



# **Les coûts de distribution des films français**

mars 2009

Le Centre national de la cinématographie tient à remercier les distributeurs qui ont répondu aux questionnaires qui leur ont été envoyés pour la réalisation de cette étude.



Centre National de la Cinématographie

Direction des Etudes, des statistiques et de la prospective

Direction du Cinéma

12, rue de Lübeck 75784 Paris cedex 16

Tél : 01.44.34.38.26

Fax : 01.44.34.34.55

[www.cnc.fr](http://www.cnc.fr)

Julie Lethiphu, Antoine Trotet, Jessica Veyret

## Sommaire

Sommaire .....	3
Synthèse.....	4
Méthodologie .....	6
Présentation de l'échantillon.....	7
1. Structure des coûts de distribution .....	9
2. Structure des coûts de distribution selon le nombre de copies .....	12
2.1. Structure générale des coûts de distribution .....	12
2.2 Structure détaillée des coûts de distribution en 2007 .....	14
a. Frais de laboratoire.....	15
b. Achats d'espaces publicitaires .....	17
c. Dépenses en matériel publicitaire .....	18
d. Frais promotionnels divers .....	19
3. Structure des coûts de distribution selon le coût des films.....	22
3.1 Frais d'édition dans le coût définitif des films selon le coût de production.....	22
3.2 Frais moyens d'édition par copie selon le coût de production.....	25
3.3 Frais d'édition dans le coût définitif des films selon le nombre de copies .....	25
4. Structure des coûts de distribution selon le genre des films.....	28
4.1 Les films de fiction .....	29
4.2 Les films d'animation.....	31
4.3 Les films documentaires.....	32
5. Structure des coûts de distribution selon les entrées réalisées.....	33
ANNEXE 1 – LISTE DES FILMS DE L'ECHANTILLON EN 2006 ET 2007 .....	38
ANNEXE 2 – TABLEAUX SUPPLEMENTAIRES.....	45

## Synthèse

### Des frais d'édition par film en recul en 2007...

De 2004 à 2006, les frais d'édition moyens des films français progressent de 12,1 % pour s'établir à 720 000 € par film en 2006. En 2007, ils affichent pour la première année un recul (-15,1 %). 611 400 € sont dépensés en moyenne par film français. Cette évolution résulte notamment d'une réduction en 2007 (-16,8 %) du nombre moyen de copies des films français. L'année 2007 compte en effet une part plus importante de films sortis sur 10 à 50 copies (29,1 %, contre 20,3 % en moyenne les années précédentes) et une part plus faible de films dont la combinaison de sortie est supérieur à 400 copies (12,3 % contre 15,7 % entre 2004 et 2006).

### .... recul dû aux documentaires et aux films d'animation

Les frais d'édition des films de fiction présentent une relative stabilité sur la période. Chaque année, environ 690 000 € sont consacrés à la sortie d'un film français de fiction. Les variations annuelles constatées sur l'ensemble des films sont dues aux films documentaires et aux films d'animation, bien qu'ils ne représentent que 13,1 % des films de l'échantillon. Le coût moyen de distribution d'un film d'animation connaît une forte amplitude selon les années (entre 390 000 € en 2004 et 1 831 000 € en 2006). De même, les frais d'édition moyens des films documentaires varient du simple au double (185 090 € en 2007, 423 460 € en 2006). Leurs frais d'édition représentent 19,5 % de leurs coûts définitifs (production+distribution), contre 10,9 % pour un film de fiction et 12,1 % pour un film d'animation.

### Coûts moyens de distribution par film de fiction (K€)

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
frais d'édition	690,04	693,01	686,16	693,77	0,5%
<i>frais de laboratoire</i>	223,23	217,72	219,02	217,78	-2,4%
<i>achats d'espaces</i>	311,17	313,72	294,42	318,68	2,4%
<i>matériel publicitaire</i>	53,25	56,98	66,77	60,53	13,7%
<i>frais divers (presse...)</i>	102,38	104,59	105,94	96,78	-5,5%

Base FIF (fiction) : 148 films (2004), 137 films (2005), 142 films (2006), 144 films (2007)

Source : CNC

### La part des dépenses d'achats d'espaces publicitaires est en progression

La part des frais liés aux achats d'espaces publicitaires (affichage, cinéma, internet, presse, radio, télévision) s'accroît en 2007 (45,3 %, contre 43,8 % en 2006). Les frais de laboratoire progressent légèrement (31,3 %, contre 30,9 % en 2006) en raison de la plus forte proportion de films distribués sur moins de 50 copies en 2007. Ces dépenses pèsent en effet davantage pour cette catégorie de films. Premier poste de dépenses, elles captent plus de 35 % des coûts de distribution des films à moins de 50 copies, contre 31,5 % pour les autres films. Au delà de 50 copies, ce sont les dépenses d'achats d'espaces publicitaires qui constituent la première source de dépenses (environ 45 %).

### Répartition des coûts de distribution (%)

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
frais de laboratoire	32,5	31,4	30,9	31,3	31,5
achats d'espaces	44,8	45,2	43,8	45,3	44,7
matériel publicitaire	7,7	8,2	10,3	8,9	8,8
frais divers (presse...)	15,0	15,2	15,0	14,5	14,9
ensemble	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC – Ensemble des films

### Plus de 1 M€ de frais d'édition dès 280 copies

Le seuil de 1 M€ de frais d'édition est atteint en moyenne à 310 copies en 2004. En 2007, ce seuil est franchi à 280 copies. Les films distribués sur une combinaison de 200 à 400 copies présentent des frais d'édition moyens en constante progression (0,97 M€ en 2004, 1,14 M€ en 2007). A l'opposé, les films sortant sur 10 à 50 copies voient leurs frais moyens diminuer (136 170 € en 2004, 110 940 € en 2007). Sur les autres tranches de copies, les évolutions sont contrastées d'une année sur l'autre. Au dessus de 400 copies notamment, les films sortis en 2007 affichent les dépenses de distribution les moins importantes des quatre années (1,85 M€ en moyenne par film, contre environ 2,00 M€ les autres années).

### Le coût définitif d'un film français (production+distribution) à 5,60 M€

Entre 2004 et 2007, le coût définitif d'un film français diminue de 10 %. Le poids des frais d'édition est de plus en plus important (11,1 % en 2004, 13,1 % en 2007). Sur la période, ils impactent plus fortement les films dont le coût de production est inférieur à 1 M€ et celui des films pour lesquels il est supérieur à 4 M€ (jusqu'à 15 M€). Au-delà de 15 M€ de coût de production, les frais d'édition représentent moins de 9 % du coût définitif. Par ailleurs, les frais de laboratoire captent en moyenne 3,8 % du coût définitif d'un film sur la période étudiée. Cette part est plus forte à la fois pour les films dont le coût de production est peu élevé (5,2 %) et moins forte pour les films dont le coût de production est supérieur à 15 M€ (2,7 %).

### Des frais d'édition en moyenne moins importants pour les films à grand succès

Les frais moyens d'édition diminuent entre 2004 et 2007 (-18,1 %) pour les films réalisant entre 1 million et 3 millions d'entrées (7,5 % des films de l'échantillon). Ainsi, pour ces films, un distributeur dépense en moyenne moins de frais d'édition en 2007 qu'en 2004 à niveau d'entrées constant. En 2004, 0,95 M€ de frais de distribution étaient investis au minimum pour atteindre un million d'entrées. En 2007, ce seuil d'entrées est atteint dès 0,78 M€ de dépenses de distribution.

Cette tendance cache en réalité une part plus grande de films qui, au regard de leur frais de distribution, auraient pu prétendre franchir le seuil du million d'entrées. En 2007, les 41 films qui disposent de plus de 1 M€ de frais d'édition réalisent en moyenne 969 000 entrées, contre 1,46 million d'entrées pour les 39 films de 2004. Autrement dit, en 2007 davantage de films considérés comme ayant un fort potentiel commercial n'obtiennent pas le succès escompté. Ainsi, les films réalisant entre 500 000 et un million d'entrées affichent des frais d'édition plus importants en 2007 (1,40 M€) qu'en 2006 (1,19 M€) ou 2004 (1,28 M€).

## Méthodologie

Pour répondre à la demande des professionnels, le Centre national de la cinématographie a réalisé pour la troisième année consécutive une analyse des coûts de distribution des films d'initiative française sortis en salles entre 2004 et 2007. Trois sources d'information ont été utilisées pour collecter les données détaillées des frais d'édition des films français :

- Le soutien automatique à la distribution : pour toute mobilisation et génération de soutien financier, les distributeurs doivent envoyer les grands livres analytiques détaillant les dépenses de distribution pour chaque film agréé ou répondant aux autres critères prévus par le décret du 24 février 1999 (Fonds Sud, AFLE, etc.).
- La contribution Canal+ à la distribution : les films inédits et dont la part française en production est au moins égale à 30 % sont éligibles à l'aide de Canal+. Le film doit être non amorti, distribué sur au moins 5 copies et pour un coût minimum de 45 000 € (HT).
- Un questionnaire envoyé en juillet 2008 a permis de réunir les données des films non couverts par l'aide Canal+, c'est-à-dire les films distribués sur plus de 200 copies et amortis, ni par le soutien automatique (films non générateurs de soutien ou n'ayant pas fait l'objet d'une mobilisation). Cette année, le périmètre de l'étude a été élargi, offrant une analyse structurelle plus détaillée pour les films sortis en salles en 2007.

Pour effectuer une analyse homogène des coûts de distribution, les frais d'édition ont été regroupés au sein des quatre catégories suivantes :

1. **Les frais techniques** : tirage de copies, stockage, transport de copies et frais liés à la conception et la fabrication du film annonce.
2. **Les achats d'espaces publicitaires** : affichage, radio, internet, presse, cinéma, télévision.
3. **La conception et fabrication du matériel publicitaire**, c'est-à-dire la conception et fabrication de l'affiche (photos exploitation, infographie, frais de fabrication divers), création et réalisation de spots radio, clips vidéo, sites internet, etc.
4. **Les coûts divers** liés notamment aux relations presse : fabrication de cartons d'invitation, location de salles de projection, organisation d'avant-premières, frais de festival et de représentation, rémunération de l'attaché de presse, voyages et déplacements, etc.).

## Présentation de l'échantillon

L'analyse porte sur un échantillon de 657 films d'initiative française sortis en salles en 2004 (169 films), 2005 (150 films), 2006 (159 films) et 2007 (179 films). Certains films ont été exclus de l'étude, soit pour des raisons techniques (données inexploitable), soit en raison de l'absence de réponse du distributeur au questionnaire.

51 distributeurs sont représentés au sein de l'échantillon en 2004 et 2005, 39 en 2006 et 59 en 2007. En 2007, 100 sociétés participent à la sortie de 573 films inédits toutes nationalités confondues. S'agissant des films français, 59 sociétés prennent en charge la sortie de 179 films pour un montant total de frais d'édition de 109,43 M€ (611,4 K€ en moyenne par film).

### Les principaux distributeurs des films d'initiative française sortis en 2004

Distributeurs	Nombre de films	Frais d'édition		Part de marché (%) <sup>3</sup>
		(M€)	(%) <sup>2</sup>	
Studiocanal <sup>1</sup>	20	16,33	15,1	9,4
Pathé Distribution	9	14,26	13,1	11,1
UGC Distribution	6	10,03	9,3	7,2
Warner Bros.	6	9,63	8,9	15,0
Gaumont	4	7,42	6,8	10,5

1 Inclut les films de Mars Distribution

2 Lecture : Studiocanal concentre 15,1 % de l'ensemble des frais d'édition en 2004

3 en termes d'encaissements distributeur

### Les principaux distributeurs des films d'initiative française sortis en 2005

Distributeurs	Nombre de films	Frais d'édition		Part de marché (%) <sup>2</sup>
		(M€)	(%) <sup>1</sup>	
Pathé Distribution	12	15,80	13,8	6,8
EuropaCorp	9	11,32	9,9	2,6
Gaumont	6	10,90	9,5	7,6
UGC Distribution	7	7,69	6,7	3,4
TFM	6	7,06	6,2	8,3

1 Lecture : Pathé concentre 13,8 % de l'ensemble des frais d'édition en 2005

2 en termes d'encaissements distributeur

Source : CNC

### Les principaux distributeurs des films d'initiative française sortis en 2006

Distributeurs	Nombre de films	Frais d'édition		Part de marché (%) <sup>2</sup>
		(M€)	(%) <sup>1</sup>	
Studiocanal	19	18,85	16,5	10,3
Gaumont	9	15,03	13,1	12,5
EuropaCorp	6	11,09	9,7	5,0
TF1 International	9	10,67	9,3	5,1
Pathé Distribution	6	8,66	7,6	7,7

1 Lecture : Studiocanal concentre 16,5 % de l'ensemble des frais d'édition en 2006

2 en termes d'encaissements distributeur

Source : CNC

### Les principaux distributeurs des films d'initiative française sortis en 2007

Distributeurs	Nombre de films	Frais d'édition		Part de marché (%) <sup>2</sup>
		(M€)	(%) <sup>1</sup>	
Wild Bunch Distribution	10	11,60	10,6	11,4
Gaumont	8	11,60	10,6	5,0
Pathé Distribution	7	11,36	10,4	11,0
Studiocanal	11	9,40	8,6	8,1
TF1 International	7	8,38	7,7	12,0

<sup>1</sup> Lecture : Wild Bunch Distribution concentre 10,6 % de l'ensemble des frais d'édition en 2007

<sup>2</sup> en termes d'encaissements distributeur

Source : CNC

Les cinq plus importants distributeurs de films français (en termes de frais d'édition) réalisent une part de marché (en termes d'encaissements distributeur) qui varie entre 30 % et 50 % (53,1 % en 2004, 28,7 % en 2005, 40,5 % en 2006 et 47,4 % en 2007). Il s'agit le plus souvent de filiales de chaînes de télévision (Studiocanal ou TF1 International) ou de filiales de groupes intégrés de cinéma comme Pathé Distribution, Gaumont ou UGC Distribution.

En 2007, Wild Bunch Distribution se place pour la première fois au premier rang grâce à la sortie de films d'envergure tels que *le Prix à payer*, *Molière* ou *Danse avec lui*. Le distributeur réalise une part de marché de 11,4 % avec plus de 6 millions d'entrées sur 10 films.

La moitié des frais annuels totaux d'édition est concentrée sur les cinq premiers distributeurs. Cette part est relativement stable sur les quatre années étudiées : en 2007, les cinq premiers distributeurs génèrent 47,8 % du total des frais d'édition (56,2 % en 2006, 46,1 % en 2005, 53,2 % en 2004).

## 1. Structure des coûts de distribution

Les coûts de distribution cumulés des 657 films de l'échantillon s'élèvent à 432,9 M€ : 108,5 M€ en 2004, 100,5 M€ en 2005, 114,5 M€ en 2006 et 109,4 M€ en 2007. Ils présentent une baisse de 4,4 % en 2007 par rapport à 2006 malgré une progression du nombre de films de 12,6 %.

### Coûts de distribution des films (M€)

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
Nombre de films	169	150	159	179	657
Nombre de copies	30 225	27 093	30 296	28 481	116 095
frais d'édition	108,49	100,49	114,49	109,43	432,90
<i>frais de laboratoire</i>	35,23	31,57	35,41	34,26	136,47
<i>achats d'espaces</i>	48,63	45,39	50,13	49,57	193,72
<i>matériel publicitaire</i>	8,31	8,23	11,82	9,69	38,05
<i>frais divers (presse...)</i>	16,32	15,30	17,12	15,92	64,66

Source : CNC

Entre 2004 et 2007, la structure des frais d'édition présente une légère progression du poids des frais de laboratoire (de 30,9 % à 31,3 %), ainsi qu'une augmentation de la part des achats d'espaces publicitaires qui retrouvent en 2007 leur niveau de 2005, soit 45,3 %. En revanche, les frais liés à la fabrication et à la conception du matériel publicitaire passent de 10,3 % en 2006 à 8,9 % en 2007. La part des frais promotionnels divers apparaît stable depuis 2004 (environ 15 %) malgré une légère baisse en 2007.

### Structure des coûts de distribution des films (%)

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
frais de laboratoire	32,5	31,4	30,9	31,3	31,5
achats d'espaces	44,8	45,2	43,8	45,3	44,7
matériel publicitaire	7,7	8,2	10,3	8,9	8,8
frais divers (presse...)	15,0	15,2	15,0	14,5	14,9
<b>frais d'édition</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Source : CNC

Le coût moyen de distribution par film s'établit à 658,9 K€ sur les quatre années. Après avoir progressé de 12,2 % entre 2004 et 2006, passant de 642,0 K€ à 720,0 K€, soit 78,0 K€ supplémentaires en moyenne par film, il enregistre une baisse de 15,0 % en 2007. Les frais moyens de fabrication du matériel de promotion par film connaissent à la fois la plus forte croissance sur la période (+10,0 %) et la plus forte baisse en 2007 (74,4 K€ en 2006, 54,1 K€ en 2007, soit un recul de 27,0 %).

