

Les exportations de programmes français au zénith

Portées par l'animation et la fiction, les ventes de l'audiovisuel made in France ont progressé de 15 % en 2016

Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger affichent en 2016 un nouveau record. En progression de 15,2 % par rapport à l'année précédente, elles atteignent ainsi 189 millions d'euros, contre 164 millions en 2015. Ces chiffres, dévoilés jeudi 7 septembre par TV France international (TVFI) et le Centre national du cinéma (CNC), confirment une tendance à la hausse non démentie depuis sept ans.

En tête des exportations, l'animation (+ 48,1 %, à 75 millions d'euros) enregistre un score qu'elle n'avait plus atteint depuis 1999, grâce notamment à des séries comme *Zip Zip* (France 3), présente dans une centaine de pays, *Grabouillon*, achetée dans une cinquantaine de pays, ou *Boule et Bill*, vendue dans une quinzaine de pays. L'historique du savoir-faire français sur ce créneau continue de séduire l'Europe de l'Ouest (avec une hausse des ventes françaises de 23,5 %) et permet, en un an, une percée spectaculaire en Amérique du Nord (avec une augmentation de 76,6 %). Les Etats-Unis, vers lesquels nos exportations ont progressé de 61,8 %, deviennent, pour la première fois en 2016, le premier marché pour l'animation.

La fiction s'installe sur la deuxième marche du podium (+ 20,8 %, à 49,8 millions d'euros),

portée par des marques comme *Joséphine, ange gardien* (TF1), *Candice Renoir* et *Les Petits Meurtres d'Agatha Christie*, ces deux dernières étant vendues par France Télévisions Distribution dans 80 territoires. Une performance à laquelle contribue également le succès de séries telles que *Dix pour cent* (France 2), vendue à Netflix pour 60 pays, ou *Le Bureau des légendes* (Canal+), vendue dans six pays, dont les Etats-Unis.

Les documentaires en recul

L'Europe de l'Ouest demeure le plus gros acheteur de fictions françaises; certaines d'entre elles ont d'ailleurs réalisé d'excellents scores dans les pays acquéreurs, comme *La Vengeance aux yeux clairs* de TF1, qui a séduit plus de 3 millions de téléspectateurs sur la chaîne italienne Canale 5.

Les ventes françaises sur ce secteur profitent aussi de l'intérêt (inexistant il y a dix ans) que manifestent désormais les pays anglo-saxons pour certaines de nos séries, comme *Versailles* (qui a attiré jusqu'à 2,7 millions de téléspectateurs sur BBC Two) et *Le Bureau des Légendes*, de Canal+.

Petit bémol à ce bilan positif, les ventes à l'export de documentaires ont, elles, reculé de 5,4 %. Elles demeurent cependant élevées (à 35 millions), grâce à *L'Algérie vue du ciel* (France 2), *Cargos*, *la face*

cachée du fret (France 5) ou *Soldats d'Allah* (Canal+). Et le genre enregistre de gros succès d'audience, avec notamment *Cholestérol: le grand bluff*, d'Arte, qui a enregistré l'une des meilleures audiences de l'année pour le genre en Allemagne, ou encore *Apocalypse, la seconde guerre mondiale*, de France 2, qui a cartonné en Italie.

Outre le dynamisme croissant dont font preuve les trois grandes zones Amérique du Nord (qui, en 2016, a augmenté ses achats avec la France de 36,7 %), Asie/Océanie (+ 19,7 %) et Europe de l'Ouest (+ 5 %), les exportations françaises sont boostées par la politique d'acquisition massive des plates-formes de vidéos à la demande (Netflix, Amazon Prime Video), devenues, selon Frédérique Bredin, présidente du CNC, «des débouchés incontournables».

Ces dernières comptent pour plus de 20 % des ventes. Et les «droits du monde» (contrats de cession pour plusieurs territoires mondiaux) ont plus que doublé l'an dernier.

Face à une concurrence féroce – dont une partie en provenance d'acteurs émergents, comme l'Amérique latine ou Israël –, les observateurs français demeurent prudents pour 2017. Même si les premiers indicateurs, plutôt bons, pourraient les autoriser à ne pas trop s'inquiéter. ■

VÉRONIQUE CAUHAPÉ

Forte progression pour l'animation et la fiction

PART DES VENTES DE PROGRAMMES AUDIOVISUELS FRANÇAIS
À L'ÉTRANGER EN 2016, PAR GENRE, EN %

