

Hors-Série Spécial Cannes 2015

Worldwide  
Film &  
Entertainment  
Market

Spécial Cannes 2015 - 30 euros

# Multimédia

## À LA LUNE

ISSN 1267-7663

« La série s'est aujourd'hui transformée en film d'animation spectaculaire. »

20 minutes



# LES CHEVALIERS DU ZODIAQUE

LA LÉGENDE DU SANCTUAIRE

LE 1<sup>ER</sup> JUILLET  
EN DVD, BLU-RAY ET COFFRETS



F.L.P.



©2014 Masami Kurumada/Saint Seiya LEGEND of SANCTUARY Production Committee

WILD SIDE

**SHARE FRAICHE**  
Multi Channel Network



Your solution for  
Online video brand content



LIFESTYLE  
BEAUTY  
COMEDY  
GEEK

+200k Subscribers  
+10M views

 100k

 60k

Francophone Only

[www.sharefraiche.com](http://www.sharefraiche.com)

## 2 Le Pavillon NEXT

Le Pavillon NEXT :  
un espace privilégié  
pour penser le cinéma  
de demain

### Le Pavillon NEXT : un espace privilégié pour penser le cinéma de demain

Fort du succès rencontré par le Pavillon en 2014, le Marché du film reconduit le programme Next : un espace privilégié de rencontres et de conférences quotidiennes dédié au futur du cinéma. Le programme.



## 4 Bilan Cinéma

Le box-office mondial  
2014 stimulé par la Chine

### Cinéma Le box-office mondial 2014 stimulé par la Chine

Sous l'impulsion de la Chine, qui confirme sa deuxième place mondiale derrière l'Amérique du Nord, le box-office mondial s'est offert un nouveau record de recettes en 2014. Un record qui masque cependant de grandes disparités selon les pays. Retour sur l'année écoulée.

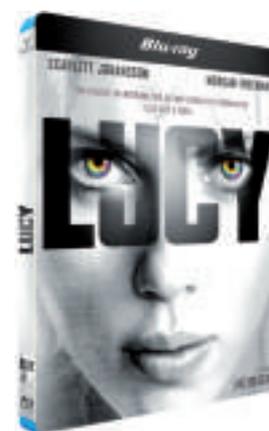


## 18 Bilan DVD/ Blu-ray

The decline  
of transactional video  
ownership in  
Western Europe

### DVD / Blu-ray The decline of transactional video ownership in Western Europe

The digital purchase market in Western Europe has seen growth since 2009, just as physical purchase began to see decline; however, the issue is that there is still no one-for-one replacement occurring between physical decline and transactional digital retail.



**Rédaction :**  
Bilan Cinéma & Bilan DVD Blu-ray  
Erik Fontet

**Directeur artistique :**  
Corinne Batteux

**Directeur de la publicité :**  
Eric Choukroun : 06 09 14 83 75  
(echoukroun@multimedialaune.com)

MultiMédia à la Une est édité  
par BSC Publications, 11 rue de Sèvres 75006 Paris.  
SARL au capital de 71 300 euros.  
R.C. Paris B 331 814 442. Commission paritaire N°76 696  
© BSC Publications 2015. Dépôt légal à la parution.

Directeur de la publication : Eric Choukroun

Impression : Horizon imprimerie - GEMENOS (13)

NDLR : Tous droits de reproduction même partielle  
par quelque procédé que ce soit, réservés pour tous pays.



# Le Pavillon NEXT : un espace privilégié pour penser le cinéma de demain

Fort du succès rencontré par le Pavillon en 2014, et dans le but de toujours mieux accompagner et contribuer aux nouvelles mutations cinématographiques, le Marché du film reconduit le programme Next : un programme quotidien de conférences et un espace privilégié de rencontres dédié au futur du cinéma.

Pour sa deuxième édition, le pavillon Next accueille ainsi à Cannes du 13 au 22 mai, en plein cœur du Village international, 22 entreprises innovantes, venant du monde entier, afin d'échanger autour des nouveaux modèles en matière de narration, production, financement et distribution de films. Le programme couvre en effet toutes les facettes de l'innovation numérique dans le cinéma (Crowdfunding, Cinema on Demand, projets transmedia, financements alternatifs ou privés, distribution multi-plateformes et multi-territoires...).

Chaque après-midi sur le Pavillon est ainsi consacré à des ateliers, des sessions de

présentations, et à des événements de Networking. Les conférences et tables rondes ont lieu quant elles en matinées (de 10h à 12h), dans l'auditorium K du Palais des Festivals d'une capacité d'accueil de 150 personnes. Parmi les événements, Next accueillera notamment Ted Sarandos, directeur des contenus de Netflix qui prononcera un discours exclusif sur les nouveaux modèles de distribution et leurs impacts sur le financement et la production de contenu. A noter que cette année, Next étend également son contenu à la réalité virtuelle en collaboration avec Innerspace. Tous les jours, le pavillon offre en effet la possibilité de faire l'expérience de la réalité virtuelle et de

découvrir les projets : « The Fifth Sleep » de Balthazar Auzietre et « D.M.Z: memories of a no man's land » de Hayoun Kwon.

Rendez-vous au Next !

## Les membres de Next

Bidslate, Biennale of the Moving Image, Cineuropa, Connect4Climate-World bank Group, Cross Video Days, Cues, Ecocinema, Festival Genius, Festival Tous Ecrans, FilmDoo, Gathr Films, Indiepix, Innerspace, IPEDA, Power to the Pixel, Stage 32, Striim.in, The Festival Agency, Touscoprod, Ulule, Wallimage, Worldpremiere.com.

# Le Programme complet de Next

## Les tables rondes chaque jour de 10h à 12h Palais K

**A conversation with Netflix Chief Content Officer Ted Sarandos** : Now more than ever, Netflix is involving in the film industry by planning the release of features by the summer of 2015. Ted Sarandos will talk about one of the biggest concerns of the film professionals today that is the growing importance of new distribution models and how it impacts the financing of film production. A session moderated by Laurent Cotillon, chief editor of Le Film Français and introduced by Thierry Frémaux, general delegate of the Festival de Cannes.

**Cinema & Transmedia Pitching Session** : during this session Cross Video Days presents innovative, multi-platform and transmedia projects using digital tools to enrich the audience experience. Projects to be pitched : "A Song for Nola" by Hasmik Hovhannisyann, "Dofus - Book 1: Julith" by Frédéric Puech, "Gringo" by Torsten Gauger, "Métamorphoses" by Pierre Cattan, "VFC" by Charles-Stephane Roy.

**Maximize the Potential of Crowdfunding in the Production Process** : Crowdfunding practitioners and executives from the most popular platforms will share tips, answer question or respond to criticism about what used to be known as the new Eldorado of film financing. A session powered by Cineuropa and moderated by Domenico La Porta, Editor in Chief, Cineuropa. Speakers : Colin Brown, Editorial Director, Slated - Dan Schoenbrun, Film Outreach Lead, Kickstarter - Marc Hofstatter, Head of Film, Indiegogo - Mathieu Maire du Poset, Deputy Managing Director, Ulule - Sophie Kuno, Director of Partnerships, Tuscoprod.

**Opportunities and Angles in the International Digital and VOD landscape** : Between the global dominant majors as Netflix, Google, and Amazon and the proliferation of new and expanding players in VoD – what are the opportunities and issues for producers? Wendy Bernfeld, Founder and MD of Rights Stuff, will open the panel with a brief introduction on the current VoD platforms internationally. Speakers : Dragoslav Zachariev, Secretary General, EuroVoD - Jacinto Roca, Founder & CEO, Wuaki.tv - William Page, Director, FilmDoo.

**Cinema innovation in the digital Experience Economy.** Moderated by Michael Gubbins, Consultant, SampoMedia. Speakers : Madeleine Probst, Cinema Programme Producer, Watershed - Ivo Andrlje, Acquisition Manager, Kino Aero - Gonzalo Lamela, Executive Director, Ecocinema - Tim League, CEO, DraftHouse Films. Powered by Europa Cinemas.

**New Initiatives by Film Festivals for the Future of Cinema.** This round-table will look into initiatives developed by film festivals to help films reach their potential audience. It will be moderated by Leslie Vuchot, CEO &

Founder, The Festival Agency. Speakers: Johanna Koljonen, Editor of Nostradamus Project, Göteborg Film Festival - Josef Kullengård, Coordinator, Malmo Arab Film Festival - Jarod Neece, Producer & Senior Programmer, SXSW - Jakub Duszynski, Head of Acquisitions, Gutek Film.

## Ateliers Chaque jour de 14h30 à 15h30 Pavillon Next

**VOD** : The challenges and opportunities of Digital Distribution and how to embrace them : With VOD expected to surpass DVD and Blu-Ray sales within 3 years, are sales agents, distributors and filmmakers ready for the challenges being faced in digital distribution? Workshop presented by FilmDoo.

**Achieving Impact Through Theatrical Screenings** : how to leverage your theatrical screenings into opportunities to elicit discussion, action, donations, corporate sponsorship and community activation so that your feature can truly be the catalyst for change that you intend it to be! Workshop presented by Gathr Films.

**Securing a sales agent or a distributor** : are the numbers in your favor ? With over 8,000 films entering the global distribution market this year, and over 200,000 sales agents, distributors and exhibitors scattered across the world, how can they all find your movie? Workshop presented by Film Digital Cloud Network.

**Céline Sciamma to highlight ideas behind digital and transmedia** : CNC is proud to showcase some of their latest supported projects and to invite renowned screenwriter and director Celine Sciamma, President of the Commission for New Media, to share her visions on transmedia opportunities and on the changing and promising landscape of virtual reality. French Touch Special Session presented by le CNC and l'Institut Français.

**Hacking the Future of Film**: Guanajuato International Film Festival hosted the first GIFF Hack, inviting creative coders, programmers and engineers to envision the future of filmmaking during a 40-hour hack-a-thon. They will present three of the most outstanding projects: "XP SOUND", an audiovisual experience "ENTI", an external content platform which brings virtual reality closer, "BY FRAMES", an efficient method of digitizing film memory. This is a session in Collaboration with the Short Film Corner.

**Digital Distribution of Films : Real and Concrete Business Cases** : IPEDA is currently taking part in to two actions supported by Creative Europe, Walk This Way (exploitation of more than 30 films on VOD platforms across Europe) and Tide 3 (multi-territorial D&D releases of 4 films). This session will discuss the most recent experiments and business cases in digital distribution. Workshop presented by IPEDA (The Independent Pan European Digital Association).

## Sessions spéciales Chaque jour de 16h à 17h Pavillon Next

**Launching a Successful Movie Crowdfunding Campaign & Building a Strong Community.** Thanks to two project creators' feed-backs learn to build and give life to your very own crowdfunding campaign. Feedback & case study on Noob and Night Fare. Session presented by Ulule.

**The 3T's success formula of new media financing: TransMedia, TransRegional and TransAtlantic !** Following the « Transregional Interactive Experiences » organized with its french partner of Pictanovo, Wallimage has set up a new transmedia matching fund with the Canada Media Fund that recently awarded 3 multi-platforms projects funded under the «TransAtlantic Call for interactive projects» flagship. Session presented by Wallimage.

**Meet the Financiers of Innovation & Cross-Media** : As audience behaviour transforms, meet the people who are investing in new ways for film and media organizations to adapt to stay relevant. Hear from a wide spectrum of international heads of funds and commissioners who are leading the way in backing new types of entertainment products, audience engagement tools and cross-media projects. Session presented by Power To The Pixel.

**Beyond Cinema** : the Swiss VR and digital revolution. Keynote on «Financing innovation: news from the Swiss digital culture funding battleground» followed by a showcase of five Swiss virtual reality and digital projects that challenge the film industry. Session presented by Festival Tous Ecrans.

**New producers : The French Touch of the Web Creation** : Several producers and experts of french new media will discuss transmedia production and new multi-platform storytelling. They will share their experiences, projects and visions for the future. French Touch Special Session presented by le CNC and l'Institut Français.

**Film4Climate : Taking Action on Climate Change !** What can the film industry do to help influence the outcomes and contribute to climate action? There are signs of commitment to reduce environmental impact in the industry and advocate for change through story content. Session presented by Connect4Climate – World Bank Group.

**Using Social Media and Crowdsourcing to Build an Audience for Your Film and Further Your Career** : this session will focus in the ins and outs of crowdsourcing and how you can launch a crowdsourcing campaign as a method of identifying, engaging and moving an audience to help develop, create, market and promote your project. Session presented by Stage 32.

Sous l'impulsion de la Chine, qui confirme sa deuxième place mondiale derrière l'Amérique du Nord, le box-office mondial s'est offert un nouveau record de recettes en 2014. Un record qui masque cependant de grandes disparités selon les pays. Retour sur l'année écoulée.

### Le cinéma tricolore affiche haut et fort ses couleurs

Qu'on se le dise, le cinéma en France se porte bien. Plutôt même très bien ! Portées par le succès de *Qu'Est-ce qu'On a Fait au Bon Dieu ?* et plus globalement par l'offre de films français, les salles de cinéma hexagonales ont en effet connu en 2014 une affluence record. Selon les premières estimations du Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC), la fréquentation des salles de cinéma dans l'Hexagone a en effet augmenté de 7,7 % pour s'établir à 208,43 millions d'entrées, contre 193,59 millions en 2013. Un résultat non seulement largement supérieur au niveau moyen des dix dernières années (196,47 millions d'entrées par an en moyenne), mais qui, selon le CNC, est également le deuxième plus haut niveau atteint depuis 47 ans derrière l'année 2011 (217,2 millions d'entrées). Globalement, la fréquentation a été dynamisée en 2014 par l'offre de films français. Leurs entrées ont en effet augmenté de 40,2 % pour atteindre 91,62 millions d'entrées, soit le plus haut niveau depuis 30 ans (94,12 millions en 1984), selon le CNC. Résultat, la part de marché des productions hexagonales remonte à 44 % contre 33,8 % en 2013.

En 2014, les trois premières places du box-office sont ainsi occupées par trois films français qui réalisent chacun plus de 5 millions d'entrées : *Qu'Est-ce qu'On a Fait au Bon Dieu ?* (12,3 millions d'entrées), *Supercondriaque* (5,3 millions) et *Lucy* (5,2 millions). Ce qui n'était plus arrivé depuis 1970 et la tripléte *Le Gendarme en Balade*, *Le Mur de l'Atlantique* et *Le Passager de la Pluie*. A contrario, les productions américaines décrochent, en termes de nombre d'entrées, à 93,93 millions, soit un recul de 9,9 % par rapport à 2013, leur part de marché s'établissant à 45,1 % (contre 54,2 % en 2013). De leur côté, les productions non françaises et non américaines ont réalisé 11 % des entrées totales en 2014, contre 12 % en 2013. Leur fréquentation affiche en effet une diminution de 4,7 % à 22,88 millions d'entrées. Un résultat qui apparaît inférieur à la moyenne observée sur les dix dernières années (27,14 millions).

# Le box-office mondial

Après une année 2013 record (35,9 milliards de dollars de recettes au box-office mondial), 2014 s'est achevée sur un nouveau niveau historique en termes de recettes pour le cinéma mondial. Selon le rapport annuel de la Motion Picture Association of America (MPAA), qui défend les intérêts de l'industrie cinématographique américaine, les entrées en salles dans le monde ont en effet généré 36,4 milliards de dollars de recettes l'année dernière, en hausse de 1 % par rapport à 2013 et de 15 % par rapport à il y a 5 ans. Une augmentation largement imputable à la croissance du box-office dans la région Asie-Pacifique (+ 12 %) et notamment en Chine, qui vient compenser la chute des recettes en Amérique du Nord (Etats-Unis et Canada réunis). Dans le détail, en 2014, 72 % des revenus sont issus du box-office international (contre 70 % en 2013) et 28 % du box-office nord-américain.

### La Chine, nouvel eldorado du cinéma

L'industrie cinématographique s'est ainsi octroyé un nouveau record à l'international, engrangeant 26 milliards de dollars de recettes en 2014 contre 25 milliards en 2013. Les recettes du box-office international sont ainsi en hausse de 4 % comparées à 2013 et de 24 % par rapport à il y a 5 ans, tirées en grande partie par la croissance de la zone Asie-Pacifique dont les revenus ont progressé de 12 % à 12,4 milliards de dollars en 2014. Et en particulier de la Chine qui poursuit sa progression avec un dynamisme impressionnant (+ 34 %). Avec des recettes en salles atteignant 4,8 milliards de dollars en 2014, l'Empire du Milieu confirme en effet sa deuxième place mondiale derrière l'Amérique du Nord et devient le premier marché international dont les revenus annuels dépassent les 4 milliards de dollars. Ce résultat exceptionnel s'explique par l'essor rapide de la classe moyenne chinoise et l'explosion du nombre de multiplexes dans le pays. Plus de 1 000 cinémas et environ 5 400 salles ont ainsi ouvert l'année dernière en Chine, soit une moyenne de 15 nouveaux écrans par jour, portant le nombre total de salles de cinéma dans le pays à 23 600. Si les productions nationales, soutenues par un système de quotas drastiques (seuls 34 films étrangers sont distribués sur le territoire chaque année), continuent de dominer le box-office chinois avec 54,5 % des recettes en 2014, le top 20 du box-office réunit pas moins de 9 blockbusters américains avec en tête

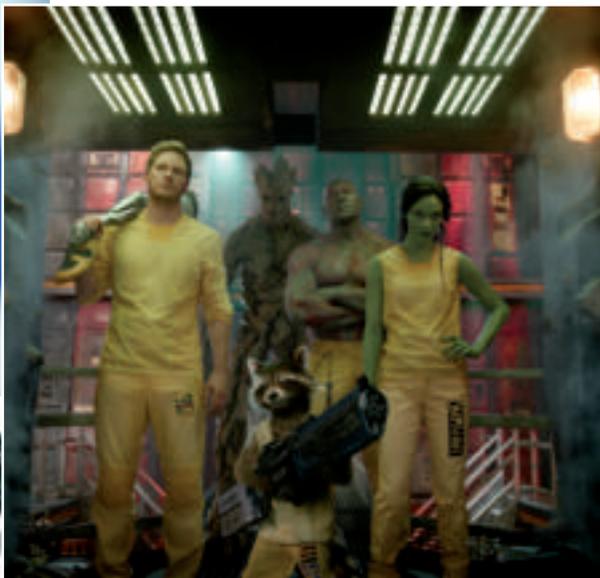


*Transformers 4 : L'Age de l'Extinction* qui occupe la première place avec plus de 300 millions de dollars de recettes. De son côté, l'Amérique latine a vu ses recettes progresser très légèrement (+ 2 % à 3 milliards de dollars) malgré les revers subis en Argentine (- 20 %) et au Mexique (- 5 %). A l'international, seule la zone EMEA (Europe, Moyen Orient et Afrique) a ainsi vu ses revenus diminuer de 3 % (10,6 milliards de dollars de recettes contre 10,9 milliards en 2013), en raison du recul des recettes dans quelques-uns des grands marchés européens comme l'Allemagne (-7 %) et le Royaume-Uni (- 1 %). La hausse de fréquentation intervenue en France (+ 7,7 %), en Espagne (+ 13,6 %) ou encore en Turquie (+ 22 %) n'arrivant pas à compenser cette chute.

