

La SVOD, vecteur de croissance à l'export

written by Françoise Laugée | 30 novembre 2016

Les ventes de programmes audiovisuels français à l'étranger ont enregistré un chiffre d'affaires exceptionnel en 2015, selon le CNC et TVFI : 164,2 millions d'euros en 2015 contre 153,8 millions d'euros en 2014, soit une augmentation de + 6,8 % en un an et de + 42,8 % en dix ans.

La multiplicité des acteurs renforce la concurrence sur le marché international des programmes audiovisuels. Ainsi, les plates-formes de vidéo à la demande (VOD et SVOD) représentaient 10,8 % du chiffre d'affaires à l'exportation en 2015, contre 7,9 % un an auparavant. Ce nouveau support de diffusion à l'étranger bénéficie principalement aux œuvres d'animation, mais également, dans une moindre mesure, à la fiction et au documentaire.

À côté des acteurs mondiaux Netflix et Amazon, les plates-formes de vidéo à la demande, particulièrement le modèle par abonnement (SVOD), se multiplient dans le monde, principalement aux États-Unis. Elles représentent un nouveau marché pour les sociétés exportatrices de programmes audiovisuels français. L'étude intitulée « L'exportation des programmes audiovisuels français en 2015 », réalisée par le Centre national du cinéma et de l'image animée (CNC) et par TV France International (TVFI), souligne l'attrait des plates-formes américaines pour les productions françaises, à l'instar de Netflix acheteuse auprès de la société Xilam des « droits Monde » de sa série d'animation *Oggy et les Cafards* ou de la première saison de *Versailles*, commandée par Canal+, également vendue à Amazon Prime, service de vidéo à la demande du groupe Amazon.

En outre, le développement de services délinéarisés spécialisés dans un seul type de programme contribue également à accroître la demande. Ainsi, commercialisé depuis 2015 et centré sur la « non-fiction », le service américain de SVOD CuriosityStream a acquis les droits de *Points de Repères*, série documentaire produite par Mad Films. Lancé au Royaume-Uni la même année, à l'initiative de Global Series Network et de Channel 4, le service de SVOD Walter Presents, quant à lui, est consacré exclusivement aux programmes de fiction non anglo-saxons. Cette plateforme vidéo propose 700 heures de séries, notamment françaises telles que *Flics*, *Résistance*, *Le Vol des cigognes*, *Les Hommes de l'ombre* et *Kaboul Kitchen*. Son catalogue devrait tripler de volume d'ici à la fin 2016.

Les bons résultats des programmes français sur le marché international sont toutefois à nuancer au regard de la diminution des préventes, ainsi que des apports en coproduction. En 2015, les préventes affichaient un montant de 36,8 millions d'euros, soit - 34,9 % sur un an, et les apports étrangers en coproduction s'élevaient à 54,1 millions d'euros, soit - 3,9 % sur un an, portant le chiffre d'affaires total des programmes français à l'exportation (ventes, préventes et apports en coproduction) à 255,1 millions d'euros en 2015 contre 266,6 millions en 2014.

À noter également, la part significative des « droits Monde » – cessions de droits pour plusieurs territoires mondiaux, distinguées pour la première fois dans les statistiques – qui atteignait 14 millions d'euros en 2015, soit 8,6 % des ventes mondiales des programmes audiovisuels français. Ce montant illustre la stratégie commerciale des plates-formes de *SVOD* à l'envergure internationale, comme Netflix et Amazon, qui cherchent à négocier « en gros », afin d'amortir les droits de diffusion sur un continent, voire sur le monde entier.

Source :

- L'exportation des programmes audiovisuels français en 2015, Les études du CNC, CNC et TV France International, septembre 2016.