### Coûts moyens de distribution par film (K€)

	2004	2005	2006	2007	Evol. 2004-2007
Nombre de films	169	150	159	179	
Nombre de copies	179	181	191	159	
frais d'édition	<b>642,0</b>	<b>669,9</b>	<b>720,0</b>	<b>611,4</b>	<b>-4,8%</b>
<i>frais de laboratoire</i>	208,4	210,5	222,7	191,4	-8,1%
<i>achats d'espaces</i>	287,8	302,6	315,3	276,9	-3,8%
<i>matériel publicitaire</i>	49,2	54,9	74,4	54,1	+10,0%
<i>frais divers (presse...)</i>	96,6	102,0	107,7	88,9	-8,0%

Source : CNC

Le coût moyen par copie (frais d'édition / nombre de copies) s'élève à 3 729 € sur les quatre années et augmente de 7,0 % entre 2004 et 2007. Après une longue période de stabilité, les frais de laboratoire progressent de 3,2 % en 2007. Les achats d'espaces publicitaires connaissent également une augmentation, de 5,2 % en 2007 et de 8,2 % sur la période 2004-2007.

### Coûts moyens de distribution par copie (€)

	2004	2005	2006	2007	Evol. 2004-2007
frais de laboratoire	1 165	1 165	1 169	1 203	+3,2%
achats d'espaces	1 609	1 675,	1 655	1 740	+8,2%
matériel publicitaire	275	3034	390	340	+23,7%
frais divers (presse...)	540	5645	565	5589	+3,5%
<b>frais d'édition</b>	<b>3 589</b>	<b>3 709</b>	<b>3 779</b>	<b>3 842</b>	<b>+7,0%</b>

Source : CNC

Sur la période 2004-2007, les coûts de distribution par film sont compris entre 3 K€ et 4 862 K€. Le coût médian de distribution s'élève à 378 K€. Il progresse, passant de 359 K€ en 2004 à 439 K€ en 2006, puis baisse fortement pour atteindre 345 K€ en 2007. En 2007, la moitié des films de l'échantillon sortent sur une combinaison inférieure à 97 copies, pour un budget de sortie inférieur à 344 800 €.

### Coûts de distribution minimum et maximum (K€)

	Coût minimum				Coût maximum			
	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
Nombre de copies	1	2	3	3	790	668		
frais d'édition	8,9	3,0	25,9	6,67	4 037,8	3 136,3	4 862,3	3 130,1
<i>frais de laboratoire</i>	1,0	0,4	3,7	0,51	1 281,9	985,4	1 272,1	1 405,7
<i>achats d'espaces</i>	0,0	0,0	0,0	3,33	1 606,5	1 720,1	1 933,7	1 162,5
<i>matériel publicitaire</i>	0,0	0,0	0,0	1,82	1 020,6	433,5	1 259,3	739,5
<i>frais divers (presse...)</i>	07	0,0	7,2	3,32	1 019,9	924,4	559,8	983,3

Nb : les valeurs minimum et maximum sont présentées par poste de dépenses, elles peuvent ainsi correspondre à des films différents.

Source : CNC

### Coûts de distribution médians (K€)

	2004	2005	2006	2007
Nombre de copies	99	119	134	97
frais d'édition	359,0	421,7	438,5	344,8
<i>frais de laboratoire</i>	108,3	133,5	148,2	108,7
<i>achats d'espaces</i>	129,1	158,2	187,7	154,7
<i>matériel publicitaire</i>	20,7	26,5	38,0	25,1
<i>frais divers (presse...)</i>	44,7	58,6	57,0	43,2

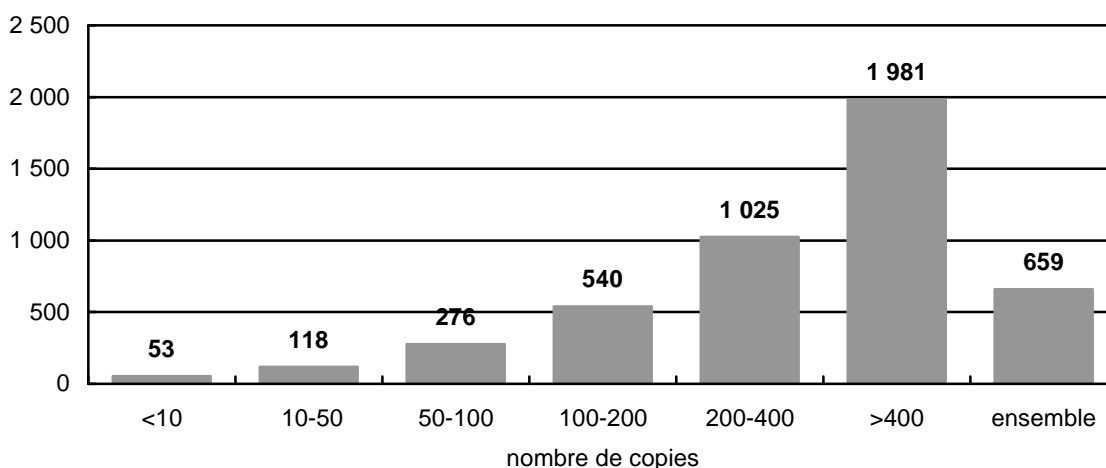
Source : CNC

## 2. Structure des coûts de distribution selon le nombre de copies

### 2.1. Structure générale des coûts de distribution

Sur l'ensemble de la période 2004-2007, 65,2 % des 657 films français de l'échantillon sont sortis sur moins de 200 copies. La combinaison moyenne s'élève à 177 copies pour un montant moyen de frais d'édition de 658 900 €. Jusqu'en 2006, la combinaison de sortie moyenne progresse, passant de 179 copies en 2004 à 191 copies en 2006, soit une augmentation de 6,7 %. En 2007, elle recule nettement, pour atteindre 159 copies. L'année 2007 compte en effet une part plus importante de films sortis sur 10 à 50 copies (29,1 %, contre 20,3 % en moyenne les années précédentes) et une part plus faible de films sortis sur plus de 400 copies (12,3 %, contre 15,7 % en moyenne entre 2004 et 2006). L'évolution annuelle des frais moyens d'édition est comparable : le montant moyen progresse entre 2004 et 2006 pour reculer sensiblement en 2007. Le budget de sortie d'un film s'élève en moyenne à 611 370 € en 2007, soit 15,1 % de moins qu'en 2006.

#### Coûts moyens de distribution par film selon le nombre de copies 2004-2007 (K€)



Les coûts de distribution d'un film progressent à mesure que le nombre de copies augmente. Sur l'ensemble de la période, les films sortis sur moins de 10 copies présentent un coût de distribution moyen de 52 880 € et les films sortis sur 100 à 200 copies un coût de distribution dix fois supérieur (539 930 €). Le coût moyen de distribution dépasse 1 M€ en moyenne pour les films de 200 à 400 copies et ce budget double lorsque le film dépasse les 400 copies.

### Coûts de distribution des films selon le nombre de copies (2004-2007)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	83	149	83	114	131	97	657
frais d'édition	<b>4,39</b>	<b>17,66</b>	<b>22,94</b>	<b>61,55</b>	<b>134,24</b>	<b>192,12</b>	<b>432,90</b>
frais de laboratoire	1,54	6,33	7,23	19,75	42,45	59,17	<b>136,48</b>
achats d'espaces	0,88	5,51	9,50	27,92	61,15	88,77	<b>193,72</b>
matériel publicitaire	0,57	1,81	2,03	5,11	11,24	17,29	<b>38,05</b>
frais divers (presse,...)	1,39	4,01	4,19	8,77	19,41	26,88	<b>64,66</b>
<b>Structure (%)</b>							
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>
frais de laboratoire	35,2	35,8	31,5	32,1	31,6	30,8	<b>31,5</b>
achats d'espaces	20,0	31,2	41,4	45,4	45,5	46,2	<b>44,8</b>
matériel publicitaire	13,1	10,3	8,8	8,3	8,4	9,0	<b>8,8</b>
frais divers (presse,...)	31,8	22,7	18,3	14,2	14,5	14,0	<b>14,9</b>
<b>Moyennes (K€)</b>							
nombre moyen de copies	6	25	72	149	288	528	<b>177</b>
frais d'édition	<b>52,88</b>	<b>118,49</b>	<b>276,44</b>	<b>539,93</b>	<b>1 024,77</b>	<b>1 980,57</b>	<b>658,90</b>
frais de laboratoire	18,60	42,45	87,12	173,24	324,06	610,05	<b>207,73</b>
achats d'espaces	10,57	36,95	114,46	244,92	466,76	915,13	<b>294,85</b>
matériel publicitaire	6,91	12,16	24,40	44,82	85,76	178,28	<b>57,91</b>
frais divers (presse,...)	16,80	26,94	50,46	76,95	148,18	277,11	<b>98,42</b>

Source : CNC

La structure des coûts de distribution d'un film français évolue en fonction de sa combinaison de sortie. Ainsi, en deçà de 100 copies, les dépenses techniques et de promotion (relations presse, avant-premières...) représentent plus de la moitié des coûts de distribution (54,9 %). Cette part s'accroît à mesure que le nombre de copies diminue. Ainsi, pour les films à moins de 50 copies, les frais techniques et les frais divers de promotion captent 60,2 %, jusqu'à atteindre 67,0 % pour les films à moins de 10 copies. En deçà de 50 copies, la part des frais de laboratoire est nettement supérieure à la moyenne (35,7 %, contre 31,5 % pour l'ensemble des films). Au-delà de ce seuil, la part de ces frais diminue progressivement, passant de 35 % à 30 % et laissant une place plus importante aux dépenses publicitaires (achats d'espaces et matériels publicitaires). Ainsi, l'envergure du film et son niveau d'exposition dans les salles sont des facteurs qui pèsent sur les frais techniques. En effet, il convient de rappeler que les économies d'échelle réalisées sur les larges combinaisons de sortie permettent au distributeur de bénéficier de remises, parfois non négligeables, de la part des laboratoires.

Contrairement aux frais techniques, les moyens financiers dévolus à la promotion des films et plus particulièrement aux achats d'espaces publicitaires augmentent à mesure que le nombre de copies croît. Ainsi, un film français sortant sur plus de 100 copies bénéficiera d'une campagne publicitaire d'envergure, afin d'optimiser la visibilité du film sur les différents médias (45,8 % des frais d'édition totaux). Au contraire, les films à très petites combinaisons de sortie (moins de 10 copies) vont davantage miser sur les relations presse et effectuer un travail de proximité avec les salles (organisation d'avant-premières, rencontres avec le réalisateur, etc.). Ces frais de promotion divers représentent un tiers des frais d'édition en

moyenne (31,8 %). Acheter de l'espace publicitaire représente un coût important et difficile à amortir sur des films à petite combinaison de sortie dont le budget de distribution atteint en moyenne environ 53 000 €.

### Coûts de distribution des films selon le nombre de copies en 2007

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	19	52	19	33	34	22	<b>179</b>
frais d'édition	<b>0,99</b>	<b>5,77</b>	<b>5,08</b>	<b>18,01</b>	<b>38,84</b>	<b>40,75</b>	<b>109,43</b>
frais de laboratoire	0,37	2,24	1,59	5,98	11,27	12,81	<b>34,26</b>
achats d'espaces	0,23	1,53	2,20	8,11	18,30	19,19	<b>49,57</b>
matériel publicitaire	0,12	0,62	0,46	1,30	3,72	3,48	<b>9,69</b>
frais divers (presse,...)	0,27	1,38	0,82	2,62	5,55	5,27	<b>15,92</b>
<b>Structure (%)</b>							
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>
frais de laboratoire	37,4	38,8	31,4	33,2	29,0	31,4	<b>31,3</b>
achats d'espaces	23,5	26,5	43,4	45,0	47,1	47,1	<b>45,3</b>
matériel publicitaire	12,0	10,7	9,0	7,2	9,6	8,5	<b>8,9</b>
frais divers (presse,...)	27,1	24,0	16,2	14,6	14,3	13,0	<b>14,5</b>
<b>Moyennes (K€)</b>							
nombre moyen de copies	6	25	67	151	283	511	<b>159</b>
frais d'édition	<b>52,21</b>	<b>110,94</b>	<b>267,18</b>	<b>545,64</b>	<b>1 142,28</b>	<b>1 852,44</b>	<b>611,37</b>
frais de laboratoire	19,55	43,05	83,86	181,26	331,35	582,37	<b>191,42</b>
achats d'espaces	12,24	29,42	115,92	245,69	538,33	872,35	<b>276,91</b>
matériel publicitaire	6,24	11,84	24,14	39,26	109,48	157,99	<b>54,12</b>
frais divers (presse,...)	14,17	26,63	43,26	79,43	163,12	239,73	<b>88,92</b>

Source : CNC

## 2.2 Structure détaillée des coûts de distribution en 2007

Pour la première fois, cette étude présente une analyse détaillée des dépenses par grandes familles de coûts de distribution. Ce détail est disponible pour 168 des 179 films de l'échantillon de 2007. Les 11 films pour lesquels ce détail n'est pas disponible se situent dans les deux catégories supérieures de copies (200 à 400 copies et plus de 400 copies). Leur absence modifie donc la structure des coûts de distribution présentée précédemment pour ces catégories. En revanche, pour toutes les autres catégories, la structure des coûts de distribution est la même.

Détail des frais d'édition en 2007

	Dépenses	M€	%	Moyenne / film (K€)
	Tirage de copies	22,91	23,9	136,37
	Films annonces	4,85	5,1	28,89
<b>Frais de laboratoire</b>	Transport	1,10	1,1	6,55
30,09 M€	Stockage de copies	0,91	0,9	5,40
(31,4 %)	Sous-titrage	0,15	0,2	0,91
	Doublage	0,13	0,1	0,80
	Autres frais d'édition	0,03	0,0	0,19
	Affichage	24,74	25,8	147,29
<b>Achats d'espaces</b>	Cinéma	6,70	7,0	39,88
42,89 M€	Internet	2,65	2,8	15,78
(44,8 %)	Presse	6,18	6,5	36,81
	Radio	1,97	2,1	11,73
	Télévision	0,64	0,7	3,82
	Création d'affiches	2,26	2,4	13,46
<b>Matériel publicitaire</b>	Frais techniques affiches (impression...)	3,05	3,2	18,14
8,38 M€	Création site internet	0,47	0,5	2,80
(8,8 %)	Photos exploitation	0,35	0,4	2,09
	Divers matériel	2,25	2,3	13,40
	Animations & réceptions	4,34	4,5	25,86
	Documentation	0,39	0,4	2,32
<b>Frais promotionnels</b>	Honoraires attaché de presse	2,56	2,7	15,22
divers	Impression dossiers de presse	1,01	1,1	6,01
14,43 M€	Invitations avant-première	1,91	2,0	11,37
(15,1 %)	Invitations presse	0,43	0,4	2,55
	Location salles de projection	0,72	0,8	4,30
	Photos de presse	0,18	0,2	1,09
	Divers	2,89	3,0	17,20
<b>Total</b>		<b>95,80</b>	<b>100,0</b>	<b>570,25</b>

Base : 168 films sortis en 2007 – Source : CNC

**a. Frais de laboratoire**

Détail des frais de laboratoire selon le nombre de copies en 2007 (K€)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Tirage de copies	261	1 454	1 167	4 514	6 498	9 017	22 911
Films annonces	57	482	302	953	1 434	1 625	4 854
Transport	10	104	72	250	316	348	1 100
Stockage de copies	8	62	48	142	219	428	907
Sous-titrage	35	72	5	22	15	3	153
Doublage	-	312	-	101	-	3	135
Autres frais d'édition	-	32	-	-	-	-	32
<b>Frais de laboratoire</b>	<b>371</b>	<b>2 238</b>	<b>1 593</b>	<b>5 982</b>	<b>8 482</b>	<b>11 423</b>	<b>30 091</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Pour la première fois, il est possible d'isoler précisément le coût de tirage d'une copie en fonction de la combinaison de sortie des films français. Le coût unitaire d'une copie dépend étroitement du volume fabriqué. En deçà de 10 copies, ce coût unitaire est de 2 309 €. Il décroît sensiblement à partir de 10 copies. Jusqu'à 50 copies, il s'élève à 1 135 €. A partir de 50 copies, le coût unitaire d'une copie est inférieur à 1 000 €.

