécutive. Après la baisse enregistrée de 44,2 % en 2022, en 2023, les achats continuent à diminuer à 2,9 M€ (-8,9 % sur un an), lui faisant perdre sa première place d'acheteur européen du genre. Après trois années consécutives en tête du classement, l'Allemagne se classe ainsi en deuxième position des acheteurs de programmes d'animation français en Europe de l'Ouest et troisième au niveau mondial. En Allemagne, Super RTL a fait l'acquisition de la série animée *Hello Kitty: Super Style!* (52x11' – Watch Next Media, Monello Productions) et de la série musicale *Behind the Beats* (26x5' – TeamTo / 22D music Group & YouTube Originals Kids & Family). La série d'animation *l'Armure de Jade* (26x26' – TeamTO), destinée aux 6-10 ans, est par ailleurs également diffusée sur la chaîne. La série animée *Mystery Lane* (26x22' – Studio Hari) est quant à elle diffusée sur Disney.

Malgré une diminution de 22,9 % des ventes à destination de l'**Italie**, le pays demeure le troisième acheteur européen d'animation avec 2,8 M€. La série d'animation *Mystery Lane* y a été achetée par la Rai. Le diffuseur public italien a également fait l'acquisition de *Tara Duncan* (52x13' – Princess Sam Entertainment Group).

En **Espagne**, les ventes d'animation stagnent à 1,4 M€ en 2023 (-0,2 %). RTVE y a acheté les séries d'animation *Samuel* (21x2'40' – Les Valseurs) et *le Refuge d'Audrey* (52x11', 2x22' – Kids First). Dans ces deux pays, traditionnellement, ce sont les chaînes jeunesse des groupes publics qui représentent l'essentiel des achats de droits. En Italie, deux chaînes publiques acquièrent des séries d'animation françaises : Rai Yoyo (pour les enfants de moins de 8 ans) et Rai Gulp (enfants et adolescents) ; la chaîne publique Clan (groupe RTVE) est un partenaire privilégié en Espagne.

Les ventes diminuent en **Belgique** à 0,9 M€ (-23,1 %) et en **Suisse**, dans une bien moindre mesure, à 0,9 M€ (-4,4 %). Territoires privilégiés pour la création francophone, la Belgique et la Suisse sont particulièrement importants pour la vente de programmes d'animation français.

Enfin, en **Scandinavie**, les achats progressent de 46,0 % à 1,1 M€. En Suède, SVT a fait l'acquisition de plusieurs séries d'animation françaises dont *Edmond & Lucy* (52x26' – MIAM!) ou encore *Team DroniX* (26x22' – PGS Entertainment).

Amérique du Nord

Après une année en croissance, les ventes d'animation française en **Amérique du Nord** repartent de nouveau à la baisse. En 2023, elles s'établissent à 4,3 M€, soit une chute de 69,7 % sur un an, à un niveau très en deçà de la moyenne de la décennie (10,5 M€). La zone représente 8,5 % des ventes totales d'animation (-16,3 points), et devient la troisième zone d'export après l'Europe de l'Ouest (43,4 %) mais aussi l'Asie / Océanie (12,8 %).

Alors qu'en 2022, les **Etats-Unis** détenaient le titre de premier pays acheteur mondial d'animation française, le pays est absent du podium en 2023 et arrive en 5^e position. Les achats américains d'animation française sont en très forte baisse de 79,8 %, à 2,4 M€. La saison 7 de la série *Totally Spies* (26x22' - Banijay Kids & Family) a été acquise pour les Etats-Unis par Warner Bros. Discovery.

Les ventes d'animation française au **Canada** diminuent également pour la deuxième année consécutive (-13,6 %) pour un montant total de 1,9 M€. Au Canada, l'existence de quotas pour la production canadienne rend plus difficile l'activité des distributeurs de programmes français, en particulier sur l'animation préscolaire. La série *l'Armure de Jade* (26x22' – TeamTo) a cependant été achetée par Radio-Canada, WildBrain et Télé-Québec. Radio-Canada a également fait l'acquisition de la série d'animation *le Refuge d'Audrey* (52x11' – Watch Next Media) tandis que Télé-Québec a acquis *Tara Duncan* (52x13' – Princess Sam Entertainment Group).

Asie / Océanie

Les ventes d'animation en **Asie / Océanie** diminuent de 24,6 % en 2023 à 6,6 M€, un niveau inférieur à la moyenne de la dernière décennie (8,1 M€). La zone représente 12,8 % du total des ventes dans le monde (-2,3 points).

Après une année de hausse, les ventes à destination de la zone « **Chine, Hong Kong, Taïwan** » accusent une baisse de 21,5 %, à 4,0 M€ en 2023. Malgré ce recul, la zone se maintient en tant que deuxième territoire d'export de l'animation française pour la seconde année consécutive. En dépit des régulations complexes et de la nécessité de passer par un intermédiaire local, le besoin en programmes des services de VàD, dominés par les géants locaux Baidu, Alibaba et Tencent, fait de la Chine un territoire majeur pour l'animation française. En 2023, Youku, le service de VàD du groupe Alibaba, a fait l'acquisition de plusieurs programmes d'animation français dont *Hello Kitty: Super Style!* et *l'Armure de Jade*.

Malgré une baisse de 13,1 % des ventes de programmes d'animation français en **Inde** à 1,1 M€, leur niveau reste légèrement supérieur à la moyenne de la décennie (1,0 M€).

Au **Japon**, après avoir atteint le plus bas niveau de la décennie en 2022, les ventes d'animation rebondissent à 0,2 M€ en 2023, à un niveau toujours en deçà de la moyenne des dix dernières années (0,4 M€). En **Australie** et **Nouvelle-Zélande**, les ventes diminuent fortement à 0,3 M€ (-61,3 %), soit un niveau inférieur à la moyenne de la décennie (0,5 M€). En Australie, la série d'animation française *Mystery Lane* est diffusée sur ABC.

Les droits monde

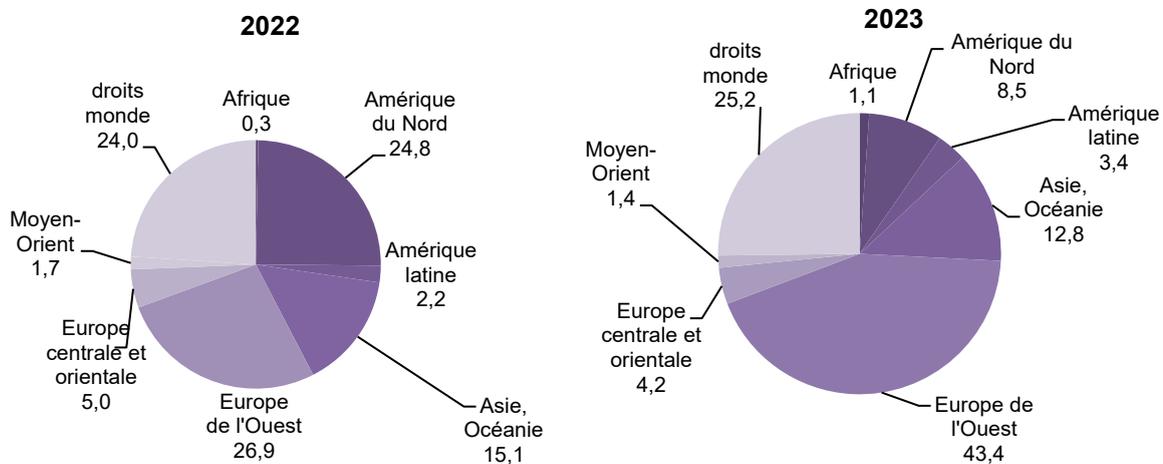
En 2023, les ventes de **droits monde** reculent pour la troisième année consécutive (-6,6%) et s'établissent à 12,9 M€. Elles représentent 25,2 % des exportations totales d'animation (24,0 % en 2022). Cette baisse résulte de la diminution des ventes de droits monde aux diffuseurs linéaires (-26,1 % à 4,0 M€). Les services de VàDA mondiaux ou multi-territoires augmentent légèrement leurs achats en animation à 8,9 M€ en 2023 (+5,9 %), à un niveau qui reste néanmoins très nettement inférieur à la moyenne observée entre 2019 et 2021 (22,8 M€).

