L'EXPORTATION DES COURTS-MÉTRAGES FRANÇAIS

EN 2017

PARTIE2

LES GRANDS INDICATEURS 2017

1435 ventes de courts-métrages français, dont 798 locations de copies et 88 royalties VOD **(contre 1 285 ventes, dont 687 locations de copies en 2016)**

543 392€ de chiffre d'affaires à l'exportation pour le court-métrage français **(-8,6%* par rapport à 2016)**

↘ **389 780€ de chiffre d'affaires** généré auprès d'acheteurs étrangers (hors acheteurs français diffusant à l'étranger : ARTE, Canal+ Afrique, TV5 Monde, Instituts français…) **(-10,8%* par rapport à 2016)**

↗ **249 sociétés** de production ayant déclaré avoir vendu à l'étranger **(contre 242 sociétés en 2016)**

↘ **74,6% des ventes** ont été réalisées par les distributeurs français **(-1,9%* par rapport à 2016)**

↗ **656 titres** différents vendus **(contre 619 titres en 2016)**
Dont : 96% productions majoritaires françaises
68,7% en langue française

**L'évolution est calculée au net des royalties VOD car non comptabilisées avant 2017.*

N. 1 par nombre de ventes

N. 1 par chiffre d'affaires

↗ **445 acheteurs** différents, dont 17 acheteurs français **(contre 401 acheteurs différents en 2016)**

L'Europe occidentale demeure le 1er marché des courts français en 2017
L'Asie et l'Amérique du Nord gagnent du terrain

Le Japon à nouveau 1er pays d'exportation des courts français en 2017
Les États-Unis et le Royaume-Uni complètent le podium

La réalité virtuelle (VR)

13 titres | **109 ventes** | **41 963€ de chiffre d'affaires**

INTRODUCTION

UniFrance réalise chaque année une étude sur la diffusion commerciale à l'étranger des œuvres de court métrage français. L'étude 2017 porte uniquement sur les résultats objectifs des ventes, titre par titre, déclarées par chacune des sociétés de production et de distribution. Les ventes opérées par les distributeurs ont pour leur part été attribuées aux sociétés de production correspondantes.

Compte tenu du volume de ventes non négligeable qu'elles représentent et de leur caractère incontournable pour de nombreux producteurs, notre étude prend en compte, depuis 2010, les locations en festivals et les ventes promotionnelles auprès d'acteurs institutionnels à l'étranger, et, depuis cette année, les redevances des droits VOD et les premiers résultats de la réalité virtuelle (VR) à l'export.

Les ventes auprès d'ARTE, Canal+ Afrique et TV5 Monde sont également recensées et intégrées aux résultats. Ces dernières concernent certes des ventes auprès d'acheteurs résidant en France, mais n'en restent pas moins un vecteur important de la diffusion des films de court métrage hors hexagone.

L'analyse des résultats de l'exportation des courts-métrages français à l'international dévoile une baisse du **chiffre d'affaires** global de 8,6* points par rapport à celui engendré en 2016. Depuis 2013, quand on recensait 649 333€ de recettes (le record était en 2010 de 652 276€), le volume des gains n'a plus dépassé la barre des 600 000€. De leur côté, les nombres de **ventes** et de **titres** suivent la tendance traditionelle, soit une progression constante, qui s'élève à respectivement +4,8% (+16,2% de locations) et +6,5% en 2017. Les transactions franchissent le seuil des 1 000 unités depuis 2010 et, cette année, elles sont 26% supérieures à 2013. Tout cela influence le prix moyen par transaction évalué à 379€ sur l'exercice étudié, de 13,7% inférieur à celui de l'année précédente (439€). La récession du **prix moyen** est encore plus flagrante si on rappelle qu'en 2008, il atteignait 871€, le chiffre le plus élévé depuis qu'UniFrance résalise cette étude. L'augmentation du volume des locations, la réduction des investissements des acheteurs (notamment les chaînes télévisées) et la diversification des typologies de droits cédés (comme les redevances des droits VOD, prises en compte depuis 2017), figurent parmi les principaux facteurs qui impactent sur la dilution du prix moyen.

En 2017, 445 **acheteurs** étrangers différents ont acquis les droits de 656 courts français. Les **distributeurs** sont deux fois plus nombreux qu'en 2016, mais leurs investissements sont dans la lignée de ceux de l'année précédente. Les **groupes de télévision** s'affirment encore comme la catégorie d'acheteurs incontournables dans le marché du court-métrage français. Bien qu'ils ne composent que 7% de l'échantillon, ils apportent la moitié du chiffre d'affaires annuel et 23,6% des ventes. En 2017, leurs investissements diminuent de 15,2% alors que sont recensées 8,6% de transactions en plus : les opérations de vente et de rachat des groupes de télévision impactent sur la disponibilité et la répartition des ressources, ainsi que sur le choix des contenus. Les **festivals internationaux** et les **associations** représentent 64,1% des acheteurs et sont à l'origine de 668 ventes (+15,8% par rapport à 2016), dont 94% de locations de copies, et de 10,8% du cumul des recettes, en sensible hausse (+3,4%). Intéressés surtout par l'animation, ils sont présents à travers les 5 continents et figurent comme la presque totalité des diffuseurs de courts français en Afrique et au Moyen-Orient, en Amérique latine et en Océanie. Grâce à la prise en compte des redevances VOD, la part des **plateformes VOD** connaît une croissance vertigineuse qui les place en 3e position par part de chiffre d'affaires. Le deuxième facteur clé est l'arrivée du chinois Jia Screen sur le marché de la VOD (2% du chiffre d'affaires global annuel). En ce qui concerne les **droits d'exploitation en salles**, la tendance à la baisse signalée pendant les dernières années semble s'inverser en 2017 (+51,5% de recettes malgré -16% de transactions).

L'**Europe occidentale** demeure zone leader par investissements, même s'ils se réduisent progressivement depuis 2015. L'arrivée de Jia Screen permet à l'**Asie** de garder ses parts de marché presque inchangées malgré la légère baisse d'acquisitions de **Pacific Voice**, qui se confirme néanmoins 1er acheteur de courts-métrages français à l'international. La répartition des recettes et des ventes par pays et par acheteur place de nouveau le **Japon** au sommet et dévoile une forte progression des **États-Unis** (notamment grâce à la prise en compte des redevances VOD car les principales plateformes sont basées dans ce pays) et du **Royaume-Uni** (1er par nombre d'achats, fort de la hausse des investissements de Shorts International).

Les **acheteurs français** pour l'export confirment leur statut d'acteurs incontournables pour la diffusion des courts-métrages français à l'international, même si leur chiffre d'affaires, stable entre 2015 et 2016, diminue de presque 11 points en 2017. Fondamentale est également l'action des **distributeurs français de courts-métrages**, car ils représentent 88,1% des titres, 72,5% des recettes et 74,6% des ventes.

Selon les **tendances traditionnelles**, la part des recettes générées par la fiction est la plus forte, tandis que celle du nombre de ventes est en faveur de l'animation. Les films de moins de 10 minutes sont toujours les plus recherchés, mais on remarque un intérêt particulier pour les titres entre 15' et 19'59", dont 2 qui s'illustrent dans le top 5 par chiffre d'affaires. Les productions de l'année précédant l'étude sont les plus nombreuses et représentent les parts de recettes et de ventes les plus importantes et les films dits « de catalogue » conservent et consolident leur place sur le marché.
En 2017, chaque titre a en moyenne généré 2,19 transactions, contre 2,08 en 2016 et 2,13 en 2015.
Pour la première fois, cette étude sera close par une analyse de l'exportation des films courts en **réalité virtuelle**.