### Coût unitaire d'une copie selon le nombre de copies en 2007 (€)

0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
2 309	1 135	920	908	936	978	963

Le tirage des copies capte 76,1 % des dépenses de laboratoire tous films confondus. Cette part s'établit à 70,2 % pour les films à moins de 10 copies et atteint 78,9 % au-delà de 400 copies. Pour les films distribués sur 10 à 50 copies, seuls 65,0 % des dépenses de laboratoire sont affectés au tirage. En effet, pour ces films, le tirage des films annonces représente une dépense plus importante (21,5 %, contre 16,1 % pour l'ensemble des films).

### Répartition des frais de laboratoire selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Tirage de copies	70,2	65,0	73,2	75,5	76,6	78,9	76,1
Films annonces	15,4	21,5	19,0	15,9	16,9	14,2	16,1
Transport	2,8	4,6	4,5	4,2	3,7	3,0	3,7
Stockage de copies	2,1	2,8	3,0	2,4	2,6	3,7	3,0
Sous-titrage	9,4	3,2	0,3	0,4	0,2	0,0	0,5
Doublage	0,0	1,4	0,0	1,7	0,0	0,0	0,4
Autres frais d'édition	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1
<b>Frais de laboratoire</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Le tirage des copies et des films annonces représente près d'un tiers des coûts de distribution d'un film. Le tirage de copies capte 23,9 % de l'ensemble des frais d'édition. Son poids évolue de manière non linéaire à mesure que les combinaisons de sortie s'élargissent. Il est plus fort pour les films distribués sur moins de 10 copies (26,3 %), sur 10 à 50 copies (25,2 %) et sur 100 à 200 copies (25,1 %). Le tirage des films annonces s'impose comme la deuxième dépense la plus importante sur ce poste (5,1 % des frais d'édition tous films confondus).

Les autres frais sont marginaux dans le budget de sortie d'un film. Doublage et sous-titrage concernent respectivement 5 et 29 films d'initiative française et particulièrement des petites sorties de documentaires (moins de 10 copies).

**Part des frais de laboratoire dans le coût de distribution total selon le nombre de copies en 2007 (%)**

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Tirage de copies	26,3	25,2	23,0	25,1	22,2	24,6	23,9
Films annonces	5,8	8,4	6,0	5,3	4,9	4,4	5,1
Transport	1,0	1,8	1,4	1,4	1,1	0,9	1,1
Stockage de copies	0,8	1,1	0,9	0,8	0,8	1,2	0,9
Sous-titrage	3,5	1,2	0,1	0,1	0,1	0,0	0,2
Doublage	0,0	0,5	0,0	0,6	0,0	0,0	0,1
Autres frais d'édition	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
<b>Frais de laboratoire</b>	<b>37,5</b>	<b>38,8</b>	<b>31,4</b>	<b>33,2</b>	<b>29,0</b>	<b>31,1</b>	<b>31,4</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

**b. Achats d'espaces publicitaires**

L'affichage est la première dépense publicitaire. Il permet d'optimiser la visibilité d'un film avant sa sortie en salles. Il concentre 57,7 % des dépenses en achats d'espaces en 2007. Cette part est fortement dépendante de la combinaison de sortie des films. En effet, il existe un véritable seuil à partir duquel une campagne d'affichage s'impose dans la distribution d'un film : au-delà de 50 copies, sa part peut atteindre de 57,4 % à près de 60 % des dépenses publicitaires d'un film, contre 25,0 % pour les films distribués sur 10 à 50 copies et 1,6 % pour les plus petites combinaisons. Ce seuil met en exergue la nécessité d'un potentiel commercial minimum pour investir dans ce type de publicité.

**Détail des achats d'espaces publicitaires selon le nombre de copies en 2007 (K€)**

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Affichage	3	383	1 265	4 793	8 046	10 254	24 744
Cinéma	22	151	414	1 018	1 941	3 155	6 700
Internet	28	112	77	505	746	1 184	2 652
Presse	172	790	382	1 372	1 613	1 856	6 185
Radio	6	61	40	310	979	576	1 971
Télévision	2	33	26	111	197	2 734	642
<b>Achats d'espaces publicitaires</b>	<b>233</b>	<b>1 530</b>	<b>2 203</b>	<b>8 108</b>	<b>13 522</b>	<b>17 299</b>	<b>42 893</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Pour les plus petites combinaisons (en deçà de 50 copies), les distributeurs privilégient deux supports : la presse et internet. En effet, l'achat d'encarts dans la presse constitue près des trois quarts des dépenses en achats d'espaces pour les films à moins de 10 copies et la moitié pour les films entre 10 et 50 copies. Internet s'impose comme le deuxième support privilégié pour cette catégorie de films (12,0 %), l'affichage étant trop coûteux et peu calibré pour ce genre de sorties.

Parmi les autres supports publicitaires, les achats d'espaces en salles sont davantage utilisés pour les films sortant sur 50 à 100 copies (18,8 % de leurs dépenses publicitaires), ainsi que pour les grosses sorties (plus de 400 copies). Ces investissements vont généralement de pair avec une forte campagne d'affichage. Quant à la radio, elle est préférée pour les films sortis sur 200 à 400 copies (7,2 % de leurs dépenses publicitaires).

Enfin, la télévision demeure un support de publicité très marginal. Le décret du 27 mars 1992 interdit en effet toute publicité à la télévision pour les films distribués en salles. Ce décret ne s'appliquant pas aux chaînes par abonnement à « option cinéma », quelques dépenses chaque année sur ce support sont réalisées. Toutefois, sur les chaînes dites « classiques », certains films, notamment américains, peuvent être promus indirectement (via un jeu vidéo associé ou un site internet par exemple).

### Répartition des achats d'espaces publicitaires selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Affichage	1,6	25,0	57,4	59,1	59,5	59,3	57,7
Cinéma	9,2	9,8	18,8	12,6	14,4	18,2	15,6
Internet	12,0	7,3	3,5	6,2	5,5	6,8	6,2
Presse	73,7	51,7	17,3	16,9	11,9	10,7	14,4
Radio	2,6	4,0	1,8	3,8	7,2	3,3	4,6
Télévision	0,9	2,2	1,2	1,4	1,5	1,6	1,5
<b>Achats d'espaces publicitaires</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Pour l'ensemble des films français, l'affichage capte 25,8 % de l'ensemble des dépenses de distribution réalisées en 2007, la publicité en salles 7,0 % et la presse 6,5 %.

### Part des achats d'espaces publicitaires dans le coût de distribution total selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Affichage	0,4	6,6	24,9	26,6	27,5	27,9	25,8
Cinéma	2,2	2,6	8,2	5,7	6,6	8,6	7,0
Internet	2,8	1,9	1,5	2,8	2,6	3,2	2,8
Presse	17,3	13,7	7,5	7,6	5,5	5,1	6,5
Radio	0,6	1,1	0,8	1,7	3,3	1,6	2,1
Télévision	0,2	0,6	0,5	0,6	0,7	0,7	0,7
<b>Achats d'espaces publicitaires</b>	<b>23,5</b>	<b>26,5</b>	<b>43,4</b>	<b>45,0</b>	<b>46,2</b>	<b>47,1</b>	<b>44,8</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

### c. Dépenses en matériel publicitaire

La création et la fabrication des affiches représentent 63,4 % des dépenses en matériel publicitaire tous films confondus en 2007.

### Détail des dépenses en matériel publicitaire selon le nombre de copies en 2007 (K€)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Création d'affiches	52	248	158	499	675	630	2 262
Frais techniques affiches	47	185	168	443	768	1 438	3 048
Création site internet	7	81	45	58	116	165	471
Photos exploitation	4	23	32	21	236	35	352
Divers matériel	9	79	56	274	948	885	2 251
<b>Matériel publicitaire</b>	<b>119</b>	<b>616</b>	<b>459</b>	<b>1 295</b>	<b>2 742</b>	<b>3 153</b>	<b>8 384</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Support promotionnel indispensable quel que soit le film, l'affiche impacte fortement les frais d'édition des films à petite combinaison de sortie (moins de 50 copies) car sa fabrication est coûteuse. Ce poste concentre de 70 % à plus 80 % des dépenses totales en matériel publicitaire. Son poids décroît à mesure que le nombre de copies augmente, sauf pour les plus grandes combinaisons (au-delà de 400 copies) qui non seulement disposent d'un plan d'affichage très large, mais mettent également en place des types particuliers d'affiches (très grand format, totems...) dont le coût est supérieur à celui des affiches classiques.

### Répartition des dépenses en matériel publicitaire selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Création d'affiches	43,8	40,2	34,4	38,5	24,6	20,0	27,0
Frais techniques affiches	39,6	30,0	36,6	34,2	28,0	45,6	36,4
Création site internet	5,9	13,1	9,7	4,5	4,2	5,2	5,6
Photos exploitation	3,3	3,8	7,0	1,6	8,6	1,1	4,2
Divers matériel	7,4	12,9	12,3	21,2	34,6	28,1	26,8
<b>Matériel publicitaire</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Pour les plus petites combinaisons de sortie, les coûts relatifs aux affiches sont plus difficiles à amortir. Aussi, les dépenses en matériel promotionnel cumulent plus de 10 % des coûts de distribution des films à moins de 50 copies, dont 8 % à 10 % pour les seules affiches.

### Part des dépenses en matériel publicitaire dans le coût de distribution total selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Création d'affiches	5,2	4,3	3,1	2,8	2,3	1,7	2,4
Frais techniques affiches	4,7	3,2	3,3	2,5	2,6	3,9	3,2
Création site internet	0,7	1,4	0,9	0,3	0,4	0,4	0,5
Photos exploitation	0,4	0,4	0,6	0,1	0,8	0,1	0,4
Divers matériel	0,9	1,4	1,1	1,5	3,2	2,4	2,3
<b>Matériel publicitaire</b>	<b>12,0</b>	<b>10,7</b>	<b>9,0</b>	<b>7,2</b>	<b>9,4</b>	<b>8,6</b>	<b>8,8</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

#### d. Frais promotionnels divers

La répartition des frais divers de promotion révèle les stratégies de distribution pour promouvoir les films parallèlement à la publicité classique, promotion permettant le cas échéant d'initier un bouche à oreille favorable.

### Détail des frais promotionnels divers selon le nombre de copies en 2007 (K€)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Animations & réceptions	12	180	123	968	1 346	1715	4 344
Documentation	11	57	13	67	112	131	390
Honoraires attaché de presse	83	440	258	601	623	551	2 557
Impression dossiers de presse	48	136	94	174	225	333	1 010
Invitations avant-première	5	38	83	158	746	880	1 911
Invitations presse	13	57	45	51	39	224	428
Location salles de projection	28	115	58	125	268	129	722
Photos de presse	2	12	19	43	51	59	184
Divers	67	351	129	435	1 088	819	2 890
<b>Frais promotionnels divers</b>	<b>269</b>	<b>1 385</b>	<b>822</b>	<b>2 621</b>	<b>4 497</b>	<b>4 840</b>	<b>14 434</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Les frais promotionnels sont majoritairement captés par les dépenses liées à la communication événementielle autour du film (30,1 %), aux honoraires de l'attaché de presse (17,7 %), ainsi qu'à l'organisation d'avant-premières (13,2 %). L'organisation de réceptions autour de la sortie intervient de façon plus systématique pour les films à plus de 100 copies (plus de 30 % des dépenses de cette catégorie). Le poids de ces dépenses reste toutefois marginal au sein du budget de sortie d'un film. Le travail d'un attaché de presse étant nécessaire quel que soit le type de film, ses honoraires vont impacter davantage les petites sorties (entre 7 % et 8 % des frais engagés sur les films à moins de 50 copies, contre 1,5 % pour un film sortant sur plus de 400 copies).

### Répartition des frais promotionnels divers selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Animations & réceptions	4,6	13,0	15,0	36,9	29,9	35,4	30,1
Documentation	3,9	4,1	1,6	2,5	2,5	2,7	2,7
Honoraires attaché de presse	31,0	31,8	31,4	22,9	13,9	11,4	17,7
Impression dossiers de presse	17,8	9,8	11,4	6,6	5,0	6,9	7,0
Invitations avant-première	1,7	2,8	10,1	6,0	16,6	18,2	13,2
Invitations presse	4,9	4,1	5,4	1,9	0,9	4,6	3,0
Location salles de projection	10,4	8,3	7,0	4,8	6,0	2,7	5,0
Photos de presse	0,7	0,8	2,2	1,6	1,1	1,2	1,3
Divers	24,9	25,3	15,7	16,6	24,2	16,9	20,0
<b>Frais promotionnels divers</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

Les diverses dépenses de promotion revêtent un caractère important pour les films distribués sur moins de 50 copies. Ces films ayant peu accès à l'affichage publicitaire, leurs divers frais de promotion représentent jusqu'à 27 % de leur coût total de distribution (pour les films en deçà de 10 copies) dont près de 15 % pour les seules relations presse.

### Part des frais promotionnels divers dans le coût de distribution total selon le nombre de copies en 2007 (%)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
Animations & réceptions	1,3	3,1	2,4	5,4	4,6	4,7	4,5
Documentation	1,1	1,0	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
Honoraires attaché de presse	8,4	7,6	5,1	3,3	2,1	1,5	2,7
Impression dossiers de presse	4,8	2,4	1,9	1,0	0,8	0,9	1,1
Invitations avant-première	0,5	0,7	1,6	0,9	2,6	2,4	2,0
Invitations presse	1,3	1,0	0,9	0,3	0,1	0,6	0,4
Location salles de projection	2,8	2,0	1,1	0,7	0,9	0,4	0,8
Photos de presse	0,2	0,2	0,4	0,2	0,2	0,2	0,2
Divers	6,8	6,1	2,5	2,4	3,7	2,2	3,0
<b>Frais promotionnels divers</b>	<b>27,1</b>	<b>24,0</b>	<b>16,2</b>	<b>14,6</b>	<b>15,4</b>	<b>13,2</b>	<b>15,1</b>

Base : 168 films sortis en 2007

Source : CNC

### 3. Structure des coûts de distribution selon le coût des films

Le CNC dispose des coûts de production de 615 des 657 films de l'échantillon (93,6 %). Ces données sont issues des dossiers d'agrément de production. Dans les analyses qui suivent, les coûts de production et de distribution ont été additionnés afin d'appréhender le *coût définitif* d'un film au moment de sa sortie en salles.

#### 3.1 Frais d'édition dans le coût définitif des films selon le coût de production

Le coût définitif moyen d'un film (coût de production+coût de distribution) s'établit à 5,60 M€ sur la période 2004-2007.

Sur les quatre années étudiées, les frais d'édition d'un film français représentent en moyenne 12,2 % de son coût définitif. Cette part s'accroît de manière continue sur la période, passant de 11,1 % en 2004 à 13,1 % en 2007. En proportion, les frais d'édition progressent malgré une stabilité des budgets moyens de production : le coût moyen de production des films de l'échantillon s'élève à 5,13 M€ en 2004, 5,04 M€ en 2005 et 5,01 M€ en 2006. En 2007, il recule à 4,50 M€. Les frais d'édition associés reculent également mais dans une moindre mesure.

#### Coût de distribution dans le coût définitif des films

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
<b>Totaux (M€)</b>					
Nombre de films	160	147	153	155	<b>615</b>
Nombre de copies	29 231	26 950	29 817	27 543	<b>113 541</b>
Coûts définitifs	923,56	840,15	879,13	802,03	<b>3 444,87</b>
Frais d'édition	<b>102,64</b>	<b>99,75</b>	<b>112,22</b>	<b>104,95</b>	<b>419,56</b>
frais de laboratoire	33,44	31,30	34,77	32,67	<b>132,18</b>
achats d'espaces	46,38	45,07	49,07	47,80	<b>188,32</b>
matériel publicitaire	7,17	8,18	11,71	9,43	<b>36,48</b>
frais divers (presse,...)	15,66	15,20	16,67	15,04	<b>62,57</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>					
Frais d'édition	<b>11,1</b>	<b>11,9</b>	<b>12,8</b>	<b>13,1</b>	<b>12,2</b>
frais de laboratoire	3,6	3,7	4,0	4,1	<b>3,8</b>
achats d'espaces	5,0	5,4	5,6	6,0	<b>5,5</b>
matériel publicitaire	0,8	1,0	1,3	1,2	<b>1,1</b>
frais divers (presse,...)	1,7	1,8	1,9	1,9	<b>1,8</b>
<b>Moyennes</b>					
Copies moyennes	183	183	195	178	<b>185</b>
Coût définitif (M€)	5,77	5,72	5,75	5,17	<b>5,60</b>
Frais d'édition (K€)	<b>641,5</b>	<b>678,6</b>	<b>733,4</b>	<b>677,1</b>	<b>682,2</b>

Base : 615 films

Source : CNC

La part des frais d'édition dans le coût total définitif d'un film évolue de manière non linéaire selon le montant du coût de production. Elle représente 13,9 % du coût définitif des films dont le budget de production est inférieur à 1 M€, 12,7 % de celui des films à budget de production compris entre 1 M€ et 2,5 M€ et 12,5 % de celui des films à budget de production

compris entre 2,5 M€ et 4 M€. La part des frais d'édition passe à 13,9 % pour les films à budget de production compris entre 4 M€ et 7 M€. C'est dans cette catégorie intermédiaire de budget de production que se trouvent des films présentant un fort potentiel commercial (256 copies éditées en moyenne). Pour les films dont le coût de production est supérieur à 7 M€, la part des frais d'édition dans le coût définitif diminue progressivement à mesure que le budget de production du film augmente : 13,5 % pour les films dont le budget de production est compris entre 7 M€ et 15 M€ et 9,0 % pour ceux dont le budget de production est supérieur à 15 M€. Pour certains films dont le coût de production est compris entre 7 M€ et 15 M€, les frais d'édition peuvent représenter plus de 19 % de leur coût définitif.