Les services gratuits de vidéo à la demande, financés par la publicité, représentent une source de revenus complémentaire pour les distributeurs de programmes français d'animation. Particulièrement regardés par le jeune public, ils offrent aux programmes une visibilité mondiale, susceptible d'engendrer des ventes et de créer des marques à fort potentiel de merchandising.

La gestion des chaînes YouTube fait ainsi partie intégrante de la stratégie des distributeurs afin de contribuer à la notoriété des programmes, sans réduire leur valeur auprès des diffuseurs. Ces dernières années, l'activité de ventes d'animation a cependant été fortement impactée par la chute des revenus publicitaires sur la plateforme, qui oblige notamment les vendeurs à proposer deux fois plus de vidéos ou à engendrer deux fois plus de vues pour atteindre le même niveau de recettes que précédemment. Au total en 2023, les droits AVoD monde (ou multi-territoires) pour des programmes d'animation baissent de 34,7 % à 2,8 M€.

Répartition des ventes de programmes français d'animation par zone géographique (%)

Source : CNC-Unifrance.



Les préfinancements étrangers dans les programmes audiovisuels d'animation repartent à la hausse

Après une année de forte baisse, due au volume particulièrement faible de production d'animation aidée en 2022, l'animation enregistre un net rebond de 26,3 % des apports étrangers en préventes ou coproduction, à 55,8 M€ en 2023, à un niveau proche de la moyenne de la décennie (57,4 M€). L'animation reste ainsi le genre bénéficiant le plus de ces préfinancements, loin devant la fiction (26,3 M€, -20,3 % par rapport à 2022) et le documentaire (20,6 M€, -19,3 % par rapport à 2022).

Dans le détail, les apports étrangers en coproduction progressent de 54,0 % à 36,3 M€ et les préventes internationales baissent de 5,4 % à 19,5 M€.

L'animation capte toujours la majeure partie des préventes (59,8 % du total), en forte hausse par rapport à 2022 (+19,2 points). Sur la décennie, le genre représente plus de la moitié des préventes étrangères (52,7 %). Le territoire Allemagne + Autriche est notamment le premier pays préacheteur d'animation française avec 9,2 M€ de préventes, soit 47,5 % du total des préventes françaises d'animation.

L'animation est également le premier genre bénéficiaire d'apports étrangers en coproduction et capte 49,6 % du total de ces apports, en hausse de 10,6 points par rapport à la moyenne de la décennie. Le premier pays partenaire de coproduction est la Belgique, avec 7,0 M€ d'apports pour 9 programmes.

Ventes, préventes et apports en coproduction des principaux territoires (M€)

	2019	2020	2021	2022	2023	évol. 2023/2019
Etats-Unis						
ventes	12	5,9	4,9	11,9	2,4	-80,0%
préventes	6,6	15,4	9,6	1,5	2,5	-62,1%
apports en coproduction	-	-	-	1,4	-	
total	18,6	21,3	14,5	14,9	4,9	-73,7%
Allemagne (+Autriche)						
ventes	10,8	7,8	5,7	3,2	2,9	-73,1%
préventes	7,1	7,9	4	6,3	9,2	29,6%
apports en coproduction	1,6	1,2		0,6	0,9	-43,8%
total	19,5	16,9	9,7	10,1	13	-33,3%
Italie						
ventes	3,9	2,8	2	3,7	2,8	-28,2%
préventes	2,5	3,7	0,4	2,8	0,9	-64,0%
apports en coproduction	3	3,8	5,4	2,2	13,7	356,7%
total	9,4	10,3	7,8	8,7	17,4	85,1%
Chine (+Hong Kong et Taiwan)						
ventes	6,3	5,3	3,6	5,0	4,0	-36,5%
préventes	0,2	0	5,4	-	-	
apports en coproduction	-	-	0,2	2,6	-	
total	6,4	5,3	9,2	7,7	4,0	-37,5%
Canada						
ventes	3,1	2,7	3,1	2,2	1,9	-38,7%
préventes	0,2	0,5	2,8	0,4	0,9	350,0%
apports en coproduction	4,7	1	2,8	1,6	3,1	-34,0%
total	7,9	4,2	8,7	4,1	5,9	-100,0%
monde						
ventes	20,9	25,9	21,5	13,8	12,9	-38,3%
préventes	11,5	5,7	3,8	0,8	0,3	-97,4%
apports en coproduction	-	-	-	-	-	
total	32,4	31,6	25,3	14,6	13,2	-59,3%

Source : CNC.

Les séries audiovisuelles d'animation française, 5^e production la mieux représentée sur les services de VàDA à l'international

Remarques méthodologiques

Les données relatives à la présence des programmes audiovisuels d'animation français sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont collectées via l'outil Analytics d'Ampere Analysis.

Au total, plus de 500 catalogues sont monitorés dans 52 pays. La qualification de la nationalité des programmes audiovisuels français est déterminée par Ampere Analysis. Les parts de marché sont à considérer avec précaution, certains titres n'ayant pas de pays de production associé.

Selon les données d'Ampere Analysis, le nombre de séries d'animation disponibles sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) dans le monde atteint 9 016 titres, en janvier 2025 (toutes nationalités confondues), dont 54,0 % de programmes enfants et/ou famille, 19,6 % de programmes de science-fiction, 10,2 % de programmes d'action et d'aventures et 10,3 % de titres de comédie. L'offre d'animation en VàDA dans le monde (France incluse) totalise ainsi 17 881 saisons de séries d'animation et un volume total de 101 330 heures. L'animation représente 10,8 % du nombre total de titres disponibles sur les services du périmètre et 6,6 % du volume horaire.

Afin de comparer la présence à l'international des séries d'animation des principaux pays producteurs, sont retirés de cette analyse pour chaque pays les catalogues du pays d'origine. Au total, 275 programmes audiovisuels d'animation français sont disponibles sur au moins un service de VàDA à l'international (hors services en France). Ils représentent 3,3 % de l'offre d'animation en nombre de références disponibles. En 2024, la France recule d'une place et devient la 5^e nationalité la plus représentée (hors catalogue du pays d'origine), dépassée de peu par le Canada. Elle est la 2^e nationalité européenne, derrière le Royaume-Uni (4,7 %). L'animation américaine et l'animation japonaise dominent très nettement le classement avec respectivement 35,6 % et 31,0 % des références disponibles dans le monde.

