

La réalité virtuelle (VR)

13 titres

109 ventes

41 963€ de chiffre d'affaires

Mai 2017, *Carme y arena* d'Alejandro González-Iñárritu (Legendary Entertainment, Fondazione Prada) est le 1^{er} film en réalité virtuelle à rejoindre la sélection officielle du Festival de Cannes. Quelques mois plus tard, la Mostra de Venise accueille la toute 1^{re} section compétitive entièrement dédiée à la VR dans un festival international majeur. Côté marché, à la Berlinale, Wide est le 1^{er} vendeur à communiquer autour de son line-up VR, suivi peu après par MK2 sur la Croisette, tandis que l'Institut français présente sa plateforme CultureVR. 2017 restera donc dans les annales comme une année clé pour les nouvelles écritures qui commencent à se structurer autour des marchés traditionnels.

Voici plusieurs raisons qui ont motivé UniFrance à réaliser une étude afin de découvrir et d'analyser le marché à l'export des œuvres françaises de court métrage en réalité virtuelle (VR). Comme déjà dit, le secteur se structure à partir du Festival de Cannes 2017, donc un travail de distribution méthodique émerge seulement à partir du 3^e trimestre de 2017. À l'image de l'étude traditionnelle sur les courts-métrages, l'étude VR 2017 porte uniquement sur les résultats objectifs des ventes, titre par titre, déclarées par chacune des sociétés de production et de distribution ayant décidé de transmettre leurs chiffres. Les ventes opérées par les distributeurs ont pour leur part été attribuées aux sociétés de production correspondantes. Les ventes auprès des acheteurs résidant en France mais opérant à l'international sont également recensées et intégrées aux résultats.

Chaque film a été vendu en moyenne 8,4 fois pour un prix moyen de 3 228€ par titre et de 385€ par transaction. Parmi les 13 films recensés, 6 sont des fictions et engendrent 55,7% de recettes globales et 50,4% des ventes. Avec un seul film, *Kinoscope* (Philippe Collin, Clément Léotard – Agat Films & Cie / Ex Nihilo), l'animation remporte la 2^e part de chiffre d'affaires (17,8%), tandis que le genre expérimental représente le 2^e volume de transactions le plus consistant (19,3%). Côté sous-genre, les films fantastiques remportent plus d'un tiers de la totalité des gains et des ventes. On notera que sur les 13 films pris en compte, ARTE est impliquée dans le financement de 7 d'entre eux – confirmant ainsi le rôle moteur de la chaîne culturelle européenne dans la VR.

Kinoscope prend la tête du classement des titres par chiffre d'affaires et devance d'une courte distance *Sergent James* (Alexandre Perez – Floréal films) qui en revanche a généré un plus grand nombre de ventes. Le podium est complété par *I, Philip* (Pierre Zandrowicz – Okio-Studio). À eux 3, ils totalisent la moitié des recettes et des transactions.

À l'exception d'*Altération* (Jérôme Blanquet – Okio-Studio) et de *Notes on Blindness: Into Darkness* (Collectif – Agat Films & Cie / Ex Nihilo)

qui la dépassent, la durée maximale des autres 11 titres est de 15 minutes (90,3% de CA et 84,4% de ventes). Si pour les courts-métrages français traditionnels la langue nationale prévaut, ce n'est pas le cas pour la VR : seulement 4 films sont en français, tandis que deux tiers (et la plus large part des recettes et des transactions) sont en *langue étrangère* (surtout en anglais) ou sans dialogues, ce qui est une problématique importante pour le secteur.

Cette étude a identifié 44 acheteurs différents, dont 3 basés en France mais opérant à l'international. Le plus large groupe est composé par les festivals internationaux (21) qui apportent 17,7% de chiffre d'affaires et 36,7% de ventes.

Bien que moins nombreux (15), ce sont les *distributeurs* qui effectuent les investissements les plus consistants, soit 54,7% des recettes globales, et 46,8% des transactions (5 distributeurs figurent dans le top 10 des acheteurs). En moyenne, un acheteur a réalisé 2,5 achats et investi 954€.