### Le box-office nord-américain marque le pas en 2014

Si globalement les recettes progressent à l'international, 2014 aura été une année beaucoup plus morose pour les salles nord-américaines. Selon le rapport de la MPAA, les

# al 2014 stimulé par la Chine



cinémas nord-américains ont en effet connu un recul drastique du nombre d'entrées de 6 % à 1,27 milliard de tickets vendus contre 1,34 milliard en 2013. Soit le plus bas niveau d'entrées depuis près de deux décennies (1,21 milliard en 1995). Les recettes des salles ont également chuté avec un total estimé à 10,4 milliards de dollars en 2014, soit une baisse de 5 % par rapport à 2013 et ses 10,9 milliards de dollars récoltés. Et ce, en dépit du fait que plus des deux tiers (68 %) de la population – 229,7 millions de personnes – sont allés au moins une fois au cinéma en 2014, un chiffre comparable à 2013. Les explications de ce recul sont évidemment nombreuses. Outre la comparaison avec 2013 qui était une année record et donc forcément désavantageuse, les analystes pointent du doigt le désintérêt grandissant des jeunes de 12 à 24 ans pour les salles obscures. Ainsi, selon Nielsen, les américains de cette tranche d'âge auraient vu 15 % de films en moins au cinéma au cours des trois premiers trimestres de 2014 par rapport à la même période en 2013. Ce recul s'explique également par les mauvais résultats des films estivaux, qui ont chuté de 15 % par rapport à 2013 et atteint leurs plus bas niveau depuis huit ans, ainsi que par la moins bonne performance des films en 3D. Les recettes des films 3D au box-office ont en effet chuté de 21 % à 1,4 milliard de dollars.



Dans ces conditions, difficile de faire des prédictions pour 2015 ! Les premiers signaux semblent en tout cas au vert. Les recettes du box-office nord-américain sont en effet en hausse de 11 % sur les deux premiers mois de l'année. En France, la fréquentation cinématographique a de son côté atteint 56,60 millions d'entrées au cours du premier trimestre de l'année, soit le même niveau (+ 0,3) que sur les trois premiers mois de 2014, selon les dernières estimations du CNC. Et la programmation sur les mois à venir s'annonce particulièrement prometteuse avec des poids lourds tels que Star Wars Le Réveil de la Force, Avengers l'Ere d'Ultron, Mad Max : Fury Road, James Bond Spectre, Jurassic World, Les Minions, Les 4 Fantastiques, Le Labyrinthe 2 ou encore Mission Impossible : Rogue Nation.

## Année faste pour le cinéma français à l'étranger

Après une année 2012 record, où les films français avaient généré 144 millions d'entrées grâce aux performances hors normes d'Intouchables, Taken 2 et The Artist, 2014 sera également à marquer d'une pierre blanche pour le cinéma français à l'international. En effet, selon les chiffres annuels publiés par UniFrance, les productions hexagonales ont généré l'an dernier 111 millions d'entrées hors de nos frontières, soit plus du double de 2013, pour 640 millions d'euros de recettes. C'est seulement la deuxième fois en deux décennies que les films français franchissent le seuil de 100 millions de billets vendus à l'international, pour une moyenne de 80 millions d'entrées sur les 10 dernières années. Ce succès s'explique avant tout par la performance exceptionnelle de Lucy de Luc Besson qui a enregistré 53,6 millions d'entrées en salles à l'étranger, dont 15,7 millions en Amérique du Nord. Soit le plus gros succès du cinéma français à l'international depuis 20 ans. Au total, 14 films français, dans des genres très variés (comédie, action, animation...), ont réalisé plus d'un million d'entrées en 2014 (contre 10 en 2013), parmi lesquels Qu'Est-ce qu'On a Fait au Bon Dieu ? de Philippe de Chauveron (6,8 millions d'entrées), La Belle et la Bête de Christophe Gans, Grace de Monaco d'Olivier Dahan, Minuscule – La Vallée des Fourmis Perdues d'Hélène Giraud et Thomas Szabo, Belle et Sébastien de Nicolas Vanier ou encore Supercondriaque de Dany Boon. Autre indicateur de la diversité de l'offre de cinéma français : 70 films français totalisent plus de 100 000 entrées cette année, contre 56 en moyenne depuis le début des années 2000. L'atomisation des entrées reste toutefois limitée, avec 71 % des entrées concentrées sur les 5 premiers titres du classement annuel. Si les films hexagonaux se sont exportés principalement en Europe occidentale (33 millions d'entrées) avec une belle année en Allemagne et en Italie, le cinéma français a également connu une bonne année en Asie (28,3 millions d'entrées) et notamment en Chine où il a enregistré un nouveau record de fréquentation avec un nombre d'entrées qui a plus que triplé sur un an à 17,4 millions. Plusieurs constats viennent cependant tempérer cette belle année 2014. Conséquence du succès de Lucy (film en langue anglaise), les entrées des films en langue française progressent certes de 26 % mais ne représentent plus que 28,5 % des entrées globales du cinéma français en 2014, contre près de la moitié ces deux dernières années. En outre, il faut noter la situation préoccupante du marché britannique où les sorties françaises se font de plus en plus rares et sur de moins en moins de copies.

## Monde : Bilan annuel 2014

Evolution des recettes au box-office (en milliards de dollars)



\* Source: Rentrak Corporation – Box Office Essentials du 1er janvier au 31 décembre  
 \*\* MPAA

Evolution du nombre d'écrans de cinéma numérique



Source : IHS  
 \* 2014 prévisions à mars 2015

Titres*	Distributeur	Genre	Cumul recettes en milliard de \$	Sortie salles*
1 Transformers : L'Age de l'Extinction	Paramount Pictures	Science-fiction	1 091,40	27-juin-14
2 Le Hobbit La Bataille des Cinq Armées	Warner Bros.	Fantastique	955,1	17-déc.-14
3 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	774,2	1-août-14
4 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	758,4	30-mai-14
5 Hunger Games - La Révolte : Partie 1	LionsGate	Science-fiction	752,10	21-nov.-14
6 X-Men Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	748,1	23-mai-14
7 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	714,8	4-avr.-14
8 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	709	2-mai-14
9 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	708,8	11-juil.-14
10 Interstellar	Paramount Pictures	Science-fiction	672,7	5-nov.-14
11 Les Nouveaux Héros	Walt Disney	Animation	651,70	7-nov.-14
12 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	618,9	13-juin-14
13 American Sniper	Warner Bros.	Guerre	529,6	25-déc.-14
14 Godzilla	Warner Bros.	Science-fiction	528,7	16-mai-14
15 Rio 2	20th Century Fox	Animation	500,2	11-avr.-14
16 Ninja Turtles	Paramount Pictures	Action	485	8-août-14
17 La Grande Aventure Lego	Warner Bros.	Animation	468,8	7-févr.-14
18 Lucy	Universal	Science-fiction	458,9	25-juil.-14
19 Edge of Tomorrow	Warner Bros.	Science-fiction	369,2	6-juin-14
20 Les Pingouins de Madagascar	20th Century Fox	Animation	368,8	26-nov.-14

\* date de sortie aux Etats-Unis

Source : Box-office Mojo

Répartition des écrans de cinéma par format et région\*

	U.S. / Canada	EMEA	Asie Pacifique	Amérique Latine
Analogique	1 747	3 504	7 752	1 523
Digital non 3D	25 372	20 032	12 038	5 342
Digital 3D	16 146	16 888	27 559	4 312
Nbre total d'écrans	43 265	40 424	47 349	11 177

Source : IHS Screen Digest

\* 2014 prévisions à mars 2015

Evolution du nombre d'écrans 3D dans le monde

	2010	2011	2012	2013	2014	% de digital
U.S. / Canada	8 505	13 860	14 734	15 782	16 146	39%
EMEA	8 115	11 769	13 964	15 813	16 888	46%
Asie Pacifique	4 661	8 596	14 219	17 726	27 559	70%
Amérique Latine	1 104	2 119	2 629	3 748	4 312	45%
<b>Total</b>	<b>22 385</b>	<b>36 344</b>	<b>45 546</b>	<b>53 069</b>	<b>64 905</b>	<b>51%</b>
Evolution (n vs n-1)	149%	62%	25%	17%	22%	

Source : IHS

Follow the road  
to the future of film

N E

X T



MARCHÉ DU FILM  
FESTIVAL DE CANNES

## START

### Join our panels

Palais K

Daily at 10AM - WARM UP

#### WITH KEY TOPICS

Audience Engagement, Transmedia  
Visions, Crowdfunding, Video  
Opportunities on Demand, Festival  
Digital Initiatives, Exhibitors in  
the Digital Age.

## SPRINT

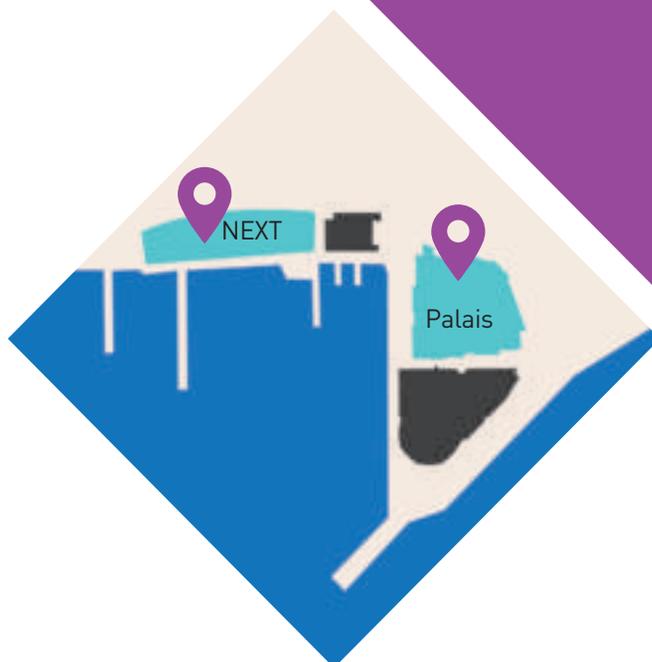
### Meet the frontrunners

NEXT Pavilion Village International  
Pantiero-side #225

All day long - **CONNECT WITH EXHIBITORS**  
and experience virtual reality with Innerspace.

Daily from 2.30PM - **PARTICIPATE IN WORKSHOPS**  
CNC, Connect4Climate, DFCN, Festival Tous Ecrans,  
FilmDoo, Gathr, HP, Institut Français, IPEDA, Power  
to the Pixel, ProDrone, Stage32, Ulule, Wallimage...

[www.marchedufilm.com](http://www.marchedufilm.com)  
Join the race: #NEXTCannes



## FINISH

### Mingle at sunset

NEXT Pavilion Village International  
Pantiero-side #225

Network in a relaxing atmosphere  
with a stunning view of the harbor.

## Amérique du Nord : Bilan annuel 2014

Evolution des recettes en salles (en milliards de dollars)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 14 vs. 13
Recettes totales (en milliards de dollars)	9,6	10,6	10,6	10,2	10,8	10,9	10,4	-5%
Recettes des films 3D	0,2	1,1	2,2	1,8	1,8	1,8	1,4	-21%

Source : Rentrak Corporation - Box Office Essentials (Total), MPAA (3D)

Pourcentage de la population ayant vu un film en 3D en 2014

Adultes (18+)	24%
Enfants (2-17 ans)	40%
Tout âge	27%

Evolution du nombre de films sortis en salles

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 14 vs. 13
Nombre total de films sortis en salles	557	563	609	677	659	707	7%
Nombre de films 3D sortis en salles	20	26	45	40	45	47	4%

Sources : Rentrak Corporation - Box Office Essentials, MPAA

Evolution des entrées en salles

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 14vs. 13
Entrées (en milliards)	1,34	1,42	1,34	1,28	1,36	1,34	1,27	-6%

Sources : Rentrak Corporation - Box Office Essentials, National Association of Theater Owners (NATO)

Evolution du nombre d'entrées par habitant

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evolution 14vs. 13
Nbre de tickets vendus par habitant (agée de plus de 2 ans)	4,2	4,3	4,1	3,9	4,1	4,0	3,7	-6%

source : MPAA (nombre calculé en compilant les chiffres du bureau de recensement américain et les données statistiques du canada pour la population agée de 2 ans et plus)

Nombre moyen de films en 3D vu dans l'année selon l'age

	2-11 ans	12-17 ans	18-24 ans	25 - 39 ans	40-49 ans	50-59 ans	60 ans et plus
2014	1,2	1,3	1,5	1	0,9	0,8	0,6
2013	1,6	2,1	1,3	1,2	0,9	1	0,6

Source : MPAA

Evolution du prix des places de cinéma

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Prix des places de cinéma (\$)	7,18	7,5	7,89	7,93	7,96	8,13	8,17
Evolution (n vs. n-1)	4%	4%	5%	1%	0%	2%	0%

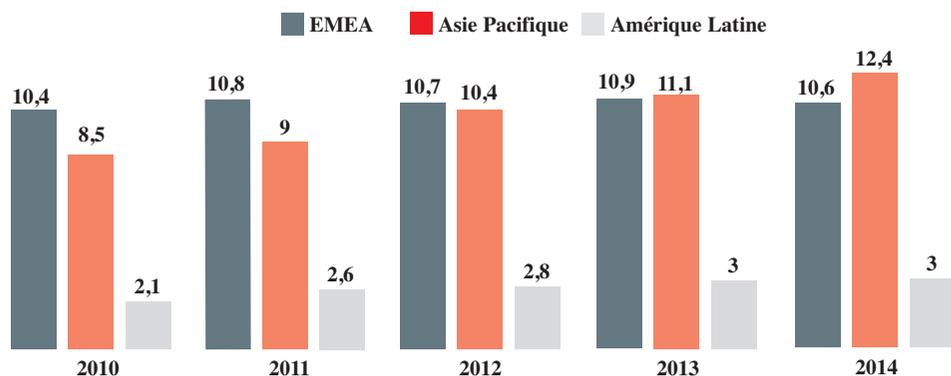
Sources : National Association of Theater Owners (NATO), Bureau of Labor Statistics (BLS)

Box-office - Amérique du Nord (US / Canada)						
Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$	Sortie salles	3D	
1 Les Gardiens de la Galaxie*	Walt Disney	Science-fiction	332,9	1-août-14	Oui	
2 Hunger Games - La Révolte : Partie 1*	LionsGate	Science-fiction	313,30	21-nov.-14		
3 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	259,8	4-avr.-14	Oui	
4 La Grande Aventure Lego	Warner Bros.	Animation	257,8	7-févr.-14	Oui	
5 Transformers : L'Age de l'Extinction	Paramount Pictures	Science-fiction	245,40	27-juin-14	Oui	
6 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	241,4	30-mai-14	Oui	
7 X-Men Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	233,9	23-mai-14	Oui	
8 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	208,5	11-juil.-14	Oui	
9 Les Nouveaux Héros*	Walt Disney	Animation	204,60	7-nov.-14	Oui	
10 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	202,9	2-mai-14	Oui	
11 Godzilla	Warner Bros.	Science-fiction	200,7	16-mai-14	Oui	
12 22 Jump Street	Sony Pictures	Action	191,7	13-juin-14		
13 Ninja Turtles	Paramount Pictures	Action	191,2	8-août-14	Oui	
14 Le Hobbit La Bataille des Cinq Armées*	Warner Bros.	Fantastique	189,5	17-déc.-14	Oui	
15 Interstellar*	Paramount Pictures	Science-fiction	179,4	5-nov.-14		
16 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	177	13-juin-14	Oui	
17 Gone Girl*	20th Century Fox	Thriller	166,2	3-oct.-14		
18 Divergent	LionsGate	Action	150,9	21-mars-14		
19 Nos Pires Voisins	Universal	Comédie	150,2	9-mai-14		
20 La Reine des Neiges	Walt Disney	Animation	137,6	22-nov.-13	Oui	

