

## 20.5 Audiovisuel

Avec 213 millions de billets de cinéma vendus en 2016 en France métropolitaine, les entrées payantes en salles progressent de 3,8 % par rapport à 2015. Il s'agit de la fréquentation la plus élevée depuis 2011. Pour la septième fois en dix ans, le seuil des 200 millions d'entrées est franchi, largement au-dessus du niveau moyen des dix dernières années. En 2016, les films français cumulent 75 millions d'entrées, soit 4,2 % de plus qu'en 2015. Les films américains enregistrent pour leur part 111 millions d'entrées et atteignent un nouveau record historique de fréquentation.

En 2016, le nombre d'établissements de cinéma actifs s'élève à 2 044, soit 11 de plus qu'en 2015. Le parc des salles actives en France est en augmentation à 5 842 salles. L'expansion du parc de multiplexes explique en partie les ouvertures de salles. Parmi les écrans actifs en 2016 figurent 103 circuits itinérants et trois écrans en plein air.

Le marché de la **vidéo à la demande (VàD)** en France s'inscrit dans une tendance à la hausse. Les ventes, en augmentation de 8,3 % par rapport à 2015, atteignent 344 millions d'euros (M€) en 2016. Le téléviseur reste le premier support de VàD devant l'ordinateur et la tablette.

Le marché de la vidéo physique représente 63,4 % du marché total de la vidéo. Il baisse de 5,6 points par rapport à 2015 au profit de la vidéo à la demande. La part de celle-ci passe ainsi de 31,0 % en 2015 à 36,6 % en 2016. La dépense des ménages en vidéo physique recule pour la sixième année consé-

cutive. En dix ans, les recettes du marché de la vidéo physique ont diminué de plus de moitié (- 60,2 %). Trois principaux facteurs peuvent expliquer le recul du marché : les changements d'usages de consommation de la vidéo (en télévision de rattrapage ou en vidéo à la demande), les baisses de prix pratiqués, particulièrement pour les nouveautés, et le piratage.

La consommation de **télévision de rattrapage (TVR)** enregistre une forte croissance. En 2016, 6,5 milliards de vidéos sont visionnées en TVR, contre 5,1 milliards en 2015. Les appareils mobiles supplantent la télévision en captant 38,9 % de la consommation de la télévision en ligne (qui inclut la TVR, les bonus et la consommation des chaînes en direct sur les autres supports que la télévision). Les recettes publicitaires constituent la principale source de revenus des services de TVR. En 2016, le chiffre d'affaires publicitaire de ces services, en progression de 16,7 %, atteint 105 M€. Il a été multiplié par 3,5 entre 2011 et 2016.

En 2016, le marché français de la musique enregistrée, marché physique et marché numérique, augmente de 5,0 %, à 570 M€ (y compris les droits voisins au chiffre d'affaires des producteurs). Le marché physique baisse légèrement (- 2,5 %), à 267 M€, et les ventes numériques progressent de 19,5 %. Avec 182 M€, elles franchissent le cap des 40 % du marché (41 %). Cette croissance est permise par la dynamique des revenus issus du **streaming**. Ils ont été multipliés par 2,7 en 3 ans. ■

### Définitions

**Chiffre d'affaires des éditeurs vidéo** : les dépenses des ménages en vidéo sont évaluées par l'institut GfK à partir des ventes réalisées dans les grandes surfaces alimentaires, les grandes surfaces spécialisées, la vente par correspondance et les ventes sur internet. Ces chiffres n'incluent pas les ventes en kiosques et dans les stations-services. Ils excluent également le segment de la location.

**Streaming** : lecture en continu sans téléchargement de musique ou de vidéo.

**Télévision de rattrapage (TVR)** : ou télévision à la demande, correspond à l'ensemble des services permettant de voir ou revoir des programmes après leur diffusion sur une chaîne de télévision, pendant une période déterminée, gratuitement ou sans supplément dans le cadre d'un abonnement.