L'offre de séries d'animation disponibles dans le monde en VàDA par pays de production (hors pays d'origine, en % du nombre de références¹)



¹ En nombre de références. Cette méthode permet de déterminer la présence exhaustive des œuvres en ligne : une œuvre compte pour autant de territoires et de services où elle est disponible.
Source : Ampere Analysis, janvier 2025.

Plusieurs séries françaises d'animation sont très largement disponibles en VàDA, essentiellement grâce aux ventes effectuées auprès des services mondiaux. Parmi les programmes les mieux représentés à l'international dans les catalogues des services du périmètre, figurent *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat noir* (Mediawan Kids & Family) disponible notamment sur Disney+ et Netflix, *Gigantosaurus* (Cyber Group Studios) sur Disney+ et Netflix et souvent sur les mêmes territoires, *Molang* (Millimages) sur Netflix et Prime Video, *Grizzy et les Lemmings* (Studio Hari) disponible sur Netflix et Max, *H2O : l'île aux sirènes* (Les Cartooners Associés) sur Netflix et Prime Video, ainsi que Max en Amérique Latine, et *Zig & Sharko* (Xilam Animation) sur Netflix, Prime Video et Viaplay en Europe du Nord.

C'est dans les pays francophones et d'Europe de l'Ouest que l'animation française est la mieux représentée : elle atteint 10,7 % du total des références disponibles en V&DA en Suisse, 10,6 % en Belgique et 8,6 % en Allemagne. Néanmoins, sa part de marché est également significative au Canada (7,5 %), dans des pays anglophones comme l'Australie et l'Irlande (5,8 % dans chaque), l'Italie (5,5 %) et l'Espagne (5,4 %). Dans presque tous les pays, l'animation japonaise représente plus de 20 % de l'offre et l'animation américaine plus de 40 %.

L'animation française occupe, par ailleurs, une part importante du catalogue d'animation de plusieurs services locaux, comme TOD (20,0 %) au Moyen-Orient, Crave (17,0 %) et Club Illico (16,7 %) au Canada, Atresplayer (15,5 %) en Espagne, RTL+ (15,7 %) et MagentaTV (18,5 %) en Allemagne. Au niveau des services mondiaux, Prime Video se démarque avec 10,0 % de part de marché pour les programmes d'animation français à l'international, contre 2,6 % pour Netflix et Disney+.

196 séries d'animation française programmées sur les chaînes de télévision étrangères, en légère baisse par rapport à 2023

Remarques méthodologiques

Les données concernant la diffusion des programmes audiovisuels d'animation français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 300 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède).

Au total, 196 séries d'animation françaises ont fait l'objet d'au moins une diffusion sur un des territoires couverts au cours de l'année 2024, un niveau en légère diminution par rapport à 2023 (202 séries).

L'Allemagne est le pays ayant diffusé le plus grand nombre de séries d'animation françaises différentes avec 78 titres uniques proposés sur au moins une chaîne en 2024. Suivent le Canada (74 titres), la Pologne (67) et l'Espagne (61).

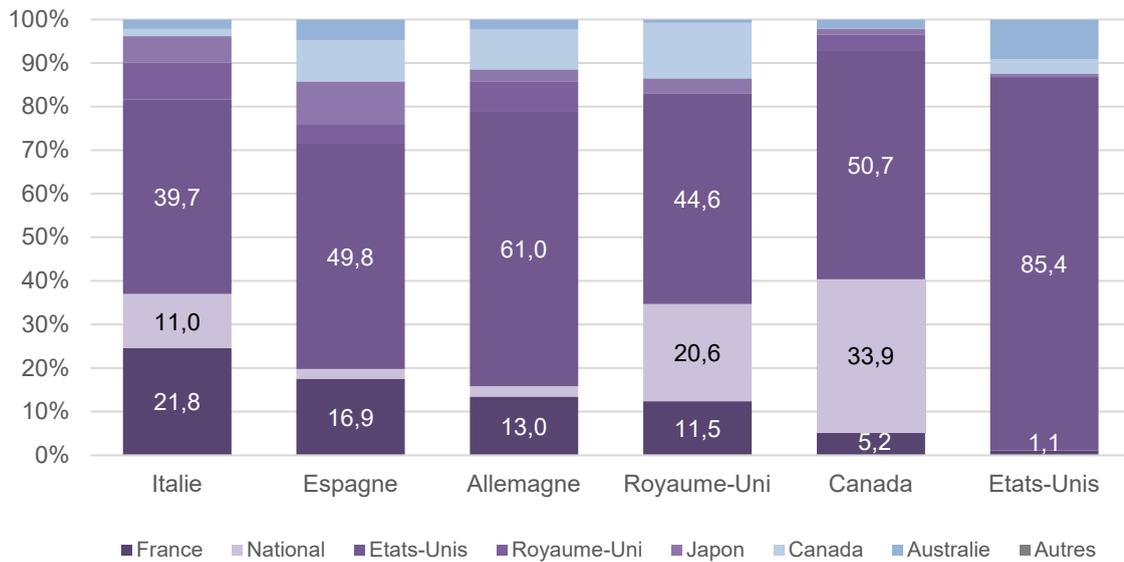
Dans les principaux pays européens suivis, à l'exception du Royaume-Uni, les séries d'animation françaises sont les mieux représentées dans la programmation des chaînes, derrière l'animation américaine et devant les productions nationales. L'animation française devance ainsi l'animation britannique et japonaise à la télévision avec une part de marché qui atteint 13,0 % en Allemagne, 16,9 % en Espagne et jusqu'à 21,8 % en Italie.

Au Canada, la production française est, derrière la production américaine, la production étrangère la mieux programmée, avec 5,2 % du temps d'antenne. Cette part est bien plus faible aux Etats-Unis, à 1,1 %. Les séries d'animation françaises y sont dépassées par les séries australiennes (9,0 %) et canadiennes (3,4 %).

Dans les quatre pays européens analysés, la part de la production américaine oscille entre 39,7 % (Italie) et 61,0 % (Allemagne).

Dans cinq pays sur les six analysés ici, la part de marché de l’animation française diminue par rapport à 2023. La baisse est moins marquée aux Etats-Unis (-1,0 point) avec un volume d’animation française cependant divisé par deux, de 1 300 heures en 2023 à 571 en 2024, et au Canada (-0,7 point, soit 6 500 heures en 2024 contre 8 200 en 2023). Le recul est plus important en Europe. La part de marché de l’animation française recule de 6,5 points en Italie (5 300 heures en 2024, contre 9 300 en 2023), de 3,2 points en Allemagne (6 500 heures en 2024, contre 7 900 en 2023) et de 1,8 point en Espagne (11 300 heures en 2024, contre 12 100 en 2023). Seul pays où elle progresse, le Royaume-Uni (+1,5 point par rapport à 2023), à 12 400 heures, contre 11 400 en 2023.