Source: Rentrak Corporation - Box Office Essentials, CARA (Rating)  
\* films toujours en exploitation en 2014  
(box-office du 1 janvier au 31 décembre 2013)

## Monde hors Amérique du Nord : Bilan annuel 2014

Evolution des recettes au box-office mondial hors Amérique du Nord  
(en milliards de dollars)



Sources : MPAA, incorporating Rentrak Corporation, Screen Digest, and local sources

Les 20 principaux marchés Internationaux en termes de recettes au box-office - (en milliards de dollars)

1 Chine	4,8
2 Japon	2
3 France	1,8
4 Royaume-Uni	1,7
5 Inde	1,7
6 Corée du Sud	1,6
7 Allemagne	1,3
8 Russie	1,2
9 Australie	1
10 Mexique	0,9
11 Brésil	0,8
12 Italie	0,8
13 Espagne	0,7
14 Pays-Bas	0,3
15 Turquie	0,3
16 Venezuela	0,3
17 Argentine	0,2
18 Taiwan	0,2
19 Suède	0,2
20 Indonésie	0,2

Source: IHS Screen Digest, Local sources

Evolution du nombre d'entrées en salles dans l'Union européenne (en millions)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Entrées salles (en millions)	901	934	923	928	982	964	968	946	906	911

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

\* données provisoires

Fréquentation des salles de cinéma dans les pays européens en 2014 (en millions d'entrées)

Pays	2013	2014*	Evolution 2014/2013	Sources	Pays	2013	2014*	Evolution 2014/2013	Sources
<b>Pays membres de l'Union européenne (EU 28)</b>									
<b>Autriche</b>	15,2	14,3	-5,8%	OBS / ÖFI	<b>Hongrie</b>	10,1	11	8,4%	NMHH
<b>Belgique</b>	21,8	21,9	0,8%	VAE/CFWB	<b>Irlande</b>	14,7	14,4	-2,0%	Irish Film Board
<b>Bulgarie</b>	4,8	4,5	-5,1%	National Film Center	<b>Italie</b>	106,7	100,2	-6,1%	Cinetel / SIAE / OBS
<b>Chypre</b>	0,7	0,7	-4,6%	Media Salles	<b>Lituanie</b>	3,3	3,2	-0,7%	Lithuanian Film Centre
<b>République Tchèque</b>	11,1	11,6	4,5%	Czech Cinematography Fund	<b>Luxembourg</b>	1,2	1,1	-6,5%	Media Salles
<b>Allemagne</b>	129,7	121,7	-6,1%	FFA	<b>Lettonie</b>	2,4	2,3	-2,8%	National Film Center
<b>Danemark</b>	12,9	12,2	-5,2%	Danish Film Institute/Statistics Denmark	<b>Malte</b>	0,7	n.c.	n.c.	National Statistics Office
<b>Estonie</b>	2,6	2,6	1,6%	Estonian Film Foundation	<b>Pays-Bas</b>	30,8	30,8	-0,2%	NFF / MaccBox - NVB & NVF
<b>Espagne</b>	77	87,4	13,6%	ICAA	<b>Pologne</b>	36,3	40,4	11,2%	Polish Film Institute
<b>Finlande</b>	7,7	7,5	-2,6%	Finnish Film Foundation	<b>Portugal</b>	12,5	12,1	-3,8%	ICA
<b>France</b>	193,6	208,4	7,7%	CNC	<b>Roumanie</b>	9	10	10,5%	Centrul National al Cinematografiei
<b>Royaume-Uni</b>	165,5	157,5	-4,9%	BFI / CAA / Rentrak	<b>Suède</b>	16,6	16,3	-1,9%	Swedish Film Institute
<b>Grèce</b>	9,2	9	-2,2%	Greek Film Center / Media Salles / OBS	<b>Slovénie</b>	2,3	1,9	-20,8%	Slovenian Film Center
<b>Croatie</b>	4	3,7	-6,4%	Croatian Audiovisual Center	<b>République Slovaque</b>	3,7	4,1	10,8%	UFDF / Slovak Film Institute AIC
<b>EU 28 (total estimé)</b>	<b>906</b>	<b>911</b>	<b>0,6%</b>	Observatoire européen de l'audiovisuel					
<b>Autres pays européens</b>									
<b>Suisse</b>	13,7	12,9	-5,9%	Federal Statistics Office	<b>Norvège</b>	11,8	11,1	-6,1%	Film & Kino
<b>Islande</b>	1,4	1,3	-2,3%	Icelandic Film Center (2014) / MS (2013)	<b>Fédération de Russie</b>	177,1	175,3	-1,0%	NevaFilm / Russia Film Business
<b>Montenegro</b>	0,2	0,3	17,7%	Min. Cult	<b>Turquie</b>	50,4	61,4	21,8%	Antrak
<b>Ex-Rép. Youg de Macédoine</b>	n.c.	0,4	n.c.	Macedonian Film Fund / OBS					

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

\* Données provisoires

## Recettes des salles de cinéma dans les pays européens en 2014 (en millions d'euros)

Pays	2013	2014*	Evolution 2014/2013	Sources	Pays	2013	2014*	Evolution 2014/2013	Sources
<b>Pays membres de l'Union européenne (EU 28)</b>									
<b>Autriche</b>	124,6	119,4	-4,0%	OBS / ÖFI	<b>Hongrie</b>	n.c.	n.c.	n.c.	NMHH
<b>Belgique</b>	154,7	155,8	0,7%	VAF/CFWB	<b>Irlande</b>	102,8	100,4	-2,3%	Irish Film Board
<b>Bulgarie</b>	20,35	19,58	-3,8%	National Film Center	<b>Italie</b>	646,3	600,5	-7,1%	Cinetel / SIAE / OBS
<b>Chypre</b>	5	4,8	-4,8%	Media Salles	<b>Lituanie</b>	13,1	14,4	9,7%	Lithuanian Film Centre
<b>République Tchèque</b>	51,64	53,03	2,7%	Czech Cinematography Fund	<b>Luxembourg</b>	9,1	8,5	-6,1%	Media Salles
<b>Allemagne</b>	1 023	980	-4,2%	FFA	<b>Lettonie</b>	14,66	14,51	-1,3%	National Film Center
<b>Danemark</b>	137,22	132,75	-3,3%	Danish Film Institute/Statistics Denmark	<b>Malte</b>	4	n.c.	n.c.	National Statistics Office
<b>Estonie</b>	11,8	12,8	8,0%	Estonian Film Foundation	<b>Pays-Bas</b>	249,5	249,9	0,2%	NFF / MaccBox - NVB & NVF
<b>Espagne</b>	507,2	522,5	3,0%	ICAA	<b>Pologne</b>	163,15	178,33	9,3%	Polish Film Institute
<b>Finlande</b>	74,5	73,9	-0,8%	Finnish Film Foundation	<b>Portugal</b>	65,5	67,7	3,4%	ICA
<b>France</b>	1 250,00	n.c.	n.c.	CNC	<b>Roumanie</b>	36,37	38,52	5,9%	Centrul National al Cinematografiei
<b>Royaume-Uni</b>	1 497,42	1 462,64	-2,3%	BFI / CAA / Rentrak	<b>Suède</b>	177,39	178,26	0,5%	Swedish Film Institute
<b>Grèce</b>	59,3	58,5	-1,4%	Greek Film Center / Media Salles / OBS	<b>Slovénie</b>	11,1	9,1	-17,9%	Slovenian Film Center
<b>Croatie</b>	15,82	14,71	-7,0%	Croatian Audiovisual Center	<b>République Slovaque</b>	19	20,9	9,8%	UFD / Slovak Film Institute AIC
<b>EU 28 (total estimé)</b>									
<b>Autres pays européens</b>									
<b>Suisse</b>	203,93	191,87	-5,9%	Federal Statistics Office	<b>Norvège</b>	126,53	125	-1,2%	Film & Kino
<b>Islande</b>	10,29	10,08	-2,0%	Icelandic Film Center (2014) / MS (2013)	<b>Fédération de Russie</b>	680,69	696,16	2,3%	Nevafilm / Russia Film Business
<b>Montenegro</b>	0,8	1	31,1%	Min. Cult	<b>Turquie</b>	180,99	234,71	29,7%	Antrakt
<b>Ex-Rép. Youg de Macédoine</b>	n.c.	1,04	n.c.	Macedonian Film Fund / OBS					

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

\* Données provisoires

## Parts de marché des films nationaux sur les marchés européens (en %)

Pays	2013	2014*	Sources	Pays	2013	2014*	Sources
<b>Pays membres de l'Union européenne (EU 28)</b>							
<b>Autriche</b>	4,0%	4,6%	OBS / ÖFI	<b>Hongrie</b>	1,3%	3,7%	NMHH
<b>Belgique</b>	n.c.	13,3%	VAF/CFWB	<b>Irlande</b>	0,9%	7,1%	Irish Film Board
<b>Bulgarie</b>	0,6%	2,3%	National Film Center	<b>Italie</b>	31,0%	27,8%	Cinetel / SIAE / OBS
<b>Chypre</b>	0,1%	n.c.	Media Salles	<b>Lituanie</b>	16,5%	22,0%	Lithuanian Film Centre
<b>République Tchèque</b>	24,2%	23,8%	Czech Cinematography Fund	<b>Luxembourg</b>	n.c.	1,0%	Media Salles
<b>Allemagne</b>	26,2%	26,7%	FFA	<b>Lettonie</b>	6,0%	7,6%	National Film Center
<b>Danemark</b>	30,0%	27,3%	Danish Film Institute/Statistics Denmark	<b>Malte</b>	3,6%	n.c.	National Statistics Office
<b>Estonie</b>	5,9%	4,7%	Estonian Film Foundation	<b>Pays-Bas</b>	20,3%	20,8%	NFF / MaccBox - NVB & NVF
<b>Espagne</b>	13,5%	25,5%	ICAA	<b>Pologne</b>	20,3%	27,1%	Polish Film Institute
<b>Finlande</b>	23,6%	27,5%	Finnish Film Foundation	<b>Portugal</b>	3,4%	4,7%	ICA
<b>France</b>	33,8%	44,0%	CNC	<b>Roumanie</b>	2,8%	0,2%	Centrul National al Cinematografiei
<b>Royaume-Uni</b>	22,2%	26,0%	BFI / CAA / Rentrak	<b>Suède</b>	24,8%	25,1%	Swedish Film Institute
<b>Grèce</b>	7,2%	3,8%	Greek Film Center / Media Salles / OBS	<b>Slovénie</b>	10,9%	5,3%	Slovenian Film Center
<b>Croatie</b>	11,1%	2,0%	Croatian Audiovisual Center	<b>République Slovaque</b>	4,4%	5,7%	UFD / Slovak Film Institute AIC
<b>EU 28 (total estimé)</b>							
<b>Autres pays européens</b>							
<b>Suisse</b>	6,2%	4,9%	Federal Statistics Office	<b>Norvège</b>	22,8%	24,4%	Film & Kino
<b>Islande</b>	3,0%	13,3%	Icelandic Film Center (2014) / MS (2013)	<b>Fédération de Russie</b>	18,4%	18,9%	Nevafilm / Russia Film Business
<b>Montenegro</b>	n.c.	n.c.	Min. Cult	<b>Turquie</b>	58,0%	59,0%	Antrakt
<b>Ex-Rép. Youg de Macédoine</b>	n.c.	9,7%	Macedonian Film Fund / OBS				

Source : Observatoire européen de l'audiovisuel

\* Données provisoires

# France : Bilan Annuel 2014

Fréquentation cinématographique de l'année 2014 (millions d'entrées)

	2014*	2013	Evolution 2014/2013 (%)*
Janvier	17,7	14,58	21,4%
Février	17,55	14,41	21,8%
Mars	21,16	19,09	10,8%
Avril	19,23	16,58	15,9%
Mai	19,67	17,22	14,3%
Juin	11,39	13,8	-17,4%
Juillet	15,56	13,65	14,0%
Août	19,56	14,88	31,5%
Septembre	9,32	10,2	-8,6%
Octobre	18,39	17,72	3,8%
Novembre	16,93	18,37	-7,8%
Décembre	21,97*	23,1*	-4,9%
Année	208,43	193,59	7,7%

Evolution des parts de marché des films selon leur nationalité

Part de marché (%)	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
Films français	36,6	44,7	36,5	45,4	36,9	35,9	41	40,5	33,8	44
Films américains	45,9	44,3	49,3	43,4	50	47,9	46,2	43	54,2	45,1
Autres films	17,5	11,1	14,2	11,2	13,1	16,2	12,9	16,5	12	11

Nombre de films français en entrées salles

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
Plus de 5 millions d'entrées	0 film	2 films	1 film	2 films	1 film	1 film	2 films	1 film	0 film	3 films
Plus de 3 millions d'entrées	1 film	7 films	2 films	2 films	3 films	5 films	2 films	4 films	1 film	4 films
Plus de 2 millions d'entrées	4 films	9 films	4 films	5 films	6 films	8 films	4 films	8 films	3 films	10 films
Plus de 1 million d'entrées	17 films	18 films	12 films	17 films	18 films	19 films	21 films	22 films	17 films	19 films
Plus de 500 000 entrées	39 films	39 films	31 films	39 films	39 films	34 films	38 films	37 films	31 films	28 films

Nombre de films américains en entrées salles

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014*
Plus de 5 millions d'entrées	1 film	2 film	4 films	0 film	2 films	1 film	1 film	1 film	0 film	0 film
Plus de 3 millions d'entrées	4 films	3 films	5 films	7 films	6 films	10 films	5 films	5 films	6 films	6 films
Plus de 2 millions d'entrées	11 films	7 films	8 films	8 films	13 films	14 films	14 films	8 films	14 films	10 films
Plus de 1 million d'entrées	21 films	23 films	22 films	26 films	28 films	26 films	28 films	27 films	34 films	32 films
Plus de 500 000 entrées	41 films	48 films	38 films	49 films	49 films	48 films	61 films	48 films	54 films	51 films

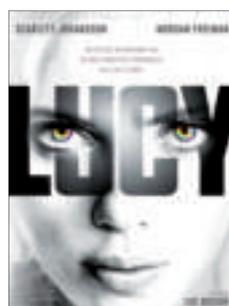
Source : CNC  
\* Données provisoires



Box-office France - 2014 arrêté au 30 décembre 2014

Titres	Distributeur	Genre	Entrées salles (millions)	Sortie salles
1 Qu'Est-ce qu'On a Fait au Bon Dieu ?	UGC	Comédie	12,24	16-avr.-14
2 Supercondriaque	Pathé	Comédie	5,27	26-févr.-14
3 Lucy	EuropaCorp	Science-fiction	5,2	6-août-14
4 Le Hobbit : La Bataille des Cinqs Armées	Warner Bros.	Fantastique	3,99*	10-déc.-14
5 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	3,78	30-juil.-14
6 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	3,37	2-juil.-14
7 X-Men : Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	3,29	21-mai-14
8 Rio 2	20th Century Fox	Animation	3,26	9-avr.-14
9 Hunger Games - La Révolte : Partie 1	Metropolitan	Science-fiction	3,13*	19-nov.-14
10 Le Labyrinthe	20th Century Fox	Science-fiction	3,126*	15-oct.-14
11 Samba	Gaumont	Comédie Dram.	3,11*	15-oct.-14
12 Astérix Le Domaine des Dieux	SND	Animation	2,64*	26-nov.-14
13 Interstellar	Warner Bros.	Science-fiction	2,57*	5-nov.-14
14 Les Vacances du Petit Nicolas	Wild Bunch	Comédie	2,43	9-juil.-14
15 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	2,39	13-août-14
16 Babysitting	Universal Pictures	Comédie	2,36	16-avr.-14
17 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	Paramount Pictures	Science-fiction	2,34	16-juil.-14
18 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	2,32	30-avr.-14
19 Les 3 Frères Le Retour	Wild Bunch	Comédie	2,29	12-févr.-14
20 La Famille Bélier	Mars Distribution	Comédie Dram.	2*	17-déc.-14

Source : CBO Box-office  
\* Encore en cours d'exploitation



Box-office - Grande-Bretagne - 2014 arrêté au 18 janvier 2015  
(Royaume-Uni et Irlande ne représente qu'un seul "territoire" concernant la distribution de films)

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de £
1 Le Hobbit : La Bataille des Cinqs Armées	Warner Bros.	Fantastique	40,33
2 La Grande Aventure Lego	Warner Bros.	Animation	34,33
3 Paddington	StudioCanal	Animation	34,07
4 The Inbetweeners 2	Entertainment	Comédie	33,39
5 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	32,72
6 Hunger Games - La Révolte : Partie 1	Lionsgate	Science-fiction	30,96
7 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	28,54
8 X-Men : Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	27,13
9 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	25,08
10 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	24,08
11 Le Loup de Wall Street	Universal	Biopic	22,70
12 Gone Girl	20th Century Fox	Thriller	22,37
13 Interstellar	Warner Bros.	Science-fiction	20,52
14 12 Years a Slave	eOne	Drame	20,03
15 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	Paramount Pictures	Science-fiction	19,54
16 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	19,45
17 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	19,35
18 22 Jump Street	Sony Pictures	Action	18,61
19 Godzilla	Warner Bros.	Science-fiction	17,23
20 Nos Pires Voisins	Universal	Comédie	16,03