**Disque Blu-ray, internet, vidéo à la demande (VàD)** : voir rubrique « Définitions » en annexes.

### Pour en savoir plus

- « L'économie de la production musicale », Snep, édition 2017.
- « Bilan 2016 », Centre national du cinéma et de l'image animée, mai 2017.
- « La production audiovisuelle aidée en 2016 », Centre national du cinéma et de l'image animée, avril 2017.

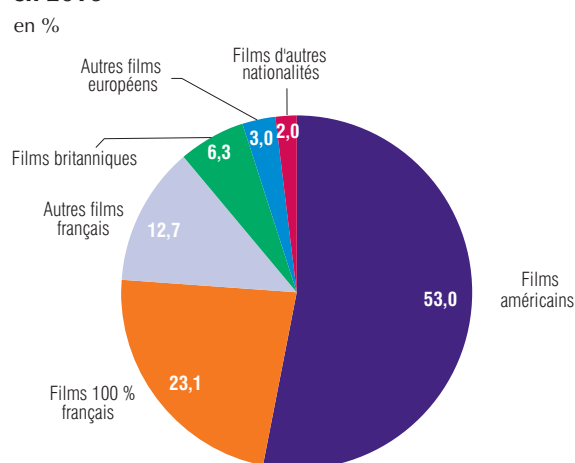
Retrouvez le TEF sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr) dans la collection « Insee Références »

## Production audiovisuelle aidée

	Volume		Devis	
	2016 en heures	16/15 en %	2016 en millions d'euros	16/15 en %
Animation	388	36,1	256,3	41,7
Documentaire	2 253	- 9,1	405,2	- 0,9
Fiction	897	20,6	778,9	21,9
Magazine	372	5,5	27,5	- 14,8
Spectacle vivant	954	- 11,8	117,0	- 6,6
<b>Total</b>	<b>4 864</b>	<b>- 1,6</b>	<b>1 584,9</b>	<b>14,3</b>

Source : CNC.

## Parts de marché selon la nationalité des films en 2016



Note : parts de marché établies sur le nombre des entrées.  
Source : CNC.

## Chiffre d'affaires des éditeurs vidéo en millions d'euros

	Vidéo à la demande <sup>1</sup>	Vente		
		Total	DVD	Blu-ray
2008	53,2	1 382,4	1 331,0	51,5
2009	97,1	1 384,4	1 277,0	107,3
2010	152,0	1 385,4	1 211,7	173,7
2011	219,5	1 222,9	1 018,2	204,7
2012	251,7	1 116,0	891,9	224,1
2013	239,8	929,1	723,9	205,2
2014	265,0	807,0	618,2	188,8
2015 (r)	317,6	707,5	536,8	170,7
2016	344,1	595,5	446,7	148,9

1. Sur les plates-formes généralistes.

Source : CNC.

## Marché de la musique

	2013	2014	2015 (r)	2016
<b>Ventes en volume (en millions d'équivalents ventes)<sup>1 2</sup></b>	<b>91,0</b>	<b>77,6</b>	<b>133,9</b>	<b>161,5</b>
Albums				
Vendus, téléchargés	48,5	43,4	39,5	35,9
Streamés <sup>1</sup>	...	...	7,1	11,5
Singles				
Vendus, téléchargés	40,7	32,5	26,2	20,2
Streamés <sup>1</sup>	...	...	60,0	93,0
Vidéos musicales	1,8	1,7	1,1	0,9
<b>Marché physique (en M€)<sup>3</sup></b>	<b>367,4</b>	<b>325,3</b>	<b>273,7</b>	<b>267,0</b>
<b>Marché numérique (en M€)</b>	<b>125,8</b>	<b>132,8</b>	<b>152,8</b>	<b>182,6</b>
Téléchargement internet	62,7	53,8	42,7	33,2
Sonneries, téléphonie mobile	9,0	6,9	5,3	5,8
Streaming et abonnements	54,1	72,1	104,8	143,6

1. Traditionnellement, la consommation de musique se mesure par le suivi des volumes vendus. Mais la consommation en *streaming* audio ne repose pas sur des ventes ; les volumes de *streams* sont alors convertis en « équivalents ventes ». Ceux-ci sont calculés en fonction du poids de *streaming* parmi l'ensemble des équivalents ventes du TOP global de l'année. 2. En 2013 et 2014, les ventes en volume n'incluent pas le *streaming*. 3. Ventes en gros H.T. nettes de remises.  
Source : Snep.