Par poste de dépenses, les proportions évoluent également de manière non linéaire. Les frais de laboratoire suivent la même tendance que les frais d'édition totaux avec deux pics identiques : le premier pour les films dont le coût de production est inférieur à 1 M€ et le second pour les films dont le budget de production est compris entre 4 M€ à 7 M€. Les frais de laboratoires correspondent en moyenne à 3,8 % des coûts définitifs d'un film. Jusqu'à un budget de production de 15 M€, la part des achats d'espaces croît de manière régulière, de 3,7 % pour les films dont le budget de production est inférieur à 1 M€ jusqu'à 6,4 % pour les films dont le coût de production est compris entre 7 M€ et 15 M€. Elle diminue ensuite à 4,1 % pour les films dont le coût de production est supérieur à 15 M€. Le poids des dépenses en matériel publicitaire est stable, autour de 1,0 % du coût définitif quelle que soit le coût de production. Les frais divers promotionnels représentent 1,8 % des coûts définitifs. Cette part est de 3,4 % pour les films dont le budget de production est inférieur à 1 M€ et de 1,3 % pour les films à très gros budget de production (au-delà de 15 M€).

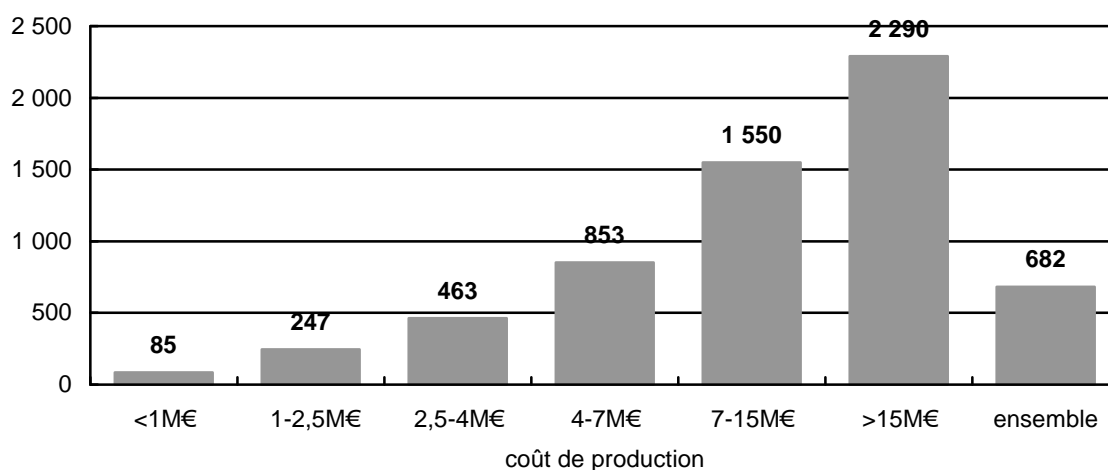
### Coûts de distribution des films selon le coût de production (2004-2007)

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	109	156	104	122	87	37	<b>615</b>
Nombre de copies	1 744	10 059	13 976	31 272	35 646	20 844	<b>113 541</b>
Coûts définitifs	66,88	303,87	384,84	747,26	997,19	944,83	<b>3444,87</b>
Frais d'édition	<b>9,27</b>	<b>38,54</b>	<b>48,13</b>	<b>104,05</b>	<b>134,85</b>	<b>84,73</b>	<b>419,56</b>
frais de laboratoire	3,45	12,69	15,44	34,12	41,02	25,45	<b>132,18</b>
achats d'espaces	2,49	15,61	21,45	46,70	63,45	38,61	<b>188,32</b>
matériel publicitaire	1,05	3,57	4,17	8,12	11,04	8,54	<b>36,48</b>
frais divers (presse,...)	2,28	6,66	7,06	15,10	19,34	12,13	<b>62,57</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>13,9</b>	<b>12,7</b>	<b>12,5</b>	<b>13,9</b>	<b>13,5</b>	<b>9,0</b>	<b>12,2</b>
frais de laboratoire	5,2	4,2	4,0	4,6	4,1	2,7	<b>3,8</b>
achats d'espaces	3,7	5,1	5,6	6,2	6,4	4,1	<b>5,5</b>
matériel publicitaire	1,6	1,2	1,1	1,1	1,1	0,9	<b>1,1</b>
frais divers (presse,...)	3,4	2,2	1,8	2,0	1,9	1,3	<b>1,8</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	16	64	134	256	410	563	<b>185</b>
Coût définitif (M€)	0,61	1,95	3,70	6,13	11,46	25,54	<b>5,60</b>
Frais d'édition (K€)	<b>85,0</b>	<b>247,1</b>	<b>462,8</b>	<b>852,9</b>	<b>1 550,0</b>	<b>2 289,9</b>	<b>682,2</b>

Base : 615 films

Source : CNC

Coûts moyens de distribution par film selon le coût de production 2004-2007 (K€)



Coûts de distribution des films selon le coût de production en 2007<sup>1</sup>

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	29	43	28	21	26	8	155
Nombre de copies	494	2 775	4 199	5 394	10 043	4 638	27 543
Coûts définitifs	16,26	87,94	102,73	135,61	291,80	167,68	802,03
Frais d'édition	2,60	11,53	14,20	17,65	41,28	17,70	104,95
frais de laboratoire	1,00	3,74	4,70	5,85	11,73	5,64	32,67
achats d'espaces	0,69	4,59	6,38	8,41	19,86	7,87	47,80
matériel publicitaire	0,31	1,06	1,11	1,34	3,41	2,19	9,43
frais divers (presse,...)	0,58	2,13	2,01	2,04	6,27	2,00	15,04
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	16,0	13,1	13,8	13,0	14,1	10,6	13,1
frais de laboratoire	6,2	4,3	4,6	4,3	4,0	3,4	4,1
achats d'espaces	4,3	5,2	6,2	6,2	6,8	4,7	6,0
matériel publicitaire	1,9	1,2	1,1	1,0	1,2	1,3	1,2
frais divers (presse,...)	3,6	2,4	2,0	1,5	2,1	1,2	1,9
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	17	65	150	257	386	580	178
Coût définitif (M€)	0,56	2,05	3,67	6,46	11,22	20,96	5,17
Frais d'édition (K€)	89,5	268,0	507,2	840,3	1 587,6	2 212,6	677,1

Base : 155 films

Source : CNC

<sup>1</sup> Les données détaillées relatives aux années antérieures sont disponibles en annexe

### 3.2 Frais moyens d'édition par copie selon le coût de production

En moyenne sur les quatre années, les coûts de distribution par copie sont plus élevés pour les tranches extrêmes de budget de production. Le montant maximum est atteint pour les films dont le coût de production est inférieur à 1 M€ (5 313 € par copie), puis par les films dont le budget de production est supérieur à 15 M€ (4 065 € par copie). Les frais de distribution par copie sont plus faibles pour les films dont le coût de production est compris entre 4 M€ et 7 M€ (3 327 €).

#### Coûts de distribution par copie selon le coût de production 2004-2007 (€)

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
frais de laboratoire	1 979	1 262	1 105	1 091	1 151	1 221	1 164
achats d'espaces	1 428	1 552	1 535	1 493	1 780	1 853	1 659
matériel publicitaire	602	355	298	260	310	410	321
frais divers (presse...)	1 305	662	505	483	543	582	551
<b>Frais d'édition</b>	<b>5 313</b>	<b>3 831</b>	<b>3 443</b>	<b>3 327</b>	<b>3 783</b>	<b>4 065</b>	<b>3 695</b>

Source : CNC

#### Coûts de distribution par copie selon le coût de production en 2007 (€)

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
frais de laboratoire	2 032	1 348	1 119	1 085	1 168	1 216	1 186
achats d'espaces	1 405	1 655	1 518	1 560	1 978	1 696	1 736
matériel publicitaire	635	383	265	249	339	472	342
frais divers (presse...)	1 182	768	479	378	625	432	546
<b>Frais d'édition</b>	<b>5 254</b>	<b>4 153</b>	<b>3 382</b>	<b>3 272</b>	<b>4 110</b>	<b>3 817</b>	<b>3 810</b>

Source : CNC

### 3.3 Frais d'édition dans le coût définitif des films selon le nombre de copies

La corrélation entre frais d'édition et combinaison de sortie se confirme si les coûts de production sont pris en compte. En effet, les coûts définitifs (coûts de production+coûts de distribution) progressent de manière continue à mesure que le nombre de copies augmente. Ainsi, un film sortant sur moins de 10 copies présente un coût définitif de 0,8 M€, coût qui atteint 16,2 M€ pour les films à plus de 400 copies.

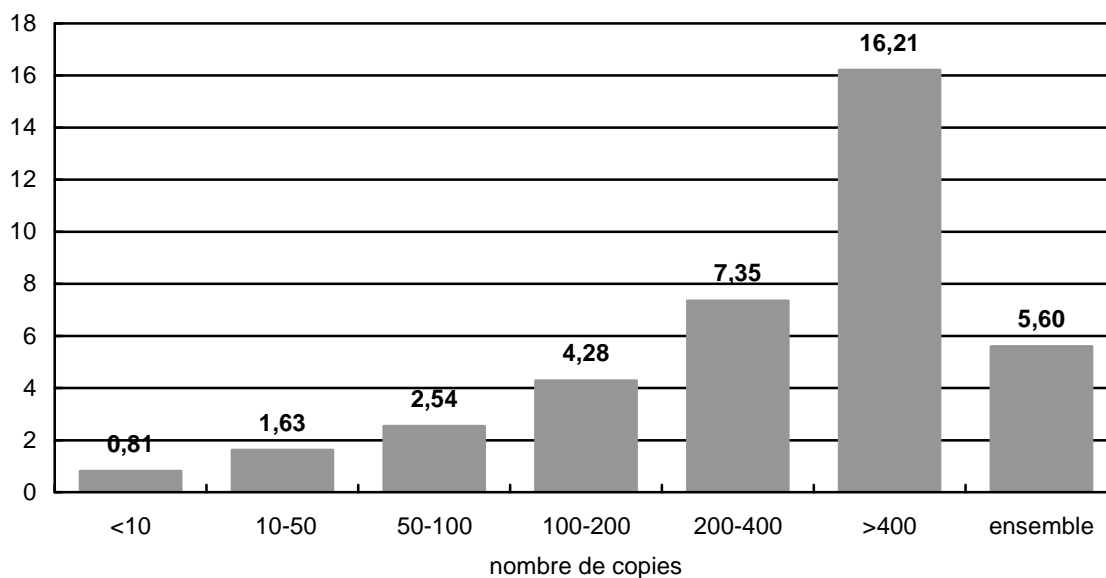
Cette linéarité est également respectée au niveau de la part du coût définitif captée par les frais d'édition. Les frais d'édition représentent environ 7 % du coût définitif des films distribués sur moins de 50 copies et plus de 12 % au-delà de 100 copies.

### Part des frais d'édition dans le coût définitif selon le nombre de copies (2004-2007)

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	72	131	78	108	130	96	<b>615</b>
Nombre de copies	410	3 310	5 606	16176	37 520	50 519	<b>113 541</b>
Coûts définitifs	58,50	214,04	198,10	462,37	955,96	1 555,90	<b>3 444,87</b>
Frais d'édition	<b>3,84</b>	<b>15,78</b>	<b>20,72</b>	<b>57,32</b>	<b>133,81</b>	<b>188,08</b>	<b>419,56</b>
frais de laboratoire	1,35	5,56	6,71	18,43	42,23	57,89	<b>132,18</b>
achats d'espaces	0,70	4,96	8,34	26,07	61,00	87,25	<b>188,32</b>
matériel publicitaire	0,50	1,65	1,94	4,91	11,21	16,27	<b>36,48</b>
frais divers (presse,...)	1,28	3,61	3,73	7,91	19,37	26,66	<b>62,57</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>6,6</b>	<b>7,4</b>	<b>10,5</b>	<b>12,4</b>	<b>14,0</b>	<b>12,1</b>	<b>12,2</b>
frais de laboratoire	2,3	2,6	3,4	4,0	4,4	3,7	<b>3,8</b>
achats d'espaces	1,2	2,3	4,2	5,6	6,4	5,6	<b>5,5</b>
matériel publicitaire	0,9	0,8	1,0	1,1	1,2	1,0	<b>1,1</b>
frais divers (presse,...)	2,2	1,7	1,9	1,7	2,0	1,7	<b>1,8</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	6	25	72	150	289	526	<b>185</b>
Coût définitif (M€)	0,81	1,63	2,54	4,28	7,35	16,21	<b>5,60</b>
Frais d'édition (K€)	<b>53,3</b>	<b>120,5</b>	<b>265,6</b>	<b>530,8</b>	<b>1029,3</b>	<b>1 959,1</b>	<b>682,2</b>

Source : CNC

### Coût définitif moyen par film selon le nombre de copies 2004-2007 (M€)



**Part des frais d'édition dans le coût définitif selon le nombre de copies en 2007**

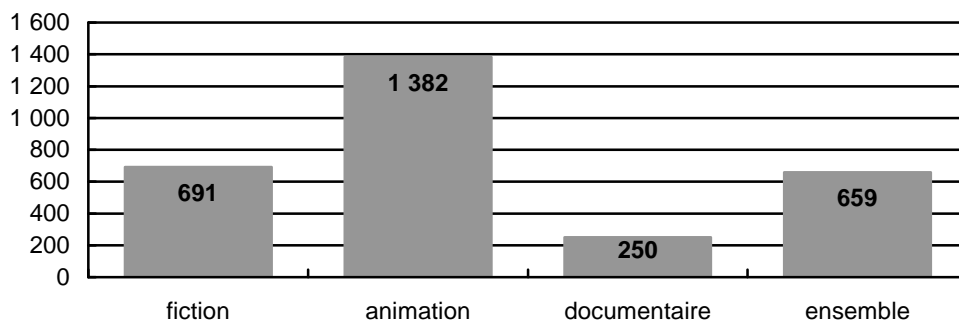
	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	12	41	17	29	34	22	<b>155</b>
Nombre de copies	76	1049	1138	4432	9 607	11 241	<b>27 543</b>
Coûts définitifs	7,24	59,12	36,75	119,05	260,47	319,41	<b>802,03</b>
Frais d'édition	<b>0,67</b>	<b>4,90</b>	<b>4,53</b>	<b>15,25</b>	<b>38,84</b>	<b>40,75</b>	<b>104,95</b>
frais de laboratoire	0,25	1,80	1,41	5,14	11,27	12,81	<b>32,67</b>
achats d'espaces	0,17	1,37	1,93	6,84	18,30	19,19	<b>47,80</b>
matériel publicitaire	0,08	0,55	0,43	1,17	3,72	3,48	<b>9,43</b>
frais divers (presse,...)	0,18	1,18	0,75	2,11	5,55	5,27	<b>15,04</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>9,3</b>	<b>8,3</b>	<b>12,3</b>	<b>12,8</b>	<b>14,9</b>	<b>12,8</b>	<b>13,1</b>
frais de laboratoire	3,4	3,0	3,8	4,3	4,3	4,0	<b>4,1</b>
achats d'espaces	2,3	2,3	5,3	5,7	7,0	6,0	<b>6,0</b>
matériel publicitaire	1,1	0,9	1,2	1,0	1,4	1,1	<b>1,2</b>
frais divers (presse,...)	2,5	2,0	2,1	1,8	2,1	1,7	<b>1,9</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	6	26	67	153	283	511	<b>178</b>
Coût définitif (M€)	0,60	1,44	2,16	4,11	7,66	14,52	<b>5,17</b>
Frais d'édition (K€)	<b>56,1</b>	<b>119,5</b>	<b>266,3</b>	<b>526,0</b>	<b>1 142,3</b>	<b>1 852,4</b>	<b>677,1</b>

Source : CNC

## 4. Structure des coûts de distribution selon le genre des films

L'analyse par grand genre révèle une forte disparité des frais d'édition. Sur l'ensemble de la période, un film documentaire génère en moyenne 250,3 K€ de dépenses d'édition, un film de fiction plus de deux fois plus (690,7 K€) et un film d'animation cinq fois plus (1381,8 K€).

