

UNIFRANCE

Tous les accents de la créativité

BILAN 2022

Les courts-métrages et les œuvres immersives français à l'export et dans les festivals à l'international



édito

Le court-métrage français circule, est vu et apprécié dans le monde entier – c'est un fait indéniable que cette étude confirme cette année encore. Avec plus de 1 400 titres vendus à près de 800 acheteurs, les films courts ont une vie commerciale concrète et touchent le cœur des spectateurs étrangers sur de multiples écrans. Le circuit festivalier est de loin le premier « acheteur » en nombre de titres pour des diffusions sur grand écran, mais les revenus sont majoritairement générés par deux types de diffusion : les acquisitions TV et, depuis quelques années, la vidéo à la demande. Ces marchés évoluent constamment, les modes de diffusion se diversifient et, quand certains s'éteignent, d'autres peuvent apparaître – l'adaptation de la structure des revenus en est d'ailleurs le reflet. Mais, comme le long-métrage, le court-métrage a plusieurs vies et sait, du grand aux petits écrans, trouver un public habitué ou quelquefois néophyte. Ce qu'Unifrance constate, à travers son travail quotidien avec les festivals du monde entier, mais aussi en ligne avec MyFrenchFilmFestival et les nombreuses plateformes partenaires. Même appétence observée au travers de MyFrenchShorts, opération numérique d'Unifrance qui permet, chaque mois, de diffuser et de valoriser en profondeur un film court pendant 6 mois auprès de nos publics étrangers.

Au-delà des résultats, ce sont des cinéastes en devenir que l'écosystème du court-métrage révèle chaque année. Les courts-métrages animés traduisent au premier chef la grande vitalité du genre de sa diversité, de ses talents dans toutes les techniques, qui fait le lit de la production cinématographique et audiovisuelle française, et même internationale. Les films de fiction révèlent les auteurs et les visages qui seront ceux des longs-métrages (et/ou des séries) de demain. Quant au documentaire, genre minoritaire par l'ampleur de sa circulation, il tire chaque année son épingle du jeu avec quelques titres phares. Ces films gagnent des prix (plus de 200 en 2022), notamment le Lion d'Or à Venise l'an dernier, la Palme à Cannes et un nouveau Lion d'Or à Venise cette année.

La création immersive, autre format court dont cette étude évalue assez largement les résultats à l'étranger depuis 5 ans désormais, n'est pas en reste avec des chiffres qui se maintiennent à un haut niveau et une reconnaissance inégalée dans les festivals du monde entier.

Nul doute que ces auteur.trice.s, que les publics des festivals du monde entier, notamment Clermont-Ferrand, sont les premiers à découvrir et célébrer, seront les réalisateurs et réalisatrices de demain. Que cette étude, à sa mesure, permette de les reconnaître dans leur exposition internationale, serait une gageure. Merci aux 358 sociétés, et en particulier aux distributeurs, qui ont contribué à cette analyse et, par leur travail d'experts passionnés, à ces beaux résultats 2022.

Axel Scoffier
Secrétaire général



Sommaire

1

L'exportation des courts-métrages français en 2022

4/19

Les grands indicateurs	6-7
Introduction.....	8
Les courts-métrages français les plus exportés.....	9
Les résultats de l'exportation des courts-métrages français	10-19
(Analyse selon : le chiffre d'affaires, le nombre de ventes, le prix moyen de vente, le nombre de films, la durée, le genre, l'année de production, la langue, le type d'acheteur, le type de droit cédé, la zone géographique, le pays, l'acheteur et le territoire cédé)	

2

L'exportation des œuvres immersives françaises en 2022

20/33

Les grands indicateurs	22-23
Introduction.....	24
Les œuvres immersives françaises les plus exportées.....	25
Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises	26-33
(Analyse selon : le chiffre d'affaires, le nombre de ventes, le prix moyen de vente, le nombre d'œuvres, le genre, l'année de production, la langue, le type d'acheteur, la zone géographique, le pays, l'acheteur et le territoire cédé)	

3

Les courts-métrages et les œuvres immersives français dans les festivals à l'international en 2022

34/39

Les grands indicateurs	36
Analyse	37
Le palmarès de 2022	38-39

Réalisation

40

1

**L'exportation
des courts-
métrages
français en 2022**

Les grands indicateurs

de l'exportation des courts-métrages français en 2022

3 375

Ventes



841 599 €

Chiffre d'affaires



1 400

Titres vendus



400+

Sociétés de production françaises
réalisant des ventes



785

Acheteurs



Disney+

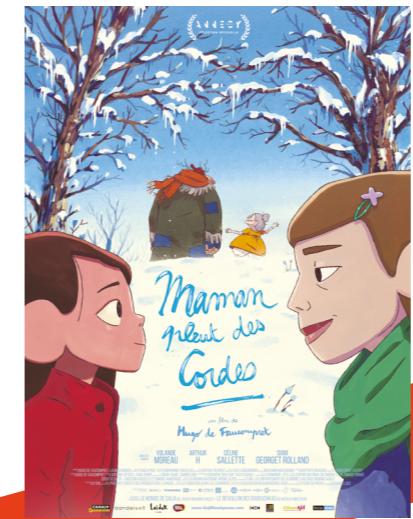
1^{er} acheteur
étranger

L'animation et la fiction

représentent plus de 90 %
du chiffre d'affaires,
des ventes et des titres exportés

La vidéo à la demande

représente plus de 30 %
du chiffre d'affaires global



Maman pleut des cordes

Meilleure performance
selon le chiffre d'affaires



Haut les cœurs

Meilleure performance
selon le nombre de ventes



Europe occidentale

Première zone géographique
317 000 € de chiffre d'affaires



États-Unis

Premier pays
140 000 € de chiffre d'affaires

Introduction

Les chiffres de l'exportation des courts-métrages tricolores augmentent encore et atteignent un niveau record en 2022.

* Depuis désormais trois ans, le marché du court-métrage français est en hausse constante, avec des chiffres d'affaires et de ventes qui atteignent cette année le niveau le plus élevé depuis que cette étude est réalisée (2009) : 841 599 € au total pour un nombre de ventes dépassant les 3 000 transactions. 8 films engrangent plus de 10 000 € de recettes chacun, tandis que 13 totalisent plus de 20 ventes, et 3 titres dépassent le seuil exceptionnel de 40 ventes. Proportionnellement, le nombre de transactions augmente davantage que le chiffre d'affaires (+15,4 contre +9,4 %) par rapport à 2021, impliquant donc une diminution mathématique du prix de vente moyen (249 €), dans la continuité de l'année dernière, atteignant le montant le plus faible de la décennie. La prise en compte des redevances des droits VOD à compter de 2017 implique une forte hausse en volume de transactions faibles en montant, déséquilibrant un panorama auparavant dominé par la cession de droits télévisuels, moins nombreux mais plus rémunérateurs. Enfin, il faut préciser que, depuis 2020, plus de 1 100 courts-métrages hexagonaux sont exportés à l'international annuellement.

* Sur la base des résultats des ventes déclarées pour l'année 2022, en moyenne, les courts-métrages les plus achetés par les acheteurs étrangers sont des films d'animation d'une durée inférieure à 10', produit récemment et en langue française. Les formats les plus courts restent les plus recherchés : ils représentent 45 % des titres vendus, 47,3 % des ventes totales et 25,3 % du chiffre d'affaires global, et chaque titre génère en moyenne 2,5 ventes. 5 films appartenant à cette catégorie figurent dans le classement des titres les plus vendus (cf. page suivante). Spécificité de 2022, les courts d'une durée supérieure à 25' sont plus nombreux et plus rémunérateurs que l'année précédente, une tendance à laquelle participe le leader en recettes de l'année, **Maman pleut des cordes**. La fiction et l'animation continuent de se partager la vedette sur la scène internationale. En 2022, la première conforte sa position en captant presque la moitié du chiffre d'affaires et des titres recensés, tandis que la seconde a la première place par genre en chiffre d'affaires, en nombre de ventes et en nombre de titres.

MÉTHODOLOGIE

* Depuis 2009, Unifrance analyse la diffusion commerciale des courts-métrages français à l'international.

* L'étude annuelle porte exclusivement sur les résultats objectifs des ventes, titre par titre, déclarées par les sociétés de production et de distribution, sachant que sont attribuées aux sociétés de production correspondantes les transactions opérées par les distributeurs.

* Parce qu'elles sont une source de revenus non négligeable pour la filière, les locations en festivals et les ventes auprès d'acteurs institutionnels à l'étranger sont prises en compte depuis 2010. Pour la même raison, l'étude intègre aussi les redevances des droits VOD depuis 2017.

* Les festivals internationaux et les associations continuent de former les groupes d'acheteurs les plus nombreux. Ils composent à eux deux plus de la majorité des achats (62,9 %), composé principalement de locations de copies, même si le chiffre d'affaires représenté s'élève à 16,7 % seulement du cumul annuel. Selon ce paramètre, les leaders sont les chaînes de télévision (45,5 % des recettes), alors qu'elles ne représentent que 4,6 % du nombre total d'acheteurs. **Les plateformes VOD poursuivent leur croissance constante en participant à hauteur de 18,6 % au chiffre d'affaires annuel, encore un record historique !** Pour la première fois, la plateforme Disney+ fait son entrée dans le classement, et se hisse en tête des acheteurs étrangers de courts français.

* **L'Europe occidentale confirme son titre de première zone géographique d'exportation des courts-métrages français.** En 2022, 7 pays de cette région se hissent parmi les 10 ayant acheté le plus de courts tricolores, de même que 7 acheteurs. Les acquisitions d'Amérique du Nord repartent à la hausse et atteignent leur meilleur niveau des cinq dernières années. Sans surprise, les États-Unis dominent le classement des pays étrangers et leurs achats restent supérieurs à 100 000 €. On remarque un intérêt retrouvé du distributeur japonais Pacific Voice et on remarque une belle performance de la République Tchèque (représentée par HBO Europe) sur les productions hexagonales. Bien que suivant des évolutions différentes, les acheteurs historiques sont toujours fidèles au rendez-vous, entre autres : Base Court, Movistar+, Flix snip, Shorts TV, BeTV, ModibAND, Pacific Voice.

* Les ventes auprès de certains acheteurs français opérant à l'international sont recensées et intégrées aux résultats. Elles concernent certes des transactions conclues avec des sociétés basées en France, mais qui sont un vecteur incontournable de la diffusion des films courts hors Hexagone.

* En 2022, 358 sociétés ont participé à cette étude.

Les courts-métrages français les plus exportés en 2022

Les 10 courts-métrages les plus exportés selon le chiffre d'affaires

Maman pleut des cordes

1 De Hugo de Faucompret
Produit par Laïdak Films et dandeloood
Animation, 2021, 29'

Pops

2 De Lewis Rose
Produit par Salaud Morisset et Bridge Way Films
(Royaume-Uni)
Fiction, 2021, 19'

Jeter l'ancre un seul jour

3 De Paul Marques Duarte
Produit par Blue Hour Films
Fiction, 2018, 25'

Vanille

4 De Guillaume Lorin
Produit par Folimage et Nadasdy Film (Suisse)
Animation, 2020, 29'

Scale

5 De Joseph Pierce
Produit par Melocoton Films, Ozù Productions (Belgique), endorfilm (République tchèque) et Bridge Way Films (Royaume-Uni)
Animation, 2022, 14'

Planète triste

6 De Sébastien Betbeder
Produit par Envie de Tempête Productions
Fiction, 2021, 29'

Duos

7 De Marion Defer
Produit par Année Zéro
Fiction, 2022, 23'

Un mois après la nuit

8 De Héloïse Fressoz
Produit par La fémis
Fiction, 2021, 22'

Haut les coeurs

9 De Adrian Moyse Dullin
Produit par Punchline Cinéma
Fiction, 2021, 14'

Little Berlin

10 De Kate McMullen
Produit par Dunk Films et And Also Productions
Documentaire, 2020, 14'

Les 10 courts-métrages les plus exportés selon le nombre de ventes

Haut les coeurs

1 De Adrian Moyse Dullin
Produit par Punchline Cinéma
Fiction, 2021, 14'

La Soupe de Franz

2 De Ana Chubinidze
Produit par Folimage et Pocket Studio (Géorgie)
Animation, 2021, 8'

Luce et le Rocher

3 De Britt Raes
Produit par La Cabane Productions, Studio Pupil (Pays-Bas) et Thuristar (Belgique)
Animation, 2022, 12'

Le Censeur des rêves

4 De Léo Berne et Raphaël Rodriguez
Produit par Iconoclast Films
Fiction, 2021, 17'

Anxious Body

5 De Yoriko Mizushiri
Produit par Miyu Productions et New Deer (Japon)
Animation, 2021, 5'

Trumpets in the Sky

6 De Rakan Mayasi
Produit par Salaud Morisset
Fiction, 2014, 14'

Au revoir Jérôme !