Part de marché des séries dans l’offre TV d’animation selon la nationalité en 2024 (% du volume horaire diffusé)



Source : MediaLogiq.

Les chaînes spécialisées Disney (présentes dans la quasi-totalité des pays du périmètre) et Cartoonito (groupe Warner Bros. Discovery, présente en Allemagne, au Brésil, au Mexique, en Pologne, au Royaume-Uni et en Australie) sont parmi celles qui diffusent le plus de programmes français.

Les chaînes nationales jeunesse sont également des diffuseurs importants de titres français : KiKa en Allemagne, SVB en Suède, TVP ABC en Pologne (chaînes publiques), ou encore Tiny Pop au Royaume-Uni et Teletoon+ en Pologne (chaînes privées).

Les séries françaises diffusées dans le plus grand nombre de territoires couverts sont les grands succès internationaux de ces dernières années à l’export et sont souvent également celles qui bénéficient de la plus forte exposition en vidéo à la demande par abonnement, dont *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir*, *les Pyjamasques*, *Gigantosaurus*, *Petronix* ou encore *Grizzly et les lemmings*, toutes diffusées dans au moins 10 des 14 pays du périmètre.

En matière d'exposition sur les chaînes TV, la série *Grizzy et les lemmings* domine le classement avec 70 000 diffusions (épisodes ou plages de programmation), sur les chaînes du réseau Boomerang, les chaînes Cartoonito et Cartoon Network (également du groupe Warner Bros. Discovery) et de nombreuses chaînes nationales (Pop Max et CBBC au Royaume-Uni, Super RTL en Allemagne). Suivent les séries *Miraculous : les aventures de Ladybug et Chat Noir* (40 000 diffusions sur les chaînes Disney essentiellement), *Hello Kitty : Super Style !* (15 000 diffusions sur Tiny Pop au Royaume-Uni et Télémagino au Québec) et *Taffy* (12 000 diffusions sur les chaînes Disney).

5.2. Les films français d'animation à l'international

Remarques méthodologiques

Les résultats des films français dans les salles étrangères sont collectés par Unifrance auprès d'organismes officiels et sont ensuite recoupés avec ceux des distributeurs et des attachés audiovisuels, pour obtenir des résultats plus complets. Ils prennent en compte les films français au sens de l'agrément du CNC et concernent au total 126 territoires dont 71 de manière exhaustive.

Les données relatives à la présence des films d'animation français sur les services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) sont collectées via l'outil Analytics d'Ampere Analysis. Au total, plus de 120 services sont monitorés dans 53 pays.

Les données concernant la diffusion des films d'animation français sur les chaînes de télévision étrangères sont issues de l'outil ITVR de MediaLogiq Systems et couvrent plus de 1 300 chaînes publiques et privées, dans 14 pays différents (Allemagne, Australie, Brésil, Canada, Danemark, Espagne, Etats-Unis, Italie, Mexique, Pays-Bas, Pologne, République tchèque, Royaume-Uni, Suède).

6,3 millions d'entrées à l'international pour les films français d'animation

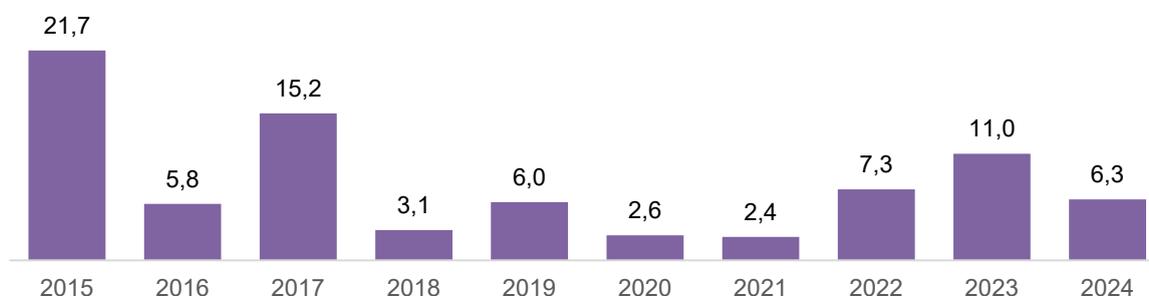
En raison d'un savoir-faire français reconnu et des spécificités du genre (doublages locaux, films grand public, franchises réputées), l'animation participe largement au rayonnement des œuvres françaises à travers le monde. Entre 2015 et 2024, 136 films d'animation français sont exploités dans les salles de cinéma à l'international et 77 films sur la seule année 2024 (50 films par an en moyenne sur la période 2015-2024), un chiffre en augmentation continue depuis 2016 (2020, année de crise sanitaire, mise à part).

Parmi les films exploités sur la décennie, 83 sont programmés pour la première fois dans les salles étrangères, soit 82,2 % des films d'animations inédits sortis dans les salles françaises sur la même période (101 films), une part qui atteint 84,6 % en 2024 (13 films d'animation français sortis en France en 2024, dont 11 sortis à l'étranger).

Sur la période 2015-2024, les films d'animation français cumulent 81,2 millions d'entrées à l'étranger, les films programmés pour la première fois, 75,9 millions. Ces films inédits réalisent ainsi 68,8 % de leurs entrées totales en dehors de la France. Le poids de l'étranger dans la vie des films d'animation français varie toutefois largement selon les titres. Parmi les films inédits sortis à l'étranger entre 2015 et 2024, seule une minorité (29 films, soit 34,9 %) réalise ainsi plus de la moitié de leurs entrées à l'international. Deux films y réalisent même plus de 90 % : la coproduction franco-espagnole *Mon ami robot* (1,8 million d'entrées à l'international,

dont 0,8 au Mexique et 0,4 en Chine) et la coproduction franco-italienne *le Petit Prince*, exploitée sur 65 territoires (18,4 millions d'entrées à l'international, soit 90,1 % de ses entrées totales, dont 5,0 millions en Chine, 2,4 millions au Mexique et 2,1 millions au Brésil).

Entrées des films français d'animation à l'étranger (millions)



Source : Unifrance – CNC.

Au cours de la période, les performances internationales des films français d'animation varient chaque année et sont tributaires de quelques titres. Les années 2015 et 2017 se démarquent ainsi en raison de la sortie de deux succès internationaux majeurs : la coproduction franco-italienne *le Petit Prince*, sortie en janvier 2015 (18,4 millions d'entrées cumulées à date) et la coproduction minoritaire canado-française *Ballerina*, sortie mi-décembre 2016 (14,0 millions d'entrées).

Après une hausse exceptionnelle en 2023, liée au succès international de *Miraculous le film* (7,2 millions d'entrées à l'étranger) et de *Pattie et la colère de Poséidon* (1,7 million d'entrées), l'animation affiche une fréquentation en baisse, à 6,3 millions d'entrées, un niveau inférieur à la moyenne de la décennie (8,1 millions par an). Néanmoins, quatre films d'animation sont présents dans le top 10 à l'international en 2024 : *Mon ami robot* (1,7 million d'entrées, 4^e dans le classement), *Petit Panda en Afrique* (1,0 million, 6^e dans le classement), *les As de la jungle 2 - Opération tour du monde* (1,0 million, 7^e dans le classement) et *les Inséparables* (716 000 entrées, 10^e dans le classement). Tous ces films, à l'exception de *Petit Panda en Afrique*, étaient déjà exploités en 2023. Par ailleurs, trois d'entre eux, *les As de la jungle 2 – Opération tour du monde* mis à part, sont des coproductions minoritaires.