Les courts-métrages les plus vendus en 2017

Top 5 en chiffre d'affaires

Marlon
Jessica Palud / Punchline Cinéma, Next Days Films (Bel) / Fiction, 2017, 19'

Trois petits chats
Collectif / Supinfocom Valenciennes (Rubika) / Animation, 2012, 5'

Les Équilibristes
Gilles Tillet / Dublin Films, TS Productions / Fiction, 2017, 17'

Une partie de campagne
Jean Renoir / Les Films du Jeudi / Fiction, 1936, 40'

Le Film de l'été
Emmanuel Marre / Kidam, Michigan Films (Bel) / Fiction, 2016, 30'

Top 5 en nombre de ventes

Decorado
Alberto Vázquez / Autour de Minuit , uniko (Esp) / Animation, 2016, 11'

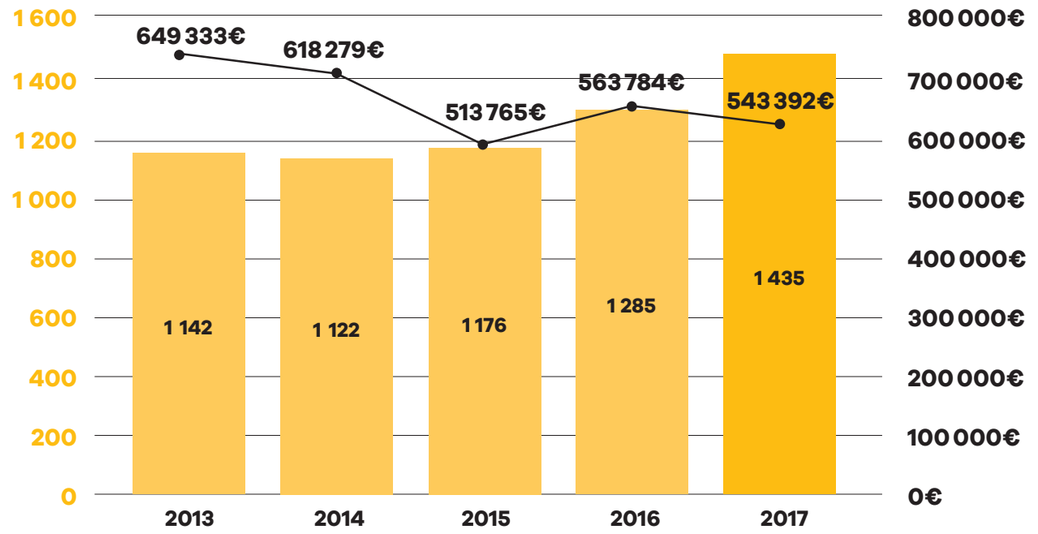
Journal animé
Donato Sansone / Autour de Minuit / Animation, 2016, 4'

La Moufle
Clémentine Robach / Les Films du Nord , La Boîte... Productions (Bel) / Animation, 2014, 8'

Peripheria
David Coquard-Dassault / Autour de Minuit Schmuby Productions / Animation, 2015, 12'

Il Silenzio (Le Silence)
Farnoosh Samadi, Ali Asgari / Filmo, Kino Produzioni (Ita) / Fiction, 2016, 14'

ÉVOLUTION DE LA RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES ET DU NOMBRE DE VENTES DES COURTS-MÉTRAGES FRANÇAIS À L'ÉTRANGER DEPUIS 5 ANS



*L'évolution est calculée au net des royalties VOD car non comptabilisées avant 2017.

ANALYSE DES VENTES EN 2017

Grand intérêt pour les films fantastiques et de genre : 2,3 fois plus de titres qu'en 2016, +147% de recettes et +413% de ventes

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon la durée

Durée	Titres	% Titres	CA	% CA	Ventes	% Ventes
De 1' à 9'59"	259	39,5%	141 991€	26,1%	594	41,4%
De 10' à 14'59"	146	22,3%	139 143€	25,6%	412	28,7%
De 15' à 19'59"	117	17,8%	138 914€	25,6%	201	14%
De 20' à 24'59"	62	9,4%	53 793€	9,9%	101	7%
De 25' à 29'59"	42	6,4%	33 298€	6,1%	73	5,1%
Plus de 30'	30	4,6%	36 253€	6,7%	54	3,8%
Total	**656**	**100%**	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

Les courts-métrages de **durée inférieure à 10 minutes** demeurent les plus nombreux en volume de titres (40% du total) et remportent les parts de chiffre d'affaires et de ventes les plus élevées, d'ailleurs en progression par rapport à l'année précédente (respectivement +14,5% et +8,2%).

En 2016, les films **entre 10' et 14'59"** généraient le cumul de recettes le plus important, soit presque un tiers du total, tandis qu'il diminue de 16% en 2017. ***Le Plombier*** (Méryl Fortunat-Rossi et Xavier Seron – oriGine films) et ***Le Repas dominical*** (Céline Devaux – Sacrebleu Productions), appartenant à cette catégorie, figuraient parmi les titres phares des classements de 2016.

L'année 2017 sourit aux films **entre 15' et 19'59"** car toutes les valeurs sont en hausse : +33% de titres, +72,3% de chiffre d'affaires et +32,2% de ventes. ***Marlon*** (Jessica Palud – Punchline Cinéma), le court-métrage ayant engendré le plus de recettes en 2017, dure 19', sans oublier ***Les Équilibristes*** (Gilles Tillet – Dublin Films, TS Productions), lui aussi présent au sein du même top 5.

On recense autant de courts de **durée supérieure à 20 minutes** qu'en 2016, mais les résultats sont en baisse, notamment le chiffre d'affaires (-36%). L'année dernière était marquée par un score exceptionnel dû au renouveau des contrats des droits de diffusion de ***On purge bébé*** et d'***Une partie de campagne*** (Jean Renoir – Les Films du Jeudi), qui durent plus de 40'.

Concernant le prix moyen, c'est le groupe de 15' à 19'59" qui prend la tête (691€ *vs* 530€ en 2016), suivi par les titres de plus de 30', qui occupaient la 1re place en 2016 (671€ *vs* 712€ en 2016), tandis que les titres de moins de 10' demeurent derniers tout en s'améliorant par rapport à l'année précédente (232€ *vs* 225€ en 2016). Au-delà du volume et de l'appât des courts-métrages proposés, ce résultat est influencé par l'application du prix à la minute, pratiqué surtout par les chaînes de télévision, qui est nettement favorable aux films de longue durée.

Face à une moyenne globale de 2 ventes par titres, les courts de 10' à 14'59" engendrent 2,8 transactions environ. En revanche, ce chiffre baisse à 1,6 pour ceux de 20' à 24'59". Les formats courts (moins de 15') restent les plus recherchés : ils génèrent la presque totalité des achats des compagnies aériennes et des plateformes VOD, et des locations des festivals internationaux. Les formats les plus longs peuvent compter sur les chaînes télévisées, les cinémathèques et les musées.