7 De Adam Sillard, Gabrielle Selnet et Chloé Farr
Produit par Gobelins – L'École de l'Image
Animation, 2021, 7'

Steakhouse

8 De Čadež Špela
Produit par Miyu Productions, Fabian&Fred (Allemagne), Radiotelevizija Slovenija - Radio Television Slovenija (Slovénie) et Finta Film (Slovénie)
Animation, 2021, 9'

Pops

9 De Lewis Rose
Produit par Salaud Morisset et Bridge Way Films
(Royaume-Uni)
Fiction, 2021, 19'

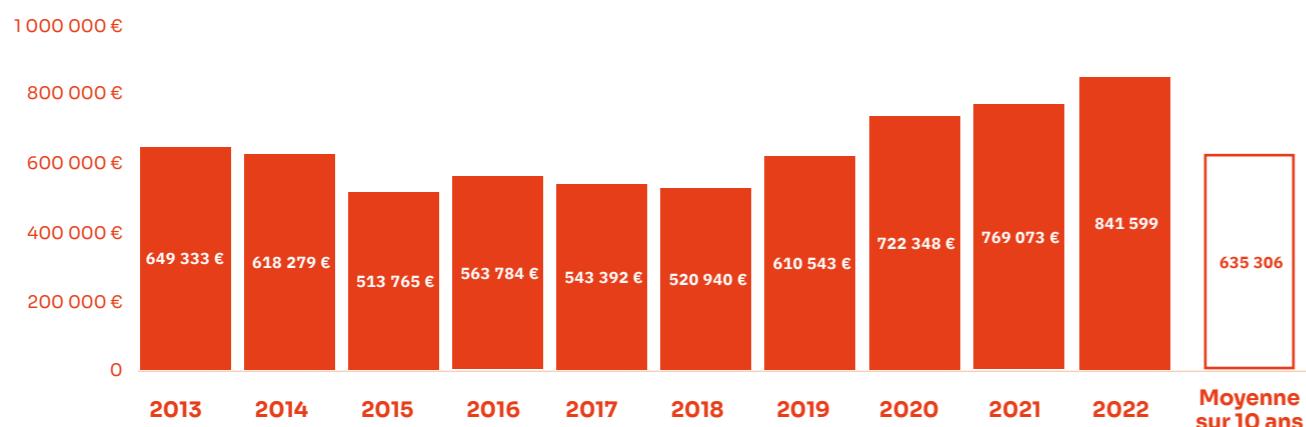
Step by Step

10 De Théodore Janvier, Anabelle David, Emma Gach, Fanny Paoli, Claire Robert et Julie Valentin
Produit par l'École des Nouvelles Images
Animation, 2021, 7'

Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

en 2022

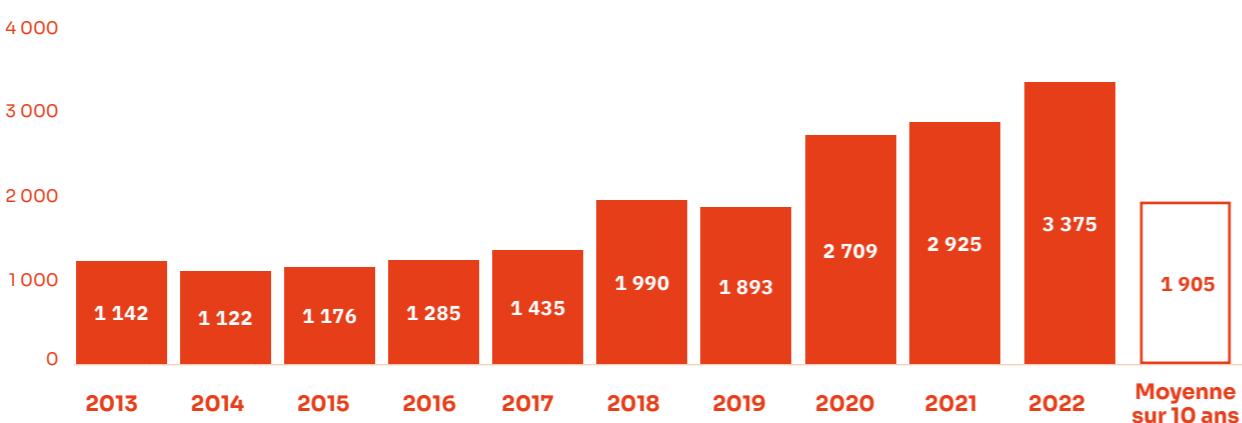
> selon le chiffre d'affaires



* La vente des courts-métrages français à l'étranger a généré un chiffre d'affaires de 841 599 € en 2022. Il s'agit du meilleur résultat de la décennie, dont la progression dépasse les 70 000 € et gagne près de 10 points par rapport à l'année précédente (+9,4 %). Après avoir fluctué entre 2013 et 2018, alternant entre des années supérieures à 600 000 € et d'autres plus faibles aux alentours de 500 000 €, le chiffre d'affaires global connaît une phase de progression constante depuis 2019. L'année 2020 a

atteint pour la première fois le seuil des 700 000 € et le court-métrage tricolore enregistre depuis deux ans un résultat supérieur à 750 000 €. Un record depuis 2009, année de la première analyse des ventes de films courts français à l'étranger. Le chiffre d'affaires à l'exportation en 2022, porté par 12 films comptabilisant plus de 10 000 € chacun, et par 4 titres qui totalisent plus de 20 000 €, est de près de 32 % plus élevé que la moyenne des dix dernières années, située autour de 635 000 €.

> selon le nombre de ventes



* 3 375 ventes de courts-métrages français sont enregistrées à l'international en 2022. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie, en progression de 450 unités (+15,4 %) par rapport à l'année précédente. Après des années de stabilité aux alentours de 1 100 ventes entre 2012 et 2015, les transactions sont en hausse constante depuis 2017 (à partir de cette année, les redevances des droits VOD sont prises en compte dans cette étude), à l'exception

d'une très légère baisse en 2019. Le seuil des 2 000 transactions est frôlé en 2018 mais réellement franchi pour la première fois en 2020, et l'année 2022 enregistre un résultat dépassant les 3 000 ventes, un record depuis 2009. Le nombre de ventes en 2022, porté par 13 films qui en comptabilisent plus de 20 chacun, est 77 % plus élevé que la moyenne des dix dernières années.

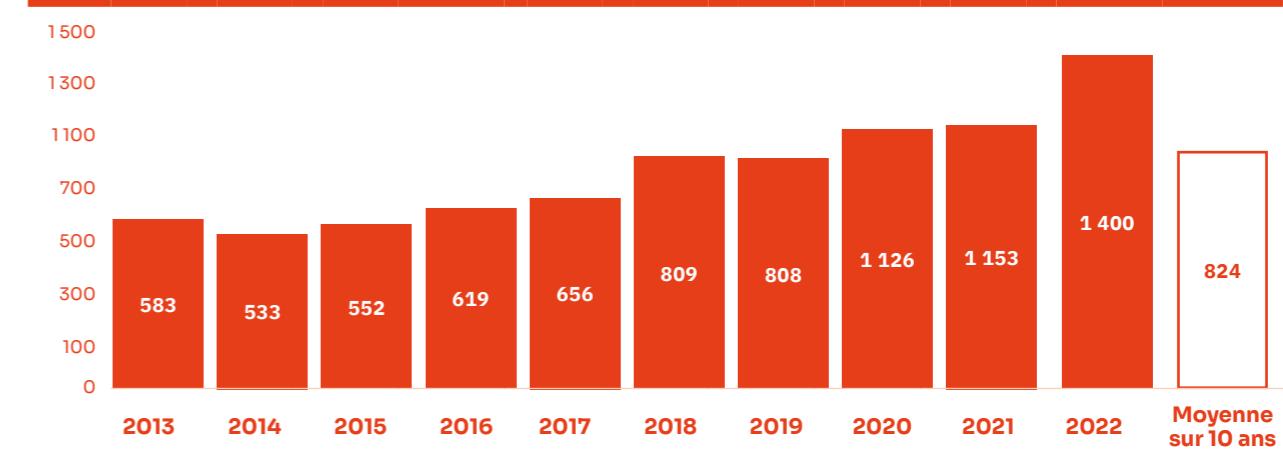
> selon le prix moyen de vente



* Le prix moyen de vente des courts-métrages français s'élève à 249 € en 2022. Il s'agit d'un des niveaux les plus bas de la décennie (avec 2018 et 2021), en légère baisse par rapport à celui de l'année précédente (-5,2 %). Après avoir dépassé 500 € en 2013 et en 2014, le prix moyen de vente décroît sensiblement à partir de 2017 pour ne plus atteindre le seuil de 400 € et, plus récemment (depuis 2020), passer au-dessous des 300 €. La prise en compte des redevances des droits VOD à compter de 2017, qui implique une forte hausse de transactions affichant de bas montants et qui vient déséquilibrer

un panorama anciennement dominé par la cession de droits télévisuels, moins nombreuses mais plus rémunératrice, a incontestablement un impact sur cet indicateur. Le prix moyen de vente des dix dernières années est de 374 € et se situe justement à mi-chemin entre les cinq premières années (2013-2016) et les cinq suivantes (2017-2022). Effectivement, l'année 2017 marque, avec la prise en compte des droits VOD, une sorte de rupture entre l'hégémonie des droits TV, restés majeurs jusqu'à 2016 et les nouveaux modes de revenus tirés des plateformes.

> selon le nombre de films



* 1 400 courts-métrages français ont fait l'objet d'un achat à l'international en 2022. Il s'agit du plus haut niveau de la décennie, en forte progression par rapport à l'année précédente, avec 247 unités en plus (+21,4 %). Après des années de stabilité aux alentours de 550 films entre 2013 et 2015, le volume de titres ne cesse d'augmenter depuis 2016 : il dépasse 600 unités en 2016 et passe le cap symbolique des 800 en 2018. Le seuil des 1 000 courts-métrages exportés est franchi en 2020 et l'année 2022 signe un record historique depuis que cette étude est réalisée (2009), de 576 unités (+70 %) plus élevé

que la moyenne des dix dernières années, calculée à hauteur de 824. Une fois de plus, force est de constater l'impact de la prise en compte des redevances des droits VOD depuis 2017 qui participe grandement à la hausse du nombre de courts-métrages exportés. C'est pourquoi le nombre de titres vendus à l'export s'envole à partir de 2020 (1 126) : avec l'année marquée par la Covid-19 les ventes sur les plateformes se font de plus en plus nombreuses, jusqu'à arriver aux 1 400 unités en 2022. Pour toutes ces raisons, cet indicateur a vocation à croître dans les années à venir.

Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

> selon la durée

L'année 2022

Durée	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
De 1' à 9'59"	212 843 €	25,3 %	1 597 47,3 %
De 10' à 14'59"	175 962 €	20,9 %	771 22,8 %
De 15' à 19'59"	178 796 €	21,2 %	502 14,9 %
De 20' à 24'59"	90 427 €	10,7 %	235 7,0 %
De 25' à 29'59"	157 111 €	18,7 %	179 5,3 %
Plus de 30'	26 459 €	3,1 %	91 2,7 %
Total	841 599 €	100 %	3 375 100 %
			1 400 100 %

* Les courts-métrages dont la durée est inférieure à 10' sont encore une fois les plus nombreux en volume de titres vendus (45 % du total) et de ventes (47,3 %). Ces deux valeurs sont en hausse par rapport à 2021, tandis que le prix moyen baisse à 133 € (135 € en 2021). Cette tendance baissière s'explique principalement par le modèle de revenus des plateformes VOD comme Youtube, où les recettes correspondent aux remontées publicitaires. Le chiffre d'affaires global remonte de 7,7 % par rapport à l'année précédente (180 653 € contre 175 956 €), mais il faut constater qu'il reste très inférieur aux 219 388 € comptabilisés en 2019. 5 films appartenant à cette catégorie figurent dans les deux tops 10 des titres les plus vendus en 2022 (page 9).

* Les films dont la durée est comprise entre 10' et 14'59" affichent un chiffre d'affaires en hausse de 27,2 % comparé à celui de 2021. Le nombre de ventes et de titres exportés est lui aussi plus élevé qu'en 2021, respectivement de 22,8 % et de 20,7 %, soit presque un quart du total. 3 courts-métrages de cette durée sont présents au sein du top 10 des films ayant générés le plus de transactions : **Haut les cœurs**, **Luce et le Rocher** et **Trumpets In The Sky**.

* À l'instar de l'année précédente, le chiffre d'affaires des courts entre 15' et 19'59" est le deuxième plus fort de 2022. Il a presque doublé depuis 2019 tout en restant inférieur à celui engendré par les films de moins de 10'. Après l'exploit de 2017, où elles représentaient un quart du total annuel, les recettes générées avaient drastiquement fléchi (leur part se situait en dessous de 14 % en 2018 et en 2019), pour remonter ensuite

en 2020 et atteindre une part de 21,6 %, et 22,2 % en 2021. L'exercice 2022 marque une très légère baisse de 4,2 % et finit à 21,2 %. Seuls 2 films de ce groupe se hissent dans les tops 10 (page 9) : **Censeur de rêves** et **Pops**.

* Les films entre 20' et 24'59" connaissent une année 2022 en légère hausse, mais avec un mouvement globalement en baisse, comparé au résultat de 2020, où les films dans cette catégorie avaient totalisé 15,7 % du chiffre d'affaires, grâce à **Shakira de Noémie Merlant** qui était dans le top 5 des films plus vendus sur la même année. Les recettes remontent donc de 6,9 % en 2022 par rapport à l'année 2021 et le nombres de ventes baisse de 20 unités tandis que le nombre de titres augmente lui de 5 en un an. **Duos** apparaît dans le top 10 en termes de chiffre d'affaires pendant l'année analysée.