Sur la période 2015-2024, 43 films français d'animation cumulent plus de 100 000 entrées dans les salles étrangères. 29 titres sont des films d'initiative française (films entièrement ou majoritairement français) et 14 sont des coproductions minoritaires. 20 films français d'animation franchissent le seuil du million d'entrées à l'étranger entre 2015 et 2024, dont 12 productions entièrement ou majoritairement françaises.

En 2024, neuf films enregistrent plus de 100 000 entrées, un nombre très nettement supérieur à celui observé ces dernières années (trois films en 2021, quatre en 2022 et cinq en 2023 et entre 2018 et 2020).

Sur la période, les films d'initiative française contribuent largement aux performances du genre dans les salles à l'international, en concentrant plus des deux tiers (69,1 %) de l'ensemble des entrées enregistrées par les films d'animation français. La part de marché des films d'initiative

française peut cependant varier fortement d'une année à l'autre, entre 14,5 % (en 2017) et 99,6 % (en 2019) sur la période 2015-2024.

En 2024, elle s'établit à 35,7 % : un seul film d'initiative française dépasse les 300 000 entrées (*Les As de la jungle 2 - Opération tour du monde*), contre quatre coproductions minoritaires (*Mon ami robot*, *Petit Panda en Afrique*, *Les Inséparables*, *Flow*).

Les 10 plus gros succès d'animation française à l'international entre 2015 et 2024

film	année de sortie à l'international	nombre de territoires	entrées 2015-2024 (millions)	part des entrées totales ¹
<i>Le Petit Prince</i>	2015	65	18,4	90,1%
<i>Ballerina</i>	2016	76	14,0	88,2%
<i>Miraculous le film</i>	2023	43	7,6	82,1%
<i>Astérix et le secret de la potion magique</i>	2018	60	3,7	47,6%
<i>Bigfoot Family</i>	2020	67	2,7	85,6%
<i>Astérix : le domaine des dieux</i> ²	2014	38	2,5	50,5%
<i>Vaillante</i>	2022	73	2,3	63,3%
<i>Mune, le gardien de la lune</i>	2015	30	2,2	75,3%
<i>Les As de la jungle</i>	2017	62	2,1	75,3%
<i>Pattie et la colère de Poséidon</i>	2023	44	2,1	70,3%

¹ Pour les cumuls France et international, l'ensemble des entrées réalisées du film sur la période analysée sont prises en compte. La part des entrées effectuées à l'international est calculée à partir des deux cumuls.

² *Astérix : le domaine des dieux* est sorti en 2014. Au 31/12/2024, le film cumule 3,2 millions d'entrées à l'international au total. Source : Unifrance - CNC.

L'Europe centrale et orientale, 1^{ère} zone d'accueil des films d'animation français sur la décennie

Sur la période 2015-2024, l'Europe centrale et orientale génère la plus grande part des entrées réalisées par les films français d'animation à l'étranger (30,0 %), une part nettement supérieure à celle observée sur l'ensemble des films français (17,4 %). Trois marchés tirent la fréquentation des films français sur la zone : la Russie, premier territoire au monde pour l'animation française sur la décennie (11,1 millions d'entrées), devant la Chine (9,3 millions d'entrées) et la Pologne (6,3 millions d'entrées). Ces trois territoires concentrent ainsi un tiers (32,9 %) des entrées mondiales du genre.

En 2024, dans un contexte géopolitique tendu, marqué dans les salles russes par l'absence de films américains (comme en 2023), la Russie enregistre 0,7 million d'entrées pour l'animation française (4,1 millions en 2023, dont 3,5 millions pour *Miraculous le film* et 1,1 million en 2022).

Sur la décennie, l'Europe occidentale est la deuxième zone en termes d'entrées pour les films français d'animation (28,4 %), une part toutefois inférieure à celle observée sur l'ensemble des films français (37,6 %). Au sein de la zone, l'Italie est un marché particulièrement dynamique sur la période, avec 56 films d'animation français exploités et un total de 4,7 millions d'entrées, faisant du pays le cinquième territoire mondial pour les films d'animation français. Si ces performances sont, en grande partie, portées par *le Petit Prince*, qui concentre un quart des entrées du territoire sur la décennie, l'appétence italienne pour les films français se confirme à nouveau en 2024, le territoire étant celui qui exploite le plus de films d'animation français en salles au monde avec 33 films, dont 5 inédits, pour un total de 151 579 entrées. C'est

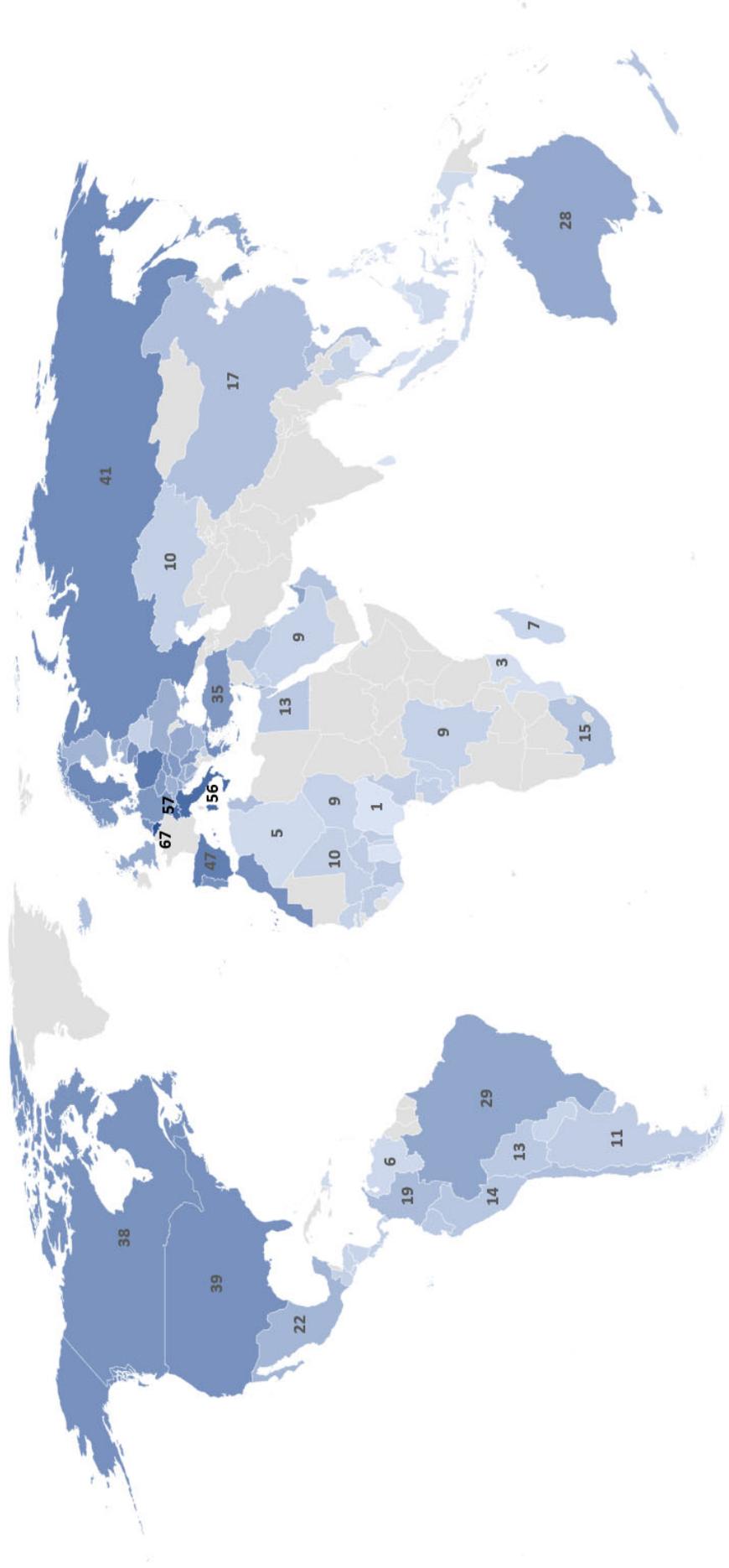
néanmoins l'Allemagne qui, sur l'année 2024, enregistre la plus forte fréquentation de la zone, à 366 319 entrées pour 11 films exploités. L'écart de presque un million d'entrées par rapport à 2023 (1,3 million) s'explique par la présence l'année dernière de *Miraculous le film*, qui avait concentré 96,2 % des entrées sur le territoire. Le troisième pays de la zone est l'Espagne, enregistrant un niveau d'entrées en baisse de 12,0 %, à 96 394 entrées en 2024.

