

China Film

Le marché

✳ L'impact de la pandémie a été particulièrement important sur les salles de cinéma en Chine en 2022. De nombreuses villes ont été confinées à maintes reprises et pendant plusieurs semaines, en créant des stop and go localisés et en forçant les cinéma à fermer et à rouvrir selon les décisions des autorités. Les salles ouvertes devaient respecter une jauge allant de 50 % à 75 % de remplissage, et ce pendant toute l'année. Du 21 mars au 22 avril, plus de la moitié des cinémas du pays étaient fermés. La situation s'est améliorée pendant les vacances d'été, pour de nouveau se dégrader en octobre après la semaine de congés à l'occasion de la Fête nationale de la république populaire de Chine. Pendant la dernière semaine de novembre, seuls 60 % des cinémas étaient en activité. Après la réouverture du pays début décembre, les cinémas ouverts correspondaient à 85 % du parc total. L'autre facteur impactant sur le marché du cinéma en Chine en 2022 fut le congrès du Parti communiste chinois et la réélection du président, ce qui interrompit pendant plusieurs semaines les sorties de nouveaux films chinois et étrangers en salles, ainsi que le processus de censure des films locaux et importés

✳ Les recettes totales annuelles du marché chinois en 2022 sont de 4,2 Md€, soit une baisse de 31,5 % par rapport aux 6,2 Md€ de 2021, et qui représentent 54,4 % de la moyenne des années 2017-2019. Les entrées sont passées de 1,2 milliard en 2021 à 712 millions en 2022, ce qui correspond à 41,3 % de la moyenne des années 2017-2019. En revanche, le prix moyen du billet a augmenté annuellement, passant de 4,6 € en 2018 à 6 € en l'espace de cinq ans.

✳ En 2022, 326 films sont sortis en salle en Chine, soit moins de la moitié de l'offre de 2021 (697 films) et environ 200 titres de moins par rapport aux années d'avant la pandémie. Avec 270 films sortis, les productions nationales composent 82,8 % de l'offre globale et réalisent 84,9 % des recettes de l'année avec 8 films dans le top 10 de 2022. Le meilleur résultat revient à **The Battle at Lake Changjin II** (82,5 millions d'entrées), qui est la suite de **The Battle at Lake Changjin**, également en tête, en 2021. Seuls deux films américains accèdent au top 10 : **Jurassic World : Le Monde d'après** à la septième place (29,8 millions d'entrées) et **Avatar : La Voie de l'eau** à la dixième (17,7).

✳ En 2022, 34 films chinois ont franchi la barre des 13,3 M€ (100 M CNY) au box-office, et 6 films ont atteint 133 M€ (1 Md CNY) de recettes. 5 des 8 films chinois du top 10 sont sortis pendant les vacances du Nouvel An chinois et de la Fête nationale, périodes qui enregistrent traditionnellement la plus haute fréquentation des salles. Les 3 plus gros succès chinois de 2022, **The Battle at Lake Changjin II** (82,5 millions de spectateurs), **Moon Man** (74,6) et **Too Cool To Kill** (54,5) totalisent ensemble un tiers environ du box-office annuel. Parmi les films chinois sortis en France en 2022 on peut citer **Are You Lonesome Tonight?** (en VOD), film présenté en séance spéciale à Cannes en 2021, le film d'animation **White Snake** et la comédie romantique **I Remember**.

✳ Avec 1 545 nouveaux écrans en 2022, le nombre total d'écrans en Chine est de 77 302. La Chine reste ainsi le premier pays au monde en nombre de salles, même si sa croissance a ralenti par rapport aux années précédentes. Les cinémas sont principalement des multiplexes situés dans des centres commerciaux. 52 circuits d'exploitants sont recensés en 2022, et les 3 premiers concentrent 33,2 % des recettes totales du pays. Wanda coiffe la liste ayant généré 17,3 % du box-office

annuel, en augmentation de 1,8 % par rapport en 2021. Le premier cinéma de Chine est le Beijing Wanda Hoyts Cinema (Hopson One), où se sont rendus 357 000 spectateurs ayant généré plus de 3,5 M€ de recettes, un chiffre qui reste cependant bien moins important qu'en 2021.