* Les courts d'une durée supérieure à 25' se stabilisent à 18,7 %. Après l'exercice excellent connu en 2021, où ils avaient dépassé de 73,9 % l'année 2020, ils haussent très légèrement leur chiffre d'affaires de 2,1 % tout en restant largement au-dessus de la moyenne sur 5 ans (15,2 %). Parmi les courts-métrages les plus exportés en 2022, 4 durent plus de 25', dont le leader en recettes de l'année, **Maman pleut des cordes**.

* Les formats courts (moins de 15') restent donc les plus recherchés, tous acheteurs confondus, et génèrent la majorité des résultats à l'export : ils représentent 60,5 % des titres vendus, 67,8 % des ventes totales et 39,9 % du chiffre d'affaires global. Chaque titre génère en moyenne 2,4 ventes, tandis que ceux de plus de 20' se contractent à 1,9 (contre 2,1 en 2021).

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Durée	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
De 1' à 9'59"	38,0 %	35,9 %	24,4 %	23,5 %	25,3 %	29,4 %
De 10' à 14'59"	19,5 %	18,8 %	21,4 %	16,4 %	20,9 %	19,4 %
De 15' à 19'59"	13,9 %	13,8 %	21,6 %	22,2 %	21,2 %	18,5 %
De 20' à 24'59"	11,5 %	8,4 %	15,7 %	10,0 %	10,7 %	11,3 %
De 25' à 29'59"	8,9 %	16,4 %	13,6 %	18,3 %	18,7 %	15,2 %
Plus de 30'	8,3 %	6,7 %	3,4 %	9,5 %	3,1 %	6,2 %

> selon le genre

L'année 2022

Genre	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
Animation	402 089 €	47,8 %	2 046 60,6 %
Documentaire	45 041 €	5,4 %	171 5,1 %
Expérimental	5 575 €	0,7 %	47 1,4 %
Fiction	388 893 €	46,2 %	1 111 32,9 %
Total	841 599 €	100 %	3 375 100 %
			1 400 100 %

* L'animation regagne le leadership parmi les genres des courts-métrages français les plus exportés en 2022 : elle effleure la moitié du chiffre d'affaires. Avec uniquement 3 titres parmi les 10 plus rémunérateurs, elle totalise le 47,8 % du chiffre d'affaires.

* Alors qu'en 2017 l'écart entre les recettes générées par la fiction et l'animation était relativement important (respectivement 65,3 % et 32,1 %), il s'est drastiquement réduit jusqu'à marquer un rapprochement en 2018, puis une inversion en 2019 en faveur de l'animation, où les 5 courts-métrages les plus vendus de l'année étaient des titres d'animation. En 2020 on avait constaté un retour à la tendance traditionnelle, en faveur de la fiction. L'année 2021 redessine à nouveau les équilibres entre ces deux genres, et en 2022 l'animation marque une progression de 4,5 % et reprend la tête du marché comme genre le plus vendu (47,8 %, contre 46,2 % pour la fiction).

* L'animation domine aussi le nombre de ventes et de titres vendus en 2022 (60,6 % des ventes, et 49,6 % des titres). Son chiffre d'affaires suit une tendance en dents de scie avec une alternance de parts du total plutôt faibles (2017 et 2020), dans la moyenne des cinq dernières années (2018 et 2021) et très solides (2019, exploit historique marqué par le dépassement de la fiction). L'animation parvient même à hisser l'un de ses ambassadeurs, **Vanille**, au sommet des films ayant généré le plus de recettes à l'export en 2021, et toujours présent dans le classement des top 10 en 2022. Sur le dernier exercice c'est le court-métrage **Maman pleut des cordes** qui se distingue.

* Le documentaire et le court-métrage expérimental restent minoritaires tous indicateurs confondus, mais suivent une évolution haussière. L'expérimental participe à hauteur de 0,7 % des recettes annuelles (+25,2 % par rapport à l'année 2021), et le documentaire augmente de 31 %, en dépassant la moyenne des cinq dernières années et les niveaux de 2018 et de 2019, en générant un chiffre d'affaires de 45 000 €.

* Les courts-métrages de fiction affichent le prix moyen par vente (350 €) le plus élevé parmi les 4 genres analysés (263 € pour le documentaire, 196 € pour l'animation et 119 € pour l'expérimental), quand le nombre moyen de ventes par titre est dominé par l'animation (2,9 contre 2,5 pour l'expérimental, 2,3 pour le documentaire et 1,8 pour la fiction).

* En ce qui concerne les sous-genres, la comédie conserve son titre de sous-genre le plus rémunérateur, et en 2022, 6 points le séparent du drame. À eux deux, ils concentrent deux tiers du chiffre d'affaires annuel. Les films fantastiques, quant à eux, sont majoritairement acquis par les festivals et les plateformes VOD.

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Genre	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Animation	46,3 %	51,3 %	36,9 %	45,7 %	47,8 %	45,6 %
Documentaire	2,8 %	5,1 %	4,2 %	4,1 %	5,4 %	4,3 %
Expérimental	0,5 %	0,4 %	0,5 %	0,5 %	0,7 %	0,5 %
Fiction	50,4 %	43,2 %	58,4 %	49,7 %	46,2 %	49,6 %

Les résultats de l'exportation des courts-métrages français

> selon l'année de production

L'année 2022

Année de production	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
2022	98 760 €	11,7 %	254
2021	302 631 €	36,0 %	741
2020	122 155 €	14,5 %	432
2019	66 128 €	7,9 %	374
2018	69 331 €	8,2 %	296
2001 - 2017	152 423 €	18,1 %	1 057
1970 - 2000	12 846 €	1,5 %	105
Avant 1970	17 324 €	2,1 %	116
Total	841 599 €	100,0 %	3 375
			1 400
			100,0 %

* Les ventes de courts-métrages en 2022 se répartissent entre les titres récents, produits après 2017, et les films dits « de catalogue », produits antérieurement à cette année. Une fois encore, la tendance traditionnelle se confirme et l'analyse révèle que **les productions de l'année précédent l'étude sont les plus nombreuses et représentent les parts de chiffre d'affaires et de ventes les plus conséquentes**.

* Les films récents (moins de 5 ans), qui composent 48,8 % de l'échantillon, engendrent 78,3 % des profits et 62,1 % des transactions, alors que les films de catalogue (51,2 % des œuvres vendues) captent 21,7 % du chiffre d'affaires et 37,9 % des ventes. Ces valeurs sont assez stables par rapport à 2021, avec une légère hausse du côté du chiffre d'affaires généré par les titres plus anciens. En revanche, le prix moyen de vente par film penche nettement en faveur des productions récentes (314 € pour les films récents contre 142 € pour ceux de catalogue), tout comme le nombre moyen de transactions par titre (3,0 contre 1,7).

> selon la langue

L'année 2022

Langue	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
Français	492 570 €	58,5 %	1 723
Étrangère	198 181 €	23,5 %	596
Sans dialogues	150 847 €	17,9 %	1 056
Total	841 599 €	100 %	3 375
			1 400
			100 %

* **Les productions en langue française sont les plus nombreuses (2 courts-métrages sur 3) et génèrent près de 60 % du chiffre d'affaires et la moitié des ventes en 2022.** Les films en langue étrangère et ceux sans dialogues comptabilisent presque autant de recettes, mais ces derniers totalisent deux fois plus de ventes et peuvent compter sur plus de 200 titres de plus que les premiers. La plupart des courts sans dialogues sont des films d'animation : l'absence de dialogues décharge des frais liés au doublage et/ou au sous-titrage et permet une accessibilité directe au jeune public, des avantages qui ne passent pas inaperçus aux yeux des acheteurs.

* Les productions majoritairement françaises dominent la scène, fortes de plus de 90 % du chiffre d'affaires, des ventes et des titres. Il faut signaler que **20 % des ventes se composent de films d'écoles**. Bien que leurs parts du total des recettes (10 %) et des transactions (18,6 %) soient ténues, elles trouvent une belle place sur la scène internationale : **Un mois après la nuit** brille parmi les films les plus rémunérateurs à l'export en 2022, tout comme **Au revoir Jérôme** et **Step by Step** au sein des courts totalisant le plus de ventes.

> selon le type d'acheteur

L'année 2022

Type d'acheteur	Chiffre d'affaires	Ventes	Acheteurs
Associations	34 625 €	4,1 %	301
Chaînes de télévision	369 867 €	43,9 %	369
Cinémathèques et salles de cinéma	11 991 €	1,4 %	151
Compagnies aériennes	1 525 €	0,2 %	3
Distributeurs	73 469 €	8,7 %	134
Éditeurs DVD / Blu-Ray	3 824 €	0,5 %	2
Festivals internationaux	106 357 €	12,6 %	446
Galeries, musées, expositions et universités	12 556 €	1,5 %	35
Institutionnels et ambassades	56 516 €	6,7 %	24
Plateformes VOD	156 610 €	18,6 %	56
Autres	14 259 €	1,7 %	18
Total	841 599 €	100,0 %	3 375
			1 400
			100,0 %
			785
			100,0 %

recettes publicitaires (plateformes AVOD, modèle de Google avec YouTube). Disney apparaît pour la première fois dans le bilan annuel des ventes de courts-métrages et prend la tête des acheteurs états-unis, tandis que Netflix disparaît. Cela souligne le caractère aléatoire et parfois très ponctuel des achats de certaines plateformes sur les formats courts. Google garde une place parmi les 10 « acheteurs » majeurs de courts français en 2022, mais glisse de la 4^e à la 8^e place.

* **Les chaînes de télévision demeurent leaders en termes de chiffre d'affaires généré.** Bien qu'elles ne représentent que 4,6 % du total des acheteurs, elles représentent la part plus importante des recettes annuelles à l'exportation des films courts français (43,9 %, en baisse de 3,5 % par rapport à 2021) et 10,9 % des ventes (+1 point). En 2022, leurs achats diminuent encore jusqu'à faire passer leur part sous le seuil de 50 % à l'image de 2019. Le prix moyen par vente baisse et se situe autour de 1 000 € (-200 € en un an). Presque toutes les chaînes recensées sont basées en Europe, mais dans cette catégorie rentrent aussi les chaînes françaises diffusant à l'étranger. Movistar+ (Espagne), Short TV (Royaume-Uni), RAI (Italie), BeTV (Belgique), figurent parmi les 10 plus gros acheteurs étrangers de courts français en 2022.

* **Les revenus tirés des plateformes VOD poursuivent leur croissance constante en participant à hauteur de 156 610 € au score annuel en 2022, ce qui représente une part historique qui dépasse les 18 % du total.** Depuis l'inclusion des redevances des droits VOD dans cette étude en 2017, le volume de ventes a augmenté vertigineusement en passant de 84 transactions en 2017 à 941 en 2022 : elles ont donc été multipliées par 10 en l'espace de cinq ans ! À noter que cette catégorie d'acheteurs regroupe des acteurs qui payent des forfaits (plateformes par abonnement) et d'autres qui redistribuent des royalties, soit sur la base d'une transaction à l'acte (plateformes TVOD), soit sur celle d'un partage de

* **Les festivals internationaux et les associations continuent de former les groupes d'acheteurs les plus nombreux.** Ils composent à eux deux plus de la majorité de l'échantillon (68,3 %) et sont à l'origine de près de 1 500 ventes, principalement des locations de copies. Malgré un tel volume, leur chiffre d'affaires représente seulement 16,7 % du cumul annuel et aucun acheteur dans ces deux catégories ne figure parmi les 10 plus gros acheteurs en 2022.

* **Les distributeurs augmentent leur chiffre d'affaires de 54 % par rapport à l'année 2021.** Ils restent moins nombreux que les chaînes TV, engendrent 8,7 % des recettes gagnant 3 points par rapport à l'exercice précédent. Cependant, ces derniers étaient à l'origine de 19 % du cumul de 2017. Bien que l'investisseur Pacific Voice réintègre le top 5 des acheteurs c'est son déclin, d'un point de vue plus historique, qui explique en grande partie la baisse des résultats à l'export pour cette catégorie d'acheteurs.