Coût moyen de distribution selon le genre des films 2004-2007 (K€)



La fiction est le genre majoritaire au sein de l'échantillon (86,9 % des titres analysés). Sur l'ensemble de la période, un film de fiction sort en moyenne sur une combinaison de 187 copies, pour un montant moyen de frais d'édition de 690 730 €. Les frais d'édition investis sur le genre sont relativement stables depuis 2004, pour un nombre moyen de copies en baisse de 4,7 % entre 2004 et 2007.

L'animation est un genre peu représenté chaque année parmi les sorties de films français. En revanche, il concentre à la fois de gros frais d'édition (1 381,8 K€ en moyenne par film) et de larges combinaison de sortie (355 copies en moyenne par film). L'année 2006 fut une année exceptionnelle, non seulement en nombre de titres (7 films, contre 3 en moyenne les autres années), mais également en termes de coût de distribution (1,8 M€ en moyenne par film). En effet, des films comme *Arthur et les Minimoys* (970 copies) ou *Astérix et les Vikings* (605 copies) comptent parmi les plus importantes sorties de l'année.

Le documentaire est un genre à l'économie plus maîtrisée : une combinaison de sortie moyenne de 57 copies, pour un montant moyen de frais d'édition de 250 270 €. L'année 2007 apparaît atypique. Elle compte 32 titres documentaires, contre 13 en moyenne sur les trois autres années. Bien que le nombre de titres soit plus élevé, le budget moyen de distribution est nettement inférieur à celui des années précédentes. Le budget médian s'établit à 79 161 € pour 14 copies. Ainsi, hormis deux films d'envergure commerciale (*les Animaux amoureux* et *le Premier Cri*), la quasi-totalité des films documentaires de 2007 sont des petites sorties, réalisant en moyenne 19 500 entrées par film et exploités pour certains en format vidéo.

La tendance à la baisse des coûts de distribution constatée en 2007 sur l'ensemble des films (pour mémoire -4,4 % entre 2006 et 2007) est ainsi portée par les films d'animation et les films documentaires.

### Coûts de distribution selon le genre des films

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
<b>Films de fiction</b>	<b>148</b>	<b>137</b>	<b>142</b>	<b>144</b>	<b>571</b>
frais d'édition (M€)	102,13	94,94	97,43	99,90	<b>394,40</b>
copies totales	28 392	25 561	26 459	26 308	<b>106 720</b>
frais d'édition moyens par film (K€)	690,0	693,0	686,2	693,8	<b>690,7</b>
copies moyennes par film	192	187	186	183	<b>187</b>
<b>Films d'animation</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>15</b>
frais d'édition (M€)	1,17	3,13	12,82	3,61	<b>20,73</b>
copies totales	441	936	2 887	1 054	<b>5318</b>
frais d'édition moyens par film (K€)	390,7	1 563,9	1 831,1	1 203,1	<b>1 381,8</b>
copies moyennes par film	147	468	412	351	<b>355</b>
<b>Films documentaires</b>	<b>18</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>32</b>	<b>71</b>
frais d'édition (M€)	5,19	2,42	4,23	5,92	<b>17,76</b>
copies totales	1 392	596	950	1 119	<b>4057</b>
frais d'édition moyens par film (K€)	288,5	219,8	423,5	185,1	<b>250,3</b>
copies moyennes par film	72	54	95	35	<b>57</b>
<b>Ensemble</b>	<b>169</b>	<b>150</b>	<b>159</b>	<b>179</b>	<b>657</b>
frais d'édition (M€)	108,49	100,49	114,49	109,43	<b>432,90</b>
copies totales	30 225	27 093	30 296	28 481	<b>116 095</b>
frais d'édition moyens par film (K€)	642,0	669,9	730,1	611,4	<b>658,9</b>
copies moyennes par film	179	181	191	159	<b>177</b>

Source : CNC

### 4.1 Les films de fiction

En raison du poids dominant du genre, la structure générale des dépenses de distribution des films de fiction correspond à la structure de l'ensemble des films. Après une baisse en 2006, le poids des achats d'espaces publicitaires renoue avec la croissance, passant de 43 % en 2006 à près de 46 % en 2007. Cette augmentation compense une baisse des autres frais : frais techniques (-1,7 %), dépenses liées au matériel publicitaire (-10,4 %) et enfin, les dépenses diverses de promotion (-9,6 %).

### Coûts moyens de distribution par film de fiction

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
Nombre de films	148	137	142	144	571
Copies moyennes	192	187	186	183	187
frais d'édition par copie (€)	3 597	3 714	3 682	3 797	3 696
frais d'édition par film (K€)	<b>690,0</b>	<b>693,0</b>	<b>686,2</b>	<b>693,8</b>	<b>690,7</b>
<i>frais de laboratoire (%)</i>	32,4	31,4	31,9	31,4	31,8
<i>achats d'espaces (%)</i>	45,1	45,3	42,9	45,9	44,8
<i>matériel publicitaire (%)</i>	7,7	8,2	9,7	8,7	8,6
<i>frais divers (presse...) (%)</i>	14,8	15,1	15,4	14,0	14,8

Source : CNC

La comédie, la comédie dramatique et le drame sont les trois genres les plus exposés dans les salles de cinéma. Ils représentent 84,7 % des films français de fiction sur la période 2004-2007. En revanche, seules les comédies (946,2 K€), les films policiers et les thrillers (859,3 K€), ainsi que les films d'aventures et d'action (1539,6 K€) enregistrent des frais de sortie nettement supérieurs à la moyenne des fictions (690,7 K€). En effet, le poids des achats d'espaces publicitaires sont globalement supérieurs à la moyenne pour ces genres, atteignant jusqu'à 48 % du coût de distribution. Ce poste est également conséquent pour les films fantastiques et d'horreur (47,1 %).

Les films d'aventures et d'action concentrent en moyenne les budgets de distribution les plus importants par film. En général, ces montants correspondent à une très large combinaison de sortie (367 copies en moyenne) et un fort potentiel commercial, ces films étant destinés à un large public : *Deux Frères* (2004), *Oliver Twist* (2005) ou *le Renard et l'enfant* (2007).

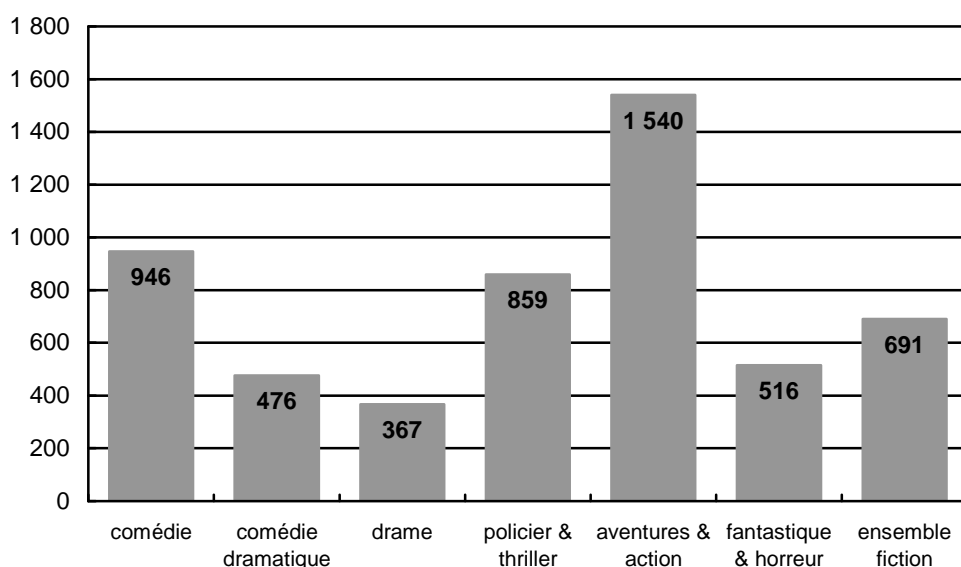
### Coûts moyens de distribution par film de fiction pour les principaux genres (2004-2007)

	comédie	comédie dramatique	drame	policier/ thriller	aventures/ action	fantastique/ horreur	ensemble fiction
Nombre de films	198	146	140	42	21	8	571
Nombre de copies	53 294	18 685	14 572	8 837	7 699	857	106 720
Copies moyennes	269	128	104	210	367	107	187
frais d'édition par copie (€)	3 515	3722	3 526	4 084	4 200	4 814	3 696
frais d'édition par film (K€)	<b>946,2</b>	<b>476,3</b>	<b>367,0</b>	<b>859,3</b>	<b>1539,6</b>	<b>515,7</b>	<b>690,7</b>
<i>frais de laboratoire (%)</i>	31,7	32,1	33,5	30,0	31,8	25,2	31,8
<i>achats d'espaces (%)</i>	46,2	44,0	39,1	48,1	44,5	47,1	44,8
<i>matériel publicitaire (%)</i>	8,7	8,2	8,9	8,9	7,1	8,7	8,6
<i>frais divers (presse...) (%)</i>	13,4	15,8	18,5	13,0	16,6	19,1	14,8

Source : CNC

Les comédies dramatiques (128 copies en moyenne), les drames (104 copies) et les films fantastiques et d'horreur (107 copies) présentent une combinaison de sortie inférieure à la moyenne (187 copies). Parallèlement, ce sont des genres pour lesquels les dépenses diverses de promotion, essentiellement liées aux dépenses de presse, d'organisation d'avant-premières et de tournées en province, sont supérieures à la moyenne des fictions, pouvant atteindre jusqu'à 19 % (contre 15 % en moyenne).

Coûts moyens de distribution par film de fiction selon le genre 2004-2007 (K€)



Par copie, les films de genre sont les plus coûteux en distribution : les frais d'édition d'un film fantastique ou d'horreur atteignent 4 814 € par copie en moyenne, ceux d'un film d'aventures ou d'action s'élèvent à 4 200 € par copie et ceux des films policiers et thrillers à 4 084 € par copie. Comparativement, une comédie coûte moins cher (3 515 € par copie en moyenne).

## 4.2 Les films d'animation

La structure des coûts de distribution des films d'animation se caractérise par une part relativement importante de frais de promotion (achats d'espaces et matériel publicitaire). Sur la période 2004-2007, leur poids atteint 57,5 % des frais totaux d'édition, tandis que les frais de laboratoire n'en représentent que 28,2 %.

Par copie, les frais d'édition des films d'animation progressent de 67,1 % entre 2004 et 2006, conformément à des coûts de production croissant. Ils reculent ensuite de 22,9 % pour atteindre 3 424,3 K€ en 2007. Le coût moyen de production d'un film d'animation sorti en 2004 s'élève à 3,4 M€. Il atteint 10,9 M€ pour les titres sortis en 2005, 17,0 M€ pour les longs-métrages sortis en 2006, et accuse une baisse pour atteindre 8,0 M€ en 2007.

### Coûts moyens de distribution par film d'animation

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
Nombre de films	3	2	7	3	15
Copies moyennes	147	468	412	351	355
frais d'édition par copie (€)	2 658	3 342	4 440	3 424	3 898
frais d'édition par film (K€)	<b>390,7</b>	<b>1 563,9</b>	<b>1 831,1</b>	<b>1 203,1</b>	<b>1 381,8</b>
<i>frais de laboratoire (%)</i>	35,6	31,5	25,5	32,7	28,2
<i>achats d'espaces (%)</i>	41,1	45,8	45,8	40,7	44,7
<i>matériel publicitaire (%)</i>	7,5	2,8	16,1	11,6	12,8
<i>frais divers (presse...) (%)</i>	15,8	19,9	12,6	14,9	14,3

Source : CNC

### 4.3 Les films documentaires

La structure des coûts de distribution des documentaires révèle une part plus importante des coûts divers de promotion (18,2 %) par rapport à l'ensemble des films (14,9 %). Ce phénomène est lié à la nature même du genre dont l'économie plus restreinte impose davantage un travail de proximité avec les salles et la presse, plutôt que des achats d'espaces publicitaires coûteux. Cette tendance est particulièrement marquée en 2007 où la part des dépenses publicitaires baisse fortement, atteignant 37,3 % pour les documentaires contre 44,7 % pour l'ensemble des films. Parallèlement, les frais promotionnels divers atteignent un poids record de 24,3 %. Avec des sorties telles que *Zidane, un portrait du XXI<sup>e</sup> siècle*, *la Planète blanche*, ou *la Citadelle assiégée*, aux budgets publicitaires très élevés, l'année 2006 fait figure d'exception (57,7 % d'achats d'espaces publicitaires et 11,0 % de frais promotionnels divers).

A l'instar des films d'animation, le poids des frais de laboratoire est nettement inférieur pour les films documentaires (29,8 % sur la période 2004-2007) à celui constaté pour les films de fiction (31,8 %).

Par copie, les frais d'édition des documentaires connaissent une augmentation entre 2004 et 2007 (+41,9 %). En effet, le montant des coûts totaux de distribution augmente plus vite (+40 %) que le nombre total de copies (+18 %). Parallèlement, les frais moyens d'édition par film baissent fortement pour atteindre leur niveau le plus bas en 2007 (185,1 K€), du fait d'une diminution importante du nombre moyen de copies par film.

Les frais d'édition représentent 19,5 % des coûts définitifs (coûts de production + coûts de distribution) d'un documentaire, contre 12,1 % pour un film de fiction et 10,9 % pour un film d'animation.

#### Coûts moyens de distribution par film d'animation

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
Nombre de films	18	11	10	32	71
Copies moyennes	77	54	95	35	57
frais d'édition par copie (€)	3 731	4 057	4 458	5 293	4 380
frais d'édition par film (K€)	<b>288,5</b>	<b>219,8</b>	<b>423,5</b>	<b>185,1</b>	<b>250,3</b>
<i>frais de laboratoire (%)</i>	34,1	31,5	24,6	29,1	29,8
<i>achats d'espaces (%)</i>	40,4	40,3	57,7	37,3	43,5
<i>matériel publicitaire (%)</i>	6,6	14,0	6,6	9,3	8,5
<i>frais divers (presse...) (%)</i>	19,0	14,2	11,0	24,3	18,2

Source : CNC

## 5. Structure des coûts de distribution selon les entrées réalisées

L'analyse des coûts de distribution selon le nombre d'entrées réalisées par les films met en exergue une plus ou moins forte adéquation entre les moyens mis en œuvre pour la promotion et le succès en salles.

es films de l'échantillon réalisent en moyenne 402 115 entrées. Plus de la moitié de ces films (50,8 %) réalisent moins de 100 000 entrées, soit 334 films. Le million d'entrées est dépassé par 9,7 % des films et le seuil des 3 millions d'entrées par 2,3 % des films, soit 15 titres.

La structure des dépenses de distribution n'apparaît pas totalement corrélée au nombre d'entrées réalisées en salles, sauf pour les tranches extrêmes d'entrées. En effet, si la combinaison de sortie ou le coût de production ont une incidence avérée sur la structure des coûts de distribution, il est difficile *a posteriori* de déterminer des structures de dépenses typiques en fonction du niveau d'entrées. Un même niveau d'entrées regroupera des films aux caractéristiques bien différentes. Toutefois, plus les films se situent dans les tranches extrêmes d'entrées, plus ils auront présenté une stratégie de distribution adaptée à leurs prévisions de résultats en salles.

