

Paris, le 20 janvier 2026

## Communiqué

### **Rendez-vous de la FNEF : les éditeurs de films prêts à livrer la bataille de l'attention**

La Fédération Nationale des Éditeurs de Films (FNEF) organisait ce mardi son Rendez-vous annuel au cinéma du Panthéon, en présence du Président du CNC. Réunissant les principaux acteurs de l'édition et de la distribution cinématographique, cette rencontre professionnelle a permis d'analyser les différents publics du cinéma, de décrypter les tendances du marché et de se projeter sur l'année 2026.

- **Bilan 2025 et perspectives 2026**

L'année 2025 (157 millions de tickets vendus) a été marquée par l'absence des succès populaires français exceptionnels qu'avait connu cinéma en 2024, et donc un retour à une part de marché des films nationaux à un niveau équivalent aux années pré-covid selon l'analyse présentée par Olivier Snanoudj (*Warner Bros. Discovery*) et Eric Marti (*Comscore Movies*). L'offre de films américains est restée par ailleurs réduite par rapport aux années pré-covid, et accentuée par l'étalement des sorties consécutive aux grèves à Hollywood. Les films art et essai, en revanche, ont atteint en 2025 leur plus haute part de marché depuis 2019.

**Signal positif d'un rebond qui s'amorce, 2025 s'est clôturée sur les deux plus hautes semaines de fréquentation** depuis décembre 2018. La fréquentation hebdomadaire a dépassé des scores pré-covid à 21 reprises en 2025.

Pour identifier les potentiels de croissance des années à venir, **une analyse fine des différents publics du cinéma** a été proposée par Sylvain Bethenod (*Institut Vertigo*) : **le cinéma touche toutes les tranches d'âges**, les éditeurs étant capables de s'adresser à tous les publics. On relève notamment qu'en 2025, le top 10 des succès de l'année a été porté par les moins de 25 ans. Plusieurs films art et essai ont également été en capacité d'attirer une part importante de jeune public et de réaliser des scores remarquables.

**L'année 2026 se présente comme une année forte** avec une offre riche de films, complémentaires les uns des autres, permettant au cinéma de continuer à s'adresser à tous les publics. Qu'il s'agisse de films français ou internationaux, tout est réuni pour faire de 2026 une excellente année de cinéma.

- **Les éditeurs de films prêts à livrer la bataille de l'attention**

La FNEF, par la voix de son président Victor Hadida (*Metropolitan FilmExport*), se projette positivement dans l'avenir, car le cinéma propose aux spectateurs **une expérience unique, collective, immersive et sociale**.

**L'apport essentiel de la distribution indépendante dans la découverte des talents** a été mise en lumière par les interventions de Laurence Gachet (*Paname*), Mathieu Robinet (*Tandem*) et Vladimir Kokh (*KMBO*) : ils ont rappelé que lorsque les éditeurs s'investissent dans un premier ou un second film, ils financent aussi le futur du cinéma et le renouvellement des imaginaires. Ils se donnent les moyens de conquérir de nouveaux spectateurs par de nouveaux récits.

Toutefois, dans la **bataille de l'attention** qui fait rage, les éditeurs-distributeurs de films doivent plus que jamais investir dans la communication et la promotion des films, et déployer des stratégies innovantes en partenariat avec les salles, afin de rendre les films attractifs et visibles. Ce défi a été analysé par Christophe Courtois (*SND*), puis illustré par Ariane Toscan du Plantier (*Gaumont*) et Thierry Lacaze (*StudioCanal*) à travers des cas pratiques mesurant l'évolution des coûts de sortie des films et l'ampleur des risques pris. Les deux sociétés ont ainsi illustré la montée en puissance des frais de marketing et le rôle central de la data pour s'adresser désormais au public.

- **Les priorités de la FNEF**

Le président de la FNEF a rappelé que l'éditeur de films était l'intervenant de la filière qui prenait le plus de risque dans cette économie de prototype, en exposant son capital en cas d'échec.

Dans ce contexte, la fédération plaide pour :

- **Intégrer les frais d'édition dans l'analyse du coût total d'un film et prendre en compte les frais de communication dans les dispositifs de crédit d'impôt ;**
- **Apporter une modification technique au décret SMAD, afin de prendre en compte, dans les obligations des diffuseurs, le soutien apporté à la distribution des films dans lesquels les plates-formes ont investi ;**
- **Mieux mobiliser la data, un chantier à mener avec les exploitants de salles ;**
- **Préserver les marchés secondaires pour équilibrer le modèle économique des éditeurs-distributeurs (ventes vidéo et cession de droits de diffusions audiovisuelles) ;**
- **Simplifier et accélérer les procédures de lutte contre le piratage ;**
- **Maintenir la place de la distribution cinématographique dans les dispositifs européens comme le programme AGORA EU.**

Contact – Hélène Herschel, Déléguée générale : [helene.herschel@fnef.fr](mailto:helene.herschel@fnef.fr)

Retrouvez l'action de la FNEF à l'adresse : [www.fnef.fr](http://www.fnef.fr)

Adhérents de la FNEF : ALFAMA FILMS, APOLLO FILMS, ARP SELECTION, ART HOUSE FILMS, ASC DISTRIBUTION, CINETEVÉ DISTRIBUTION, DISSIDENZ FILMS, DULAC DISTRIBUTION, EPICENTRE FILMS, EUROPACORP DISTRIBUTION, EUROZOOM, FILMS DU CENTRE ET DU LEON, FILMS SANS FRONTIÈRES, GAUMONT, GEBEKA, LES GRANDS FILMS CLASSIQUES, KMBO, METROPOLITAN FILMEXPORT, MOONLIGHT FILMS DISTRIBUTION, NOUR FILMS, PAN DISTRIBUTION, PANAME DISTRIBUTION, PARAMOUNT PICTURES FRANCE, PATHE FILMS, SAJE DISTRIBUTION, SND, SONY PICTURES ENTERTAINMENT FRANCE, STUDIOCANAL, TANDEM, STUDIO TF1, UGC DISTRIBUTION, UNIVERSAL PICTURES INTERNATIONAL, WARNER BROS DISCOVERY. Adhérents associés : ADAV, COLLECTIVISION, FACILITY EVENT, F.F.C.M., FILMS DISTRIBUTION, FRANCE VISION SERVICES, FRANCE TELEVISIONS DISTRIBUTION, GOLDEN FILM INTERNATIONAL, SONIS, SWANK FILMS DISTRIBUTION