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Type d'acheteur	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Chaines de télévision	54,1 %	49,7 %	57,9 %	45,5 %	43,9 %	50,2 %
Distributeurs	9,1 %	6,7 %	5,1 %	5,7 %	8,7 %	7,1 %
Festivals internationaux	9,2 %	9,0 %	9,6 %	10,6 %	12,6 %	10,2 %
Plateformes VOD	8,8 %	17,0 %	11,4 %	17,9 %	18,6 %	14,7 %
Autres	18,9 %	17,6 %	16,1 %	3,2 %	1,7 %	11,5 %

Les résultats de l'export des courts-métrages français

> selon le type de droit cédé

L'année 2022

Type de droit cédé	Chiffre d'affaires	Ventes
Droits combinés	228 414 €	27,1 %
> Combiné salles+autres (hors TV)	20 413 €	2,4 %
> Combiné TV+autres (hors salles)	147 083 €	17,5 %
> Combiné VOD	60 918 €	7,2 %
Droits d'exploitation en salles	34 437 €	4,1 %
Droits d'exploitation en vidéo	10 550 €	1,3 %
Droits d'exploitation en vidéo à la demande	209 155 €	24,9 %
> AVOD	15 400 €	1,8 %
> Free VOD	3 493 €	0,4 %
> SVOD	123 214 €	14,6 %
> TVOD	67 049 €	8,0 %
Droits de diffusion en inflight	1 091 €	0,1 %
Droits de diffusion télévisuelle	187 110 €	22,2 %
Locations de copies	170 841 €	20,3 %
Total	841 599 €	100,0 %
	3 375	100,0 %

* Les droits combinés sont la première source de revenus sur l'exercice 2022 (27,1%). Cette catégorie inclut deux grands types de droits combinés qui couvrent plusieurs modes d'exploitation : les droits « TV + autres (hors salles) », soit la consommation non-linéaire de contenus télévisuels, les droits « salles + autres (hors TV) » et plusieurs typologies de droits VOD. Déjà en 2021 ils étaient à l'origine de presque un quart du chiffre d'affaires annuel (22,4 %) à partir de seulement 8,9 % de transactions. En 2022 les droits combinés totalisent le 27,1 % du chiffre d'affaires avec uniquement le 6,9 % des ventes.

* Les droits de diffusion télévisuelle atteignent 22,2 % et cèdent leur leadership. D'année en année nous avons assisté à un graduel désengagement des TV qui autrefois dominaient le marché : en 2016, ils atteignaient 76,1 %. Les droits de diffusion télévisuelle ont perdu du poids au fil des années et ce phénomène est tout particulièrement lié à l'essor des droits combinés d'une part et des acheteurs VOD d'autre part, qui se sont emparés du marché.

* Les droits d'exploitation en vidéo à la demande continuent leur progression et génèrent 24,9 % des recettes. 1,8 % des gains viennent des revenus publicitaires, tandis que les achats de droits SVOD et TVOD représentent respectivement 14,6 % et 8 % des apports de cette catégorie. Tous les indicateurs sont en hausse.

* On constate en 2022 une légère baisse du chiffre d'affaires des locations de copies par rapport à 2021, respectivement 20,3 % contre 21,9 %, toutefois le nombre de ventes est supérieur +259 transactions sur le dernier exercice. La reprise des festivals après la crise sanitaire est certainement à l'origine de la croissance des ventes, mais le système de financement de ces manifestations, fragilisé par la flambée des coûts tous secteurs confondus, a comme conséquence la baisse du prix de location de copies.

* Les droits d'exploitation en salles ont doublé en 2022 ! Cependant le prix moyen sur l'année étudiée fléchit (231 €, contre 355 € en 2021), après le chiffre très haut de 2020 (508 €), et se positionne à son niveau le plus bas.

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Type de droit cédé	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Droits d'exploitation en salles, combinés salles + autres (hors TV) et locations de copies	26,9 %	22,9 %	21,5 %	27,1 %	26,8 %	25,0 %
Droits d'exploitation en vidéo à la demande et combinés VOD	11,8 %	20,4 %	21,9 %	26,3 %	32,1 %	22,5 %
Droits de diffusion télévisuelle et combinés TV + autres (hors salles)	54,4 %	51,8 %	52,4 %	45,6 %	39,7 %	48,8 %
Autres	6,9 %	4,9 %	4,2 %	1,0 %	1,4 %	3,7 %

> selon la zone géographique

L'année 2022

Zone géographique	Chiffre d'affaires	Ventes
Afrique et Proche & Moyen-Orient	3 944 €	0,5 %
Amérique du Nord	162 825 €	19,3 %
Amérique latine	5 651 €	0,7 %
Asie	58 230 €	6,9 %
Europe centrale et orientale	61 668 €	7,3 %
Europe occidentale	317 638 €	37,7 %
Océanie	3 287 €	0,4 %
Acheteurs français*	228 356 €	27,1 %
Total	841 599 €	100 %
	3 375	100 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (Arte, Canal+ International, TV5 Monde, Institut français, etc.).

* L'Europe occidentale confirme en 2022 sa place de première zone géographique pour l'exportation des courts-métrages français. On comptabilise 296 ventes de plus par rapport à 2021 et le chiffre d'affaires, lui aussi, augmente de 36 000 € environ (+3 %). Sa part de 37,7 % du cumul annuel reste faible par rapport à la moyenne sur les cinq dernières années, inférieure au seuil de 40 %. 7 pays de cette région (dans l'ordre : Espagne, Royaume-Uni, Danemark, Belgique, Allemagne, Italie et Suisse) se hissent parmi les 10 ayant acheté le plus des courts tricolores, de même que 5 acheteurs (Movistar+, ARD, RAI, DR TV, BeTV).

* Les investissements des acheteurs d'Amérique du Nord poursuivent leur chemin à la hausse (+13 % en un an) et atteignent leur meilleur niveau des cinq dernières années (19,3 %) en dépassant la moyenne sur la même période fixée à 16,2 %. Après la croissance observée sur l'année 2021, l'Océanie et l'Afrique et Proche & Moyen-Orient voient leurs parts chuter, respectivement -71,1 % pour l'une et -58,9 % pour l'autre.

* Malgré de sensibles fluctuations au fil des années, les chiffres d'affaires générés en Amérique latine et en Europe centrale et orientale connaissent une nouvelle tendance à la hausse en 2022 et ces deux zones terminent leur année au-dessus de la moyenne des 5 derniers exercices. Toutefois, l'Amérique latine reste sur la même lignée que 2019 et 2020, c'est-à-dire 0,7 %, et en ce qui concerne l'Europe centrale et orientale il s'agit du résultat le plus élevé depuis 2018, cette zone représente 7,3 % du chiffre d'affaires global.

* Les niveaux d'achats engagés par les acheteurs basés en Asie augmentent et signent le meilleur résultat des 5 derniers années. Alors qu'elle apportait 16,7 % des recettes totales en 2017, cette zone voit sa contribution plonger drastiquement jusqu'à ne représenter que 2,3 % trois ans après. L'année 2021 annonçait le début d'un renversement de la situation et 2022 le confirme avec une progression de 19,4 %. Sa part de marché représente 7 % environ des recettes totales.

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Zone géographique	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Afrique et Proche & Moyen-Orient	0,1 %	0,7 %	0,9 %	1,1 %	0,5 %	0,7 %
Amérique du Nord	13,7 %	17,0 %	14,1 %	17,1 %	19,3 %	16,2 %
Amérique latine	0,3 %	0,7 %	0,7 %	0,6 %	0,7 %	0,6 %
Asie	5,7 %	2,5 %	2,3 %	5,8 %	6,9 %	4,6 %
Europe centrale et orientale	4,7 %	7,2 %	6,6 %	6,3 %	7,3 %	6,4 %
Europe occidentale	39,1 %	46,8 %	41,1 %	36,6 %	37,7 %	40,3 %
Océanie	0,2 %	0,6 %	0,3 %	1,4 %	0,4 %	0,6 %
Acheteurs français*	36,1 %	24,6 %	34,1 %	31,1 %	27,1 %	30,6 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (Arte, Canal+ International, TV5 Monde, Institut français, etc.).

Les résultats de l'export des courts-métrages français

> selon le pays et selon l'acheteur

Les 30 premiers pays et acheteurs en 2022

Rg	Pays	Chiffre d'affaires	Ventes	
1	États-Unis	140 965 €	16,7 %	561 16,6 %
2	Espagne	68 778 €	8,2 %	207 6,1 %
3	Royaume-Uni	46 602 €	5,5 %	202 6,0 %
4	Japon	42 241 €	5,0 %	76 2,3 %
5	Danemark	33 040 €	3,9 %	12 0,4 %
6	Belgique	31 488 €	3,7 %	181 5,4 %
7	Allemagne	29 186 €	3,5 %	243 7,2 %
8	Italie	28 880 €	3,4 %	112 3,3 %
9	Suisse	25 988 €	3,1 %	223 6,6 %
10	Russie	25 143 €	3,0 %	121 3,6 %
11	Canada	21 660 €	2,6 %	167 4,9 %
12	République tchèque	18 484 €	2,2 %	50 1,5 %
13	Pays-Bas	14 229 €	1,7 %	85 2,5 %
14	Suède	9 335 €	1,1 %	23 0,7 %
15	Grèce	8 085 €	1,0 %	23 0,7 %
16	Taiwan	7 846 €	0,9 %	65 1,9 %
17	Pologne	7 788 €	0,9 %	60 1,8 %
18	Portugal	5 904 €	0,7 %	69 2,0 %
19	Corée du Sud	4 946 €	0,6 %	33 1,0 %
20	Luxembourg	4 768 €	0,6 %	12 0,4 %
21	Finlande	3 389 €	0,4 %	21 0,6 %
22	Autriche	3 329 €	0,4 %	42 1,2 %
23	Colombie	3 213 €	0,4 %	29 0,9 %
24	Australie	2 987 €	0,4 %	171 5,1 %
25	Norvège	2 300 €	0,3 %	18 0,5 %
26	Slovénie	2 251 €	0,3 %	32 0,9 %
27	Estonie	1 636 €	0,2 %	12 0,4 %
28	Chine	1 424 €	0,2 %	27 0,8 %
29	Roumanie	1 354 €	0,2 %	19 0,6 %
30	Hongrie	1 285 €	0,2 %	6 0,2 %
Total du top 30		598 521 €	71,1 %	2 902 86,0 %
Autres pays étrangers		14 721 €	1,7 %	185 5,5 %
France (pour export)*		228 356 €	27,1 %	288 8,5 %
Total		841 599 €	100,0 %	3 375 100,0 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (Arte, Canal+ International, TV5 Monde, Institut français, etc.).

Rg	Acheteur	Pays d'origine
1	Disney +	États-Unis
2	Movistar +	Espagne
3	Shorts TV - Shorts International	Royaume-Uni
4	Pacific Voice	Japon
5	Rai Cinema	Italie
6	Flixsnip	Russie
7	DR TV / Danish Broadcasting Corporation	Danemark
8	Google	États-Unis
9	HBO Europe	République tchèque
10	BeTV	Belgique
11	NHK Educational	Japon
12	Viacom CBS	États-Unis
13	SC de Tenerife	Espagne
14	NQV Media	Royaume-Uni
15	Canal+ Spain	Espagne
16	Société de Télédiffusion du Québec	Canada
17	RTS - Radio Télévision Suisse	Suisse
18	Vista Higher Learning	États-Unis
19	SPOR Media	Danemark
20	ModiBAND	Espagne
21	Vimeo	États-Unis
22	UR - The Swedish Educational Broadcasting Company	Suède
23	POV Shorts	États-Unis
24	Estet Tv	Russie
25	Angel Distribution	Danemark
26	Kanopy	États-Unis
27	Carousel Films	Grèce
28	Base Court	Suisse
29	Npo, Netherlands Public B roadcasting	Pays-Bas
30	The Criterion Collection	États-Unis

* Depuis cinq ans, la première place du classement des pays qui achètent le plus de courts-métrages français est détenue par des territoires anglophones. Deux territoires alternent au sommet : le Royaume-Uni (2018 et 2020) et les États-Unis (2019, 2021 et 2022).

* Le chiffre d'affaires généré aux États-Unis ne cesse d'augmenter (il a plus que doublé en cinq ans !) et se confirme au-dessus du seuil de 100 000 € en 2022. Ce niveau est porté principalement par les plateformes US. Disney+ fait son entrée dans le classement et occupe la première place des acheteurs étrangers, et Google, via le modèle de partage de recettes publicitaires (AVOD) de YouTube, conclut sa course à la huitième place. On remarque néanmoins l'absence au classement de Criterion, GKIDS et HBO qui s'illustraient par le passé.

* Important marché ces dernières années, le Royaume-Uni ne représente plus que 3,3 % du chiffre d'affaires annuel en 2022 et 2,6 % du total des ventes, alors que ces mêmes indicateurs en 2020 étaient de 15,4 % et de 7,4 %. Cette chute s'explique par la baisse drastique des acquisitions de la part de Shorts International (qui occupe pourtant la troisième place dans le classement), plus gros acheteur de courts-métrages français entre 2018 et 2020. L'année 2022 réintègre dans le classement Shorts TV et augmente de 45 unités ses transactions.

* Après le très bon niveau de 2021, le Japon suit son évolution spectaculaire, tandis que l'Italie stabilise son investissement. Le Japon investit en 2022 trois fois plus dans l'achat de courts hexagonaux, grâce notamment à l'intérêt retrouvé du distributeur nippon Pacific Voice, leader en 2017. La Danemark et la Russie suivent cette même tendance.

* En ce qui concerne plus spécifiquement l'Asie, il faut rappeler que l'exportation de courts français dans la région était durement impactée par le retrait de deux sociétés qui portaient presque à elles seules le résultat de la zone en 2017 : le chinois Jia Screen et le japonais Pacific Voice. Si ce dernier semble revenir dans la course, on ne peut en dire autant pour l'autre acheteur.

* Les chiffres d'affaires générés en Espagne baissent d'environ 13 000 € ainsi qu'en Allemagne (-27 000 €) si comparés à 2021, tout en restant dans le top 10 du classement des pays les plus rémunérateurs. Movistar+ baisse de presque moitié son investissement sur les courts-métrages tricolores, toute en restant sur le podium. La chaîne allemande ARD disparaît du classement des top 30 acheteurs. Bien que suivant des tracés différents, les acheteurs historiques de courts-métrages français sont toujours fidèles au rendez-vous : Base Court, Movistar+, Flix snip, Shorts TV, BeTV, ModiBAND.

