

## **UniFrance - Table ronde #4 : le confinement, une opportunité pour l'animation française ?**

Organisée dans le cadre du **Festival d'Annecy** en ligne (15 au 30 juin), la 4<sup>e</sup> table ronde virtuelle d'**UniFrance** a été l'occasion, mardi 16 juin, de discuter de **l'animation française** dans le monde, notamment face à la crise sanitaire.

Pour **Annemie Degryse**, productrice et codirigeante de la société de production belge **Lumière Lunanime**, l'animation a été **moins impactée que le live action** par la situation, puisque les **productions ont pu reprendre assez rapidement** en télétravail. Une position partagée par **Charlotte Boucon**, la directrice des ventes et de la distribution internationales de SND, qui a indiqué que le secteur de l'animation sera « parmi les premiers à repartir » et qu'il n'y aura **pas de pénurie de films** dans les années à venir comme on peut le craindre pour le live action. Sur le **développement** de projets en revanche, « nous avons besoin que la situation se stabilise un peu », indique-t-elle, même si elle estime que les prix resteront stables. Elle rappelle toutefois que « les distributeurs n'achètent pas de l'animation française parce qu'elle est française, mais pour sa qualité », ses talents, ses auteurs... Charlotte Boucon a par ailleurs noté une **demande croissante pour les contenus familiaux** pendant le confinement, afin de pouvoir occuper les enfants. L'**animation adulte** est également montée en puissance, même si le mouvement avait démarré avant le confinement, selon Annemie Degryse.

**Chance Huskey**, directeur de la distribution de la société

américaine **GKids**, qui a sorti 12 longs métrages d'animation français ces dernières années, estime de son côté que le confinement a permis au public (notamment aux familles) d'être **un peu plus aventureux dans le choix des films** grâce au numérique, par rapport au cinéma où il faut acheter quatre billets d'un coup. Pour l'avenir, il indique que les **films plus courts** pourraient davantage attirer, car l'idée de rester enfermé deux heures dans une salle à l'heure du Covid-19 peut un peu décourager le public.

**Benoît Berthe Siward**, qui dirige l'agence **The Animation Showcase**, a noté « avec intérêt » l'émergence de **nouveaux outils** pendant le confinement afin de promouvoir les films. La période de confinement a par ailleurs été **propice à un élan créatif** puisque les gens ont eu le temps de réfléchir à des projets sans avoir à travailler dans l'urgence, ce qui pourrait être **bénéfique sur le long terme**.

**Kristina Frajtic**, directrice des acquisitions du distributeur croate Blitz et **Eugene Kim**, programmeur au Bucheon International Animation Festival ont toutefois indiqué que si la production avait continué, le **doublage** était quasiment à l'arrêt et que pour leurs territoires (les Balkans et la Corée du Sud), il était **essentiel de doubler les films** pour pouvoir les sortir au cinéma. ■