L'Asie est la troisième zone géographique pour la diffusion en salles de l'animation française à l'étranger, générant 18,0 % des entrées sur la période 2015-2024 (16,3 % tous genres confondus). Ces performances sont largement portées par la puissance du marché chinois, qui occupe la deuxième place des territoires en termes de nombre d'entrées enregistrées par l'animation française (9,3 millions pour 17 films diffusés sur la décennie).

L'absence de *Miraculous le film* fait baisser considérablement le niveau d'entrées en 2024 dans le pays, à 337 528 (642 496 entrées en 2023) pour deux films distribués en salles, *le Tour du monde en 80 jours* et *Mon ami robot*. Par ailleurs, le film *Mon ami robot* rencontre un succès notable auprès du public hongkongais : il est le seul film d'animation français distribué dans le pays et réalise 91 221 entrées en 2024. Au Vietnam, troisième pays de la zone, le seul film d'animation français distribué, *Petit Panda en Afrique*, cumule 87 536 entrées.

L'Amérique latine se place en quatrième position des zones géographiques pour la diffusion des films français d'animation, avec 14,4 % des entrées sur la période 2015-2024 (13,3 % tous genres confondus). Le Mexique, premier pays de la zone, cumule 5,3 millions d'entrées sur la décennie pour 22 films diffusés, devant le Brésil (3,1 millions d'entrées, pour 29 films diffusés). En 2024, le Mexique est le premier pays au niveau mondial et reste donc largement leader sur la zone : 986 373 entrées pour quatre films d'animation français programmés. *Mon ami robot* rencontre un franc succès et concentre 84,5 % des entrées du pays.

Nombre de films français d'animation exploités par territoire entre 2015 et 2024



Source : Unifrance.

Une offre de films d'animation française diversifiée sur les services de VàDA à l'international

En parallèle de l'exploitation cinématographique, 82 films d'animation français sont disponibles sur au moins un service de VàDA à l'international (hors France) en janvier 2025, contre 92 en avril 2024.

Les films récents y sont plébiscités (*Bombay Rose*, *Sahara* et *le Sommet des dieux* sont ainsi présents dans 51 pays), et la diversité du cinéma d'animation français y est représentée à l'échelle mondiale, avec de l'animation familiale (*Sahara*, *le Petit Prince*) et pour adultes (*La Planète sauvage*), et différentes techniques d'animation, 3D (*Croc-Blanc*, *Astérix et le secret de la potion magique*, *Miraculous le film*) ou 2D (*Bombay Rose*, *Le Sommet des dieux*).

L'Espagne est, en janvier 2025, le pays qui propose le plus grand nombre de films français d'animation en VàDA, avec 37 titres disponibles sur au moins un service. Plus particulièrement, FilmIn, avec 14 titres, est le premier service en nombre de films français d'animation proposés.

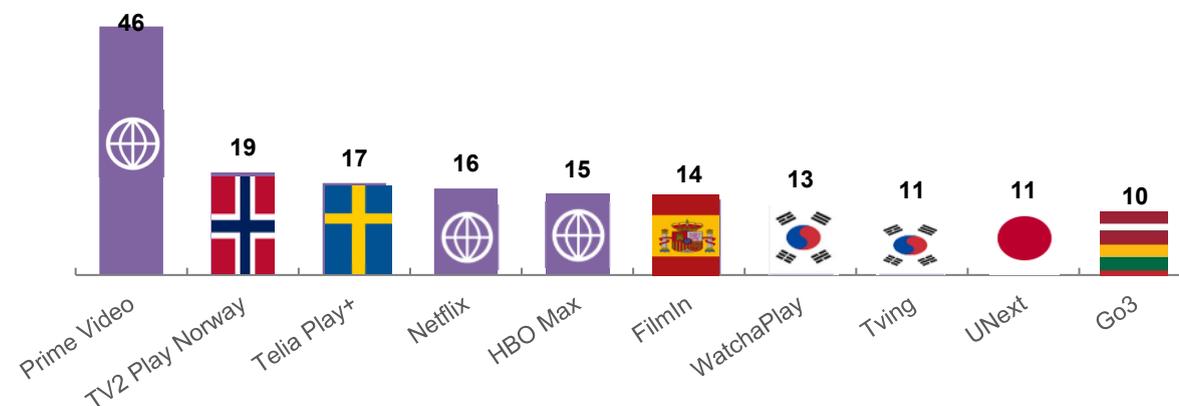
En janvier 2025, la Norvège fait elle aussi preuve d'une forte appétence pour les films français d'animation, avec 31 films disponibles en VàDA, la plaçant au deuxième rang mondial derrière l'Espagne. TV2 Play Norway, service local, compte 19 films et est le premier service local de VàDA dans le monde en termes de catalogue d'animation cinématographique française.

TeliaPlay+, service de VàDA suédois, se classe deuxième au monde avec 17 films français d'animation au catalogue en janvier 2025.

Le Nord-Est asiatique propose une offre conséquente de films français d'animation, notamment sur les services de VàDA locaux. Le nombre de titres disponibles sur les services sud-coréens est stable au global, avec 22 titres, sur WatchaPlay (13 titres) et Tving (11 titres). Par ailleurs, le Japon propose 15 films français d'animation en janvier 2025, dont 11 sur le service local UNext.