* À l'instar des années précédentes, en 2022, la quasi-totalité des diffusions en Afrique et Proche & Moyen-Orient, en Amérique latine et en Océanie, continue d'être assurée par les festivals internationaux.

* Les acheteurs français, à l'image d'ARTE, de TV5 Monde et de l'Institut français, bien que basés dans l'Hexagone, participent activement au rayonnement de la production tricolore hors de ses frontières. S'ils ne sont à l'origine que de 288 transactions, ils apportent néanmoins près d'un quart du chiffre d'affaires annuel.

> selon le territoire cédé

L'année 2022

Territoire cédé	Chiffre d'affaires	Ventes
Monde	97 922 €	11,6 %
Multi-territoires	120 209 €	14,3 %
Un territoire	395 111 €	46,9 %
Territoires cédés aux acheteurs français*	228 356 €	27,1 %
Total	841 599 €	100,0 %
Total	841 599 €	100,0 %
Total	3 375	100,0 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (Arte, Canal+ International, TV5 Monde, Institut français, etc.).

* L'essor des plateformes explique la hausse du chiffre d'affaires issue de la cession de « droits monde » de ces dernières années. En 2022 il descend cependant sous le seuil des 100 000 € et perd 2 points en un an. Les plateformes et certains distributeurs et chaînes de télévision opèrent sur plusieurs marchés, d'où la présence d'achats de droits « multi-territoires »,

même si numériquement très inférieurs aux autres catégories. Le nombre élevé de locations de copies par les festivals, les associations et autres acteurs institutionnels se reflète dans la large part revenant aux cessions de droits pour un seul territoire qui représentent presque la moitié du chiffre d'affaires et près de trois quarts des transactions annuelles.

2

**L'exportation
des œuvres
immersives
françaises
en 2022**

Les grands indicateurs

de l'exportation des œuvres immersives françaises en 2022

175

Ventes



1 076 065 €

Chiffre d'affaires



50

Titres vendus



23

Sociétés de production françaises réalisant des ventes



92

Acheteurs



Pico

1^{er} acheteur étranger

L'animation

représente plus de la moitié du chiffre d'affaires et des ventes

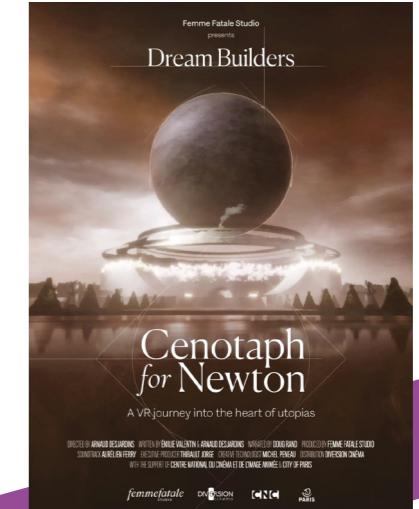
Les plateformes

génèrent 59 % du chiffre d'affaires global



Madrid Noir

Meilleure performance selon le chiffre d'affaires



Dream Builders : The Cenotaph for Newton

Meilleure performance selon le nombre de ventes



Asie

Première zone géographique
692 000 € de chiffre d'affaires



Chine

Premier pays
595 000 € de chiffre d'affaires

Introduction

L'exportation des œuvres immersives françaises signe une très bonne année en 2022.

* Malgré un chiffre d'affaires en très légère baisse et une diminution du nombre de ventes, l'année 2022 se place à la seconde place en termes de chiffre d'affaires recensé depuis le commencement de l'étude en 2017 : 1,07 M€ et 175 ventes en 2022 (contre 1,1 M€ et 266 ventes en 2021).

* 2 titres comptabilisent plus de 100 000 € de recettes chacun – 2 autres plus de 95 000 € chacun – tandis que 3 titres totalisent plus de 20 ventes chacun.

* Conséquence d'un chiffre d'affaires en légère baisse (-2,8 %) croisé à une baisse du nombre de ventes répertoriées (-34 %), le prix moyen de ventes est en hausse pour atteindre 6 149 € (+47,7 %), soit presque le double de la moyenne des 5 dernières années qui s'établit à 3 750 €.

* Enfin, il faut préciser que la barre historique des 50 œuvres immersives ayant fait l'objet d'une vente à l'international en 2022 a été dépassée, presque 4 fois plus qu'en 2017 (13 œuvres).

* Comme en 2021, le profil de l'œuvre générant le plus de chiffre d'affaires à l'export est une œuvre d'animation, de production récente et en langue étrangère.

* Exception faite pour l'année 2020, la répartition du chiffre d'affaires annuel a toujours mis en avant un genre qui apportait à lui seul plus de 50 % du total : en 2021, ce sont les œuvres en animation qui sont le premier genre à l'export, représentant 73 % du chiffre d'affaires.

* Le documentaire conforte sa deuxième place avec 25 % du chiffre d'affaires total capté, tandis que la fiction est le seul genre générant un volume de recettes moindre qu'en 2020 et 2021, pour atteindre un niveau très bas en 2022.

* Par ailleurs, il faut souligner le petit nombre total des œuvres exportées et leur temps d'exploitation assez long (les œuvres exportées en 2022 ont été produites au cours des 5 dernières années). Les œuvres immersives sont rarement sous-titrées et souvent doublées ou directement réalisées en langue étrangère.

* Les festivals internationaux continuent de former le groupe d'acheteurs les plus nombreux. Ils composent à eux seuls plus de la majorité de l'échantillon (55,4 %), mais, s'agissant principalement de locations de copies, leur chiffre d'affaires s'élève à 2,6 % seulement du cumul annuel, pour 46 ventes enregistrées (49 % des ventes totales).

MÉTHODOLOGIE

* Depuis 2017, Unifrance analyse la diffusion commerciale des œuvres en réalité virtuelle (VR) françaises à l'international. L'étude annuelle porte exclusivement sur les résultats des ventes, titre par titre, déclarées par les sociétés de production et de distribution, sachant que sont attribuées aux sociétés de production correspondantes les transactions opérées par les distributeurs.

* Parce qu'elles sont une source de revenus non négligeable pour la filière, les locations en festivals, les ventes auprès d'acteurs institutionnels à l'étranger et les redevances des droits sont prises en compte.

* Selon ce dernier paramètre, les leaders sont les plateformes (59 % des recettes, +23 % en une année), alors qu'elles ne représentent que 6,5 % du total des acheteurs.

* Absentes de la première étude (2017), les plateformes n'ont pas cessé de gagner du terrain et s'illustrent en 2022 comme les acheteurs incontournables des œuvres tricolores à l'international. En 2022, leurs investissements sont tels que 3 des plus grosses plateformes VOD font partie du top 10 ! Et le premier acheteur étranger d'œuvres immersives françaises est une plateforme, la chinoise PICO, qui détrône Oculus leader en 2021, représente presque 52 % du chiffre d'affaires total pour seulement 5 ventes répertoriées.

* L'Asie devient la première zone géographique d'exportation des œuvres immersives en 2022, avec 4 pays de la zone dans le top 10 des pays acheteurs d'œuvres immersives françaises. Elle concentre plus de 65 % du chiffre d'affaires global pour 51 ventes. La Chine, premier pays de la zone, génère plus de 55 % du chiffre d'affaires pour 14 ventes avec PICO qui règne à la première place après avoir été répertorié seulement neuvième l'an passé. Taïwan, territoire dont les acheteurs sont nombreux et variés, se hisse à la deuxième place en termes de ventes (22).

* L'année 2022 se révèle dynamique pour les œuvres immersives françaises à l'international. La reprise complète des festivals en présentiel et des espaces (installations, salles d'arcades...), la croissance du nombre de distributeurs étroitement liée à la structuration du marché, l'augmentation générale des investissements effectués par les acheteurs internationaux et l'appétence grandissante des plateformes VoD envers le contenu immersif français caractérisent l'année étudiée.

* Presque 10 sociétés de plus ayant réalisées des ventes ont été recensées (23 en 2022 contre 14 en 2021). Ce chiffre clé pour permettre la parfaite représentation du marché immersif français à l'international depuis 2017, est en dent de scie depuis le début, faussant parfois la réalité du marché français à l'export.

* Les trois principaux distributeurs qui structurent le marché immersif français, Diversion Cinéma, Astrea et Lucid Realities, sont responsables de la quasi-totalité des ventes.

* Les ventes auprès de certains acheteurs français opérant à l'international sont recensées et intégrées aux résultats. Elles concernent certes des transactions conclues avec des sociétés basées en France, mais ces dernières n'en demeurent pas moins un vecteur incontournable de la diffusion des œuvres immersives hors hexagone. En 2022, 23 sociétés ont répondu à notre demande de participation à cette étude.

Les œuvres immersives françaises les plus exportées en 2022

* Les 10 œuvres immersives les plus exportées selon le chiffre d'affaires

Madrid Noir

1 De James A. Castillo
Produit par Atlas V et No Ghost (Royaume-Uni)
Animation, 2021, 42'

Le Cri

2 De Sandra Paugam et Charles Ayats
Produit par Cinétévé Expérience
Animation, 2019, 15'

Far Reach

3 De Jonathan Astruc
Produit par BackLight
Animation, 2017, 3'

Notes on Blindness: Into Darkness

4 De James Spinney et Peter Middleton
Produit par Agat Films – Ex nihilo et Archer's Mark (Royaume-Uni)
Documentaire, 2016, 6'

Birdy King Land

5 De Jonathan Astruc
Produit par BackLight
Animation, 2014, 4'

Éclipse

6 De Jonathan Astruc et Aymeric Favre
Produit par BlackLight
Fiction, 2018, 35'

Dreamin'Zone

7 De James Spinney et Peter Middleton
Produit par Zéro de Conduite Productions, Studio Yog (Corée du Sud), Fauvea (Suisse), Ciné-Litté Productions (Allemagne)
Animation, 2020, 18'

Gloomy Eyes

8 De Fernando Maldonado et Jorge Tereso
Produit par Atlas V, ARTE France et 3dar (Argentine)
Animation, 2019, 6'

What Is Left of Reality

9 De Pierre Zandrowicz et Ferdinand Dervieux
Produit par Atlas V
Documentaire, 2021, 11'

SPHERES

10 De Eliza McNitt
Produit par Novelab, Atlas V, Crimes of Curiosity (États-Unis) et Protozoa Pictures (États-Unis)
Animation, 2018, 30'

* Les 10 œuvres immersives les plus exportées selon le nombre de ventes

Dream Builders: The Cenotaph for Newton

1 De Arnaud Desjardins
Produit par Femme Fatale Studio
Animation, 2021, 8'

Ayahuasca (Kosmik Journey)

2 De Jan Kounen
Produit par Atlas V, SMALL Studio et a_BAHN (Luxembourg)
Animation, 2019, 18'

They Dream in My Bones – Insomnopoly II

3 De Faye Formisano
Produit par Le Fresnoy – Studio national des arts contemporains et Caza d'Oro – Centre international d'art contemporain
Animation, 2021, 17'

-22.7°C

4 De Jan Kounen, Molécule et Amaury La Burthe
Produit par Zorba Production, DVgroup, ARTE France et Novelab
Documentaire, 2019, 8'

On the Morning you Wake

5 De Mike Brett, Steve Jamison et Pierre Zandrowicz
Produit par Atlas V et Archer's Mark (Royaume-Uni)
Animation, 2022, 42'

BattleScar

6 De Martin Allais et Nico Casavecchia
Produit par Atlas V, ARTE France, Fauns, Kaleidoscope (États-Unis) et 1stAveMachine (États-Unis)
Animation, 2018, 30'

Notes on Blindness: Into Darkness

7 De James Spinney et Peter Middleton
Produit par Agat Films – Ex nihilo et Archer's Mark (Royaume-Uni)
Documentaire, 2016, 6'

Gloomy Eyes

8 De Fernando Maldonado et Jorge Tereso
Produit par Atlas V, ARTE France et 3dar (Argentine)
Animation, 2019, 6'

Odyssey 1.4.9

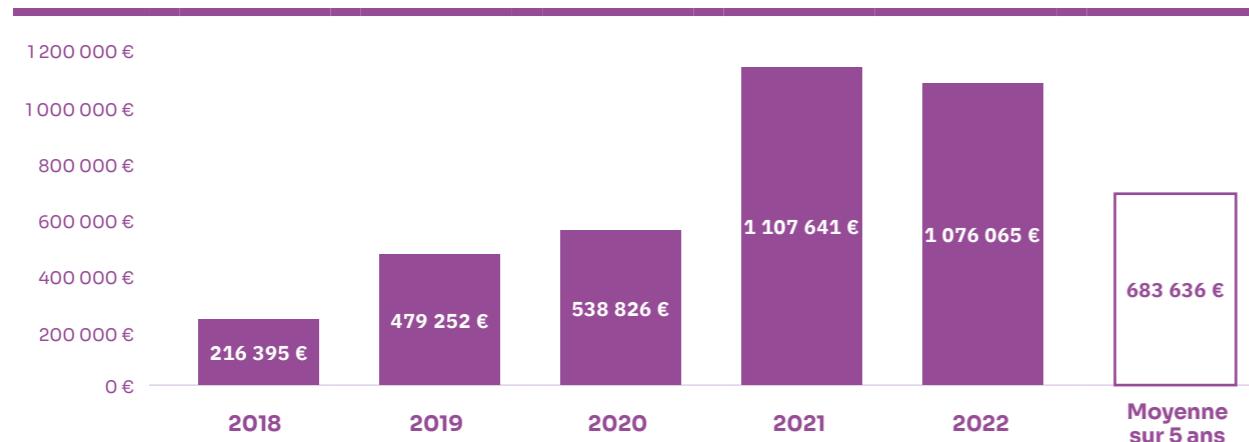
9 De François Vautier
Produit par DA PROD
Animation, 2019, 7'

I Saw the Future

10 De François Vautier
Produit par DA PROD
Animation, 2017, 6'

Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises en 2022

> selon le chiffre d'affaires



* L'exportation des œuvres immersives françaises génère un chiffre d'affaires de 1,07 M€ en 2022. Il s'agit du deuxième plus haut niveau depuis que cette étude est réalisée, en légère diminution de 31 576 € (-2,8 %) par rapport à l'année précédente.