Source : Rentrak

## Box-office - Allemagne - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	Paramount Pictures	Science-fiction	38,28
2 Qu'Est-ce qu'On a Fait au Bon Dieu ?	Neue	Comédie	33,85
3 Le Loup de Wall Street	Universal	Biopic	30,31
4 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	26,96
5 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	24,6
6 Vaterfreuden	Warner Bros	Comédie	24,3
7 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	18,37
8 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	18,11
9 Nos Pires Voisins	Universal	Comédie	18,03
10 Rio 2	20th Century Fox	Animation	17,15
11 Lucy	Universal	Science-fiction	16,82
12 X-Men : Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	16,13
13 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	15,91
14 22 Jump Street	Sony Pictures	Action	14,82
15 Stromberg - Der film	n/a	Comédie	14,52
16 300 La Naissance d'un Empire	Warner Bros	Action	13,95
17 La Grande Aventure Lego	Warner Bros.	Animation	13,19
18 Godzilla	Warner Bros.	Science-fiction	13,16
19 Non-Stop	n/a	Thriller	12,63
20 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	12,48



## Box-office - Espagne - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 Ocho Apellidos Vascos	Universal	Comédie	77,46
2 El Niño	20th Century Fox	Thriller	20,78
3 La Planète des Singes : L'Affrontement	20th Century Fox	Science-fiction	17,32
4 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	17,18
5 Le Loup de Wall Street	Universal	Biopic	16,46
6 Torrente 5	Sony Pictures	Comédie	13,47
7 Lucy	Universal	Science-fiction	12,99
8 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	12,17
9 Rio 2	20th Century Fox	Animation	11,22
10 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	10,15
11 Mr. Peabody & Sherman	20th Century Fox	Animation	9,57
12 Noé	Paramount	Aventure	9,45
13 X-Men : Days of Future Past	20th Century Fox	Science-fiction	9,24
14 300 La Naissance d'un Empire	Warner Bros	Action	9,23
15 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	8,84
16 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	7,76
17 Le Labyrinthe	20th Century Fox	Fantastique	7,28
18 La Grande Aventure Lego	Warner Bros.	Animation	7,19
19 La Isla Mínima	Warner Bros.	Policier	7,15
20 La Voleuse de Livre	20th Century Fox	Drame	7,12

Box-office - Italie - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 American Sniper	n/a	Guerre	21,39
2 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	19,09
3 Si Accettano Miracoli	n/a	Comédie	17,37
4 Un Boss in Salotto	Warner Bros	Comédie	16,56
5 Le Loup de Wall Street	01 Dist.	Biopic	15,96
6 Le Hobbit : La Bataille des Cinq Armées	n/a	Fantastique	15,7
7 Il Ricco, il Povero e il Maggiordomo	n/a	Comédie	15,38
8 Sotto una Buona Stella	Universal	Comédie	14,12
9 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	n/a	Fantastique	12,98
10 Interstellar	Warner Bros.	Science-fiction	12,95
11 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	Universal	Science-fiction	11,6
12 Hunger Games - La Révolte : Partie 1	n/a	Science-fiction	10,96
13 Les Nouveaux Héros	n/a	Animation	10,77
14 Tutta Colpa di Freud	Medusa	Comédie	10,74
15 Dragons 2	20th Century Fox	Animation	10,65
16 Noé	Universal	Aventure	10,63
17 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	Walt Disney	Science-fiction	9,73
18 Andiamo a Quel Paese	Medusa	Comédie	9,44
19 Belle et Sébastien	n/a	Aventure	9,42
20 Les Pingouins de Madagascar	n/a	Animation	9,39



Box-office - Russie - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	n/a	Science-fiction	45,2
2 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	37,78
3 Les Gardiens de la Galaxie	Walt Disney	Science-fiction	37,48
4 Viy 3D	Universal	Fantastique	34,13
5 Noé	n/a	Aventure	33,85
6 Dragons 2	n/a	Animation	30,03
7 Teenage Mutant Ninja Turtles	n/a	Action	28,92
8 Rio 2	n/a	Animation	26,85
9 47 Ronin	Universal	Action	26,06
10 Le Hobbit : La Bataille des Cinq Armées	Karo	Fantastique	25,54
11 X-Men : Days of Future Past	n/a	Science-fiction	22,55
12 Hercule	n/a	Action	22,25
13 Lucy	Universal	Science-fiction	21,61
14 Edge of Tomorrow	n/a	Science-fiction	21,51
15 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	n/a	Fantastique	20,87
16 Dracula Untold	Universal	Fantastique	20,81
17 La Planète des Singes : L'Affrontement	n/a	Science-fiction	20,64
18 Interstellar	n/a	Science-fiction	19,01
19 Les Nouveaux Héros	Walt Disney	Animation	17,87
20 300 La Naissance d'un Empire	n/a	Action	17,48

## Box-office - Japon - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 Le Reine des Neiges	Walt Disney	Animation	249,04
2 Stand by Me Doraemon	Toho	Animation	79
3 Maléfique	Walt Disney	Fantastique	63,28
4 Rurôni Kenshin: Kyôto Taika-hen	Warner Bros.	Action	49,96
5 Thermae Romae II	Toho	Comédie	42,2
6 Meitantei Conan: Ijigen no sunaipa	Toho	Animation	39,42
7 Rurouni Kenshin - The Legend Ends	Warner Bros.	Action	39,34
8 Doraemon Shin Nobita No Daimakyo	Walt Disney	Animation	33,99
9 Omoide no Marnie	Toho	Animation	33,07
10 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	Sony Pictures	Fantastique	30,25
11 Godzilla	Toho	Science-fiction	29,93
12 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	Paramount	Science-fiction	27,38
13 Pokémon the Movie: Diancie and the Cocoon of...	Toho	Animation	26,91
14 Pocket Monster The Movie	Toho	Animation	26,73
15 Hot Road	Shochiku	Drame	22,92
16 Lupin III	Toho	Animation	22,19
17 The Mole Song: Undercover Agent Reiji	Toho	Action	20,39
18 Aibou 3	Toei	Thriller	19,81
19 Crayon Shin-Chan	Toho	Animation	17,03
20 The Trick Movie: The Last Stage	Toho	Comédie	16,52



## Box-office - Chine - 2014

Titres	Distributeur	Genre	Recettes en millions de \$
1 Transformers 4 : L'Age de l'Extinction	HuaXia	Science-fiction	301
2 Breakup Buddies	n/a	Comédie	187,97
3 The Monkey King	n/a	Action	167,84
4 The Taking of Tiger Mountain	HuaXia	Aventure	141,02
5 Interstellar	China Film	Science-fiction	121,99
6 X-Men : Days of Future Past	HuaXia	Science-fiction	116,49
7 Captain America : Le Soldat de l'Hiver	China Film	Science-fiction	115,62
8 Dad, Where Are We Going?	n/a	Documentaire	111,87
9 La Planète des Singes : L'Affrontement	HuaXia	Science-fiction	107,36
10 The Breakup Guru	n/a	Comédie	106,59
11 The Continent	HuaXia	Comédie	100,11
12 Les Gardiens de la Galaxie	HuaXia	Science-fiction	96,47
13 The Amazing Spider-Man : Le Destin...	China Film	Fantastique	94,43
14 Back in Time	n/a	Drame	93,47
15 The Man from Macau	n/a	Drame	84,57
16 Tiny Times 3	n/a	Drame	82,32
17 Gone with the Bullets	Wanda	Action	81,3
18 Godzilla	HuaXia	Science-fiction	77,63
19 Le Hobbit : La Désolation de Smaug	China Film	Fantastique	74,73
20 My Old Classmate	n/a	Romance	73,05

20



# ELEPHA

TELEVISION - VIDEO - V.O.D. - D

[www.elepha](http://www.elepha)



# The decline of transactional video ownership in Western Europe

The digital purchase market in Western Europe has seen growth since 2009, just as physical purchase began to see decline; however, the issue is that there is still no one-for-one replacement occurring between physical decline and transactional digital retail.

Western Europe, unlike other major filmed home entertainment markets like the US, Japan and Australia, has traditionally been a market where consumers prefer to own home video. Due to a number of historical and cultural factors, Western European consumers never developed the strong physical rental habits of their North American or Japanese counterparts, and thus physical disc rental remained proportionally small across Europe's major markets. The physical rental habits of American and Japanese consumers translated into growth for digital rental, as more consumers either chose to move online entirely or consume home video content on a mix of platforms.

However, ownership in the digital space has not gained the same traction in Western Europe, demonstrating a disruption of established consumer behaviour, as consumption of home video content began to move online. The digital purchase market in Western Europe has seen growth since 2009, just as physical purchase began to see decline; however, the issue is that there is still no one-for-one replacement occurring between physical decline and transactional digital retail.

## The state of retail physical video in Western Europe

The total market for retail physical discs peaked in 2008, with Western European consumers purchasing a combined 687.7 million DVD and Blu-ray Discs (BD) that year. Since 2008, however, physical disc purchases have declined by an average of 8% every year, falling to 417.8 million unit sales by 2014. DVD purchases peaked in 2007 at 682.1 million unit sales and BD purchases peaked six years later in 2013 at 78.5 million, which resulted in only one year (2008) in which growth for the BD compensated for decline in DVD volumes.

2014 serves as a turning point, as it was the first year of recorded decline for the BD format



in Western Europe as a whole. After increasing by 10.5% between 2012 and 2013, BD purchases declined 5.4%, down to 74.5 million in 2014. DVD declined by 14.8% year-on-year, down to 343.5 million unit sales, making for a total combined volume decline of 13.3% (417.8 million).

Consumer spending on combined DVD and Blu-ray Discs in Western Europe declined by 12.5%, from €5.6 billion in 2013 to €4.9 billion in 2014. By year end 2015, consumer spending on physical disc purchasing is forecast to decline further, to €4.2 billion. This will result in the combined market for DVD and Blu-ray Disc retail equating to 51% of the market's value in 2008 (€8.3 billion). By 2019, consumer spending is forecast to decline to €2.1 billion, or 26% of what the total market was valued at in 2008.

The average year-on-year price declines for both DVD and BD is slowing, a positive development for the platform in terms of profitability. In 2008, the average consumer

price for a DVD was €11.86, with average price for a BD at €23.83, a price difference of €11.96. Between 2008 and 2009, average price for BD in Western Europe declined by 14.1% and by 5.1% for a DVD. However, in more recent years this year-on-year decline has been much reduced. When 2013 and 2014 are compared, the decline in BD pricing was just 0.7% and the average price for a DVD increased by 0.6%. The average price for BD at year-end 2014 was €14.42, only €4.68 more expensive than an average DVD at €10.90.

Previous price declines were largely driven by retailer-lead price competition, specifically not just between bricks-and-mortar but also online retailers like Amazon, which as an online-only retailer, is able to support slimmer margins. In the UK, for example, supermarkets used DVD and BD as in-store footfall drivers, often offering physical discs to consumers at prices lower than reported trade price. What active price reduction ultimately did was erode the category's overall profitability making physical

disc as a category less attractive to retailers. In addition, price declines drove the consumer perception that physical discs were no longer an aspirational product – which has played a part in reducing unit sales.

The current average price stabilization is being driven by a multitude of factors. The first is that retailers are looking to maintain their margins and are actively seeking to stabilise price by offering fewer deep price promotions and maintaining an overall higher average price. According to feedback from industry sources, Germany as a market is an example of this. Analysis indicates that reducing price failed to drive the long-term volume increases that the industry had hoped for. Longer term, consumers simply bought the same amount of DVDs or BDs over a given period of time, but at a lower price. There is now wide-spread realisation that physical discs do not necessarily have to be heavily discounted in order to remain an attractive product to consumers.

The price stabilization over 2014 has also been driven by changes to the overall product mix. Physical disc sales have increasingly becoming more and more new release driven, as the volume of lower-priced catalogue titles on offer are reduced, as both a retail offering and as a consumer preference. As the proportion for higher priced new release titles are sold, average price floats upwards. As fewer catalogue titles are offered in stores, fewer are sold exacerbating the decline in sales of this product category.

As the profitability of the category was compromised by ongoing price reductions, physical video specialists in several markets found it difficult to compete and were forced to either go out of business entirely or reduce their number of retail outlets and depth of offering. Mixed retailers, such as hypermarkets or department stores, shelf-space allotted to physical discs has been shrinking and in-store promotional resources have also been reduced.

The reduction in the pure volume of physical video on offer to consumers is one of the most significant drivers of declining physical disc purchases. Although it is true that physical discs can be sold via online retailers, the promotional effectiveness and shopping behaviours which drive a significant amount of DVD and Blu-ray Disc purchases are only able to exist with bricks-and-mortar shopping. Gifting, opportunity to browse and spontaneous purchasing all play an important role in generating disc volume sewer specialist shops and less-prominence given elsewhere to DVD and Blu-ray Discs, consumer awareness of the platform is impacted negatively.

The drivers of decline for catalogue titles are

two-fold. Consumer take-up of subscription video-on-demand (SVOD) services such as Netflix and Amazon Prime has impacted catalogue titles on physical media (both retail and rental) disproportionately. These services can deliver access to a library of a significant number of catalogue titles for a very low monthly cost. Physical still has the “new release” window advantage over SVOD, but the reduction in availability of catalogue titles on physical, especially in-store, has the effect of diminishing the “depth-range” perception that consumers hold of physical as a movie and TV content distribution platform.

Unlike the other platforms in the distribution chain for filmed entertainment, physical discs are fundamentally a consumer product and how convenient they are to purchase, how they are marketed, and how they are presented to consumers at retail, all has an impact on the number of discs sold each year. When examining physical purchase and decline across Western Europe, it is important not to automatically attribute competition from digital platforms as the only factor in driving physical purchase decline.

These changes to the physical discs retail landscape across Western Europe, such as the significant reduction in the total volume of discs available to purchase and diminished consumer exposure with the closure of specialist retailers - would make maintaining units sales for physical purchase difficult- independent of the cannibalisation of consumption by transactional digital platforms.

As a result of all market factors, decline for total physical purchases will accelerate to a yearly average of 15.2% per year between 2014 and 2019, by when total consumption of physical discs retail is forecast to decline to 182.9 transactions. Although decline for BD is forecast throughout this period, BD will increase share of total consumption, from 18% in 2014 to 28% or 50.6 million unit sales by 2019. However, this growth in share for BD is a result of a yearly average decline of 27% between 2016 and 2019 for the DVD format.

### **Digital retail take-up slows in Western Europe**

In 2008, digital retail transactions, sometimes called Electronic Sell-Through (EST), increased by 415% compared to 2007 to reach 7 million transactions. However, by 2009, growth had already y slowed to 74%, with the total number of transactions increasing to 12.1 million across Western Europe. By year end 2014, digital retail transactions increased by 22% over 2013 to reach 48.9 million and are forecast to reach 54.8 million by year end 2015. In direct comparison, physical purchase is forecast to still

generate 364.4 million transactions across Western Europe by year end 2015.

The growth for digital retail was able to compensate for the declines in physical retail for only one year, in 2009, when total home video retail transactions (digital and physical combined) in western Europe increased by 1% over 2008 to reach 694.7 million. Total transactions tipped into decline in 2010, and between 2009 and 2014, home video purchases fell by a yearly average of 7.5%. By year end 2015, total purchase transactions are forecast to decline by 10% over 2014, down to 419.2 million.

By 2018, digital retail volumes are forecast to surpass BD unit sales. Digital retail will reach 65.4 million transactions in that year whilst Blu-ray Disc purchases are forecast to will decline to 56.3 million transactions. Total home video retail transactions are forecast to decline by 13% in 2018, to 287.4 million retail transactions across both platforms. If the overall current provider landscape remains unchanged, EST is poised to remain a relatively niche (digital) distribution platform for movie and TV content and with its current rate of growth forecast to slow further, will be never compensate for further physical decline.

Digital retail failed to repeat the successes enjoyed by DVD for several reasons, the most obvious being that from the outset it was difficult to watch an EST movie or TV purchase on a television. For a great many consumers the TV set remains the preferred device for consuming long-form video content. Digital rental and subscription services especially, Netflix being the prime example of this, have been able to make their services available on numerous set-top boxes and cable offerings, which are automatically attached to the family television set. Titles purchased as digitally are also non-transferable, tied to specific device-based ecosystems, such as Apple’s iTunes, meaning that enjoyment of digital retail content is conditional based on access to a particular to a device or service.

Digital retail has also struggled to overcome widespread consumers’ discomfort with owning content in the virtual space. When a consumer purchases a physical disc, the relationship is one of independence. The consumer can watch the content they have purchased anywhere (given there is a DVD or BD player), it is considered completely portable in the mind of the consumer. As long as the disc exists as a physical entity, it can be accessed and it can be shared. With digital retail, ownership still comes with dependence on key devices and services and the question of if “ownership” of the digital content will guarantee access in perpetuity.

**Ownership and the Big Three**

The biggest three markets in Western Europe – the UK, Germany and France – accounted for 87% of digital retail purchases in 2014. The biggest market for digital retail in Western Europe has traditionally been the UK, which accounted for 24.8 million transactions or 51% of EST purchases across the region in 2014. The UK also remains the largest market for physical disc retail transactions, with 142.9 million combined DVD and BD purchases reported in 2014, accounting for 34% of physical disc purchases in the region. The UK share of both total physical and digital retail purchases are forecast to remain consistent throughout the duration of the forecast period (to 2019).

Germany is a market where consumers have traditionally shown less interest in paid video content, but the country on its own still accounted for 20% of digital retail video or 9.7 million transactions in 2014. Germany is second to the UK in terms of physical disc purchases at 104.9 million in 2014, but is Western Europe’s largest BD purchase market by a significant margin. In 2014, German consumers purchased 27.9 million BDs in 2014, or a 38% share of total BD unit sales in Western Europe. BD volumes in Germany are forecast to decline to 24.6 million transactions by 2019, but despite this, Germany’s share of total Western European volumes are forecast to increase to 49% during the same time period.