## Production et exploitation cinématographiques

	1990	1995	2000	2013	2014 (r)	2015 (r)	2016
<b>Production</b>							
Nombre de films agréés par le CNC	146	141	171	269	258	300	283
dont films d'initiative française	106	97	144	208	203	234	221
Investissements totaux (en millions d'euros)	501	548	803	1 254	994	1 224	1 389
dont investissements français	350	406	665	982	797	970	1 165
Devis médian des films d'initiative française (en millions d'euros)	2,4	3,2	3,2	2,5	2,8	3,1	2,8
<b>Exploitation</b>							
Nombre d'établissements	2 300	2 119	2 172	2 026	2 020	2 033	2 044
Nombre d'écrans actifs	4 518	4 377	5 142	5 588	5 647	5 741	5 842
Entrées (en millions)	122	130	166	194	209	205	213
Recettes totales guichets (en millions d'euros)	583	690	894	1 251	1 333	1 332	1 388
Part de marché des longs métrages français (en % des entrées)	37,4	35,2	28,5	33,8	44,4	35,7	35,8

Source : CNC.

## Panorama du cinéma dans quelques pays du monde en 2016

	Allemagne	Chine	Espagne	États-Unis	Italie	Japon	Royaume-Uni
Longs métrages produits <sup>1</sup>	256	944	254	510	199	610	129
Nombre d'écrans <sup>2</sup>	4 739	41 179	3 557	40 392	3 752	3 472	4 046
Recettes guichet (en millions de devises) <sup>3</sup>	1 023	6 600	602	11 400	689	236	1 228
Part du cinéma national (en % des entrées) <sup>4</sup>	22,7	58,3	18,5	...	28,7	63,1	34,9

1. Films nationaux à 100 % en Chine ; hors documentaires et productions de budget à < 1 M\$ aux États-Unis ; films japonais distribués au Japon. 2. Chiffres 2015 pour l'Italie et le Royaume-Uni. 3. Euros sauf Royaume-Uni (livres sterling), États-Unis et Chine (dollars US) et Japon (yens). 4. En termes de recettes aux États-Unis et au Royaume-Uni ; y c. les films produits à l'aide d'investissements américains pour le Royaume-Uni.

Note : États-Unis y c. Canada pour les entrées et les recettes.

Source : CNC.

## Avertissement

*Sauf mention contraire, les données nationales se réfèrent à la France métropolitaine et aux cinq départements d'outre-mer (sauf mention contraire Mayotte est inclus dans les données de la France).*

*Les données chiffrées sont parfois arrondies (selon les règles mathématiques). Le résultat arrondi d'une combinaison de données chiffrées (qui fait intervenir leurs valeurs réelles) peut se trouver légèrement différent de celui que donnerait la combinaison de leurs valeurs arrondies.*

*Les comparaisons internationales s'appuient en général sur les données issues d'organismes internationaux (Eurostat, ONU, etc.) qui peuvent diverger des sources produites par les instituts nationaux de statistiques, notamment pour l'Insee, pour les données françaises. En effet, ces organismes effectuent souvent des ajustements de champ ou de méthode, d'ampleur souvent réduite, afin de produire des données comparables d'un pays à l'autre.*

*Sauf précision contraire, les indicateurs relatifs à l'Union européenne (UE) figurant dans cet ouvrage portent sur l'UE à 28.*

## Signes conventionnels utilisés

///	Absence de résultat due à la nature des choses
...	Donnée non disponible
e	Donnée estimée
n.s.	Donnée non significative
p	Donnée provisoire
r	Donnée révisée par rapport à l'édition précédente
€	Euro
k	Millier
M	Million
Md	Milliard