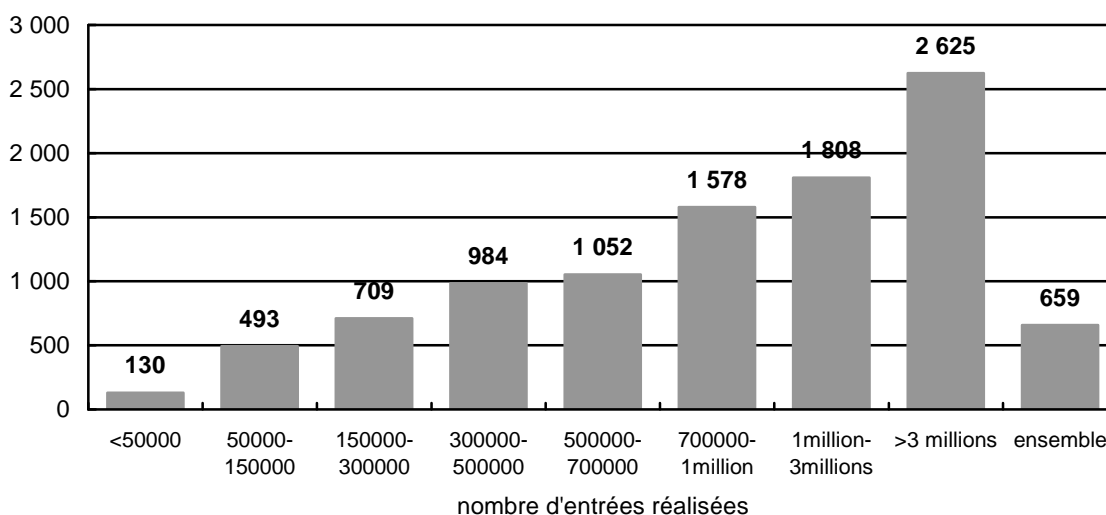
### Coûts de distribution des films selon le nombre d'entrées réalisées (2004-2007)

	<50 000	50 000- 150 000	150 000- 300 000	300 000- 500 000	500 000- 700 000	700 000- 1 million	1 million- 3 millions	> 3 millions	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>									
Nombre de films	269	111	70	71	34	38	49	15	<b>657</b>
frais d'édition	<b>34,95</b>	<b>54,72</b>	<b>49,66</b>	<b>69,86</b>	<b>35,78</b>	<b>59,96</b>	<b>88,59</b>	<b>39,38</b>	<b>432,90</b>
frais de laboratoire	11,61	17,56	16,59	21,63	11,65	17,40	27,10	12,93	<b>136,48</b>
achats d'espaces	12,10	24,12	23,05	31,08	16,39	29,85	40,97	16,16	<b>193,72</b>
matériel publicitaire	3,86	5,33	3,43	6,01	2,42	4,85	7,32	4,82	<b>38,05</b>
frais divers (presse,...)	7,38	7,72	6,59	11,13	5,32	7,86	13,20	5,47	<b>64,66</b>
<b>Structure (%)</b>									
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>
frais de laboratoire	33,2	32,1	33,4	31,0	32,6	29,0	30,6	32,9	<b>31,5</b>
achats d'espaces	34,6	44,1	46,4	44,5	45,8	49,8	46,3	41,0	<b>44,8</b>
matériel publicitaire	11,1	9,7	6,9	8,6	6,8	8,1	8,3	12,2	<b>8,8</b>
frais divers (presse,...)	21,1	14,1	13,3	15,9	14,9	13,1	14,9	13,9	<b>14,9</b>
<b>Moyennes (K€)</b>									
nombre moyen de copies	29	135	214	271	316	396	474	674	<b>177</b>
frais d'édition	<b>129,92</b>	<b>492,98</b>	<b>709,46</b>	<b>983,96</b>	<b>1 052,46</b>	<b>1 577,88</b>	<b>1 807,94</b>	<b>2 625,09</b>	<b>658,90</b>
frais de laboratoire	43,14	158,16	237,03	304,72	342,70	458,02	553,01	862,30	<b>207,73</b>
achats d'espaces	48,21	217,29	329,31	437,73	482,04	785,42	836,19	1 077,09	<b>294,85</b>
matériel publicitaire	14,92	49,33	51,98	88,44	71,31	127,66	152,43	321,32	<b>57,91</b>
frais divers (presse,...)	27,63	69,52	94,11	156,82	156,42	206,78	269,42	364,38	<b>98,42</b>

Source : CNC

Sur la période 2004-2007, les films ayant réalisé entre un et trois millions d'entrées ont été édités sur 474 copies en moyenne, avec un budget moyen de distribution de 1,8 M€. Entre 2004 à 2007, le nombre moyen de copies des films atteignant ce niveau d'entrées se réduit chaque année : 533 copies en 2004, 487 copies en 2005, 451 copies en 2006 et 399 copies en 2007. De même, les frais moyens de distribution par film se contractent, passant de 1,90 M€ en 2004 à 1,56 M€ en 2007. Le nombre moyen d'entrées réalisées recule également mais dans une proportion plus modérée (1,85 million d'entrées par film en 2004, 1,57 million d'entrées en 2007). Les films réalisant entre un et trois millions d'entrées apparaissent de plus en plus performants au regard des investissements pour leurs distribution. Entre 2004 et 2007, un même nombre d'entrées est en moyenne atteint avec une combinaison de sortie et des frais d'édition plus réduits. Outre les qualités intrinsèques des films concernés, leur distribution semble gagner en efficacité. Les budgets maximum de distribution des films de cette catégorie se réduisent, passant de 3,1 M€ en 2004 à 2,4 M€ en 2007. Ces films comptent parmi eux des comédies telles que *OSS 117, le Caire nid d'espions* (2006) ou *Ensemble c'est tout* (2007), qui ont été de véritables succès en salles.

### Coûts moyens de distribution par film selon le nombre d'entrées réalisées 2004-2007 (K€)



Les films ayant réalisé entre 300 000 et 700 000 entrées présentent un budget moyen de distribution d'environ 1 M€ sur la période 2004-2007. Ces frais moyens sont toutefois en nette augmentation, passant de 0,8 M€ en 2004 à 1,2 M€ en 2007. Cette catégorie d'entrées regroupe des films au sort très divers. Elle inclut des films qui, à partir d'un budget de distribution limité, parviennent à trouver un large public. Elle compte également des films qui, disposant de moyens plus ambitieux, n'obtiennent pas les résultats escomptés (seuil du million d'entrées). Sur la période 2004-2007, 21,9 % des films ayant réalisé entre 300 000 et 700 000 entrées disposent d'un budget de distribution inférieur à celui constaté tous films confondus (25,0 % en 2007). A l'opposé, 16,2 % des films atteignant ce niveau d'entrées en salles présentent plus de 1,5 M€ de dépenses de distribution (35,7 % en 2007).

## Les coûts de distribution des films français

Deux films sortis en 2007 en sont la parfaite illustration. *Le Fils de l'épicier* présente le plus faible budget de distribution des films de cette tranche d'entrées et parvient à réaliser près de 400 000 entrées. *Big City*, avec un budget de distribution dix fois supérieur, rassemble moins de 350 000 entrées.

### Coûts de distribution des films selon le nombre d'entrées réalisées en 2007

	<50 000	50 000- 150 000	150 000- 300 000	300 000- 500 000	500 000- 700 000	700 000- 1 million	1 million- 3 millions	> 3 millions	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>									
Nombre de films	76	32	21	22	6	10	10	2	179
frais d'édition	<b>8,75</b>	<b>17,45</b>	<b>14,82</b>	<b>25,06</b>	<b>7,61</b>	<b>14,71</b>	<b>15,56</b>	<b>5,46</b>	<b>109,43</b>
frais de laboratoire	3,11	5,27	5,02	7,24	2,53	3,83	5,02	2,24	<b>34,26</b>
achats d'espaces	2,82	7,93	7,06	10,76	3,63	7,93	7,14	2,30	<b>49,57</b>
matériel publicitaire	0,90	1,74	1,01	2,88	0,54	1,19	1,08	0,34	<b>9,69</b>
frais divers (presse,...)	1,93	2,51	1,72	4,18	0,92	1,76	2,32	0,57	<b>15,92</b>
<b>Structure (%)</b>									
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>
frais de laboratoire	35,5	30,2	33,9	28,9	33,2	26,0	32,3	41,1	<b>31,3</b>
achats d'espaces	32,2	45,4	47,6	42,9	47,7	53,9	45,9	42,1	<b>45,3</b>
matériel publicitaire	10,2	10,0	6,8	11,5	7,1	8,1	6,9	6,3	<b>8,9</b>
frais divers (presse,...)	22,0	14,4	11,6	16,7	12,1	12,0	14,9	10,5	<b>14,5</b>
<b>Moyennes (K€)</b>									
nombre moyen de copies	25	137	214	273	380	386	399	763	<b>159</b>
frais d'édition	<b>115,16</b>	<b>545,42</b>	<b>705,53</b>	<b>1 139,29</b>	<b>1 268,19</b>	<b>1 471,48</b>	<b>1 556,23</b>	<b>2 731,03</b>	<b>611,37</b>
frais de laboratoire	40,92	164,73	239,24	329,17	421,10	382,56	501,99	1 122,24	<b>191,42</b>
achats d'espaces	39,73	247,87	336,11	488,94	604,31	793,39	714,16	1 149,36	<b>276,91</b>
matériel publicitaire	11,79	54,39	48,18	131,00	89,73	119,35	107,94	172,50	<b>54,12</b>
frais divers (presse,...)	25,33	78,43	82,01	190,18	153,05	176,19	232,15	286,94	<b>88,92</b>

Source : CNC

Un budget de distribution ne détermine pas de manière mécanique un nombre d'entrées en salles. Néanmoins, au regard des résultats obtenus par les films, il est possible de dégager des budgets minimum de distribution ayant permis d'atteindre certains seuils d'entrées. Ce budget minimum est en premier lieu fonction du nombre de copies mises en place.

### Coût minimum de distribution pour atteindre un seuil d'entrées (K€)

	2004	2005	2006	2007	Ensemble
50 000 entrées	138,6	137,24	110,32	109,74	<b>109,74</b>
150 000 entrées	168,8	271,9	219,29	182,97	<b>168,80</b>
300 000 entrées	197,5	205,6	338,29	282,52	<b>197,49</b>
500 000 entrées	271,0	643,0	563,03	609,96	<b>270,95</b>
700 000 entrées	998,8	1 058,6	499,92	823,09	<b>499,92</b>
1 million d'entrées	944,9	812,9	1 179,14	780,20	<b>780,20</b>
3 millions d'entrées	1 882,6	1 871,1	1 772,64	2 332,00	<b>1 772,64</b>

Source : CNC

Sur l'ensemble de la période, un minimum de près de 110 000 € de frais de distribution semble nécessaire pour réaliser au moins 50 000 entrées. Ce budget minimum s'établit à près de 170 000 € pour atteindre 150 000 entrées et près de 200 000 € pour atteindre

300 000 €. Pour réaliser 500 000 entrées, un niveau minimum d'environ 270 000 € semble requis. Toutefois, ce minimum apparaît nettement supérieur en considérant l'année 2007 seulement : le budget minimum des films ayant atteint 500 000 entrées avoisine 610 000 €, soit près de six fois plus que celui des films ayant atteint 50 000 entrées.

Le seuil de 700 000 entrées constitue un pivot. Pour le franchir, 500 000 € sont investis au minimum (823 000 € en 2007). Ce niveau d'entrées implique en effet des dépenses plus importantes en matière de publicité et de promotion. Le seul bouche-à-oreille ne suffit pas pour atteindre un tel niveau d'entrées. Ceci explique qu'au-delà de 500 000 entrées et jusqu'à un million d'entrées, le budget minimum progresse plus vite. Au-delà d'un million d'entrées, le coût marginal d'acquisition d'une entrée supplémentaire est de plus en plus faible. Le niveau de budget minimum de distribution intègre des leviers plus forts de promotion, qui toucheront simultanément davantage de spectateurs potentiels. C'est également à partir de ce seuil qu'une taille critique en termes de copies est atteinte, permettant une diffusion plus en profondeur sur le territoire.

### □ Frais d'édition par entrée réalisée

Les frais d'édition rapportés au nombre d'entrées réalisées par les films présentent des écarts significatifs selon le niveau d'entrées. Si 1,64 € sont investis en moyenne pour une entrée quelle que soit l'année et le nombre d'entrées réalisées, ce ratio atteint 8,63 € pour une entrée réalisée par un film dont le résultat final est inférieur à 50 000 entrées. Il diminue ensuite progressivement à mesure que le nombre d'entrées augmente, pour atteindre 0,54 € pour les films dont le nombre d'entrées dépassent trois millions. Une légère rupture émerge pour les films dont le nombre d'entrées est compris entre 700 000 et un million. Leur ratio s'établit à 1,87 €, contre 1,82 € pour les films ayant réalisé entre 500 000 et 700 000 entrées. Une entrée moyenne pour les films ayant réalisé entre 700 000 et un million d'entrées apparaît ainsi plus « coûteuse ». Cette catégorie de films inclut en effet des films dont les frais moyens d'édition sont supérieure de 50 % à ceux de la catégorie inférieure (1657,7 K€ contre 803,4 K€). Cette tendance s'estompe néanmoins sur la période. En effet, en 2006 et 2007 les films réalisant entre 500 000 et 700 000 entrées présentent un ratio plus faible que les films de la tranche inférieure.

### Frais d'édition par entrée selon le nombre d'entrées réalisées (€)

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
moins de 50 000 entrées	8,33	10,45	7,82	8,40	<b>8,63</b>
50 000 à 150 000 entrées	4,97	4,47	5,95	5,78	<b>5,41</b>
150 000 à 300 000 entrées	3,13	3,57	3,1	3,23	<b>3,26</b>
300 000 à 500 000 entrées	2,15	2,14	2,61	3,16	<b>2,53</b>
500 000 à 700 000 entrées	1,39	1,71	1,95	2,26	<b>1,82</b>
700 000 à 1 million d'entrées	1,95	2,25	1,52	1,67	<b>1,87</b>
1 million à 3 millions d'entrées	1,02	1,09	1,17	0,99	<b>1,07</b>
Plus de 3 millions d'entrées	0,59	0,42	0,53	0,56	<b>0,54</b>
<b>Ensemble</b>	<b>1,48</b>	<b>1,82</b>	<b>1,41</b>	<b>2,02</b>	<b>1,64</b>
Ratio médian	3,63	4,33	3,79	4,28	4,03

Source : CNC

Le ratio rapportant les frais d'édition aux entrées réalisées par un film présente une grande amplitude sur la période 2004-2007. Il varie entre 0,22 € et 159,30 € par entrée. Parmi les films les plus performants au regard des frais d'édition engagés (ratio les plus faibles), se trouvent naturellement ceux qui ont obtenu de très larges succès en salles. Le ratio de ces films se situe entre 0,20 € et 0,40 € par entrée. Les coûts de distribution étant structurellement plafonnés, les frais d'édition par entrée ne peuvent guère dépasser 0,50 € au delà d'un certain niveau de fréquentation (4 millions d'entrées). Quelques films font figure d'exception, notamment les films pour lesquels la stratégie marketing est plus large que la sortie en salles (produits dérivés par exemple). D'autres films, moins dotés, parviennent à obtenir des ratios aux environs de 0,50 € par entrée. C'est le cas de *Quand la mer monte* et du *Cauchemar de Darwin* qui, malgré de faibles budgets de distribution, ont obtenu de vrais succès en salles. A l'opposé, se trouvent des films avec coûts de distribution et combinaisons de sortie a minima et qui réalisent peu d'entrées. Il est néanmoins utile de rappeler que dans certains cas, les coûts de distribution représentent plus d'un tiers des coûts définitifs (pour des films à très petits budgets, notamment des documentaires). Un effort particulier est porté sur ces films par leur distributeur. Cet effort peut se traduire par un ratio (frais d'édition / entrées) élevé.

Un coût minimal incompressible apparaît nécessaire pour assurer la sortie d'un film en salles (10 000 € à 20 000 € pour un film de fiction). L'amortissement de ce coût est très aléatoire.