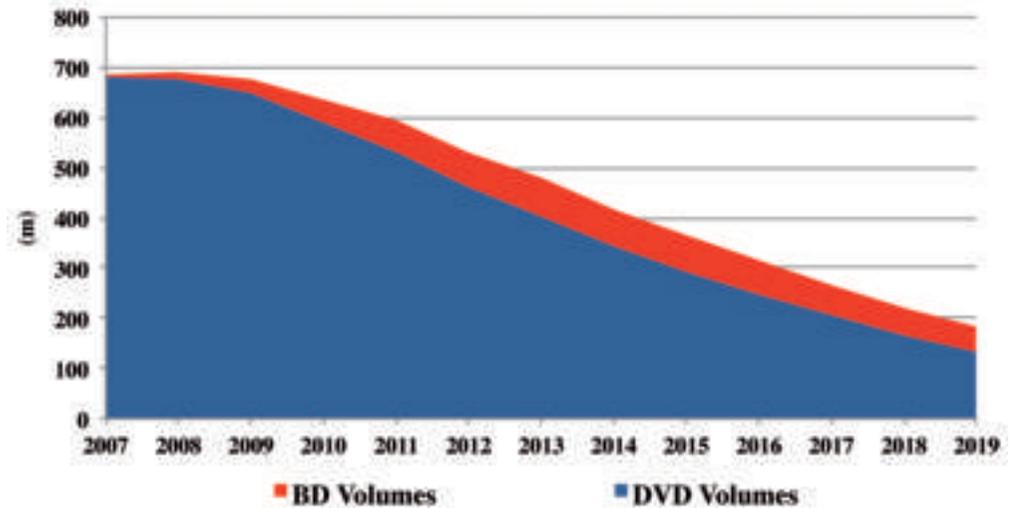
However, this is a reflection of the decline forecast for BD volumes in both France and the UK. BD unit sales in France are forecast to decline, from 9.5 million in 2014 down to 3.9 million by 2019, an average yearly decline of 12.6%. The UK is forecast to decline at a rate of 7.5% on average per year during the same time period. Germany, in direct contrast, is forecast to only decline by a yearly average of 2.8% between 2014 and 2019. This relative stability will result in the gap in BD consumption between Germany and its neighbours to widen.

France is the smallest market for retail home video of the top three European countries. Digital retail transactions increased from 6.9 million in 2013 to 7.9 million in 2014, accounting for only a 16% share of total Western Europe digital transactions. Physical retail transactions in France accounted for 61.60 million or a 15% share of total DVD and BD purchases, forecast decline to 21.9 million or a 12% share by 2019.

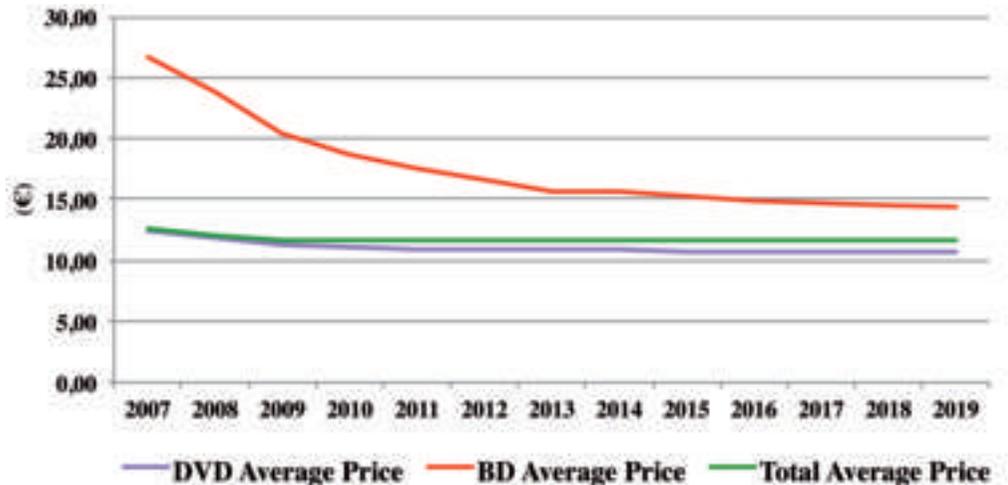
*By Tania Loeffler,  
analyst video media IHS Technology*

**Marché de la vidéo en Europe de L'Ouest**

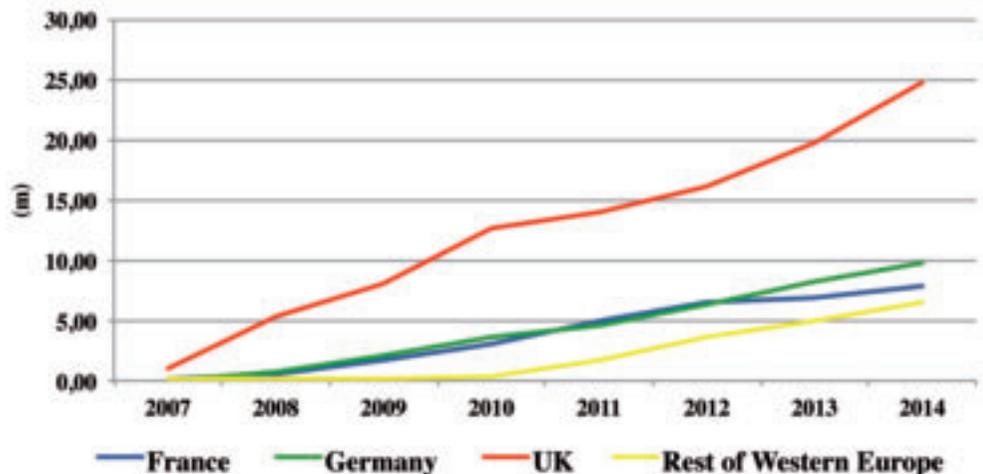
Western Europe: Physical Disc Volume Sales



Western Europe: Physical Disc Average Price

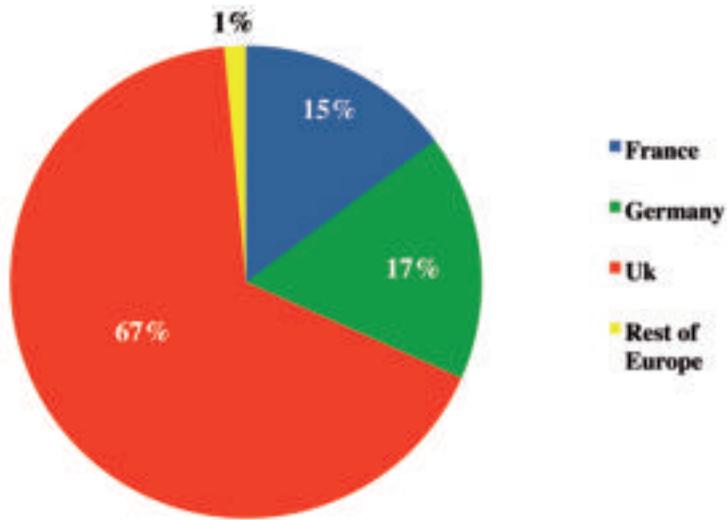


Western Europe: EST Transactions

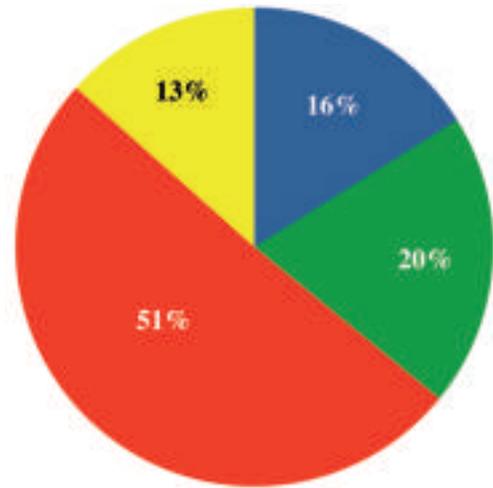


Source : IHS Technology

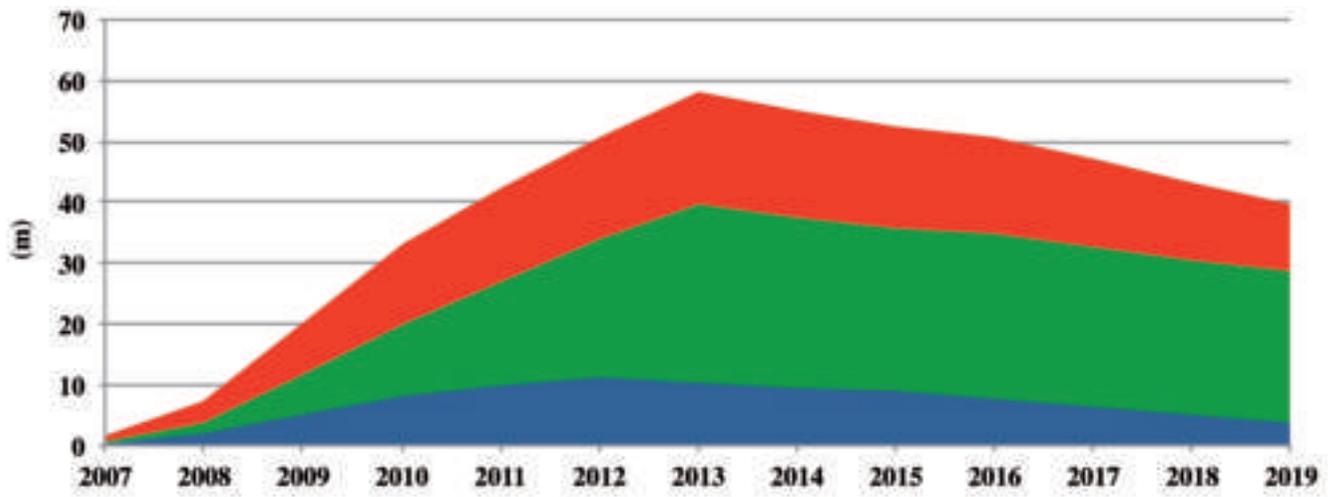
2009 Share of Total WE EST Transactions



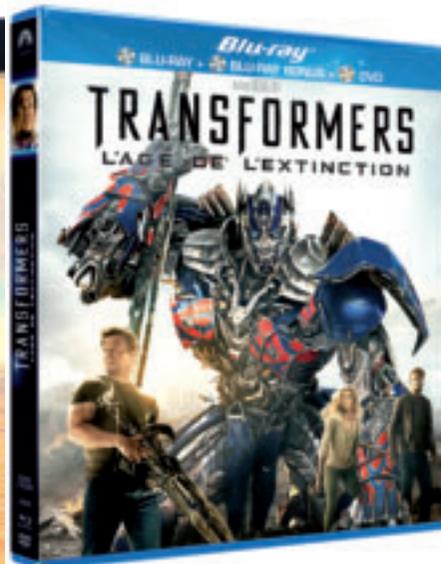
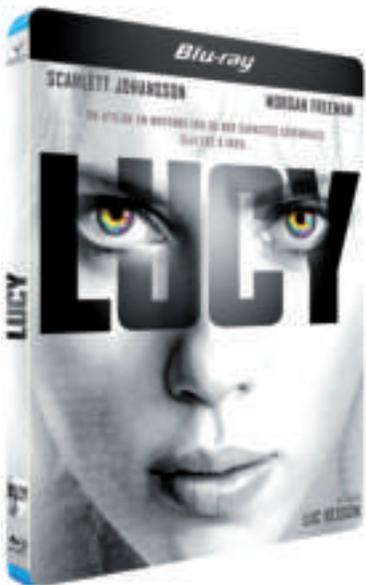
2014 Share of Total WE EST Transactions



Big Three: Blu-ray Disc Volumes



Source : IHS Technology



## Marché de la vidéo en France

Evolution du chiffre d'affaires du marché de la vidéo physique (DVD et Blu-ray) + digital (paiement à l'acte et abonnement)

	Chiffres d'affaires (M€)	Evolution 13/14
<b>Physique</b>	797,86	-14,1%
<b>Digital</b>	248,94	3,8%
<b>Total</b>	1 046,80	-10,4%

Consommation de supports vidéo en 2014

	Unités (millions)	Evolution	Chiffres d'affaires (M€)	Evolution
<b>DVD</b>	77,07	-14,3%	609,68	-15,8%
<b>Blu-ray</b>	13,09	-0,6%	188,18	-8,3%
<b>Total</b>	90,16	-12,5%	797,86	-14,1%

Evolution du marché de la vidéo physique (DVD et Blu-ray)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evol. 14/13
<b>Chiffre d'affaires (M€)*</b>	1 494,13	1 382,44	1 384,39	1 385,42	1 222,88	1 116,00	929,11	797,86	-14,1%
<b>Unités vendues (millions)**</b>	131,04	128,18	140,87	144,13	128,76	119,95	103,06	90,16	-12,5%

\* Ventes toutes taxes comprises (TTC)

\*\* Unités vendues en volume éclaté

Répartition des ventes\* de DVD par tranche de prix en (%)

En volume

	0€-3€	3€-8€	8€-10€	10€-13€	13€-17€	17€-20€	20€-25€	25€-30€	30€+
<b>2014</b>	2,4	28,3	16	10,4	10,2	17,5	5,9	4,9	4,3
<b>2013</b>	3,3	30,1	17,3	10	7,8	17	5,1	4,8	4,5

En valeur

	0€-3€	3€-8€	8€-10€	10€-13€	13€-17€	17€-20€	20€-25€	25€-30€	30€+
<b>2014</b>	0,4	13,7	10,5	8,5	10,9	23,4	9,5	9,6	13,6
<b>2013</b>	0,5	14,6	11,7	8,4	8,7	23,7	8,4	9,7	14,3

\*Ventes en volume non éclaté tous conditionnements confondus

Evolution du marché du DVD

	Chiffres d'affaires (M€)*	Unités vendues (millions)**	Prix moyen nouveautés*** (euros)	Prix moyen catalogue*** (euros)
<b>2005</b>	1 757,30	139,79	n.d.	n.d.
<b>2006</b>	1 654,69	135,36	20,3	10,83
<b>2007</b>	1 479,86	130,5	19,53	10,56
<b>2008</b>	1 330,98	126,02	19,41	10,31
<b>2009</b>	1 277,06	135,58	18,73	8,65
<b>2010</b>	1 211,68	134,44	18,37	8,35
<b>2011</b>	1 018,22	116,18	18,28	8,37
<b>2012</b>	891,9	105,78	17,22	8,02
<b>2013</b>	723,91	89,89	17,19	8,62
<b>2014</b>	609,68	77,07	16,58	8,86
<b>Evol. 14/13</b>	-15,8%	-14,3%	-3,6%	2,8%

\* Ventes toutes taxes comprises (TTC)

\*\* Unités vendues en volume éclaté

\*\*\* Prix moyen de vente des DVD vendus à l'unité

Evolution du marché du Blu-ray

	Chiffres d'affaires (M€)*	Unités vendues (millions)**	Prix moyen nouveautés*** (euros)	Prix moyen catalogue*** (euros)
<b>2007</b>	14,27	0,54	n.d.	n.d.
<b>2008</b>	51,45	2,16	27,46	24,37
<b>2009</b>	107,33	5,28	25,01	17,45
<b>2010</b>	173,74	9,69	24,37	14,37
<b>2011</b>	204,66	12,58	23,61	12,77
<b>2012</b>	224,1	14,18	22,64	12,6
<b>2013</b>	205,2	13,17	23,21	13,76
<b>2014</b>	188,18	13,09	22,39	13,98
<b>Evol. 14/13</b>	-8,3%	-0,6%	-3,5%	1,5%

\* Ventes toutes taxes comprises (TTC)

\*\* Unités vendues en volume éclaté

\*\*\* Prix moyen de vente des Blu-ray vendus à l'unité

### Répartition des ventes\* de Blu-ray par tranche de prix en (%)

En volume

	3€-8€	8€-10€	10€-13€	13€-17€	17€-20€	20€-25€	25€-30€	30€+
<b>2014</b>	3,7	4,1	21,8	13,3	12,9	25,3	9,3	9,4
<b>2013</b>	2,9	3,4	25,3	12,9	8,7	27,6	10,6	8,5

En valeur

	3€-8€	8€-10€	10€-13€	13€-17€	17€-20€	20€-25€	25€-30€	30€+
<b>2014</b>	1	1,9	12,4	9,8	12	28,7	12,6	21,6
<b>2013</b>	0,8	1,6	14,5	9,4	8	31,5	14,5	19,7

\*Ventes en volume non éclaté tous conditionnements confondus

### Nombre de références actives selon le format

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Evol. 14/13
<b>Blu-ray 2D</b>	293	1 099	2 089	3 379	4 945	6 852	8 436	9 668	14,6%
<b>Blu-ray 3D</b>	-	-	1	20	117	221	357	484	35,6%
<b>DVD</b>	63 860	65 765	73 883	75 551	76 217	71 956	67 897	63 793	-6,0%
<b>Total</b>	<b>64 153</b>	<b>66 864</b>	<b>75 973</b>	<b>78 950</b>	<b>81 279</b>	<b>79 029</b>	<b>76 690</b>	<b>73 945</b>	<b>-3,6%</b>

### Consommation des Blu-ray 3D

	Chiffre d'affaires* (M€)	Unités (millions)	Prix moyen (€)
<b>2012</b>	29,78	1,05	28,27
<b>2013</b>	30,06	1,08	27,91
<b>2014</b>	32,41	1,17	27,7
<b>Evol. 14/13</b>	<b>7,8%</b>	<b>8,6%</b>	<b>-0,7%</b>