# Les clés des Tableaux de l'économie française

Numéro du thème  
et de la double page

## 11.4 Prix à la consommation

Les mots en gras et  
en couleur sont  
définis plus bas ou  
dans la rubrique  
« Définitions »  
en annexes

Une présentation  
synthétique sur  
chaque double-  
page

Des définitions pour  
comprendre les concepts  
clés de la double page  
Toutes les définitions  
sont regroupées dans la  
rubrique « Définitions »  
en annexes

Des publications  
téléchargeables  
gratuitement pour  
approfondir le sujet  
Adresses des sites  
Internet à retrouver dans  
la rubrique « Adresses  
utiles » en annexes

Faible, voire négatif au premier semestre 2016, le taux d'inflation mesuré par la variation sur un an de l'**indice des prix à la consommation (IPC)** augmente progressivement au second semestre pour atteindre + 0,6 % fin 2016. Mesuré à partir de l'**indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH)**, il suit le même mouvement en France que dans l'ensemble de la zone euro. *A contrario*, l'indicateur d'**inflation sous-jacente**, qui exclut les composantes les plus volatiles de l'indice des prix à la consommation (énergie, produits frais et mesures fiscales), ralentit au cours de l'année passant de + 0,9 % en janvier 2016 à + 0,5 % fin 2016.

En moyenne sur l'année, les prix à la consommation augmentent légèrement entre 2015 et 2016 (+ 0,2 %), après une stabilité entre 2014 et 2015. Cette faible accélération reflète des mouvements différents selon les produits. Les prix de l'énergie et, dans une moindre mesure, des produits manufacturés reculent en moyenne moins qu'en 2015. Ceux des produits alimentaires accélèrent un peu. En revanche, le ralentissement des prix des services limite le regain d'inflation.

La baisse en moyenne des prix des produits pétroliers en 2016 cache une remontée progressive des prix au cours de l'année dans le sillage du cours du pétrole (+ 7,5 % sur un an fin 2016). Cette hausse est plus marquée pour les combustibles liquides (+ 14,1 % sur un an fin 2016) que pour les carburants (+ 8,7 % pour le gazole, + 3,6 % pour l'essence, fin 2016), du fait des écarts de

taxation sur ces produits. En revanche, les prix du gaz, qui répercutent avec retard les évolutions du pétrole, se contractent encore (- 2,2 % fin 2016). Les prix de l'électricité poursuivent leur hausse (+ 1,8 %).

En 2016, les prix des produits manufacturés baissent encore (- 0,5 % en moyenne, après - 0,9 % en 2015). Les prix des articles d'habillement et de chaussures se redressent légèrement (+ 0,2 %, après - 0,9 %). Le recul, moins prononcé qu'en 2015, des prix des produits de santé se poursuit. Enfin, les prix des autres produits manufacturés diminuent faiblement (- 0,1 % en moyenne en 2016, après - 0,3 % en 2015).

En 2016, les prix des produits alimentaires (y compris boissons non alcoolisées) augmentent en moyenne de 0,6 %, à peine plus vite qu'en 2015 (+ 0,5 %). Les prix des produits alimentaires hors produits frais rebondissent légèrement (+ 0,1 %, après - 0,2 % l'année précédente), tandis que ceux des produits frais ralentissent.

Les prix des services décélèrent en 2016 (+ 1,0 % en moyenne, après + 1,3 % en 2015), du fait principalement du repli des services de transport (- 1,5 %). Les prix des loyers, indexés sur les évolutions passées de l'inflation, ralentissent en 2016, comme chaque année depuis 2006, à l'exception de 2012. Les hausses des services de santé sont restées contenues. En revanche, les prix des services de communication accélèrent (+ 2,3 % en moyenne, après + 1,8 %). ■

### Définitions

**Indice des prix à la consommation (IPC)** : instrument de mesure de l'inflation. Il permet d'estimer, entre deux périodes données, la variation moyenne des prix des produits consommés par les ménages. C'est une mesure synthétique de l'évolution de prix des produits, à qualité constante. Il est publié chaque mois au *Journal Officiel*. L'indice des prix hors tabac sert à indexer de nombreux contrats privés, des pensions alimentaires, des rentes viagères et aussi à revaloriser le Smic. L'indice retenu pour le Smic est celui des « ménages du 1<sup>er</sup> quintile de la distribution des niveaux de vie, hors tabac ». Voir la suite de cette définition dans la rubrique « Définitions » en annexes.