✳ Un monopole de la distribution des films étrangers est alloué en Chine à trois structures publiques : China Film, Huaxia et Arthouse Alliance. China Film, qui détient les films importés les plus importants et à fort potentiel commercial, a distribué un total de 61 films étrangers avec des recettes cumulées de 30,3 M€, représentant 57,1 % des recettes totales des films importés en 2022. China Film a participé de près ou de loin à la sortie en salle de 387 films nationaux, avec des recettes cumulées de 2,5 Md€, soit 81,6 % des recettes totales des films nationaux. Le second distributeur en 2022 est Maoyan Weiyang, société privée de vente de billets en ligne, devenu depuis quelques années distributeur et producteur de films chinois.

Le cinéma français

✳ L'année 2022 est particulièrement difficile pour les films hexagonaux en Chine, avec seulement 2 films en exploitation sur grand écran, contre 7 en 2021 voire 11 en 2019. Le premier, **Mon inconnue**, inédit, a attiré plus de 280 000 spectateurs ; le deuxième, **Les Choristes**, est une ressortie. Initialement distribuée en 2004, la comédie a fait son retour en salle en version restaurée en décembre 2022, alors que le pays faisait face à sa plus importante vague de Covid-19. Bien que très populaire localement, le film n'a réuni que 210 000 cinéphiles. Le cinéma français a donc fédéré seulement 492 000 spectateurs en salle en Chine en 2022, soit une baisse de 78 % par rapport à 2021 et de 91 % par rapport à la moyenne de la période 2017-2019.

✳ Les 2 films tricolores sortis en 2022 sont tous deux sous bannière China Film. Il est à noter que, malgré son succès limité, **Mon inconnue** figure comme le cinquième film majoritaire de langue française le plus vu en Chine des cinq dernières années. La présence du cinéma français passe aussi par la présentation de nombreux titres dans les festivals internationaux, à l'image de ceux de Pékin, de Hainan, de Pingyao, et de la Route de la soie. Exceptionnellement, le Festival de Shanghai (seul festival en Chine accrédité par la Fédération internationale des associations des producteurs de films (FIAPF)) n'a pas eu lieu en 2022 du fait du confinement de la ville à partir de mars. En 2022, 2 films français ont remporté des prix au Festival de Pékin : le Prix du meilleur réalisateur a été attribué à Fabien Gorgeart pour **La Vraie Famille** et le Prix de la meilleure musique à **À plein temps** d'Éric Gravel. Le Festival de Hainan a, lui, décerné le Prix de la meilleure réalisation à Alice Diop pour **Saint Omer** et le Prix d'interprétation masculine à Karim Leklou pour **Goutte d'or**. Unifrance a organisé comme chaque année le Panorama du cinéma français qui s'est tenu dans plus de 10 villes, en partenariat avec les distributeurs locaux des films et de deux exploitants (Broadway et Lumière Pavilion). Le festival a présenté 8 films que le public a pu découvrir sous-titrés en chinois : **Adieu les cons** d'Albert Dupontel, **ADN** de Maïwenn, **Calamity** de Rémi Chayé, **France** de Bruno Dumont, **Gagarine** de Fanny Liatard et de Jérémy Trouilh, **Les Deux Alfred** de Bruno Podalydès, **Les Intranquilles** de Joachim Lafosse et **Petite maman** de Céline Sciamma. Léa Seydoux était l'effigie de la manifestation, tandis que le réalisateur chinois Lou Ye en était l'ambassadeur.

Les résultats des films français

Les productions agréées sont les films français ayant reçu l'agrément des investissements ou de production du CNC réparties en fonction de la participation financière française (majoritaire ou minoritaire) et de la langue parlée (EOF, en français, et non EOF, en langue étrangère). Les résultats des films de production minoritairement française dans le pays étranger de production majoritaire sont volontairement omis.

Les productions agréées majoritaires en langue française

Rg	Titre	Distributeur	Sortie	Entrées 2022	Recettes 2022 (€)	Salles	Cumul entrées**
1	Mon inconnue	China Film	14/04/22	281 553	1 292 923	-	
2	Les Choristes* (ressortie)	China Film	01/10/04	210 487	1 002 850	-	233 343
			Total	492 040	2 295 773		

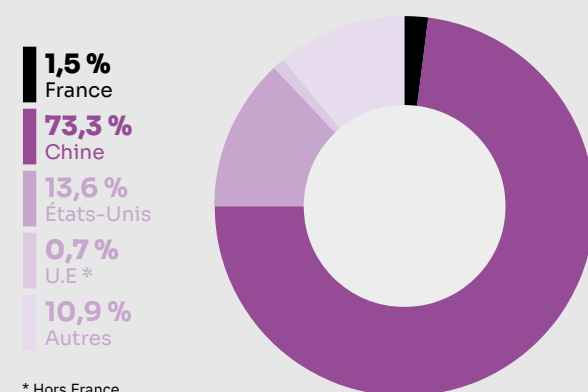
Bilan des résultats des films français (2022)