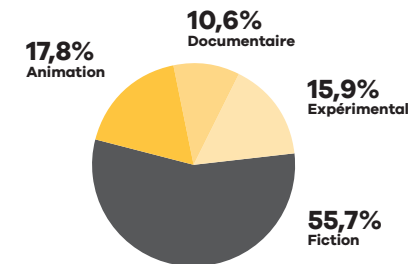
La répartition selon le *type de droits cédés* s'articule autour de 3 axes principaux : les droits d'exploitation en salles, la location de copies et les droits VOD. Ces 3 droits, cités par ordre décroissant par part de chiffre d'affaires, se répartissent plutôt équitablenent les recettes 2017, alors que les locations s'imposent en nombre de ventes en représentant 63,3% du total (contre 20,2% pour les droits salles et 15,6% pour les droits VOD). Le prix moyen d'une location est calculé à 186€, tandis que celui des droits salles s'élève à 742€.

L'*Europe occidentale* est la zone géographique la plus lucrative pour les films en réalité virtuelle français : 40,4% de chiffres d'affaires et 49,5% des ventes sont réalisés par les acheteurs qui y sont basés. *&samhoud*, distributeur néerlandais, est l'acheteur étranger le plus friand de VR française (16 achats) et, grâce à lui, les *Pays-Bas* deviennent le 1^{er} territoire pour la réalité virtuelle hexagonale à l'export. La Suisse figure en 4^e position avec le distributeur We Are Cinema. Les résultats de l'*Asie*, 2^e zone, sont notamment portés par la Corée du Sud via son distributeur AVA Entertainment. L'achat des droits VOD d'un seul film par la chaîne télévisée qatari Al Jazeera propulse l'Afrique et le Moyen-Orient en 3^e place alors que l'Europe centrale et orientale, où on comptabilise un nombre double de transactions, affiche des investissements 2 fois moindres. Les droits salles sont cédés dans 6 territoires étrangers ; dans 14 autres seulement des locations de copies sont recensées. Si les distributeurs sont des acteurs incontournables notamment du point de vue financier, les festivals démontrent une fois de plus leur rôle fondamental dans la diffusion des œuvres françaises.

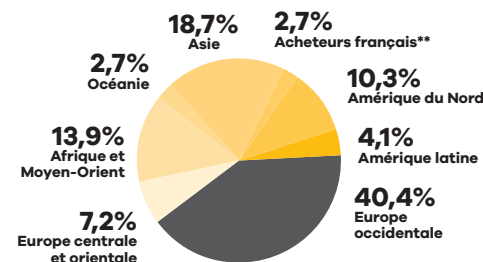
TOP 5 DES PRODUCTEURS FRANÇAIS*

- 1 Agat Films & Cie / Ex Nihilo
- 2 Okio-Studio
- 3 Floréal films
- 4 Seppia
- 5 Barberousse Films

RÉPARTITION DES RECETTES 2017 SELON LE GENRE



RÉPARTITION DES RECETTES 2017 PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE



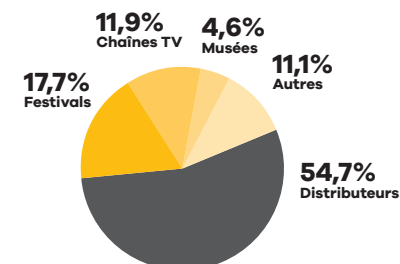
TOP 5 DES PAYS ÉTRANGERS*

Acheteur	% CA	% Ventes
1 Pays-Bas	18,4%	15,6%
2 Corée du Sud	13,6%	5,5%
3 Qatar	11,9%	0,9%
4 Suisse	11,6%	11,9%
5 États-Unis	9,8%	3,7%

TOP 5 DES ACHETEURS ÉTRANGERS*

Acheteur	Pays d'origine	% CA	% Ventes
1 &samhoud media	Pays-Bas	17,6%	14,7%
2 Al Jazeera	Qatar	11,9%	0,9%
3 AVA Entertainment	Corée du Sud	11,4%	1,8%
4 We Are Cinema	Suisse	9,3%	6,4%
5 WITHIN	États-Unis	7,1%	0,9%

RÉPARTITION DES RECETTES 2017 SELON LE TYPE D'ACHETEUR



*Par chiffre d'affaires et par nombre de ventes de courts VR en 2017.

**Ventes à des sociétés françaises pour l'international (Association « Prenez du Relief », Diversion Cinéma, herve).