Il est intéressant de remarquer que seulement quelques milliers d'euros séparent les 3 premières catégories, comme les 2 dernières, alors qu'en 2016 les écarts se révélaient beaucoup plus importants et ne suivaient pas du tout un ordre pratiquement décroissant comme cette année.

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon le genre

Genre	Titres	% Titres	CA	% CA	Ventes	% Ventes
Fiction	324	49,4%	354 999€	65,3%	585	40,8%
Animation	281	42,8%	174 636€	32,1%	765	53,3%
Documentaire	34	5,2%	11 159€	2,1%	54	3,8%
Expérimental	17	2,6%	2 598€	0,5%	31	2,1%
	656	**100%**	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

L'exercice 2017 reste sur la lignée des précédents : la fiction conforte son statut de genre le plus lucratif, tandis que l'animation est à l'origine du plus gros volume de transactions.

Comptabilisant presque la moitié des titres, la **fiction** s'impose de nouveau en rapportant deux tiers du chiffre d'affaires global de l'année. Si ce dernier diminue de 4,6% par rapport à 2016, le nombre de ventes augmente lui de 17%, pour un prix moyen passant de 744€ à 607€. Plus de la moitié des recettes (58,1%) concerne les comédies, suivies par les drames (38,1%) et les films fantastiques (6%). Le premier groupe d'acheteurs pour ce genre sont toujours les chaînes TV, qui dominent avec 64% des profits et 37,8% des ventes, suivies par les distributeurs en chiffres d'affaires (19,5%) et par les festivals internationaux en transactions (21,4%). Les déjà cités ***Les Équilibristes, Marlon*** et ***Une partie de campagne***, auxquels il faut ajouter ***Goliath*** (Loïc Barché – Punchline Cinéma) et ***Le Film de l'été*** (Emmanuel Marre – Kidam), sont les 5 titres de fiction affichant les plus gros chiffres d'affaires.

Après la légère flexion de 2016, l'**animation** dépasse à nouveau la barre de 30% des recettes globales de l'année, grâce à un volume progressant de 4,5%, tandis que les transactions augmentent de 8,8%. Cela signifie également que le prix moyen de vente baisse sensiblement de 4,2 points (de 238€ à 228€). Si les chaînes télévisées sont, dans ce cas encore, les plus gros acheteurs en chiffres d'affaires (27%), la répartition de ce dernier est beaucoup plus homogène parmi les différents acteurs, à l'opposé de ce qui se dessine pour la fiction : 22,7% pour les festivals internationaux et les associations, 22,2% pour les plateformes VOD et 19,2% pour les distributeurs. Le nombre de transactions penche toujours en faveur des festivals et des associations (59,6%). D'ailleurs, 4 courts d'animation s'invitent au sein du top 5 annuel des titres les plus vendus. En 2017, ***Trois petits chats*** (Film d'école – Collectif – Supinfocom Valenciennes (Rubika) réalise le cumul de recettes le plus élevé grâce aux royalties VOD et devance ***Logorama*** (Collectif – Autour de Minuit) et ***Negative Space*** (Max Porter, Ru Kuwahata – Ikki Films).

L'animation est le seul genre à connaître une évolution par rapport à 2016, alors que les 3 autres sont plus touchés par la baisse générale des recettes, notamment le **documentaire**. En 2017, face à un incrément global des titres et des transactions, ce genre, avec 5 films de moins, perd 47,5% des profits et 22% de ventes. ***La Rage du démon*** (Fabien Delage – Hippocampe Productions) est le seul titre récent à se mettre en évidence dans une catégorie portée surtout par les courts « de catalogue » comme ***La Solitude du chanteur de fond*** (Chris Marker – Les Films du Jeudi).

17 **films expérimentaux** (contre 3 en 2016) font envoler le nombre de transactions (+238% !), mais le chiffre d'affaires ne progresse pas proportionnellement, et se réduit même de 21,4%. ***Estate*** (Ronny Trocker – Autour du Minuit), plus grand succès de la catégorie de 2017, n'arrive pas à égaler les résultats de ***The Reflection of Power*** (Mihai Grecu – bathysphere), leader de 2016. Les films expérimentaux, comme les documentaires, font principalement l'objet d'acquisitions de la part des festivals internationaux, des musées et des cinémathèques.

Évolution de la répartition du chiffre d'affaires généré selon la durée depuis 5 ans

Durée	2013	2014	2015	2016	2017
De 1' à 9'59"	19,5%	27,3%	23%	22%	**26,1%**
De 10' à 14'59"	20,3%	21,8%	22%	29,3%	**25,6%**
De 15' à 19'59"	17,3%	12,6%	21%	14,3%	**25,6%**
De 20' à 24'59"	7,6%	8,8%	17,6%	19%	**9,9%**
De 25' à 29'59"	12,3%	17,5%	7,7%	6,8%	**6,1%**
Plus de 30'	23%	12%	8,6%	8,6%	**6,7%**

Évolution de la répartition du chiffre d'affaires généré selon le genre depuis 5 ans

Genre	2013	2014	2015	2016	2017
Fiction	60,1%	52%	63%	66%	**65,3%**
Animation	29,3%	42,4%	30%	29,6%	**32,1%**
Documentaire	10,4%	5%	5,1%	3,8%	**2,1%**
Expérimental	0,3%	0,6%	1,9%	0,6%	**0,5%**

En 2017, 630 productions majoritaires françaises représentent 94% environ du chiffre d'affaires et du nombre de ventes, tandis que le restant 6% concerne les coproductions minoritaires

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon l'année de production

Année de production	Titres	% Titres	CA	% CA	Ventes	% Ventes
2017	76	11,6%	131 468€	24,2%	162	11,3%
2016	145	22,1%	198 171€	36,5%	439	30,6%
2015	101	15,4%	68 152€	12,5%	274	19,1%
2014	75	11,4%	31 676€	5,8%	157	10,9%
2013	44	6,7%	14 970€	2,8%	61	4,3%
2001 - 2012	146	22,3%	65 548€	12,1%	232	16,2%
1970 - 2000	40	6,1%	10 907€	2%	56	3,9%
Avant 1970	29	4,4%	22 500€	4,1%	54	3,8%
Total	**656**	**100%**	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

Les ventes de courts-métrages en 2017 se répartissent entre les titres récents, produits depuis 2013, et les films dits « de catalogue », produits avant 2013.

Encore une fois, la tendance traditionnelle se confirme : les productions de l'année précédant l'étude sont les plus nombreuses et représentent les parts de chiffre d'affaires et de ventes le plus importants. ***Le Film de l'été*** (2016) réalise le 5e volume de recettes le plus élevé de 2017. Cela dit, par rapport à l'année -1 de 2016, celle de 2017 révèle un éventail de titres sensiblement réduit (-1,5%), comme celui des ventes (-1,6%), alors que les recettes perdent 5,6 points.