**Indice des prix à la consommation harmonisé (IPCH), inflation, inflation sous-jacente** : voir rubrique « Définitions » en annexes.

### Pour en savoir plus

- « Une inflation modérée depuis le passage à l'euro », *Insee Focus* n° 87, mai 2017.
- « Indice des prix à la consommation – Moyennes annuelles 2016 », *Informations rapides* n° 9, Insee, janvier 2017.
- « 2016 – Les niveaux des prix ont varié quasiment du simple au triple parmi les États membres de l'UE », *communiqué de presse* n° 95, Eurostat, juin 2017.
- Séries chronologiques ([www.insee.fr](http://www.insee.fr)).

Retrouvez le TEF sur [www.insee.fr](http://www.insee.fr) dans la collection « Insee Références »

Une orientation vers le site [www.insee.fr](http://www.insee.fr) sur lequel vous trouverez l'ouvrage en ligne ainsi que les données mises à jour au fur et à mesure de leur disponibilité en attendant la prochaine édition papier

Titre de la double-page

## Prix à la consommation 11.4

### Évolution de l'indice des prix à la consommation par fonction de consommation en 2016

en %

Unité

Fonction de consommation	Pondération <sup>1</sup>			Évolution 16/15			
	2016	Moyenne annuelle	Glissement déc. à déc. <sup>2</sup>	2016	Moyenne annuelle	Glissement déc. à déc. <sup>2</sup>	
<b>Ensemble (y c. tabac)</b>	<b>10 000</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>				
<b>Ensemble (hors tabac)</b>	<b>9 805</b>	<b>0,2</b>	<b>0,6</b>				
Alimentation, boissons non alcoolisées	1 425	0,6	0,7	Transport	1 479	-1,0	1,8
Produits alimentaires	1 301	0,7	0,8	Achats de véhicules	363	-0,1	-0,8
Boissons non alcoolisées	124	-0,6	0,0	Utilisation de véhicules personnels	831	-1,2	3,2
Boissons alcoolisées et tabac	385	0,5	0,3	Services de transport	285	-1,5	0,9
Boissons alcoolisées	190	0,8	0,6	Communications	288	0,7	0,6
Tabac	195	0,1	0,1	Services postaux	16	3,8	3,8
Habillement et chaussures	429	0,2	0,0	Matériel de téléphonie et de télécopie	43	-9,2	-9,7
Habillement	340	0,5	0,1	Services de téléphonie et de télécopie	229	1,9	2,2
Chaussures y c. réparation	89	-1,0	-0,3	Loisirs et culture	897	1,0	-0,2
Logement, chauffage, éclairage	1 399	-0,1	1,1	Équipements audio-visuels, photo et informatiques	148	-2,7	-3,7
Loyers d'habitation	622	0,3	0,3	Autres biens durables (loisirs)	42	10,0	-1,9
Entretien et réparation courante du log.	174	1,1	1,3	Autres articles et équip. de loisirs	244	1,0	-0,3
Outillage pour la maison et le jardin	157	1,0	1,1	Services récréatifs et culturels	305	0,1	0,6
Chauffage, éclairage	446	-1,5	2,2	Presse, livres et papeterie	140	2,3	2,2
Meubles, équip. ménager, entretien maison	537	-0,1	-0,7	Voyages touristiques tout compris	18	10,4	3,5
Meubles, tapis, revêtements de sol	155	0,1	-1,0	Éducation	4	1,3	1,6
Articles de ménage en textile	38	1,0	0,9	Hôtellerie, cafés, restaurants	733	1,7	1,8
Appareils ménagers	89	-1,2	-1,9	Restauration et cafés	570	1,6	1,8
Verrerie, vaisselle, ustensiles de ménage	70	0,6	-0,3	Services d'hébergement	163	2,3	1,8
Outillage pour la maison et le jardin	52	0,3	-0,2	Autres biens et services	1 331	1,0	0,9
Entretien courant de l'habitation	133	-0,5	-0,4	Soins personnels	282	0,0	0,2
Santé	1 093	-1,2	-1,2	Effets personnels (non définis ailleurs)	116	1,5	1,7
Médicaments et produits pharmaceutiques	495	-2,9	-2,4	Protection sociale	482	2,1	0,9
Médecine non hospitalière	598	0,2	-0,2	Assurances	289	1,1	1,3
				Services financiers	38	2,4	2,7
				Autres services	124	0,3	0,3