Le premier service mondial de VàDA est de loin Prime Video, avec 46 films français d'animation dans son catalogue, loin devant ses concurrents, Netflix (16 titres) et Max (15 titres).

Top 10 des plateformes en termes d'offre de films d'animation français en janvier 2025



Source : Ampere Analysis.

En télévision, l'animation française bénéficie d'une place privilégiée dans la programmation des chaînes de télévision étrangères, avec 74 films diffusés en 2024 (68 en 2023) sur les 14 territoires étudiés. Les télévisions étrangères diffusent, en moyenne par territoire, autant de films (12,6) que les services de VàDA (13,0). Les films récents sont là-aussi plébiscités, mais l'âge moyen des films diffusés reste assez élevé (14 ans), comme sur les services de VàDA (13 ans). *Astérix et le secret de la potion magique* (2018) et *Vaillante* (2022) sont les films les plus diffusés sur les télévisions étrangères en 2024 (huit territoires), devant *Ballerina*, *Pil*, *Playmobil : le film*, présents dans sept territoires. Les films tirés de la franchise *Astérix* y tiennent toujours une place de choix, quelle que soit leur année de production : *Astérix et le domaine des Dieux* (2014) est présent sur six territoires, tandis que les films de patrimoine *Astérix et Cléopâtre* (1968), *Astérix le Gaulois* (1967) et *Astérix aux jeux olympiques* (2008) comptent cinq territoires de diffusion chacun.

En télévision, le Canada s'impose comme le premier pays en termes d'offre de films d'animation français, avec 32 titres diffusés, dont 12 sur la chaîne gratuite TéléQuebec. Les chaînes de télévision polonaises sont les deuxièmes au niveau mondial et les premières chaînes européennes, avec 31 films d'animation diffusés en 2024, loin devant l'Allemagne et l'Espagne (22 films chacun) et l'Italie (19 films).



salle¹

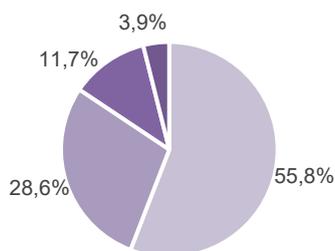
77 films dont 11 inédits

dans 71 territoires



Âge moyen des films :

4 ans



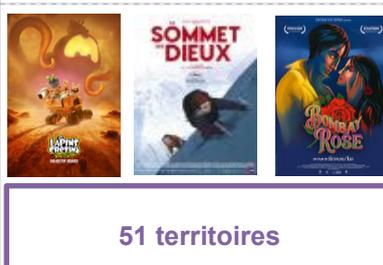
- moins de 3 ans
- de 3 à 9 ans
- de 10 à 19 ans
- de 20 à 39 ans



VàDA²

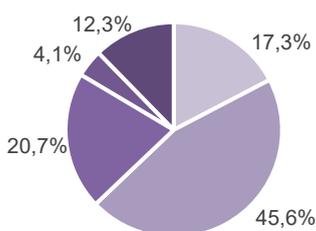
82 films disponibles

dans 52 territoires



Âge moyen des films :

13 ans



- moins de 3 ans
- de 3 à 9
- de 10 à 19
- de 20 à 39
- 40 ans et plus



télévision linéaire³

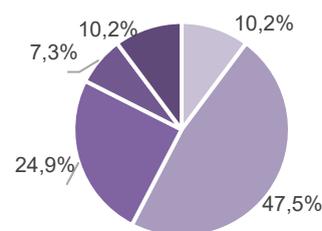
74 films programmés

dans 14 territoires



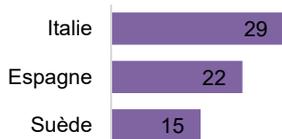
Âge moyen des films :

14 ans



- moins de 3 ans
- de 3 à 9
- de 10 à 19
- de 20 à 39
- 40 ans et plus

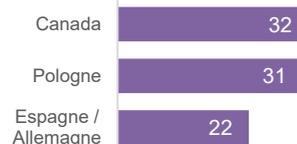
6,0 films par territoire



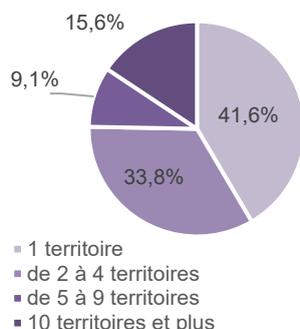
13,0 films par territoire



12,6 films par territoire

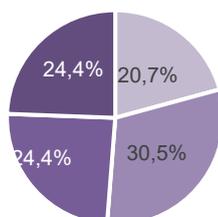


5,2 territoires¹ par film



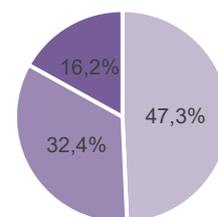
- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

7,5 territoires² par film



- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

2,5 territoires³ par film



- 1 territoire
- de 2 à 4 territoires
- de 5 à 9 territoires
- 10 territoires et plus

¹ Source : Unifrance – Périmètre : 71 territoires. / ² Source : Ampere Analysis – Périmètre : 52 pays. / ³ Source : Medialogiq Systems – Périmètre : 14 pays.

5.3. Les commandes de programmes d'animation dans le monde

Remarques méthodologiques

Les informations sur les commandes de programmes proviennent d'une base de données d'Ampere Analysis qui porte sur les nouvelles productions audiovisuelles, inédites ou renouvelées, quel que soit leur stade de production, et qui ont été annoncées par les principaux diffuseurs internationaux, linéaires et non-linéaires.

Selon les estimations d'Ampere Analysis, ce sont 653 séries audiovisuelles d'animation qui ont été commandées sur les 12 derniers mois (entre le deuxième trimestre 2024 et le premier trimestre 2025, programmes sortis durant la période ou en cours, renouvellements de saisons inclus), un volume en hausse de 8,7 % sur un an.

Cette hausse est portée par la progression des commandes de séries d'animation asiatiques (373 sur les 12 derniers mois, en croissance de 23 % par rapport à la même période un an plus tôt), en premier lieu grâce aux séries japonaises, mais également avec une production sud-coréenne qui s'est développée ces dernières années. La production de séries d'animation en provenance d'Amérique du Nord s'est redressée ces 12 derniers mois avec 164 commandes, en hausse de 19 % sur un an, après deux années de fort repli (-15 % en 2022 et -39 % en 2023). C'est en Europe de l'Ouest désormais que le secteur rencontre des difficultés : 96 séries en provenance des pays de la zone ont été commandées sur la période, un volume en baisse de 25 %. La situation est néanmoins variable en fonction du type d'acteurs : les commandes provenant des groupes linéaires nord-américains ont repris et progressent de 46 % après deux années de chute tandis que celles des chaînes TV d'Europe de l'Ouest se contractent (-19 %), tout comme celles des services en ligne, qui ont de nouveau réduit leurs commandes dans le monde (-7 % sur les 12 derniers mois, après une année 2023 en très fort repli de 36 %).