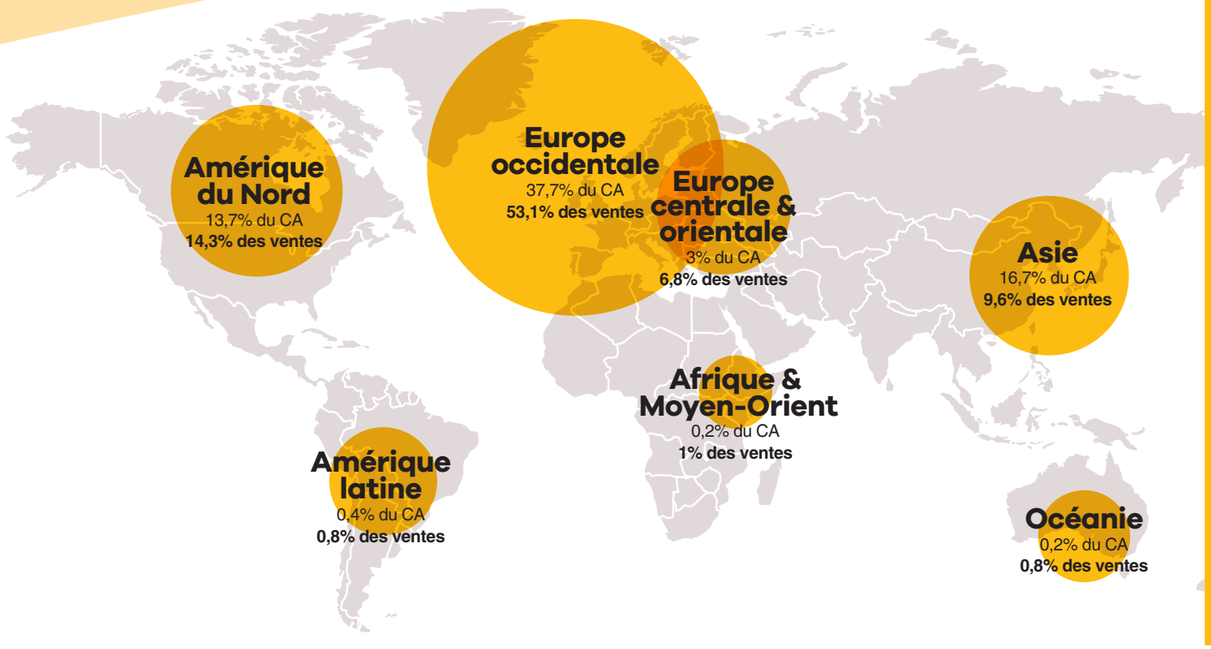
Les courts récents (67,2%) engendrent 81,8% des profits et 76,2% des transactions, alors que les titres de catalogue (32,8%) captent 18,2% du chiffre d'affaires et 23,8% des ventes. Si toutes ces valeurs sont plutôt stables par rapport à 2016, les gains basculent de 2,6 points en faveur des films plus anciens. Le prix moyen de vente par titre penche en faveur des productions récentes (1 008€ vs 500€ pour les plus anciennes, 1 730€ pour celles de 2017) tout comme le nombre moyen de transactions (2,5 vs 1,6 pour celles datant d'avant 2013).

La sortie du premier long-métrage, ou d'un nouveau film, d'un réalisateur, une récurrence ou une rétrospective ravivent l'intérêt pour les courts « de catalogue ». En même temps que les cinémathèques ou les éditeurs DVD/Blu-Ray, les plateformes VOD, grâce à des playlists *ad hoc*, permettent à ces titres d'être redécouverts et de connaître une nouvelle exploitation qui génère des recettes. Ainsi, les œuvres courtes des maîtres de la Nouvelle Vague, mais aussi celles plus récentes de François Ozon, ou celles d'animation de Sylvain Chomet, de Jean-Pierre Jeunet et de Jean-François Laguionie, entre autres, continuent de s'exporter à l'international.

Les productions en langue française sont les plus nombreuses (68,7%) et le chiffre d'affaires total est composé à hauteur de 80,1% par les fictions (87,3% des recettes du genre). Concernant l'animation, 123 courts sans dialogues (48,4% des gains et 43,7% des ventes) l'emportent sur 135 en langue française (37,7% des recettes et 46,7% des transactions). L'absence de dialogues décharge des frais liés au doublage et/ou au sous-titrage et permet une accessibilité directe au plus jeune public, des avantages qui ne passent pas inaperçus aux yeux des acheteurs.

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon la langue

Langue	Titres	% Titres	CA	% CA	Ventes	% Ventes
Français	451	68,7%	386 533€	71,1%	899	62,6%
Sans dialogues	144	22%	93 126€	17,1%	379	26,4%
Autre	61	9,3%	63 733€	11,8%	157	11%
Total	**656**	**100%**	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**



Répartition des recettes et des ventes 2017 selon l'origine des acheteurs

Zone géographique	CA	% CA	Ventes	% Ventes
Europe occidentale	204 721€	37,7%	762	53,1%
Asie	90 532€	16,7%	138	9,6%
Amérique du Nord	74 223€	13,7%	205	14,3%
Europe centrale et orientale	16 373€	3%	98	6,8%
Amérique latine	1 990€	0,4%	11	0,8%
Océanie	999€	0,2%	11	0,8%
Afrique - Moyen-Orient	942€	0,2%	15	1%
Acheteurs français	*153 612€*	*28,3%*	*195*	*13,6%*
Total	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

***Ventes réalisées à des sociétés françaises (ARTE, Canal+ Afrique, TV5 Monde…)**

Sauf l'inversion de place entre Océanie et Afrique & Moyen-Orient, le classement des zones géographiques par parts de marché, par chiffre d'affaires et par ventes des acheteurs de courts-métrages, se révèle à l'image de celui de l'année précédente. Ce qui change c'est la répartition des recettes et des transactions entre ces zones, mettant en lumière les évolutions en cours et des tendances en train de se dessiner.

L'Europe occidentale demeure zone leader par investissements, même s'ils se réduisent progressivement depuis 2015. L'arrivée de Jia Screen, plateforme VOD chinoise, permet à l'Asie de garder ses parts de marché presque inchangées malgré la légère baisse d'acquisitions de Pacific Voice, qui se confirme néanmoins 1er acheteur de courts-métrages français à l'international. Grâce à la prise en compte des redevances VOD par cette étude, les États-Unis, où sont basées les principales plateformes, deviennent le 2e pays par volume de recettes et renforcent les résultats globaux de l'Amérique du Nord. Ces trois premières zones captent 68,1% du chiffre d'affaires et 77% des transactions.

L'Afrique et le Moyen-Orient, l'Amérique latine, l'Europe centrale et orientale et l'Océanie, qui représentent 3,8% du chiffre d'affaires et 9,4% des transactions, marquent un exercice plus faible que celui de 2016. Seule la Pologne affiche quelques points de croissance.

La répartition des recettes et des ventes par pays et par acheteur dévoile une forte progression des États-Unis et du Royaume-Uni (1er par nombre d'achats). Le top 5 concentre à lui seul 50% des recettes et 37,4% des ventes. En 2017, 6 pays franchissent le seuil des 20 000€ de gains, soit un de plus par rapport à 2016, mais 2 pays en moins qu'en 2015.

Les acheteurs français pour l'export confirment leur statut d'acteurs incontournables pour la diffusion des courts-métrages français à l'international. Leur chiffre d'affaires, stable entre 2015 et 2016, diminue de presque 11 points en 2017. La chaîne télévisée TV5 Monde réduit ses investissements de 14% et conclut 41% d'achats en moins, ce qui permet au prix moyen par vente de progresser de 46% entre 2016 et 2017. Le tarif moyen appliqué par les Instituts français progresse lui aussi de 40 points, face à une baisse des acquisitions, tandis qu'il demeure inchangé pour Air France : la compagnie aérienne augmente ses dépenses et ses achats de 15%.