Champ, source, notes de lecture, précisions sur les données en bas de chaque tableau ou graphique

1. Les pondérations de l'indice sont calculées chaque année à partir de la consommation des ménages au sens de la comptabilité nationale.

2. Évolution de l'indice de décembre 2016 par rapport à l'indice de décembre 2015.

Note : base 100 en 2015.

Champ : France hors Mayotte, ensemble des ménages.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.

### Quelques hausses et baisses de prix en 2016

glissement annuel de déc. à déc. en %

Hausses	16/15	Baisses	16/15
Combustibles liquides	+ 14,1	Matériel de téléphonie et de télécopie	- 9,7
Légumes frais, hors pommes de terre et autres tubercules	+ 11,7	Appareils d'enregistrement et de reproduction du son et de l'image	- 6,0
Gazole	+ 8,7	Ordinateurs personnels	- 5,4
Poissons frais	+ 6,5	Supports d'enregistrement	- 5,3
Service de téléphonie mobile	+ 6,2	Jeux et passe-temps	- 5,1
Services d'expédition de courrier	+ 5,2	Pneumatiques	- 4,9
Journaux	+ 5,0	Farines et autres céréales	- 4,4
Poissons et fruits de mer	+ 4,5	Appareils de transformation d'aliments	- 3,9
Centres de vacances, camping, auberges de jeunesse	+ 4,2	Produits pharmaceutiques	- 3,0
Transport aérien intérieur de passagers	+ 3,9	Appareils de cuisson	- 2,9

Note : évolution de l'indice de décembre 2016 par rapport à l'indice de décembre 2015.

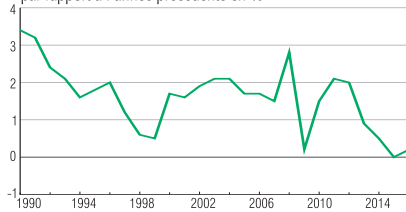
Champ : France hors Mayotte.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.

Des tableaux concernant la France y compris les DOM sauf indication contraire

### Évolution de l'indice des prix à la consommation de 1990 à 2016

par rapport à l'année précédente en %



Note : la variation annuelle de l'indice des prix à la consommation est l'évolution de l'indice moyen annuel. L'indice est la moyenne arithmétique des 12 indices mensuels.

Champ : France hors Mayotte.

Source : Insee, indice des prix à la consommation.

Des graphiques d'illustration

### Évolution des indices des prix à la consommation harmonisés dans la zone euro et dans l'UE en 2016

glissement annuel de déc. à déc. en %

	16/15	16/15	
Allemagne	1,7	Lettonie	2,1
Autriche	1,6	Lituanie	2,0
Belgique	2,2	Luxembourg	1,6
Chypre	0,1	Malte	1,0
Espagne	1,4	Pays-Bas	0,7
Estonie	2,4	Portugal	0,9
Finlande	1,1	Slovaquie	0,2
<b>France</b>	<b>0,8</b>	Slovénie	0,6
Grèce	0,3	<b>Zone euro</b>	<b>1,1</b>
Irlande	-0,2	<b>UE</b>	<b>1,2</b>
Italie	0,5		

Note : évolution de l'indice de décembre 2016 par rapport à l'indice de décembre 2015.

Source : Eurostat (extraction du 8 juin 2017).

Des données de cadrage européennes ou mondiales