### Nombre de films selon le coût de distribution moyen par entrée

	2004	2005	2006	2007	2004-2007
Moins de 1 €	15	9	12	9	45
1 € à 2 €	28	27	31	28	114
2 € à 5 €	58	44	50	59	211
5 € à 10 €	26	37	32	41	136
10 € à 20 €	23	18	21	27	89
Plus de 20 €	19	15	13	15	62
<b>Ensemble</b>	<b>169</b>	<b>150</b>	<b>159</b>	<b>179</b>	<b>657</b>

## ANNEXE 1 – LISTE DES FILMS DE L'ÉCHANTILLON EN 2006 ET 2007

Films d'initiative française de l'échantillon 2006 (1/4) ((1/ (Titre	Distributeur
Lady Chatterley	Ad Vitam
Essaye-moi	ARP Sélection
Célibataires	Bac Films
La Planète blanche	Bac Films
Le Pressentiment	Bac Films
L'Équilibre de la terre	Bac Films
Les Enfants du pays	Bac Films
Les Irréductibles	Bac Films
Riviera	Bac Films
Allez Yallah!	Cargo Films
Les Aiguilles rouges	Carrere Group
A Perfect Day	Celluloid Dreams Distribution
Fragments sur la grâce	Celluloid Dreams Distribution
L'Éclaireur	Cineteve Distribution
Azur et Asmar	Diaphana Distribution
Dans un camion rouge	Diaphana Distribution
La Raison du plus faible	Diaphana Distribution
La Tourneuse de pages	Diaphana Distribution
Le Passager	Diaphana Distribution
Le Voyage en Arménie	Diaphana Distribution
Arthur et les Minimoys	EuropaCorp Distribution
Bandidas	EuropaCorp Distribution
Dikkenek	EuropaCorp Distribution
Les Filles du botaniste	EuropaCorp Distribution
Ne le dis à personne	EuropaCorp Distribution
Quand j'étais chanteur	EuropaCorp Distribution
En attendant les nuages	Eurozoom
Muetter	Eurozoom
Désaccord parfait	Gaumont
Je vous trouve très beau	Gaumont
La Doublure	Gaumont
La Faute à Fidel	Gaumont
La Piste	Gaumont
La Science des rêves	Gaumont
Le Lièvre de Vatanen	Gaumont
OSS 117 - Le Caire Nid d'espions	Gaumont
Un ticket pour l'espace	Gaumont
Bab Aziz-le prince qui contemplait son âme	Gebeka Films
Serko	Gebeka Films
U	Gebeka Films
Call me Agostino	Gemini Films
C'est pas tout à fait la vie dont j'avais rêvé	Gemini Films
Dans Paris	Gemini Films
Je me fais rare	Gemini Films
Quelques jours en septembre	Gemini Films
Avril	Haut et Court Distribution

### Films d'initiative française de l'échantillon 2006 (2/4)

Titre	Distributeur
Nouvelle Chance	Haut et Court Distribution
O Jerusalem	Haut et Court Distribution
Piccolo, Saxo et Compagnie	Haut et Court Distribution
Sauf le respect que je vous dois	Haut et Court Distribution
Vers le sud	Haut et Court Distribution
Lili et le baobab	ID Distribution
Chacun sa nuit	La Fabrique de films
Marock	La Fabrique de films
Paris je t'aime	La Fabrique de films
Familles à vendre	Les Acacias
Aurore	Les Films du Losange
Bamako	Les Films du Losange
Bled Number One	Les Films du Losange
Cache Cache	Les Films du Losange
Jardins en automne	Les Films du Losange
Les Amitiés maléfiques	Les Films du Losange
L'Etoile du soldat	Les Films du Losange
Oublier Cheyenne	Les Films du Paradoxe
Lettre d'amour Zulu	Les Films du Safran
Oliva Oliva	Les Films Sauvages
C'est beau une ville la nuit	Limelight Distribution
On ne devrait pas exister	Limelight Distribution
13-Tzameti	MK2 SA
Frankie	MK2 SA
L'Héritage	MK2 SA
Comme t'y es belle	Pan-Européenne
L'Ivresse du pouvoir	Pan-Européenne
Meurtrières	Pan-Européenne
Zidane, un portrait du XXI <sup>ème</sup> siècle	Paramount Pictures France
Camping	Pathé Distribution
Incontrôlable	Pathé Distribution
La Maison du bonheur	Pathé Distribution
Mes copines	Pathé Distribution
Mon Colonel	Pathé Distribution
Renaissance	Pathé Distribution
Barakat!	Pierre Grise Distribution
De Particulier à particulier	Pierre Grise Distribution
Benares	Pyramide
Cabaret Paradis	Pyramide
Daratt saison sèche	Pyramide
Je m'appelle Elisabeth	Pyramide
J'invente rien	Pyramide
La Trahison	Pyramide
L'Intouchable	Pyramide
Qui de nous deux?	Pyramide
Qui m'aime me suive	Pyramide
Toi et Moi	Pyramide
Transylvania	Pyramide
Un ami parfait	Pyramide

### Films d'initiative française de l'échantillon 2006 (3/4)

Titre	Distributeur
Dans la peau de Jacques Chirac	Rézo Films
Je pense à vous	Rézo Films
La Fille du juge	Rézo Films
Les Anges exterminateurs	Rézo Films
Les Fragments d'Antonin	Rézo Films
Pour aller au ciel, il faut mourir	Rézo Films
Un printemps à Paris	Rézo Films
Ca brûle	Shellac
Camping sauvage	Shellac
Changement d'adresse	Shellac
El Cantor	Shellac
Secteur 545	Shellac
The Passenger	Shellac
Astérix et les Vikings	SND
Hell	SND
La Jungle	SND
Nos jours heureux	SND
Pardonnez-moi	SND
Itinéraires	Société Ciné Classic
Le Plafond de verre	Société Ciné Classic
Animal	Studiocanal
Avida	Studiocanal
Cœurs	Studiocanal
Du jour au lendemain	Studiocanal
Fauteuils d'orchestre	Studiocanal
Franklin et le trésor du lac	Studiocanal
Ils	Studiocanal
Indigènes	Studiocanal
Je vais bien, ne t'en fais pas	Studiocanal
Jean-Philippe	Studiocanal
La Californie	Studiocanal
Le Grand Appartement	Studiocanal
Le Passager de l'été	Studiocanal
Le Sheitan	Studiocanal
L'Ecole pour tous	Studiocanal
Madame Irma	Studiocanal
Prête-moi ta main	Studiocanal
Quatre étoiles	Studiocanal
Selon Charlie	Studiocanal
Barrage	Tadrart Films
Flandres	Tadrart Films
Fair Play	TF1 International
Hors de prix	TF1 International
La Citadelle assiégée	TF1 International
Le Grand Meaulnes	TF1 International
Le Temps des porte-plumes	TF1 International
Les Aristos	TF1 International
Les Brigades du Tigre	TF1 International
On va s'aimer	TF1 International
Poltergay	TF1 International

### Films d'initiative française de l'échantillon 2006 (4/4)

Titre	Distributeur
Enfermés dehors	UGC Distribution
Le Concile de pierre	UGC Distribution
Le Héros de la famille	UGC Distribution
Toute la beauté du monde	UGC Distribution
L'Entente cordiale	Warner Bros.
Les Bronzés 3 - amis pour la vie	Warner Bros.
Exès	Wild Bunch Distribution
L'Homme de sa vie	Wild Bunch Distribution
Mauvaise foi	Wild Bunch Distribution
Mon meilleur ami	Wild Bunch Distribution
Président	Wild Bunch Distribution
Beur, Blanc, Rouge	Zelig Films
Quand les anges s'en mêlent	Zelig Films
Un an	Zelig Films

### Films d'initiative française de l'échantillon 2007 (1/4)

Titre	Distributeur
Rue Santa Fe	Ad Vitam
Le Dernier des fous	Ad Vitam
L'année suivante	Ad Vitam
Substitute	Ad Vitam
La Consultation	Ad Vitam
Ecorchés	Alexart Films
Morituri	Armor Films
Le Deuxième Souffle	Arp Sélection
Si c'était lui...	Arp Sélection
Boarding Gate	Arp Sélection
Cherche fiancé tous frais payés	Arp Sélection
l'île aux trésors	Bac Films
La Chambre des morts	Bac Films
Scorpion	Bac Films
Les Chansons d'amour	Bac Films
Caramel	Bac Films
Fragile(s)	Bac Films
J'attends quelqu'un	Bac Films
Eden Log	Bac Films
Nuage	Bodega Films
Le Renard et l'Enfant	Buena Vista International
Le Premier Cri	Buena Vista International
Le Brahmane du Komintern	Capricci Films
L'avenir est ailleurs	Cinéma Public Films
Les Liens	Cineteve
New Délire	Cineteve
En souvenir de nous	Colifilms Diffusion
Nos retrouvailles	CTV International
Persepolis	Diaphana Distribution
Les Toits de Paris	Diaphana Distribution
La Maison	Diaphana Distribution
Anna M	Diaphana Distribution
Héros fragiles	Editions Montparnasse
Le Rideau de sucre	Epicentre Films

### Films d'initiative française de l'échantillon 2007 (2/4)

Titre	Distributeur
Si j'étais toi	EuropaCorp Distribution
Michou d'Auber	EuropaCorp Distribution
Taxi 4	EuropaCorp Distribution
L'Invité	EuropaCorp Distribution
Le Dernier Gang	EuropaCorp Distribution
Le Blues de l'Orient	Eurozoom
Le Petit Peintre du Rajasthan	Eurozoom
Au-delà de la haine	Eurozoom
Les Deux Mondes	Gaumont
3 amis	Gaumont
Regarde-moi (Ain't Scared)	Gaumont
Chrysalis	Gaumont
Pars vite et reviens tard	Gaumont
Vent mauvais	Gaumont
Big City	Gaumont
Darling	Gaumont
L'étrangère	Gémini Films
Très bien merci	Gémini Films
Suzanne	Gémini Films
Tehilim	Haut et Court Distribution
Sans moi	Haut et Court Distribution
La Vie d'artiste	Haut et Court Distribution
Naissance des pieuvres	Haut et Court Distribution
L'Homme qui rêvait d'un enfant	Haut et Court Distribution
Avant que j'oublie	ID Distribution
Ce que mes yeux ont vu	ID Distribution
Il a suffi que maman s'en aille	JML Productions
A l'intérieur	La Fabrique de films
J'ai (très) mal au travail	Les Acacias
Frozen Days	Les Acacias
Nos amis les Terriens	Les Films 13
Roman de gare	Les Films 13
Délice Paloma	Les Films du Losange
www What a Wonderful World	Les Films du Losange
Ne touchez pas la hache	Les Films du Losange
Le Fils de l'épicier	Les Films du Losange
L'avocat de la terreur	Les Films du Losange
Retour en Normandie	Les Films du Losange
Le Quatrième Morceau de la femme coupée en trois	Les Films du Paradoxe
Pas douce	Les Films du Paradoxe
Actrices	Mars Distribution
Vous êtes de la police ?	Memento Films Distribution
Paranoid Park	MK2
Requiem pour Billy the Kid	MK2
24 mesures	MK2
made in jamaica	MK2
Itchkeri Kenti, les fils de l'Itchkerie	MK2
Un homme perdu	MK2
By the Ways a Journey with William Eggleston	Noblesse Oblige Distribution
Les Femmes du Mont Ararat	Novociné
Microclimat	Paris Brest Productions

### Films d'initiative française de l'échantillon 2007 (3/4)

Titre	Distributeur
Tous à l'Ouest	Pathé Distribution
Le Scaphandre et le Papillon	Pathé Distribution
Cartouches gauloises	Pathé Distribution
Jacquou le Croquant	Pathé Distribution
Le Cœur des hommes 2	Pathé Distribution
99 Francs	Pathé Distribution
La Graine et le Mulet	Pathé Distribution
Contre-enquête	Pathé Distribution
Ensemble c'est tout	Pathé Distribution
Odette Toulemonde	Pathé Distribution
Les LIP, l'imagination au pouvoir	Pierre Grise Distribution
Les Petites Vacances	Pierre Grise Distribution
Tête d'or	Pierre Grise Distribution
Kings of the World	Pierre Grise Distribution
Jour après jour	Pierre Grise Distribution
Lagerfeld confidentiel	Pretty Pictures
La vie est une goutte suspendue	Promenades Films
On dirait que	Pyramide
Chacun son cinéma	Pyramide
Le Candidat	Pyramide
Dans les cordes	Pyramide
Sept ans	Pyramide
Tout est pardonné	Pyramide
Boxes	Pyramide
Les Ambitieux	Pyramide
2 Days in Paris	Rézo Films
Et toi t'es sur qui?	Rézo Films
La Reine soleil	Rézo Films
Sego et Sarko sont dans un bateau	Rézo Films
Les Amours d'Astrée et Céladon	Rézo Films
La Vérité ou presque	Rézo Films
Comme ton père	Rézo Films
13m <sup>2</sup>	Rézo Films
Deux Vies plus une	Rézo Films
Jean de la Fontaine	Rézo Films
empre Vivu ! qui a dit que nous étions morts ?	Shellac
La Commune (Paris, 1871)	Shellac
Héros	Shellac
La France	Shellac
Les âmes errantes	Shellac
Volem rien foutre al pais	Shellac
La Disparue de Deauville	SND
L'Ennemi intime	SND
Gomez contre Tavares	SND
Tel père, telle fille	SND
Je déteste les enfants des autres	SND
La Clef	SND
La Part animale	Solaris Distribution
American Vertigo	Sophie Dulac Distribution
La Question humaine	Sophie Dulac Distribution

### Films d'initiative française de l'échantillon 2007 (4/4)

Titre	Distributeur
Ma place au soleil	Studiocanal
Truands	Studiocanal
Hellphone	Studiocanal
Ma vie n'est pas une comédie romantique	Studiocanal
Je crois que je l'aime	Studiocanal
Sa Majesté Minor	Studiocanal
Steak	Studiocanal
Mon fils a moi	Studiocanal
Dialogue avec mon jardinier	Studiocanal
Deux qui restent	Studiocanal
L'heure zéro	Studiocanal
Une vieille maitresse	Studiocanal
Charly	Tamasa Distribution
Entre adultes	TF1 International
La Môme	TF1 International
Demandez la permission aux enfants	TF1 International
Un baiser s'il vous plait	TF1 International
Les Animaux amoureux	TF1 International
UV	TF1 International
Zone Libre	TF1 International
13 French Street	TNVOo
Après lui	Twentieth Century Fox
Faut que ça danse	UGC Distribution
Les Témoins	UGC Distribution
J'veux pas que tu t'en ailles	UGC Distribution
La Tête de maman	UGC Distribution
Cowboy	UGC Distribution
L'âge d'homme maintenant ou jamais	UGC Distribution
Un secret	UGC Distribution
L'Auberge rouge	Warner Bros
Détrompez-vous	Wild Bunch Distribution
Angel	Wild Bunch Distribution
Pur week-end	Wild Bunch Distribution
La Face cachée	Wild Bunch Distribution
Le Prix à payer	Wild Bunch Distribution
Le Serpent	Wild Bunch Distribution
Molière	Wild Bunch Distribution
Danse avec lui	Wild Bunch Distribution
La Fille coupée en deux	Wild Bunch Distribution
Mon meilleur ennemi	Wild Bunch Distribution
Ecoute le temps	Zélig Films Distribution
Le Cercle des noyés	Zeugma Films
C'est Gravidia qui vous appelle	Zootrope Films

## ANNEXE 2 – TABLEAUX SUPPLEMENTAIRES

## ➤ Structure des coûts de distribution en selon le nombre de copies

## Coûts de distribution des films selon le nombre de copies en 2004

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	31	34	20	27	31	26	169
frais d'édition	<b>1,62</b>	<b>4,63</b>	<b>5,62</b>	<b>13,63</b>	<b>30,02</b>	<b>52,97</b>	<b>108,49</b>
frais de laboratoire	0,57	1,48	1,84	4,69	10,19	16,45	35,22
achats d'espaces	0,37	1,7	2,2	6,48	13,24	24,63	48,62
matériel publicitaire	0,14	0,44	0,54	0,88	1,69	4,61	8,30
frais divers (presse,...)	0,54	1,01	1,04	1,56	4,9	7,27	16,32
<b>Structure (%)</b>							
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,00	100,00
frais de laboratoire	35,2	32,0	32,7	34,4	33,9	31,1	32,5
achats d'espaces	22,8	36,7	39,2	47,5	44,1	46,5	44,8
matériel publicitaire	8,6	9,5	9,6	6,5	5,6	8,7	7,7
frais divers (presse,...)	33,3	21,8	18,5	11,5	16,3	13,7	15,0
<b>Moyennes (K€)</b>							
nombre moyen de copies	5	27	76	150	301	549	179
frais d'édition	<b>52,30</b>	<b>136,17</b>	<b>281,24</b>	<b>504,67</b>	<b>968,48</b>	<b>2 037,17</b>	<b>641,96</b>
frais de laboratoire	18,47	43,50	92,02	173,88	328,64	632,73	208,44
achats d'espaces	11,94	49,96	110,16	240,13	427,24	947,38	287,76
matériel publicitaire	4,58	13,06	26,94	32,74	54,51	177,39	49,18
frais divers (presse,...)	17,32	29,65	52,11	57,92	158,09	279,67	96,59