\* Ventes toutes taxes comprises (TTC)

### Répartition des ventes de Blu-ray 3D selon la nationalité des programmes (%)

	2012	2013	2014
<b>Titres américains</b>	82,6	76,3	76,8
<b>Titres français</b>	6,2	3,7	2
<b>Titres européens*</b>	10,2	8,4	13,3
<b>Titres asiatiques</b>	0,2	1,1	4,2
<b>Autres titres</b>	0,8	10,5	3,8
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

\* Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France

### Evolution du chiffre d'affaires des Blu-ray 3D selon le contenu (million d'euros)

	2012	2013	2014	Evol. 14/13
<b>Film</b>	28,32	28,17	31,31	11,2%
<b>Hors film</b>	1,46	1,89	1,1	-41,9%
<b>Fiction</b>	0,6	1,08	0,54	-50,2%
<b>Enfant</b>	0,14	0,13	0,1	-25,6%
<b>Musique</b>	0,02	0,03	0,02	-23,0%
<b>Documentaire</b>	0,7	0,65	0,44	-32,1%
<b>Total</b>	<b>29,78</b>	<b>30,06</b>	<b>32,41</b>	<b>7,8%</b>

\* Ventes toutes taxes comprises (TTC)

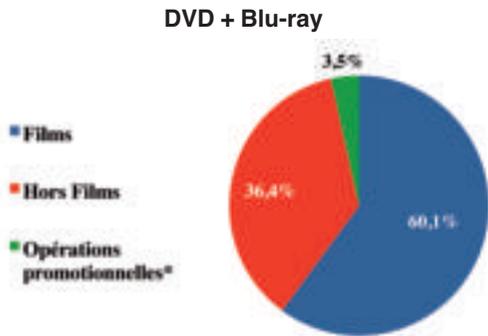
### Chiffre d'affaires de la vidéo selon le contenu en 2014

	Chiffre d'affaires (M€)	Parts de marché (%)	Evolution
<b>Films*</b>	479,15	60,1%	-14,5%
<b>Hors films</b>	290,66	36,4%	-11,5%
<b>Opérations promotionnelles**</b>	28,04	3,5%	-30,4%
<b>Total</b>	<b>797,86</b>	<b>100,0%</b>	<b>-14,1%</b>

\*œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation préalable en salles de cinéma

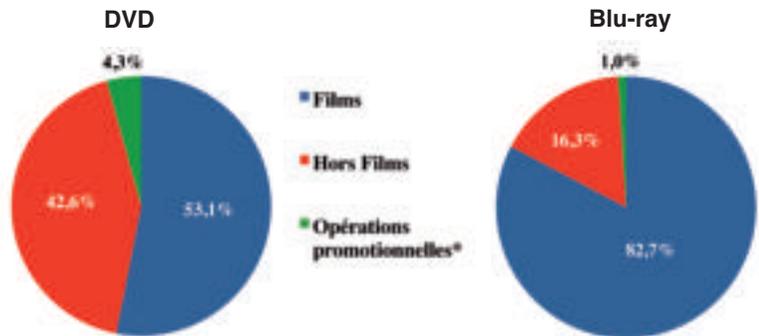
\*\* Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Répartition du chiffre d'affaires de la vidéo selon le contenu en 2014 (%)



\* opérations promotionnelles sans indication de titre

Répartition du chiffre d'affaires de la vidéo selon le contenu en 2014 (%)



\* opérations promotionnelles sans indication de titre

Nombre de vidéogrammes vendus selon le contenu en 2014 (millions d'unités)

	2013	2014	Evol. 14/13
Films*	48,20	41,06	-14,8%
Hors films	48,56	44,85	-7,6%
Opérations promotionnelles**	6,30	4,25	-32,5%
<b>Total</b>	<b>103,06</b>	<b>90,16</b>	<b>-12,5%</b>

\*œuvres ayant fait l'objet d'une exploitation préalable en salles de cinéma

\*\* Opérations promotionnelles sans distinction de titres (titres vendus sous le même code EAN).

Top 20 ventes 2014 du marché physique (DVD et Blu-ray) en valeur

Titres	Film / hors-film	% Blu-ray
1 La Reine des Neiges	Film	21,4%
2 Le Hobbit - La Désolation de Smaug	Film	53,8%
3 Qu'est-ce qu'on a Fait au Bon Dieu ?	Film	14,7%
4 Game of Thrones - saison 3	Hors Film	35,7%
5 Gravity	Film	67,1%
6 Les Enfoirés - Bon anniversaire	Hors Film	0,0%
7 Gad Elmaleh - Sans tambour	Hors Film	12,0%
8 Lucy	Film	41,8%
9 Star Wars - L'intégrale	Film	45,6%
10 Breaking Bad - saison 5	Hors Film	44,5%
11 X-Men - Days of Futur Past	Film	56,7%
12 Hunger Games - L'Embrasement	Film	40,4%
13 Supercondriaque	Film	16,8%
14 Harry Potter et les Reliques de la Mort - part 2	Film	40,0%
15 La Planète des Singes - L'Affrontement	Film	53,7%
16 Mylène Farmer - Timeless 2013 - le film	Hors Film	36,8%
17 Transformers - L'Age de l'Extinction	Film	54,3%
18 Thor - Le Monde des Ténèbres	Film	53,4%
19 The Walking Dead - Saison 4	Hors Film	30,7%
20 Dragons 2	Film	33,0%

Evolution du chiffre d'affaires des films\* en vidéo selon la nationalité

	2012		2013		Evolution 2014 / 2013
	Millions d'euros	%	Millions d'euros	%	
Films français	110,90	19,8%	105,76	22,1%	-4,6%
Films américains	355,94	63,5%	310,24	64,7%	-12,8%
Films Européens**	64,43	11,5%	39,82	8,3%	-38,2%
Autres films	29,16	5,2%	23,33	4,9%	-20,0%
<b>Total</b>	<b>560,43</b>	<b>100%</b>	<b>479,15</b>	<b>100%</b>	<b>-14,5%</b>

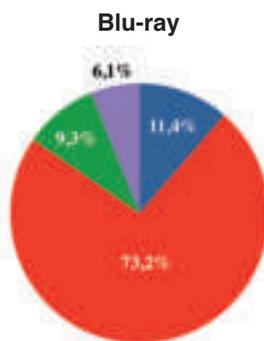
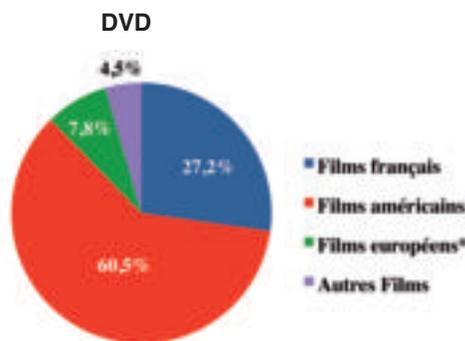
\* oeuvre ayant fait l'objet d'une exploitation en salles

\*\* Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France



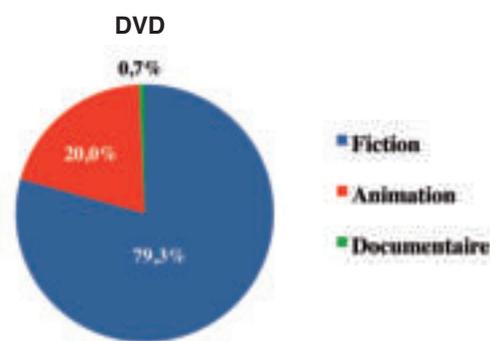
Source : CNC / GfK

Répartition du chiffre d'affaires des films en vidéo selon la nationalité en 2014 (%)



\* Europe continentale (de l'Atlantique à l'Oural), hors France

Répartition du chiffre d'affaires des films en vidéo selon le genre en 2014 (%)



Evolution du chiffre d'affaires des films en vidéo selon le genre (en millions d'euros)

	2013	2014	Evolution
<b>Ficton</b>	462,19	380,1	-17,8%
<b>Animation</b>	94,88	95,78	0,9%
<b>Documentaire</b>	3,36	3,28	-2,6%
<b>Total</b>	<b>560,43</b>	<b>479,15</b>	<b>-14,5%</b>

Part de marché des films français selon le genre (%)

	2012	2013	2014
<b>Ficton</b>	26,7	22,2	26
<b>Animation</b>	9,3	7,1	4,8
<b>Documentaire</b>	50,1	42,10	68,5

Evolution du chiffre d'affaires du hors-film en vidéo selon le genre

	2013		2014		Evolution 2014/2013
	Millions d'euros	%	Millions d'euros	%	
<b>Fiction TV</b>	186,1	56,7%	163,37	56,2%	-12,2%
<b>Enfants</b>	64,81	19,7%	53,36	18,4%	-17,7%
<b>Musique</b>	34,17	10,4%	29,33	10,1%	-14,2%
<b>Humour</b>	21,4	6,5%	24,11	8,3%	12,7%
<b>Documentaire</b>	17,83	5,4%	17,55	6,0%	-1,6%
<b>Théâtre</b>	1,75	0,5%	1,10	0,4%	-37,0%
<b>Autres</b>	2,34	0,7%	1,84	0,6%	-21,3%
<b>Total</b>	<b>328,4</b>	<b>100%</b>	<b>290,66</b>	<b>100%</b>	<b>-11,5%</b>

Top 20 meilleures ventes 2014 des films cinématographiques (DVD et Blu-ray) en valeur

Titres	Genre	Nationalité
1 <b>La Reine des Neiges</b>	Animation	Etats-Unis
2 <b>Le Hobbit - La Désolation de Smaug</b>	Fiction	Nouvelle Zélande
3 <b>Qu'est-ce qu'on a Fait au Bon Dieu ?</b>	Fiction	France
4 <b>Gravity</b>	Fiction	Grande Bretagne
5 <b>Lucy</b>	Fiction	France
6 <b>Star Wars - L'intégrale</b>	Fiction	Etats-Unis
7 <b>X-Men - Days of Futur Past</b>	Fiction	Etats-Unis
8 <b>Hunger Games - L'Embrasement</b>	Fiction	Etats-Unis
9 <b>Supercondriaque</b>	Fiction	France
10 <b>Harry Potter et les Reliques de la Mort - part 2</b>	Fiction	Grande Bretagne
11 <b>La Planète des Singes - L'Affrontement</b>	Fiction	Etats-Unis
12 <b>Transformers - L'Age de l'Extinction</b>	Fiction	Etats-Unis
13 <b>Thor - Le Monde des Ténèbres</b>	Fiction	Etats-Unis
14 <b>Dragons 2</b>	Animation	Etats-Unis
15 <b>Captain America - Le Soldat de l'Hiver</b>	Fiction	Etats-Unis
16 <b>Le Hobbit - Un Voyage Inattendu</b>	Fiction	Nouvelle Zélande
17 <b>Divergente</b>	Fiction	Etats-Unis
18 <b>Rio 2</b>	Animation	Etats-Unis
19 <b>Les Gardiens de la Galaxie</b>	Fiction	Etats-Unis
20 <b>Planes</b>	Animation	Etats-Unis

Top 20 meilleures ventes 2014 de hors-film (DVD et Blu-ray) en valeur

Titres	Genre	Nationalité
1 <b>Game of Thrones - Saison 3</b>	Fiction	Etats-Unis
2 <b>Les Enfoirés - Bon Anniversaire</b>	Musique	France
3 <b>Gad Elmaleh - Sans Tambour</b>	Humour	France
4 <b>Breaking Bad - Saison 5</b>	Fiction	Etats-Unis
5 <b>Mylène Farmer - Timeless 2013 le film</b>	Musique	France
6 <b>The Walking Dead - Saison 4</b>	Fiction	Etats-Unis
7 <b>Laurent Gerra - Au Théâtre du Châtelet</b>	Humour	France
8 <b>Apocalypse - La Première Guerre Mondiale</b>	Documentaire	France
9 <b>True Detective - Saison 1</b>	Fiction	Etats-Unis
10 <b>Homeland - Saison 3</b>	Fiction	Etats-Unis
11 <b>Game of Thrones - Saison 2</b>	Fiction	Etats-Unis
12 <b>Dexter - Saison 8</b>	Fiction	Etats-Unis
13 <b>Kev Adams - Voilà voilà</b>	Humour	France
14 <b>House of Cards - Saison 2</b>	Fiction	Etats-Unis
15 <b>François Damians - Les Nouvelles Caméras...</b>	Humour	Belgique
16 <b>Game of Thrones - Saison 1</b>	Fiction	Etats-Unis
17 <b>The Walking Dead - Saison 3</b>	Fiction	Etats-Unis
18 <b>Robin des Bois - Le Spectacle Musical</b>	Musique	France
19 <b>Downton Abbey - Saison 3</b>	Fiction	Grande Bretagne
20 <b>House of Cards - Saison 1</b>	Fiction	Etats-Unis

Source : CNC / GfK

Nombre moyen de DVD et de Blu-ray visionnés par mois

	DVD		Blu-ray	
	2013	2014	2013	2014
<b>Sexe</b>				
Homme	3,5	2,7	2,4	2,6
Femme	3,7	3,3	2,3	2,1
<b>Age</b>				
15-24 ans	5,2	4,6	2,8	3
25-34 ans	3,3	3,5	2,2	2,2
35-49 ans	3,4	2,5	1,9	2,2
50 ans et +	2,8	2,3	2,2	1,9
<b>CSP</b>				
CSP+	3,1	2,7	1,9	2,2
CSP-	4	2,9	2,1	2,6
Inactif	3,7	3,3	2,9	2,3
Dont étudiant	4,2	4,5	3,5	2,6
<b>Habitat</b>				
Région parisienne	3,8	3,2	2,1	2,4
Autres régions	3,5	3	2,4	2,3
<b>Habitudes de fréquentation cinématographique</b>				
Assidu	7	2,6	2,5	4,7
Régulier	3,9	3,3	2,4	2,4
Occasionnel	3,2	2,9	2,3	1,9
Grand occasionnel*	1,3	2,8	2,7	1,9
<b>Habitudes d'achat vidéo</b>				
Assidu	2	4	5	4,5
Régulier	6,6	5,9	3,4	4
Occasionnel	3,2	2,9	2	1,9
Non acheteur	3	2,3	2,1	2
<b>Ensemble</b>	<b>3,6</b>	<b>3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>

\* Les "grands occasionnels" se rendent au cinéma moins d'une fois par an.

Lecture : En 2014, parmi les spectateurs de cinéma équipés d'un appareil permettant la lecture des disques Blu-ray, les hommes regardent, en moyenne, 2,6 Blu-ray par mois.

En 2014, parmi les spectateurs de cinéma équipés d'un lecteur DVD, les hommes regardent, en moyenne, 2,7 DVD par mois

Fréquence de visionnage des bonus (%)

	2011	2012	2013	2014
<b>Systématiquement</b>	8,4	8,9	6,6	6,2
<b>Souvent</b>	20,6	26,3	18	17,5
<b>Rarement</b>	44,9	41,2	36,9	36,4
<b>Jamais</b>	26,1	23,6	38,5	39,9
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lecture: En 2014, 6,2% des personnes interrogées déclarent visionner systématiquement les bonus des DVD ou des Blu-ray.

Nombre moyen de DVD et Blu-ray possédés

	2011	2012	2013	2014
<b>DVD</b>	38,3	44,9	48,3	44,9
<b>Blu-ray</b>	8,2	8	16,2	17,6

Sources d'approvisionnement des foyers en DVD (%)

	DVD		Blu-ray	
	2013	2014	2013	2014
<b>Achat</b>	43,3	42,3	41	40,2
<b>Location</b>	16,6	19,2	15	17,6
<b>Emprunt</b>	19	19,2	24,6	22,5
<b>Cadeau</b>	21,1	19,2	19,4	19,6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lecture : En 2014, 42,3% des DVD et 40,2% des Blu-ray arrivés dans un foyer ont été achetés

Lieux d'achats de DVD ou des Blu-ray (%)

	2012	2013	2014
<b>Magasins spécialisés</b>	86,4	85,4	86,1
<b>Super ou hypermarchés</b>	85,2	80,5	80,4
<b>Internet</b>	59,7	67,9	67,5
<b>Librairies</b>	33,7	23,8	23,2
<b>Kiosques ou maisons de presse</b>	26,3	24	21,9
<b>Marchés</b>	16	12,6	11,9
<b>Vidéoclub</b>	12,6	9,1	10
<b>Stations service</b>	6,4	7,5	7,2

Lecture: En 2014, 86,1% des acheteurs de DVD ou de Blu-ray déclarent avoir réalisé au moins un achat dans un magasin spécialisé.

Habitudes d'achat de vidéo physique (%)

	2012	2013	2014
<b>Acheteurs</b>	58	54,6	50,4
Assidus	1,9	1,6	1,7
Réguliers	17,5	15,8	15,2
Occasionnels	80,6	82,6	83
<b>Non Acheteurs</b>	42	45,4	49,6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lecture : En 2014, 50,4% des spectateurs de cinéma ont acheté au moins un DVD ou un Blu-ray. 1,7% des acheteurs de vidéo physique ont réalisé au moins un achat par semaine en 2014.

Habitudes de location de vidéo physique (%)

	2011	2012	2013	2014
<b>Loueurs</b>	17,1	16,3	13,9	13,4
Assidus	8,2	11,7	11,6	11,7
Réguliers	26,5	28	29,5	31
Occasionnels	65,3	60,2	58,9	57,3
<b>Non loueurs</b>	82,9	83,7	86,1	86,6
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lecture : En 2014, 13,4% des personnes interrogées ont loué au moins un DVD ou un Blu-ray. 11,7% des loueurs pratiquent au moins un acte locatif par semaine en 2014.