Les films d'école génèrent 8,1% du chiffre d'affaires et 9,4% du nombre de ventes

Répartition des recettes et des ventes 2017
selon le pays et l'acheteur

	Pays	CA	% CA	Ventes	% Ventes
1	Japon	74 371€	13,7%	85	5,9%
2	États-Unis	63 638€	11,7%	125	8,7%
3	Royaume-Uni	55 173€	10,2%	139	9,7%
4	Espagne	42 548€	7,8%	129	9%
5	Italie	28 230€	5,2%	59	4,1%
6	Belgique	27 270€	5%	103	7,2%
7	Suisse	14 030€	2,6%	121	8,4%
8	Allemagne	11 552€	2,1%	65	4,5%
9	Chine	10 938€	2%	11	0,8%
10	Canada	10 730€	2%	81	5,6%
11	Pologne	10 463€	1,9%	30	2,1%
12	Portugal	9 795€	1,8%	37	2,6%
13	Suède	4 136€	0,8%	13	0,9%
14	Danemark	3 687€	0,7%	11	0,8%
15	Corée du Sud	2 645€	0,5%	23	1,6%
16	Pays-Bas	2 533€	0,5%	39	2,7%
17	Irlande	1 815€	0,3%	6	0,4%
18	Russie	1 777€	0,3%	18	1,3%
19	Brésil	1 356€	0,2%	5	0,3%
20	Hong Kong	1 278€	0,2%	6	0,4%
21	Turquie	1 109€	0,2%	14	1%
22	République tchèque	914€	0,2%	12	0,8%
23	Croatie	857€	0,2%	11	0,8%
24	Australie	839€	0,2%	9	0,6%
25	Autriche	828€	0,2%	10	0,7%
26	Taïwan	791€	0,1%	8	0,6%
27	Slovénie	742€	0,1%	5	0,3%
28	Mexique	634€	0,1%	6	0,4%
29	Luxembourg	554€	0,1%	2	0,1%
30	Islande	500€	0,1%	1	0,1%
	Top 30 pays	**385 731€**	**71%**	**1 184**	**82,5%**
	Autres pays étrangers	**4 049€**	**0,7%**	**56**	**3,9%**
	France (pour export)	**153 612€**	**28,3%**	**195**	**13,6%**
	Total	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

	Acheteur	Pays d'origine	% CA	Ventes	% Ventes
1	Pacific Voice	Japon	12,1%	59	4,1%
2	Shorts International	Royaume-Uni	8,3%	109	7,6%
3	Movistar+	Espagne	5,4%	17	1,2%
4	Google	États-Unis	4,7%	22	1,5%
5	RTI	Italie	4,5%	17	1,2%
6	Jia Screen	Chine	2%	9	0,6%
7	BeTV	Belgique	1,8%	13	0,9%
8	Janus Films	États-Unis	1,7%	2	0,1%
9	VRT	Belgique	1,3%	6	0,4%
10	RTP	Portugal	1,2%	3	0,2%
11	Vista Higher Learning	États-Unis	1,1%	6	0,4%
12	First Look Media	États-Unis	1%	3	0,2%
13	WDR	Allemagne	0,8%	1	0,1%
14	GKIDS	États-Unis	0,8%	4	0,3%
15	BBC Arabic	Royaume-Uni	0,7%	7	0,5%
16	New Europe Film Sales	Pologne	0,7%	4	0,3%
17	RTBF	Belgique	0,7%	2	0,1%
18	UR	Suède	0,6%	5	0,3%
19	Base Court	Suisse	0,6%	41	2,9%
20	SPOR Media	Danemark	0,6%	2	0,1%
21	Zazie Films	Japon	0,6%	3	0,2%
22	MODIband	Espagne	0,5%	13	0,9%
23	VISUAL FARM	Japon	0,5%	10	0,7%
24	SPI International Polska	Pologne	0,5%	6	0,4%
25	RTS	Suisse	0,5%	3	0,2%
26	Spafax	Canada	0,4%	4	0,3%
27	Interfilm Berlin	Allemagne	0,4%	12	0,8%
28	The New York Times	États-Unis	0,4%	1	0,1%
29	Altered Innocence	États-Unis	0,4%	1	0,1%
30	SRF	Suisse	0,4%	2	0,1%
	Top 30 acheteurs		**55,2%**	**387**	**27%**
	Autres acheteurs étrangers		**16,6%**	**853**	**59,4%**
	Acheteurs français*		**28,3%**	**195**	**13,6%**
	Total		**100%**	**1 435**	**100%**

Ventes réalisées à des sociétés françaises (ARTE, Canal+ Afrique, TV5 Monde…)

En 2017, l'**Europe occidentale** confirme une fois encore sa position de 1re zone géographique par parts de marché, par chiffre d'affaires et par nombre de ventes. Le volume global des investissements dépasse toujours 200 000€, mais la récession signalée l'année dernière reste en cours : -13,6% par rapport à 2016, voire -16,7% sur 2015. La quantité de transactions, alors qu'elle n'avait pas changé en 2016, augmente de 21,9% en 2017 : on calcule maintenant un prix moyen de 269€, alors qu'il frôlait 400€ en 2015. Face à un nombre croissant d'acheteurs (et de ventes), leur pouvoir d'achat se fragilise. La Suède glissant en 13e position, 6 pays d'Europe occidentale (contre 7 l'an dernier) se hissent dans les 10 premières places du classement par pays.

Le Royaume-Uni est la grande surprise de 2017. 5e en 2016, le pays prend la 3e place du podium. Si l'année dernière sa part de chiffre d'affaires était de 2,9%, en 2017 elle s'élève à 10,2%, grâce à des investissements en croissance de 72,9%. Les transactions suivant une progression plus contenue (+44,8%), le prix moyen est maintenant proche de 400€ (vs 332 en 2016). BBC Arabic se montre moins intéressé par les courts français qu'en 2016, alors que c'est le contraire pour Shorts International : la chaîne TV, basée au Royaume-Uni mais qui opère à travers plusieurs continents, affiche toutes les valeurs en hausse : +270,7% d'investissements et +209,6% d'achats. De plus, le prix moyen augmente de 28,7% !

Des bonnes nouvelles viennent également de la Belgique. Si l'apport des groupes de chaînes TV francophones BeTV et RTBF est dans la continuité de celui de l'année précédente, c'est la société de télévision publique de la communauté flamande VRT qui revient sur scène après des années d'absence en concluant 6 achats, ce qui se traduit par une hausse de 36,6% du chiffre d'affaires enregistrée dans le pays.

Deux pays méditerranéens, traditionnellement fidèles au court-métrage français, terminent l'exercice 2017 en-deçà des attentes. Movistar+, groupe de télévision espagnol et 2e acheteur mondial en 2016, et l'italien RTI (3e l'an passé), réduisent énormément leur voilure : le chiffre d'affaires s'effondre de 62,8% pour Movistar+ et de 55% pour RTI. Les transactions se rétractent elles aussi (-56% pour les deux), entraînant également des tarifs moyens d'achat plus faibles. Ces deux cas sont les plus flagrants car il s'agit de deux acteurs étrangers clé dans l'exportation du court-métrage français, mais on remarque également la flexion des acquisitions de la chaîne TV suédoise UR, voire la disparition du groupe public finlandais YLE de cette étude. Les chaînes de télévision font elles aussi face aux évolutions des modes de consommation, ce qui entraîne des réorganisations structurelles internes, la création et/ou la suppression des chaînes et de leurs contenus, l'évolution des lignes éditoriales. Tout cela influence la répartition des budgets et les politiques d'acquisition. Heureusement, tous ces acheteurs se compensent l'un l'autre au fil des années : en 2017, on relève aussi des transactions effectuées par l'allemande WDR, l'islandaise RÚV, la portugaise RTP et les suisses RTS et SRF, acteurs absents en 2016.