## Coûts de distribution des films selon le nombre de copies en 2005

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	19	31	16	28	32	24	150
frais d'édition	<b>1,06</b>	<b>3,57</b>	<b>3,99</b>	<b>14,83</b>	<b>29,51</b>	<b>47,53</b>	<b>100,49</b>
frais de laboratoire	0,40	1,26	1,28	4,49	9,62	14,52	31,57
achats d'espaces	0,17	1,13	1,49	7,0	13,25	22,35	45,39
matériel publicitaire	0,19	0,38	0,34	1,27	2,73	3,32	8,23
frais divers (presse,...)	0,30	0,80	0,88	2,07	3,91	7,34	15,30
<b>Structure (%)</b>							
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
frais de laboratoire	37,7	35,3	32,1	30,3	32,6	30,6	31,4
achats d'espaces	16,0	31,7	37,3	47,2	44,9	47,0	45,2
matériel publicitaire	17,9	10,6	8,5	8,6	9,3	7,0	8,2
frais divers (presse,...)	28,3	22,4	22,1	14,0	13,3	15,4	15,2
<b>Moyennes (K€)</b>							
nombre moyen de copies	6	24	69	140	278	513	181
frais d'édition	<b>55,49</b>	<b>115,11</b>	<b>248,81</b>	<b>529,72</b>	<b>922,16</b>	<b>1 980,97</b>	<b>669,92</b>
frais de laboratoire	21,00	40,70	79,77	160,32	300,54	605,45	210,50
achats d'espaces	9,03	36,55	92,84	250,01	413,93	931,33	302,59
matériel publicitaire	9,81	12,15	21,15	45,47	85,46	138,39	54,87
frais divers (presse,...)	15,64	25,72	55,06	73,91	122,23	305,80	101,97

**Coûts de distribution des films selon le nombre de copies en 2006**

	0-10	10-50	50-100	100-200	200-400	>400	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	14	32	28	26	34	25	<b>159</b>
frais d'édition	<b>0,72</b>	<b>3,69</b>	<b>8,26</b>	<b>15,09</b>	<b>35,88</b>	<b>50,85</b>	<b>114,49</b>
frais de laboratoire	0,20	1,35	2,52	4,58	11,38	15,38	<b>35,41</b>
achats d'espaces	0,10	1,14	3,61	6,33	16,36	22,59	<b>50,13</b>
matériel publicitaire	0,13	0,37	0,69	1,66	3,09	5,88	<b>11,82</b>
frais divers (presse,...)	0,29	0,82	1,44	2,52	5,05	7,00	<b>17,12</b>
<b>Structure (%)</b>							
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	<b>100,0</b>
frais de laboratoire	27,8	36,6	30,5	30,3	31,7	30,3	<b>30,9</b>
achats d'espaces	13,9	30,9	43,7	42,0	45,6	44,3	<b>43,8</b>
matériel publicitaire	18,1	10,0	8,4	11,0	8,6	11,6	<b>10,3</b>
frais divers (presse,...)	40,3	22,2	17,4	16,7	14,1	13,8	<b>15,0</b>
<b>Moyennes (K€)</b>							
nombre moyen de copies	6	24	74	156	292	536	<b>191</b>
frais d'édition	51,56	115,26	295,09	580,28	1055,15	2034,08	<b>720,04</b>
frais de laboratoire	14,36	42,06	90,03	176,32	334,73	615,24	<b>222,73</b>
achats d'espaces	7,35	35,75	128,90	243,41	480,95	903,68	<b>315,28</b>
matériel publicitaire	9,06	11,71	24,63	63,73	90,84	235,37	<b>74,35</b>
frais divers (presse,...)	20,80	25,74	51,54	96,82	148,62	279,79	<b>107,70</b>

➤ **Structure des coûts de distribution selon le coût de production**

**Coûts de distribution des films selon le coût de production en 2004**

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	29	41	22	39	17	12	<b>160</b>
Nombre de copies	348	2 361	2 149	10 596	7 040	6 737	<b>29 231</b>
Coûts définitifs	17,79	77,10	78,81	235,49	195,07	319,31	<b>923,56</b>
Frais d'édition	<b>2,30</b>	<b>8,79</b>	<b>6,48</b>	<b>34,21</b>	<b>25,21</b>	<b>25,66</b>	<b>102,64</b>
frais de laboratoire	0,85	2,96	2,25	11,31	8,11	7,96	<b>33,44</b>
achats d'espaces	0,59	3,63	2,99	15,57	11,97	11,63	<b>46,38</b>
matériel publicitaire	0,21	0,66	0,42	2,09	1,57	2,22	<b>7,17</b>
frais divers (presse,...)	0,65	1,55	0,81	5,24	3,56	3,85	<b>15,66</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>12,9</b>	<b>11,4</b>	<b>8,2</b>	<b>14,5</b>	<b>12,9</b>	<b>8,0</b>	<b>11,1</b>
frais de laboratoire	4,8	3,8	2,9	4,8	4,2	2,5	<b>3,6</b>
achats d'espaces	3,3	4,7	3,8	6,6	6,1	3,6	<b>5,0</b>
matériel publicitaire	1,2	0,9	0,5	0,9	0,8	0,7	<b>0,8</b>
frais divers (presse,...)	3,7	2,0	1,0	2,2	1,8	1,2	<b>1,7</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	12	58	98	272	414	561	<b>183</b>
Coût définitif (M€)	0,61	1,88	3,58	6,04	11,47	26,61	<b>5,77</b>
Frais d'édition (K€)	<b>79,2</b>	<b>214,4</b>	<b>294,4</b>	<b>877,1</b>	<b>1 483,1</b>	<b>2 138,5</b>	<b>641,5</b>

**Coûts de distribution des films selon le coût de production en 2005**

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	26	28	31	33	19	10	<b>147</b>
Nombre de copies	388	1 817	4 139	7 384	8 074	5 148	<b>26 950</b>
Coûts définitifs	16,53	53,18	117,03	193,15	208,67	251,57	<b>840,15</b>
Frais d'édition	<b>2,17</b>	<b>6,63</b>	<b>14,08</b>	<b>24,16</b>	<b>28,95</b>	<b>23,76</b>	<b>99,75</b>
frais de laboratoire	0,87	2,03	4,47	8,19	8,83	6,91	<b>31,30</b>
achats d'espaces	0,59	2,72	6,18	10,26	14,14	11,19	<b>45,07</b>
matériel publicitaire	0,26	0,69	1,38	2,32	2,00	1,53	<b>8,18</b>
frais divers (presse,...)	0,46	1,19	2,05	3,39	3,98	4,13	<b>15,20</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>13,1</b>	<b>12,5</b>	<b>12,0</b>	<b>12,5</b>	<b>13,9</b>	<b>9,4</b>	<b>11,9</b>
frais de laboratoire	5,3	3,8	3,8	4,2	4,2	2,7	<b>3,7</b>
achats d'espaces	3,6	5,1	5,3	5,3	6,8	4,4	<b>5,4</b>
matériel publicitaire	1,5	1,3	1,2	1,2	1,0	0,6	<b>1,0</b>
frais divers (presse,...)	2,8	2,2	1,7	1,8	1,9	1,6	<b>1,8</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	15	65	134	224	425	515	<b>183</b>
Coût définitif (M€)	0,64	1,90	3,78	5,85	10,98	25,16	<b>5,72</b>
Frais d'édition (K€)	<b>83,5</b>	<b>236,9</b>	<b>454,2</b>	<b>732,0</b>	<b>1 523,9</b>	<b>2 376,0</b>	<b>678,6</b>

**Coûts de distribution des films selon le coût de production en 2006**

	<1 M€	1-2,5 M€	2,5-4 M€	4-7 M€	7-15 M€	>15 M€	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>							
Nombre de films	24	41	23	29	24	7	<b>148</b>
Nombre de copies	509	2 845	3 489	7 898	10 212	4 321	<b>29 274</b>
Coûts définitifs	15,77	78,47	86,26	183,19	289,78	206,27	<b>859,75</b>
Frais d'édition	<b>2,17</b>	<b>10,63</b>	<b>13,37</b>	<b>28,04</b>	<b>38,40</b>	<b>17,60</b>	<b>110,21</b>
frais de laboratoire	0,72	3,59	4,02	8,78	12,03	4,94	<b>34,07</b>
achats d'espaces	0,61	4,30	5,91	12,46	17,01	7,93	<b>48,22</b>
matériel publicitaire	0,26	1,09	1,25	2,37	3,96	2,59	<b>11,52</b>
frais divers (presse,...)	0,58	1,65	2,19	4,44	5,39	2,14	<b>16,39</b>
<b>Part dans le coût définitif (%)</b>							
Frais d'édition	<b>13,8</b>	<b>13,5</b>	<b>15,5</b>	<b>15,3</b>	<b>13,2</b>	<b>8,5</b>	<b>12,8</b>
frais de laboratoire	4,6	4,6	4,7	4,8	4,2	2,4	<b>4,0</b>
achats d'espaces	3,9	5,5	6,9	6,8	5,9	3,8	<b>5,6</b>
matériel publicitaire	1,6	1,4	1,4	1,3	1,4	1,3	<b>1,3</b>
frais divers (presse,...)	3,7	2,1	2,5	2,4	1,9	1,0	<b>1,9</b>
<b>Moyennes</b>							
Copies moyennes	21	69	152	272	426	617	<b>198</b>
Coût définitif (M€)	0,66	1,91	3,75	6,32	12,07	29,47	<b>5,81</b>
Frais d'édition (K€)	<b>90,5</b>	<b>259,2</b>	<b>581,3</b>	<b>966,9</b>	<b>1 599,8</b>	<b>2 515,0</b>	<b>744,6</b>

➤ Structure des coûts de distribution selon le nombre d'entrées réalisées

Coûts de distribution des films selon le nombre d'entrées réalisées en 2004

	<50 000	50 000- 150 000	150 000- 300 000	300 000- 500 000	500 000- 700 000	700 000- 1 million	1 million- 3 millions	> 3 millions	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>									
Nombre de films	74	18	19	24	7	9	14	4	169
Nombre de copies	2 057	2 114	4 013	6 605	1 699	3 570	7 464	2 703	30 225
frais d'édition	<b>9,41</b>	<b>7,26</b>	<b>12,90</b>	<b>20,24</b>	<b>5,62</b>	<b>14,92</b>	<b>26,60</b>	<b>11,53</b>	<b>108,49</b>
frais de laboratoire	2,99	2,56	4,46	6,68	2,00	4,29	8,65	3,59	35,23
achats d'espaces	3,55	3,11	5,78	9,63	2,12	7,61	12,04	4,78	48,63
matériel publicitaire	0,89	0,63	0,84	0,84	0,29	0,82	2,76	1,24	8,31
frais divers (presse,...)	1,99	0,96	1,82	3,08	1,22	2,19	3,14	1,92	16,32
<b>Structure (%)</b>									
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
frais de laboratoire	31,7	35,2	34,6	33,0	35,6	28,8	32,5	31,1	32,5
achats d'espaces	37,7	42,8	44,8	47,6	37,7	51,0	45,3	41,5	44,8
matériel publicitaire	9,5	8,7	6,5	4,2	5,1	5,5	10,4	10,7	7,7
frais divers (presse,...)	21,1	13,3	14,1	15,2	21,6	14,7	11,8	16,7	15,1
<b>Moyennes (K€)</b>									
nombre moyen de copies	28	117	211	275	243	397	533	676	179
frais d'édition	<b>127,23</b>	<b>403,59</b>	<b>678,98</b>	<b>843,18</b>	<b>803,42</b>	<b>1 657,68</b>	<b>1 900,02</b>	<b>2 882,82</b>	<b>641,96</b>
frais de laboratoire	40,37	142,04	234,89	278,52	285,61	476,87	618,19	897,04	208,43
achats d'espaces	52,93	172,89	304,26	401,32	302,97	845,84	860,27	1 195,84	287,76
matériel publicitaire	13,09	37,16	52,47	38,38	41,18	91,48	212,14	308,86	49,17
frais divers (presse,...)	26,91	53,57	95,64	128,16	173,66	243,49	224,57	481,07	96,59

Coûts de distribution des films selon le nombre d'entrées réalisées en 2005

	<50 000	50 000- 150 000	150 000- 300 000	300 000- 500 000	500 000- 700 000	700 000- 1 million	1 million- 3 millions	> 3 millions	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>									
Nombre de films	60	26	17	11	10	11	14	1	150
Nombre de copies	1 862	3 294	3 810	2 826	3 054	4 811	6 814	622	27 093
frais d'édition	<b>8,38</b>	<b>10,66</b>	<b>12,41</b>	<b>9,87</b>	<b>9,92</b>	<b>20,35</b>	<b>27,02</b>	<b>1,87</b>	<b>100,49</b>
frais de laboratoire	2,78	3,70	4,05	3,12	3,16	5,99	7,91	0,87	31,57
achats d'espaces	2,76	4,45	5,86	4,62	4,97	9,62	12,56	0,55	45,39
matériel publicitaire	1,16	0,92	0,75	0,81	0,57	2,18	1,70	0,14	8,23
frais divers (presse,...)	1,68	1,59	1,75	1,32	1,22	2,56	4,85	0,31	15,30
<b>Structure (%)</b>									
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
frais de laboratoire	33,2	34,7	32,6	31,6	31,8	29,4	29,3	46,6	31,4
achats d'espaces	32,9	41,7	47,2	46,8	50,1	47,3	46,5	29,4	45,2
matériel publicitaire	13,9	8,7	6,1	8,2	5,7	10,7	6,3	7,2	8,2
frais divers (presse,...)	20,0	14,9	14,1	13,4	12,3	12,6	18,0	16,8	15,2
<b>Moyennes (K€)</b>									
nombre moyen de copies	31	127	224	257	305	437	487	622	181
frais d'édition	<b>139,67</b>	<b>410,18</b>	<b>730,18</b>	<b>897,27</b>	<b>992,17</b>	<b>1 850,17</b>	<b>1 929,64</b>	<b>1 871,05</b>	<b>669,92</b>
frais de laboratoire	46,37	142,35	238,20	283,51	315,51	544,31	564,88	872,23	210,50
achats d'espaces	45,94	171,22	344,69	419,77	497,25	874,86	896,92	549,88	302,59
matériel publicitaire	19,41	35,55	44,11	73,63	56,95	197,90	121,43	135,13	54,87
frais divers (presse,...)	27,96	61,06	103,17	120,36	122,47	233,10	346,41	313,81	101,97

Coûts de distribution des films selon le nombre d'entrées réalisées en 2006

	<50 000	50 000- 150 000	150 000- 300 000	300 000- 500 000	500 000- 700 000	700 000- 1 million	1 million- 3 millions	> 3 millions	Ensemble
<b>Totaux (M€)</b>									
Nombre de films	59	35	13	14	11	8	11	8	159
Nombre de copies	1 950	5 139	2 678	3 772	3 705	2 828	4 963	5 261	30 296
frais d'édition	<b>8,40</b>	<b>19,34</b>	<b>9,53</b>	<b>14,69</b>	<b>12,63</b>	<b>9,97</b>	<b>19,41</b>	<b>20,51</b>	<b>114,49</b>
frais de laboratoire	2,73	6,03	3,06	4,59	3,97	3,30	5,51	6,23	35,41
achats d'espaces	2,98	8,62	4,35	6,07	5,67	4,68	9,23	8,52	50,13
matériel publicitaire	0,91	2,03	0,83	1,48	1,03	0,66	1,78	3,10	11,82
frais divers (presse,...)	1,78	2,66	1,29	2,55	1,96	1,34	2,89	2,65	17,12
<b>Structure (%)</b>									
frais d'édition	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
frais de laboratoire	32,5	31,2	32,1	31,3	31,4	33,1	28,4	30,4	30,9
achats d'espaces	35,4	44,6	45,7	41,3	44,9	46,9	47,6	41,6	43,8
matériel publicitaire	10,9	10,5	8,7	10,1	8,1	6,6	9,2	15,1	10,3
frais divers (presse,...)	21,2	13,7	13,6	17,4	15,5	13,4	14,9	12,9	15,0
<b>Moyennes (K€)</b>									
nombre moyen de copies	33	147	206	269	337	354	451	658	191
frais d'édition	<b>142,38</b>	<b>552,50</b>	<b>733,25</b>	<b>1 049,35</b>	<b>1 148,09</b>	<b>1 246,69</b>	<b>1 764,67</b>	<b>2 563,99</b>	<b>720,04</b>
frais de laboratoire	46,21	172,20	235,04	327,87	360,97	412,51	501,32	778,69	222,73
achats d'espaces	54,15	246,40	334,83	433,76	515,46	584,50	839,18	1 065,55	315,28
matériel publicitaire	15,74	59,75	63,82	113,66	93,50	82,16	161,76	388,02	74,35
frais divers (presse,...)	30,23	75,87	99,56	182,17	178,15	167,52	262,41	331,72	107,69