Profil des acheteurs de Blu-ray (%)

	Acheteurs		Non Acheteurs	
	2013	2014	2013	2014
<b>Sexe</b>				
Homme	58,9	56,1	41,1	44,3
Femme	41,1	43,9	58,9	55,7
<b>Age</b>				
15-24 ans	28,9	22,2	24,1	18,8
25-34 ans	19	27,6	17,4	13,6
35-49 ans	27,2	27,7	23,6	24,6
50 ans et +	25	22,5	34,9	43
<b>CSP</b>				
CSP+	34,4	43,5	30,3	27,2
CSP-	27,3	26,9	25,4	27,4
Inactif	38,3	29,7	44,2	45,4
Dont étudiant	21,1	10,5	16,9	8,9
<b>Habitat</b>				
Région parisienne	20,6	20,5	19,3	18,1
Autres régions	79,4	79,5	80,6	81,9
<b>Ensemble</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

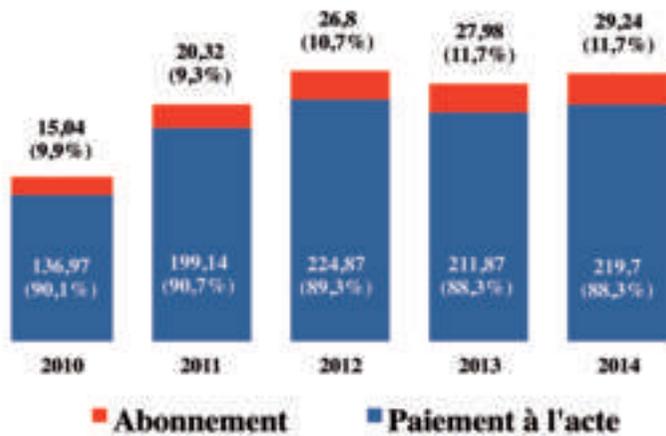
Lecture : En 2014, parmi les spectateurs de cinéma équipés d'un appareil permettant la lecture des Blu-ray, 56,1 des acheteurs de Blu-ray sont des hommes.

Estimation 100% du chiffre d'affaires de la V&D payante (millions d'euros)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>VoD Payante</b>	53,2	97,07	152,01	219,47	251,68	239,84	248,94
<b>Evol. n/n-1</b>	84,2%	82,5%	56,6%	44,4%	14,7%	-4,7%	3,8%

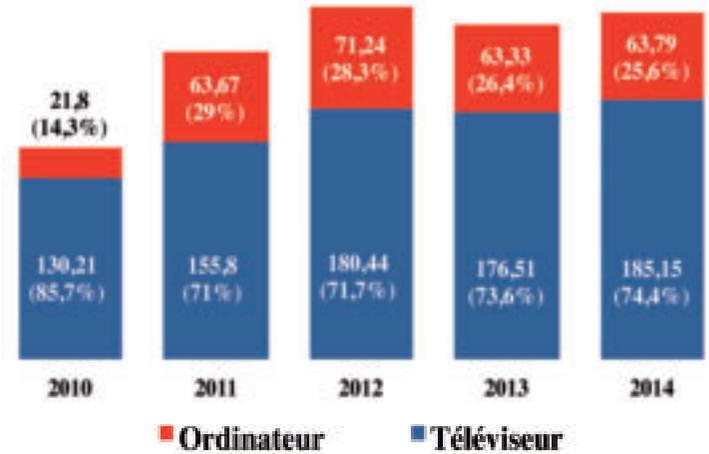
Source : GfK / NPA Conseil

Evolution du chiffre d'affaires du marché de la VoD payante selon le type de Transaction\* (en millions d'euros)

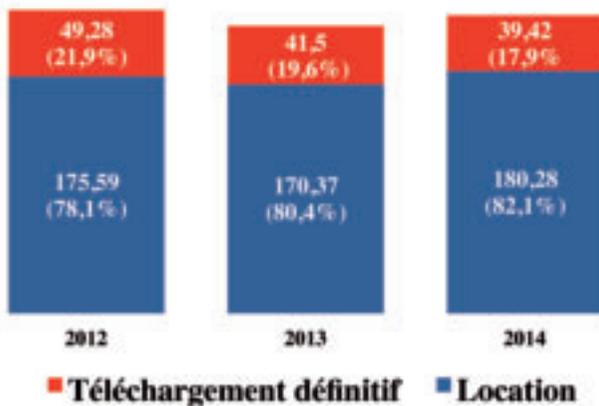


\* Toutes taxes comprises  
Source : GfK - NPA Conseil - estimation 100%

Evolution du chiffre d'affaires du marché de la VoD payante selon le support de Transaction\* (en millions d'euros)

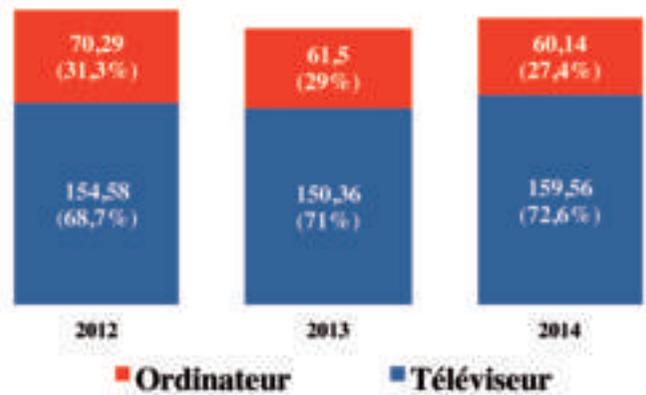


Evolution du chiffre d'affaires du marché de la VoD en paiement à l'acte (en millions d'euros)



\* Toutes taxes comprises  
Source : GfK - NPA Conseil - estimation 100%

Evolution du chiffre d'affaires du marché de la VoD en paiement à l'acte selon le support de transaction (en millions d'euros)



**ABONNEMENT**

MultiMedia  
À LA UNE

**77 €**

(tarif France) 11 numéros par an

**77 € : France**

**87 € : Europe**

**97 € : Dom-Tom & Etranger**

à renvoyer chez BSC Publications 11 rue de Sèvres - 75006 Paris

Nom : ..... Prénom : .....

Société : .....

Adresse : .....

Code postal : ..... Ville : ..... Pays : .....

N° tel : ..... N° d'identification TVA CEE : .....

Je joins à ce bulletin d'abonnement mon règlement (nous n'acceptons pas les mandats) par chèque bancaire ou chèque postal à l'ordre de BSC Publications, d'un montant de 77 euros TTC (France), 87 euros (Europe), 97 euros (Dom-Tom, Etranger). Je recevrai une facture sous un mois.

Volume et prix moyen de la VoD à l'acte\*

	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Volume (millions)</b>					
<b>Téléviseur</b>	26,13	29,29	33,44	31,78	35,65
<b>Ordinateur</b>	4,71	8,21	9,97	8,89	8,36
<b>Total</b>	<b>30,85</b>	<b>37,5</b>	<b>43,41</b>	<b>40,67</b>	<b>44,02</b>
<b>Prix moyen (euros)</b>					
<b>Téléviseur</b>	4,41	4,63	4,62	4,73	4,48
<b>Ordinateur</b>	4,61	7,74	7,05	6,92	7,19

\* Toutes taxes comprises

Source : GfK - NPA Conseil - estimation 100%

Top 20 des meilleures ventes en VoD à l'acte en volume

Titres	Genre
1 <b>Qu'Est-ce qu'on a Fait au Bon Dieu ?</b>	Comédie
2 <b>Supercondriaque</b>	Comédie
3 <b>Catalogue Adulte Marc Dorcel</b>	Adulte
4 <b>Fiston</b>	Comédie
5 <b>Lucy</b>	Science-fiction
6 <b>Divergente</b>	Science-fiction
7 <b>Les Garçons et Guillaume à Table</b>	Comédie
8 <b>Plus Belle la Vie</b>	Série TV
9 <b>La Reine des Neiges</b>	Animation
10 <b>Barbecue</b>	Comédie
11 <b>Eyjafjallajokull</b>	Comédie
12 <b>Babysitting</b>	Comédie
13 <b>Gravity</b>	Science-fiction
14 <b>Le Hobbit - La Désolation de Smaug</b>	Fantastique
15 <b>9 Mois Ferme</b>	Comédie
16 <b>Prisoners</b>	Thriller
17 <b>Les 3 Frères le Retour</b>	Comédie
18 <b>Evasion</b>	Thriller
19 <b>X-Men - Days of Futur Past</b>	Science-fiction
20 <b>Non Stop</b>	Thriller

Source : Panel GfK - NPA Conseil

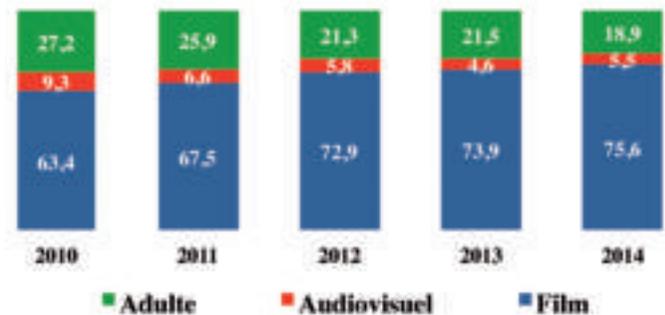
Part des films cinématographiques les plus performants dans le total des transactions en paiement à l'acte (%)\*

	Top 10	Top 20	Top 30
<b>2007</b>	12	19,3	25,2
<b>2008</b>	11,1	18,4	24,2
<b>2009</b>	8,7	14	18,6
<b>2010</b>	10,2	17,9	23,5
<b>2011</b>	9,2	15,5	20,8
<b>2012</b>	11,4	19,3	25,5
<b>2013</b>	10,9	19,7	26,5
<b>2014</b>	15,1	24,1	31,3

\* Base : segment film du marché de la VoD en paiement à l'acte Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

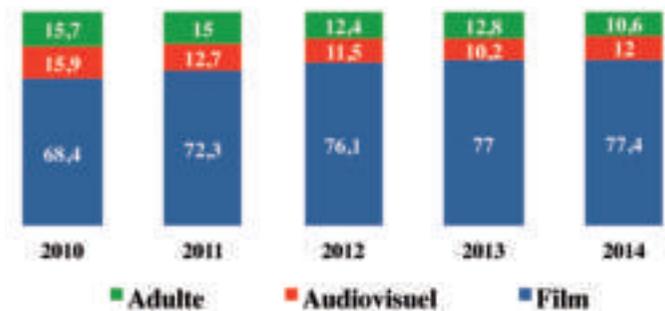
Source : Panel GfK - NPA Conseil

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en valeur selon le type de programmes (%)



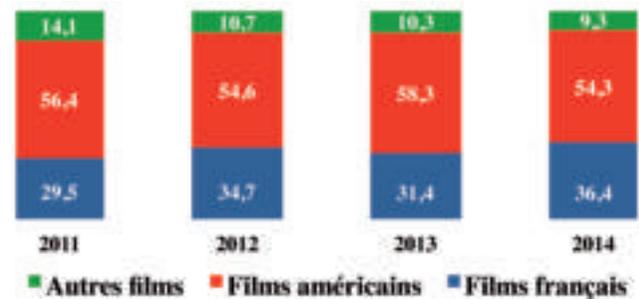
Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en volume selon le type de programmes (%)



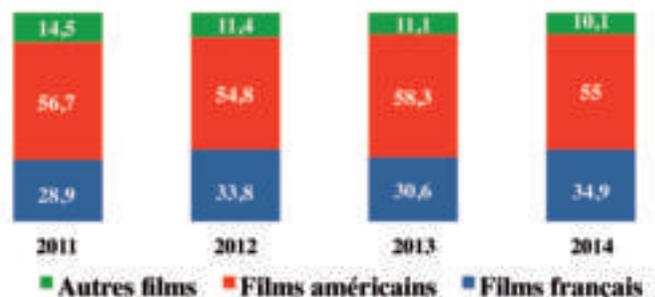
Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en valeur selon la nationalité des films (%)\*



\* Base : segment film du marché de la VoD en paiement à l'acte Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en volume selon la nationalité des films (%)\*



\* Base : segment film du marché de la VoD en paiement à l'acte Film = œuvres cinématographiques sorties en salles en France et œuvres directement sorties en vidéo

Source : Panel GfK - NPA Conseil

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en valeur selon le type de programmes audiovisuels (%)\*

	2010	2011	2012	2013	2014
Documentaire	8,1	9	7,6	7,5	8,2
Séries et fiction TV	53,4	53,3	60,3	61,5	58
Musique	5,5	6,2	5	4,1	3,1
Humour	11,1	16,8	15,9	14,6	20,1
Programmes Jeunesse	12,9	10,1	8,6	9	8,2
Autres	9	4,5	2,6	3,2	2,4

\* Bas : segment du marché de la VoD en paiement à l'acte  
Source : Panel GfK - NPA Conseil

Part de marché de la VoD en paiement à l'acte en volume selon le type de programmes audiovisuels (%)\*

	2010	2011	2012	2013	2014
Documentaire	6,4	7,1	6,2	5,6	5,2
Séries et fiction TV	61,2	60,1	65,4	68	62,4
Musique	3,7	3,6	2,9	2,3	1,8
Humour	7,3	10,1	8,7	7,6	9,6
Programmes Jeunesse	15,4	16,1	14,8	14,4	19,2
Autres	6	2,9	2	2,1	1,8

\* Bas : segment du marché de la VoD en paiement à l'acte  
Source : Panel GfK - NPA Conseil

Evolution du chiffre d'affaires du marché de la vidéo à la demande par abonnement (SVoD) en millions d'euros\*

	2010	2011	2012	2013	2014
SVoD	15,04	20,32	26,8	27,98	29,24
Evol. n/n-1		35,1%	31,9%	4,4%	4,5%

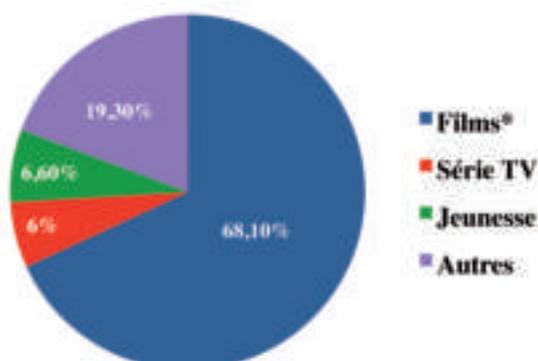
\* toutes taxes comprises  
Source : Panel GfK - NPA Conseil

Evolution du nombre de références actives\*

	2010	2011	2012	2013	2014
Nbre de références actives	38 485	41 620	53 953	57 025	61 835

\*Les références actives sont les programmes téléchargés au moins une fois au cours de la période étudiée. Ces résultats sont issus des déclarations des plateformes du panel de l'institut GfK.

Répartition des genres de programmes disponibles en VoD par abonnement (SVoD) en 2014 (%)



\* films : cinéma (Œuvres cinématographiques exploitées en salles en France) + direct vidéo (films directement sortis en vidéo)  
Source : NPA Consulting & Research

**MPEG LA**  
The Standard for Standards

If you are duplicating or replicating a DVD-Video disc, Blu-ray Disc® or Blu-ray 3D® disc, please contact MPEG LA about a license under MPEG-2, AVC/H.264, VC-1 and MVC patents

If you are outsourcing disc replication, please use licensed replicators (see [www.mpegla.com](http://www.mpegla.com))

**MPEG LA makes licensing easy**

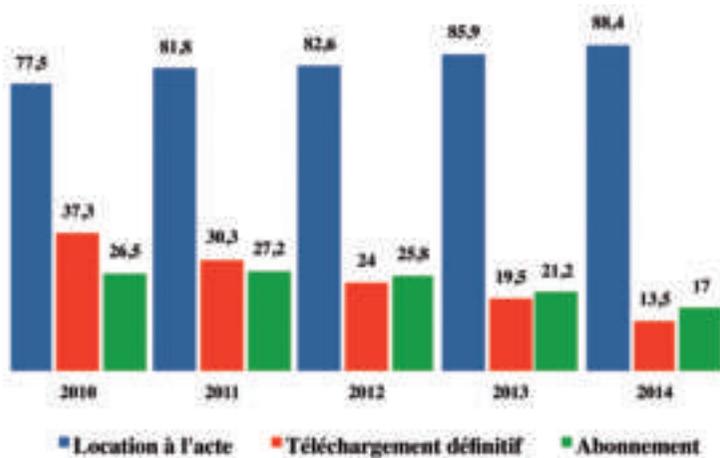
Nombre de références actives selon le type de transaction

	2010	2011	2012	2013	2014
Location à l'acte	29 816	34 058	44 562	48 981	54 690
Téléchargement définitif	14 336	12 597	12 954	11 110	8 327
Abonnement	10 201	11 334	13 936	12 102	10 534
<b>Total*</b>	<b>38 485</b>	<b>41 620</b>	<b>53 953</b>	<b>57 025</b>	<b>61 835</b>

\* Total hors doublons, un programme peut être actif en location et/ou téléchargement définitif et/ou par abonnement

Source : Panel GfK - NPA Conseil

Références actives selon le type de transaction (%)



Lecture : En 2014, 88,4% des références actives le sont en location à l'acte.