* Le chiffre d'affaires n'a cessé d'augmenter depuis 2017. C'est en 2020 que le seuil des 500 000 € est franchi, et celui de 1 M€ l'est en 2021, et reste dépassé en 2022.

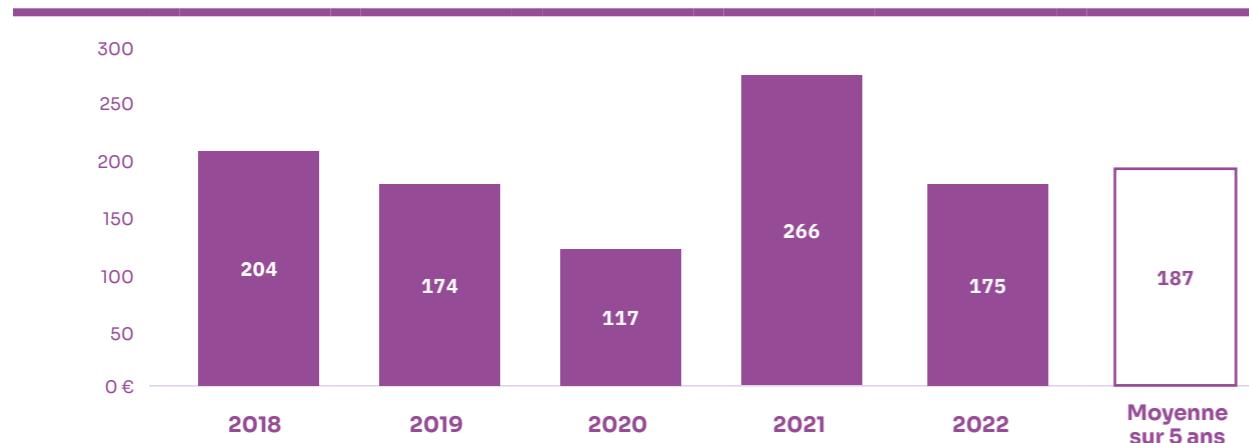
* Le chiffre d'affaires à l'exportation en 2022 est porté par 2 titres comptabilisant plus de 100 000 € chacun et 3 titres passant la barre des 95 000 €.

> selon le prix moyen de vente



* Le prix moyen de vente des œuvres immersives françaises s'élève à 6 149 € en 2022. Il s'agit du plus haut niveau des cinq dernières années, en forte hausse par rapport à l'année précédente (+47,7 %).

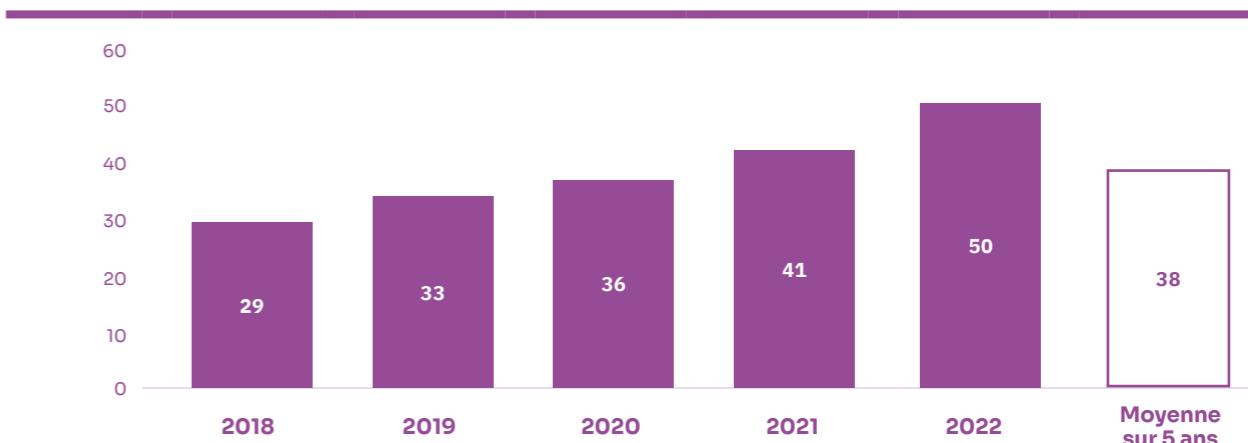
> selon le nombre de ventes



* 175 ventes d'œuvres immersives françaises ont été enregistrées à l'international en 2022. Il s'agit du troisième plus haut niveau depuis que cette étude est réalisée, malgré une diminution notable du nombre de ventes (-91 ventes) par rapport à l'année dernière, et un total inférieur à la moyenne des 5 dernières années.

* Après avoir presque doublé en 2018, les transactions n'ont cessé de diminuer entre 2018 et 2020, avant que cette tendance s'inverse en 2021.

> selon le nombre d'œuvres



* La barre des 50 œuvres immersives françaises exportées à l'international en 2022 a été franchie. Il s'agit du plus haut niveau des six dernières années, en progression de 9 points (+21 %) par rapport à l'année précédente.

* Cet indicateur n'a cessé d'augmenter au fil des années. Les œuvres immersives françaises peuvent compter sur un catalogue qui s'étoffe au fil des années, renforçant l'offre de titres, et leur présence à l'international.

Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises

>selon le genre

L'année 2022

Genre	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
Animation	790 149 €	73,4 %	95 54,3 %
Documentaire	269 219 €	25,0 %	47 26,9 %
Expérimental	10 918 €	1,0 %	19 10,9 %
Fiction	5 779 €	0,5 %	14 8,0 %
Total	1 076 065 €	100,0 %	50 100,0 %

* L'animation conserve son leadership quant aux genres des œuvres immersives françaises les plus exportées en 2022 : elle capte plus de 70 % du chiffre d'affaires, plus de la moitié des ventes recensées, et presque la moitié de l'offre d'œuvres.

* La part des recettes générées par l'animation a beaucoup fluctué pendant les 6 années étudiées. Après avoir joué un rôle mineur en 2017 et en 2018, ce genre connaît un pic en 2019 et s'est depuis installé en tête, avec près de 75 % du total du chiffre d'affaires en 2022.

* La progression par rapport à 2021 est notable : +13,8 % de progression sur le chiffre d'affaires. Les 3 œuvres immersives les plus exportées de 2022, **Madrid Noir**, **Le Cri** et **Far Reach** ainsi que les 3 œuvres ayant le plus été vendues **Dream Builders** : **The Cenotaph For Newton**, **Ayahuasca (Kosmik Journey)** et **They Dream in my Bones – Insomnopoly II** appartiennent toutes à l'animation.

* Le prix moyen d'une transaction est de 8 371 €, soit plus de 2 000 € supérieur au prix moyen d'une transaction en 2022 (6 148 €).

* A l'instar de l'année 2021, le documentaire conforte sa deuxième place parmi les genres des œuvres immersives françaises les plus exportées en 2022 : il capte 25 % du chiffre d'affaires et 27 % des ventes et 40 % de l'offre d'œuvres.

* La part des recettes générées par le documentaire a également beaucoup oscillé pendant les six années étudiées. Elle a atteint son plus haut niveau en 2018, tandis qu'elle se limitait à 10 % les années précédente et suivante. Les valeurs de 2020, 2021 et 2022 sont beaucoup plus proches de la moyenne calculée depuis cinq ans qui est de 30 %.

* Le chiffre d'affaires (+10 %) est plus élevé par rapport à 2021 et est porté par 7 titres exportés en plus même si le nombre de ventes a été divisé par deux : 83 ventes en 2021 contre 47 en 2022. 4 œuvres immersives parmi les 10 plus exportées en 2022 appartiennent à ce genre.

* La fiction est la grande absente de cette étude avec 0,5 % de chiffre d'affaires enregistré pour 2 titres (contre 6 l'année précédente) malgré un nombre proche de ventes : 15 en 2021, 14 en 2022.

* L'expérimental reste minoritaire en 2022 avec 1 % du chiffre d'affaires total, représentant une diminution de moitié (21 000 € en 2021 contre 11 000 € en 2022). Malgré cette baisse notable, le nombre de vente effectuées en un an a quadruplé avec 6 titres expérimentaux différents vendus (contre 2 en 2021).

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Genre	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Animation	7,8 %	81,6 %	38,5 %	64,5 %	73,4 %	53,2 %
Documentaire	60,0 %	11,1 %	33,2 %	22,1 %	25,0 %	30,3 %
Expérimental	8,9 %	2,2 %	0,2 %	1,9 %	1,0 %	2,9 %
Fiction	23,3 %	5,1 %	28,1 %	11,5 %	0,5 %	13,7 %

>selon l'année de production

L'année 2022

Année de production	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
2022	3 518 €	0,3 %	14 8,0 %
2021	508 768 €	47,3 %	51 29,1 %
2020	44 234 €	4,1 %	13 7,4 %
2019	160 602 €	14,9 %	45 25,7 %
2018	97 942 €	9,1 %	26 14,9 %
2001 - 2017	261 001 €	24,3 %	26 14,9 %
Total	1 076 065 €	100,0 %	50 100,0 %

* Les ventes d'œuvres immersives en 2022 se concentrent pour la moitié sur des titres produits l'année antérieure, en 2021.

* Les œuvres récentes – de 2018 à 2022 - représentent 42 titres (sur 50) et engendrent la majorité des profits : 75 % du chiffre d'affaires et 85 % des transactions, alors que les œuvres de catalogue (16 % des titres) captent 25 % du chiffre d'affaires et 15 % des ventes.

* Près de 15 % des ventes sont issues d'œuvres produites en 2019, année record de production avec notamment **Gloomy Eyes**, **Ayahuasca (Kosmik Journey)**, **Le Cri** et **Odyssey 1.4.9** dont les ventes ont déjà été remarquées dans les études précédentes.

>selon la langue

L'année 2022

Langue	Chiffre d'affaires	Ventes	Titres
Français	377 287 €	35,1 %	60 34,3 %
Étrangère	677 939 €	63,0 %	79 45,1 %
Sans dialogues	20 838 €	1,9 %	36 20,6 %
Total	1 076 065 €	100,0 %	50 100,0 %

* Les productions en langue étrangère sont les plus nombreuses : elles représentent presque une vente sur deux (45 % des ventes) et génèrent plus de 60 % du chiffre d'affaires. Les tendances sont à la baisse par rapport à 2021, où 2 ventes sur 3 étaient en langue étrangère et représentaient 70 % du chiffre d'affaires total.

* On compte quatre fois plus de transactions pour des œuvres en langue française en 2022 (60) par rapport à l'année précédente (12) avec 17 titres en 2022 contre 5 en 2021.

Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises

>selon le type d'acheteur

L'année 2022

Type d'acheteur	Chiffre d'affaires	Ventes	Acheteurs
Associations	- €	0,0 %	-
Chaînes de télévision	4 401 €	0,4 %	3
Distributeurs	28 468 €	2,6 %	8
Festivals internationaux	28 183 €	2,6 %	86
Galeries, musées, expositions et universités	156 891 €	14,6 %	34
Institutionnels et ambassades	2 400 €	0,2 %	7
Plateformes VOD	635 347 €	59,0 %	22
Autres	220 376 €	20,5 %	15
Total	1 076 065 €	100,0 %	92
			100,0 %

* Après avoir poursuivi une croissance constante en participant à hauteur de près de 400 000 € au score annuel en 2021, les achats des plateformes VOD s'envolent en 2022 avec un total supérieur à 635 000 euros, soit +23 % d'évolution entre les deux années et une part historique de 60 % du total. Absentes de la première étude (2017), elles n'ont pas arrêté de gagner du terrain et s'illustrent désormais comme les acheteurs incontournables des œuvres tricolores à l'international.

* A l'instar de 2021, le premier acheteur étranger d'œuvres immersives françaises est une plateforme. La plateforme Oculus, leader en termes de chiffre d'affaires en 2021, est détrônée par le chinois PICO, qui représente plus de 50 % du chiffre d'affaires global. L'acheteur Oculus, se voit relégué à la 8eme place en 2022.