L'**Asie** conserve sa 2e position en termes de recettes. Si le chiffre d'affaires (-4%) et de ventes (-11,5%) sont inférieurs à 2016, le prix moyen, quand à lui, augmente et passe à 650€. Pacific Voice conforte son statut de 1er acheteur étranger de courts-métrages français, mais on note que le cumul des investissements et des transactions diminuent de 20% par rapport à l'exercice précédent. Cet écart est partiellement compensé par un nouveau venu dans les marchés : la plateforme VOD chinoise Jia Screen, lancée pendant l'été 2017. Les droits VOD de 9 titres français sont acquis contre un prix forfaitaire. Le Japon prend encore la tête du classement par territoires, tandis que la Chine y accède pour la toute première fois et se place en 6e position.

L'**Amérique du Nord** conforte sa 3e place du top et la hausse du chiffre d'affaires total des États-Unis permet à la fois au pays de gagner la 2e place derrière le Japon et de diminuer les points qui séparent l'Amérique du Nord de l'Asie. La quasi-moitié du résultat des États-Unis est engendrée par les plateformes VOD, Google et First Look Media en tête, qui doublent les distributeurs. À partir de cette année, les redevances des droits VOD sont prises en compte par cette étude et les principales plateformes sont basées Outre-Atlantique, ce qui explique l'envol de 84% du volume du chiffre d'affaires états-unien par rapport à celui de 2016. À signaler, ***Diamenteurs*** (Chloé Mazlo – Les Films Sauvages) va intégrer l'offre du portail Op-Docs (droits VOD) créé par le New York Times, d'où la présence du quotidien au sein du top 30 des acheteurs. Dans le Canada voisin, les principaux acheteurs sont Air Canada et Spafax (droits *inflight*), sans oublier les locations des festivals, notamment l'Atlantic International Film Festival (FIN) et le festival Fantasia.

Par rapport à l'année dernière, l'**Europe centrale et orientale** recule et perd 23,8% des recettes et 8,4% des transactions. HBO Central Europe, révélation de 2016, n'a pas renouvelé les acquisitions de courts français et les faibles investissements du groupe public tchèque CT, nouveau venu, n'ont pas permis à ce dernier d'en assurer la relève. Si dans la totalité de cette zone ce sont les festivals à qui garantissent la diffusion des courts hexagonaux, en Pologne, 1er pays de la zone, SPI International Polska, un autre nouvel acheteur, et Canal+ Polska font l'acquisitions des droits TV, même si la voilure se réduit par rapport à 2016, tandis que le distributeur New Europe Film Sales s'intéresse à 4 titres. La Pologne peut ainsi afficher un chiffre d'affaires de 52,7% supérieur à l'année précédente et un prix moyen par vente stable. En Croatie, le groupe public HRT commence à montrer de l'intérêt envers les films courts français.

En **Amérique latine**, en 2017, la quasi-totalité des achats et des diffusions continue d'être assurée par les festivals internationaux et seulement deux pays réalisent des acquisitions de courts : le Brésil et le Mexique. Si en 2016 les résultats généraux étaient encourageants, ils suivent cette année la tendance opposée : le chiffre d'affaires et le volume de ventes s'effondrent de 60%.

L'**Océanie** remonte d'une marche mais signe une année 2017 en baisse. En Australie, les locations du festival d'Adelaïde, du Flickerfest et de la Australian Cinematheque génèrent un chiffre d'affaires total dans la lignée de celui de 2016, tandis qu'en Nouvelle-Zélande on recense seulement 2 locations contre 5 en 2016.

L'**Afrique** et le **Proche et Moyen-Orient** glissent en bas du classement. La chaîne de télévision marocaine 2M TV, qui grâce à un achat en 2016 avait fait progresser le chiffre d'affaires de la zone, ne reconduit pas son action. La majorité des ventes sont des locations et elles sont conclues avec des festivals en Algérie, en Égypte, en Israël, au Liban, au Maroc et en Tunisie.

Les distributeurs français représentent 88,1% des titres, 72,5% des recettes et 74,6% des ventes

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon le type d'acheteur

	Type d'acheteur	Acheteurs	% Acheteurs	CA	% CA	Ventes	% Ventes
1	Chaînes TV	31	7%	278 106€	51,2%	339	23,6%
2	Distributeurs	28	6,3%	103 005€	19%	129	9%
3	Plateformes VOD	13	2,9%	46 900€	8,6%	84	5,9%
4	Festivals internationaux	194	43,6%	34 698€	6,4%	417	29%
5	Associations	91	20,5%	24 173€	4,4%	251	17,5%
6	Institutionnels et ambassades	21	4,7%	21 735€	4%	70	4,9%
7	Compagnies aériennes	5	1,1%	13 625€	2,5%	26	1,8%
8	Galeries/Musées/Expositions/Universités	35	7,9%	6 997€	1,3%	64	4,5%
9	Cinémathèques	13	2,9%	2 607€	0,5%	29	2%
10	Éditeurs DVD/Blu-Ray	2	0,4%	1 300€	0,2%	2	0,1%
-	Autres	12	2,7%	10 246€	1,9%	24	1,7%
	Total	**445**	**100%**	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

Les **festivals internationaux** et les **associations** forment les groupes d'acheteurs les plus nombreux. À eux deux, ils composent plus de la majorité de l'échantillon (64,1%), même si en volume légèrement réduit par rapport à 2016. Ils sont à l'origine de 668 ventes (+15,8% que l'année précédente), dont 94% locations de copies. Voici pourquoi, malgré un tel nombre de transactions, le chiffre d'affaires représente seulement 10,8% du cumul total, qui par ailleurs affiche une sensible hausse (+3,4%). L'animation est le genre le plus recherché : elle origine plus de 60% des recettes et des ventes. L'association suisse Base Court, l'espagnole MODIband et le festival belge Un soir… Un grain s'illustrent comme les acheteurs possédant les parts de marchés les plus solides de ces catégories. Géographiquement, les festivals internationaux et les associations sont présents à travers les 5 continents et constituent la presque totalité des acheteurs d'Afrique et du Moyen-Orient, d'Amérique latine et d'Océanie.

Les **chaînes TV** demeurent premières par chiffre d'affaires généré. Bien qu'elles ne soient que 7% du total, elles apportent la moitié des recettes annuelles de l'exportation des courts-métrages français et 23,6% des ventes. En 2017, leurs investissements diminuent de 15,2% alors qu'on recense 8,6% de transactions en plus, cela signifie que le prix moyen de vente baisse et passe en-dessous du seuil de 1 000€ (820€ environ). Comme analysé précédemment, les opérations de vente et de rachat des groupes de télévision impactent sur la disponibilité et la répartition des ressources, ainsi que sur le choix des contenus. La quasi-totalité des chaînes de télévision recensées est basée en Europe, notamment dans les pays voisins de la France. Shorts International, britannique, est celle qui signe l'évolution la plus importante de l'année, avec un consistent incrément de ses investissements. Le genre le plus demandé est la fiction, qui l'emporte avec 81,7% des recettes et 65,2% des ventes, suivie par l'animation.