La France est le 1^{er} pays d'origine des programmes d'animation commandés sur la période en Europe, et le 4^e dans le monde, quelle que soit la nationalité du diffuseur ou du service à l'origine de la commande. Le classement reste très nettement dominé par le Japon avec 311 programmes commandés (+37,6 % par rapport à la même période 2023-2024), suivi par les Etats-Unis avec 124 programmes d'animation, un volume également en hausse sur un an (+25,3 %). Le Canada, pays producteur de la série *la Pat'Patrouille* notamment, remonte fortement au classement et passe de la 6^e à la 3^e place avec 40 séries commandées, renouvellements inclus (+3 titres par rapport à 2023). Le volume de commandes de programmes ayant la France comme pays de production est stable à 38 (39 en 2023-2024). La France passe ainsi devant le Royaume-Uni, dont le volume de commandes est divisé par deux, à 24 titres sur les 12 derniers mois et qui tombe au 6^e rang mondial en 2024. Le top 5 des pays producteurs est complété par la Corée du Sud, 2^e pays asiatique avec 33 séries commandées sur la période (2^e pays asiatique et 4^e mondial en 2023-2024 avec 39 titres commandés).

En matière de genres, les productions d'animation varient fortement en fonction du pays d'origine : en France et au Royaume-Uni, et dans les pays européens plus généralement, elles sont particulièrement orientées vers la cible « enfants / famille ». Celle-ci concerne 92 % des séries commandées en France et 96 % des séries britanniques. La part des séries commandées dans cette catégorie est plus faible aux Etats-Unis (65 %), les commandes de séries américaines étant plus diversifiées : une part significative de programmes commandés sont des comédies (19 %) et des séries d'animation fantastiques (15 %). Cette dernière catégorie est prédominante dans la production japonaise : elle représente 42 % des commandes de séries d'animation dans le pays avec également une part importante de comédies (18 %), mais également des séries d'action (14 %) et des séries romantiques (14 %).

Nombre de séries d'animation commandées par pays de production (nombre de titres)

rang	pays	nombre de programmes
1	Japon	311
2	Etats-Unis	124
3	Canada	40
4	France	38
4	Corée du Sud	33
6	Royaume-Uni	24
7	Australie	10
8	Inde	9
9	Brésil	9
10	Espagne	7
10	Allemagne	7

Hors Chine. Inclut les annonces de nouvelles saisons. Séries d'animation commandées, sorties ou à venir entre le T2 2024 et le T1 2025.

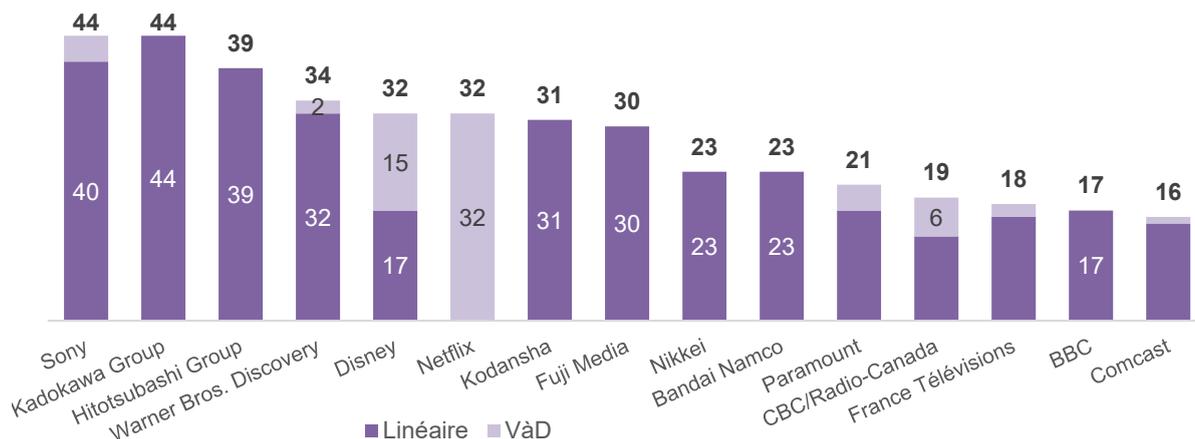
Source : Ampere Analysis.

Alors qu'un nombre croissant de pays développent leur production nationale, ce sont les groupes japonais qui dominent nettement le classement des plus gros commanditaires de programmes d'animation dans le monde en 2024. Sur les 12 derniers mois, les trois principaux groupes sont Sony, en particulier via son studio de production de mangas Aniplex, et les studios ou éditeurs japonais Kadokawa et Hitotsubashi. Le classement évolue nettement par rapport à la période 2023-2024, avec le recul significatif de Netflix et Disney, aux deux premiers rangs un an plus tôt, avec 32 programmes chacun ces 12 derniers mois, contre 41 programmes et 37 programmes respectivement un an plus tôt. A noter que le groupe Disney commande des titres pour ses chaînes et ses services VàD (Disney+ et Hulu) de manière équilibrée. Le premier groupe non-japonais, Warner (maison mère des chaînes Cartoon Network et du service VàD Max), occupe le quatrième rang mondial. Si le volume de séries commandées par France Télévisions recule légèrement (18 programmes commandés sur les 12 derniers mois, soit -6 titres), le groupe est le premier commanditaire européen sur la période (2^e en 2023) et est présent dans le top 15 mondial, au 13^e rang (9^e en 2023), au même titre que la BBC (17 titres en 2024, contre 26 en 2023, au 8^e rang mondial).

Les commanditaires de programmes d'animation présentent également des stratégies très variées. Sur la période, l'intégralité des commandes de séries d'animation par France Télévisions répertoriées par Ampere Analysis relève de la catégorie « enfants et famille », une situation identique pour les séries commandées par la BBC au Royaume-Uni. Au sein du groupe Disney, cette cible représente également la totalité des commandes des chaînes

Disney Channel, mais seulement 43 % des programmes destinés au service Disney+, qui commande également des séries du genre science-fiction / fantastique (21 % des commandes sur la période) et des séries de comédie (14 %). Netflix présente un profil également diversifié, avec une majorité de programmes sur la cible « enfants et famille » (59 %), mais également des séries du genre science-fiction / fantastique (22 %) et des comédies (9 %). Quant aux studios et éditeurs japonais, ils consacrent plus de 40 % de leurs commandes au genre science-fiction / fantastique.

Nombre de programmes d’animation annoncés par groupe (nombre de titres)



Hors Chine. Inclut les annonces de nouvelles saisons. Séries d’animation commandées, sorties ou à venir entre le T2 2024 et le T1 2025.

Source : Ampere Analysis.

Le marché de l'animation en 2024

juin 2025

Centre national du cinéma
et de l'image animée
Direction des études,
des statistiques
et de la prospective

291 boulevard Raspail
75675 PARIS Cedex 14
cnc.fr
Tél : 01 44 34 38 26 / despro@cnc.fr

Rédaction :
Timothé Césa, Emma Cotterchio,
Mathilde Gansemer, Pierre-Yves
Gautier, Emma Golding, Sophie
Jardillier, Chloé Labouriaux, Cécile
Lacoue, Marianna Montalbano,
Jérôme Tyl.

Sauf mention particulière,
toute reproduction partielle
ou totale est autorisée sous réserve
de la mention : source CNC