		Entrées	Recettes (€)
Total des films français (2022)		492 040	2 295 773
Évolution 2022/2021		-78,1 %	-78,3 %
Évolution langue française 2022/2021	35,8 %	Évolution majoritaires 2022/2021	867,4 %
Évolution langue étrangère 2022/2021	-	Évolution minoritaires 2022/2021	-

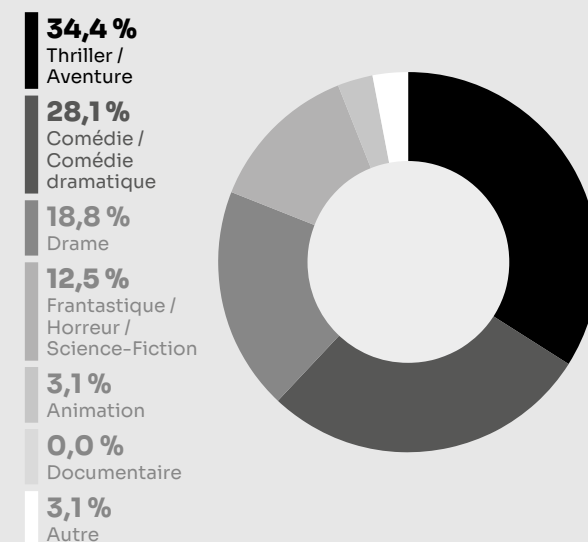
* Film encore en salle au 31/12/2022. – ** Cumul des entrées au 31/12/2022.

La vidéo à la demande

Part des films et unitaires selon la nationalité (2022)



Part des films et unitaires français selon le genre (2022)



2022

La place des films et unitaires français sur les plateformes de vidéo à la demande par abonnement (SVOD)*

1,5 %

de films et unitaires français sur les plateformes SVOD en Chine
dont 84 % de longs-métrages agréés

Part des films et unitaires français sur les plateformes (2022)

Tencent Video	1,8 %
Moyenne Chine	1,5 % de films et unitaires français
Youku	1,3 %

Le marché de la vidéo à la demande

En 2022, le marché chinois de la VOD reste dominé les plateformes des BAT (Baidu – iQiyi, Alibaba – Youku, Tencent – Tencent Video/WeTV). D'une manière générale, les grands groupes technologiques sont à la peine avec le ralentissement de l'économie lié à l'épidémie de Covid-19, dont les effets se font encore sentir en Chine.

La plateforme du groupe Tencent a perdu 2 millions d'abonnés en 2022 en raison d'une hausse des prix et de retards dans la livraison des programmes. Cependant, Tencent Video reste le leader du marché de la SVOD en Chine, avec 119 millions d'abonnés payants.

La plateforme iQiyi (Baidu) a également connu une forte croissance en atteignant les 110 millions d'abonnés fin 2022. Bien que son chiffre d'affaires ait diminué par rapport à l'année précédente, les pertes de la plateforme se sont réduites, générant même des bénéfices pour la première fois en 12 ans. iQiyi a réussi à attirer un public international grâce à ses productions chinoises et à sa stratégie de création d'un réseau d'audiences panasiatiques.

Pour Alibaba, l'année 2022 est décisive avec la scission du groupe en 6 entreprises distinctes, dont une dédiée au divertissement rassemblant Youku et Alibaba Pictures. Début 2022, Youku aurait enregistré une augmentation de 14 % de ses utilisateurs payants.

Côté régulation, le gouvernement chinois a inquiété les marchés en prenant des « participations privilégiées » dans des grandes entreprises de média. Le gouvernement a ainsi acquis 1 % de la filiale média d'Alibaba et des rumeurs évoquent une prise de contrôle étatique de Tencent.

Cette année est aussi marquée par une exportation accrue des productions originales chinoises à l'international. iQiyi affirme que la demande pour du contenu asiatique est en pleine croissance. La série originale de la plateforme **Why Try to Change Me Now** est ainsi devenue la première série chinoise à être sélectionnée pour la Berlinale Series. Malgré son interdiction en Chine, Netflix a annoncé la production de contenus en chinois destinés à Taiwan, Hong Kong et à la diaspora chinoise. De son côté, Tencent s'est associée à Rakuten Viki pour diffuser des séries dramatiques chinoises à l'international.