* Les festivals internationaux continuent de former les groupes d'acheteurs les plus nombreux et avec près de la moitié des ventes - principalement des locations de copies - soit 86 au total pour 51 acheteurs différents identifiés. Malgré un tel volume, leur chiffre d'affaires représente à peine 3 % du cumul annuel (contre 8,2 % en 2021) et aucun festival ne se hisse parmi les 10 plus gros acheteurs en 2022. Le leader de ce groupe, en termes de recettes et de transactions, est le festival taïwanais de Kaohsiung.

* Galeries, musées, expositions et universités, atteignent près de 15 % du chiffre d'affaires annuel, et constituent un débouché en croissance, après une période COVID très faible.

* Enfin, il est à noter l'apport très faible de la part des distributeurs étrangers (qui représentaient pourtant la plus grande partie du chiffre d'affaires en 2017) et la diminution des achats TV (4 ventes en 2021, 3 en 2022 pour 2 acheteurs différents recensés) qui ne représentent plus un débouché significatif alors qu'ils avaient atteint 18 % du chiffre d'affaires en 2020.

* 9 acheteurs n'ont pas pu être associés aux catégories traditionnelles préexistantes pour un total de plus de 20 % du chiffre d'affaires total. Cela explique notamment la seconde place pour Area 15, géant des salles arcades et VR aux États-Unis.

>selon la zone géographique

L'année 2022

Zone géographique	Chiffre d'affaires	Ventes
Afrique et Proche & Moyen-Orient	50 €	< 0,1 %
Amérique du Nord	313 014 €	29,1 %
Amérique latine	10 208 €	0,9 %
Asie	692 813 €	64,4 %
Europe centrale et orientale	6 538 €	0,6 %
Europe occidentale	45 497 €	4,2 %
Océanie	2 094 €	0,2 %
Acheteurs français*	5 851 €	0,5 %
Total	1 076 065 €	100,0 %

* Après être descendue à la seconde place en 2021, l'Asie redevient la première zone géographique d'exportation des œuvres immersives françaises en 2022, en termes de chiffre d'affaires, avec 64,4 % du chiffre d'affaires total, et deuxième en termes de nombre de ventes, avec 51 transactions identifiées (presque ex-aequo avec l'Europe occidentale et ses 52 ventes enregistrées). Depuis l'année 2019 où le continent asiatique représentait plus de 70 % du chiffre d'affaires total, les années 2020 (40,9 %) et 2021 (26,2 %) ont toutes les deux enregistré un chiffre d'affaires fragile en Asie, qui se rapprochait pour 2021 de celui enregistré en 2018. L'année 2022 marque ainsi le retour en force du continent asiatique, avec notamment l'ascension de PICO à la première place. Dans le top 10, 4 pays sont asiatiques : la Chine, Taïwan, Singapour et la Malaisie assurent la plus large exposition aux œuvres immersives tricolores avec Pico et HTC qui s'illustrent parmi les plus gros acheteurs étrangers – alors qu'en 2021, seule la Chine représentait la zone dans le top 10.

* L'Amérique du Nord cède sa place et devient la deuxième zone géographique d'exportation des œuvres immersives françaises en 2022. La zone, qui concentrait plus de la moitié des recettes annuelles (un record) voit son chiffre d'affaires chuter de près de moitié en un an : de 636 866 € à 313 014 €. Là où 6 des 10 acheteurs qui avaient le plus investi dans l'achat d'œuvres immersives françaises en 2021 étaient américains, ils ne sont plus que 4 en 2022.

* Très loin derrière (4,2 %), l'Europe occidentale complète le podium des zones géographiques d'exportation en 2022. C'était le marché privilégié des œuvres immersives françaises en 2017 et 2018, où elle était à l'origine de 40 % de leur chiffre d'affaires annuel. L'apparition de nouveaux acheteurs tels que des plateformes basées sur d'autres continents a assuré l'envol de leurs zones respectives (Amérique du Nord et Asie) et drastiquement réduit le poids de l'Europe occidentale qui passe en deçà de 10 % en 2021, pour atteindre moins de 5 % du chiffre d'affaires total en 2022, taux le plus bas depuis le lancement de l'étude en 2017. Mais fort de ses festivals et de ses lieux LBE, l'Europe occidentale est numéro un en termes de nombre de ventes (52) avec près de 30 % des ventes totales.

* L'Amérique Latine, après des achats en dents de scie depuis la parution de l'étude, se place 4^e dans le top 10 du chiffre d'affaires. Après une année 2021 très basse, le continent dépasse les 10 000 € de recettes en 2022 avec 5 achats, soit environ 2 000 € par achat.

* Sur les cinq dernières années, l'Asie enregistre la meilleure moyenne de chiffre d'affaires : environ 40 % du total, suivie par l'Amérique du Nord (27,5 %) et par l'Europe occidentale (24 %)

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Type d'acheteur	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Chaînes de télévision	6,8 %	0,0 %	18,5 %	4,5 %	0,4 %	6,0 %
Distributeurs	19,4 %	2,8 %	16,7 %	1,9 %	2,6 %	8,7 %
Festivals internationaux	19,8 %	4,8 %	3,1 %	8,2 %	2,6 %	7,7 %
Plateformes VOD	6,6 %	21,2 %	23,9 %	36,0 %	59,0 %	29,4 %
Autres	47,4 %	71,2 %	37,9 %	44,8 %	20,5 %	44,3 %

Les 5 dernières années (selon le chiffre d'affaires, en %)

Zone géographique	2018	2019	2020	2021	2022	Moyenne sur 5 ans
Afrique et Proche & Moyen-Orient	1,3 %	0,2 %	0,4 %	< 0,1 %	< 0,1 %	0,4 %
Amérique du Nord	20,8 %	19,5 %	29,6 %	57,5 %	29,1 %	31,3 %
Amérique latine	1,5 %	0,4 %	0,1 %	0,1 %	0,9 %	0,6 %
Asie	25,3 %	71,0 %	40,9 %	26,2 %	64,4 %	45,5 %
Europe centrale et orientale	2,6 %	0,9 %	0,4 %	0,4 %	0,6 %	1,0 %
Europe occidentale	40,1 %	6,5 %	23,8 %	9,9 %	4,2 %	16,9 %
Océanie	0,3 %	< 0,1 %	< 0,1 %	1,3 %	0,2 %	0,4 %
Acheteurs français*	8,2 %	1,5 %	4,9 %	4,7 %	0,5 %	4,0 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).

Les résultats de l'exportation des œuvres immersives françaises

>selon le pays

L'année 2022

Rg	Pays	Chiffre d'affaires	Ventes
1	Chine	595 565 €	55,3 %
2	États-Unis	312 373 €	29,0 %
3	Taiwan	60 043 €	5,6 %
4	Corée du Sud	20 873 €	1,9 %
5	Autriche	12 044 €	1,1 %
6	Brésil	10 125 €	0,9 %
7	Malaisie	9 803 €	0,9 %
8	Italie	8 305 €	0,8 %
9	Suisse	5 598 €	0,5 %
10	Singapour	4 859 €	0,5 %
Total du top 10		1 039 589 €	96,6 %
Autres pays étrangers		30 625 €	2,8 %
France (pour export)*		5 851 €	0,5 %
Total		1 076 065	100,0 %
		175	100,0 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).

* Les trois premiers pays concentrent la presque totalité des recettes annuelles de l'exportation d'œuvres immersives françaises, avec plus de 90 % du chiffre d'affaires total enregistré.

* Pays leader en 2019, challenger en 2020 et 2021, la Chine redevient numéro 1 en 2022, avec l'ascension de la plateforme PICO, qui n'étaient qu'à la 9^e place du classement en 2021 avec 2,3 % du chiffre d'affaires pour 3 ventes. En 2021, la Chine représentait moins de 20 % du chiffre d'affaires global à l'export, mais c'est désormais 55 % en 2022, malgré une forte baisse des ventes (34 en 2021 contre 14 en 2022). Cela peut notamment s'expliquer par des achats à prix élevé de la part des plateformes sur un nombre réduit de ventes. A la 5^e place se situe un nouveau dans l'étude, l'intermédiaire clé chinois Sandman Studios, qui permet d'effectuer des ventes avec PICO.

* Après une augmentation constante entre 2019 et 2021, le chiffre d'affaires généré aux États-Unis a drastiquement chuté en 2022 : -37,5 % de chiffre d'affaires enregistré sur le territoire américain par rapport à 2021. Malgré cette baisse, les États-Unis sont en haut des marches en termes de nombre de ventes : 17 % du total pour 29 ventes enregistrées. Dans le top 10 des acheteurs mondiaux, 4 sont des acheteurs américains : Area 15, South Earth Earn Guide Dog, Sela Sport Compagny et Oculus. Ce dernier, principal acheteur à la fois en termes de chiffre d'affaires et de nombre de ventes (respectivement 27,5 % de part de marché pour 15 ventes) voit sa contribution fortement diminuée pour atteindre la 8^e place du top 10 en 2022 pour ne représenter que 2 % du marché global.

* Taiwan qui confortait son statut de marché clé de l'exportation des œuvres immersives tricolores en 2021 à la 5^e place vient se hisser à la dernière marche du podium. Le festival de Kaohsiung et le colosse HTC consolident leur rôle de diffuseurs des productions françaises au fil des années. C'est en 2022 que les acheteurs locaux investissent le plus

en œuvres immersives françaises depuis 2017 : après avoir fléchi en 2020, les recettes renouent avec le niveau de 2019. Le chiffre d'affaires à l'export a presque doublé en une année sur le territoire taiwanais : de 34 000 € à 60 000 € en 2022. Cela peut se traduire par le colosse HTC qui continue à marquer son intérêt pour les œuvres immersives françaises.

* Le Royaume-Uni ne fait plus partie du top 10, après avoir atteint la troisième place du podium en 2021. En raison de l'absence de l'acheteur NSSC Operations, qui représentait 4,5 % du CA en 2021, le marché anglophone qui faisait sa première apparition l'année passée a laissé sa place au marché taiwanais.

* Deuxième pays selon les recettes en 2017, la Corée du Sud était passé leader en 2018 pour ensuite céder progressivement du terrain : les acquisitions baissant, la Corée du Sud est troisième en 2019, quatrième en 2020 et sixième en 2021. Elle revient à la quatrième place en 2022, notamment grâce aux achats du BIFAN, festival international du film fantastique de Bucheon (Corée du Sud) et du musée Tongyeon Triennial, 7^e acheteur mondial avec plus de 20 000 € investis dans les productions immersives françaises.

* Pour la première fois depuis 2019, l'Autriche, l'Italie et la Suisse font partie du top 10 et remplacent la Belgique, le Royaume-Uni et les Pays-Bas dans la présence des pays européens.

* À l'image des années précédentes, en 2022, les diffusions commerciales en Amérique latine, en Europe centrale et orientale et en Afrique et Proche & Moyen-Orient continuent d'être assurées par les festivals internationaux.

* Les acheteurs français voient leur part de marché s'effondrer (ARTE et l'Institut français) pour ne représenter que 0,5 % du chiffre d'affaires total contre 4,7 % en 2021.

>selon l'acheteur

L'année 2022

Rg	Acheteur	Pays d'origine
1	Pico	Chine
2	Area 15	États-Unis
3	South Earth Earn Guide Dog	États-Unis
4	HTC	Taiwan
5	Sandman Studios	Chine
6	Sela Sport Compagny	États-Unis
7	Tongyeon Triennial	Corée du Sud
8	Oculus	États-Unis
9	Virtual Reality Development	Autriche
10	National Taiwan Museum of Fine Arts	Taiwan

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).

>selon le territoire cédé

L'année 2022

Territoire cédé	Chiffre d'affaires	Ventes
Monde	2 800 €	0,3 %
Multi-territoires	- €	0,0 %
Un territoire	1 067 414 €	99,2 %
Territoires cédés aux acheteurs français*	5 851 €	0,5 %
Total	1 076 065 €	100,0 %
	175	100,0 %

* Ventes à des sociétés françaises pour l'international (ARTE et Institut français).

* A l'instar de 2021, les droits de diffusions d'œuvres immersives françaises en 2022 sont en majorité cédés pour un seul territoire. Le nombre élevé de locations de copies par les festivals, les associations et autres acteurs institutionnels se

réfère dans la large part revenant aux cessions de droits pour un seul territoire qui représentent plus de 99 % des recettes et des transactions annuelles.



3

**Les courts-métrages
et les œuvres
immersives français
dans les festivals
à l'international
en 2022**

Les grands indicateurs

**des courts-métrages et des œuvres immersives
françaises dans les festivals à l'international en 2022**

Courts-métrages - Œuvres immersives

606 ▪ 28

Titres français sélectionnés

1 359 ▪ 53

Présentations de titres français

215 ▪ 2

Prix remportés

81 ▪ 13

Festivals ayant sélectionné
des titres français

Badalona Filnets

1^{er} festival

en nombre de courts-métrages
français sélectionnés

BIFAN

1^{er} festival

en nombre d'œuvres immersives
françaises sélectionnées

Luce et le Rocher

1^{er} court-métrage français

en nombre de prix et de présentations

Ice Merchants

1^{er} court-métrage français

en nombre de présentations

On the Morning You Wake

1^{re} œuvre immersive française

en nombre de présentations

Analyse

Considérant l'impact fort des œuvres françaises sur les publics et professionnels étrangers, Unifrance publie pour la seconde année consécutive un état des lieux des sélections et prix obtenus dans les festivals dont l'association est partenaire.