Source : Panel GfK - NPA Conseil

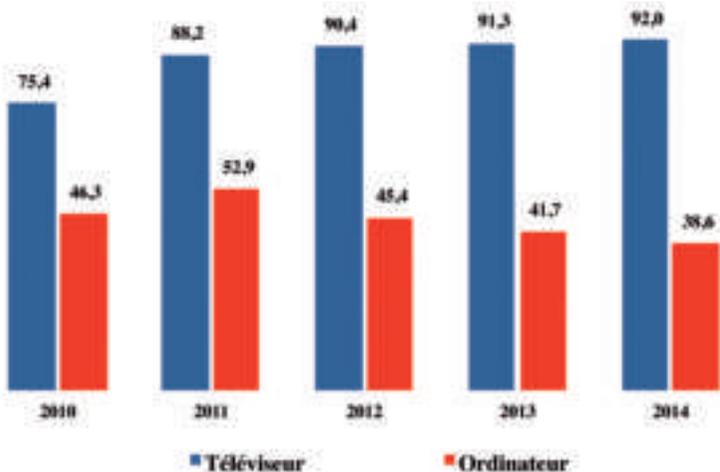
Nombre de références actives selon le support de transaction

	2010	2011	2012	2013	2014
Téléviseur	29 036	36 713	48 769	52 070	56 886
Ordinateur	17 806	22 014	24 492	23 795	23 860
<b>Total*</b>	<b>38 485</b>	<b>41 620</b>	<b>53 953</b>	<b>57 025</b>	<b>61 835</b>

\* Total hors doublons, un programme peut être actif sur téléviseur et/ou sur ordinateur

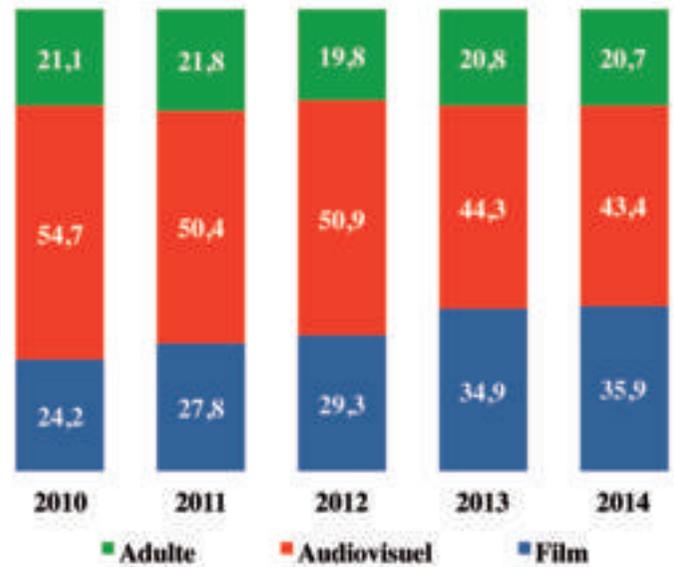
Source : Panel GfK - NPA Conseil

Références actives selon le type de transaction (%)

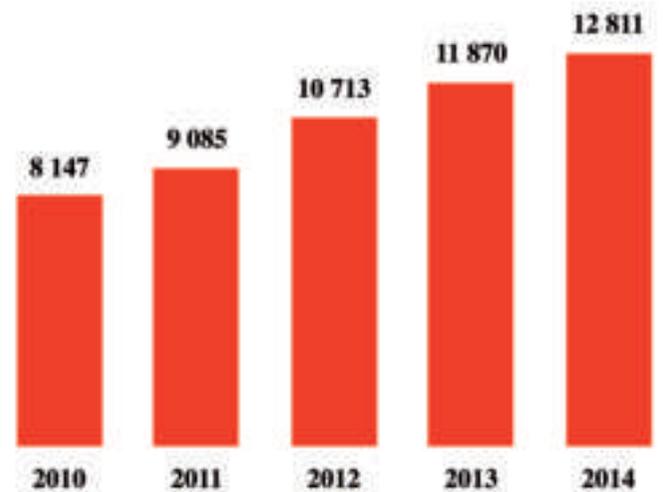


Source : Panel GfK - NPA Conseil

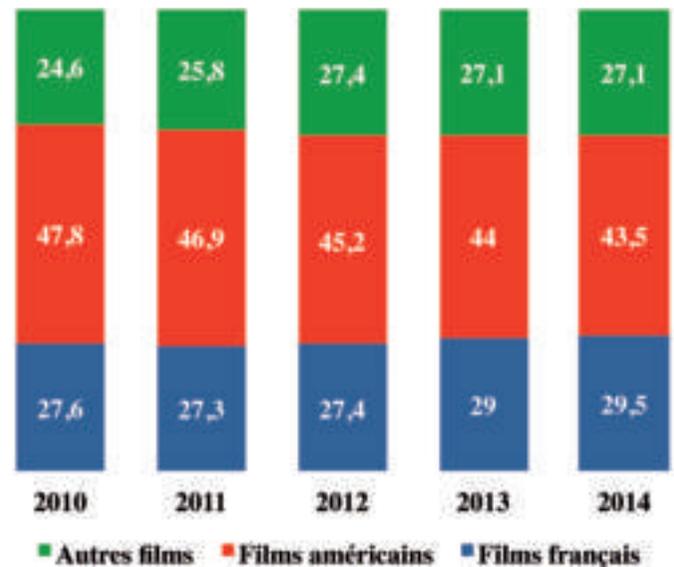
Références actives selon le type de programmes (%)



Références actives de films (unités)



Références actives selon la nationalité des films (%) \*



\* Base : segment film du marché de la VoD

Source : Panel GfK - NPA Conseil

## Classement des plates-formes de VàD en nombre de consommateurs (%)

Plates-formes	2014	2013
1 La VoD d'Orange	26,4%	27,0%
2 MyTF1VoD	24,7%	23,3%
3 CanalPlay VoD	21,2%	22,7%
4 CanalPlay (offre illimitée)	19,3%	11,7%
5 iTunes	15,8%	14,8%
6 SFR Club Vidéo	15,6%	14,5%
7 Pass M6 / M6 VoD	12,4%	10,1%
8 Arte	11,6%	-
9 Google Play	10,3%	7,8%
10 PlayStation Store	7,2%	6,4%
11 Netflix	6,2%	-
12 France TV Pluzz VàD	6,1%	-
13 Filmo TV	5,7%	5,0%
14 Vidéo Futur	5,6%	4,5%
15 Cinéma[s] @ la demande	4,6%	-
16 Universciné	4,5%	-
17 VirginMega	4,4%	4,4%
18 Jook Vidéo	2,7%	-
19 Films&documentaires.com	2,3%	-
20 ADN	1,7%	-
21 Iminéo	1,7%	-
Autre service	13,5%	15,5%

Base : Internauts déclarant avoir payé pour visionner des films de cinéma ou des programmes TV en VoD.

Lecture : en 2014, 26,4% des consommateurs déclarent avoir payer pour regarder un programme en VoD via la plateforme VoD d'Orange.

Source : CNC - Harris interactive, 15 ans et plus

## Habitudes des spectateurs de cinéma consommateurs de VoD payante (%)

	2012	2013	2014
<b>Habitudes de fréquentation cinéma</b>			
Assidu	7,2	5,9	7,5
Régulier	34,4	30,9	32,8
Occasionnel	58,4	63,2	59,7
<b>Habitude d'achat de vidéo physique</b>			
Assidu	1,9	1,7	2,1
Régulier	13,7	11,1	12,5
Occasionnel	50,8	49,1	46,3
Non acheteur	33,6	38,1	39

Lecture : En 2014, 7,5% des spectateurs de cinéma consommateurs de VoD payante sont des assidus du cinéma.

Source : CNC - Harris interactive, 15 ans et plus

## Solutions d'emballages créatifs par Sony DADC

Nous voulons être votre partenaire emballages

- en mettant au point avec vous des produits formidables
- en vous accompagnant du concept à la livraison
- en respectant le budget et les délais

**OUAH!**  
Créez un produit  
surprenant!

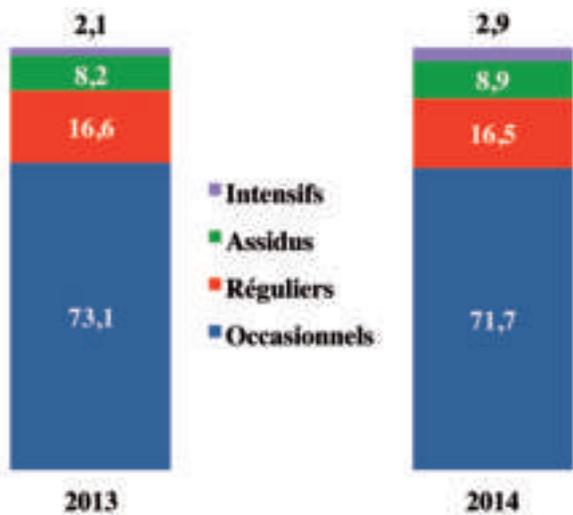


Profil des consommateurs de VoD payante (%)

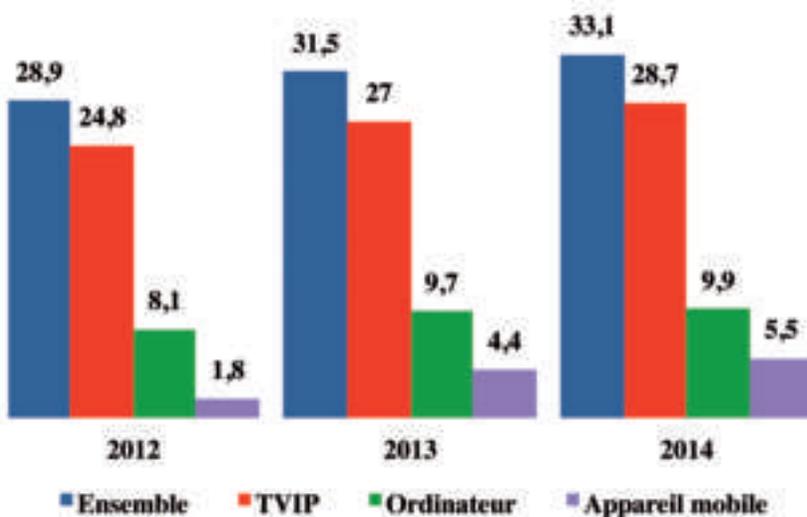
	2011	2012	2013	2014
<b>Sexe</b>				
Homme	55,1	52,1	53,1	51,6
Femme	44,9	47,9	46,9	48,4
<b>Age</b>				
15-24 ans	24,1	24	25,1	25,4
25-34 ans	29,3	29,8	26,6	26,3
35-49 ans	32,3	33	34	33,9
50 ans et +	14,3	13,3	14,3	14,3
<b>CSP</b>				
CSP+	43,6	45,4	44	43,6
CSP-	30,2	28,5	29,5	30,1
Inactif	26,2	26,1	26,4	26,3
Dont étudiant	10,9	11,4	11,6	11,3
<b>Ensemble</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Lecture : En 2014, 51,6% des consommateurs de VoD payante sont des hommes

Fréquence de consommation de la VoD payante (%)



Taux de pénétration de la VoD payante selon le support de consommation (% d'internautes)



Taux de pénétration de la VàD payante selon les catégories sociodémographiques des internautes (%)

	2012	2013	2014
<b>Ensemble</b>	<b>28,9</b>	<b>31,5</b>	<b>33,1</b>
<b>Sexe</b>			
Homme	30,1	33,5	34,1
Femme	27,7	29,6	32
<b>Age</b>			
15-24 ans	30,1	34,4	36,5
25-34 ans	39,1	38,1	39,5
35-49 ans	29,8	33,6	35
50 ans et +	16,7	19,6	20,6
<b>Habitat</b>			
Région parisienne	31,7	35,7	37,2
Autres régions	28,1	30,4	31,9
<b>CSP</b>			
CSP+	35,4	37,5	38,9
CSP-	27,4	31	33,2
Inactif	23	25,3	26,4

Lecture : En 2014, 34,1% des internautes masculins déclarent avoir déjà payé pour visionner un programme en VoD.

Taux de pénétration de la VàD payante selon le support de consommation (% d'internautes)

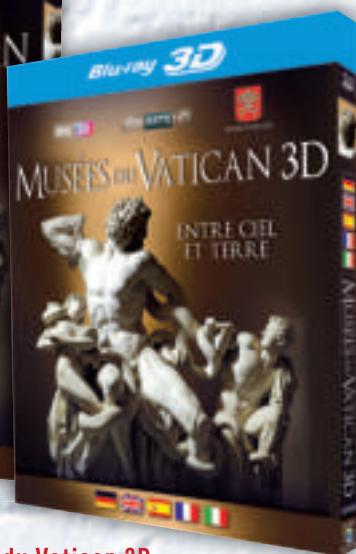
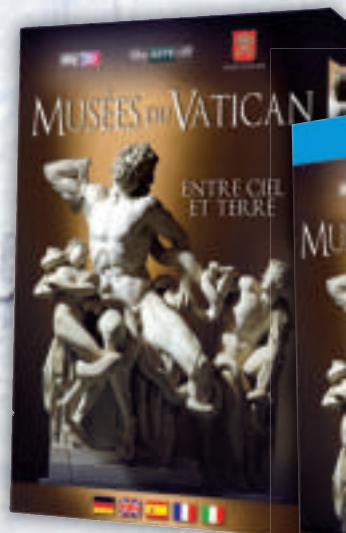
	2012	2013	2014
<b>Ensemble</b>	<b>28,9</b>	<b>31,5</b>	<b>33,1</b>
TVIP	24,8	27	28,7
Ordinateur	8,1	9,7	9,9
Appareil mobile	1,8	4,4	5,5

Selon GfK, le panel de plateformes suivies représente 67,3 % des ventes du marché de la VàD en 2014. Sur l'univers du paiement à l'acte, il est représentatif de 72,5 % des ventes en valeur et de 80,6 % en volume.

Les offres de vidéo à la demande par abonnement sont collectées chaque mois par l'institut NPA Consulting & Research via les sites internet des services concernés. Neuf plateformes sont ainsi analysées : CanalPlay, Club Vidéo SFR Pass Kids, Club Vidéo SFR Pass Cinéma, Dailymotion Kids+, Filmo TV, Jook Video, Netflix (depuis octobre 2014), Pass M6 et VidéoFutur Pass Duo. Cette collecte est effectuée au cours d'une semaine du mois analysé.

Les pratiques et usages de la vidéo à la demande sont issues d'un baromètre sur les pratiques des internautes en matière de vidéo à la demande mis en place par le CNC. Cette enquête est administrée en ligne par l'institut Harris Interactive auprès de 15 000 individus âgés de 15 ans et plus (13 vagues successives par an).

# Le spécialiste des documentaires



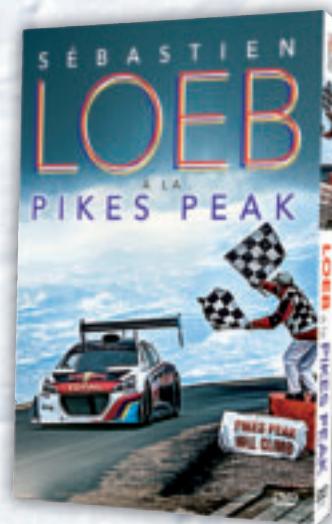
### Musées du Vatican 3D

Blu-ray 3D - Gen code 8009044828269  
DVD (no 3D) - Gen code 8009044828467



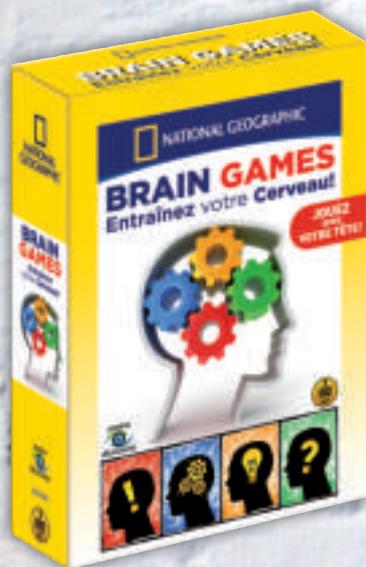
### Holocauste et Nazisme

Coffret 2 DVD - Gen code 8009044408768



### Sébastien Loeb à la Pikes Peak

DVD - Gen code 8009044824568



### Brain Games

Entraînez votre cerveau!

Coffret 3 DVD - Gen code 8009044407068



### Inside soldats - Secouristes

Coffret 3 DVD - Gen code 8009044407563



### Le royaume de la baleine bleue

DVD - Gen code 8009044828764



### Hawaï Sauvage

Blu-ray - Gen code 8009044826869

Coffret 2 DVD - Gen code 8009044407457

*Dans les films, le metteur en scène est dieu.  
Dans les documentaires, Dieu est le metteur en scène.*  
**Alfred Hitchcock**

COLLECTION

HOLLYWOOD  
LEGENDS

CLASSIQUE

# LES TRÉSORS OUBLIÉS DU CINÉMA AMÉRICAIN

30 TITRES ACTUELLEMENT DISPONIBLES



## 15 NOUVEAUTÉS À PARAÎTRE EN AOÛT

*PILOTES DE CHASSE  
MA COUSINE RACHEL - MORITURI  
M. HOBBS PREND DES VACANCES  
LES CLES DU ROYAUME  
JOHNNY APPOLO  
DU HAUT DE LA TERRASSE  
L'AFFAIRE CICERON*

*LE TRAITRE  
APPELEZ NORD 777  
LE GRAND RISQUE  
LE PORT DE LA DROGUE  
UNE CLOCHE POUR ADANO  
DERRIÈRE LE MIROIR  
LES GENS DE LA NUIT*