Les **distributeurs**, aussi nombreux que les chaînes TV et 2 fois plus nombreux qu'en 2016, engendrent moins de la moitié des recettes et des transactions de ces dernières ; le montant moyen d'achat, lui, est équivalent. Ils font l'acquisition de tous les droits (surtout TV et salles), avec une préférence marquée pour la fiction (67% du CA) et l'animation (32,6% du CA). Dans une année 2017 sensiblement en baisse, le japonais Pacific Voice prend la tête du groupe (64% des recettes et 45,7% des ventes), où figurent également les états-uniens Janus Films et GKIDS, le polonais New Europe Film Sales et l'allemand Interfilm Berlin.

Depuis cette année, cette étude prend en compte les redevances des droits VOD. Plusieurs transactions ne font pas l'objet du paiement d'un *minima garanti*, mais l'ayant droit perçoit une somme souvent calculée sur la base du nombre de visionnages et sur la présence d'annonces publicitaires défilant avant le début de la vidéo. Amazon Video, ARTE, Google, MUBI et Vimeo appliquent cette forme de deals, de même les contrats plus classiques avec versement d'un montant forfaitaire sont toujours d'actualité. Les **plateformes VOD** passent désormais en 3e position et s'affirment de plus en plus comme des acteurs incontournables pour la diffusion des courts français à l'étranger : un seul acheteur prend en charge l'accès au contenu dans plusieurs territoires et les titres les plus anciens, une fois l'exploitation télévisuelle et dans les festivals terminée, peuvent engendrer de nouveaux gains. L'arrivée du chinois Jia Screen sur le marché de la VOD est le deuxième facteur clé : ses investissements sont équivalents à 2% du chiffre d'affaires global annuel. Les plateformes sont tout particulièrement demandeuses de titres d'animation (82,6% des recettes et 63,1% des ventes).

Toutes les autres catégories sont également influencées par la baisse de l'export des courts français en 2017, seulement les **compagnies aériennes** se montrent dans la continuité de 2016.

Répartition des recettes et des ventes 2017 selon le type de droit

	Type de droit	CA	% CA	Ventes	% Ventes
1	Droits combinés	216 494€	39,8%	245	17,1%
	> Combiné TV+autres (hors salles)	*202 058€*	*37,2%*	*229*	*16%*
	> Combiné salles+autres (hors TV)	*14 436€*	*2,6%*	*16*	*1,1%*
2	Droits de diffusion télévisuelle	139 980€	25,8%	117	8,2%
3	Droits d'exploitation en vidéo à la demande	59 074€	10,9%	137	9,5%
	> Forfait, MG	*31 195€*	*5,7%*	*49*	*3,4%*
	> Royalties	*27 879€*	*5,2%*	*88*	*6,1%*
4	Locations de copies	62 826€	11,6%	798	55,6%
5	Droits d'exploitation en salles	28 860€	5,3%	57	4%
6	Droits d'exploitation en vidéo	14 116€	2,6%	42	2,9%
7	Droits de diffusion en *Inflight*	13 625€	2,5%	26	1,8%
-	Autres	8 417€	1,5%	13	0,9%
	Total	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

Les **droits combinés** demeurent les plus cédés pendant l'exercice 2017. Cette dénomination inclut 2 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, et les droits « salles+autres (hors TV) ». Par rapport à 2016, le cumul des recettes est 27,3% inférieur, tandis que les ventes baissent de 16,4%. Il est intéressant de remarquer que les droits combinés salles vont contre la tendance et comptabilisent presque 40,3% de gains en plus face à un volume de transactions qui perd 22,7 points. La diminution des parts de marché des droits combinés TV est liée à la baisse des investissements des groupes télévisés, notamment Movistar+.

Si l'année dernière les **droits de diffusion télévisuelle** perdaient le sommet du classement face à la pratique toujours plus répandue parmi les chaînes TV d'acheter des droits combinés, en 2017 ils conservent la 2e place et des résultats pratiquement identiques à ceux de 2016. La réduction des acquisitions du groupe italien RTI est compensée par l'arrivée, entre autres, du belge VRT, du croate HRT et du portugais RTP.

Relégués à l'avant-dernière marche du top en 2016, les **droits d'exploitation en vidéo à la demande** connaissent une progression vertigineuse grâce à l'inclusion des redevances VOD à cette étude à partir de cette année. Si l'apport de Google est non négligeable (40% du CA), il faut tout de même mentionner le chinois Jia Screen (18% du CA) et l'états-unien First Look Media (9,5% du CA), ces deux derniers appliquant des *minimums garantis*. Les droits VOD gagnent 10 points de part de marché du chiffre d'affaires total et réduisent celle des droits combinés, qui en 2016 dépassait 50% et maintenant plus contenue à 39,8%.

Côté transactions, ce sont les **locations de copies** qui remportent la part la plus importante et dépassent 55% du volume global. Le chiffre d'affaires se réduit de 4 points, alors que les ventes progressent de 16,2%. Cela entraîne une flexion du prix moyen par location, qui baisse à 78€ contre 95€ en 2016. L'arrivée du numérique a permis l'arrêt de la plus grande part des envois de copies, donc du règlement des frais d'expédition.

En ce qui concerne les **droits d'exploitation en salles**, la tendance à la baisse signalée pendant les dernières années semble s'inverser en 2017. Les recettes progressent de 51,5% et les ventes se réduisent de 16 points : dans ce cas, le prix moyen par vente augmente à 506€, presque doublé par rapport à celui enregistré en 2016 (280€). À côté des Instituts français, qui génèrent la moitié des recettes, l'états-unien GKIDS et l'espagnol MODIband figurent parmi ceux qui ont fait l'acquisition de cette typologie de droits.

Après une montée en puissance entre 2015 et 2016, les **droits de diffusion en *inflight*** ne subissent pas de variations en 2017.

Répartition des recettes et des ventes 2017
selon la société de production

	Société de production	Ventes	Titres vendus
1	Les Films du Nord	176	35
2	Autour de Minuit	145	27
3	Les Films du Jeudi	54	29
4	oriGine films	53	13
5	Sacrebleu Productions	52	16
6	Tant Mieux Prod	38	28
7	Supinfocom Arles (MOPA)	37	16
8	La Poudrière - École du Film d'Animation	27	15
9	Lardux Films	26	14
10	GREC - Groupe de Recherches et d'Essais Cinématographiques	25	13
11	Vivement Lundi !	24	8
12	Filmo	21	4
13	Caïmans Productions	21	4
14	Ikki Films	21	3
15	Supinfocom Valenciennes (Rubika)	20	17
16	Barney Production	20	5
17	Folimage Studio	17	9
18	Année Zéro	17	6
19	offshore	16	8
20	Gobelins - L'École de l'image	16	11
21	Punchline Cinéma	15	4
22	ArtFx - École Supérieure des Effets Spéciaux et de l'Image 3D	12	7
23	Films de Force Majeure	12	1
24	Dark Prince	11	4
25	Affreux, Sales & Méchants	10	4
26	Les Films du Cygne	10	5
27	Takami Productions	9	5
28	Les Films du Worso	9	3
29	Les films du clan	9	6
30	Georges Films	8	1
31	Les Valseurs	8	6
32	Miyu Productions	8	3
33	Les Films de l'Arlequin	8	5
34	Easy Tiger	7	5
35	fulldawa(films)	7	6
36	Passion Paris	7	1
37	Mocky Delicious Products, Nompareille Productions	6	3
38	Unagi Productions	6	1
39	Bachibouzouk	6	1
40	Fidélité Films	6	6
41	Les Films Paul Grimault	6	3
42	Kazak Productions	6	4
43	Hippocampe Productions	6	2
44	My New Picture	6	1
45	La Ruche Productions	6	3