* Elle collabore avec plus d'une centaine de manifestations à travers le monde, incluant celles rendant éligible aux Oscars, BAFTA ou autre EFA. Non exhaustif, ce référentiel est néanmoins significatif de l'exposition festivalière des courts-métrages et des œuvres immersives hors de nos frontières.

* À l'étranger, la vitalité du format court et des œuvres immersives se confirme avec une hausse significative des présentations et des prix : **1 591 (en et hors compétition, en incluant les festivals francophones)** et **217 récompenses** attribuées tous genres confondus (contre 1 526 et 207 en 2021).

* En 2022, **94 festivals soutenus par Unifrance** ont sélectionné **606 titres différents pour les courts-métrages** et **28 pour les œuvres immersives**, ayant généré respectivement **1 359 présentations** pour les premiers et 53 pour les seconds. Les œuvres d'animation caracolent en tête avec 267 titres, 779 présentations et 115 récompenses, suivie par la fiction qui comptabilise 251 titres, 432 présentations et 75 prix. Le documentaire s'offre une belle troisième place avec 69 titres et 124 présentations ayant donné lieu à pas moins de 25 prix. Quant au **genre expérimental**, il s'invite en quatrième position avec 11 films et 24 présentations.

* **L'Europe occidentale** offre aux courts-métrages et aux contenus immersifs la plus belle visibilité, avec 911 présentations et 135 prix. Badalona Filnets et GIFF Genève s'affichent comme étant les manifestations ayant sélectionné en compétition le plus grand nombre de films courts pour la première (62) et d'œuvres immersives pour la seconde (10). Notons le beau succès de **Little Berlin** de Kate McMullen, couronné en Espagne du Prix du meilleur documentaire, et le Prix Future is Sensible décerné en Suisse à l'œuvre VR **Les Aveugles** de Julien Dubuc.

* **L'Amérique du Nord** occupe la seconde place avec 231 présentations et 36 prix. Rhode Island, Palm Springs et GLAS Animation composent le trio des festivals qui sélectionnent le nombre le plus important de films sur cette zone, avec respectivement 39, 34 et 21 titres en compétition. **I'm Late** de Sawako Kabuki s'est vu remettre le Grand Prix du meilleur film expérimental à Rhode Island, tandis que le déjà très remarqué **Titan** de Valéry Carnoy y recevait le Premier Prix de la meilleure fiction. À Palm Springs, **Sidéral** de Carlos Segundo (découvert à Cannes en 2021) reçoit le Prix du meilleur court-métrage international et l'animation **Nuisibles** de Juliette Laboria est auréolée du Grand Prix de la compétition officielle à GLAS Animation. Côté œuvres immersives, **Biolum** d'Abel Kohen se distingue au Canada en remportant à Ottawa le Prix du meilleur film VR.

MÉTHODOLOGIE

* Sont pris en compte les festivals étrangers (hors festivals de films français et/ou francophones) dont Unifrance est partenaire et les films de nationalité française (ou de coproduction française, même minoritaire) et dits « récents ». Un film pouvant être sélectionné par plus de 1 festival, nous avons opté pour le terme « présentation »

dans les textes. En 2022 par exemple, **Ice Merchants** (nominé aux Oscars 2023) a été programmé par 14 festivals, ce qui correspond à 1 film et à 14 présentations. Notre analyse ne tenant compte que des prix officiels, les prix collatéraux sont exclus.

Le palmarès de 2022

Cette liste non-exhaustive met en lumière une sélection des principaux prix décernés aux courts-métrages et aux œuvres immersives français dans les festivals internationaux (hors festivals francophones et festivals de films français).

Allemagne

Festival international du court-métrage de Berlin (Interfilm) (Novembre)
 * Prix du meilleur film : **Warsha** de Dania Bdeir
 * Prix de la meilleure animation : **Petit Cogneur** de Gilles Cuvelier

Australie

Festival international du film de Melbourne (Août)
 * Prix de la meilleure animation : **Ice Merchants** de João Gonzalez

Belgique

Anima (Février/Mars)
 * Grand Prix Anima : **Steakhouse** de Čadež Špela
 * Grand Prix de la Fédération Wallonie-Bruxelles : **Câline** de Margot Reumont
Brussels Short Film Festival (Avril)
 * Grand Prix compétition internationale : **Cataracte** de Faustine Crespy et Laetitia de Montalembert

Canada

Festival international d'animation d'Ottawa (Septembre)
 * Grand Prix : **Bird in the Peninsula** d'Atsushi Wada
 * Prix de la meilleure animation narrative : **Letter to a Pig** de Tal Kantor
 * Prix de la meilleure animation jeune public : **Luce et le Rocher** de Britt Raes
 * Prix de la meilleure animation d'école : **Les Larmes de la Seine** de Yanis Belaid, Elliott Benard, Alice Letailler, Nicolas Mayeur, Étienne Moulin, Hadrien Pinot, Philippine Singer et Lisa Vicente
 * Prix du meilleur film VR : **Biolum** d'Abel Kohen

Colombie

Bogoshorts (Décembre)
 * Prix de la meilleure animation compétition internationale : **Jouir (en solitaire)** d'Ananda Safo
 * Prix du meilleur film expérimental : **Amo** d'Emmanuel Gras

Corée du Sud

Festival international du film fantastique de Bucheon (Juillet)
 * Prix du meilleur court-métrage Bucheon Choice : **Lucienne dans un monde sans solitude** de Geordy Couturiau

Danemark

Festival international du film d'Odense (Août/Septembre)
 * Grand Prix compétition internationale : **Astel** de Ramata-Toulaye Sy
 * Prix de la meilleure animation : **Les Larmes de la Seine** de Yanis Belaid, Elliott Benard, Alice Letailler, Nicolas Mayeur, Étienne Moulin, Hadrien Pinot, Philippine Singer et Lisa Vicente

Espagne

Festival de cinéma de Alcalá de Henares (Novembre)
 * Premier Prix compétition européenne : **Ice Merchants** de João Gonzalez
Festival de cinéma de Badalona (Octobre)
 * Prix du meilleur documentaire : **Little Berlin** de Kate McMullen
Festival international du documentaire et du court-métrage de Bilbao (Novembre)
 * Prix de la meilleure fiction : **Backflip** de Nikita Diakur

Festival international du cinéma de Huesca (Juin)
 * Premier Prix compétition internationale : **Solarium** de Jonathan Koulavsky

Festival international du film de Catalogne de Sitges

(Octobre)
 * Mélies d'argent du meilleur court-métrage fantastique européen : **La Machine d'Alex** de Mael Le Méé

Festival international du cinéma de Valladolid

(Octobre)
 * Pointe d'argent du court-métrage : **Ice Merchants** de João Gonzalez

États-Unis

Aspen Shortsfest (Avril)
 * Prix de la meilleure animation : **Freedom Swimmer** d'Olivia Martin-McGuire

GLAS Animation

(Avril)
 * Grand Prix compétition officielle : **Nuisibles** de Juliette Laboria

Festival international du court-métrage de Palm Springs

(Juin)
 * Prix du meilleur court-métrage international : **Sidéral** de Carlos Segundo

Festival international de Rhode Island

(Août)
 * Grand Prix de la meilleure réalisation : **Ici s'achève le monde connu** d'Anne-Sophie Nanki

* Grand Prix de la meilleure animation pour enfants : **Kayak** de Solène Bosseboeuf, Flore Dechognat, Tiphaïne Klein, Auguste Lefort et Antoine Rossi

* Grand Prix du meilleur film expérimental : **I'm Late** de Sawako Kabuki

* Premier Prix de la meilleure fiction : **Titan** de Valéry Carnoy

* Premier Prix de la meilleure animation : **Les Larmes de la Seine** de Yanis Belaid, Elliott Benard, Alice Letailler, Nicolas Mayeur, Étienne Moulin, Hadrien Pinot, Philippe Singer et Lisa Vicente, et **Hi, How Are You?** de Gaïa Grandin Mendzylewski

Finlande

Festival du film de Tampere

(Mars)
 * Grand Prix : **La Vie sexuelle de mamie** d'Urška Djukić et Émilie Pigeard
 * Prix de la meilleure fiction : **Warsha** de Dania Bdeir
 * Prix du meilleur documentaire : **Angle mort** de Lotfi Achour

Irlande

Festival du cinéma indépendant IndieCork (Octobre)
 * Prix du meilleur court-métrage international : **Freedom Swimmer** d'Olivia Martin-McGuire

Italie

La Guarimba Film Festival (Août)
 * Prix de la meilleure fiction : **Les Criminels** de Serhat Karaaslan

Mostra internationale de cinéma de Venise

(Septembre)
 * Prix du meilleur court-métrage Orizzonti : **Snow in September** de Lkhagvadulam Purev-Ochir

Japon

Festival international du film d'animation d'Hiroshima

(Août)
 * Premier Prix compétition mondiale (Allegories Nowadays) : **Écorchée** de Joachim Hérissé
 * Premier Prix compétition mondiale (A Slice of Society) : **Précieux** de Paul Mas

Festival du court-métrage de Tokyo (Short Shorts)

(Juin)
 * Grand Prix compétition internationale : **Warsha** de Dania Bdeir

Festival et marché international du court-métrage de Sapporo

(Octobre)
 * Prix de la meilleure animation : **Les Larmes de la Seine** de Yanis Belaid, Elliott Benard, Alice Letailler, Nicolas Mayeur, Étienne Moulin, Hadrien Pinot, Philippe Singer et Lisa Vicente

Suède

Festival international du court-métrage d'Uppsala (Octobre)
 * Prix du meilleur court-métrage compétition nationale : **Ovan Gruvan (Au-dessus de la mine)** de Théo Audoire et Lova Karlsson

Suisse

Festival du film de Locarno (Août)
 * Léopard d'or compétition nationale : **Euridice, Euridice** de Lora Mure-Ravaud
 * Léopard d'or compétition Corti d'autore : **Big Bang** de Carlos Segundo
 * Prix du jury cinéma et jeunesse : **Fairplay** de Zöel Aeschbacher

Tokyo Anime Award Festival

(Mars)
 * Grand Prix compétition internationale : **Souvenir Souvenir** de Bastien Dubois

Pays-Bas

Festival international du court-métrage de Nimègue (Go Short)

(Avril)

* Prix du meilleur film de fiction : **Enterrement de vie de jeune fille** de Lola Cambourieu et Yann Berlier

* Prix du meilleur film d'animation : **La Vie sexuelle de mamie** d'Urška Djukić et Émilie Pigeard

* Prix du meilleur film documentaire : **Écoutez le battement de nos images** d'Audrey Jean-Baptiste et Maxime Jean-Baptiste

* Prix du meilleur film d'école : **Soum** d'Alice Brygo

Portugal

Festival international du cinéma indépendant IndieLisboa de Lisbonne

(Avril/Mai)
 * Prix du meilleur court-métrage compétition nationale : **Domy+Alilucha** d'Ico Costa

Festival international de cinéma de Porto (Fantasporto)

(Avril)
 * Prix du meilleur court-métrage : **Elina** de Hani Dombe et Tom Kouris

Festival international du court-métrage de Vila do Conde

(Juillet)
 * Grand Prix compétition internationale : **Ice Merchants** de João Gonzalez

* Prix de la meilleure animation : **Scale** de Joseph Pierce

* Prix du meilleur film compétition enfants : **Kayak** de Solène Bosseboeuf, Flore Dechognat, Tiphaïne Klein, Auguste Lefort et Antoine Rossi

Royaume-Uni

Festival international du film de Leeds

(Novembre)
 * Prix de la meilleure animation : **Steakhouse** de Čadež Špela

Réalisation

PRÉSIDENT

Gilles Pélisson

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL

Axel Scoffier

axel.scoffier@unifrance.org

DIRECTRICE GÉNÉRALE

Daniela Elstner

DIRECTRICE DE LA COMMUNICATION

Stéphanie Gavardin

Stephanie.gavardin@unifrance.org

ADMINISTRATEUR BASE DE DONNÉES, ASSISTANT ÉTUDES

Axel Petit

axel.petit@unifrance.org

RESPONSABLE DU SERVICE COURTS-MÉTRAGES & NOUVELLES ÉCRITURES

Christine Gendre

christine.gendre@unifrance.org

COORDINATRICE COURTS-MÉTRAGES & NOUVELLES ÉCRITURES

Claire Willemin

claire.willemin@unifrance.org

COORDINATRICE COURTS-MÉTRAGES

Tiziana D'Egidio

tiziana.degидio@unifrance.org

**CHARGÉE DE PROJET /
SUIVI DE FABRICATION**

Isabelle Simone

isabelle.simone@unifrance.org

ONT COLLABORÉ À LA RÉALISATION DE CET OUVRAGE

Ainhoa Jauregui, Julia Mozziconacci
et Emma Suzor

DESIGN GRAPHIQUE

Caroline Péneau

Atelier Les Filles

IDENTITÉ VISUELLE

Drôles d'oiseaux

IMPRIMÉ EN FRANCE EN OCTOBRE 2023 PAR

PROMOPRINT



UNIFRANCE

Tous les accents de la créativité

13 rue Henner F-75009 Paris
unifrance.org