Répartition des recettes et des ventes 2017
selon le territoire d'exploitation cédé

	Territoire	CA	% CA	Ventes	% Ventes
1	Japon	74 371€	13,7%	85	5,9%
2	Espagne	44 208€	8,1%	130	9,1%
3	Monde	42 999€	7,9%	74	5,2%
4	États-Unis	38 581€	7,1%	92	6,4%
5	Italie	28 230€	5,2%	59	4,1%
6	Belgique	27 710€	5,1%	104	7,2%
7	Europe, Moyen-Orient & Afrique (EMEA)	14 375€	2,6%	43	3%
8	Allemagne	13 652€	2,5%	67	4,7%
9	Suisse	12 461€	2,3%	120	8%
10	Chine	10 938€	2%	11	0,8%
11	Portugal	10 575€	1,9%	39	2,7%
12	Pologne	7 918€	1,5%	24	2%
13	États-Unis, Canada, Royaume-Uni, Irlande, Australie & Nouvelle-Zélande	5 593€	1%	3	0,2%
14	Canada	4 982€	0,9%	47	3,3%
15	Royaume-Uni	4 522€	0,8%	20	1,4%
16	Suède	4 136€	0,8%	13	0,9%
17	EMEA & Amérique du Nord	3 977€	0,7%	12	1%
18	Moyen-Orient & Afrique du Nord (MENA)	3 951€	0,7%	7	0,5%
19	Danemark	3 687€	0,7%	11	0,8%
20	EMEA & Asie	3 380€	0,6%	9	0,6%
21	Corée du Sud	2 645€	0,5%	23	1,6%
22	Pays-Bas	2 533€	0,5%	39	2,7%
23	Australie	2 499€	0,5%	10	0,7%
24	Suisse allemande	1 929€	0,4%	2	0,1%
25	Québec	1 860€	0,3%	23	1,6%
26	Russie	1 777€	0,3%	18	1,3%
27	Amérique latine (hors Brésil)	1 463€	0,3%	1	0,1%
28	Brésil	1 356€	0,2%	5	0,3%
29	Turquie	1 109€	0,2%	14	1%
30	Croatie	857€	0,2%	11	0,8%
31	République tchèque	838€	0,2%	8	0,6%
32	Autriche	828€	0,2%	10	0,7%
33	Slovénie	742€	0,1%	5	0,3%
34	Amérique du Nord	733€	0,1%	5	0,3%
35	Mexique	634€	0,1%	6	0,4%
36	Taïwan	591€	0,1%	7	0,5%
37	Luxembourg	554€	0,1%	2	0,1%
38	Islande	500€	0,1%	1	0,1%
39	Maroc	369€	0,1%	6	0,4%
40	Grèce	364€	0,1%	5	0,3%
41	Finlande	364€	0,1%	4	0,3%
42	États-Unis & Royaume-Uni	342€	0,1%	1	0,1%
43	Roumanie	310€	0,1%	5	0,3%
44	Amérique du Nord & Royaume-Uni	300€	0,1%	1	0,1%
45	Hongrie	281€	0,1%	4	0,3%
46	Lituanie	280€	0,1%	4	0,3%
47	Singapour	280€	0,1%	2	0,1%
48	Hong Kong	262€	0,05%	5	0,3%
49	Bulgarie	221€	0,04%	2	0,1%
50	Hong Kong, Macao & Taïwan	200€	0,04%	1	0,1%
	Top 50 territoires	**387 266€**	**71,3%**	**1 200**	**83,6%**
	Autres territoires étrangers	**2 514€**	**0,5%**	**40**	**2,8%**
	Territoires cédés aux acheteurs français*	**153 612€**	**28,3%**	**195**	**13,6%**
	Total	**543 392€**	**100%**	**1 435**	**100%**

**Ventes réalisées à des sociétés françaises (ARTE, Canal+ Afrique, TV5 Monde…)*

La réalité virtuelle (VR)

13 titres | **109 ventes** | **41 963€ de chiffre d'affaires**

Mai 2017, ***Carne y arena*** d'Alejandro Gonzáles-Iñárritu (Legendary Entertainment, Fondazione Prada) est le 1er film en réalité virtuelle à rejoindre la sélection officielle du Festival de Cannes. Quelques mois plus tard, la Mostra de Venise accueille la toute 1re section compétitive entièrement dédiée à la VR dans un festival international majeur. Côté marché, à la Berlinale, Wide est le 1er 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 3e 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 2e part de chiffre d'affaires (17,8%), tandis que le genre expérimental représente le 2e 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€.

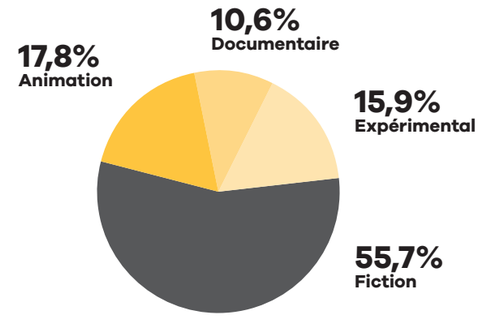
La répartition selon le type de droits cédés s'articule autour de 3 axes principaux : les droits d'exploitation en salles, la location de copies et les droits VOD. Ces 3 droits, cités par ordre décroissant par part de chiffre d'affaires, se répartissent plutôt équitablement les recettes 2017, alors que 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 1er territoire pour la réalité virtuelle hexagonale à l'export. La Suisse figure en 4e position avec le distributeur We Are Cinema. Les résultats de l'Asie, 2e 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 3e 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.

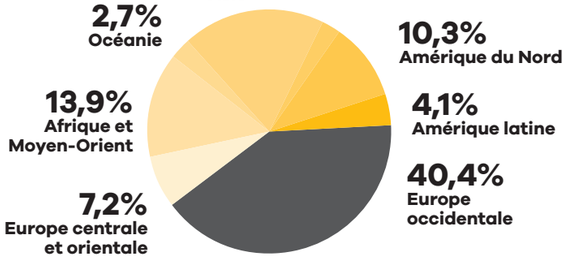
TOP 5 DES PRODUCTEURS FRANÇAIS*

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



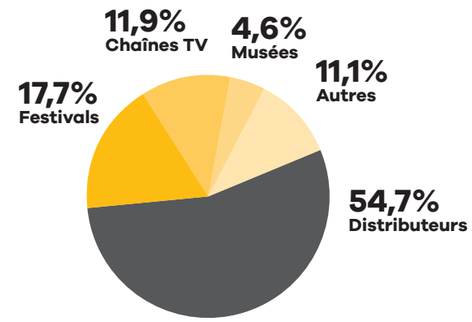
TOP 5 DES PAYS ÉTRANGERS*

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).*